

مهارات بحثية

أعداد: ريما حمودي



المهمة الرابعة

Chapter

01

أثر التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك
مستهلكي جيل الألفية



اليوم سوف نتناول هذا البحث للباحثة شيما فكري فريد وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلكين من جيل الألفية، مع التركيز على عملية اتخاذ قرار الشراء وكيف يمكن أن يتغير سلوك المستهلكين الذين يحصلون على حوافز معينة خلال هذه العملية عند استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي

Chapter
01

بيانات البحث

طبيعة بيانات البحث وأداة جمع البيانات أو مصادر الحصول عليها:

• طبيعة البيانات: بيانات كمية.

• أداة جمع البيانات: استبانة.

• مصادر الحصول على البيانات: عينة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من جيل الألفية في مصر والشرق الأوسط.

اعتمدت الدراسة على البيانات الكمية الوصفية، التي تم جمعها من خلال استخدام الاستبيان كأداة رئيسية في الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من جيل الألفية في مصر ومنطقة الشرق الأوسط، واستخدمت الباحثة العينة العشوائية البسيطة، وتكونت عينة الدراسة من 348 فرداً من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

المحاور الرئيسية:

1. التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي: يقيس هذا المحور مدى استخدام المستهلكين لوسائل التواصل الاجتماعي وتفاعلهم معها.

2. سلوك المستهلك لجيل الألفية الجديدة: يقيس هذا المحور تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلكين في مراحل عملية الشراء المختلفة.

العبارات التي تنتمي لكل محور:

• التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي:

- كم مرة تتفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا؟
- ما هي أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟
- هل تتابع العلامات التجارية والمنتجات على وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل تتفاعل مع الإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل تشارك المحتوى المتعلق بالعلامات التجارية والمنتجات على وسائل التواصل الاجتماعي؟

الاستبيان

• سلوك المستهلك لجيل الألفية الجديدة:

- هل تؤثر وسائل التواصل الاجتماعي على وعيك بالعلامات التجارية والمنتجات الجديدة؟
- هل تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للبحث عن معلومات حول المنتجات قبل شرائها؟
- هل تقارن بين المنتجات المختلفة على وسائل التواصل الاجتماعي قبل اتخاذ قرار الشراء؟
- هل تؤثر آراء وتجارب الآخرين على وسائل التواصل الاجتماعي على قراراتك الشرائية؟
- هل تشارك آراءك وتجاربك حول المنتجات على وسائل التواصل الاجتماعي بعد شرائها؟

ملاحظات:

- تم تصميم الاستبانة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تتراوح الإجابات بين "موافق بشدة" و "غير موافق بشدة".
- تمت صياغة العبارات بطريقة واضحة ومباشرة لتجنب أي التباس في فهمها من قبل المشاركين.
- تم ترتيب العبارات بشكل منطقي لتسهيل الإجابة عليها من قبل المشاركين.

ثبات الاستبيان

لثبات الاستمارة

أثبت الباحث ثبات الاستمارة من خلال معامل ألفا كرونباخ. تم حساب معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة وكانت النتائج كالتالي: محور "التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي": 0.85 محور "سلوك المستهلك لجيل الألفية الجديدة": 0.92 تدل هذه النتائج على أن الاستبانة تتمتع بثبات عالٍ، حيث أن جميع قيم معامل ألفا كرونباخ أعلى من 0.70. الاختبارات الإحصائية الأخرى التي استخدمها الباحث بالإضافة إلى معامل ألفا كرونباخ، استخدم الباحث اختبارات إحصائية أخرى لتحليل البيانات، مثل: اختبار t-test تحليل التباين ANOVA تحليل الانحدار الخطي



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

