

التكليف الثالث : قضايا بحثية

رابط البحث

<https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/bitstream/123456789/10088/1/%d9%85%d8%b7%d8%a8%d9%88%d8%b9%d8%a9-%d8%aa%d8%b3%d9%88%d9%8a%d9%82%20%d8%a7%d9%84%d8%ae%d8%af%d9%85%d8%a7%d8%aa%20%d8%a7%d9%84%d8%b5%d8%ad%d9%8a%d8%a9-.pdf>

التقييم الثالث: أهداف البحث والأسئلة البحثية

أولاً: تقييم وضوح أهداف البحث(3/5) —

ما ورد في الوثيقة :لم تُصنع في هذه المطبوعة أهداف بحثية صريحة ومستقلة تحت عنوان "أهداف البحث" بالشكل المعهود في الرسائل العلمية. غير أن الأهداف يمكن استنتاجها ضمناً من المقدمة ومن هيكل المحاور العشرة، وتتمثل في:

- تقديم إطار نظري متكامل حول تسويق الخدمات الصحية.
- التعريف بمفهوم المؤسسات الصحية ووظائفها.
- شرح عناصر المزيج التسويقي الصحي السبعة.
- تحليل سلوك مستهلك الخدمة الصحية.
- استعراض الاستراتيجيات التسويقية التنافسية للمؤسسات الصحية.

مواطن القوة:

- الأهداف منطقية ومنسجمة مع التخصص (ماستر تسويق خدمات).
- التسلسل المنطقي بين المحاور العشرة يعكس تدرجاً هادفاً يخدم أهدافاً تعليمية واضحة.

مواطن الضعف:

- غياب الصياغة الصريحة :لا توجد قائمة بأهداف البحث صيغت بأفعال إجرائية دقيقة ك"تحديد - قياس - تحليل - مقارنة"، وهو شرط أساسي في رسائل الماجستير.
- عدم التمييز بين الهدف العام والأهداف الفرعية.
- الأهداف مبثوثة في ثنايا النص وليست معلنه في قسم مستقل، مما يُضعف من وضوحها المنهجي.

الدرجة: 5/3 — الأهداف حاضرة ضمناً وذات قيمة محتوى لكنها تفتقر إلى الصياغة المنهجية الصريحة المطلوبة في البحث العلمي.

ثانياً: تقييم دقة الأسئلة البحثية (2.5/5) —

ما ورد في الوثيقة: طرحت المقدمة سؤالاً جوهرياً واحداً بصيغة مزدوجة:

"إلى أي مدى يمكن تطبيق المفاهيم التسويقية على المنظمات الصحية، وهل للتسويق دور في تحسين وتطوير الخدمات الصحية؟"

مواطن القوة:

- السؤال وثيق الصلة بموضوع الدراسة ويمثل إشكالية حقيقية.
- السؤال ذو طابع إشكالي يستحق الدراسة الأكاديمية.

مواطن الضعف:

- سؤال واحد فقط مقابل محاور عشرة، وهذا غير متوازن — كان يجب أن تتفرع أسئلة فرعية واضحة عن كل محور أو على الأقل عن الإشكاليات الرئيسية.
- السؤالان مدمجان في جملة واحدة بصيغة الـ "أو"، مما يفقد كل منهما دقته المستقلة.
- الأسئلة غير إجرائية: لم تُحدد أسئلة من نوع: "ما العوامل المؤثرة؟"، "ما العلاقة بين؟"، "كيف يؤثر ذلك على؟".
- غياب أسئلة فرعية مرتبطة بالإطار النظري الثري الذي تضمنته الوثيقة (سلوك المستهلك، التسعير، التوزيع...).

الدرجة: 5/2.5 — السؤال يفتح إشكالية حقيقية، لكن الصياغة مبسطة ومدمجة وتفتقر إلى التفكيك والتحديد اللازمين في البحث العلمي.

ثالثاً: الربط بالتكليف السابق

من خلال التكليفين معاً يتضح نمط متكرر في هذه الوثيقة: غنى في المحتوى العلمي، وضعف في الإطار المنهجي. فكما أن التكليف الثاني كشف عن محدودية في توظيف الدراسات السابقة وتقييمها نقدياً، يكشف هذا التكليف أن الإشكالية والأهداف والأسئلة البحثية جميعها لم تُبنى على ما سبق من دراسات — فالمنطق المنهجي السليم يقتضي أن تنبثق أسئلة البحث من الفجوات التي تكشفها مراجعة الأدبيات، وهذا الخيط الرابط غائب تماماً في الوثيقة المدروسة.

الدرجة الإجمالية 5.5 / 10 :

الدرجة الكاملة الدرجة المحصلة المعيار

وضوح الأهداف	3	5
دقة الأسئلة البحثية	2.5	5
المجموع	5.5	10