

عنوان المشروع
دور النشاط الإعلامي في زيادة معدل الإقبال السكاني
(دراسة حالة : محافظة الخرج في المملكة العربية السعودية)

اسم الطالبة
ردينا يحيى الخميسي
2021205817
مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ 2024 - الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

2	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1.1. المقدمة:
4	1.2. مشكلة الدراسة
4	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
5	1.3.1. على المستوى النظري:
5	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
6	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
6	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
7	1.9. الدراسة الميدانية
7	1.10. مخطط المشروع المقترح
8	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
9	2.1. المقدمة:
9	2.2. المتغير المستقل
9	2.3. المتغير التابع
9	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
10	2.5. الخاتمة
10	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تطور المجتمع الإنساني هي فطرة و طبع بشري متأصل رغبةً في التوسع والمحافظة على بقاء الإنسان مع احترام العادات والتقاليد والقواعد المجتمعية . كما شهدت السنوات الخمسون الماضية زيادة أسرع في معدل النمو السكاني أدى إلى توسع الحضارة البشرية وتنويع المساحات التي يتمدّنها الإنسان، وكما هو واضح لنا أن هذا التوسع أدى إلى ابتكار وتطوير شتى أنواع وسائل التسهيل والراحة والتي أخذت بالتطور مع مرور الزمن بهدف التقدم في المجتمع الذي يعيش فيه (الإنسان) . ونظرًا للتعداد السكاني المتزايد توجّه إلى إنشاء مجتمعات عمرانية جديدة كامتدادات حضارية ومساهمة في تنشيط النمو الاقتصادي وإتاحة الوصول لبنية تحتية عالية الجودة بالإضافة إلى موازنة النمو العمراني وضمان استخدام الموارد الطبيعية بشكل أفضل (نجلاء جابر، 2015 , محمود العمري، 2016)

إن إدارة المشاريع لها دور حيوي في مشاريع الإسكان وذلك لعدة أسباب رئيسية أهمها : أن إدارة المشاريع تساعد في وضع خطة شاملة لتنفيذ المشروع بما في ذلك الجداول الزمنية و الموازنات ، والتي تؤدي إلى تنسيق مختلف الأنشطة لتنفيذ المشروع بسلاسة ومراقبة التقدم وتجنب أي مخاطر أو تأخيرات أو تكاليف غير متوقعة . بشكل عام إدارة المشاريع الناجحة تمكّن المطورين العقاريين من إنجاز مشاريع الإسكان بكفاءة وفعالية عالية والترويج لها بشكل مدروس مما يساهم في تحقيق رضا المستفيدين النهائيين من المشروع السكني .

وكما ذكر سابقاً توجّه المجتمع البشري إلى إنشاء مخططات سكنية في مناطق جديدة لتوفير التوازن السكاني ومعادلة استهلاك الموارد الطبيعية ، الأمر الذي وضّح لنا الصعوبة التي تواجهها قطاعات الإسكان في تحفيز السكان إلى الانتقال الأراضي العمرانية الجديدة ؛ كون الإنسان بطبيعته مقاوم للتغيير، منغلق تجاه التجارب الجديدة (روابي، سناء، 2020) . يتناول هذا البحث أهم النقاط حول تحليل العلاقة بين نشاط وسائل الإعلام في ترويج المناطق السكنية الجديدة وتوجيه التوسع العمراني .

1.2. مشكلة الدراسة :

أشارت الأبحاث السابقة إلى "أن عدد سكان العالم ارتفع بأكثر من ثلاثة أضعاف مقارنة بما كان عليه في منتصف القرن العشرين ومن المتوقع أن يستمر هذا التزايد على مدى ثلاثين سنة القادمة (صندوق الأمم المتحدة للسكان UNFBA, التوقعات السكانية في العالم 2022)". كما نرى مازالت تؤدي هذه الزيادة إلى خلق أعباء لا تقل أهمية عن الأعباء الاقتصادية والاجتماعية، تكمن هذه الأعباء في اكتظاظ المدن و أزمة الإسكان وانتشار السكن الفوضوي و تدني مستوى المرافق و الخدمات العامة، كل هذا فرض وضع خطة محكمة لمعالجة و تنظيم استخدامات الأرض، و البحث عن بدائل و متنفس للضغط الذي تشهده هذه المدن . ومما لا شك فيه اتخاذ البديل يشمل تحدي إقناع السكان إلى التخلي عن مكان إقامتهم بالإضافة إلى بعض العادات و التقاليد القديمة، و وتقبل التنوع الثقافي و اللاتجانس نتيجة لاختلاف مكان الإقامة السابق للسكان (روابي، سناء، 2020) .

وعلى الرغم من أن قطاعات الإسكان استعانت بوسائل ترويجية متعددة لتشجيع الناس على الانتقال والاستثمار في المناطق السكنية الحديثة – وهو ما نجح بشكل نسبي- ما زالت تواجه صعوبة في توجيه الإقبال الذي يحده التخوف من هذه التطورات وتمسك السكان بخلفيتهم المكانية. تهدف إدارة المشاريع إلى تحسين الممارسات السابقة ، وتطوير الوسائل الترويجية الإعلامية التي تجذب السكان لهذه المناطق وتؤيد تجديد المساحات السكنية القديمة. وقد وجد المطورون أنفسهم في هذا الصدد أمام فجوات بحثية في كلا المجالين النظري والتطبيقي..

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- 1- الاستغلال المحدود للوسائل الإعلامية . يهدف البحث إلى جعل النشاط الإعلامي أكثر تنوع في الوسائل الدعائية الإعلامية في سبيل إبراز الحاجات والمغريات لشدّ انتباه المعنيين وتوجيههم نحو هذه المشاريع.
- 2- عدم الاستهداف الكافي للمستثمرين حيث تمثل مشاركة المستثمرين وغيرهم من أصحاب المصلحة نقلة نوعية فعالة في إدارة وتمويل المشاريع السكنية وضمان جودة إنشائها ، إن دراسة طرق تحسين الوصول الإعلامي للأفراد والمنظمات المساهمين يرفع نسبة النشاط الميداني لهذه المشاريع على المستوى الإعلامي مما يجذب المزيد من المهتمين والمستثمرين.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1- فشل الإعلام في مسّ موطن الرغبات الفعلية للفئة المستهدفة، بسبب الضعف في تقييم نشاط السكان من الجوانب الثقافية والاجتماعية وغيرها ، مما أدّى إلى افتقار الإعلام للدقة في استهداف المعنيين نتيجة نقص المعلومات عن نشاطات السكان . يستدعي هذا الجانب توسع في البحوث لاستقصاء لوازم المعيشة التي تتوافق مع النشاط السكاني حتى يتمكن الإعلام من التماس رغبات السكان المستقبليين بشكل أدقّ.

2- عدم استغلال الميزات الجغرافية والمناخية للمناطق في الترويج للمناطق الحديثة ، هناك حاجة لأبحاث تطبيقية في كيفية استغلال المناطق الحضرية وتاريخها الديني والاجتماعي في زيادة الإقبال على المدن الجديدة وإظهار الإمكانيات السياحية فيها .

تتناول الدراسة عدة محاور للإجابة عن التساؤل التالي :

"كيف يمكن للنشاط الإعلامي التأثير في معدل إقبال السكان في المناطق حديثة الإنشاء ؟"

1.3. أهمية الدراسة

بتحديدنا للفجوات النظرية والتطبيقية يمكننا استخلاص أهمية البحث التي تتجلى في سد هذا الفجوات للنهوض بالنشاط الإعلامي لمستوى أعلى يخدم فيه القطاع الإسكاني بشكل فعال.

1.3.1. على المستوى النظري:

إجراء تقنيات البحث (المراقبة) : تنشيط قسم البحث والتقصي في مجال الإعلام وذلك لتوسيع بنك المعلومات والمصادر لاكتشاف أنماط الناس ومستوى معيشتهم ونشاطاتهم العملية والاجتماعية على أرض الواقع وعلى المنصات الاجتماعية وغيرها، مما يسهم في فهم تفضيلاتهم وتسهيل فهم احتياجاتهم .

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- 1- نجاح الإعلام في جذب اهتمام الفئات المستهدفة وعرض خصائص المشروع وما يقدمه من ميزات في إطار المنفعة المتبادلة
- 2- النجاح في استغلال الوجهات التاريخية والسياحية وعرضها بشكل جذاب سيفيد في إثارة الفضول عن ماهية المشاريع الجديدة وما فيها من فرص وظيفية وترفيهية وثقافية تساهم في زيادة فرصة إقبال السكان لهذه المنظومة الحديثة رغبةً في أن يكونوا جزءاً منها .

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- كتاب : علم الاجتماع السياسي من تأليف د. نجلاء جابر علي، 2015
<https://books.google.com.sa/books?id=sn8HEQAAQBAJ&lpg=PA1&hl=ar&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- دراسة :إنشاء المدن الجديدة يساهم في تحسين مستوى المعيشة وخلق فرص العمل, محمود العمري، 2016
<https://www.youm7.com/6009762>
- صندوق الأمم المتحدة للسكان ، التوقعات السكانية في العالم 2022
<https://www.un.org/ar/global-issues/population>
- مقال : إدارة المشاريع العقارية: دور إدارة المشاريع العقارية في ريادة الأعمال، 2024
<https://fastercapital.com/content/Real-estate-project-management--The-Role-of-Real-Estate-Project-Management-in-Entrepreneurship.html>
- دراسة ميدانية بمدينة باتنة - حملة 03 – أنموذجا ، روابحي، سناء 2020
<http://dspace.univ-batna.dz/handle/123456789/1397>