

الحلول المقترحة لمعالجة مشكلة الدراسة والفجوة البحثية

رابط البحث

هند فريد البيبي



- 01 - إشكاليات صياغة مشكلة الدراسة
- 02 - الحل المقترح لإعادة صياغة المشكلة
- 03 - إشكاليات الفجوة البحثية المعلنة
- 04 - الحل المقترح وخطوات التنفيذ

أولاً: إشكاليات صياغة مشكلة الدراسة

عدم التطابق بين العنوان والمشكلة: العنوان يتحدث عن "المحتوى الذي ينشئه المستخدمون" بينما أسئلة المشكلة الثلاثة تتحدث بالكامل عن "المؤثرين"، وهما مفهومان مختلفان.

غياب صورة المنتج من الأسئلة: الأسئلة الثلاثة لا تذكر "صورة المنتج" مطلقاً، بينما هي المتغير التابع الأساسي في عنوان البحث وتساؤلاته اللاحقة.

صياغة فضفاضة وغير محددة: السؤال الثالث مفتوح ولا يحدد أبعاداً قياسية تتناسب مع منهج كفي بعينة 30 مفردة، ولا حدوداً مكانية أو قطاعية للمنتجات المدروسة.

الحل المقترح: إعادة صياغة المشكلة

توحيد المصطلح مع العنوان: حذف كلمة "المؤثرين" من الأسئلة واستبدالها بمصطلح "المستخدمون" المنسجم مع العنوان، بما يضمن الانسجام الكامل بين العنوان والمشكلة والأسئلة.

إضافة سؤال رابع عن صورة المنتج: مثل: "ما حجم تأثير المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على صورة المنتجات لدى المستهلكين السعوديين؟" لضمان الربط المباشر مع متغير العنوان.

حذف السؤال المفتوح وتقييده: حذف عبارة "المؤسسات الإعلانية" واستبدالها بنوع منتج محدد (واحد أو أكثر) لضمان إمكانية قياس صورة المنتج بعينة كيفية من 30 مفردة.

ثانياً: إشكاليات الفجوة البحثية المعلنة

فجوة من دراسة أخرى بالخطأ: الفقرة الأخيرة في "التعليق على الدراسات السابقة" تتحدث عن "عملاء الخطوط الجوية المصرية" و"القيمة المدركة للعميل"، ولا تطابق عنوان البحث عن صورة المنتجات في السعودية. يبدو أنها منقولة من خطة أخرى دون تحديث.

غياب تمييز المؤثر عن المستخدم العادي: أغلب الدراسات السابقة المستعرضة تخص المؤثرين المحترفين (Macro/Mega)، بينما عنوان البحث يخص "المستخدمين" بشكل عام. الفجوة الحقيقية -وهي العلاقة من نظير إلى نظير peer-to-peer- لم تُحدد بوضوح.

تعميم زائد على حجم العينة: الفجوة المعلنة تطمح للكشف عن اتجاهات "طلاب الجامعات السعودية" عموماً، بينما العينة الفعلية 30 مفردة فقط بمنهج كيفي (مجموعات نقاش مركزة)، وهذا يستدعي تعديل لغة الطموح البحثي.

الحل المقترح: إعادة صياغة الفجوة البحثية

حذف الفجوة غير المرتبطة: حذف الفقرة الخاصة بـ "الخطوط الجوية المصرية" و "القيمة المدركة للعميل" تماماً من قسم التعليق على الدراسات السابقة، لأنها لا تخص موضوع الدراسة الحالية.

تحديد الفجوة بدقة (نظير لا مؤثر): صياغة الفجوة حول ندرة الدراسات التي تبحث تحديداً في تأثير محتوى المستخدم العادي (لا المؤثر المحترف ذي المتابعين) على صورة المنتج في السياق السعودي.

مواءمة لغة الطموح مع حجم العينة: إعادة صياغة العبارات التعميمية لتعكس طبيعة دراسة استطلاعية كيفية بعينة محدودة (30 مفردة)، بدلاً من لغة تطمح للتعميم على مجتمع طلاب الجامعات السعودية ككل.

- 01 -** حسم العلاقة بين "المؤثر" و "المستخدم العادي" في مشكلة الدراسة بحيث تتطابق تماماً مع متغيرات عنوان البحث.
- 02 -** حذف أو تصحيح الفقرة الخاصة بالخطوط الجوية المصرية والقيمة المدركة للعميل من قسم التعليق على الدراسات السابقة.
- 03 -** إعادة صياغة الفجوة البحثية لتتمحور بدقة حول ندرة الدراسات التي تبحث في تأثير محتوى المستخدمين (لا المؤثرين) على صورة المنتج في السياق السعودي.
- 04 -** مراجعة لغة الأهداف والتساؤلات بما يتناسب مع طبيعة المنهج الكيفي وحجم العينة (30 مفردة)، لتجنب الوعود البحثية التي تتجاوز حدود الأداة المستخدمة.

شكراً لكم