

كلية الإدارة والتسويق . برنامج الدكتوراة في التسويق

دراسات نقدية ١ . الدكتور عادل عصام

نقد ورقة بحثية

من حيث: مشكلة البحث وتساؤلاته

أثر مواقع التواصل الإجتماعي على القرار الشرائي للمستهلك
(دراسة تطبيقية على المستهلك الليبي في مدينة طرابلس)

إعداد: مجدي يوسف أحمد علي



دراسات نقدية ١ . تكليف المحاضرة رقم (٣)

نقد ورقة بحثية من حيث: مشكلة البحث وتساؤلاته



أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي للمستهلك
(دراسة تطبيقية على المستهلك الليبي في مدينة طرابلس)

<https://www.stcrs.com.ly/istj/docs/volumes/Effect%20of%20Social%20Networking.pdf>

إعداد: أ. عصام المبروك محمد الأحمر

قسم إدارة الأعمال - كلية الإقتصاد والعلوم السياسية - جامعة طرابلس

بناءً على تكليف المحاضرة رقم (٣) لمادة دراسات نقدية ١ - تقديم الدكتور عادل عصام، سأقوم بنقد هذه الدراسة التي تم نشرها في العدد رقم (٢٨) للمجلة الدولية للعلوم والتقنية ISTJ بعنوان:

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي للمستهلك
(دراسة تطبيقية على المستهلك الليبي في مدينة طرابلس)

من حيث:

مشكلة البحث وتساؤلاته

01

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي للمستهلك
(دراسة تطبيقية على المستهلك الليبي في مدينة طرابلس)



02

أولاً: نقد مشكلة البحث

ربط الباحث مشكلة الدراسة بالسياق الاجتماعي والاقتصادي، مشيراً للتغيير في سلوك المستهلك وذلك لإنتشار مواقع التواصل الاجتماعي كقناة تسويقية وإستخدام الإنترنت، ولم تفصل الدراسة كيفية تأثير هذه المواقع على قرار الشراء بالنسبة للمستهلك الليبي بالرغم من أنها إستتدت على واقع تطبيقي في ليبيا وتحديداً العاصمة طرابلس. صيغت المشكلة في صورة تساؤلات ولم تحدد بالضبط الفجوة البحثية بناءً على الدراسات السابقة.

03

ثانياً: نقد تساؤلات البحث

كانت التساؤلات واضحة ومباشرة غطت جميع مراحل القرار الشرائي ويُعاب عليها أنها جاءت على نمط واحد ومنها على سبيل المثال: "ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك المستهلك لحاجته للمنتجات؟" "ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في بحث المستهلك عن المعلومات الخاصة بالمنتجات؟" "ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي في إتخاذ المستهلك للقرار الشرائي للمنتجات؟". هنالك تساؤلات مهمة لم يتطرق لها الباحث كالمقارنة بين القنوات التقليدية والقنوات الإلكترونية ومدى التأثير عند تكثيف الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي على القرار الشرائي، بالإضافة لعقد مقارنة بين الشرائح العمرية المختلفة للمستهلكين.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

