

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الصديق بن يحيى - جيجل



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

بمعنوان

## دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي

### دراسة حالة ولاية جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

تحت إشراف الأستاذة:

د. غريبي فتحية

من إعداد الطالبين:

بوصهال خليل

بومجبرك شيماء

أعضاء لجنة التقييم

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ سعيود عريف
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذة غريبي فتحية
ممتحنا	جامعة جيجل	الأستاذ كرباح رحمة

السنة الجامعية: 2021/2020





## شكر وعرافان

بسم الله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله نحمده ونشكره عزوجل على إنعامه علينا بنور العلم

ووفقنا في طلبه وبفضله تم إتمام هذا العمل المتواضع

نتقدم بجزيل الشكر والعرافان والامتنان وخالص العرفان والتقدير إلى من أشرفت على هذا العمل وحرصت

على تقديم كل خبرتها ولم تبخل علينا بشيء الأستاذة المحترمة "غريبي فحيجة" التي لو تكلمنا بكل الحروف

لن نوفيها حقها وتعيبها

كما أتقدم بالشكر إلى جميع أساتذة قسم العلوم التجارية على ما قدموه من دعم ومساعدة من لإنجاز هذا العمل

كما أوجه شكري الجزيل إلى كل من ساعدنا في هذا العمل خاصة في الجانب الميداني (spss).

مكتبة جيقا "فؤاد لبادة" الذي قدم كل خبرته وجهوده ولم يبخل علينا بشيء .

وتحية طيبة وجزاكم الله تعالى خير الجزاء وجعل ذلك في ميزان حسناتكم يوم القيامة

## إهداء

لكل نبض في قلبي إلى الرجل الذي صبر وتحمل كل الأوجاع من أجل رسم

السعادة على وجوهنا إلى الذي

أفنى حياته من أجل تعليمنا إلى رمز الحب والعطاء

"أمي"

لكل قطرة عرق في جبيني إلى قرة عيني إلى التي حرمت نفسها من كل شيء وأعطتني إلى من

سقتني بحبها وبلطفها ربتي، وبدعائها لم تبخلني، إلى المرأة العظيمة التي تحملت مصاعب الحياة التي بفضلها أنا هنا

"أمي"

إلى التي علمتني أن الحياة عمل أمل علمتني كيف اشق طريقي ولن أفشل أمام المصاعب، إلى ا

لشمعة التي تنير دربي التي لم تبخل عليا بشيء إلى روحي

"أختي"

إلى من شاروني هذه الحياة إلى سندي وبهجتي إلى روحي والهواء الذي أنفسه إلى أعز ما أملك في هذه الحياة "إخوتي"

إلى الذي قاسم معي هذا العمل بمراته قبل حلاوته إلى الذي لم يبخل عليا بشيء، وكان سنديا

ممتينا لم يمل رغم الصعاب التي واجهتنا أتمنى من الله أيسير دربه ويحفظه من كل سوء زميلي

"خليل"

إلى الأخت التي لم تلدها أمي إلى رفيقة دربي التي قاسمت معي هذا المشوار الراسي

من بدايته إلى نهايته إلى نصفي الثاني "صديقتي سعيدة"

إلى الذي وجدته في ضراء قبل السراء وفي حزني قبل فرحتي، إلى على الذي

من حول كل دمة إلى ابتسامته، إلى من كان صديقا بل أكثر من

إلى الذي عرفتنا بهم الحياة صدفة وكانت أجمل صدفة

إلى الذين أصبحوا أكثر من أصدقاء لنا

حفظهم الله وراعهم من كل شر.

شيما

## إهداء

إلى من تربيته على يديه من علمني القيم والمبادئ  
والأخلاق إلى من لا ينفصل اسمي عن اسمه أبداً، إلى  
مصدر الدعم والعطاء وينبوع الأمل "أبي الغالي" حفظه الله  
وأدامه الله تاج على رأسي دائماً وأبداً

إلى الصدر الدافئ والحنون إلى من تذكرني بدعاء في ليلها  
ونهارها إلى من لا أجد لها كلمات تعبر عنها أو توافيها حقها  
" أمي الغالية " أطال الله عمرها وكتب الله لها دوام الصحة  
والعافية

إلى نجوم سمائي المتلألئة وسندي في الحياة إخوتي  
وأخواتي، وكل من وقف بجانبني في مسيرتي الدراسية.

إلى رفيقة دربي التي شاركتني هذا العمل المتواضع "شيماء"

أهدي تخرجي هذا وثمره جهدي وذروة سنام دراستي لوالدي  
وفرحتي.

خليل

## ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي لولاية جيجل، حيث تضمنت هذه الدراسة محاور عن العادات والتقاليد وكذا التنشيط السياحي الداخلي، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة النظرية ومنهج دراسة حالة في الدراسة الميدانية وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات حول متغيرات الدراسة، حيث تم توزيعها على عينة عشوائية شملت 158 يمثلون مجتمع الدراسة، في حين تم استخدام برامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss من أجل تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن للعادات والتقاليد دور ضعيف نسبيا في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل محل الدراسة. وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها تم تقديم مجموعة من اقتراحات على السياحة الداخلية لولاية جيجل والعادات والتقاليد أهمها: تفعيل النشاطات الخاصة بالعادات والتقاليد في ولاية جيجل وإعطائها بعدا سياحيا. الكلمات المفتاحية: العادات والتقاليد، السياحة الداخلية، الطلب السياحي.

## Abstract:

This study aimed to know the role of customs and traditions in activating the internal tourist demand in the state of Jijel, as this study included axes on customs and traditions on the one hand, and tourism activation on the other hand, and the descriptive analytical approach was relied on in the theoretical study, and the method was a case study in the study. The field questionnaire was used as a tool to collect data about the study variables, as it was distributed to a random sample of 158 people representing the study population, while the statistical package for the social sciences (spss) programs were used to analyze the data and test the hypotheses of the study.

As for the results of the study, it was concluded that there is a positive and somewhat high level of the role of customs and traditions in activating the internal tourist demand in the state of Jijel under study.

In light of the findings, a set of suggestions were presented on domestic tourism, customs and traditions for the state of Jijel, the most important of which are: Creating effective activities to encourage and introduce local customs and traditions and circulate them to the various tourist regions.

**Keywords:** Customs and traditions, domestic tourism, tourism demand.

# قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر
	الإهداء
	الملخص
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
أ-ب-ج-د	مقدمة
<b>الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة</b>	
06	تمهيد
07	المبحث الأول: عموميات حول متغيرات الدراسة
07	المطلب الأول: عموميات حول العادات والتقاليد
08-07	الفرع الأول: العادات
11-09	الفرع الثاني: التقاليد
12	المطلب الثاني: مدخل للطلب السياحي الداخلي
15-12	الفرع الأول: السياحة الداخلية
25-16	الفرع الثاني: الطلب السياحي الداخلي
26-25	المطلب الثالث: العلاقة بين متغيرات الدراسة
26	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة
26	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالعادات والتقاليد
27	المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالتنشيط السياحي
29-28	المطلب الثالث: الإضافة العلمية للدراسة
30	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية</b>	
32	تمهيد
33	المبحث الأول: عوامل تنشيط السياحة بولاية جيجل
33	المطلب الأول: تقديم ولاية جيجل
37-34	المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية جيجل
40-37	المطلب الثالث: الطلب السياحي بولاية جيجل (2014-2019)

41-40	المطلب الرابع: عادات وتقاليد بولاية جيجل
42	المبحث الثاني: منهجية وأدوات الدراسة
42	المطلب الأول: منهجية الدراسة
44	المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة
47	المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة
48	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
54-48	المطلب الأول: تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة
64-54	المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الدراسة
70-64	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
71	خلاصة الفصل
75-73	الخاتمة
79-77	قائمة المراجع
100-81	الملاحق

## قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أنواع العادات	08
02	الفرق بين العادات والتقاليد	10
03	الشواطئ المسموحة والممنوعة للسباحة بجيجل	35
04	تطور عدد السياح الوافدين إلى الفنادق (2014-2019)	38
05	تطور عدد السياح الوافدين إلى المخيمات (2014-2019)	39
06	تطور عدد السياح الوافدين على الإقامة عند القاطن (2014-2019)	40
07	الإحصائيات الخاصة بالاستبيان	43
08	مقياس سلم ليكرث لخماسي	44
09	الصدق (الاتساق) الداخلي لأبعاد محور تصنيف العادات والتقاليد	45
10	الصدق (الاتساق) الداخلي لأبعاد محور تنشيط الطلب السياحي الداخلي	46
11	معامل ألفا كرونباخ لنتبات الاستبانة	47
12	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	49
13	توزيع أفراد العينة حسب السن	50
14	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	51
15	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	52
16	توزيع أفراد العينة حسب المهنة	53
17	توزيع أفراد العينة حسب الدخل	54
18	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحاور الدراسة	55
19	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الأول على المحور الثاني	56
20	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الثاني على المحور الثاني	57
21	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الثالث على المحور الثاني	58
22	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الرابع على المحور الثاني	59
23	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الأول على المحور الثالث	60
24	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الثاني على المحور الثالث	61
25	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الثالث على المحور الثالث	63
26	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للبعد الرابع على المحور الثالث	64
27	نتائج تحليل الانحدار المتعلقة باختبار التوزيع للاستبانة	65
28	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الأولى	66

## قائمة الجداول

68	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الثانية	29
69	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الثالثة	30
70	نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرابعة	31

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
18	خصائص الطلب السياحي	01
19	مراحل الطلب السياحي	02
38	منحنى بياني لتطور عدد السياح المحليين للفنادق بولاية جيجل (2014-2019)	03
39	منحنى بياني لتطور عدد السياح الوافدين للمخيمات بولاية جيجل (2014-2019)	04
40	منحنى بياني لتطور عدد السياح المحليين للإقامة عند القاطن بجيجل (2014-2019)	05
49	توزيع أفراد مجتمع حسب الجنس	06
50	توزيع أفراد المجتمع حسب الفئة العمرية	07
51	توزيع أفراد المجتمع حسب الحالة الاجتماعية	08
52	توزيع أفراد المجتمع حسب المستوى التعليمي	09
53	توزيع أفراد المجتمع حسب المهنة	10
54	توزيع أفراد المجتمع حسب الدخل	11

## قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
84-81	الاستبان	01
89-85	البيانات الوصفية لأفراد العينة	02
90	الاتساق الداخلي	03
92	معامل ألفا كرونباخ	04
93	المتوسطات والانحرافات المعيارية	05
95	اختبار التوزيع الطبيعي	06
100-96	اختبار الفرضيات	07

# مقدمة

تعتبر السياحة من بين أهم القطاعات في اقتصاديات الدول النامية، حيث تكتسي أهمية اجتماعية واقتصادية وحتى ثقافية حيث تعكس مدى تقدمها الحضاري والثقافي لكل بلد حيث تسعى مختلف دول العالم إلى استغلالها من خلال تحديد محددات الطلب السياحي التي تحكم في السياحة الداخلية لأنها تلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي ومصدر لجذب العملية الصعبة وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة وذلك لتحقيق جاذبية سياحية تتماشى وطموحات المنشودة.

وباعتبار العادات والتقاليد تراث اللامادي الذي يجسد المجتمع في منطقة معينة، فهي تساعد في نمو اقتصاديات ونشاطات ترقى بمعيشة المجتمع والتي تعتبر في مجملها عن الأهمية التي تحظى بها مختلف العادات والتقاليد وتتميزها من أجل استقطاب السياح إلى تلك المناطق فهي تحاكي خبرات الشعوب والتي تم توارثها عبر العصور المختلفة.

#### • مشكلة الدراسة:

أدى النمو غير المسبوق الذي شهدته السياحة الداخلية خلال هذه السنوات الأخيرة إلى ظهور منافسة بين عدد كبير من الوجهات السياحية لتنشيط السياحة بها وذلك من خلال تهمين وتشهير مختلف العادات والتقاليد والتي يجب إدماجها مع مصالح قطاع السياحة نظرا للعلاقة المتبادلة بين القطاعين من جهة، ودراسة العوامل المؤثرة على تنشيط الطلب السياحي الداخلي من جهة أخرى واستغلال النشاط السياحي كآلية لتسويق منتجاتها.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

**ما مدى مساهمة العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي؟.**

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى مساهمة العادات والتقاليد الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل؛
- ما مدى مساهمة العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل؛
- ما مدى مساهمة العادات والتقاليد الموسمية في ترقية المواقع السياحية بولاية جيجل؛
- ما مدى مساهمة الصناعات التقليدية والحرفية في تهمين شهرة السياحة الداخلية في ولاية جيجل.



• فرضية الدراسة:

للإجابة على التساؤل الرئيسي قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية والتي تمثل احتمالا وإمكانية لحل المشكلة والتي سنعتمد عليها في بحثنا هذا والمتمثلة في:

- الفرضيات الفرعية:

- ❖ يوجد أثر لبعده العادات الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل؛
- ❖ يوجد أثر لبعده العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية في تنشيط السياحة الداخلية بولاية جيجل؛
- ❖ يوجد أثر لبعده العادات والتقاليد الموسمية في ترقية المواقع السياحية بولاية جيجل؛
- ❖ يوجد أثر لبعده الصناعات التقليدية والحرفية في تهمين شهرة السياحة الداخلية في ولاية جيجل.

• أهداف الدراسة:

تهدف من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة وقياس مدى مساهمة العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي؛
- تزويد ونشر المعرفة بين أوساط مختلف الفاعلين في قطاعي العادات والتقاليد والسياحة ودورها في ترقية قطاع السياحة من خلال مدى مساهمتها في تنشيط الطلب السياحي؛
- إثراء مكتبة الجامعة بمنثل هذه الدراسات في مجال التسويق السياحي والفندقي.

• أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذه الدراسة في إبراز الدور الكبير للعادات والتقاليد من جهة والتي تساهم في تنشيط السياحة الداخلية من جهة ثانية، والتي أصبحت بديلا اقتصاديا مهما من شأنه أن يفك العزلة على بعض المناطق وترقيتها وبالتالي تفعيل الدور التنموي للسياحة على المستوى المحلي.

• أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار الموضوع نوجزها فيما يلي:

- التطور الذي تشهده السياحة في العالم والاتجاه المتزايد نحو السياحة الداخلية؛
- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت موضوع العادات والتقاليد في القطاع السياحي الداخلي؛



- المساهمة في تثمين رصيد المكتبة الجامعية خاصة أن الموضوع لم يسبق معالجته من قبل في مذكرات التخرج.

• **حدود الدراسة:**

- الحدود المكانية: تمثلت في مكان حقل الدراسة الذي يبحث فيه موضوع والتمثل في ولاية جيجل حيث وزعت الاستبانة إلكترونياً على فئات من مختلف ولايات الوطن على عينة مكونة من 80 عينة واستبانة ورقية وزعت على الطلبة داخل الجامعة مكونة من 60 عينة و 18 عينة أخرى على مختلف الفنادق الولاية

- **الحدود الزمنية:** تم إجراء هذه الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2020-2021.

- **الحدود المكانية:** تمثلت في المكان الذي وزعت فيه الاستبانة ورقياً داخل ولاية جيجل والمكونة من 78 شخص، الاستبانة الإلكترونية وزعت على فئات من مختلف ولايات الوطن والمكونة من 80 شخص.

- **الحدود الموضوعية:** تناولت هذه الدراسة استخراج الدور الذي تلعبه العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بمختلف تصنيفاتها.

• **المنهج المتبع:**

بالنظر إلى طبيعة الموضوع الدراسة ولأجل الإجابة على التساؤل المطروح وإثبات صحة فرضياته، فقد اتبعنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك اعتماداً على أسلوب الدراسة الاستطلاعية باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة، ومعالجتها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية spss.

• **صعوبة الدراسة:**

من أهم الصعوبات التي واجهتنا في انجاز بحثنا مايلي:

- قلة الدراسات التي تعالج الموضوع؛
- نقص المراجع التي تناول موضوع العادات والتقاليد في تنشيط السياحة الداخلية؛
- نقص اهتمام وتجارب أفراد عينة الدراسة؛
- صعوبة إسقاط بعض المفاهيم التي تناولناها في الجانب النظري ميدانياً؛
- ضيق الوقت المخصص للدراسة.



• هيكل الدراسة:

للإجابة على التساؤل الوارد في الإشكالية ولتأكيد أو نفي الفرضيات التي بنيت عليها الدراسة، ولأجل الوصول إلى الأهداف المبتغاة، تم الإعتماد على طريقة IMRAD التي تعطي اهتماما أكبر لمساهمة الباحث بالاعتماد على خطوات علمية صحيحة ومنهجية وليس الاهتمام بالتوازن الشكلي للبحث على حساب سلامة التحليل العلمي.

وعليه قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين (فصل نظري وآخر تطبيقي)، حيث تناولنا في الفصل الأول الأدبيات النظرية والتطبيقية للعادات والتقاليد وتنشيط الطلب السياحي الداخلي، من خلال التطرق إلى أساسيات العادات والتقاليد وكذا تنشيط الطلب السياحي الداخلي، ثم إلى الدراسات السابقة حول العادات والتقاليد وتنشيط السياحة الداخلية ومميزات الدراسة الحالية كمبحث ثاني بعنوان "الأدبيات التطبيقية للدراسة".

أما الفصل الثاني فتناولنا عوامل تنشيط السياحة بولاية جيجل ثم استندنا على الدراسة الميدانية لدور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلية بولاية جيجل من خلال تقديم ولاية جيجل والتعرف على أهم المقومات السياحية والعادات والتقاليد التي تشتهر بهم كمبحث أول أما عرض الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية كمبحث ثاني ومبحث ثالث يعرض نتائج التحليل الإحصائي واختبارا لفرضيات.



الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

### تمهيد:

تمثل السياحة الداخلية أحد أهم أنواع السياحة، إن لم تكن أهمها على وجه الإطلاق وتحثل اليوم أهمية في إطار الجهود التي تبذلها الدول من أجل تفعيل دورها والنهوض بواقع هذا القطاع لما يملكه من منافع تعود على الدولة، ولعل أحد أهم المقومات التي تنشط السياحة الداخلية هي التراث اللامادي" العادات والتقاليد"، حيث تلعب دورا هاما في الحفاظ على الحياة الثقافية والحضارية للبلد، فهي تختلف من منطقة لأخرى أي متنوعة ومتعددة فالسياحة الداخلية اليوم تقوم بخلقها وإبرازها ونقلها إلى مجتمعات أخرى، فمن خلال هذا الفصل هدفتنا إلى وضع الأسس العملية والنظرية لكل من العادات والتقاليد وكذا تنشيط الطلب السياحي الداخلي، بالاعتماد على المراجع والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة ومعرفة النتائج المتوصل إليها من خلال مقارنتها بالدراسة الحالية، ومن خلال المنطلق قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

## المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

تلعب العادات والتقاليد في الدولة، دور مهم ورئيسي في عملية جذب السياحي، لما لهذه العادات والتقاليد، من أثر فعال في نفس السائح مما يضيف إلى العملية السياحية نوع وطعم خاص من الاستمتاعية، والتي هي ما يطمح ويتطلع إليها السائح.

### المطلب الأول: عموميات حول العادات والتقاليد

#### أولاً: مفهوم العادات

##### 1-1: تعريف العادات :

يتخطى مفهوم العادة مسألة التكرار لعملية معينة، أو النشاط "اللاشعوري" واللاواعي لعملية ما والنتائج عن تكرار فعل حتى ولو كان فعلاً طبيعياً، فهذا المفهوم يشير إلى عملية استمرارية هذا النشاط وتطور والتفاعل الدائم فهي جانب من جوانب السلوك "الفردية، الجماعية"، وتعتبر كمثابة صورة الفرد التي يتعرف بها الآخر عليه وهي في نظر الفرد وسيلة للتماثل مع الآخرين ومن أبرز العادات التي تميز المجتمع عن غيره من المجتمعات نجد "اللباس، الأكل، طرق الخطبة والزواج وكذا تربية الصغار"<sup>(1)</sup> وتتميز العادات بخصائص متعددة نذكر منها: <sup>(2)</sup>

- تاريخية الطابع لأنها يتوارثها الأجيال؛
- تنشأ العادات بصفة تلقائية؛
- التنوع والنسبة لأن العادات متنوعة من منطقة لأخرى وتختلف من حيث طرق ممارستها؛
- الاستمرارية والدوام لأنها يتوارثها الأجيال في إطار التراث الثقافي ولكن شكلها يتغير ويبقى مضمونها محافظ عليه؛
- الرغبة في التمسك بها: يعمد الأفراد دائماً في المجتمع على الحفاظ على عاداتهم ويرغبون في التمسك بها؛
- العادات الأساسية تنظم وتضبط المعاملات بين الأفراد وعلاقاتهم بما تتضمنه من أوامر ونواهي.

(1) - نشاوي عبد القادر، العادات والتقاليد داخل الأسرة الجزائرية "في نسق الضبط الاجتماعي"، رسالة نيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، علم الاجتماع، جامعة المدية، الجزائر، د.س، ص: 72.

(2) - المرجع نفسه، ص: 74.

1-2- أنواع العادات

يمكن تقسيمها إلى نوعين فردية وجماعية:

الجدول رقم (01): أنواع العادات

العادات الفردية	العادات الجماعية
- تمارس تلقائياً نتيجة حاجة الفرد لها.	- هي أساليب توجد في الجماعة بهدف إشباع حاجاتها، نابعة عن الوجدان الشعبي من أجل تنظيم الأفراد وضبط حسانتهم.
- تظهر كطريقة أولية في العمل أو التفكير قد لا يشترك فيها الأفراد لأنها خاصة بفرد واحد. - لا يحاسب من لا يخضع لها.	- تنتقلها الأجيال لأنهم يتوارثونها ضمن إرث اجتماعي، ثقافي. - يقوم بها كافة الأفراد ويشتركون فيها إذ يعتبرونها أساس وحدتهم. - تخضع العادات صاحبها لقانون الحتمية عندما تكون جماعية وبذلك منها ما يتحول إلى عرف يعاقب من يخرج عن إطاره.
- يمارسها صاحبها دون أي إشكال، لأنه هو الذي يفعلها ويتبناها.	- تعتبر إحدى وسائل الضبط الاجتماعي وأداة لتنظيم لذلك هي الإلزامية.

المصدر: سعيد فايزة، العادات الاجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، الجزائر، 2011/2011، ص:

ثانيا: مفهوم التقاليد

2-1- تعريف التقاليد

هي سلوك فردي تبنته الجماعة وتوارثته جيلا عن جيل، مثلما هو الحال في الشعائر الدينية (عيد الفطر عيد الأضحى)، واستخدام الرموز والاحتفالات الاجتماعية كالزواج والختان، ومنه فهذه الاحتفالات هي أحد مركبات الهوية المحلية لدى شعب من الشعوب، فنجد لكل مجتمع عاداته وتقاليدته التي تميزه عن غيره، عكس العادات التي يجسدها الأفراد في مختلف طبقات المجتمع والمستويات، كما تعرف بأنها كل موروث الذي يورثه عن الآباء والأجداد دون بدل جهد فيها.<sup>1</sup>

كما نجد تعريفا دقيقا للتقاليد بأنها "عادات متوارثة يقلد فيها الناس من سبقهم وهي كل ما اتصل بالناس من أمور العقائد أو غيرها نقلا عن السلف"<sup>(2)</sup>

كما يمكن تعريف التقاليد بأنها " عادة مقتبسة من الماضي إلى الحاضر، ومن الحاضر إلى المستقبل، فه متوارثة عبر الزمن".

2-2- خصائص التقاليد

تتميز التقاليد بمجموعة من الخصائص نذكر منها:<sup>(3)</sup>

- تعتبر أهم ما يتوارثه الأجيال لأنها تنتقل من السلف إلى الخلف؛
- مقصودة لأن عملية نقلها من السلف إلى الخلف تكون بطريقة معتمدة ومقصودة بواسطة عملية التنشئة الاجتماعية؛
- تبقى التقاليد ثابتة من الصعب تغييرها، لأننا نتمسك بها، فهي تأتينا من أجدادنا وآبائنا ونحتفظ بها لتستقر في سلوكنا ولا يتمكن لأحد تبديلها؛

(<sup>1</sup>)- لزهرة مساعديه، مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها" العادات، التقاليد، الأعراف"، مجلة الذاكرة، العدد التاسع، المركز الجامعي-ع-ح-ب، ميله، الجزائر، 2017، ص: 37.

(<sup>2</sup>)- المرجع نفسه، ص: 95.

(<sup>3</sup>)-، <https://e3qrqbi.com>، علم الاجتماع" خصائص التقاليد"، h:22.43، 01-04-2021.

ثالثا: الفرق بين العادات والتقاليد

إن لفظي العادات والتقاليد مفهومان مترادفان ومرتبطان ببعض فيما أن تقال كلمة العادات إلا وتتبعها كلمة التقاليد، يكم الفرقين العادات والتقاليد في النقاط الموضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (02): الفرق بين العادات والتقاليد

التقاليد	العادات
- التقاليد تتعلق بسلوك العام للمجتمع	- العادات تتعلق بسلوك خاص
- التقاليد ثابتة حتى تحفظ تماسك الجماعة	- العادات تتغير باستمرار نتيجة لعدة عوامل
- يقدسها الناس ولا يمكن الابتعاد عنها	- لا يقدسها الناس
- سلوك يقبله المجتمع دون معارضة.	- توجد حسب الحاجة
- يخشاها الفرد لأنها أحد مقومات الهوية الثقافية	- لا تثير الخوف في نفوس الأفراد لأنها ليست جزءا من هويتهم الثقافية .

المصدر: لزهر مساعدي، مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها " العادات، التقاليد، الأعراف"، مجلة الذاكرة، العدد التاسع، المركز الجامعي-ع-ح-ب، ميله، الجزائر، 2017، ص:107

رابعا: أهمية العادات والتقاليد

تتمثل أهمية العادات والتقاليد في: (1)

- ترسم العادات والتقاليد شخصية الفرد، وتجعلنا نفرق بين الأشخاص حسب الإنتماء أو المكان الذي أتوا منه؛
- تجعلك تستشعر أهمية أن يكون لك وطنا خاصا بك، فهذا بحد ذاته أمر يجب عدم الاستهانة به؛
- خلق ذكريات تدوم طوال العمر لتصبح موضوعا للحديث يتحادث به أطراف العائلة أثناء اجتماعهم؛
- تعزيز الروابط من خلال تشوق أفراد العائلة إلى موعد اجتماعهم لتطبيق العادات والتقاليد المتوارثة مما يشعر بالسعادة والطمأنينة؛

(1) - سعد فايزة، مرجع نفسه، ص 136.

- سد الفجوة بين الأجيال من خلال توارث التقاليد من جيل إلى جيل يمكن الحصول على روابط مشتركة فيما بينهم من خلال الحديث عن الذكريات والقصص المختلفة؛
- الإحساس بالهوية عندما يتبع الشخص تقاليد عائلته، فإنه قد يجد نفسه ويكتشفها من دون الشعور بالضياع أو عدم الانتماء لأي مجموعة.

#### خامسا: تصنيف العادات والتقاليد

تمتاز العادات والتقاليد بمجموعة من التصنيفات التي تناقلتها وتوارثها أفرادها جيلا عن جيل بما تمثله من إرث شعبي ومعرفي ورمزا للأصالة والثقافة المحلية، فمن بين أهم التصنيفات العادات والتقاليد نجد:

#### 1- الاحتفال بالعادات والتقاليد الدينية:<sup>(1)</sup>

و تستقبل الأعياد الدينية بالبهجة والسرور، كعاشوراء، والعيدين " الأضحى والفطر" والمولد النبوي الشريف، يميزها تحضير وإعداد أكالات وأطباق تقليدية من جهة، ومن جهة أخرى فإن أغلب مناطق الولاية تراجعت والسبب في ذلك عدم اكتراث السكان لمثل هذه العادات الأمر الذي سيؤدي إلى زوالها.

#### 2- العادات الموسمية: تتنوع العادات الموسمية في الولاية من منطقة لأخرى أهمها التوزيع في جني

الزيتون، واستقبال فصل الربيع، كما هناك عدة عادات موسمية تميز كل منطقة عن أخرى داخل الوطن الواحد وذلك راجع إلى إختلاف الأصول واحتكاك بثقافات الشعوب الأخرى.

#### 3- العادات الشعبية والاجتماعية:

ونجد مراسيم الأفراح والأفراح وخاصة في الأرياف وأهم ما يميز الأعراس أن لكل ولاية طريقة للاحتفال بها فهناك من يفضل المدائح والبعض الزرنة ، الشاوي القبائل فكل منطقة طابع خاص بها.

#### 4- الصناعات التقليدية والحرفية:

تعتبر الحرف والصناعات التقليدية من مقومات الهوية الوطنية، وتعد من أقدم الحرف القديمة التي تعرفها البلاد وتختلف من منطقة لأخرى والتي تميزها عنها ومن أهم الصناعات التقليدية والحرفية نجد:

(<sup>1</sup>) - بوزيد فؤاد، الاداة والتقاليد الشعبية بقرى حوض الصومال- بجاية، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية،المجلد 02، العدد09، جامعة 8ماي 1945- قالمة، الجزائر، 2018، ص-ص: 14-19.

- الأواني الفخارية والطينية: تعتبر صناعة الأدوات المنزلية الخاصة بالأكل والشرب من أقدم الصناعات التي تمارسها المرأة الريفية.
- نسيج الزرابي: تتميز المرأة الريفية بنسيج الزرابي وغزل الصوف مند القدم فهي تبدع في نسيجها بمختلف الألوان والأشكال وتستخدمها في الفراش والخيام.

## المطلب الثاني: مدخل للطلب السياحي الداخلي

### أولاً: مفهوم السياحة الداخلية

تعتبر السياحة الداخلية أو المحلية كما يطلق عليها البعض من المفاهيم الأساسية في صناعة السياحة، وهو مفهوم شائع في أدبيات السياحة اليوم.

#### 1-1- تعريف السياحة الداخلية:

تعتبر السياحة الداخلية بأنها: "انتقال الأفراد داخل البلد نفسه أي انتقال مواطني الدولة نفسها داخل بلدهم".<sup>(1)</sup>

وتتسم السياحة الداخلية بكون السائح في هذه المرحلة هو مواطن الدولة، حيث ينتقل ذلك المواطن من مكان إقامته المعتاد ويسافر ليزور مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود بلده، حيث لا تقل مدة الزيارة عن ليلة واحدة وأن لا تقل المسافة المقطوعة عن 40 كيلو متر، كما يجب أن لا تكون الزيارة بغرض العمل أو الكسب وإنما تكون للترفيه أو الرياضة أو الاستجمام، أو لأسباب دينية كزيارة مكان ديني معين أو أثر ديني وهكذا نجد أنه من خلال التعريف السابق للسياحة الداخلية فإن هناك ثلاثة شروط يجب توافرها هي:<sup>(2)</sup>

أ- شروط المكان: أي يبعد مسافة لا تقل عن 40 كيلومتر من مكان إقامة السائح؛

ب- الإقامة: أن لا تقل مدة الإقامة عن 24 ساعة فإذا لم يتحقق ذلك، انتقلت صفة السياحة في هذه الحالة وتؤول إلى زيارة؛

(1) - زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، " مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011/2012، ص: 21.

(2) - حسين أحمد شحاتة، التلوث البيئي وإعاقة السياحة، الطبعة 1، مكتب دار العربية، القاهرة، مصر، 2006، صص: 49-50.

ت- الغرض: أن يكون الغرض هو الترفيه أو الرياضة أو لأسباب دينية أو العلاج أما إذا كان الغرض هو العمل لكسب الزرق، فإنه في هذه الحالة تنتفي صفة السياحة الداخلية.

ورغم الاتفاق على هذا المفهوم إلا أن هناك اختلافا بين الدول في تعريف السائح الداخلي، حيث يعرف في بعضها بناء على المدة التي يقضيها بعيدا عن مقر إقامته الدائم أو المعتاد ولغير أغراض العمل وغالبا ما يشترط فيها إلا تقل عن 24 ساعة وإلا اعتبرت نشاطا ترفيهيا حيث نجد أن هذه المدة حددت بأربع ليالي أو أكثر في إنجلترا وبلجيكا وبخمس أيام في كل من بلغاريا وألمانيا الغربية، وفي دول أخرى يعرف السائح المحلي أو الداخلي وفقا لطول مسافة الرحلة التي يقطعها والرأي الغالب أن تكون مائة كيلو متر فأكثر وهو ما يؤخذ به في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.<sup>(1)</sup>

وتبرز أهمية السياحة الداخلية من خلال ما يلي: <sup>(2)</sup>

- تساهم في توفير العديد من الفرص للعمل للشباب نظرا لأنها صناعة مبنية على تقديم الخدمات في مختلف المجالات للسياحة وهذا يقتضي اعتمادها بشكل مكثف على العمالة في مختلف المواقع؛
- تساهم في تنويع مصادر الدخل الوطني، لكونها صناعة غير تقليدية تستقطب الإيرادات من السياح وتحافظ على الموارد المتوافرة لدى السياح المحليين من الهجرة إلى الخارج؛
- تعمل على تطوير البنية التحتية الأساسية لمختلف المناطق إذ تساهم في زيادة وسائل الربط بين المناطق باستحداث طرق جديدة برية وحديدية وبالإضافة إلى شركات الطيران أخرى؛
- تقدم فرص واعدة للإعمال التجارية والخدمية لذوي رأس أعمال المنخفض وذلك باعتماد أكثر نشاطاتها على الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم؛
- تحافظ على التراث الثقافي والطبيعي للدولة كونها من المقومات السياحية التي ينبغي حمايتها ومراعاة استدامتها للأجيال المقبلة.

### 2-2- خصائص السياحة الداخلية:

تسعى معظم الدول إلى تحقيق العوامل المؤثرة في إحداث التنمية السياحية، والتي يمكن حصرها في العوامل التالية:<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> - محمد الصرفي، التخطيط السياحي، الطبعة 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 50.

<sup>(2)</sup> - الغرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية الفرص والتحديات، قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز البحوث المملكة العربية السعودية، جانفي 2001، ص: 8.

<sup>(3)</sup> - مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 03، 2019، ص: 272.

- تعد نشاطا اقتصاديا، بمعنى أن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم السياحية التي تستطيع توفير كافة ومعظم الخدمات السياحة بها، ويقبل هذا الدخل تبعا لمستوى ودرجة الاكتفاء الذاتي؛
- تتأثر بعامل الأسعار خاصة أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى الدخل المادي للأفراد بصورة كبيرة، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم معين ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر؛
- خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، والذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وبحجمها، خاصة وأن نمط السياحة الدولية التي يقطع فيها السياح مسافات طويلة للوصول على المكان المقصود؛
- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في أقاليم العالم المختلفة، لذا يسعى العاملون في القطاع السياحي إلى خلق رضا دائم عند السياح على أمل عودتهم مرة أخرى لأداء الفعل السياحي.

### 2-3- تأثيرات السياحة الداخلية:

من أهم تأثيرات السياحة الداخلية مايلي: (1)

- تأمين وحدة التراب الوطني؛
- دعم النسيج القومي للمجتمع عن طريق الاحتكاك المباشر بين أبناء المجتمعات المحلية داخل الدولة الواحدة، فمن المعروف أن المجتمع في كل دولة ينقسم إلى تقسيمات فرعية منها مجتمع الحضر ومجتمع الريف، والملاحظ أن هناك تفاوتاً كبيراً بين هذه التقسيمات الفرعية وبعضها البعض رغم أنها تعيش جغرافياً داخل حدود واحدة وأيضاً أنه في البلاد التي تتسم بحركة سياحية داخلية كثيفة؛
- تأكيد تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية ولها ارتباط بدعم النسيج القومي للمجتمع وبظهور الأثر فيما يلي:

- من المعروف أن قرار السفر للسياحة من القرارات الجماعية وبالتالي يمثل قرار السفر عملية اتصال متكاملة بين أفراد الأسرة؛

- وكما تتحقق جماعية اتخاذ القرار جماعية تنفيذه، كما أن أسلوب حياة الأسرة في أثناء الرحلة غالباً يتسم بالجماعية وتجد الأسرة نفسها دائماً وجهاً لوجه وينشأ حوار بين أفرادها مما يؤدي إلى التقارب بينهم؛

(1) - ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار النشر مجموعة النيل العربية، 2001، ص ص:

- رغم كل التأثيرات الإيجابية التي تحقّقها السياحة الداخلية إلا أنها لم تحقّق أهدافها كما يتوهم بعض الخبراء السياحيين. فالسياحة الداخلية ترتبط بالسياحة الخارجية ارتباطا عضويا لذلك فإن السياحة لم تحظ بالاهتمام الكافي من جانب المسؤولين في القطاع السياحي.

#### 2-4- معيقات تطور السياحة الداخلية:

لم تحقّق السياحة الداخلية أهدافها كما يتوهم بعض الخبراء السياحيين، فالسياحة الداخلية ترتبط بالسياحة الخارجية ارتباطا عضويا لذلك لم تحظى بالاهتمام الكافي من جانب المسؤولين في القطاع السياحي فقد كانت هناك بعض العوامل التي جعلت السياحة الداخلية قطاعا لم يحظ بالاهتمام والرعاية الكافية وتتلخص هذه العوامل في: (1)

• عدم الاهتمام بنظافة المناطق السياحية التي يأتي إليها السياح مما جعل الحركة السياحية الداخلية تنخفض إلى حد كبير؛

• نقص الوعي السياحي لدى الجمهور الزائرين المحليين كذلك لدى بعض الجهات والهيئات المسؤولة عن النشاط السياحي بصفة عامة؛

• ارتفاع الأسعار في المناطق السياحية بالنسبة للسائح المحلي مما يؤثر على حجم إنفاقه في هذه المناطق؛

• انخفاض دخول الأفراد بصفة عامة مما يشكل حاجزا أمام تنشيط السياحة الداخلية؛

• ضعف الجهود التسويقية والتنشيطية الموجهة لسوق السياحة الداخلية.

ويكمن تصنيف أهم العوائق كما يلي: (2)

- غياب النظر للمنتجات السياحية المحلية؛

- ضعف نوعية الخدمات السياحية؛

- خدمات مالية، تسيير وتنظيم القطاع غير متين مع القطاع السياحي؛

- الافتقار إلى سياسة تسويقية فعالة؛

- سنقص المرافق والمنشآت القاعدية للسياحة.

(1) - مرجع نفسه، ص ص: 47-48.

(2) - نسيبة إسماعيلي، دور السياحة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص ص: 111-112.

ثانيا: تنشيط الطلب السياحي الداخلي

2-1- مفهوم الطلب السياحي الداخلي

يقصد بالطلب السياحي على السلعة أو خدمة معينة بأنه: " يمثل الكمية من السلعة أو الخدمة التي يرغب المشترون في الحصول عليها نظير ثمن في سوق معينة ووقت معين، وهذا يعني بشكل عام أن الطلب يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة".<sup>(1)</sup>

كما يعرف أيضا بأنه: " هو قائمة أو جدول يبين الكميات التي يكون المستهلكون راغبين وقادرين على شرائها عند الأثمان المختلفة في فترة زمنية محددة، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة على حالها".<sup>(2)</sup>

وعرف أيضا أنه: " العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر، لأجل استعمال التسهيلات والخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مكان إقامتهم وأعمالهم المعتادة ويتكون الطلب السياحي من ثلاث عناصر:

- الطلب السياحي الفعال: هو ذلك الطلب الذي يجمع بين الرغبة في السفر إلى المناطق السياحية المرغوبة وقدرتهم على استخدام خدماتها وتسهيلات أي أنه يجمع بين طياته محددات الطلب الأساسية؛
  - الطلب الكامن: هذا الطلب لم يخرج إلى حيز التنفيذ، من أجل عقبات تحول دون تحقيق تلك الرغبة، أي أن القدرة على تنفيذ الرغبة غير موجودة، ولكن الأول من محددات الطلب موجودة، وهو الرغبة في السفر؛
  - الطلب المؤجل: هو الذي يتضمن على عناصر تختلف عن عناصر العنصر السابق حيث يتمثل في القدرة على مصاريف السفر ومتطلباته، ولكن يفقد الرغبة أو الحافز نحو السفر، لعدم اكتمال المعلومات أو الفرص والتسهيلات.<sup>(3)</sup>
- وعرف أيضا: " بأنه السوق السياحي المرتقب التي تهدف إلى إثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه".<sup>(1)</sup>

(1) - إبراهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 138.

(2) - فيصل ضاهر وآخرون، الاستقرار الأمني في تنمية القطاع السياحيين، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص: 131.

(3) - أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص: 127-128.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف الطلب السياحي بأنه: " عدد السياح الذين يقومون بزيارة وجهة سياحية معينة واستخدام المنشآت السياحية نتيجة الدوافع والرغبات والإمكانيات المتاحة وعوامل أخرى، وقد يكون طلب داخلي أو خارجي.

### 2-2- خصائص الطلب السياحي الداخلي:

من خلال التعاريف للطلب السياحي، تبين أنه يمتاز بعدد من الخصائص نذكر منها: (2)

أ- **الحساسية:** تعني أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة لأنه إذا واجهت هذه الدولة مشكلات اقتصادية حادة كانهيار النظام الاقتصادي بها وتدهوه أو مشكلات اجتماعية كحدود مجاعات والكوارث الطبيعية الزلزال والفيضانات أو التعرض للانقلابات العسكرية، أو المشكلات السياسية، كما يحدث الآن في بعض الدول العالم كالاتحاد السوفيتي ولبنان والعراق، مما أدى إلى تقليص المد السياحي إلى هذه الدول وانخفاضه بشكل مفاجئ، لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والثقافة ولا يبحث عن المشكلات والتوترات الدولية المختلفة، فالدول التي تحدث بها ثورات سياسية أو ظواهر اجتماعية أو مشكلات اقتصادية خطيرة يصبح مناخها السياسي غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب السياحي عليها مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عديدة؛

ب- **المرونة:** هي قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية... إلخ، السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي، فالظروف الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسائحين التي ترتبط بتغير أسعار الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي، لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح، فعادة يبني السائح قراراته الخاصة باختيار الرحلة السياحية المناسبة بالدرجة الأساس على عامل السعر " مرونة سعرية"، وأي تغير طفيف في أثمان الخدمات السياحية سوف يؤدي إلى تغيير كبير في الكميات المطلوبة من قبل السياح، كما أن الطلب السياحي يكون مرنا بالنسبة للدخل، فقد اتضح بالواقع العلمي أنه إذا حدثت زيادة

(1) - إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص: 139.

(2) - المرجع نفسه، ص ص: 139-146.

في الدخل فإن الطلب على السياحة سوف يزداد وبنسبة تفوق التغير النسبي في الدخل " مرونة الطلب الدخلية".<sup>(1)</sup>

ث- الموسمية: تتميز السياحة بالموسمية بسبب عدة عوامل كالمناخ، العوامل التنظيمية، فترة الإجازات وغيرها، فغالبا ما نجد هناك ثلاث مواسم، يتمثل الموسم الأول في موسم الندرة وفيه يزداد الطلب على العرض السياحي حيث تكون أسعار الخدمات السياحية مرتفعة، أما موسم الوسط فينتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، بينما موسم الكساد فيقل الطلب فيه، وقد تلجأ المؤسسات السياحية إلى تخفيض الأسعار لتشجيع السياح على الطلب؛<sup>(2)</sup>

ج- التوسع: يميل الطلب السياحي عادة إلى التوسع والزيادة سنويا عاما بعد عام ولكن ليس بمعدل ثابت، بل معدلات متفاوتة ومتغيرة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلة لهم، مما يؤكد على أن السياحة أصبحت حركة اقتصادية وثقافية واجتماعية، بل أصبحت علما قائما بذاته له قواعده وأسسها، وصناعة مركبة من الصناعات الأخرى مما جعلها تغزو عدد كبير من دول العالم؛<sup>(3)</sup>

هـ- الارتباط بالقدرة المالية: يرتبط الطلب السياحي طرديا بالقدرة المالية للسائح، فهو يتأثر بمستويات الرفاهية الاقتصادية في الدولة الأم والدولة الهدف، كذلك يتأثر بدرجة التقدم في وسائل الاتصال والمواصلات، إضافة إلى تأثيره بعوامل أخرى كثيرة ثقافية وسياسية يصعب في الكثير من الأحيان التحكم فيها.<sup>(4)</sup>

<sup>(1)</sup> - منى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2001، ص ص: 49-50.

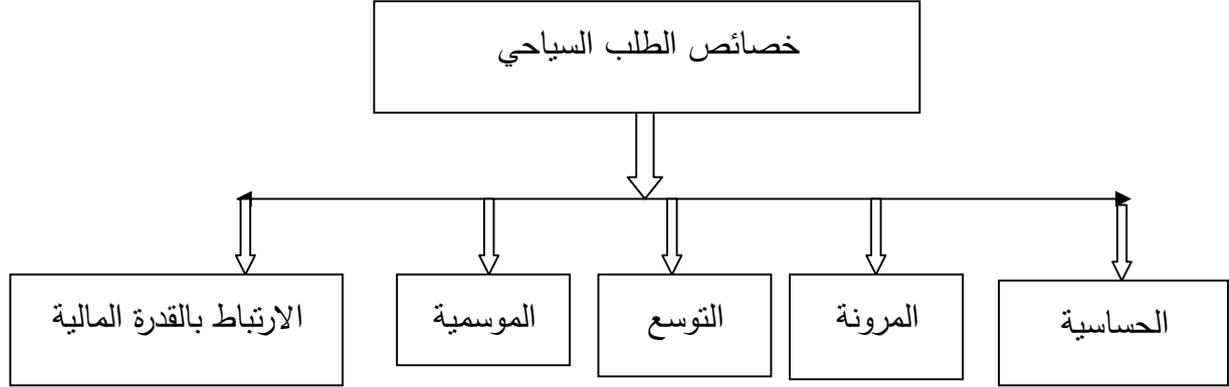
<sup>(2)</sup> - مروان السكر، السياحة مضمونها وأهدافها، بدون طبعة، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول، الأردن، 1994، ص: 117.

<sup>(3)</sup> - ابراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص: 140.

<sup>(4)</sup> - مروان السكر، مرجع سابق، ص: 117.

ونلخص خصائص الطلب السياحي في الشكل والموالي:

الشكل رقم (01): خصائص الطلب السياحي



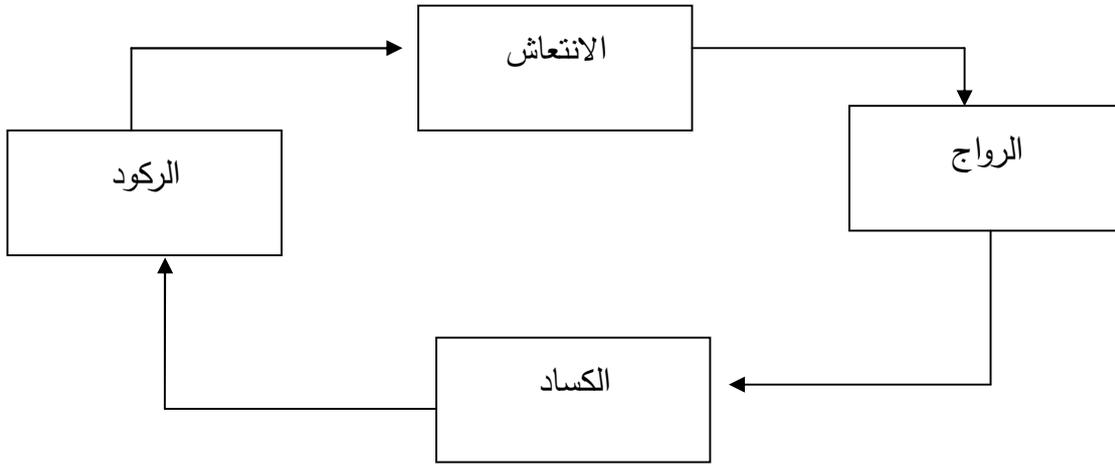
المصدر: إبراهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2001

.145 :

### 2-3- مراحل الطلب السياحي:

يمر الطلب السياحي بعدة مراحل نوضحها فيما يلي:

الشكل رقم (02): مراحل الطلب السياحي



المصدر: صبري عبد السميع، " التسويق السياحي والفندقي أسس عملية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية

للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص:110.

يمر الطلب السياحي في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين بعدد من المراحل المختلفة التي تساعد على دراسة هذه الأسواق وتشخيص ما بها من مشكلات وتحديد الآثار المترتبة على ذلك في الدول المستقبلية لهم من حيث درجة نمو النشاط السياحي بها وتنقسم مراحل الطلب السياحي إلى:<sup>(1)</sup>

أ- مرحلة الانتعاش: تمثل هذه المرحلة البداية الطبيعية لاتجاه الحركة السياحية نحو النمو والازدهار حيث تأتي من التطور التدريجي المتزايد في الحركة السياحية القادمة من الدول الأخرى، وتنشأ هذه المرحلة نتيجة للجهود والأنشطة التسويقية الكبيرة التي تقوم بها الأجهزة السياحية الرسمية والشركات والوكالات السياحية، والإعتماد على إدخال برامج سياحية جديدة مميزة، مما يساعد على زيادة وتوسع الطلب السياحي، واتجاهه نحو الإستقرار، الأمر الذي ينعكس بشكل ايجابي على الدخل السياحي المحقق الذي يساهم في تغطية بعض الخسائر التي قد تنتج في المراحل الأخرى للطلب كمرحلتي الكساد والركود.

ب- مرحلة الرواج: تعبر هذه المرحلة عن الازدهار الحقيقي للطلب السياحي حيث يكون قد وصل إلى درجة كبيرة من النمو والتزايد والإستقرار والنشاط، وتأتي هذه المرحلة كنتيجة طبيعية وامتداد منطقي لمرحلة الانتعاش فتزيد الإيرادات السياحية زيادة كبيرة وتجد الشركات السياحية نفسها قد حققت أرباحا كبيرة وأن البرامج السياحية التي تقدمها قد لاقت قبولا ورضا كبيرا من السائحين، مما جعل هذه الشركات تحافظ على المستوى الذي وصلت إليه وذلك بالتطوير المستمر لهذه البرامج دون النظر إلى أن ذلك يمثل قمة ما كانت تسعى إليه.

ت- مرحلة الكساد: نتيجة لبعض العوامل المؤثرة في الأسواق السياحية الخارجية أو السوق السياحي الداخلي كالمشكلات الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية الحادة، التي قد تحدث في هذه الدول يتجه الطلب السياحي إلى الانخفاض بنسبة كبيرة في فترات زمنية قصيرة بحيث يدخل الطلب في مرحلة جديدة هي مرحلة الكساد، مثل ما حدث في مصر والكويت وترتب على ذلك دخول الطلب السياحي في هذه المرحلة الحساسة التي كانت تتطلب جهودا مضاعفة من الأجهزة السياحية والإعلامية الرسمية في الخارج، وتحليله تحليلا علميا موضوعيا للتأثير في اتجاهات الرأي العام وتعديلها، وكذلك اتجاهات الطلب السياحي حتى لا تصل إلى الدرجة التي وصلت إليها في هذه الفترة السياسية والسياحية الحرجة.

(1) - صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص: 113-116.

ث- مرحلة الركود: نتيجة لمرحلة الكساد التي يمر بها الطلب السياحي وبعض العوامل الأخرى المؤدية لاستمرارها فإنه يدخل في مرحلة أخرى أكثر انخفاضاً وتدهوراً، وهي ما يعبر عنها المخططون بالخبراء السياحة بمرحلة الركود، وهي التي تستمر فترة أطول من المرحلة السابقة، كما أنها تأخذ شكلاً أكثر شدة ويتميز، فيها الطلب السياحي بالتوقف والجمود، ويمر السوق السياحي الخارجي بحالة من التراجع في الحركة السياحية التي تؤثر تأثيراً كبيراً في حيوية وفعالية النشاط السياحي للدول المستقبلية للسياحة، وتتشأ هذه المرحلة من العوامل الكثيرة المؤثرة في دول هذا السوق أو للقصور الواضح في السياسات التسويقية التي تسير عليها الدول المستقبلية للسائحين.

### ثالثاً: العوامل المحددة لتنشيط الطلب السياحي الداخلي:

يوجد العديد من العوامل التي يمكن أن تؤثر على الطلب السياحي لوجهة معينة، ومن أهم المحددات التفسيرية للطلب السياحي هي: (1)

#### أولاً المحددات الطبيعية:

- المناخ: إذا كان المناخ معتدل ومناسب سيجذب السائحين والعكس.
- التضاريس: الجبال، الشلالات والشواطئ تجذب السائحين في حين أن المناطق التي تكون عرضة للزلازل والبراكين والفيضانات تنفر السائحين.
- المناظر الطبيعية: مثل الغابات والمرتفعات والأنهار والمنشآت الحضرية، كل هذا يجذب أعداد كبيرة من السائحين، كما هو الحال في أوروبا والبلاد الواقعة على ساحل البحر المتوسط.

#### ثانياً: المحددات الاقتصادية

- أسعار المنتج السياحي: ونقصد بها أسعار المنتج السياحي إذ أن الطلب السياحي هو الأكثر تأثيراً بالأسعار، وعامة تكون العلاقة عكسية، فكلما انخفضت أسعار المنتج السياحي يزداد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة (2).

(1) - حمدي عبد العظيم، الاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص: 17.

(2) - مثني طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الاردن،

وقد ثبت بالواقع العلمي مدى التأثير الكبير للطلب السياحي بعامل السعر،، فموجة التضخم النقدي التي حصلت في عام (1974) بسبب ارتفاع أسعار الطاقة أثر سلبا على الطلب السياحي العالمي. وهناك من السياح من يفضل زيارة بلدان أوروبا الشرقية لكون الأسعار فيها منخفضة موازاة مع أوروبا الغربية.

• **أسعار المنتجات السياحية المنافسة:** فنظرا لمرونة الطلب على المنتج السياحي بالنسبة للسعر، فإن أسعار هذا المنتج في المناطق الأخرى التي تقدمه تؤثر إيجابا أو سلبا على الطلب في منطقة ما. لذلك فإن المنظمات السياحية في بلد ما يجب عليها معرفة ودراسة الأسعار في المناطق السياحية الأخرى خصوصا خارج الدولة وربط ذلك بمستوى جودة الخدمة السياحية المقدمة.

**الدخل:** تعد الإمكانيات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الأساسية لتحقيق الطلب السياحي، وتكون العلاقة طردية، فكلما ارتفع الدخل زاد الطلب السياحي، والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة<sup>(1)</sup>

ويمكن تفسير ذلك بالرجوع إلى جدول الطلب لأي مستهلك، حيث يضع السلع الضرورية في أعلى قائمة الطلب، ثم الأقل ضرورة ثم في أسفل القائمة تأتي السلع الكمالية، وطالما أن الطلب السياحي طلب كمالي فحتما سيكون موقعه في ذيل القائمة. وإذا كان دخل المستهلك منخفض فسوف يكتفي فقط بشراء السلع الضرورية، وكلما زاد دخله استطاع أن يغطي فقرات من وسط القائمة نزولا إلى أسفل القائمة. وهكذا إذا زاد الدخل إلى حد كبير يستطيع المستهلك الإقبال على شراء السلع الكمالية بما في ذلك الإنفاق على الرحلات السياحية.

ويفسر عامل الدخل أسباب تفاوت الطلب السياحي ما بين سكان البلدان المتقدمة من جهة وسكان بلدان العالم الثالث من جهة أخرى، ونفس العامل (الدخل) يعطينا تفسيراً منطقياً لزيادة الطلب السياحي لدى العراقيين في النص الثاني من عقد السبعينات، إذا تحققت زيادة كبيرة في متوسط دخل الفرد العراقي في أعقاب نجاح عملية التأميم الخالدة. كذلك فإن عامل الدخل يفسر لنا تزايد الطلب السياحي في الأسواق العالمية أثناء فترات الرخاء الاقتصادي، وتراجع الطلب السياحي أثناء فترات الكساد الاقتصادي.

(1) - مرجع نفسه، ص ص: 29-30.

- 1- **سعر صرف العملة:** يؤثر هذا العامل على السياحة الخارجية فقط فكلما انخفض سعر صرف العملة بالنسبة للبلدان المستضيفة للسياح ازدادت القوة الشرائية للسياح الوافدين إليها وبالتالي ازداد الطلب السياحي عليها مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة<sup>1</sup>.
- 2- **التبادل والانفتاح التجاري:** إن الأساسيات التجارية المبنية على الانفتاح الاقتصادي وأسس تحرير التجارة قد أسهمت في زيادة معدلات السفر، والتي بدورها تحفز على تدفق السياح بين مختلف الدول، علاوة على ذلك فإن زيادة حجم المعاملات والاتفاقيات التجارية بين دولتين يخلق اهتمام بين الشعبين، ويحفز على تبادل الزيارات نظرا لوفرة السلع والاحتياجات الضرورية، وعليه حاولت بعض الدراسات إدراج حجم التبادل التجاري (الانفتاح التجاري) كأحد محددات الطلب السياحي، وفي هذا السياق نجد دراسة (Leitao,2010) تحت عنوان "هل التجارة تساعد على شرح الطلب السياحي حالة البرتغال" بحيث استخلص الباحث إلى إن التبادل التجاري، السكان والدخل من أهم محددات الطلب السياحي، فزيادة حجم معدلات السفر من أجل إبرام الاتفاقيات التجارية الثنائية أومتعددة الأطراف (سياحة رجال الأعمال) خاصة في الدول التي يعتمد اقتصادها بشكل أساسي على الأعمال التجارية الدولية، فان عدد القادمين لتلك الدول (حجم الطلب السياحي) يتحدد بمستوى الأنشطة التجارية بينها وبين شركائها التجاريين.

### ثالثا: المحددات السياسية

- 1- **الاستقرار السياسي والأمني:** الطلب السياحي حساس جدا للظروف الأمنية والسياسية وكلما تحقق الاستقرار الأمني والسياسي توطدت العلاقات السياسية بين البلدان كلما ازداد الطلب السياحي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة<sup>(2)</sup>.
- 2- **دعم الحكومة لنمط سياحي معين:** حيث يؤثر دعم الحكومة لنوع معين من السياحة إلى زيادة الطلب السياحي على هذا النوع، فمثلا بناء الهياكل السياحية في المناطق الجبلية وتعبيد الطرقات قصد تسهيل الوصول إليها كدعم لتنشيط السياحة الجبلية يؤدي إلى زيادة الطلب عليها.

(<sup>1</sup>)-إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها(بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأول في محافظة النجف للمدة (5-6 نيسان 2008)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون / 2008، ص 218.

(<sup>2</sup>)- إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، المرجع السابق، ص 218.

رابعاً: المحددات النفسية

1- دوافع السياح: من المعروف أن دوافع السياح تلعب دوراً مهماً في تحديد حجم الطلب على المنتج السياحي في بلد ما، وهو ما يعني أنه كلما تعددت هذه الدوافع وتباينت كلما زاد الطلب والعكس صحيح، لذلك يجب على المنظمات والهيئات السياحية بالدولة إجراء الدراسات وبحوث السوق منفردة لأخرى للتعرف على هذه الدوافع ومعرفة التغيرات التي طرأت عليها إن وجدت وتوفير المنتجات السياحية بخصائصها المحددة لإشباع الحاجات التي تولدها هذه الدوافع.

التوقعات واستمرار العادة: عادة ما يضاف إلى المنتج السياحي (المنتجات الملموسة وغير الملموسة) ما يعرف بالتجربة النفسية التي تتحقق لدى السائح والتي تكون ناتجة عن تعامل المجتمع المستقبل، فحسب دراسة (Pearce, 1982) فإن لكثير من الناس الدور في صناعة السياحة والسفر متمثلين في العاملين في المطاعم، الفنادق والباعة الذين يمكن أن يخلقوا إدراكات سلبية لدى السائح في حالة انخفاض أدائهم أو عدم كفاءة المهنيين مما لا يشجع السائح على تكرار الزيارة، وعلى النقيض من ذلك فإن توقعات السياح واستمرار عاداتهم في زيارة بلد معين، عادة ما يتم إدراجها في نماذج الطلب السياحي، على أساس أن السائح لما يقوم بزيارة بلد معين وتكون الخدمات المقدمة بمستوى توقعاته، فإنه يميل إلى العودة واستمرار التردد إلى تلك الوجهة السياحية، كما إن تحدث السياح عن تلك المقاصد السياحية وخلق صورة جذابة لها في أوساط السياح المحتملين، يزيد من معرفة هؤلاء بها ويحفزهم على زيارتها، وبالتالي هذا ما يرفع من مستوى الطلب على هذه الوجهات<sup>(1)</sup>

2- الأذواق: يمكن لأذواق السياح أن تكون مصدراً مهماً لتحديد الطلب السياحي، وقد تتأثر هذه الأذواق ببعض العوامل الاجتماعية والاقتصادية، كالعمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، والمستوى التعليمي، ويرتبط هذا المفهوم ارتباطاً وثيقاً بالطلب السياحي كونه عنصراً هاماً في اختيار الوجهة أو المقصد السياحي، غير إن هذه الأذواق يمكن أن تتغير أساساً نتيجة التغير في الأوليات وارتفاع المستوى المعيشي، وقد أدرج (Song et Al, 1999) مؤشر تفضيل الوجهة السياحية كمتغير مفسر لحجم الطلب السياحي، بحيث يأخذ بعين الاعتبار العوامل غير الاقتصادية (التأثيرات الاجتماعية والثقافية والنفسية) في عملية صنع القرار واختيار الوجهة السياحية. وبالتالي يعد من الضروري دراسة فئات السياح وأعمارهم من أجل تكييف المنتج السياحي حسب كل فئة والذي يتصف

<sup>(1)</sup>LHarmattan, paris, 2000, p23, «introduction à l'économie du tourism», joél raboteur

بالاختلاف حيث أن المنتجات المعروضة للشباب تختلف بطبيعة الحال عن المنتجات المقدمة لكبار السن<sup>(1)</sup>

3- السمات الشخصية لسكان البلد السياحي: إن اتصاف سكان البلد السياحي بالأمانة والصدق في التعامل، وتقبلهم للآخر وترحيبهم بالسياح وعدم وجود سمات الكراهية لديهم يؤدي إلى جذب السياح إلى هذه المناطق وبالتالي زيادة الطلب السياحي عليها، لذلك وجب تأصيل خدمة الإرشاد السياحي الشعبي ونشر الوعي السياحي.

#### خامسا: المحددات الاجتماعية والثقافية

1- المستوى الحضاري للمجتمع: إذا كان مجتمع البلد المضيف راق ومتحضر فإن ذلك يؤدي إلى جذب أعداد كبيرة من السائحين، لكن إذا كان العكس شعر السائح أنها بلاد متخلفة فلا يزورها. المستوى الثقافي للسائحين : فمع ارتفاع المستوى الثقافي للسائحين (سواء داخل دولتهم أو خارجها) يزيد الطلب على المنتجات السياحية في بلد ما، والعكس صحيح<sup>(2)</sup>

2- العادات والتقاليد: والمقصود بها مدى توافق العادات والتقاليد في البلد المضيفة لعادات السائح نفسه. مثلا: العادات الإسلامية لا توافق السائح الغربي لذلك نجد عدد السائحين الغربيين قليل في مكة وعلى الجانب الآخر ممكن توجد عادات وتقاليد تجذب السائح مثل الكرم، الاحتفالات، الأعياد والمهرجانات.

#### المطلب الثالث: العادات والتقاليد وعلاقتها بالسياحة

##### أولاً: تأثير السياحة على العادات والتقاليد

للسياحة أثر واضح في نقل الثقافات الأخرى إلى مجتمعات السياح في أوطانهم حيث يكتسب السائح معارف في مختلف المجالات في حالة تركيزه على زيارة المعالم الحضارية والثقافية والتاريخية، وكثيرا ما كان للسياحة دورا في اكتساب ودخول عادات وتقاليد جديدة للبلد فهي تعبر عن ثقافة الآخر وبالتأكيد أن بعض هذه العادات والتقاليد لا ينسجم مع ثقافات بعض الشعوب لذا التركيز على ما هو ينسجم مع ثقافة مجتمع السائح، بمعنى آخر أن ما هو مقبول ومفيد للاستفادة منه في تطوير التقاليد والعادات المجتمعة، أي هناك قواعد عامة مجتمعة، فالبعض من التقاليد والعادات الآخرين هي مساعدة وتقدم العون ومن هنا

(1)، مرجع نفسه، ص 23.

(2) - محمد أحمد إسماعيل شل، تقييم الأداء التسويقي للمتاحف دراسة نظرية وتطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، تخصص إدارة أعمال العامة، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة الأزهر، القاهرة، 1996، ص 93.

يمكن القول أن للسياحة دور فعال في كسب الإنسان أو البلد عادات وتقاليد جدد فالسياحة تعتبر مصدرا من مصادر الثقافة.

### ثانيا: تأثير العادات والتقاليد على السياحة الداخلية

صار من الضروري إعطاء المكانة الحقيقية للعادات والتقاليد وإعادة الإعتبار لها، كونها تمثل حلقة وصل بين الحاضر والماضي للبلد كما لها دور لا يستهان به في خلق مناصب شغل وتحسين المداخل السياحية، وتعتبر العادات والتقاليد من التراث الثقافي اللامادي فهي فن حضاري يختلف من منطقة لأخرى وتشتمل على سلسلة غنية من المنتجات حيث يجب إقامة التظاهرات والأحداث الثقافية السياحية وإحياء الأعياد والمواسم التقليدية المحلية من أجل إبراز العادات والتقاليد لمختلف الولايات واستغلالها لتنشيط الطلب السياحي الداخلي.

وفي الأخير يمكن القول أن هناك علاقة طردية (تبادلية) بين العادات والتقاليد وتنشيط الطلب السياحي حيث أن العادات والتقاليد تزيد من الطلب السياحي وأن السياحة تعرف وتبرز وتنقل هذه العادات والتقاليد من بلد لآخر.

### المبحث الثالث: الدراسات التطبيقية السابقة

نتطرق في هذا المبحث إلى الدراسات السابقة في المطلب الأول، التي لها علاقة بموضوع المتعلق بالعادات والتقاليد، أما المطلب الثاني فنشير إلى الإضافة العلمية التي ستقدمها هذه الدراسة مقارنة مع الدراسات السابقة.

#### المطلب الأول: الدراسات السابقة الخاصة بالعادات والتقاليد

أولاً: دراسة الاتجاهات نحو العادات والتقاليد كظواهر اجتماعية في المجتمع الأردني، مريم أرشيد الخالدي، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، إعداد 180، الجزء الثالث، أكتوبر 2012، تهدف الدراسة إلى التعرف على الاتجاهات العادات والتقاليد الخاصة بالأفراح والأفراح كظواهر اجتماعية في المجتمع الأردني، والتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاتجاهات العادات والتقاليد تعزي للمتغير المؤهل، ولقد توصل هذه الدراسة أن اتجاهات نحو العادات والتقاليد "الأفراح، الأفراح في المجتمع الأردني"، جاءت بمتوسطات حسابية (1.90 - 2.90) للأفراح، و(1.65-2.95) للأفراح، أي بدرجة مرتفعة إلى متوسطة، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ( $\delta=0.05$ ) تعزي لأثر النوع، ومن نتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة: ضرورة الاهتمام بالعادات والتقاليد التي تمثل الظواهر

الاجتماعية في المجتمع الأردني لما لها من قدرة على زيادة الروابط بين العائلات وكذا اصطحابهم لحضور مناسبات الاجتماعية مختلفة، غرس القيم والعادات والتقاليد في نفوس الأطفال والشباب لضمان استمرارية العادات السمة والروابط الاجتماعية بين العائلات وكذا تنمية القيم في نفوس الأجيال القادمة من أجل التمسك بالعادات الاجتماعية .

ثانيا: دراسة بوزيد فؤاد بعنوان: " العادات والتقاليد الشعبية بقرى حوض الصومال - بجاية-"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مجلد 02، العدد 09، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2018، تاريخ النشر: 30-12-2018، حيث اهتمت هذه الدراسة بمجموعة من العادات والتقاليد التي تناقلتها وتوارثتها الأجيال عن بعضها البعض والتي تميز منطقة الحوض في الصومال عن باقي المناطق في بجاية، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن العادات والتقاليد تمثل مكونا أساسيا من مكونات الحياة الثقافية غير المادية للمجتمع على العموم، كما أنها المحرك الفعلي وجوهر عمق الحياة اليومية للإنسان المحلي، فهي تعكس روح التكافل الاجتماعي

#### المطلب الثاني: الدراسات المتعلقة بالتنشيط السياحي الداخلي

أولا: دراسة د. نصر الدين بن اعمارة ود. سليمان محمد، بعنوان " دور المنتج السياحي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية مسيلة- منتجات الحرف التقليدية-"، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2018، تاريخ النشر 31-12-2019. حيث تهدف إلى محاولة التعرف بمختلف مقومات السياحة الداخلية في الجزائر نظرا لتوجه السلطات القائمة على السياحة إلى تنشيط انتقال السياح داخل حدود الوطن من أجل الاستفادة من مبالغ النفقة، وكذا المساهمة في زيادة مدا خيل الأسر النشيطة في مجال الصناعة التقليدية، ومن أهم النتائج المتوصل إليها اعتبار الأمن والاستقرار السياسي عنصرا محوريا في عملية تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر مع كثرة المعوقات والعراقيل التي تعترض تطوير السياحة الداخلية مما حال دون النهوض بهذا القطاع.

ثانيا: دراسة نجاة بن تركية، بعنوان " السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر"، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 01، العدد 01، جامعة الشهيد حمه لخضر، الجزائر، 2017، تطرقت هذه الدراسة إلى التعرف بالسياحة الرياضية بشكل عام والوقوف على واقع ورفض الجزائر في تطبيق هذا النوع من السياحة بالإضافة إلى إبراز دورها في تنشيط وتطوير السياحة الداخلية مع الإشارة

إلى أسباب وعوامل نجاح هذا النوع من السياحة في الجزائر، وقد تم التوصل إلى نتائج هي يمكن تشجيع وتطوير السياحة الداخلية في الجزائر من خلال التسويق للأنشطة الرياضية والقيام بمختلف التظاهرات الرياضية في الأماكن السياحية، ومن خلال النتائج المتوصل إليها تم تقديم اقتراحات كالاهتمام بترقية السياحة الداخلية في الجزائر وتشجيعها والعمل على نشر الثقافي للسياحة الرياضية وسط الفئات الشبابية وممارستها في الطبيعة.

**ثالثاً: دراسة أ.حاييف شيراز وأ. بركان دليلة، تحت عنوان " الترويج السياحي رافد لتنشيط السياحة الصحراوية - ولاية بسكرة-"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 10، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013،** تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على السياحة الصحراوية في الجزائر، والكشف عن ما تتمتع به من مقومات ناذرة تجعلها علامة سياحية مميزة يمكن أن ترفع الجزائر إلى مصاف الدولة الكبرى، حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من أجل النهوض بالسياحة الصحراوية يجب التعريف بالسياحة الصحراوية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وإبراز المقومات السياحية الصحراوية وأقطابها لجذب أكبر عدد من السياح ودعم وسائل الترويج المختلفة من أجل تنشيط حركة السياحة الصحراوية.

### المطلب الثالث: الإضافة العلمية للدراسة

حتى توضح الإضافة العلمية لهذه الدراسة قمنا بعمل مقارنة بين الدراسات الحالية والدراسات السابقة:

#### أولاً: أوجه التشابه

- اتفقت الدراسة الحالية مع أغلب الدراسات السابقة في:
- المضمون: هو دراسة التنشيط السياحي الداخلي.
  - الهدف: هو معرفة أهم العوامل المؤثرة في الطلب السياحي الداخلي
  - النطاق الجغرافي: حيث تتفق الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة كونها تدرس تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر.

### ثانيا: أوجه الاختلاف

اختلفت الدراسة عن سابقتها في:

- موضوع الدراسة، حيث نجد أن بعض الدراسات تناولت التنشيط السياحي بوجه عام " داخلي وخارجي"، في مقابل نجد الدراسة الحالية تناولت التنشيط السياحي الداخلي على وجه الخصوص.
- استخدام الدراسة الحالية الاستبائية كأداة إحصائية لجمع البيانات من السياح الجزائريين قصد تحليلها، أما الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع اعتمدت على إحصائيات رسمية لعدد السياح وخلال فترات معينة في دراستها

### ثالثا: خصوصيات الدراسة

هدفت دراستنا هذه إلى معرفة مدى مساهمة ودور العادات والتقاليد في تحقيق الجذب السياحي في منطقة معينة حيث ركزت على الجانب الميداني من خلال دراسة الاستبائية كأداة لجمع البيانات والذي منح الدراسة ميزة خاصة باعتباره يحوز على العادات والتقاليد السائدة في مجتمع عن غيره من المجتمعات الأخرى من خلال القيام بالتظاهرات الثقافية أو التضامنية للتعريف بها مما يؤدي إلى تنشيط الطلب السياحي الداخلي وبالتالي زيادة الدخل القومي داخل الحدود الوطنية.

ومن خلال دراستنا لاحظنا أن السياحة شملت شتى المجالات السياسية والاجتماعية والرياضية وأهملت مجالا مهما وهو المجال الثقافي والتراث اللامادي " العادات والتقاليد" وهذا ما يميز دراستنا في كونها الدراسة الأولى وطنيا " حسب حدود علمنا" التي تركز أساسا على دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي.

### خلاصة الفصل

تم من خلال دراسة الأدبيات النظرية والتطبيقية للتنشيط الطلب السياحي والداخلي، والعادات والتقاليد معرفة المفاهيم النظرية حول السياحة الداخلية والطلب السياحي، وكذا للعادات والتقاليد وعلاقتها بالسياحة من جهة ومن جهة أخرى معرفة الدراسات السابقة وأوجه التشابه والاختلاف بينهما وبين ما تضيفه هذه الدراسة، فكان أن الطلب السياحي تم دراسته مع عدة عوامل كالعادات والتقاليد، كما تم التطرق له من خلال التنشيط السياحي، أما بالنسبة للعادات والتقاليد فكانت الدراسات السابقة تدور حول أهم العادات والتقاليد السائدة في المجتمعات والتي تم توارثها من جيل إلى جيل، كما تم التطرق لها من خلال تمثيلها الرمزية في تنشيط السياحة الداخلية حيث كانت الخلاصة أنه لا توجد دراسات اهتمت بإشكالية الدراسة الحالية مما يجعلها من بين الأولى والجديدة محليا في حدود علمنا.

كما استخلصنا من خلال الإطار النظري للسياحة الداخلية والتنشيط السياحي عدة عوامل تؤثر في الطلب السياحي الداخلي، والذي يقيم من عدة معايير كدرجة تنشيطية سياحية، عدد السياح، إضافة إلى أن العادات والتقاليد لها عدة تصنيفات يمكن اعتبارها إحدى ركائز التنمية المحلية، وأحد العوامل الثقافية والحضارية لتنشيط السياحة، هذا ما جعلنا نسعى للإجابة على إشكالية الدراسة من خلال القيام بدراسة ميدانية حسب ما يوضحه الفصل الثاني.

الأدبيات الثاني: الدراسة الميدانية

المبحث الأول: عوامل تنشيط الطلب السياحي

المبحث الثاني: الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج

الدراسة

## تمهيد:

بعدما تعرفنا على الإطار النظري لمتغيرات الدراسة والتي تمثلت في العادات والتقاليد وتنشيط الطلب السياحي الداخلي وكذا العلاقة التي تربط بينهما سنتطرق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية لدور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي، والتي تقتضي خطوات منهجية علمية صحيحة، من خلال وضوح المنهج وتجانس مجتمع البحث، وملائمة أدوات البحث والأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات التي تم التوصل إليها وهذا يسمح لنا بالوصول إلى نتائج ذات قيمة علمية، ثم الحكم على صدق أو نفي الفرضيات والوصول إلى مجموعة من النتائج ومناقشتها على ضوء تلك الفرضيات والخروج بمجموعة من الاقتراحات من خلال نتائج الدراسة.

ولهذا سنتطرق في هذا الفصل إلى أربعة مباحث، المبحث الأول بعنوان عوامل تنشيط السياحي لولاية جيجل ويضم أربع مطالب: المطلب الأول تقديم ولاية جيجل، أما المطلب الثاني يحتوي على المقومات السياحية لولاية جيجل، أما فيما يخص المطلب الثالث فهو تضمن الطلب السياحي للولاية خلال سنة 2019، أما المطلب الرابع والأخير في المبحث تضمن العادات والتقاليد بجيجل، المبحث الثاني تحت عنوان منهجية وأدوات الدراسة ويضم ثلاثة مطالب، المطلب الأول حول منهجية ومتغيرات الدراسة، المطلب الثاني يدرس اختبار جودة أداة الدراسة، أما المطلب الثالث فضم أساليب المعالجة الإحصائية، أما المبحث الثاني فيحتوي على ثلاثة مطالب أيضا المطلب الأول يتضمن تحليل خصائص أفراد العينة، المطلب الثاني حول عرض وتحليل عبارات محاور الدراسة، المطلب الثالث فيتضمن اختبار فرضيات الدراسة.

## المبحث الأول: عوامل تنشيط السياحة بولاية جيجل

تعد ولاية جيجل من الولايات السياحية الجزائرية التي تستقطب عددا لا بأس به من السياح الداخليين، لكنها تتميز بموسمية السياحة والتي تقتصر بفصل الصيف، إذ تتميز بمقومات سياحية أخرى بإمكانها أن تجعلها وجهة سياحية على مدار السنة.

المطلب الأول: تقديم ولاية جيجل<sup>(1)</sup>.

جيجل ولاية ساحلية مطلة على البحر الأبيض المتوسط وتقع في الشمال الشرقي للجزائر، تحتل موقع استراتيجي، وتتربع على مساحة قدرها (2.398 كلم<sup>2</sup>)، شريط ساحلي بلغ 120 كلم فهي تشتهر بكورنيش يجمع بين البحر والجبال الممتد حتى حدود ولاية بجاية، وتوجد به مغارات وكهوف عجيبة، يحدها من الشرق ولاية سكيكدة ومن الغرب ولاية بجاية ومن الجنوب ولايتي ميلة وسطيف، وتتميز الولاية بمجال تضاريسي حيث تشكل الجبال وحدها 82% من المساحة الكلية للولاية.

يمتاز ولاية جيجل بجمالها الطبيعي وتاريخ عريق إذ تعتبر من أقدم المدن الجزائرية إذ يرجع تأسيسها إلى عهد الفنيقيين الذين حلوا بها وشيدوا المدينة، ومن بين آثار المدينة منطقة الرابطة ومنطقة رأس الزان بجيملة التي تحتوي على آثار رومانية متمثلة في حمامات منحوتة على الحجر بالإضافة إلى حجار مرصوفة تعود لعهد الرومان ، ولا تزال تحتاج المنطقة على بحوث أثرية واستكشاف طبوغرافية عديدة، وأصول أغلبية السكان أمازيغي بربري ينسبهم ابن خلدون لقبيلة كتامة البربرية، ولقد اختلط عناصر هذه القبيلة مع الوافدين من عرب المشرق فتكون بذلك مزيج مجتمعي خاص مما جعل تنوع العادات والتقاليد في الولاية.

فوجود جيجل في مكان استراتيجي مطل على البحر الأبيض المتوسط جعلها مطمعا لعدة غزاة (الرومان، الوندال، البيزنطيين، .....الخ)، إلى حين وصول العرب حاملين إلى سكان المنطقة رسالة الإسلام على يد " موسى بن نصير" حيث تمكن سكان ولاية جيجل الأمازيغ من الاندماج مع الفاتحين العرب، إذ ظلت جيجل عبر العصور مطمعا للمحتلين إلى غاية تحالف سكانها مع البحارين الأخوين بربروس "بابا عروج" و"خير الدين"، فطردوا الأسبان من المدينة، وتكاثفت الجهود في بناء أسطول بحري

(1) إلهام بوحناش، فاطمة الزهراء شريط، تأثير عوامل الجذب السياحي على سلوك السياح "دراسة حالة ولاية جيجل"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التسيير، تخصص: اقتصاد وتسيير السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2013-2014، ص ص 43-45.

قوي واشتدت قوته في كل البحر الأبيض المتوسط، حيث اختلطوا مع الأتراك واكتسبوا حينها حرفا وعاتات بقيت تميزهم إلى يومنا هذا خاصة فنن الطبخ والحلويات والخبز وبعض العادات والتقاليد الاجتماعية، كما أن جيجل ولاية تاريخية احتضنت الثورة ووهبت العديد من أبنائها لاستقلال الجزائر.

قسمت ولاية جيجل إداريا إلى 11 دائرة و28 بلدية بموجب القانون 84-09 المؤرخ في 04 فيفيري1984.

وفي الأخير يمكن إعطاء بطاقة تعريف خاصة بولاية جيجل كما يلي:

- المساحة: 2.398.63 كلم<sup>2</sup>

- الكثافة السكانية: 636984 نسمة

- طول الساحل: 120 كلم

- رمز الولاية: 18

- الرقم الهاتفي: 034

- الرمز البريدي: 18000.

### المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية جيجل

يملك إقليم جيجل مجموعة من المقومات السياحية أهمها المقومات الطبيعية والحضارية والثقافية، بالإضافة لبعض المقومات المساعدة أو المرافقة للقطاع السياحي المتمثلة أساسا في أنشطة مختلفة للقطاعات الاقتصادية والاجتماعية وللإقليم<sup>(1)</sup>

1- **المقومات الطبيعية:** تعد ولاية جيجل من الأقاليم السياحية، ويتملك إقليم جيجل مجموعة من المؤهلات والمقومات الطبيعية التي تجعله قبلة للسياح، لما يميز طبيعته عن باقي الأقاليم الأخرى، ويمكننا أن نوجزها فيما يلي:

• **المناخ:** يتميز مناخ ولاية جيجل بشتائه الدافئ وصيفه الحار فهو مناخ البحر الأبيض المتوسط، كما تحقق ولاية جيجل أكبر كميات التساقط بين ولايات الجزائر وتظهر بين الفصول الأربعة بشكل واضح يجعل منها قبلة للسياحة المناخية.

(1) مديرية السياحة والصناعات التقليدية والحرفية لولاية جيجل.

• **الشواطئ:** إن طول الساحل الجبلي (120 كلم) جعل منها إقليم يتميز بوجود عدد كبير من الشواطئ المنتشرة على الساحل من زيامة منصورية غربا وحتى واد زهور شرقا، منها شواطئ مهياة لاستقبال السياح وأخرى السباحة فيها ممنوعة، وقد قامت مديرية السياحة والصناعات التقليدية بتحديد الشواطئ وذلك بناء على القرار الولائي رقم 1069 المؤرخ في 2020/08/12.

**الجدول رقم (03): الشواطئ المسموحة والممنوعة للسباحة في ولاية جيجل**

السنة	2019	2020	ملاحظة
الشواطئ المسموحة للسباحة	33	33 (موزعة على 08 بلديات ساحلية)	الفتح التدريجي للشواطئ المسموحة مع إتباع الإجراءات الوقائية اللازمة
الشواطئ الممنوعة للسباحة	20	20 (موزعة على 07 بلديات ساحلية)	
المجموع		53	

المصدر: الحصيلة السنوية لمدرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل 2020.

• **الثروة الغابية والحيوانية:** المعروف أن جيجل إقليم يغلب عليه الطابع الجبلي، وثروة الغابية هائلة، تتميز بالأشجار الكثيفة، وكذلك بوجود نباتات متنوعة منها الطبية والعطرية قدرت بـ 435 نوع منها 23 نوع محمي قانونا، كما أنها تتوفر على عدد لا بأس به من الحيوانات، حيث يوجد أكثر من 146 نوع من الحيوانات البرية والطيور منها 15 نوع تعد من الحيوانات النادرة والمهددة بالانقراض مثل قرد المانغو الذي يتميز به الإقليم، وأهم ما يميز غابات إقليم جيجل الكثافة ومناظرها الخلابة المشجعة على السياحة.

• **الكهوف العجيبة:** مفتوحة تقع بين العوانة وزيامة منصورية على بعد 35 كلم عن مدينة جيجل، تم اكتشافها سنة 1917 عند شق الطريق الوطني رقم 43 تعد من عجائب الطبيعة من حيث الشكل والنقوش وهي مجهزة لاستقبال زوارها.

• **البحيرات الطبيعية:** يتواجد على مستوى الولاية ثلاث بحيرات طبيعية وهي:

- بحيرة غدير المرج (الطاهير): وتتميز بجمالها الفريد تتربع على مساحة تقدر بـ 5 هكتار.
- بحيرة غدير بني حمزة (القنار دائرة الشقفة): تحتل مساحة 36 هكتار، وبها ما لا يقل عن 32 نوعا من الطيور.
- بني بلعيد (دائرة العنصر): يحتل 120 هكتار ويحوي ما لا يقل عن 23 نوع من الطيور، وهو معروف على المستوى العالمي.

- التضاريس: تضم الولاية مجموعة من التشكيلات التضاريسية التي تجعل منها قطبا سياحيا بامتياز:
  - الجزيرة الصخرية: وهي أهم ما يميز الجهة الغربية للشريط الساحلي في ولاية جيجل وهو وجود الجزيرة الصخرية بالعوانة.
  - الجبال والسهول: تضم الولاية تشكيلة متنوعة لتضاريس تمتد على المستوى الإقليمي الجبلي، حيث تلتقي الكتلة الجبلية(جبال البابور) مع البحر، والمعلوم أن السلاسل الجبلية تغطي 98% من المساحة الكلية لولاية جيجل.
  - شبه الجزيرة : توجد شبه الجزيرة الصغيرة " بوبلاطن" بالزيامة وجزيرة برج البليدة التي تدعى "اندرو".

## 2- المقومات الحضارية والثقافية:

وتشتمل هذه الاخيرة على بعض الأماكن أو الآثار التي لا زالت تشهد لولاية جيجل بالتاريخ العريق ومنها: المقبرة الفينيقية، سفينة بابا عروج، المنارة الكبيرة، متحف كتامة:<sup>(1)</sup>

### أولا: الهياكل الثقافية:

- نظرا لغياب إستراتيجية الثقافية الحقيقية في الولاية فالهياكل الموجودة في ولاية جيجل ضعيفة مقارنة بالإمكانات الهائلة للولاية وهذا راجع لغياب منظومة ثقافية فعالة والتي تعكس البعد الحضاري للولاية وتتمثل أهم الهياكل الثقافية في:
- **المراكز الثقافية:** وتتواجد أهم هذه المراكز في كل من زيامة منصورية، العوانة، جيملة، بودريعة بن ياجيس، سيدي عبد العزيز، العنصر، الشقفة، الأمير عبد القادر، كما تجدر الإشارة إلى وجود 97 جمعية ثقافية على مستوى الولاية.
  - **المتاحف:** متحف كتامة هو المتحف الوحيد الموجود في ولاية جيجل، وقد كان في بادئ الأمر عبارة عن مدرسة قرآنية أسسها الشيخ" عبد الحميد بن باديس"، عام 1939م أما أثناء الاستعمار تحول إلى مقر للمكتب الثاني للجيش الفرنسي، وبعد الإستقلال عاد لنشاطه ، ثم تحول إلى مدرسة لصغار الصم البكم إلى غاية 1993م حيث تم تحويله في الأخير إلى متحف.
  - **دور الثقافة:** تتواجد دار ثقافة واحد بولاية جيجل وهي تحمل اسم " دار الثقافة عمر أو صديق"، المتواجدة بحي لعقابي ببلدية جيجل، افتتحت يوم 04سبتمبر2007م، وتضم ثلاث ورشات رئيسية هي:

(1) مديرية السياحة والصناعات التقليدية، لولاية جيجل.

ورشة المسرح، ورشة الموسيقى، ورشة الفنون التشكيلية، كما تحتوي على قاعات للمطالعة وقاعة المحاضرات وأخرى للعروض الفنية.

- المكتبات البلدية: تتواجد في كل من جيجل والميلية وسيدي معروف.
- قاعات المطالعة: وهي عمومية أبيض يمكن الانخراط فيها بمجرد القيام بإجراءات بسيطة وتتواجد في: جيجل، زيامة منصورية، العوانة، تاكسنة، الشحنة، الطاهير، وجانة، الشقفة، سيدي عبد العزيز.
- مسارح الهواء الطلق: وتتوفر على مسرح واحد متواجد في دار الثقافة بجيجل.

### ثانيا: الصناعات التقليدية:

تتنوع الصناعات التقليدية والحرفية في ولاية جيجل من منطقة لأخرى وذلك لوفرة المواد الأولية الخاصة بهذه الصناعات كالفلين، الخشب، الصوف، الطين، الجلود، فمن هذه المواد يبدع الحرفيين في تشكيل مختلف الأواني والملابس والحلي، وكذا الزرابي.

### ثالثا: العادات والتقاليد:

جيجل معروفة منذ القدم بتقاليدها الخاصة والمحافظة عليها نسبيا من منطقة لأخرى حسب القبائل الأعراش الـ 17 المكونة لولاية جيجل.

### المطلب الثالث: الطلب السياحي بولاية جيجل

يتمثل الطلب السياحي في رغبة الشخص في الانتقال والسفر من مكان إقامته إلى مكان آخر لإشباع رغباته، مما يساهم في تنشيط الطلب السياحي الداخلي، فمن خلال هذا النشاط يمكن توفير مناصب شغل وكذا تبادل مختلف الثقافات بين الشعوب ومن هذا المنطلق سوف نحاول دراسة حجم الطلب السياحي بولاية جيجل:

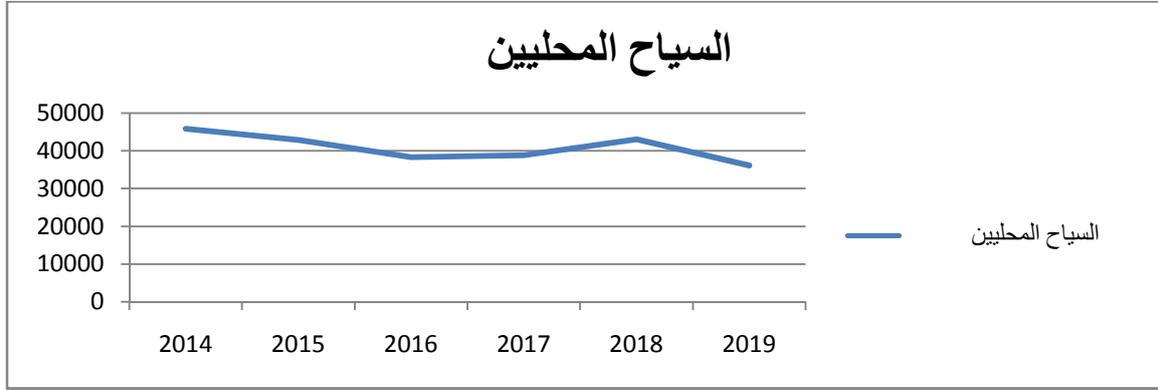
1- **الفنادق:** بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل سنقوم بعرض تطور تدفق السياح الجزائريين على الولاية وذلك بإظهار عدد السياح التي تم قضائها بالفنادق خلال الفترة الممتدة ما بين 2014 إلى غاية 2019، وهذا ما سوف نوضحه في الجدول الموالي:

## الجدول رقم (04): تطور عدد السياح الوافدين إلى الفنادق خلال الفترة 2014\_2019

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد السياح الوافدين على الفنادق	45811	42825	38306	38775	43049	36078

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على تقارير مديرية السياحة

## الشكل رقم (03): تمثيل بياني لتطور عدد السياح المحليين للفنادق بولاية جيجل للفترة (2014\_2019)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الجدول أعلاه

من خلال المنحنى أعلاه لا حظنا تطور في عدد السياح الوافدين على الفنادق حيث قسمنا المنحنى إلى مرحلتين حيث كانت المرحلة الأولى خلال الفترة (2014-2016) حيث عرفت انخفاض بسيط في عدد السياح الوافدين للفنادق وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع أسعار الفنادق.

أما خلال الفترة الثانية (2017-2019) والتي لاقت تناقص كبير في عدد السياح خاصة في سنة 2019 إلى عجز الحظيرة الفندقية وبالتالي عزوف عدد كبير من السياح إلى كراء الشقق.

## 2- المخيمات العائلية:

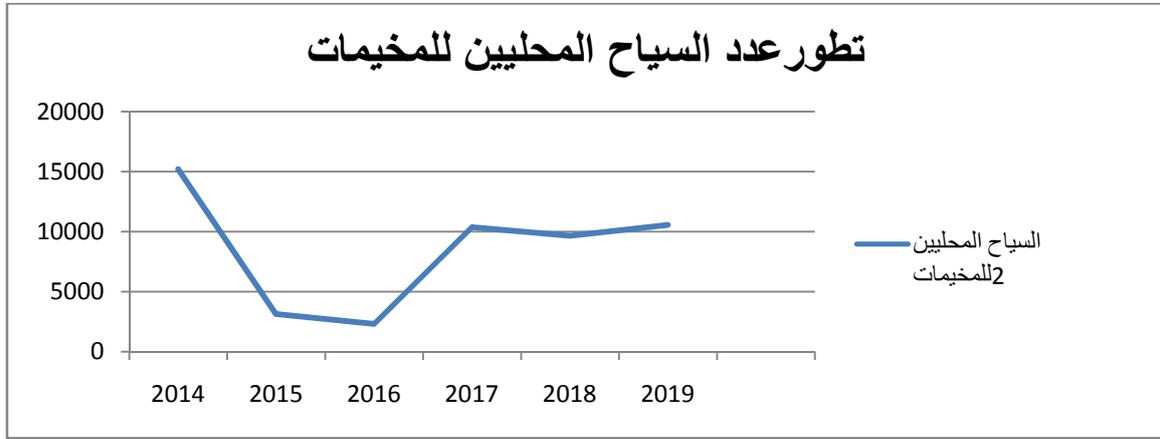
إنهذه المخيمات العائلية، مراكز العطلات التي تستغلها الفترة الصيفية فقط وهذا يبعدنا عن المنعوانا السياحة الداخلية، فبالرجوع إلى المعطيات الإحصائية المتعلقة بتوافد السياح المحليين خلال الفترة الصيفية على المخيمات ومراكز العطلات وأما أخرى، والجدول الموالي يوضح ذلك.

## الجدول رقم(05):تطور عدد السياح الوافدين إلى المخيمات خلال الفترة 2014\_2019

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد السياح الوافدين على المخيمات	15225	3123	2304	10383	9668	10557

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على تقارير مديرية السياحة لولاية جيجل

## الشكل رقم (04): تمثيل بياني لتطور عدد السياح المحليين للمخيمات ولاية جيجل للفترة (2019\_2014)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الجدول

نلاحظ من المنحنى تطور عدد السياح الوافدين على المخيمات في حالة تدبب خلال السنوات (2014-2019) خاصة في سنة 2016 حيث نلاحظ تناقص عدد السياح بشكل كبير جدا وهذا راجع إلى:

- المخيمات لم تستغل سوى لفترة قصيرة؛
- غلق المخيمات لأنها لم تعد فاعلة للاستغلال؛
- 3- الإقامة عند القاطن: إن هذه الظاهرة تأخذ أبعاد كبيرة من سنة إلى أخرى وأصبحت مقصد السياح الجزائريين المحليين، إذ أنها تساهم في تحسين المستوى الاجتماعي للمستفيدين من أصحاب السكنات من جهة، ويلي الطلب الكبير للعائلات التي لا تجد ملجأ إلا كراء الشقق في جهة أخرى لأن الظاهر أن هذا السوق يتطور على حساب سلامة السائح ، حيث أن تطوره يخضع لشروط ومقاييس كالمتعلقة بالفندقية

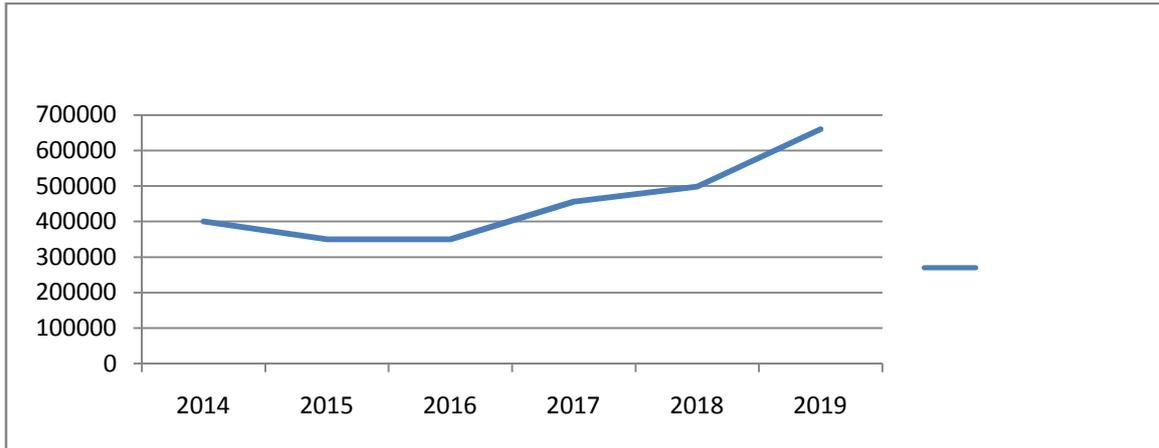
وبالتالي يشكل خطر على الزيون من جهة وخسارة البلدية من جهة أخرى نظرا بعدم التصريح بهذا النشاط وعدم وجود آليات تنظيمية والاستعانة بإحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية:

**الجدول رقم(06):توافدالسياح على الإقامة عند القاطن لولايةجيجل للفترة (2014\_2019)**

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019
عدد السياح الوافدين على الشقق	400000	350000	350000	456000	498000	660000

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على تقارير مديرية السياحة

**الشكل رقم (05): تمثيل بياني لتطور لتوافد السياح على الإقامة عند القاطن لولاية جيجل للفترة(2014\_2019)**



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجدول أعلاه

نلاحظ من خلال المنحنى أعلاه أن خلال هذه السنوات(2014-2019) عرفت الولاية تزايد ملحوظ في عدد السياح وهذا بسبب اتجاه الدولة إلى تشجيع السياحة عند القاطن وفتح السكان شققهم، بالإضافة إلى توفير تغطية أمنية ، وكان يمكن أن تكون هذه النسبة مرشحة للزيادة لولا الوضع الصحي الذي تمر به البلد فيروس كورونا.

## المطلب الرابع: عادات وتقاليد ولاية جيجل

ولاية جيجل على غرار الولايات الأخرى تمتاز بمجموعة من العادات والتقاليد التي تناقلتها وتوارثها أفرادها جيلا عن جيل بما تمثله من إرث شعبي ومعرفي ورمزا للأصالة والثقافة المحلية، فمن بين أهم التصنيفات العادات والتقاليد المنتشرة في ولاية جيجل:

## 1- الاحتفال بالعادات والتقاليد الدينية:

تستقبل ولاية جيجل الأعياد الدينية بالبهجة والسرور، كعاشوراء، والعيدين " الأضحى والفطر " والمولد النبوي الشريف، يميزها تحضير وإعداد أكلات وأطباق تقليدية " الكسكسي، بويشة..". هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن أغلب مناطق الولاية تراجعت والسبب في ذلك عدم اكتراث السكان لمثل هذه العادات الأمر الذي سيؤدي إلى زوالها.

## 2- العادات الموسمية: تتنوع العادات الموسمية في الولاية من منطقة لأخرى حيث نذكر أهمها في:

## أ- بالتوزيع في جني الزيتون:

تتم هذه العملية بداية من شهر نوفمبر إلى غاية نهاية جانفي، حيث تستعمل هذه العملية مجموعة الأدوات والوسائل، وإن هذه العملية بدورها تخضع إلى مبدأ التوزيع، إذ يقوم أهالي القرية بالتبادل والتناوب فيما بينهم، حيث يقوم أحد أهالي القرية عند الانتهاء بمساعدة من مد له يد العون في عمله أيضا، فيكون العمل بهذا الشكل في النهاية مناوبة ثنائية أو جماعية.

## ب- استقبال فصل الربيع:

يحتفل بقدم فصل الربيع شعوب كثيرة كشعوب حوض البحر الأبيض المتوسط وكذا شعوب الشرق الأوسط، إذ تعد عادة استقبال فصل الربيع من العادات المتداولة في ولاية جيجل فيتم استقباله من طرف العائلات من خلال تحضير أكلات وحلويات تقليدية مثل " لبراج، البغير".

## 3- العادات الشعبية والاجتماعية:

## أ- مراسم الزواج:

كان قديما يتم الزواج تقليدي بقرى المنطقة بناء على درجة القرابة العائلية، بالإضافة إلى ذلك يكون الزواج مبكرا لكلا الجنسين.

حيث تعتبر الخطبة هي أول مراحل الزواج وتوكل المهمة عادة للنساء، وتتم الخطبة وفق ثلاثة شروط: الولي، الصداق أو المهر، والشهود، ويكون عادة اختيار العروس بواسطة الأهل أو الأصدقاء أو

يكون العريس شاهدها في مكان عام حيث أن مراسيم الخطبة لا تختلف عن باقي ولايات الوطن أما حفلة الزفاف فهي تختلف من ولاية لأخرى حيث تتميز الولاية في حفلة الزواج بطابع الفلكلور الشعبي والزينة والطبول وتميز العروس بارتدائها الملابس التقليدية المختلفة والتي تمثل كل ولاية من ولايات الوطن.

#### 4- الصناعات التقليدية والحرفية:

تعتبر الحرف والصناعات التقليدية من مقومات الهوية الوطنية، وتعد من أقدم الحرف القديمة التي تعرفها البلاد وتختلف من منطقة لأخرى والتي تميزها عنها ومن أهم الصناعات التقليدية والحرفية في ولاية جيجل نجد:

- الأواني الفخارية والطينية: تعتبر صناعة الأدوات المنزلية الخاصة بالأكل والشرب من أقدم الصناعات التي تمارسها المرأة الريفية.
- نسيج الزرابي: تتميز المرأة الريفية بنسيج الزرابي وغزل الصوف مند القدم فهي تبدع في نسيجها بمختلف الألوان والأشكال وتستخدمها في الفراش والخيام.

#### المبحث الثاني: منهجية وأدوات الدراسة

نستعرض في هذا البحث المنهجية المتبعة للتحقق من صحة فرضيات البحث، وطريقة جمع المعلومات وأدوات المستخدمة في الدراسة.

#### المطلب الأول: منهجية الدراسة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مجتمع الدراسة وكذا الأداة المستخدمة في جمع البيانات والمحاور التي تغطيه.

#### الفرع الأول: اختبار مجتمع وعينة الدراسة

##### أولاً: مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "مجموعة متكاملة من الأفراد أو الأشياء أو الأعداد أو القياسات لها خاصية مشتركة يمكن ملاحظتها وتعيينها وينقسم مجتمع إلى قسمين، إما منتهي وهو الذي يمكن حصر جميع أفراد مثل عدد الطلاب أو غير منتهي وهو الذي لا يمكن حصر جميع أفراد مثل دورات الهواء وجزيئات الماء"<sup>(1)</sup>، بناء على ما سبق تم استهداف عينة الدراسة من مجموعة الطلبة والموظفين داخل الجامعة وخارجها بولاية جيجل وهذا لمعرفة دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي في ولاية

(1) عزام صبري، الإحساء الوصفي ونظام spss، الطبعة الأولى، دار جدار الكتاب العالمي، عمان، 2006، ص: 16.

جيجل، وأساسا على ذلك تم حصر مجتمع الدراسة في الطلبة والموظفين والذي يحتوي على 80 شخص، وقد تم الاعتماد على عملية المسح أي تم توزيع الاستبيانات ورقيا والكترونيا على جميع أفراد العينة لكن بعد استبعاد الاستبيانات الورقية غير المستردة قدر أفراد العينة في شكلها النهائي 78 فرد على عينة الدراسة بالإضافة إلى الاستبانة الالكترونية حيث قدر شكلها النهائي 158 فرد وبالتالي فالعينة مقبولة إحصائيا والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(07): يوضح الإحصائيات الخاصة بالاستبيان

النسب المئوية	التوزيع التكراري	الاستبيانات
97.5%	78	الاستبيانات المسترجعة
2.5%	02	الاستبيانات غير المسترجعة
100%	80	الاستبيانات الكلية

المصدر: من إعداد الطلبة.

### ثانيا: أداة الدراسة:

**المقابلة:** وهي من الأدوات المنهجية المتفق عليها في مختلف البحوث والدراسات لأنها تسمح بجمع البيانات الأصلية كما تقوم على الحوار المباشر بين الباحث والمبحوث، وعرفها إحسان محمد الحسن بأنها نوع من أنواع الاستبيان الشفوي<sup>(1)</sup>، حيث قمنا بإجراء مقابلة مع رئيس قسم التراث والصناعات التقليدية بمديرية السياحة لولاية جيجل حيث تضمنت هذه المقابلة أن "العادات والتقاليد تصنف ضمن التراث اللامادي، كما أنها تحتوي على عدة تصنيفات مختلفة دينية، شعبية، موسمية... إلخ، إلا أن معظم السياح الوافدين إلى الولاية حسب رئيس قسم التراث للمديرية السياحة يجهلون ولا يعرفون هذه العادات بسبب نقص الأنشطة و المهرجانات لإبرازها رغم تعددها".

**تصميم الاستبانة:** وتتضمن عددا من عبارات تتصل باستطلاع الرأي، وقد صممت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وهذا نظرا لأهميتها كونها تعتبر أداة مضبوطة ومنظمة لجمع بيانات الدراسة من خلال صياغة نموذج من العبارات موجهة لأفراد مجتمع الدراسة.

وقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاث محاور:

**1- المحور الأول:** يتكون من البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة ويشمل الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى الدراسي، المهنة، مستوى الدخل.

(1) إحسان محمد الحسين، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص: 247.

2- المحور الثاني: يتناول هذا المحور تتضمن عبارات عن العادات والتقاليد التي على 14 عبارة، وقد تم تقسيمها إلى 4 أجزاء كالآتي:

- الجزء الأول: يتضمن العادات الدينية وتعكسها العبارات من 1 إلى 3؛
- الجزء الثاني: يتضمن العادات الشعبية والاجتماعية وتعكسها العبارات من 4 إلى 8؛
- الجزء الثالث: يتضمن العادات الموسمية وتعكسها العبارات من 9 إلى 11؛
- الجزء الرابع: يتضمن الصناعات التقليدية والحرفية وتعكسها العبارات من 12 إلى 14.

3- المحور الثالث: ويتناول هذا المحور عبارات عن تنشيط السياحة الداخلية والتي تحتوي على 13 عباراتم تقسيمها إلى:

- الجزء الأول: يتناول العادات الدينية ويحتوي على (03) عبارات؛
- الجزء الثاني: يتناول العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية ويحتوي على (05) عبارات؛
- الجزء الثالث: يتناول العادات والتقاليد الموسمية ويحتوي على عبارتين؛
- الجزء الرابع: يتناول الصناعات التقليدية والحرفية ويحتوي على (03) عبارات.

و لتحديد قيم المتوسط الحسابي أي في أي مجال ينتمي نقوم بحساب المدى:

$$\text{المدى} = \text{أكبر قيمة} - \text{أصغر قيمة}$$

$$\text{المدى} = 5 - 1 = 4$$

طول الفئة = قسمة المدى / عدد الفئات

$$\text{طول الفئة} = 4/5 = 0.8$$

ويتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لأول فئة  $(1 + 0.8) = 1.8$

وهكذا أصبح طول الفئات كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): يوضح مقياس ليكرث الخماسي

درجة المقياس	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الرمز	1	2	3	4	5
الفئات	[1-1.8]	[1.8-2.6]	[2.6-3.4]	[3.4-4.2]	[4.2-5]
درجة الموافقة	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطلبة

## المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة

## 1- صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة شمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في تحليل من ناحية وضوح عباراتها ومفرداتها من ناحية ثانية بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، قد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري والبنائي.

## أ- الصدق الظاهري للاستبيان:

عرض هذا الاستبيان على المشرف ومجموعة من الأساتذة المحكمين، وذلك للتأكد من صحة وسلامة الاستبيان، وتم تعديله وفقا للملاحظات المقدمة، ليتم تطبيقها على العينة المختارة.

## ب- تقدير صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بالاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة وقد تم حساب الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط والقيمة الاحتمالية لكل عبارات الأبعاد على محاور الدراسة نفسها (انظر الملحق رقم 03).

ولاختيار صدق الاتساق الداخلي للاستبيان تم توزيعه على مجتمع الدراسة المتكون من 158 شخص، ثم قمنا بحساب معاملات ارتباط كل عبارة مع الجزء الذي ينتمي إليه وكذا حساب معاملات ارتباط كل بعد مع المحور الأول.

## • الصدق الداخلي لأبعاد المحور الأول على التصنيفات العادات

الجدول رقم (09): اختبار صدق الاتساق الداخلي لأبعاد العادات والتقاليد على المحور ككل

الأبعاد	رقم العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
العادات الدينية	3-1	0,631**	0,000
العادات الشعبية والاجتماعية	8-4	0,701**	0,000
العادات الموسمية	11-9	0,450*	0,012
الصناعات التقليدية والحرفية	14-12	0,647**	0,000

مستوى دلالة إحصائية عند (0.05)\*، مستوى دلالة إحصائية عند (0.01)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال تحليل الجدول أعلاه يتضح أن جميع عبارات الأجزاء المشكلة لمحور تصنيف العادات والتقاليد تساهم في زيادة ثبات المحور، فكل معاملات الارتباط بين الأجزاء المكونة للمحور وبين المجموع

الكلية للمحور دالة عند مستوى المعنوية (0.01)، كما أن كل قيم معاملات الارتباط هي قيم موجبة تتراوح بين (0.450) وبين (0.701) وهو ما يدل على أن جميع أجزاء المحور الأول صادقة لما وضعت لقياسه. (أنظر الملحق رقم 03)

• الصدق الداخلي لأبعاد المحور الثاني على تنشيط الطلب السياحي

الجدول رقم (10): اختبار صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني

الأبعاد	رقم العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
العادات الدينية	3-1	**0,768	0,000
العادات الشعبية والاجتماعية	8-4	**0,773	0,000
العادات الموسمية	10-9	**0,569	0.001
الصناعات التقليدية والحرفية	13 -11	**0,823	0,000

مستوى دلالة إحصائية عند (0.05)\*، مستوى دلالة إحصائية عند (0.01)

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن جميع أبعاد المحور الثاني المتعلق بتنشيط الطلب السياحي تسام في زيادة ثبات هذا المحور، فكل معاملات الارتباط بين عبارات المكونة للأجزاء الأربعة دالة عند مستوى المعنوية (0.01) و(0.05)، كما أن كل قيم معاملات الارتباط هي قيم موجبة تتراوح بين (0.569) و(0.823)، وهو ما يدل على أن جميع عبارات المحور الثاني صادقة لما وضعت لقياسه وبالتالي إمكانية تطبيقه.

2- اختبار ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي هذا الأخير نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه على أفراد العينة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط بمعنى الاستقرار في نتائجه. ومعامل الثبات يأخذ قيم تتراوح بين الصفر والواحد من الناحية المثالية يجب أن تكون قيمته 0.06 وكما كانت أعلى كانت أفضل.

وقد تم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال معامل الارتباط ألفا كرونباخ ونتائجه موضحة في الجدول التالي (أنظر الملحق رقم 04).

لاختبار ثبات الاستبيان تم حساب معامل ألفا كرونباخ والجدول التالي يوضح النتائج المتصل عليها:

## الجدول رقم(11): اختبار ثبات الاستبيان لمحاور الدراسة

الدرجة	معامل ألفا كرونباخ	العبارات	المحور
مقبولة	0,642	14	تصنيف العادات والتقاليد
جيدة	0,752	13	تنشيط الطلب السياحي
جيدة	0.792	27	الثبات الكلي

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة ألفا كرونباخ:

✓ معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني عادلة معدل (0.6) حيث بلغ (0.642) بمعنى أن معامل ثبات المحور الثاني يتمتع بدرجة ثبات مقبولة.

✓ معامل ألفا كرونباخ للمحور الثالث فاق معدل (0.6) حيث بلغ (0.752) بمعنى أن معامل ثبات المحور الثالث يتمتع بدرجة ثبات جيدة.

✓ معامل ألفا كرونباخ للمحورين فاق معدل الثبات (0.6) حيث بلغ (0.792) بمعنى أن معامل ثبات المحورين يتمتع بدرجة جيدة.

## المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة

لغرض تحليل البيانات المتحصل عليها واختبار صحة فرضية البحث، تم الاستعانة بعدد من

الأدوات الإحصائية وذلك باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss وهي:

- النسب المئوية: وهذا لتحديد استجابات أفراد العينة اتجاه محاور الاستبيان وتحسب النسبة المئوية بقيم عدد التكرارات الموافقة لفئة ما على عدد أفراد العينة.

- التكرارات: وتم الاعتماد كل التوزيعات التكرارية عند تحليل مختلف البيانات الخاصة بمجتمع الدراسة وكذا نتائج بيانات الاستبيان.

- معامل الارتباط بيرسون: تم استخدام معامل الارتباط بيرسون في حساب الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

- معامل الثبات ألفا كرونباخ: تم استخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، فإذا كانت قيمته أكبر من 0.60 يعتبر كافيا ومقبولا، وإذا كانت قيمته أكبر أو يساوي 0.80 يعتبر ذو مستوى ممتاز من الدقة والثبات.

- المدى: هو الفرق المطلق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في الظاهرة<sup>(1)</sup>
- إذا كان المدى صغيرا تكون مفردات الظاهرة متقاربة أي متجانسة والعكس.
- إذا كان المدى كبيرا فإنه يدل على أن مفردات العينة مبعثرة ومشتتة ومتباعدة على بعضا.
- المتوسط الحسابي: من أكثر مقاييس النزعة المركزية الإحصائية انتشارا، وذلك لفائدته الكثيرة وسهولته حيث يعرف المتوسط الحسابي لمجموعة من مفردات إحصائية، بأنه عبارة عن مجموع قيم تلك المشاهدات مقسوما على عددها ويسمى أحيانا الوسط أو المتوسط أو المعدل الإحصائي<sup>(2)</sup>.
- اختبار **t** للعينة الوحيدة: يستخدم اختبار (t) لاختبار صحة الفرضيات من عدمها، ويجب تحقق الشرطين التاليين:

- يجب أن يتبع توزيع الأفراد التوزيع الطبقي، وزيادة حجم العينة إلى أكثر من 30 مفردة.
- يجب أن تكون العينة عشوائية أي لا تحسب مفرداتها على غيرها.
- الانحراف المعياري: يعد الانحراف المعياري من أكثر مقاييس التشتت استخداما، وهو يشير إلى درجة مقدارها بعد المشاهدات عن المتوسط الحسابي<sup>(2)</sup>
- ويتم إتباع القاعدة التالية في تحليل نتائج الانحراف المعياري:
- الانحراف المعياري أقل من 1: يشير إلى الإجابات وعدم تشتتها عن الوسط الحسابي، ويعني ذلك تقارب إجابات أفراد العينة.
- الانحراف المعياري أكبر أو يساوي 1: يشير إلى تشتت الإجابات عن الوسط الحسابي، وذلك يعني تباين وتباعد إجابات أفراد العينة.

### المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة

من خلال هذا المبحث سوف نحاول التعرف على خصائص أفراد مجتمع الدراسة، وكذا معرفة العادات والتقاليد ودورها في تنشيط الطلب السياحي الداخلي، من أجل الوصول إلى ذلك يجب علينا تفرغ إجابات أفراد مجتمع الدراسة، وحول العبارات التي تتضمنها المحاور الثلاثة للاستبيان، المتمثل في المحور البيانات الشخصية، محور تصنيف العادات والتقاليد، ثم محور تنشيط الطلب السياحي الداخلي لولاية جيجل.

(1) أحمد السيد عامر، الإحصاء الوصفي والتحليلي، الطبعة الأولى، دار الفجر، القاهرة، 2007، ص: 63.

(2) - مروى هادي كاظم وآخرون، الإحصاء التطبيقي، الطبعة الأولى، الذاكرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 91.

## المطلب الأول: تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة

نبين فيما يلي بعض المواصفات الرئيسية التي شكلت خصائص مجتمع البحث وهي كما يلي (أنظر الملحق رقم 02).

## أولاً: الجنس:

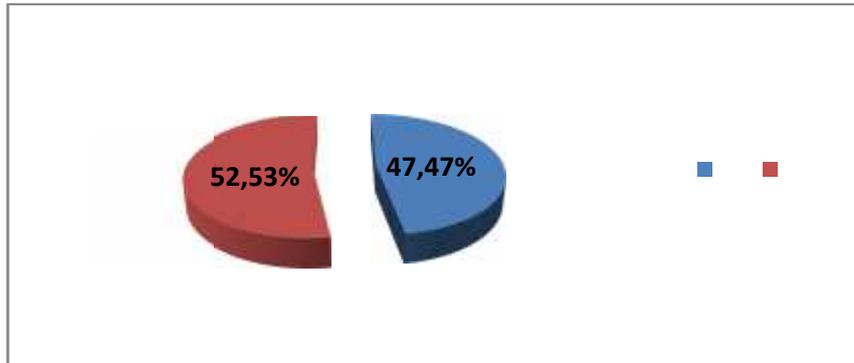
ويمكن توضيح توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس كما هو موضح في الشكل التالي:

## الجدول رقم (12): توزيع العينة حسب الجنس

النسبة%	التكرار	الجنس
47.47%	75	ذكر
52.53%	83	أنثى
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

## الشكل رقم (06): توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور من أفراد حيث بلغ عددهم 75 فرداً أي ما يعادل 47.47%، في حين بلغ عدد الإناث 83 فرداً وبنسبة مقدارها 52.53% من حجم الإجمالي للعينة قد يعود السبب في ذلك كون أن الإناث أكثر معرفة للعادات والتقاليد من الذكور.

## ثانياً: السن

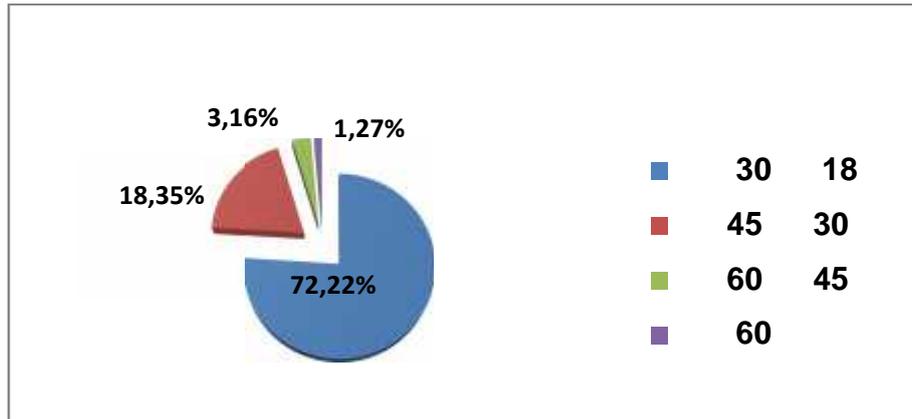
يمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر من خلال الجدول والشكل الموالي:

الجدول رقم(13):التوزيع حسب متغير السن

النسبة%	التكرار	الفئة العمرية
72.22%	114	من 18 إلى 30 سنة
18.35%	29	من 30 إلى 45 سنة
3.16%	05	من 45 إلى 60 سنة
1.27%	02	أكثر من 60 سنة
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم(07): يوضح توزيع العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة هم من الفئة العمرية من 18 إلى 30 سنة حيث بلغ عددهم 114 فرد ونسبة مقدارها 72.22%، ثم تليها الفئة العمرية من 30 إلى 45 سنة وبلغ عددهم 29 فردا ونسبة 18.35%، في حين جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفئة العمرية من 45 إلى 60 سنة حيث قدر عددهم بـ 5 أفراد ونسبة 3.16%، أما الفئة العمرية الأخيرة الأكثر من 60 سنة فقد بلغ عددهم فردين بنسبة 1.27%، وما هذا أن فئة الشباب أكثر ميولا إلى السياحة.

## ثالثا: الحالة الاجتماعية

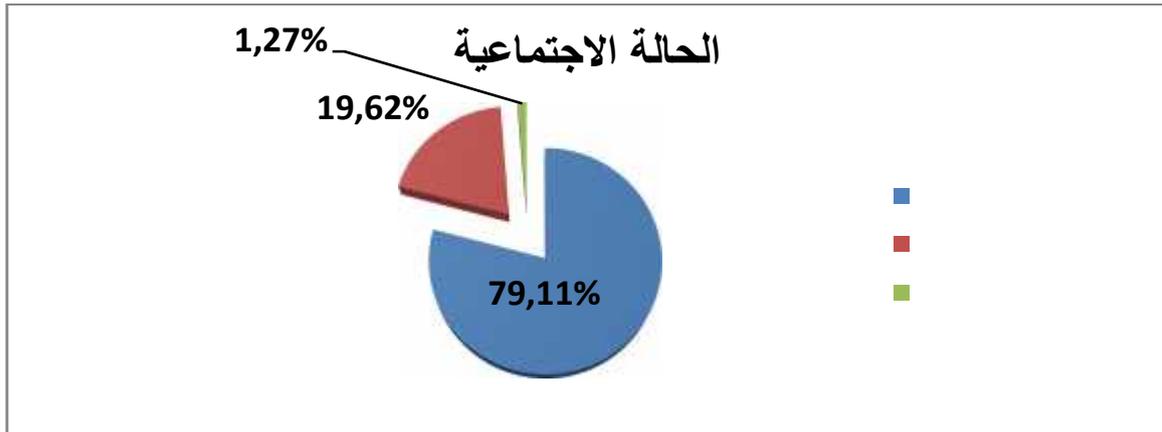
يمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية من خلال الشكل التالي:

الجدول رقم(14):توزيع حسب الحالة الاجتماعية

النسبة%	التكرار	الفئة العمرية
79.11%	125	أعزب
19.62%	31	متزوج
0.0%	00	مطلق
1.27%	02	أرمل
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم(08): توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

تشير نتائج الشكل أعلاه أن النسبة الأكبر لعينة الدراسة هي فئة العزاب والذي قدر عددهم 125 فردا وقدرت نسبتهم 79.11%، أما الفئة الثانية التي جاءت بنسبة 19.62% هي فئة المتزوجين والذي بلغ عددهم 31 فردا، أما الفئة الأخيرة والتي تمثل الأرمال بنسبة 1.27%، وهي أصغر نسبة ويمكن إرجاع ذلك لأسباب اجتماعية.

## رابعاً: المستوى التعليمي

توزيع يمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي من خلال الجدول والشكل

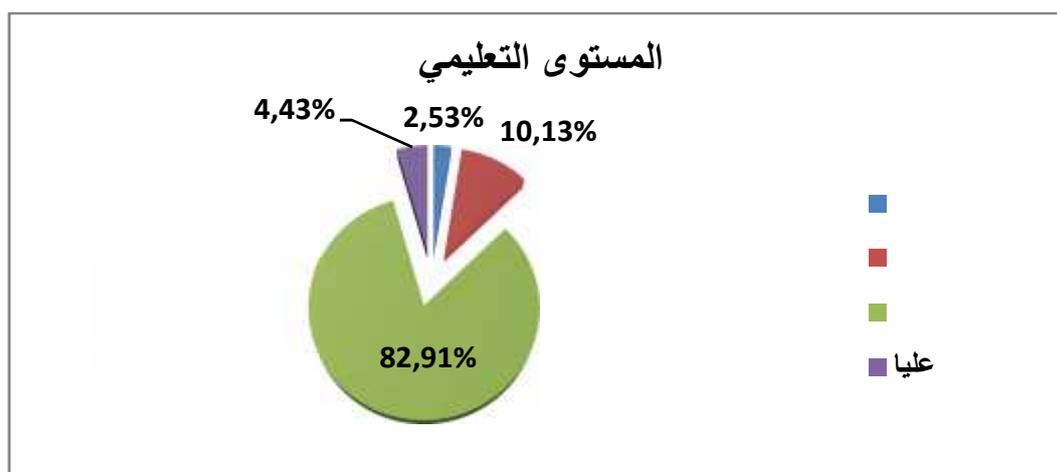
التالي:

الجدول رقم(15):توزيع حسب المستوى التعليمي

النسبة%	التكرار	الفئة العمرية
2.53%	04	أقل من الثانوي
10.13%	16	ثانوي
82.91%	131	جامعي
4.43%	07	دراسات عليا
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم(09):المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الشكل أعلاه نلاحظ أن النسبة الأعلى في أفراد عينة الدراسة هي فئة المستوى الجامعي بأكثر من 82%، وهذا أعطى مصداقية للنتائج كون إجاباتهم أكثر دقة، بينما نسبة 10.13% ممن يملكون مستوى ثانوي، أما الدراسات العليا جاءت في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة 4.43%، وفي الأخير نجد أقل من الثانوي بنسبة 2.53%.

## خامسا: المهنة

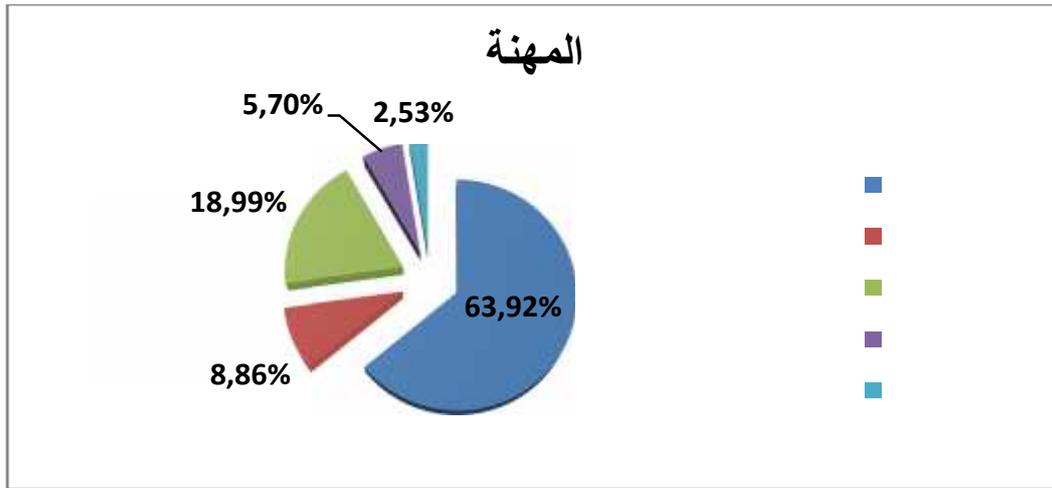
يمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة من خلال الجدول والشكل الموالي:

الجدول رقم (16): توزيع حسب المهنة

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
63.93%	101	طالب
8.86%	14	عامل حر
18.99%	30	موظف
5.70%	09	عاطل عن العمل
2.53%	04	متقاعد
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (10): توزيع الأفراد حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

من الشكل نلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة هي فئة الطلبة بنسبة 63.92%، تليها فئة الموظفين بنسبة 18.99%، ثم فئة ذوي الأعمال الحرة بنسبة 8.86%، أما العاطلين عن العمل فجاءت بنسبة 5.70%، وأخيرا فئة المتقاعدين بنسبة 2.53%، فجل أفراد العينة طلبة وموظفين من الشباب يطمحون للسفر والسياحة.

## سادسا: مستوى الدخل

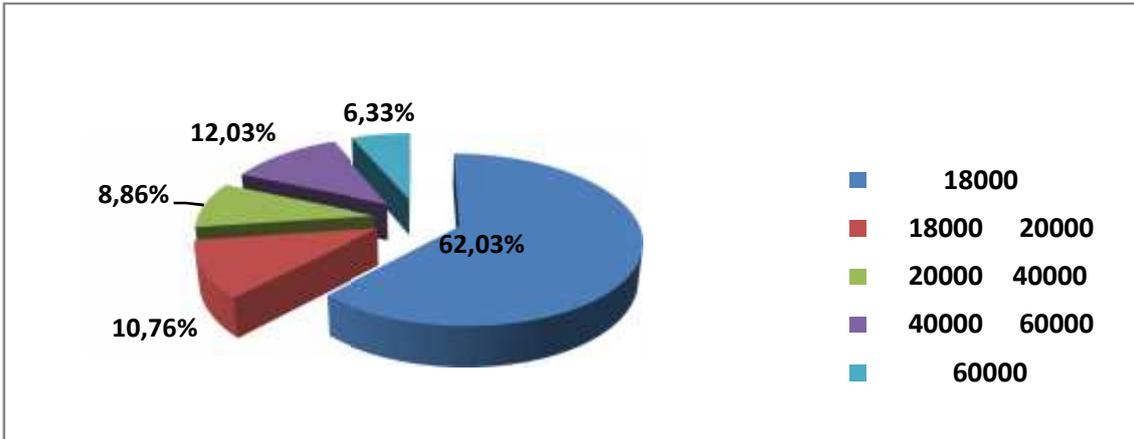
يمكن توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الدخل من خلال الجدول والشكل التالي:

الجدول رقم (17): التوزيع حسب مستوى الدخل

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
62.03%	98	أقل من 18000 دج
10.76%	17	من 18000 إلى 20000 دج
8.86%	14	من 20000 إلى 40000 دج
12.03%	19	من 40000 إلى 60000 دج
6.33%	10	أكثر من 60000 دج
100%	158	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (11): التوزيع حسب مستوى الدخل



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن نسبة 62.03% من أفراد العينة ذات الدخل أقل من 18000 دج، ويعني أن أغلبية أفراد العينة طلبة أو عاطلون عن العمل، يليها نسبة 12.03% من أفراد العينة الذي يتراوح دخلهم ما بين 40000 دج إلى 60000 دج، مما يسمح لهذه الفئة بالسفر واكتشاف أهم العادات والتقاليد في المنطقة، أما نسبة 10.76% فهي من العينة التي دخلهم يتراوح بين 18000 دج إلى 20000 دج، ثم تأتي نسبة 8.86% والتي يتراوح دخلهم بين 20000 دج إلى 40000 دج، وفي المرتبة الأخيرة يأتي أفراد العينة الذي دخلهم أكثر من 60000 دج بنسبة 6.33%.

## المطلب الثاني: عرض وتحليل عبارات الدراسة

من أجل التعرف على دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي - دراسة حالة ولاية جيجل، تم تخصيص (14) عبارة لمحور تصنيف العادات والتقاليد بولاية جيجل، وكذلك (13) عبارة لمحور تنشيط الطلب السياحي الداخلي، حيث تم حساب المتوسط الحسابي، وكذا الانحراف المعياري لكل محور على العبارات، وكذا درجة الموافقة لكل عبارة. (انظر الملحق رقم 05)

أولاً: عرض وتحليل محاور الدراسة

## الجدول رقم(18):المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحاور الدراسة

الرقم	المحاور	عدد العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تصنيف العادات والتقاليد	14-1	3.9164	0.46593	عالية
02	تنشيط الطلب السياحي	13-1	3.6041	0.67849	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى:

✓ نلاحظ أن المحور الأول (تصنيف العادات والتقاليد) بلغ المتوسط الحسابي (3.9164)، حيث عبر أفراد العينة عن موافقة عالية على أن العادات والتقاليد في الولاية تختلف وتتنوع من منطقة إلى أخرى، وقد بلغ الانحراف المعياري قيمة (0.46593)، وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ أما المحور الثالث (تنشيط الطلب السياحي) فقد بلغ متوسطا الحسابي (3.6041)، وهو يعبر أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن بعض العادات والتقاليد تنشيط الطلب السياحي داخل ولاية جيجل، وقد بلغ الانحراف المعياري (0.67849) وهو أقل من (01)، مما يدل على تجانس في إجابات أفراد العينة.

## ثانياً: عرض وتحليل عبارات أبعاد المحور تصنيف العادات والتقاليد

تم تحليل إجابة المبحوثين المتعلقة بالمحور الثاني من الاستبيان لمعرفة ما إذا كانت النتائج متوسط درجة الاستجابة وقد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 03 أم لا وتم استخدام المتوسط الحسابي لمعرفة درجة القبول أو الرفض.

## 1- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الأول حول المحور الثاني:

ويتضمن هذا البعد ثلاث عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده العادات الدينية للمحور الثاني

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية	0.950	4.18	تتفرد ولاية جيجل الاحتفال في عاشوراء بأطباق تقليدية مثل "بويشة"	01	العادات الدينية
عالية	0,986	3,88	يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي "عائلات، الجيران، مؤسسات خيرية"	02	
عالية	1,067	3,76	يحتفل سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس مميزة وخاصة	03	
عالية	0.7023	3.94	<b>المجموع</b>		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعد العادات والتقاليد ✓ نلاحظ أن العبارة الأولى تحتل المرتبة الأولى من حيث المتوسط الحسابي الذي قدر ب (4.18) وبدرجة موافقة عالية حيث عبروا أفراد العينة على أن ولاية جيجل تتفرد بالاحتفال في عاشوراء بأطباق تقليدية مثل "بويشة"، وأن الانحراف المعياري بلغ (0.950) وهو أقل من (01) مما يدل على تجانس في إجابات أفراد العينة

✓ أما العبارة الثانية فلقد قدر متوسطها الحسابي (3.88) حيث عبر أفراد العينة عن موافقة عالية عن تميز الولاية في شهر رمضان بالإفطار الجماعي، وانحراف معياري (0.986) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس أفراد العينة.

✓ أما العبارة الثالثة فمتوسطها الحسابي قدر ب (3.76) بدرجة عالية، وانحراف معياري بلغ (1.067) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

## 2- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الثاني حول المحور الثاني:

ويتضمن هذا البعد خمس (05) عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (20): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعدها العادات الشعبية والاجتماعية للمحور

## الثاني

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية جدا	0.671	4.37	تتميز ولاية جيجل بتنوع عاداتها وتقاليدها	04	العادات الشعبية والاجتماعية
متوسطة	1.068	3.14	" يحتفل سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس متميزة ومختلفة	05	
عالية	1.004	3.87	تتميز أعراس المجتمع الجيجلي بفلكلور شعبي والزرنة	06	
عالية جدا	0.894	4.25	يحرص المجتمع الجيجلي على تحضير أطباق تقليدية مثل الكسكسي بالحوت يوم الجمعة.	07	
عالية	0.898	3.78	يحتفل سكان ولاية جيجل بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية	08	
عالية	0.568	3.881	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات البعد العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية نلاحظ أن:

✓ في العبارة (04) بلغ متوسط الحسابي (4.37) وهي تنتمي إلى المجال [4.2-5] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية جدا على أن " ولاية جيجل تنتوع بعاداتها وتقاليدها"، وقد بلغ الانحراف المعياري (0.671) وهو أقل من (01) مما يدل على تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (05) بلغ متوسط الحسابي (3.14) وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة متوسطة على أن " سكان ولاية جيجل يحتفلون بطقوس متميزة ومختلفة في يناير" وعكس ذلك الانحراف المعياري قدر ب(1.068) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (06) بلغ متوسط الحسابي (3.87) وتنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن " الأعراس في المجتمع الجيجلي تتميز بفلكلور شعبي والزرنة" وبانحراف معياري قدر (1.004) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (07) قدر المتوسط الحسابي (4.25) وتنتمي إلى المجال [4.2-5] وبدرجة موافقة عالية جدا على أن " يحرص المجتمع الجبلي على تحضير أطباق تقليدية مثل الكسكسي بالحوت يوم الجمعة" وانحراف معياري قدر (0.894) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (08) بلغ المتوسط الحسابي (3.78) وتنتمي إلى المجال [3.4-4.2] بدرجة موافقة عالية على أن " سكان ولاية جيجل يحتفلون بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية"، وانحراف معياري قدر ب(0.898) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

### 3- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الثالث حول المحور الثاني:

ويتضمن هذا البعد ثلاث عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (21): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده العادات والتقاليد الموسمية للمحور

#### الثاني

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية	0.939	3.90	يتميز موسم جني الزيتون في ولاية جيجل بما يعرف بالتبوية	09	العادات والتقاليد الموسمية
عالية جدا	0,700	4.44	يحتفل سكان ولاية جيجل بقدم فصل الربيع عن طريق تحضير أكلات وحلويات تقليدية مثل " لبراج، البغريز"	10	
عالية	1,070	4.03	يحتفل سكان ولاية جيجل بعيد الفراولة بنكهة مميزة مرة كل سنة	11	
عالية	0.616	4.122	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعد العادات والتقاليد

الموسمية:

✓ العبارة (09) بلغ متوسط حسابي (3.90) وتنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن " موسم جني الزيتون في ولاية جيجل يعرف بالتبوية"، وانحراف معياري قدر (0.939) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (10) بلغ متوسط الحسابي (4.44) وتنتمي إلى المجال [4.2-5] بدرجة موافقة عالية جداً، وانحراف معياري قدر ب (0.700) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس إجابات أفراد العينة.

✓ في العبارة (11) بلغ المتوسط الحسابي (4.03) وتنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن " يحتفل سكان ولاية جيجل بعيد الفراولة مرة كل سنة"، وبانحراف معياري قدر ب (1.070) وهو أكبر من (01) مما يدل على تشتت إجابات أفراد العينة.

#### 4- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الرابع حول المحور الثاني:

ويتضمن هذا البعد ثلاث عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (22): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده الصناعات التقليدية والحرفية للمحور

#### الثاني

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية	0.934	4.03	تتميز المرأة الريفية بالصناعات اليدوية مثل " نسيج الزرابي، غزل الصوف"	12	الصناعات التقليدية
متوسطة	1.030	3.42	تتفرد المرأة الجبلية بالصناعات الفخارية والخشبية " الأواني، الآلات الموسيقية"	13	والحرفية
عالية	0.982	3.78	تعرف ولاية جيجل بالطرز الملابس التقليدية " الفتلة، المخبود".	14	
عالية	0.7812	3.74	<b>المجموع</b>		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعد العادات والتقاليد الخاص بالصناعات التقليدية والحرفية:

✓ العبارة (12) بلغ المتوسط الحسابي (3.04) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن " تتميز المرأة الريفية بالصناعات اليدوية مثل " نسيج الزرابي وغزل الصوف"، بانحراف معياري قدر (0.934) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (13) فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.42) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة عالية على أن "المرأة الجبيلية تنفرد بالصناعات الفخارية والخشبية"، وانحراف معياري قدر (1.030) وهو أكبر من (01) مما يعني وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (14) قدر المتوسط الحسابي (3.87) والذي ينتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة عالية، وانحراف معياري (0.982) وهو أقل من (01) مما يدل على تجانس أفراد العينة.

ثالثاً: عرض وتحليل عبارات أبعاد المحور تنشيط الطلب السياحي

### 1- تحليل عبارات البعد الأول لمحور الثالث تنشيط الطلب السياحي

الجدول أسفله يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المتعلقة بالمحور الثالث لمعرفة درجة القبول أو الرفض، والنتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (23): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد العادات الدينية لمحور تنشيط الطلب

#### لسياحي الداخلي

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية	1.010	3.65	شجعتني الأطباق التقليدية في عاشوراء "بويشة" على اختيار ولاية جيجل	01	العادات الدينية
عالية	1.098	3.47	يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي زاد ذلك في الطلب السياحي	02	
متوسطة	1.035	3.32	احتفال سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس خاصة نشط الساحة الداخلية	03	
عالية	0.817	3.47	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعد العادات والتقاليد

الصناعات التقليدية والحرفية:

✓ العبارة (01) بلغ المتوسط الحسابي (3.65) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن "تشجعهم الأطباق التقليدية في عاشوراء " بويشة" على اختيار ولاية جيجل، بانحراف معياري قدر (1.010) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (02) فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.47) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة عالية على أن "شهر رمضان يتميز في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي زاد ذلك في الطلب السياحي"، وانحراف معياري قدر (1.098) وهو أكبر من (01) مما يعني وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (03) بلغ المتوسط الحسابي (3.32) وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] مما يدل توسط إجابات أفراد العينة، وانحراف معياري قدر ب (1.035) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة حول احتفال سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس خاصة نشط السياحة الداخلية.

## 2- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الثاني حول المحور الثالث:

ويتضمن هذا البعد خمس (05) عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما هو

موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (24): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده العادات الشعبية والاجتماعية للمحور

### الثالث

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعد
عالية	0.981	3.89	عادات وتقاليد المميزة في ولاية جيجل شجع الطلب السياحي عليها	04	العادات الشعبية والاجتماعية
متوسطة	1.118	3.13	احتفال سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس مختلفة يؤثر في تنشيط الطلب السياحي	05	
عالية	1.093	3.53	شجعتك أعراس المجتمع الجبلي بفلكلور الشعبي والزينة على اختيارها كوجهة سياحية داخلية	06	
عالية	1.082	3.82	الأطباق التقليدية في ولاية جيجل مثل "الكسكي بالحوث" زادت الطلب السياحي الداخلي.	07	
متوسطة	1.116	3.39	طريقة الاحتفال سكان ولاية جيجل بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية حفزني على اختيارها	08	
عالية	0.809	3.55	<b>المجموع</b>		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعد العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية إلى:

✓ العبارة (04) بلغ المتوسط الحسابي (3.89) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن "عادات وتقاليد المميّزة في ولاية جيجل شجع الطلب السياحي"، بانحراف معياري قدر (0.981) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (05) فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.13) وهي تنتمي إلى المجال [2.6-3.4] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة متوسطة على أن "احتفال سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس مختلفة يؤثر في تنشيط الطلب السياحي"، وانحراف معياري قدر (1.118) وهو أكبر من (01) مما يعني وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (06) وبلغ المتوسط الحسابي (3.53) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة عالية على أن "أعراس المجتمع الجبلي بالفلكلور الشعبي والزرنة تشجعهم لزيارتها"، بانحراف معياري قدر (1.093) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (07) متوسط حسابها قدر ب (3.82) وتنتمي إلى المجال [3.4-4.2] وانحراف معياري بلغ (1.082) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة حول الأطباق التقليدية مثل "الكسكى بالحوت" يزيد من الطلب السياحي.

✓ العبارة (08) بلغ المتوسط الحسابي (3.39) وهي تنتمي للمجال [2.6-3.4] بدرجة موافقة متوسطة، وانحراف معياري قدر (1.116) هو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة.

### 3- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعد الثالث حول المحور الثالث:

ويتضمن هذا البعد عبارتين (02) عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما

هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعدها العادات والتقاليد الموسمية للمحور

### الثالث

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعدها
عالية	1.106	3.60	حفزتي فكرة التوزيع على جني الزيتون على زيارة ولاية جيجل	09	العادات الموسمية
عالية	0.999	3.73	شجعتني طريقة احتفال المجتمع الجبلي بقدوم فصل الربيع على زيارتها.	10	
عالية	0.909	3.66			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعدها العادات والتقاليد

الموسمية أن:

✓ العبارة (09) بلغ المتوسط الحسابي (3.60) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية، بانحراف معياري قدر (1.106) وهو أكبر من (01) مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد العينة، مما يدل على أن معظم السياح لا تحفزهم فكرة التوزيع على جني الزيتون على زيارة ولاية جيجل.

✓ العبارة (10) فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.73) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة عالية على أن "طريقة الاحتفال بالمجتمع الجبلي بقدوم فصل الربيع تشجع السياح على زيارتها"، وانحراف معياري قدر (0.999) وهو أقل من (01) مما يعني وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

#### 4- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة للبعدها الرابع حول المحور الثالث:

ويتضمن هذا البعد ثلاث عبارات (03) عبارات، فيما يلي المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (26): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعث الصناعات التقليدية والحرفية للمحور

## الثالث

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	رقم العبارة	البعث
عالية	0.972	3.81	رغبتي في مشاهدة كيفية غزل الزرابي والصوف على زيارة ولاية جيجل	11	الصناعات التقليدية
عالية	1.043	3.57	كيفية وطريقة طرز الملابس التقليدية للعروس " الفتلة ، المجدود" عند الجيلية دفعني لاختيارها.	12	والحرفية
عالية	0.943	3.95	يؤثر تنوع الصناعات التقليدية والفخارية في ولاية جيجل على تنشيط الطلب السياحي الداخلي	13	
عالية	0.823	3.77	المجموع		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

تشير نتائج الجدول أعلاه وفق آراء أفراد عينة الدراسة إلى أن عبارات بعث الصناعات التقليدية والحرفية أن:

✓ العبارة (11) بلغ المتوسط الحسابي (3.81) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على أن أفراد العينة موافقون بدرجة عالية على أن أغلب السياح " يرغبون في مشاهدة كيفية غزل الزرابي والصوف على زيارة ولاية جيجل"، بانحراف معياري قدر (0.972) وهو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

✓ العبارة (12) فقد بلغ المتوسط الحسابي (3.57) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة الأفراد بدرجة عالية على أن "تدفعهم كيفية طرز الملابس التقليدية للعروس" لاختيار ولاية جيجل كوجهة سياحية"، وانحراف معياري قدر (1.043) وهو أكبر من (01) مما يعني وجود تشتت في إجابات أفراد العينة

✓ العبارة (13) بلغ المتوسط الحسابي (3.95) وهي تنتمي إلى المجال [3.4-4.2] مما يدل على موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على اعتقادهم أن تنوع الصناعات التقليدية والفخارية في ولاية جيجل تؤثر على تنشيط الطلب السياحي الداخلي، وقد بلغ الانحراف المعياري (0.943) هو أقل من (01) مما يدل على وجود تجانس في إجابات أفراد العينة.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

قصد الإجابة على الإشكالية وتحقيق الأهداف الموضوعية لدراسة تم إعداد مجموعة من الفرضيات المتعلقة بموضوع البحث سيتم الاعتماد على مجموعة من القرارات نذكر منها لاختبار  $t_{\text{tast}}$  وكذلك مستوى الدلالة وبالنسبة للتوزيع الطبيعي ومعامل الانحدار البسيط وبالنسبة لاختبار فرضيات الدراسة

أولاً: إخبار التوزيع الطبيعي

تتشرط معظم الاختبارات المعلمية أن يكون توزيع البيانات طبيعياً من خلال برنامج spss، وسنقوم باستعراض اختبار التوزيع الطبيعي لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهذا من كما يبين الجدول التالي (أنظر الملحق رقم 06)

الجدول رقم (27): النتائج المتعلقة باختبار التوزيع للاستبيان

المحور	عدد العبارات	مستوى المعنوية	القيمة الاحتمالية لـ sig
أسئلة الاستبيان	27	0.05	0.20

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على SPSS.

نقوم باختبار الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية:

$H_0$ : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الفرضية البديلة:

$H_1$ : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

إذا كانت القيمة الاحتمالية لـ sig أكبر من مستوى الدلالة (sig) نقبل الفرضية الصفرية  $H_0$ ، والتي تقول البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، أما إذا كانت القيمة الاحتمالية لـ sig أصغر من مستوى الدلالة (sig) نرفض الفرضية البديلة  $H_1$ ، أي أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

عينة الدراسة  $n = 158$  وهي أكبر من 50، إذن تقرأ نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov.

نلاحظ من الجدول رقم (27) أن القيمة الاحتمالية sig للاستبيان تساوي (0.20) أكبر من مستوى الدلالة (0.005)، ومنه نقبل الفرضية الصفرية H0 أي أن بيانات الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي. إذن بيانات العينة البحث مسحوبة من مجتمع طبيعي (تتبع التوزيع الطبيعي).

### ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة

- اتخاذ القرار بشأن نتيجة اختبار الفرضيات (انظر الملحق رقم 06)

#### 1- الفرضية الأولى:

##### قاعدة القرار:

(H<sub>0</sub>): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية  
(H<sub>1</sub>): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

#### الجدول رقم (28): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الأولى

القرار	Sig	R <sup>2</sup>	R	t الإحصائية		المتغير التابع
				t المحسوبة	t الجدولة	المتغير المستقل
قبول H1	0.000	0.102	0.319	4.209	1.98	العادات الدينية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن:

✓ Sig = (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على ثبات معنوية معامل الانحدار البسيط وهذا يعني أن العادات الدينية تؤثر في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل. R=0.319 هذه القيمة موجبة يعني أن هناك علاقة طردية بين العادات الدينية وتحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل.

✓ وقيمة R<sup>2</sup> = 0.102 هذه القيمة تدل وجود قدرة تفسيرية ضعيفة حيث أن العادات الدينية تحسن الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل قادر على تفسير ما نسبته 10% من المتغيرات التي تحدث في

نموذج خط الانحدار، أما باقي المتغيرات 90% يعود تفسيرها إلى متغيرات خارج نموذج خط الانحدار، أي لم يتم إدراجها بعد.

- اختبار معنوية معامل الانحدار (b<sub>0a</sub>)

معادلة الانحدار:  $y = a + bx$

$$Y = 2.372 + 0.313x$$

بلغت قيمة معامل الانحدار (معامل المتغير المستقل) 0.313 هذا يدل على علاقة ايجابية بين المتغيرين إحصائياً، كما أن مستوى الدلالة (sig=0.00) أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على معنوية معلمة الميل بالإضافة على معلمة التقاطع (حد ثابت)، قد بلغت 2.372 بمستوى دلالة (0.000) مما يشير إلى معنويتها إحصائياً.

- القرار الإحصائي:

نلاحظ أن:

T المحسوبة (4.209) و t الجدولة (1.96)

sig=0.000 = 0.05

أي: t الجدولة > t المحسوبة و sig >

إذن: نرفض الفرضية H<sub>0</sub> ونقبل الفرضية H<sub>1</sub>

2- الفرضية الثانية

- قاعدة القرار:

(H<sub>0</sub>): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الشعبية والاجتماعية الطلب السياحي الداخلي بولاية

جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

(H<sub>1</sub>): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الشعبية والاجتماعية في تنشيط الطلب السياحي الداخلي

بولاية جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

الجدول رقم (29): نتائج الانحدار البسيط للفرضية الثانية

القرار	Sig	R <sup>2</sup>	R	t الإحصائية		المتغير التابع
				t المحسوبة	t المجدولة	المتغير المستقل
قبول H1	0.000	0.240	0.490	7.014	1.98	العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن:

Sig = (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على ثبات معنوية معامل الانحدار البسيط وهذا يعني أن العادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية أثرت في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل.

R=0.490 هذه القيمة موجبة يعني أن هناك علاقة طردية بين العادات الشعبية والاجتماعية في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل.

و قيمة R<sup>2</sup> = 0.240 هذه القيمة تدل وجود قدرة تفسيرية ضعيفة حيث أن العادات الشعبية والاجتماعية أثر في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل قادر على تفسير ما نسبته 24% من المتغيرات التي تحدث في نموذج خط الانحدار، أما باقي المتغيرات 76% يعود تفسيرها إلى متغيرات خارج نموذج خط الانحدار، أي لم يتم إدراجها بعد.

- اختبار معنوية معامل الانحدار (b<sub>0a</sub>)

معادلة الانحدار:  $y = a + bx$

$$Y = 1.307 + 0.592x$$

بلغت قيمة معامل الانحدار (معامل المتغير المستقل) 0.592 هذا يدل على علاقة ايجابية بين المتغيرين إحصائياً، كما أن مستوى الدلالة (sig=0.00) أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على معنوية معلمة الميل بالإضافة على معلمة التقاطع (حد ثابت)، قد بلغت 1.307 بمستوى دلالة (0.000) مما يشير إلى معنويتها إحصائياً.

- القرار الإحصائي:

نلاحظ أن:

T المحسوبة (7.014) و t المجدولة (1.96)

sig=0.000 = 0.05

أي: t المجدولة > t المحسوبة و sig >

إذن: نرفض الفرضية  $H_0$  ونقبل الفرضية  $H_1$

3- الفرضية الثالثة:

- قاعدة القرار:

( $H_0$ ): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية

جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

( $H_1$ ): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات والتقاليد الموسمية بين الطلب السياحي الداخلي بولاية

جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

الجدول رقم (30): نتائج الانحدار البسيط للفرضية الثالثة

القرار	Sig	R <sup>2</sup>	R	t الإحصائية		المتغير التابع
				t المجدولة	t المحسوبة	المتغير المستقل
قبول H1	0.000	0.140	0.374	1.98	5.037	العادات الموسمية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن:

Sig = (0.000) وهي أقل من مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على ثبات معنوية معامل الانحدار

البسيط وهذا يعني أن العادات الموسمية في ترقية المواقع السياحية بولاية جيجل

R=0.374 هذه القيمة موجبة يعني أن هناك علاقة طردية بين العادات الموسمية في ترقية المواقع

السياحية بولاية جيجل.

R<sup>2</sup> = 0.140 هذه القيمة تدل وجود قدرة تفسيرية ضعيفة حيث أن العادات الموسمية في ترقية المواقع

السياحية الداخلية بولاية جيجل قادر على تفسير ما نسبته 14% من المتغيرات التي تحدث في نموذج

خط الانحدار، أما باقي المتغيرات 86% يعود تفسيرها إلى متغيرات خارج نموذج خط الانحدار، أي لم

يتم إدراجها بعد.

- اختبار معنوية معامل الانحدار (b أو a)

معادلة الانحدار:  $y = a + bx$

$$Y = 1.884 + 0.417x$$

بلغت قيمة معامل الانحدار (معامل المتغير المستقل) 0.417 هذا يدل على علاقة ايجابية بين المتغيرين إحصائياً، كما أن مستوى الدلالة (sig=0.00) أقل من مستوى المعنوية (0.05 = ) مما يدل على معنوية معلمة الميل بالإضافة على معلمة التقاطع (حد ثابت)، قد بلغت 1.884 بمستوى دلالة (0.000) مما يشير إلى معنويتها إحصائياً.

- القرار الإحصائي:

نلاحظ أن:

T المحسوبة (5.037) و t الجدولة (1.96)

sig=0.000 = 0.05

أي: t الجدولة > t المحسوبة و sig >

إذن: نرفض الفرضية  $H_0$  ونقبل الفرضية  $H_1$

4- الفرضية الرابعة

- قاعدة القرار

( $H_0$ ): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الصناعات التقليدية والحرفية في تثمين شهرة السياحة الداخلية بولاية جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

( $H_1$ ): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الصناعات التقليدية والحرفية في تثمين شهرة السياحة الداخلية بولاية جيجل عند مستوى دلالة أكبر من مستوى المعنوية

الجدول رقم (31): نتائج الانحدار البسيط للفرضية الرابعة

القرار	sig	R <sup>2</sup>	R	t الإحصائية		المتغير التابع
				t المحسوبة	t الجدولة	المتغير المستقل
قبول H1	0.000	0.241	0.491	7.043	1.96	الصناعات التقليدية والحرفية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن:

$R=0.491$  هذه القيمة موجبة يعني أن هناك علاقة طردية بين الصناعات التقليدية والحرفية وتتميز شهرة السياحة الداخلية بولاية جيجل.

و قيمة  $R^2=0.241$  هذه القيمة تدل وجود قدرة تفسيرية ضعيفة حيث أن للصناعات التقليدية والحرفية في تثنمين شهرة السياحة الداخلية بولاية جيجل قادر على تفسير ما نسبته 24% من المتغيرات التي تحدث في نموذج خط الانحدار، أما باقي المتغيرات 76% يعود تفسيرها إلى متغيرات خارج نموذج خط الانحدار، أي لم يتم إدراجها بعد.

- اختبار معنوية معامل الانحدار (b) (a)

معادلة الانحدار:  $y = a + bx$

$$Y = 1.985 + 0.432x$$

بلغت قيمة معامل الانحدار (معامل المتغير المستقل) 0.432 هذا يدل على علاقة ايجابية بين المتغيرين إحصائياً، كما أن مستوى الدلالة ( $\text{sig}=0.00$ ) أقل من مستوى المعنوية ( $0.05 =$ ) مما يدل على معنوية معلمة الميل بالإضافة على معلمة التقاطع (حد ثابت)، قد بلغت 1.985. بمستوى دلالة (0.000) مما يشير إلى معنويتها إحصائياً.

- القرار الإحصائي:

نلاحظ أن:

T المحسوبة (0.7) و t المجدولة (1.96)

$$\text{sig}=0.000 = 0.05$$

أي: t المجدولة > t المحسوبة و  $\text{sig} >$

إذن: نرفض الفرضية  $H_0$  ونقبل الفرضية  $H_1$

## خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل إعطاء نظرة شاملة عن القطاع السياحي والعادات والتقاليد في ولاية جيجل، وذلك بالاعتماد على دراسة ميدانية هدفت إلى تسليط الضوء على دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي في ولاية جيجل وكيف تؤثر على جذب السياح، معتمدين في ذلك على الاستبانة كأهم وسيلة في دراستنا، أين تم توزيعها وفق الطريقتين الإلكترونية والورقية على أفراد العينة، حيث تضمنت محورين رئيسيين شملت تصنيف العادات والتقاليد، وتنشيط الطلب السياحي الداخلي، وقد تم تحليلها باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية، اعتمادا على برنامج spss الذي مكننا من عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

وقد تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن للعادات والتقاليد دور مقبول نسبيا في تنشيط الطلب السياحي الداخلي لولاية جيجل.

الخاتمة

يسعى أي بلد اليوم إلى إبراز مقوماته السياحية لزيادة الطلب المحلي عليها من منطلق أن السياحة الداخلية تمثل أحد المجالات المهمة للدولة، حيث لاقت اهتماما بالغا من قبل الأكاديميين والممارسين، إذ هناك عدة عوامل تؤثر في الطلب السياحي ومن بينها العادات والتقاليد حيث تسعى الدول لإبرازها وإظهارها من أجل جذب السياح لها، وفي هذا الصدد تم تقديم لمحة عن دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي وأهم العوامل التي تؤثر فيه.

وانطلاقا من التساؤل الذي تم طرحه حول مدى مساهمة العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي دراسة حالة -ولاية جيجل- ، وبعد الإلمام بالجانب النظري الذي قمنا فيه بتوضيح الإطار النظري للعادات والتقاليد وتنشيط الطلب السياحي الداخلي، والتطرق إلى بعض الدراسات السابقة من أجل الاستعانة بها في دراستنا ومقارنتها بالدراسة المحلية ومعرفة أوجه التشابه والاختلاف، وقصد الإجابة عليه قمنا بتحليل البيانات المتحصل عليها من أفراد العينة بالاعتماد على الاستبانة في الجانب التطبيقي، وكذلك اختبار مدى صدق الفرضيات التي تم اقتراحها مسبقا وقد تبنينا مايلي:

الفرضية الأولى "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الدينية في تحسين الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل." وقد تم إثبات صحتها.

الفرضية الثانية "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده عادات وتقاليد في تنشيط الطلب السياحي الداخلي" وقد تم إثبات صحتها.

الفرضية الثالثة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده العادات الموسمية في ترقية المواقع السياحية الداخلية بولاية جيجل" وقد تم إثبات صحتها.

الفرضية الرابعة "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الصناعات التقليدية والحرفية في تثمين شهرة السياحة الداخلية بولاية جيجل" وقد تم إثبات صحتها.

## أولاً: نتائج الدراسة

من خلال دراستنا هذه تم التوصل إلى نتائج نظرية وأخرى تطبيقية:

## أ- النتائج النظرية: تتمثل فيما يلي:

- تمثل السياحة الداخلية دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات؛
- إن السياحة الداخلية تتأثر بعدة أطراف وعوامل منها داخلية وأخرى خارجية؛
- للعادات والتقاليد أهمية بالغة على مختلف الأصعدة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية تؤكدتها التصنيفات العديدة لها؛
- هناك علاقة تبادلية بين العادات والتقاليد والسياحة الداخلية حيث تساهم السياحة كنشاط اقتصادي واجتماعي في الترويج لمختلف العادات والتقاليد، كما تساهم هذه الأخيرة في ترقية وتطوير النشاط السياحي.

## ب- النتائج الميدانية:

- تعد العادات والتقاليد بولاية جيجل عنصراً ثانوياً لتنشيط الطلب السياحي الداخلي وهذا ما يتوافق عموماً مع الدراسات السابقة لموضوع البحث؛
- مساهمة العادات والتقاليد الدينية في تنشيط الطلب السياحي الداخلي بولاية جيجل تعتبر الأكثر تأثيراً؛
- تساهم العادات والتقاليد الموسمية في ترقية المواقع السياحية بجيجل ينعكس بشكل إيجابي على الجذب السياحي بولاية؛
- للعادات والتقاليد الشعبية والاجتماعية مساهمة ضعيفة في تفعيل السياحة الداخلية لولاية جيجل؛
- الصناعات التقليدية والحرفية تساهم في تثمين المواقع السياحية مما توضح عجزاً في استحداث الأنماط السياحية الثقافية في الولاية.

في الأخير إن العادات والتقاليد بولاية جيجل تعد إحدى المقومات السياحية الثانوية حيث لا تعتبر المنشط الأساسي لزيادة الطلب السياحي عليها وهذا حسب وجهة نظر السياح، على الرغم من درجة جاذبيتها السياحية العالية، إلا أن دورها العام في تنشيط الطلب السياحي في ولاية جيجل قد سجل مساهمة ضعيفة، اتضح ذلك من خلال الأوزان الضعيفة في بعض المقومات السياحية.

## ثانيا: مقترحات الدراسة

- ضرورة خلق نشاطات فعالة لتشجيع العادات والتقاليد وانتشارها على مختلف الأقاليم السياحية لولاية جيجل؛
- تفعيل دور هياكل الصناعات التقليدية لاستقطاب السياح من خلال الترويج لمواقعها ومنتجاتها التقليدية، وكذا توفير أشخاص ذوي ثقافة سياحية من أجل التواصل الايجابي مع السياح؛
- ضرورة تفعيل آليات عرض منتجات العادات والتقاليد بمختلف الهياكل السياحية والفندقية من خلال الترويج والتعريف بالمنتوج التقليدي المحلي؛
- استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال للترويج السياحي لمختلف العادات والتقاليد التي تعرف بهم الولاية كمقوم لجذب السياح من خلال إبراز خصوصياتها التراثية وارتباطها بالهوية الوطنية؛
- القيام بالحملات التحسيسية بالتنسيق مع الجهات الوصية على القطاع ورؤساء البلديات من أجل إقامة مساحات وتظاهرات ترقية لتعريف بالعادات والتقاليد المحلية طوال السنة لا سيما في المناسبات والأعياد الوطنية والدينية.

## ثالثا: آفاق الدراسة

بحكم أن الموضوع الذي تناولناه واسع وذو أهمية وأنه يحتاج إلى تفصيل كبير، لذا فإننا نعتبر دراستنا هذه كقاعدة يمكن الإنطلاق منها لبناء مواضيع أخرى ذات علاقة، يمكن أن تساهم في إثراء البحث العلمي في مجال تنشيط السياحة الداخلية من جهة أو في مجال العادات والتقاليد من جهة أخرى. و فيما يلي بعض المواضيع المقترحة للبحث على أمل أن نلفت الأنظار لمعالجتها:

- دور العادات والتقاليد في مواجهة الفروقات السياحية بين الأقاليم؛
  - دور وسائل الإعلام والاتصال في تنمية الطلب السياحي الداخلي؛
  - مدى تأثير التراث المادي على واقع السياحة الداخلية؛
  - دور العادات والتقاليد في جذب السياح الأجانب.
- وكخلاصة فإن نجاح تشجيع السياحة الداخلية يتطلب بالتعاون والتكامل والتنسيق بين مديرية السياحة والصناعات التقليدية للدولة، بتأمين جميع الموروث الثقافي والحضاري لولاية جيجل بصفة خاصة والجزائر بصفة عامة.

# قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

• الكتب:

- 1- إحسان محمد الحسين، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- 2- أحمد السيد عامر، الإحصاء الوصفي والتحليلي، الطبعة الأولى، دار الفجر، القاهرة، 2007.
- 3- الحديد إبراهيم إسماعيل ، إدارة التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009. الحسين إحسان محمد ، مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- 4- حمدي عبد العظيم، الاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- 5- السكر مروان ، السياحة مضمونها وأهدافها، بدون طبعة، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول، الأردن، 1994.
- 6- السيد عامر أحمد ، الإحصاء الوصفي والتحليلي، الطبعة الأولى، دار الفجر، القاهرة، 2007.
- 7- السيسى ماهر عبد الخالق ، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار النشر مجموعة النيل العربية، 2001.
- 8- شحاتة حسين أحمد ، التلوث البيئي وإعاقة السياحة، الطبعة 1، مكتب دار العربية، القاهرة، مصر، 2006.
- 9- الصرفي محمد ، التخطيط السياحي، الطبعة 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 10- ضاهر فيصل وآخرون، الاستقرار الأمني في تنمية القطاع السياحيين، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- 11- طه الحوري منى ، الدباغ إسماعيل محمد علي ، مبادئ السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2001.
- 12- صبري عزام الإحصاء الوصفي ونظام spss، الطبعة الأولى، دار جدار الكتاب العالمي، عمان، 2006.
- 13- علام أحمد عبد السميع ، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008.

14- كاظم مروى هادي وآخرون، الإحصاء التطبيقي، الطبعة الأولى، الذاكرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

• الرسائل الجامعية:

1- إسماعيلي نسبية ، دور السياحة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

2- بوحناش إلهام، شريط فاطمة الزهراء، تأثير عوامل الجذب السياحي على سلوك السياح "دراسة حالة ولاية جيل" ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التسيير، تخصص: اقتصاد وتسيير السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيل، الجزائر، 2013-2014.

3- بوعكريف زهير، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، " مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2011/2012.

4- سعيد فايزة، العادات الاجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة وهران، الجزائر، 2011/2012، ص-ص: 107.

5- نشاوي عبد القادر، العادات والتقاليد داخل الأسرة الجزائرية "في نسق الضبط الاجتماعي"، رسالة نيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع، علم الاجتماع، جامعة المدية، الجزائر، د.س.

• الملتقيات:

1- تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيل خلال فترة (2014-2019).

2- الدباغ إسماعيل محمد علي وآخرون، العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها (بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأول في محافظة النجف للمدة (5-6 نيسان 2008)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون / 2008.

3- الغرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية الفرص والتحديات، قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز البحوث المملكة العربية السعودية، جانفي 2001.

• المجلات:

- 1- أرشيد خالدي مريم، الاتجاهات نحو العادات والتقاليد كظواهر اجتماعية في المجتمع الأردني، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، إعدد 180، الجزء الثالث، أكتوبر 2018.
- 2- بن تركية نجاه، السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 01، العدد 01، جامعة الشهيد حمية لخضر، الجزائر، 2017.
- 3- بن عمارة نصر الدين، سليمان محمد، دور المنتج السياحي في تنشيط السياحة الداخلية "منتجات الحرف التقليدية"، مجلة الأفق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، جامعة بوضياف، الجزائر، 2018.
- 4- بوزيد فؤاد، العادات والتقاليد الشعبية بقرى حوض الصومال "بجاية"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مجلد 02، العدد 09، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2018.
- 5- حاي ف شيراز، بركان دليلة، الترويج السياحي رافد للسياحة الصحراوية "بسكرة"، مجلة العلوم الاقتصادية والتجارية، العدد 10، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.
- 6- مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 03، 2019.
- 7- مساعديه لزهري، مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها "العادات، التقاليد، الأعراف"، مجلة الذاكرة، العدد التاسع، المركز الجامعي -ع-ح-ب، ميله، الجزائر، 2017.

• المواقع الإلكترونية:

<https://e3qrqbi.com>، علم الاجتماع "خصائص التقاليد"، h:22.43، 01-04-2021.

ملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إستبانة البحث

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يشرفنا أن نضع بين أيديكم الاستبانة التالية المعدة في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر  
تخصص: تسويق سياحي وفندقي تحت عنوان : " دور العادات والتقاليد في تنشيط الطلب السياحي  
الداخلي "

نرجو منكم التفضل بالإجابة بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة، ونحيطكم علما بأن المعلومات  
تستخدم لغرض البحث العلمي لا غير، وشكر مسبقا على تعاونكم.

تحت إشراف :

د. غريبي فتحية

من إعداد الطالبين :

✓ بومجبرك شيماء

✓ بوصهال خليل

المحور الأول: المعلومات الشخصية

الجنس:

ذكر  أنثى

العمر: من 18 إلى 30  من 31 إلى 45 سنة  من 46 إلى 60 سنة  من 60 سنة

الحالة الاجتماعية: أعزمتزوج  مطلق  أرمل

المستوى التعليمي: أقل من الثانوي  جامعي  دراسات عليا

المهنة: طالبعامل  فعاطل عن  تقاعد

مستوى الدخل: أقل من 5000 دج  من 50000 إلى 70000 دج  من 70000 إلى 90000 دج

من 90000 إلى 110000 دج  أكثر من 110000 دج

## المحور الثاني: تصنيف العادات والتقاليد

الرقم	العبرة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
<b>العادات الدينية</b>						
01	تتفرد ولاية جيجل الاحتفال في عاشوراء بأطباق تقليدية مثل "بويشة"					
02	يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي "عائلات، الجيران، مؤسسات خيرية"					
03	يحتفل سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس مميزة وخاصة					
<b>العادات الشعبية والاجتماعية</b>						
04	تتميز ولاية جيجل بتنوع عاداتها وتقاليدها					
05	يحتفل سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس متميزة ومختلفة					
06	تتميز أعراس المجتمع الجبلي بفلكلور الشعبي والزينة					
07	يحرص المجتمع الجبلي على تحضير أطباق تقليدية مثل الكسكسي بالحوث يوم الجمعة.					
08	يحتفل سكان ولاية جيجل بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية					
<b>العادات الموسمية</b>						
09	يتميز موسم جني الزيتون في ولاية جيجل بما يعرف بالتوتيزة					
10	يحتفل سكان ولاية جيجل بقدوم فصل الربيع عن طريق تحضير أكلات وحلويات تقليدية مثل "لبراج، البعيرير"					
11	يحتفل سكان ولاية جيجل بعيد الفراولة بنكهة مميزة مرة كل سنة					
<b>الصناعات التقليدية والحرفية</b>						
12	تتميز المرأة الريفية بالصناعات اليدوية مثل "نسيج الزرابي، غزل الصوف"					
13	تتفرد المرأة الجبيلية بالصناعات الفخارية والخشبية "الأواني، الآلات الموسيقية"					
14	تعرف ولاية جيجل بالطرز الملابس التقليدية "الفتلة، المجدود".					

## المحور الثالث: تنشيط الطلب السياحي الداخلي

الرقم	العبرة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
<b>العادات الدينية</b>						
01	شجعتني الأطباق التقليدية في عاشوراء "بويشة" على إختيار ولاية جيجل					
02	يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي زاد ذلك في الطلب السياحي					
03	احتفال سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس خاصة نشط الساحة الداخلية					
<b>العادات الشعبية والاجتماعية</b>						
04	عادات وتقاليد المميزة في ولاية جيجل شجع الطلب السياحي عليها					
05	احتفال سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس مختلفة يؤثر في تنشيط الطلب السياحي					
06	شجعتك أعراس المجتمع الجبلي بفلكلور الشعبي على اختيارها كوجهة سياحية داخلية					
07	الأطباق التقليدية في ولاية جيجل مثل " زادت الطلب السياحي الداخلي.					
08	طريقة الاحتفال سكان ولاية جيجل بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية حفزني على اختيارها					
<b>العادات الموسمية</b>						
09	حفزتي فكرة التوزيع على جني الزيتون على زيارة ولاية جيجل					
10	شجعتني طريقة احتفال المجتمع الجبلي بقدم فصل الربيع على زيارتها.					
<b>الصناعات التقليدية والحرفية</b>						
11	رغبتي في مشاهدة كيفية غزل الزرابي والصوف على زيارة ولاية جيجل					
12	كيفية وطريقة طرز الملابس التقليدية للعروس " عند الجبيلية دفعني لاختيارها.					
13	يؤثر تنوع الصناعات التقليدية والفخارية في ولاية جيجل على تنشيط الطلب السياحي الداخلي					

الملحق رقم ( 02 ): البيانات الوصفية لأفراد العينة

Statistiques

N	Valide	158
	Manquant	0

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	75	47,5	47,5	47,5
	83	52,5	52,5	100,0
Total	158	100,0	100,0	

Statistiques

N	Valide	158
	Manquant	0

			Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	30	18	122	77,2	77,2	77,2
	45	31	29	18,4	18,4	95,6
	60	46	5	3,2	3,2	98,7
	60		2	1,3	1,3	100,0
Total			158	100,0	100,0	

## الحالة الاجتماعية

### Statistiques

الحالة الاجتماعية

N	Valide	158
	Manquant	0

## الحالة الاجتماعية

			Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide			125	79,1	79,1	79,1
			31	19,6	19,6	98,7
			2	1,3	1,3	100,0
Total			158	100,0	100,0	

## التعليمي

### Statistiques

المستوى التعليمي

N	Valide	158
	Manquant	0

المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	4	2,5	2,5	2,5
	16	10,1	10,1	12,7
	131	82,9	82,9	95,6
دراسات عليا	7	4,4	4,4	100,0
Total	158	100,0	100,0	

المهنة

Statistiques

المهنة

N	Valide	158
	Manquant	0

المهنة

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	101	63,9	63,9	63,9
	14	8,9	8,9	72,8
	30	19,0	19,0	91,8
	9	5,7	5,7	97,5
	4	2,5	2,5	100,0
Total	158	100,0	100,0	

Statistiques

N	Valide	158
	Manquant	0

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 18000	98	62,0	62,0	62,0
20000 18000	17	10,8	10,8	72,8
40000 20000	14	8,9	8,9	81,6
60000 40000	19	12,0	12,0	93,7
60000	10	6,3	6,3	100,0
Total	158	100,0	100,0	

الملحق رقم (03): الإتساق الداخلي

1Aبعاد المحورCorrélations

		1	b1_m1	b2_m1	b3_m1	b4_m1
1	Corrélacion de Pearson	1	,631**	,701**	,450*	,647**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,012	,000
	N	30	30	30	30	30
b1_m1	Corrélacion de Pearson	,631**	1	,329	,042	,154
	Sig. (bilatérale)	,000		,076	,825	,416
	N	30	30	30	30	30
b2_m1	Corrélacion de Pearson	,701**	,329	1	,152	,140
	Sig. (bilatérale)	,000	,076		,422	,461
	N	30	30	30	30	30
b3_m1	Corrélacion de Pearson	,450*	,042	,152	1	,195
	Sig. (bilatérale)	,012	,825	,422		,303
	N	30	30	30	30	30
b4_m1	Corrélacion de Pearson	,647**	,154	,140	,195	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,416	,461	,303	
	N	30	30	30	30	30

\*\* . La corrélacion est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

\* . La corrélacion est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

## أبعاد المحور الثاني Corrélations

		2	b1_m2	b2_m2	b3_m2	b4_m2
2	Corrélation de Pearson	1	,768**	,773**	,569**	,823**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,001	,000
	N	30	29	30	30	30
b1_m2	Corrélation de Pearson	,768**	1	,387*	,515**	,428*
	Sig. (bilatérale)	,000		,038	,004	,021
	N	29	29	29	29	29
b2_m2	Corrélation de Pearson	,773**	,387*	1	,122	,601**
	Sig. (bilatérale)	,000	,038		,521	,000
	N	30	29	30	30	30
b3_m2	Corrélation de Pearson	,569**	,515**	,122	1	,300
	Sig. (bilatérale)	,001	,004	,521		,107
	N	30	29	30	30	30
b4_m2	Corrélation de Pearson	,823**	,428*	,601**	,300	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,021	,000	,107	
	N	30	29	30	30	30

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0,05 (bilatéral).

**Echelle : ALL VARIABLES**

**Récapitulatif de traitement des observations**

	N	%
Observations Valide	29	96,7
Exclu <sup>a</sup>	1	3,3
Total	30	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

**Statistiques de fiabilité الاستبيان ككل**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,792	27

**Statistiques de fiabilité 1**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,642	14

**Statistiques de fiabilité2**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,752	13

الملحق رقم (05): المتوسطات والانحرافات المعيارية

Statistiques descriptives

	N	Min	Max	Moyenne	Ecart type	Variance
"تتفرد ولاية جيجل الاحتفال في عاشوراء بأطباق تقليدية مثل" بويشة	158	1	5	4,18	,950	,902
يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي "الجيران، مؤسسات خيرية	158	1	5	3,88	,986	,973
يحتفل سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس مميزة وخاصة	158	1	5	3,76	1,067	1,139
تتميز ولاية جيجل بتنوع عاداتها وتقاليدها	158	2	5	4,37	,671	,450
يحتفل سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس متميزة ومختلفة	158	1	5	3,14	1,068	1,140
تتميز أعراس المجتمع الجبلي بفلكلور الشعبي والزينة	158	1	5	3,87	1,004	1,008
يحرص المجتمع الجبلي على تحضير أطباق تقليدية مثل الكسكسي بالحوث يوم	158	1	5	4,25	,894	,799
يحتفل سكان ولاية جيجل بالختان على شكل احتفالات جماعية تضامنية	158	2	5	3,78	,898	,807
يتميز موسم جني الزيتون في ولاية جيجل بما يعرف بالتوزيع	158	1	5	3,90	,939	,881
يحتفل سكان ولاية جيجل بقدوم فصل الربيع عن طريق تحضير أكالات وحلويات "تقليدية مثل" ،البيغير	158	1	5	4,44	,700	,490
يحتفل سكان ولاية جيجل بعيد الفراولة بنكهة مميزة مرة كل سنة	158	1	5	4,03	1,070	1,146
"تتميز المرأة الريفية بالصناعات اليدوية مثل" نسيج الزرابي، غزل الصوف	158	1	5	4,03	,934	,872
تتفرد المرأة الجبيلية بالصناعات الفخارية الخشبية "الموسيقية	158	1	5	3,42	1,030	1,061
".تعرف ولاية جيجل بالطرز الملابس التقليدية"	158	1	5	3,78	,982	,963
شجعتني الأطباق التقليدية في عاشوراء" بويشة" على إختيار ولاية جيجل	158	1	5	3,65	1,010	1,020
يتميز شهر رمضان في ولاية جيجل بوضع موائد الإفطار الجماعي زاد ذلك في الطلب السياحي	158	1	5	3,47	1,098	1,206
احتفال سكان ولاية جيجل في المولد النبوي بطقوس خاصة نشط الساحة الداخلية	158	1	5	3,32	1,035	1,071
عادات وتقاليدها المميزة في ولاية جيجل شجع الطلب السياحي عليها	158	2	5	3,89	,981	,963
احتفال سكان ولاية جيجل في يناير بطقوس مختلفة يؤثر في تنشيط الطلب السياحي	158	1	5	3,13	1,118	1,250
شجعتك أعراس المجتمع الجبلي بفلكلور الشعبي والزينة على إختيارها كوجهة سياحية داخلية	158	1	5	3,53	1,093	1,194
الأطباق التقليدية في ولاية جيجل " زادت الطلب السياحي	158	1	5	3,82	1,082	1,170

طريقة الاحتفال سكان ولاية جيجل بالخنان على شكل احتفالات جماعية تضامنية حفزني على اختيارها	158	1	5	3,39	1,116	1,245
حفزتي فكرة التوزيع على جني الزيتون على زيارة ولاية جيجل	158	1	5	3,60	1,106	1,222
شجعتني طريقة احتفال المجتمع الجيجلي بقدم فصل الربيع على زيارتها	158	1	5	3,73	,999	,999
رغيتي في مشاهدة كيفية غزل الزرابي والصوف على زيارة ولاية جيجل	158	1	5	3,81	,972	,945
كيفية وطريقة طرز الملابس التقليدية للعروس " عند الجيجلية دفعتني لاختيارها	158	1	5	3,57	1,043	1,087
يؤثر تنوع الصناعات التقليدية والفخارية في ولاية جيجل على تنشيط الطلب السياحي الداخلي	158	1	5	3,95	,943	,889
تصنيف_ والتقاليد	158	2,36	5,00	3,9164	,46593	,217
تنشيط_ السياحي	158	1,77	5,00	3,6041	,68749	,473
b1_m1	158	2,00	5,00	3,9409	,70236	,493
b2_m1	158	2,20	5,00	3,8810	,56885	,324
b3_m1	158	2,33	5,00	4,1224	,61631	,380
b4_m1	158	1,67	5,00	3,7447	,78121	,610
b1_m2	158	1,67	5,00	3,4789	,81774	,669
b2_m2	158	1,60	5,00	3,5506	,80908	,655
b3_m2	158	1,00	5,00	3,6677	,90928	,827
b4_m4	158	2,00	5,00	3,7764	,82378	,679
N valide (liste)	158					

الملحق رقم (06): اختبار التوزيع الطبيعي

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
_الاستبيان	,048	158	,200*	,992	158	,473

\*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

## الملحق رقم (07): اختبار فرضيات

### الفرضية 1 Régression

Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	b1_m1 <sup>b</sup>		Introduire

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

#### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,319 <sup>a</sup>	,102	,096	,65357

a. Prédicteurs : (Constante), b1\_m1

#### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,569	1	7,569	17,718	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	66,636	156	,427		
	Total	74,205	157			

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

b. Prédicteurs : (Constante), b1\_m1

#### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,372	,297		7,980	,000
	b1_m1	,313	,074	,319	4,209	,000

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

## Régression 2 الفرضية

Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	b2_m1 <sup>b</sup>		Introduire

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السباحي\_

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,490 <sup>a</sup>	,240	,235	,60135

a. Prédicteurs : (Constante), b2\_m1

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	17,792	1	17,792	49,201	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	56,413	156	,362		
	Total	74,205	157			

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السباحي\_

b. Prédicteurs : (Constante), b2\_m1

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,307	,331		3,951	,000
	b2_m1	,592	,084	,490	7,014	,000

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السباحي\_

## Régression 3 الفرضية

Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	b3_m1 <sup>b</sup>		Introduire

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,374 <sup>a</sup>	,140	,134	,63963

a. Prédicteurs : (Constante), b3\_m1

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	10,381	1	10,381	25,372	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	63,824	156	,409		
	Total	74,205	157			

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي

b. Prédicteurs : (Constante), b3\_m1

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,884	,345		5,458	,000
	b3_m1	,417	,083	,374	5,037	,000

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي

## Régression 4 الفرضية

Variables introduites/éliminées<sup>a</sup>

Modèle	Variables introduites	Variables éliminées	Méthode
1	b4_m1 <sup>b</sup>		Introduire

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

b. Toutes les variables demandées ont été introduites.

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,491 <sup>a</sup>	,241	,236	,60076

a. Prédicteurs : (Constante), b4\_m1

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	17,903	1	17,903	49,604	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	56,302	156	,361		
	Total	74,205	157			

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

b. Prédicteurs : (Constante), b4\_m1

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,985	,235		8,458	,000
	b4_m1	,432	,061	,491	7,043	,000

a. Variable dépendante : تنشيط\_ السياحي\_

