

التكليف الرابع

الباحثة: فاطمة الزهراء هشام

دكتوراه التسويق الرقمي



مهارات بحثية

التكليف الرابع

في ضوء دراستك اعرض مشكلة البحث موضحا وفق اي الطرق تمت صياغتها

الدراسة المختارة لتطبيق التكليف بعنوان:

"تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك الرقمي"

رابط الدراسة: <https://repository.univ-msila.dz/bitstreams/bcb65041-7b24-4d82-8b5b-1515c856f9f2/download>



تُعد مشكلة البحث من العناصر الأساسية في أي دراسة علمية، إذ تمثل نقطة البداية لتحديد المسار العلمي والمنهجي للدراسة، فهي تبرز الفجوة البحثية، وتوضح الظاهرة المراد دراستها، كما تمهد لوضع الأسئلة والفرضيات والأهداف، وتختلف طرق صياغة مشكلة البحث، فقد تُصاغ في صورة سؤال رئيسي، أو عبارة تقريرية، أو في شكل فرضيات محددة.

عرض المشكلة

جاء في نص الدراسة تحت عنوان "إشكالية الدراسة":

"يمكن صياغة السؤال الرئيسي وفقاً لمناقشة إشكالية الدراسة على النحو الآتي:

ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مختلف مراحل عملية قرار سلوك المستهلك الرقمي؟"

ثم بعد ذلك، قام الباحث بتفصيل المشكلة إلى أسئلة فرعية.



01

١ - طريقة صياغة المشكلة

وفق الأساليب التي درسناها خلال المحاضرة الرابعة، توجد عدة طرق لصياغة مشكلة البحث هي:

- في شكل سؤال رئيسي كبير .
- في شكل عبارة تقريرية.
- في شكل فرضيات.

الباحث في هذه الدراسة لم يقدم المشكلة في شكل عبارة تقريرية عامة، أو فرضيات بل صاغها مباشرة في صورة تساؤل رئيسي:

"ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مختلف مراحل عملية قرار سلوك المستهلك الرقمي؟"

بعد ذلك، قام الباحث بتقسيم هذا السؤال الرئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي توضح مراحل التأثير بشكل أدق، مثل:

ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مرحلة الإدراك للمستهلك الرقمي؟

ما مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على مرحلة السؤال للمستهلك الرقمي؟

٢- لماذا اختار الباحث هذه الطريقة؟

١- صياغة المشكلة في شكل سؤال رئيسي تساعد في توجيه الدراسة بشكل دقيق نحو الظاهرة المستهدفة، وتجعل من السهل تحويلها إلى أسئلة فرعية وفرضيات واضحة.

٢- هذه الطريقة مناسبة للدراسات التي تستخدم المنهج الوصفي التحليلي، لأنها تدفع الباحث إلى جمع بيانات كمية وتحليلها للإجابة على هذا السؤال.

٣- الصياغة في شكل سؤال تجعل الهدف النهائي للدراسة واضحًا للقارئ وللمشاركين في البحث.

- ٤- تساعد على توجيه الباحث نحو تحليل العلاقة بين المتغيرات: المتغير المستقل (شبكات التواصل الاجتماعي) والمتغير التابع (سلوك المستهلك الرقمي).
- ٥- تساعد على توجيه الإطار النظري للدراسة بدقة.
- ٦- تسهل اشتقاق أسئلة فرعية وفروض بحثية محددة فيما بعد.

الخلاصة الأكاديمية:

يتضح من نص مشكلة البحث في هذه الدراسة أنها صيغت في شكل سؤال رئيسي صريح، يركز على استكشاف أثر شبكات التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك الرقمي في جميع مراحل اتخاذ قرار الشراء. تُعد هذه الطريقة من الأساليب العلمية الدقيقة في صياغة المشكلات البحثية، حيث تركز على تحديد العلاقة المراد دراستها بين المتغيرات، كما أنها تتيح للباحث تقسيم المشكلة إلى أسئلة فرعية، ثم صياغة فرضيات اختبارية دقيقة، وبناء الأهداف والمنهجية بناءً منطقياً متكاملًا. بذلك، تُعد هذه الصياغة مثالية للبحوث الوصفية التحليلية وتخدم هدف الدراسة الأكاديمي والتطبيقي.



Thank You