

مقرر قضايا بحثية (٢)

(المهمة العاشرة)

المراجع المستخدمة في كتابة البحث

بالتطبيق على دراستي

- العتيبي، معالي فرحان. (٢٠٢٣). دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية ٢٠٣٠. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٢ (١١)، ٢٦١-٣١٠.
- خطاب، حنين، ومحمد، الهام الحاج. (٢٠٢٤). دور التسويق لمنصات التجارة الإلكترونية في تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني. مجلة الدراسات الجامعية للبحوث الشاملة، ٣ (٢٩)، ١٣٧٣٤ - ١٣٧٦٤ .

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي ١٤٤٦ - ٢٠٢٤

مقدمة: يحتاج الباحث إلى استخدام مجموعة من المصادر في بحثه، وذلك للاقتباس منها، مهما كان نوع البحث وطبيعة المنهج الذي اتبعه الباحث، فهو يحتاج المصادر المتمثلة بالكتب المتخصصة بموضوع بحثه وإلى مقالات الدوريات ومعلومات من التقارير الفنية والمراجع والمواد المطبوعة وغير المطبوعة الأخرى. (المحمودي ، ٢٠١٩ ، ٢٣٧)

وتتضمن قائمة المراجع كافة المراجع التي استخدمها الباحث في دراسته أو بحثه من مقالات علمية منشورة وكتب وأطروحات مرتبة هجائياً ومكتوبة حسب الطريقة المعتمدة من جمعية علم النفس الأميركية ، ووجود مثل هذه القائمة في نهاية الدراسة يعد أمراً مهماً حيث تعبر هذه المراجع عن جهود الباحث وتفيد القارئ في الرجوع إليها للاستزادة.(عباس ، ٢٠١٤ ، ٣٧٧)

وسوف يتناول الباحث في هذه المهمة المراجع المستخدمة في كتابة البحث، وذلك من خلال التطبيق على الدراستين التاليتين موضحاً مدى الاتساق والحدثة والتنوع والوضوح في اختيار المراجع وكتابتها، وذلك على النحو التالي:

أولاً: دراسة /دور التسويق الرقمي في الترويج للسياحة الداخلية في المملكة العربية السعودية في ضوء رؤية ٢٠٣٠.

ومن خلال الاطلاع على الدراسة المختارة نجد ان الباحث قام بكتابة المراجع المستخدمة بطريقة جيدة الى حد ما ، ويتضح ذلك من خلال النقاط التالية :

➤ **من حيث الاتساق:** تميزت كافة المراجع بانها ذات صلة وثيقة بموضوع الدراسة حيث ان معظم المراجع تناولت التسويق الرقمي وعلاقته ببعض المتغيرات ، كما تناولت البعض الاخر من المراجع السياحة الداخلية في الملكة العربية السعودية ، والسياحة الداخلية في بعض البلدان العربية كالجزائر والاردن ومصر ، كما جمعت بعض الدراسات بين التسويق الرقمي والسياحة الداخلية.

➤ **من حيث الحدثة :** تميزت المراجع بالحدثة، حيث ان كافة المراجع العربية حديثة وتتراوح في الفترة من (٢٠١٥ - ٢٠٢٢م) ، كما ان المراجع الاجنبية معظمها حديث

باستثناء مرجع واحد (٢٠١٢) ، وهذا ما يميز الدراسة ، وترجع الباحثة هذا الى حداثة موضوع الدراسة ، حيث تتناول التسويق الرقمي ودوره في الترويج للسياحة الداخلية وهو من الموضوعات الحديثة .

➤ **من حيث التنوع :** تميزت المراجع بالتنوع ، حيث قام الباحث بالتنوع في المراجع من حيث اللغة، فلقد جمع ما بين المراجع العربية والمراجع الاجنبية ، كما نوع من انواع المصادر ، حيث جمع ما بين كتب ، ورسائل ماجستير منشورة في المجالات أو الدوريات ، ورسائل ماجستير غير منشورة ، بالإضافة الى مراجع الانترنت والمواقع الالكترونية .

➤ **من حيث التوثيق:** لقد قام الباحث بتوثيق المراجع توثيقا حديثا متبعا في ذلك القواعد العامة لكتابة المراجع وفق الاصدار السابع من دليل APA7، حيث قام بكتابة قائمة المراجع في صفحة مستقلة مع عدم ترقيمها، حيث بدأ بالمراجع اللغة العربية تليها المراجع باللغة الأجنبية. و رتب المراجع حسب الاسم الأخير للمؤلف (اللقب) هجائيا وليس أبجديا، ويفصل بين كل عنصر من عناصر المرجع بنقطة (المؤلف . التاريخ . العنوان . المصدر.)، و كتابة (عنوان الكتاب، عنوان الرسالة ماجستير أو دكتوراه، اسم مجلة) بال خط المائل.

➤ **كفاية المراجع :**بالنظر الى المراجع نجد ان الباحث استند في اعداد البحث على عدد وافي الى حد ما من المراجع سواء العربية او الاجنبية ، كما استند الى بعض المواقع الالكترونية على الانترنت كموقع وزارة السياحة السعودية وغيرها من المواقع .

ثانيا: دراسة / دور التسويق لمنصات التجارة الإلكترونية في تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني.

➤ **من حيث الاتساق:** كانت المراجع تتسق مع موضوع الدراسة ، حيث ان بعض المراجع تناولت التسويق الالكتروني والتجارة الالكترونية وبطاقات الدفع الالكتروني ، والقرار الشرائي للمستهلك .

➤ **من حيث الحداثة :** لقد اعتمد الباحث في اعداد البحث على المراجع الحديث والقديمة معا ، حيث وجدت مراجع حديثة تتراوح ما بين عامي (٢٠١٥ - ٢٠٢٢) ، كما رجع لبعض المراجع القديمة التي تطرقت للواضح والتي تتراوح ما بين عامي (٢٠٠٥ - ٢٠١١) ، وهذا زاد من قوة البحث ، حيث بينت هذه المراجع كيف تطور التسويق لمنصات التجارة الإلكترونية في تبني المستهلك السعودي للتسوق الإلكتروني.

➤ **من حيث التنوع :** من خلال الاطلاع على المراجع للدراسة المختارة نجد ان هناك تنوع في المراجع ، حيث رجع الباحث للمراجع العربية والاجنبية في اعداد البحث ، كما تنوعت الراجع ا بين كتب ورسائل ماجستير ودكتوراه ، ورسائل منشورة في المجلات والدوريات العربية والاجنبية .

➤ **من حيث التوثيق:** من خلال الاطلاع على المراجع نجد ان توثيق المراجع في قائمة المراجع لم يكن بالشكل الجيد ، حيث لم يتبع القواعد العامة للتوثيق وفق دليل APA7 ، كما ان ترتيب المراجع لم يكن بالشكل الجيد ، فلم يتم ترتيبها هجائيا وفق الخطوات والقواعد الاساسية للتوثيق.

➤ **كفاية المراجع :** من خلال النظر الى المراجع التي اعتمد عليها الباحث في اعداد البحث قليلة للغاية ، سواء العربية منها أو الاجنبية ، على الرغم ن توافر العديد ن الراجع التي تناولت التجارة الالكترونية ، والتسويق الالكتروني ، وسلوك المستهلك عامة ، والمستهلك السعودي بصورة خاصة .

➤ **ومن خلال مراجعة المراجع في متن البحث ، ومقارنتها بالمراجع في قائمة المراجع، وجدنا ان هناك عدد من المراجع تم ذكرها في المتن ، لم يتم ذكرها في قائمة المراجع، وهذا يفقد البحث النزاهة والامانة العلمية.**

➤ **و بصفة عامة ومن خلال الاطلاع على مراجع كلا من الدراستين التي تم اختيارهما ، نجد ان الدراسة الاولى كانت جيدة ، حيث تميزت عن الدراسة الثانية من حيث حداثة المراجع ، والتوثيق الجيد للمراجع ، وكفاية المراجع وتنوعها ، والامانة العلمية، وحفظ حقوق الملكية الفكرية للمؤلفين .**

المراجع :

- عباس ، محمد ، نوفل ، محمد ، العيسى ،محمد ،ابو عواد ، فريال .(٢٠١٤).مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس .ط٥.دار المسيرة .الاردن.
- المحمودي ، محمد سرحان علي .(٢٠١٩).مناهج البحث العلمي. ط٣ . دار الكتب . صنعاء