

مهمة ١
لمقرر دراسات نقدية
مقدمة من الباحث / طه احمد



المهمة المطلوبة: نقد ورقة بحثية من حيث

- العنوان
- المستخلص
- المقدمة



تمهيد



يُعدّ النقد العلمي للأبحاث من أهم المهارات التي يكتسبها الباحث في مرحلة الدراسات العليا، إذ تمكّنه من تنمية قدرته على التحليل والمقارنة والتقويم الموضوعي لما يُنشر من أعمال علمية. وتُسهم الدراسة النقدية في تطوير الفهم العميق لمكونات البحث العلمي من حيث دقة صياغة العنوان، وشمول المستخلص، وترابط المقدمة مع أهداف الدراسة ومشكلتها. وفي هذا الإطار، تتناول هذه الورقة دراسة نقدية لبحث منشور في إحدى المجلات العلمية المصرية المتخصصة في مجال الإدارة والتجارة، بعنوان "الدور المعدّل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر"، وذلك بتحليل وتقويم مكونات العنوان والمستخلص والمقدمة وفق المعايير الأكاديمية المتعارف عليها في البحث العلمي.

العنوان

01

"الدور المعدّل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر"

العنوان واضح ومباشر ويعبر عن موضوع البحث بدقة. استخدم الباحث مصطلحات علمية دقيقة ("الدور المعدّل"، "التسويق الريادي"، "أداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة")، مما يعكس وعيًا بالمفاهيم الإدارية الحديثة. إلا أن العنوان طويل نسبيًا ويحتوي على ثلاثة متغيرات رئيسية، مما قد يجعل القارئ يحتاج وقتًا لفهم العلاقة بينهما. لم يُشر العنوان إلى نوع الدراسة أو منهجها (توصيفية، تحليلية، كمية)، وكان يمكن أن تكون الصياغة أكثر تحديدًا، مثل: < "تحليل إحصائي للدور المعدّل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر". بشكل عام، العنوان جيد أكاديميًا لكنه يحتاج لاختصار أو إضافة نوع المنهج لزيادة الدقة.

المجلة الأكاديمية للبحوث التجارية المعاصرة - المجلد الرابع، العدد الأول، مارس ٢٠٢٤

الدور المعدّل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر

جمال سيد عبد العزيز
أستاذ التسويق
كلية التجارة
جامعة القاهرة

رضا خلف حسين عبد الواحد
مرشحة للحصول على (PHD)
كلية التجارة
جامعة القاهرة

مرفت محمد رشوان
مدرس إدارة الأعمال
كلية التجارة
جامعة القاهرة

تهلف الدراسة الحالية إلى التحقق من مدى تأثير الدور المعدل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في محافظتي القاهرة، الإسكندرية لتمثيل المناطق الحضرية، ومحافظتي أسيوط، وسوهاج لتمثيل المناطق النائية في صعيد مصر. وتم استخدام نهج الطريقة المختلطة، وتم استخدام تقنية أخذ العينة الاحتمالية الطبقية التناسبية، وذلك لتصنيف المجتمع إلى مجموعات فرعية، وفقاً للموقع الجغرافي للمشروعات محل الدراسة. وتم استخدام قوائم الاستبيان الهيكلية كأداة لجمع البيانات من (408) استبياناً صالحاً من أصحاب ومديري المشروعات الصغيرة والمتوسطة عينة الدراسة، وتم جمع البيانات من خلال استخدام القطاع العرضي المتعدد، وذلك بطريقتين، باستخدام القاعدة الإلكترونية، وأيضاً باستخدام القاعدة الورقية. وتم استخدام حزمة برنامج الـ SPSS Version 25، AMOS 25 لتحليل البيانات. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة مغنوية بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر محل الدراسة، مع وجود فروق بين النكور والإناث، وخاصة في محافظات صعيد مصر عينة الدراسة، كما توجد فروق بينهم في إدراكهم للتسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة وفقاً للموقع الجغرافي.

تناولت الدراسة العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على الدور المعدّل للنوع. استخدمت الباحثة المنهج الكمي وجمعت البيانات من عينة من أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر. وتوصلت النتائج إلى وجود تأثير دال إحصائيًا للتسويق الريادي على الأداء، مع فروق مرتبطة بالنوع بين الذكور والإناث.

المستخلص يتضمن المكونات الأساسية لأي ملخص بحثي: مشكلة البحث، الهدف، المنهج، الأداة، العينة، وأهم النتائج، من الأمور الإيجابية أن الباحثة ذكرت المنهج الكمي والعينة بوضوح، من النقاط السلبية أن الملخص لم يتضمن الكلمات المفتاحية ((Keywords، وهي ضرورية في الأبحاث الحديثة، كما أن النتائج وردت بشكل وصفي عام دون قيم أو دلالات رقمية، مما يقلل من دقة التمثيل العلمي. اللغة الأكاديمية سليمة وواضحة، لكن يُفضل أن يبدأ المستخلص بحملة تحدد المشكلة أو الفجوة البحثية.



المقدمة

تبرز المقدمة أهمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد المصري ودورها في النمو الاقتصادي، ثم توضح أن التسويق الريادي أصبح ضرورة لتعزيز الأداء في بيئات تنافسية. وتشير إلى وجود اختلافات بين الجنسين في السمات الريادية وسلوكيات التسويق، ما يستدعي دراسة الدور المعدّل للنوع في هذه العلاقة.

المقدمة منظمة منطقيًا: بدأت بخلفية عامة، ثم تحددت المشكلة والهدف بوضوح. تظهر معرفة الباحثة بالسياق المحلي (مصر) مما يمنح الدراسة بعدًا تطبيقيًا مهمًا. لكن المقدمة افتقرت إلى عرض كافٍ للدراسات السابقة والفجوة البحثية بدقة — أي ما الذي يميز هذه الدراسة عن غيرها. المراجع التي استخدمتها الباحثة تحتاج لتحديث لأن أغلبها من أعوام سابقة (قبل ٢٠٢٠). من الجيد أنها ربطت بين مفاهيم “النوع” و”التسويق الريادي”، وهو منظور جديد نسبيًا في الأبحاث العربية.



الملخص

من خلال تحليل الورقة البحثية المعنونة بـ «الدور المعدّل للنوع في العلاقة بين التسويق الريادي وأداء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مصر»

يتضح أن الباحث قد تناول موضوعًا معاصرًا ومهمًا يرتبط بتحديات بيئة الأعمال المصرية وسعيها نحو تعزيز الابتكار وريادة الأعمال، وقد جاءت صياغة العنوان واضحة ومحددة، تعكس بدقة متغيرات الدراسة (التسويق الريادي، أداء المشروعات، النوع كعامل معدل)

مما أظهر وعيًا بمحددات البحث ومتغيراته الأساسية، أما المستخلص، فقد اشتمل على العناصر الرئيسة من حيث الهدف والمنهج والعينة والنتائج، إلا أنه كان يمكن أن يكون أكثر تركيزًا في عرض أهم النتائج دون تفاصيل منهجية مطوّلة.

في حين جاءت المقدمة مترابطة وممهدة لموضوع الدراسة بشكل منطقي، حيث عرضت خلفية المشكلة وأهميتها، غير أنها كانت بحاجة إلى توثيق أكثر للمصادر الأجنبية وإبراز الفجوة البحثية بشكل أوضح.

وبشكل عام، يمكن القول إن البحث اتسم بالتماسك المنهجي والوضوح المفاهيمي، ونجح في الربط بين الجانب النظري والتطبيقي، مما يجعله نموذجًا جيدًا يمكن الاستفادة منه في دراسات مماثلة مستقبلاً.

