

مقرر المهارات البحثية

(المهمة الثالثة)

اساليب عرض الدراسات السابقة

بالتطبيق على دراستي

- العتيبي ،عالي فرحان.(2023).دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال،2(11)، 261-310.
- الجفوبي ، سلمى محمد ، الميدني ، سارة عادل (2023) . تأثير التسويق الرقمي على سلوك المستهلك. مجلة العلوم الانسانية العربية ، 4(3) ، 174 - 199 .

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

مقدمة : الدراسات السابقة هي البحوث العلمية السابقة التي اجراها باحثين آخرين في نفس الموضوع ، أو الموضوعات المشابهة ، وهناك طرق وأساليب متعددة لعرض الدراسات السابقة ، فمنها الطريقة الببليوغرافيا المشروحة، وطريقة التسلسل التاريخي ،طريقة الموضوعات ، وطريقة المفاهيم العلمية ، وطريقة المقارنة بين التشابهات والاختلافات ، وطريقة التصنيف بالاعتماد على منهجية البحث ، وطريقة العرض حسب التصنيف المكاني للدراسة ، وسوف يقوم الباحث باختيار (طريقة الكتابة وفقا لمتغيرات الدراسة - وطريقة العرض حسب التصنيف المكاني أو الجغرافي) باعتبارهما اكثر الطرق استخداما في الكثير من الدراسات ، وسوف يقوم الباحث بشرح هذين الطريقتين من خلال الآتي:

أولاً: طريقة الكتابة وفقا لمتغيرات الدراسة: وسوف يتم شرح هذه الطريقة من خلال دراسة دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية 2030.

-مفهوم طريقة الكتابة وفقا لمتغيرات الدراسة : يعمل الباحث في هذه الطريقة إلى تجزئة الدراسات السابقة إلى اجزاء لها عناوين فرعية ، بحيث يتضمن كل عنوان فرعي متغير دراسة ، وتحت هذا العنوان الدراسات السابقة لهذا المتغير ، وفي العنوان الاخير يحاول الباحث وضع الدراسات التي تجمع بين جميع المتغيرات بحيث يندرج تحت العنوان الاخير الدراسات التي تجمع ما بين جميع المتغيرات ان وجدت . ويقوم الباحث بتلخيص وتصنيف ما توصل إليه من دراسات حسب كل متغير ثم يقوم بالتعقيب على كل متغير بشكل مستقل ثم تعقيب كامل على كافة المتغيرات.

وتعتبر هذه الطريقة من أشهر الطرق في عرض الدراسات السابقة ، وبالنظر للدراسة المختارة نجد ان الباحث قام بالاتي :

- ❖ قام الباحث بتحديد المتغيرات التي تتناولها الدراسة (التسويق الرقمي - ترويج السياحة) ولهذا قام الباحث بتقسيم الدراسات السابقة الى (دراسات تتعلق بالتسويق الرقمي - دراسات تتعلق بالسياحة) .
- ❖ قام الباحث بعمل تعقيب كامل على كافة الدراسات، و وضع أوجه التشابه والاختلاف بين دراسته، والدراسات السابقة التي تم عرضها.

تناول المحور الاول دراسات تتعلق بالتسويق الرقمي : تناول الباحث اثني عشر دراسة ما بين دراسات عربية واجنبية تناول البعض منها التسويق الرقمي وعلاقته ببعض المتغيرات كدراسة عيد (2020) "دور التسويق الرقمي في تحقيق رضا العملاء دراسة تطبيقية على مواطني دولة الكويت." ، ودراسة محمد (2020) أثر التسويق الرقمي على القيمة المدركة للعميل - دراسة تطبيقية على عملاء الخطوط الجوية المصرية"، بينما تناولت معظم الدراسات التسويق الرقمي والسياحة ، كدراسة بن نوى (2020) أهمية التسويق السياحي الإلكتروني في تنمية الطلب السياحي الداخلي ، و دراسة إبراهيمي (2019) التسويق الرقمي ومساهمته في تنشيط السياحة في الجزائر ، ودراسة ماجونا وكيونها (2020) تأثير التسويق الرقمي على السياحة في البرتغال

المحور الثاني : وتناول دراسات عن السياحة: وتكون من اثني عشر دراسة ما بين دراسات عربية واجنبية، تناولت السياحة في بعض البلدان العربية والاجنبية باستثناء دراسة الشمري (2020) توجهات مستخدمي السياحة الرقمية في ضوء التحول الوطني للمملكة العربية السعودية (جامعة حائل نموذج)، و دراسة عبد الخالق (2020) إدارة سمعة الوجهات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي : دراسة تحليلية لحساب الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني بالمملكة العربية السعودية."التي تناولت السياحة في المملكة العربية السعودية

تعليق الباحث عن طريقة الموضوعات في الدراسة المختارة :

- تعتبر طريقة المتغيرات من أشهر الطرق المتبعة في عرض الدراسات السابقة.
- يرى الباحث انه كان عرض الدراسات جيد وفقا لهذه الطريقة ، ولكن كان من الممكن ان يقسم الباحث الدراسات السابقة على ثلاث محاور ، يتناول المحور الأول الدراسات المتعلقة بالتسويق الرقمي ، الدراسات المتعلقة بالسياحة ، والدراسات المتعلقة دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة ، نظرا لعرضه لكثير من الدراسات التي تتناول متغيري الدراسة كدراسة ابراهيمي (2019) ، ماجونا وكيونها (2020) ، نوي (2020) ، الوشاح (2021) ، راكيتش واخرون (2020) .
- قام الباحث بترتيب الدراسات في كلا من المحورين من الاحداث الى الاقدم ، وتميزت جميعها بانها دراسات حديثة تتراوح ما بين الفترة الزمنية (2019 - 2021).
- اتبع الباحث منهجا واحد في عرض الدراسات تضمن اسم الباحث وسنة النشر ، عنوان الدراسة ، والهدف منها والمنهج المستخدم ، والاداة المستخدمة والعينة التي طبقت عليها الدراسة ، واخيرا استعراض النتائج والتوصيات .

ثانيا: طريقة العرض حسب التصنيف المكاني أو الجغرافي : وسوف يتم شرح هذه الطريقة من خلال دراسة تأثير التسويق الرقمي على سلوك المستهلك.

مفهوم التصنيف المكاني أو الجغرافي : وفي هذه الطريقة يقوم الباحث بتقسيم الدراسات حسب المكان أو المنطقة الجغرافية التي تمت تطبيق الدراسة بها ،ويقوم الباحث بجمع الدراسات التي تتناول موضوع دراسته ،أو المشابه لها ، حسب مكان تطبيق الدراسات الى (دراسات عربية - دراسات اجنبية) ويمكن التقسيم حسب محل تطبيق الدراسة (دراسات محلية - دراسات عربية - دراسات اجنبية) ثم يقوم بالتعقيب على كل محور بشكل مستقل، أو تعقيب كامل على كافة الدراسات.

وتعتبر هذه الطريقة من الطرق المتبعة بشكل كبير في عرض الدراسات السابقة ، وبالنظر للدراسة المختارة نجد ان الباحث قام بتقسيم الدراسات السابقة على النحو الاتي :

المحور الأول: الدراسات العربية: وتكون من خمسة دراسات تناولت التسويق الرقمي وأثره على سلوك المستهلك ،كدراسة راوية (2021) أثر أدوات التسويق الرقمي على صنع القرار الشرائي الدور الوسيط للوعي بالعلامة التجارية لشركات الشحن بالأردن ، و دراسة أبوبكر وزيدان (2020)، تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الاستهلاكي للطلبة الجامعيين، و دراسة خالد (2020) أثر التسويق الإلكتروني على السلوك الشرائي في قطاع تجارة السيارات، و دراسة رواء (2019) ، تأثير إعلانات اليوتيوب على السلوك الشرائي للشباب الجامعي،

المحور الثاني:الدراسات الاجنبية : وعرض الباحث دراستين هما :دراسة (2019) Tareq والتي تناولت تأثير التسويق الرقمي عبر الهواتف الذكية على الشراء الإلكتروني للمستهلكين، ودراسة

(2019) Alam والتي تناولت تأثير تسويق المستهلكين الرقميين على اتجاهات الشراء الاندفاعية عبر الإنترنت مع التأثير المتداخل للجنس والتعليم: أدوات الترويج الناشئة في مجال الأعمال التجارية بين المستهلكين.

تعليق الباحث عن طريقة التصنيف المكاني أو الجغرافي:

- وتعتبر طريقة التصنيف المكاني أو الجغرافي من الطرق المتبعة بشكل كبير في عرض الدراسات السابقة.

- قاما الباحثان بتقسيم الدراسات الى محورين (دراسات عربية واخرى اجنبية) .

- قاما الباحثان بعرض الدراسات من الأحدث الى الأقدم وتميزت جميعها بانها دراسات حديثة تتراوح ما بين الفترة الزمنية (2019- 2021)
- عرض الباحثان كل دراسة على حدة بطريقة علمية ، تضمنت اسم الباحث وسنة النشر ، عنوان الدراسة ، والهدف منها والمنهج المستخدم ، والاداة والعينة ، واخيرا النتائج والتوصيات .
- قامت الباحثان بعرض تعقيب عام على الدراسات السابقة وضحا فيه أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسة التي يدرسها والدراسات السابقة التي تم عرضها.
- ويعيب الباحث على الدراسة المختارة النقص الواضح في عدد الدراسات في كل من محوري الدراسة ، حيث تناول المحور الاول والخاص بالدراسات العربية خمسة دراسات فقط ، والمحور الثاني الخاص بالدراسات الاجنبية تم عرض دراستين فقط ،على الرغم من توافر الدراسات العربية التي تناولت متغيري الدراسة، بالإضافة الى اهل الدراسات المحلية التي تناولت موضوع الدراسة .