**مراجعة الأدبيات وبناء فرضيات أو نماذج البحث**

## I. مراجعة الأدبيات:

تعد مراجعات الأدبيات جزءًا حيويًا من أي بحث، وهي ذات أهمية خاصة خلال مرحلة الدراسات العليا. ستركز هذه النقطة على تعريف ماهية مراجعة الأدبيات، وكيفية تنظيم المعلومات وتجميعها، وما هي الأجزاء المختلفة لمراجعة الأدبيات.

1. **تعريف مراجعة الأدبيات:** تقوم مراجعة الأدبيات بتجميع وتقييم أفكار الآخرين حول موضوع محدد. يتيح ذلك للقراء معرفة ما يقال عن الموضوع المحدد، وكيف تقارن هذه المصادر مع بعضها البعض، وما هي الفجوات الموجودة في البحث (Cantero, 2019).
2. **الهدف من مراجعة الأدبيات:**

أ. **فهم الحالة الراهنة للمعرفة في مجال البحث**

ب. **تحديد الفجوات البحثية(Research Gaps**

ت. **دعم الإطار النظري للبحث**

ث. **اختيار المنهجية المناسبة**

ج. **تبرير أهمية الدراسة**

ح. **إظهار إلمام الباحث بالمجال***(Arshed & Danson, 2015, p. 32)*

3. **الدراسات السابقة كجزء من مراجعة الأدبيات: كيفية توظيف الدراسات السابقة ومناقشتها والتعقيب عليها:**

هناك مدرستان في مناهج البحث إزاء التعامل مع الدراسات السابقة تبين مدى أهمية الدراسات السابقة والكيفية المنهجية للتعامل معها (يحياوي، 2021، صفحة 331):

**المدرسة الأولى:** " ترى أن يتم إجراء تحليل نقدي للدراسات السابقة بعد تصنيفها وفق وحاور معينة وعرض ملخصا لذلك يبرز الباحث من خلاله موقع بحثهً منها.

**المدرسة الثانية:** فترى توظيف هذه الدراسات في مراحل الدراسة، فهناك دراسات يكون موقعها المقدمة ليستدل بها الباحث على ضرورة القيام ببحثه، وهناك توضع في لاطار النظري للبحث، وأخرى يستشهد بها عند مناقشة النتائج وتفسيرها.

ويفضل الاستفادة من المدرستين عند عرض الباحث للدراسات السابقة، ومهما كانت الطريقة التي سيتبعها الباحث فلابد من توظيف الدراسات السابقة في البحث وعرض ملخص واف وتحليل نقدي لها في نفس الوقت حتى يتيقن القارئ من أن الباحث قد استعان بالمصادر الأولية في جمعها، ويطمئن إلى أن الدراسة التي يقوم بها الباحث جديدة".)

ولكتابة الدراسات السابقة بعد ذكر عنوان البحث يجب كتابة ما يلي: (يحياوي، 2021)

- ✓ **اسم الباحث**

- ✓ **زمن البحث**
- ✓ **مكان البحث**
- ✓ **اشكالية البحث**
- ✓ **المدة التي استغرقها البحث**
- ✓ **منهجية البحث**
- ✓ **عرض أهم النتائج**

**II. بناء فرضيات أو نماذج البحث:**

1. **تعريف الفرضيات:** تحاول الفرضيات تفسير الظاهرة محل الاهتمام والتنبؤ بها ويمكن اعتبار الفرضيات بمثابة تخمين الباحث حول كيفية ظهور الدراسة. وبالتالي فالفرضيات الموضحة في دراسة معينة يجب أن تنبع منطقيا من مشكلة البحث التي يجري التحقيق فيها.

**ومن بين المعايير التي يجب ان تتوفر في الفرضيات**

- ✓ **قابلية الفحص التجريبي**
- ✓ **المشروطية**
- ✓ **يجب أن تكون جميع الفرضيات قابلة للدحض**
- ✓ **القابلية للتعميم**

**2. أنواع الفرضيات:**

أ. **الفرضيات الفرقية:** ونجد فيها:

- ☐ **الفرضيات الفرقية البسيطة:(تنطوي على متغيرين فقط)**
- ✓ **الفرضيات الفرقية البسيطة عديمة الاتجاه**
- ✓ **الفرضيات الفرقية البسيطة ذات الاتجاه**
- ☐ **الفرضيات الفرقية المركبة:** تنطوي على أكثر من متغيرين:
- ✓ **الفرضيات عديمة الاتجاه**
- ✓ **الفرضيات المركبة ذات الاتجاه**

**ب. الفرضيات الارتباطية:**

- ☐ **الفرضيات الارتباطية البسيطة:**
  - ✓ **عديمة الاتجاه**
  - ✓ **ذات اتجاه**
- ☐ **فرضية ارتباطية مركبة:**

- **علاقات ارتباطية بين متغير مع مجموعة من المتغيرات:**
  - ✓ **عديمة الاتجاه**
  - ✓ **ذات اتجاه**
- **ارتباط مجموعة متغيرات بمجموعة متغيرات أخرى في آن واحد:**
  - ✓ **عديمة الاتجاه**
  - ✓ **ذات اتجاه**

**ت. الفرضيات التنبئية:**

☐ **الفرضية التنبئية البسيطة:**

- ✓ **عديمة الاتجاه**
- ✓ **ذات اتجاه**

☐ **الفرضية التنبئية المركبة:**

- ✓ **عديمة الاتجاه**
- ✓ **ذات اتجاه**

**ث. الفرضيات السببية:**

- ✓ **بسيطة**
- ✓ **عديمة الاتجاه:**
- ✓ **ذات اتجاه:**

☐ **مركبة:**

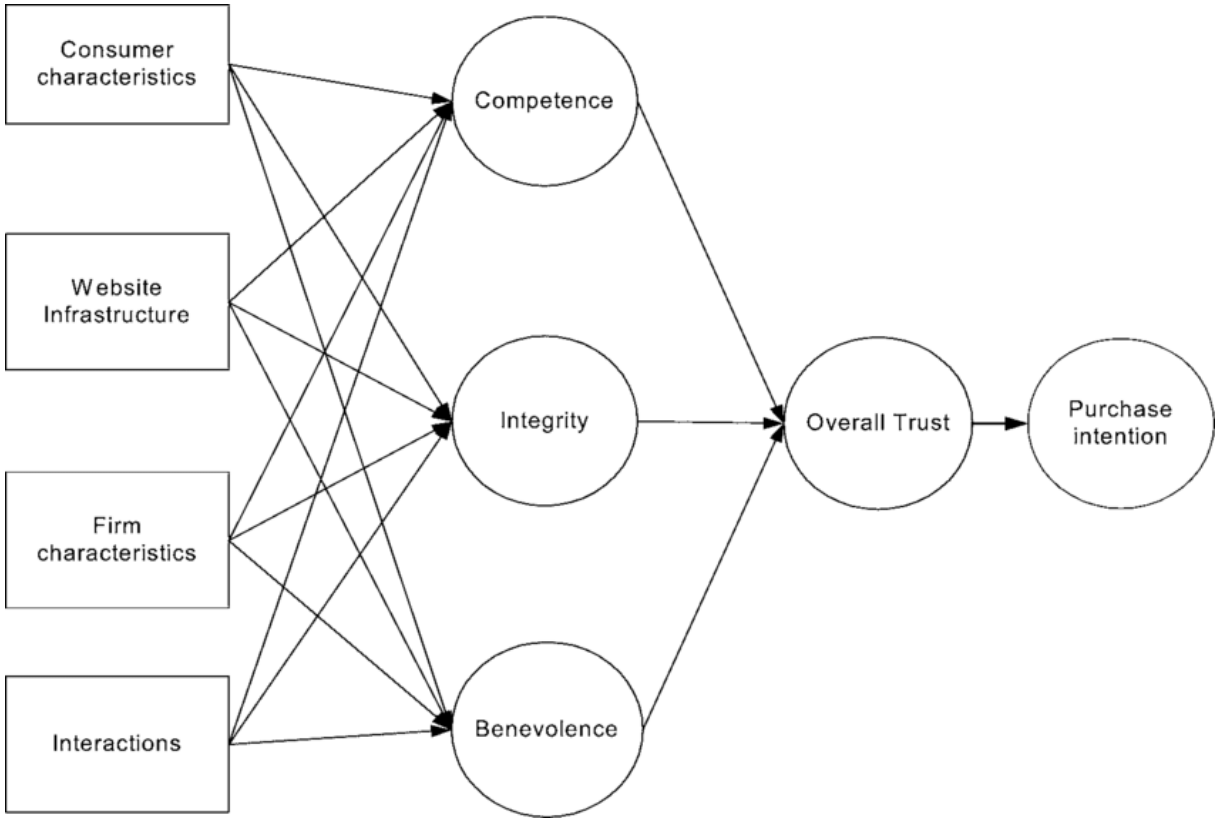
- ✓ **عديمة الاتجاه:**
- ✓ **ذات اتجاه:**

**ج. الفرضيات العاملية:**

**ح. الفرضيات الصفرية والفرضيات البديلة:**

III. **النماذج النظرية والمفاهيمية:**

يحتوي النموذج في الغالب على عدد من العلاقات بين المتغيرات، وبالتالي فهو يتجاوز بساطة الفرضيات التي قد لا تفي بحقيقة سلوك المتغيرات في الواقع. فالنموذج يستهدف الاقتراب من واقع العلاقات بين المتغيرات المدروسة.




**المتغيرات:**

المتغير هو أي شيء يمكن ان تكون له قيم مختلفة. ويمكن ان يكون للمتغير الواحد قيم مختلفة في أوقات مختلفة مثل مستويات الأداء التسويقي، كما يمكن أن يكون لعدد من الأفراد أو الأشياء قيم مختلفة في الوقت نفسه.مثل: درجة الرضا لدى الزبائن.

**أنواع المتغيرات:**

المتغيرات التابعة: هو المتغير الذي يعتبر محل الدراسة من اجل التنبؤ به. مثلا حجم المبيعات، أو الأداء التسويقي أو الولاء.

المتغيرات المستقلة: هي التي تؤثر على المتغير التابع. ويجب ان يخضع هذا المتغير للرقابة أو السيطرة ويمكن التحكم فيه.

تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون.

المتغيرات الوسيطة: له تأثير شرطي على علاقة المتغير المستقل بالتابع.