

## تخطيط إجراءات بحوث التسويق السياحي:

تتضمن بحوث التسويق السياحي استخدام المنهج العلمي في التفكير وجمع المعلومات وتحليلها واستخلاص النتائج منها بغرض المساعدة في اتخاذ قرارات تسويقية فاعلة ومؤثرة ، أو وضع خطط معينة . وما لم تخطط الإجراءات وتنظم فان هناك احتمالات بان يخرج البحث عن هدفه .

وهذه مراحل رئيسية ينبغي على الباحث التسويقي في صناعة السياحة المرور بها وإجادتها لضمان منهجية صحيحة للبحث التسويقي السياحي .

### ١. تحديد المشكلة :

هذه الدراسة تتضمن الإلمام التفصيلي والشامل بالمعلومات الخاصة بالمشروع السياحي من حيث المنتجات السياحية المتقدمة ، السوق التي يتعامل المشروع فيها أو يقدم الخدمات ، طرق توزيع منتجات المشروع ، نشاط البيع ، طرق الشراء والمفاوضات ، نشاط الترويج ، القوى العاملة إلخ .

ودراسة مايقابل ذلك في ميدان المنافسة المباشرة وغير المباشرة ، أي هذه المرحلة تتضمن تجميع معلومات ودراستها عن المشروع وأيضاً عن المشاريع التي تتنافس مع هذا المشروع ، وباستطاعة الباحث طرح مشكلة البحث على شكل أسئلة محددة ودقيقة ذات علاقة مباشرة بالمشكلة التي يراد دراستها .

## كيف يتم الحصول على المعلومات في هذه المرحلة ؟

- \* التحدث مع المسؤولين في الفنادق أو المطاعم أو وكالات السياحة والسفر .
- \* الإطلاع على سجلات مؤسسات الضيافة أعلاه ( إن أمكن ) .
- \* الإطلاع على تقارير البحوث السابقة ذات العلاقة بالمشكلة ومحيطها .
- \* الحصول على معلومات أو البحث عن شئ يتعلق بالمشكلة وبالمعلومات العامة والتي سبق نشرها أو هي قيد النشر وذات علاقة مباشرة بالمشكلة الخاصة بالبحث .

### ٢. القيام بتطوير خطة البحث لجمع المعلومات :

خطة البحث تعد من أهم خطوات البحث . في هذه المرحلة يتحدد الشكل النهائي لأغراض الدراسة ، كما أنه في هذه المرحلة يتم تعيين أنواع البيانات الواجب جمعها ومصادرها ، كما تتم نشاطات مثل تجهيز الاستثمارات والنماذج اللازمة لجمع البيانات ، كما تتم نشاطات مثل تصميم العينة الإحصائية ، وإجراء الاستقصاء التجريبي ، ورسم البرنامج التنفيذي للمراحل التالية من البحث .

## ماذا يفعل الباحث خلال هذه المرحلة ؟

- ١ : يضع الباحث قائمة مفصلة بما توصل اليه من فروض أثناء التحري التمهيدي .
- ٢ : يقوم الباحث بتقليص مفردات هذه القائمة .
- ٣ : يضع الباحث عدد قليل من الفروض ( بين ١ - ٥ عادة ) .
- ٤ : تتحول هذه الفروض إلى أهداف للبحث وعليه يجب أن تصاغ في قالب مناسب وصحيح .

## أبرز أنواع جمع البيانات لأغراض خطة البحث :

: ١ مصادر البيانات : هناك نوعان من البيانات من الضروري التمييز بينهما ، وهما :

### البيانات الثانوية والبيانات الابتدائية ( الأولية )

**البيانات الثانوية :** تجمع عادةً وأصلاً لغرض غير البحث الجاري ، أي أنها معلومات غير متعلقة بشكل مباشر بصلب المشكلة ، هذه المعلومات تكون منشورة وجاهزة للاطلاع .  
البيانات الأولية : وهي تجمع أصلاً لأغراض البحث الجاري وتتعلق بصلب المشكلة أو الموضوع المراد بحثه وتكون على شكل خامات معدة للتجهيز ، أي أنها غير جاهزة ومتكاملة ، وعلى الباحث أن يجهد نفسه للحصول عليها .

### مصادر البيانات الثانوية :

- ١ : من أرشيف المشروع أو المكتبة ( ملفات الفندق أو مكتب السياحة والسفر )
- ٢ : تقارير دائرة الإحصاءات وتقارير وزارة السياحة والآثار .
- ٣ : تقارير وكلاء السياحة والسفر .
- ٤ : تقارير شركات الطيران .
- ٥ : ما تنتشره الجهات الأخرى من دوريات وإحصائيات وبحوث لها علاقة بمؤسسات الضيافة في البلد المعني .
- ٦ : ما تنتشره منظمة السياحة العلمية .

### مصادر البيانات الأولية :

يتم الحصول على البيانات الأولية بوسائل :

أ - **الاستقصاء :** يتم توجيه الأسئلة إلى أفراد المجتمع موضوع البحث أو إلى عينة منه . ولهذا تسمى هذه الوسيلة أحياناً طريقة الأسئلة .

ب - **الملاحظة :** مشاهدة أو ملاحظة الظاهرة المراد قياسها أو دراستها .

ج - **التجربة :** تنفيذ السياسة محل البحث في عينة محددة من مؤسسات الضيافة مثلاً عدد قليل من المطاعم والفنادق ومعرفة مدى صلاحية هذه السياسة بقياس تأثيرها في المبيعات ، ونسب الأشغال الفندقية ، الحصة السوقية .... إلخ .

د - **المقابلات :** حيث يقوم الباحث بتحديد لقاءات مركزة مع المبحوثين لاستجوابهم حول الأسئلة الخاصة بالبحث .

### تجهيز استمارة الاستقصاء:

تتضمن الاستمارة عادةً أربعة عناصر أساسية :

- ١ - استمالة المستجوب إلى التعاون .
- ٢ - أسئلة عن المعلومات الرئيسية المراد جمعها .
- ٣ - شرح الأسئلة عند الضرورة .
- ٤ - أسئلة عن خصائص مفردات البحث تفيد في تبويب المعلومات الأساسية وتصنيفها .

## د. علاء حسين السرابي

كما يجب أن تحتوي استمارة الإستقصاء على تفسيرات كاملة للأسئلة التي يزيد بها التفسير إيضاحاً وذلك في حالة الاستقصاء بالبريد .

### قواعد توجيه الاسئلة في الاستمارة :

- ١ . يجب أن لا يسأل المستجوب أو السائح إلا عن معلومات يمكنه تذكرها وسردها بوضوح .
- ٢ . أن لا يحتوي السؤال على أكثر من مسألة واحدة .
- ٣ . أن تستبعد الأسئلة التي يفيد مضمونها تعميمات وغموض .
- ٤ . أن لا يكون السؤال ماساً بشخصية المستجوب أو إنسانيته وكرامته وان لا يكون محرّجاً بالنسبة له .

### طرق اختيار العينات :

- قبل استعراض هذه الطرق ينبغي أولاً تسليط الضوء على مشكلات اختيار العينات محل البحث ، فأين تكمن هذه المشاكل ؟
- ١ . هل أن العينة التي يختارها الباحث تمثل بشكل صحيح المجتمع المطلوب دراسته ؟
  - ٢ . هل أن العينة لوحدها كافية لإعطاء صورة حقيقية عن الحالة المرغوب دراستها وبحثها ؟
  - ٣ . هل تسمح العينة بإنجاز بسرعة وتكلفة مناسبة ؟
  - ٤ . هل أن العينة ستكون ممثلة بشكل صادق لملاحظاته استقصاءه وتجاربه؟
  - ٥ هل أن الباحث اختار الطريقة الصحيحة للعينة ؟
  - هل يستطيع الباحث ان يكون فعلاً عادلاً ومنصفاً لا يتأثر بمشاعره وتحيزه ومحاباته خلال مرحلة اختيار العينة ؟
  - ٦ . هل أن طريقة العينة تضمن تحقيق الهدف المنشود بالكفاءة والدقة والمصدقية المنشودة ؟
  - ٧ . هل أن العينة فعلاً طريقة علمية لا تتأثر بالأمزجة الشخصية ؟
  - ٨ . هل أن العينة مؤلفة ، مثلاً من ( ١٥٠ ) سائح تمثل سلوك وعادات الشراء لمجتمع مؤلف من ( ١٥٠,٠٠٠ ) سائح أو أكثر .
  - ٩ . هل يوجد ضمان ، أي ضمان ، أن العينة مهما كانت علمية تمثل مجتمع البحث ؟

### الطرق السليمة لاختيار العينات :

هناك طريقتان أو مجموعتان لاختيار العينات وهما :

- ١ . الطرق الاحتمالية.
- ٢ . الطرق غير الاحتمالية .

## د. علاء حسين السرابي

يقصد بالطرق الاحتمالية أنها طريقة تعطي لكل مفردة من مفردات مجتمع البحث فرصة معروفة أو احتمالاً معروف المقدار لاختيارها ضمن العينة، ويتطلب ذلك اختيار مفردات العينة دون أن يكون للباحث دخل ذاتي أو تدخل في هذا الاختيار، بمعنى أن الاختيار يتم بطريقة موضوعية على أساس آلي أو أوتوماتيكي أو صد في .

إن هذه الطريقة تسمح بالآتي :

١. تحديد حجم العينة .
٢. قياس مدى الدقة في التقديرات المتحصل عليها على أساس احصائي سليم من خلال مقارنة احصاءات العينة بمعلومات مجتمع البحث.
٣. تعيين كل مفردة من مفردات العينة تعييناً محدداً وبهذا يتم القضاء على خطر التحيز في اختيار مفردات العينة من قبل المستقيين وتسهيل مهمتهم أيضاً . وهذه الخصائص المهمة لا تتوفر بالطرق غير الاحتمالية .

## أنواع الطرق الاحتمالية الشائعة في بحوث التسويق :

### ١. الطريقة الاحتمالية المطلقة ( الطريقة العشوائية ) ولها مزايا .

- أ - من الطرق السهلة من ناحية التطبيق .
- ب في ضوء هذه الطريقة تكون لكل عينة من حجم معين ممكن سحبها من مجتمع البحث ، فرصة معروفة ومتكافئة لاختيارها ضمن العينة .
- ج . عندما تكون مفردات البحث قليلة العدد ، يتم تخصيص بطاقة لكل مفردة ثم خلط الأوراق ( البطاقات ) خطأً جيداً واختيار عدد من البطاقات بقدر الحجم المقرر للعينة .
- د - تكون لدى الباحث قائمة محدد فيها كل مفردة من مفردات مجتمع البحث .

### مثال:

قائمة أو كشف بأسماء السياح الغربيين فقط ، قائمة أو كشف بأسماء مجاميع سياحية من ذوي دخول معينة ، قائمة أو كشف بأسماء السياح القادمين بسبب الوازع الديني ... إلخ .

### ٢. المعاينة الطباقية العشوائية :

هنا يقوم الباحث بتجزئة أو تقسيم مجتمع البحث إلى قطاعات حسب خصائص معينة ثم سحب عينة من كل قطاع بالطريقة الاحتمالية المطلقة والعشوائية .

### مثال:

تجزئة قائمة السياح إلى قطاعات حسب هدف الزيارة للبلد . وتسمح هذه الطريقة بالجدول على تقديرات أدق بالمقارنة مع الطريقة الاحتمالية وبكلفة معقولة .

### ٣. الطريقة الدورية أو المنتظمة :

في الطريقتين السابقتين يتم اختيار العينة من أول الأمر على اختيار الصدفي لمفردات مجتمع البحث . أما في الطريقة الدورية فإن الاختيار يكون على الاختيار الصدفي لمجموعات من مفردات مجتمع البحث .

### مثال:

## د. علاء حسين السرابي

لنفترض أن مجتمع البحث يتكون من (١٠٠) سائح ، وإنما نرغب في سحب عينة قوامها (٢٠) سائح ( أي بنسبة ١:٥ ). فماذا نفعل ؟  
نقوم بالسحب صدفيًا، رقمًا ما بين ( ١-٥ ) ولنفترض أن الرقم الذي سحبناه هو رقم (٢) وهكذا تتكون العينة بحيث تشمل مجموعة السياح التي تمثلها الأرقام ٢ ، ٧ ، ١٢ ، ١٧ ، ٢٢ ، إلى ٩٧ . إن الفترة الدورية بين كل رقم من هذه الأرقام والرقم التالي تسمى (( مسافة العينة )) .

### مزايا الطرق الدورية :

- ١ . السهولة والسرعة في سحب العينة .
- ٢ . عدم الحاجة إلى الاستعانة بجداول الأرقام الصفية .
- ٣ . لا تستلزم دائماً وجود قوائم بمفردات مجتمع البحث عند بدء سحب العينة .

### مشكلات الطريقة الدورية :

- ١ . لا تسمح بالقياس الإحصائي أصلاً لمدى الدقة في مقادير القيم المتحصل عليها من العينة .
- ٢ . احتمال ارتباط مسافة العينة بمفردات ذات خصائص معينة تؤثر في القيمة محل القياس وتؤدي إلى نتائج مضللة .