

جمهور الفيسبوك والممارسات التسويقية

" دراسة في الاستخدامات والإشباع على عينة من مستخدمي الفيسبوك "

صفحة سوق ورقلة الإلكتروني للبيع والشراء

أهداف الدراسة

التعرف على عادات وأنماط استخدام الفيس بوك في الممارسات التسويقية .
التعرف على دوافع استخدام جمهور الفيس بوك لهذه الممارسات التسويقية .
التعرف على أهم الإشباع التي يحققها جمهور الفيس بوك من الممارسات التسويقية.

اشكالية الدراسة

أدى الاهتمام المتزايد والكبير بمختلف تكنولوجيات الاتصال الحديثة إلى ظهور عدة تكنولوجيات في هذا المجال على غرار وسائل التواصل الاجتماعي التي بدورها تشهد زخما وتطورا هائلا وسريعا وكذا استخدام هذه الوسائل في شتى مناحي الحياة ونذكر من بين هذه الوسائل الفيسبوك هذا الأخير يشهد استخدام واسعا من قبل مختلف الأفراد في العالم وذلك في عملية التواصل في ما بينهم ، كما تستخدم هذه التقنية في الممارسات التسويقية التي تتم بين الأفراد أو بين أفراد ومؤسسات وغيرها من التعاملات ومختلف الإشباع التي يحققها مستخدموه في عمليات التسويق والترويج لمنتجاتهم ومن هذا المنطق تتمحور دراستنا هذه المتعلقة بدراسة الاستخدامات والإشباع التي يحققها جمهور ومستخدمي الفيسبوك من خلال الممارسات التسويقية ، وبهذا نطرح الإشكالية التالية: **ماهي الاستخدامات والإشباع المحققة لجمهور ومستخدمي الفيسبوك من الممارسات التسويقية ؟**

منهج الدراسة وأداة جمع البيانات

وبما أن اشكالية دراستنا هي : ماهي الاستخدامات والإشباع المحققة لجمهور ومستخدمي الفيس بوك من الممارسات التسويقية ؟
فقد اعتمدنا على منهج المسح الوصفي بشقه أسلوب المسح بالعينة فهو المنهج الأنسب لدراسة مثل هذه المواضيع ، ويعرف بأنه طريقة جمع بيانات والمعلومات من وعن عناصر وحالات يتم اختيارها بأسلوب معين بجميع عناصر مفردات مجتمع الدراسة.
كما اعتمدنا على الاستبيان فقط كأداة لجمع البيانات.

أهمية الدراسة

بالنظر للتطور الهائل والسريع في مجال التكنولوجيا و تكنولوجيا الاعلام والاتصال خصوصا كان لابد من توفير هذا التطور في شتى مناحي الحياة اجتماعية كانت أم ثقافية أو اقتصادية وحتى التسويقية حيث كان توجه الجمهور الى الممارسات التسويقية في مختلف وسائل التواصل وأهم أنواع وأشكال العملية التسويقية

أسباب اختيار الموضوع

- التعرف أكثر على هذا النوع من الممارسات التسويقية .
- الاستخدام الواسع للفيسبوك في جميع الأنشطة بما فيها الأنشطة التسويقية .
- الحاجة الى معرفة اشكال وأنواع الممارسات التسويقية المستخدمة عبر الفيس بوك
- يندرج موضوع الدراسة ضمن تخصص تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة
- التطور الهائل والمتسارع للتكنولوجيا بصفة عامة وفي مجال تكنولوجيا الاتصال بصفة خاصة يحتم معالجة أكثر لهذا النوع من المواضيع .

تحديد المصطلحات

الجمهور: هو جمهور ومستخدمي الفيسبوك الذين يستخدمون الفيسبوك في مختلف الأنشطة والممارسات التسويقية ، بيع شراء تبادل اشهار وغيرها ، بغية وصولها الى اكبر عدد ممكن من الناس .
فيسبوك: هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي المجاني الاشتراك يمتاز بسهولة الاستخدام ومجموعة من الميزات الاخرى كإضافة الاصدقاء.انشاء مجموعات .عرض صور . تحميل فيديوهات.... الخ
الممارسة: تدل الممارسة على أحكام السلوك الفردي والجماعي ، وعلى نسق الواجبات والحقوق.

التسويق: هو نشاط انساني يهدف الى التوجيه المنتجات والخدمات من المنتج الى المستهلك . او هو توجيه الخدمات المناسبة الى المستهلكين الملازمين في الوقت المناسب والمكان المناسب وبالسعر المناسب من خلال قنوات الاتصال والترويج المناسبة له.
الممارسات التسويقية: هي جميع الوظائف والأشكال التي يستخدمها جمهور ومستخدمي الفيس بوك في عمليات ترويج وعرض المنتجات للمستهلكين والتي من شأنها المساهمة في زيادة الأرباح للمنتجين اضافة الى جلب مستهلكين جدد.
بالاضافة الى مصطلحي الاستخدام والإشباع

تساؤلات الدراسة

- ماهي عادات وأنماط استخدام الفيس بوك في الممارسات التسويقية ؟
- ماهي دوافع استخدام جمهور الفيس بوك للممارسات التسويقية ؟
- ماهي الإشباع التي يحققها جمهور الفيس بوك من الممارسات التسويقية ؟

مجتمع البحث و عينة الدراسة

وقد اخترنا في دراستنا هذه مجتمع البحث المتمثل في المستخدمين النشطين فعليا في مجموعة بيع وشراء المسماة (سوق ورقلة الإلكتروني للبيع والشراء) والذين يبلغ عددهم حوالي 700 عضو نشط . وقد اخترنا 70 مفردة ما يعادل نسبته 10 % .
حيث اعتمدنا على عينة كرات الثلج وفق الأسلوب القصدي