

اختيار الموضوع في البحث العلمي

بالتطبيق على دراسة

أثر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية والتراثية
في المملكة العربية السعودية: دراسة ميدانية

اعداد الطالب/ فارس المزيني

مقرر: مهارات بحثية

الفصل الدراسي

العام الدراسي 1446 - 2024

مقدمة:

تعد عملية اختيار موضوع البحث من المراحل المهمة والصعبة في عملية البحث العلمي، ويصفها كثير من الباحثين بأنها مشكلة بحد ذاتها، وعادة ما يدفع الباحث إلى اختيار موضوع ما هو الإحساس بوجود موقف محير أو غامض يحتاج إلى معرفة أو إجابة ، وفي هذه الحالة يمكن للباحث أن يسترشد بآراء الخبراء، أو قد يلجأ إلى مصادر المعلومات التي يمكن أن تزوده بالمعرفة حول هذا الموضوع. (عباس وآخرون ، 2014)

وسوف يقوم الباحث بمناقشة هذه الجزئية اختيار موضوع البحث العلمي بالتطبيق على دراسة: "أثر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية والتراثية في المملكة العربية السعودية" : دراسة ميدانية ، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الاسباب التي تساعد الباحث في اختيار الموضوع:

يضع المهتمون بشؤون البحث عدد من المعايير والاسباب التي تساعد الباحث في اختيار موضوعه ، ومن اهم هذه الاسباب ما يلي :

1- الأسباب الذاتية: تتعلق هذه الاسباب بشخصية الباحث وخبرته وإمكاناته وميوله ،وتتلخص أبرز الاسباب بما يلي:

- **اهتمام الباحث:** يميل الباحث إلى اختيار المشكلات التي يهتم بها اهتماماً شخصياً.
 - **قدرة الباحث:** أي لابد من توفر القدرة الفنية والمهارات اللازمة للقيام بهذا البحث، وإذا توفرت القدرة والمهارة يستطيع الباحث إتمام عمله.
 - **توفر الإمكانيات المادية:** لابد أن يراعي الباحث في اختياره لمشكلته توفر الإمكانيات المادية اللازمة لبحثه، وعلى الباحث أن يراعي قدرته على تحمل النفقات والأعباء المالية التي تتطلبها دراسته.
 - **توفر المعلومات:** ولاشك أن توفر المعلومات عن المشكلة وأبعادها يسهل مهمة الباحث ويجعله أكثر قدرة على معالجة جوانب البحث.
 - **المساعدات الإدارية:** إن الباحث لا يستطيع الخوض في بحثه إلا إذا حصل على المساعدة ويتوقف حصوله على المساعدة على عوامل تتعلق بالأنظمة والقوانين وتعاون المسؤولين.
- (عبيدات وآخرون، 2020).

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة التي تبحث في السياحة الثقافية والتراثية، واثـر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز جاذبيتها ، نجد ان الباحث اختار موضوع دراسته موافقا مع اهمتـامته ، حيث يدرس في كلية السياحة والآثار ،قسم السياحة والفنادق، مما يوفر المعلومات عن الموضوع وأبعاده يسهل مهمة ويجعله أكثر قدرة على معالجة جوانب البحث، وهذا يعزز من قدرته الفنية ومهاراته اللازمة للقيام بالبحث في هذا الموضوع.

2- اسباب اجتماعية وعلمية: تتعلق هذه الاسباب بمدى أهمية الموضوع التي يختاره الباحث وفائدته العملية، وانعكاس هذه الفائدة على المجتمع وتقدمه أو على تقدم العلم وتحقيق إنجازات علمية، ومن أبرز الاسباب الاجتماعية والعلمية ما يلي:

- الفائدة العلمية للموضوع: إن يكون الباحث على وعي بمدى الفائدة العلمية لهذا الموضوع و ما الجهات التي تستفيد منه؟ فإذا وجد إجابات ، فإن ذلك سيشجعه على اختيار موضوع البحث، أما إذا وجد موضوع البحث غير مفيد من الناحية العلمية، فالأجدر به أن لا يخوض في هذا الموضوع.

- مدى مساهمة البحث في الموضوع في تقدم المعرفة: هل يساهم البحث في تقدم المعرفة الانسانية سواء كانت تربوية أم نفسية أو غيرها .

- تعميم نتائج الدراسة: مدى قابلية تعميم نتائج، حيث يحاول الباحث اختيار مشكلته وتصميم بحثه بحيث يكون له طابعاً عاماً وبحيث يسهل تعميم نتائجها على الحالات المتشابهة. (صابر ، 2004)

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة التي تبحث في أثر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية والتراثية في المملكة العربية السعودية، نجد ان الباحث كان على وعي تام بأهمية الموضوع في توفير إرشادات وتوصيات للمستهلكين للخدمات السياحية في المملكة العربية السعودية، للاستفادة من استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي في تحسين تجربتهم وزيادة رضائهم وولائهم، وإرشاد صانعي السياسات والمنظمات المعنية بتطوير قطاع السياحة في المملكة، للاستفادة من استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي في ترويج الموروث الثقافي والتاريخي للمملكة، وزيادة جاذبيتها للسياح المحلي والدولي.

كما ان الباحث مدرك لمساهمة موضوع البحث في توسيع المعرفة حول التسويق الرقمي والسياحة الثقافية والتراثية، والعلاقة بينهما ،و استكشاف الأثر لاستراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز

جاذبية السياحة الثقافية والتراثية ، وان نتائج البحث في هذا الموضوع يسهل تعميمها على الحالات المتشابهة.

ثانياً: مصادر الحصول على الموضوع:

ان مصادر الحصول على الموضوعات الغامضة له العديد من المصادر والتي من اهمها ما يلي :

1- محيط العمل والخبرة العملية: يستطيع الانسان من خلال تجاربه العملية ، وخبرته الفردية في المحيط الذي يعمل فيه يواجه عدد من المواقف والحالات التي تعكس مشكلة قابلة للبحث والدراسة .

2- القراءة الواسعة والناقدة: يستطيع الباحث ان يحدد مواقف وحالات غير مفهومة لديه، وتثير لديه مجموعة من التساؤلات التي يستطيع ان يدرسها ويبحث فيها عندما تسنح له الفرصة من خلال قراءاته الفردية ومطلعاته الناقدة والمتعمقة .

3- البحوث المستقبلية: يوصي الباحثون زملاءهم اللاحقين عادة بمعالجة مشكلة ما أو مجموعة من المشكلات التي ظهرت اثناء بحثهم ، والقيام بمزيد من البحوث في مجال محدد .

4-تكليف من جهة : حيث تقوم بعض الجهات الرسمية أو غير الرسمية كالدوائر والمؤسسات الانتاجية والخدمية المختلفة بتكليف باحث أو اكثر لمعالجة مشكلة معينة أو ظاهرة سلبية تعكس مشكلات تواجههم ، لمعرفة اسبابها ، والبحث عن حلول مناسبة لها . (قنديلجي ، 2022)

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحث استطاع الحصول على الموضوع من خلال خبرته العلمية والعملية ودراسته في كلية السياحة والأثار قسم السياحة والفنادق، مما سهل عليه قراءة المزيد من الدراسات والمراجع ، التي استطاع من خلالها جمع المعلومات والبيانات حول الموضوع واستشعار ضرورة البحث فيه.

ثالثاً: وضوح الموضوع وأهميته:

بعد ان قام الباحث باختيار الموضوع يشرع الباحث في كتابته ، والتمهيد الدقيق لموضوعه ، بعد أن ثبت لديه من خلال القراءات أن موضوعه يستحق يكون موضوعاً بحثياً ،كون موضوع البحث جديداً غير مكرر على حد علم الباحث، وهنا الباحث يعرض لموضوع البحث بشكل تمهيد، من خلال وصف عام للظواهر المرتبطة بموضوعه، وتقديم بعض البراهين العلمية على موضوعه من نظريات ، ودراسات ، وإحصاءات بصورة مختصرة. (الغريب، 2012، 207)

❖ وبالتطبيق على الدراسة المختارة نجد ان الباحث قام بوصف عام للظواهر المرتبطة بالموضوع ،حيث تحدث بشكل عام عن التسويق الرقمي كأهم الأدوات الحديثة التي تساهم في ترويج المنتجات والخدمات وزيادة الوعي بالعلامات التجارية، كما تحدث عن السياحة الثقافية والتراثية ، كأحد الخدمات التي يساهم التسويق الرقمي في ترويجها ، و كشكل من أشكال السياحة التي تهدف إلى استكشاف وتقدير الجوانب التاريخية والفنية والدينية والاجتماعية للوجهة. واستشهد الباحث بالإحصاءات عن السياحة الثقافية والتراثية وفقاً لمنظمة السياحة العالمية (UNWTO)، حيث تمثل السياحة الثقافية والتراثية 40% من إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين وتدر إيرادات سنوية تبلغ 1.2 تريليون دولار .

كما نجد ان الباحث تحدث بشكل خاص عن السياحة الثقافية والتراثية بالمملكة العربية السعودية ومدى توفرها ،ولكن هذا النوع من السياحة في المملكة يواجه بعض التحديات في استقطاب عدد أكبر من الزوار، خصوصاً في ظل المنافسة الشديدة بين الوجهات السياحية في المنطقة.

ولذلك لمس الباحث الحاجة الماسة إلى استخدام استراتيجيات التسويق الرقمي بشكل فعال لزيادة شهرة المملكة كوجهة سياحية ثقافية وتراثية، وتحسين صورتها لدى الزائرين المحتملين.

ومن هنا وجد ضرورة البحث في هذا الموضوع ولذلك اختار هذا الموضوع للبحث فيه والتعرف على أثر استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز جاذبية السياحة الثقافية والتراثية في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تحديد المتغيرات المؤثرة في هذا الأثر، وقياس مدى العلاقة بينها، واستخدام أساليب البحث العلمي المناسبة لجمع وتحليل البيانات.

المراجع

- صابر، ممدوح. (2004) البحث العلمي بين النظرية والتطبيق، مكتبة المتنبي، الدمام.
- عباس ، محمد ، نوفل ، محمد ، العيسى ،محمد ،ابو عواد ، فريال .(2014).مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس .ط5.دار المسيرة .الاردن.
- عبيدات، ذوقان، عبد الحق ، كايد ، وعدس ، عبد الرحمن. (2020) . البحث العلمي- مفهومه وأدواته وأساليبه. دار الفكر .الأردن.
- الغريب، عبد العزيز بن علي.(2012).تصميم البحوث الكمية والكيفية وتطبيقاتها في العلوم الاجتماعية.ط1.دار الزهراء .الرياض.
- قنديلجي ، عمر.(2022).البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية .ط8. دار المسيرة .الاردن .