

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان:

تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة

دراسة ميدانية لعينة من السياح بولاية جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق سياحي فندي

تحت إشراف الأستاذ:

- فنيط سفيان

إعداد الطالبتين:

- بن يزار ريان

- موات أميمة

أعضاء اللجنة

الاسم واللقب	الصفة
د. عز الدين زعباط	رئيساً
د. فنيط سفيان	مشرفاً ومقرراً
د. ماطي مريم	ممتحناً

السنة الجامعية: 2021 / 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

A decorative floral element consisting of a central flower with several petals and a stem with leaves, positioned at the top left of the calligraphic text.

الشكر والعرفان

الحمد لله على الذي علم الانسان ما لم يعلم نشكره ونثني عليه، اذ اعاننا ويسر لنا

السبيل حتى فرغنا بفضلہ وحمده وتوفيقه من اعداد هذه المذكرة

نتقدم بجزيل الشكر الى الأستاذ المشرف " سفيان فنيط " الذي لم يدخر جهدا

بتوجيهاته ونصائحه الي غاية اتمام هذه المذكرة. ادامہ الله وحفظه .

إهداء

الحمد لله وكفى و الصلاة و السلام على نبي الله المصطفى و أهله و من وفى اما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنت الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرات الجهد و النجاح
بفضله تعالى مهداة الى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي
لكل العائلة الكريمة التي ساندتني و لا تزال تساندني
رعاهم الله و حفظهم

الى كل من كان لهم أثر على حياتي ، و الى كل من أحبهم قلبي و نسيهم قلبي

بن يزار ريان

إهداء

الحمد لله و كفى و الصلاة و السلام على نبي الله المصطفى و أهله و من وفى اما بعد:
الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرات الجهد والنجاح
بفضله تعالى مهداة الى الوالدين الكريمين حفظهما الله و ادامهما نورا لدربي
لكل العائلة الكريمة التي ساندتني و لا تزال تساندني رعاهم الله و حفظهم.
الى كل من كان لهم أثر على حياتي ، و الى كل من أحبهم قلبي و نسيهم قلبي.
أميمة موات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	بسملة
	شكر
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
أ	مقدمة
	أ- الإطار المفاهيمي حول المخاطر السياحية والوجهة
7	تمهيد
8	أ-1- ماهية المخاطر السياحية
8	أ-1-1- مفهوم المخاطر السياحية
10	أ-1-2- أنواع المخاطر السياحية
14	أ-1-3- أدوات إدارة المخاطر السياحية
15	أ-1-4- خطوات إدارة المخاطر السياحية
18	أ-2- أساسيات حول الوجهة السياحية
18	أ-2-1- مفهوم الوجهة السياحية
20	أ-2-2- مقومات الوجهة السياحية
24	أ-2-3- معايير تقييم الوجهة السياحية
26	أ-2-4- قرار اختيار الوجهة السياحية
32	أ-3- تأثير المخاطر السياحية في اختيار الوجهة
33	أ-3-1- تأثير الإرهاب على اختيار الوجهة السياحية
35	أ-3-2- تأثير فيروس كورونا على الوجهة السياحية
36	أ-3-3- تأثير الكوارث الطبيعية على اختيار الوجهة السياحية

39	ا- 3-4- مخاطر أخرى وتأثيرها على السائح
43	خلاصة
45	II - دراسة ميدانية حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدس سياح ولاية جيجل
45	تمهيد
46	II - 1 الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
46	II - 1-1- مجتمع وعينة الدراسة
47	II - 1-2- الخطوات اللازمة للإعداد أداة الدراسة
50	II - 1-3- اختيار صدق وثبات الإستبانة
56	II - 1-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
61	II - 2- عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات
61	II - 2-1- عرض وتحليل بيانات القسم الأول من الاستبانة
64	II - 2-2- عرض وتحليل بيانات القسم الثاني من الاستبانة
75	II - 2-3- اختبار الفرضيات
86	خلاصة
88	الخاتمة
92	قائمة المراجع
96	الملاحق
	ملخص الدراسة

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	تجاوز الأحداث.	01
17	عملية إدارة المخاطر.	02
21	مقومات الوجهة السياحية.	03
25	معايير الوجهة السياحية.	04
32	العوامل السياسية التي تؤثر على سلوك السائح.	05
61	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	06
62	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.	07
63	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.	08
63	توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري.	09

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.	48
02	توزيع العبارات على محاور القسم الثاني من الاستبانة.	48
03	درجات مقياس ليكارت.	49
04	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الإستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	51
05	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	52
06	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	53
07	معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.	54
08	معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.	55
09	معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة.	56
10	توزيع أفراد العينة حسب الجنس.	61
11	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.	62
12	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.	63
13	توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري.	63
14	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.	64
15	عرض و تحليل بيانات المحور الأول الخاص بخطر الإرهاب.	66
16	عرض و تحليل بيانات المحور الأول الخاص بخطر التعدي.	68
17	عرض وتحليل بيانات المحور الثالث الخاص بخطر فيروس كورونا.	71
18	عرض وتحليل بيانات المحور الرابع الخاص بخطر الكوارث الطبيعية.	73
19	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية.	76
20	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى.	77
21	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية.	78
22	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.	79

80	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.	23
82	نتائج اختبار الفروق لمتغير الجنس.	24
83	نتائج اختبار الفروق لمتغير السن.	25
84	نتائج اختبار الفروق لمتغير المستوى التعليمي.	26
85	نتائج اختبار الفروق لمتغير الدخل.	27

(حكمة)

تعتبر السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الحركية التي يزداد الاهتمام بها والحاجة إليها في عالم اليوم خاصة في تلك الدول الذي تعتبر هذا القطاع أحد الروافد الأساسية لعملية التنمية نظرا لما تدره من عوائد البلدان المستقبلية، فوجود صناعة سياحية متكاملة تتضمن عدة عناصر متفاعلة كالتخطيط وتسيير الإمكانيات وتسيير الخدمات، واختيار الوجهة السياحية المناسبة يساهم بشكل كبير في استقطاب السياح باستمرار لتوفير مداخل العملة الصعبة وتشغيل العمالة البسيطة والمؤهلة إضافة إلى دفع عجلة التنمية.

يواجه القطاع السياحي بيئة ديناميكية مليئة بالتحديات والمخاطر تنعكس تداعياتها على المجتمع وتولد ضغطاً إضافياً عليها في تحمل المسؤوليات وأعباء استثنائية، حيث يتأثر بكثير من العوامل و الحوادث والمخاطر نتيجة لأفعال ومواقف وحوادث متنوعة قد تتجاوز الحدود الجغرافية للدول، مما يستوجب إستعاب المخاطر التي تواجه السياحة وكيفية إدارتها والتعامل معها على أسس علمية ومنطقية من أجل تشخيص ومعالجة الخطر وكيفية الحد من تداعياته واختلاف أنواعه.

تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي يعالجه والمتعلق بالمخاطر السياحية، والذي يعتبر أحد المعوقات التي تعيق السياحة على الصعيد المحلي والدولي، لاسيما وأن السائح أصبح يعزف عن زيارة بعض الأماكن السياحية مقارنة مع المقاصد السياحية الأجنبية بمجرد أن تكون هناك شكوك يتوقع أن يجدها السائح عند زيارته لتلك الأماكن المحلية فكل هذا يؤدي إلى إعاقة السياحة المحلية.

إشكالية الدراسة:

وهذا ما يدفع إلى طرح الإشكالية التالية:

هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ للمخاطر السياحية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ؟

وتنبثق من هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ؟

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ؟

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ؟

- هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي الدخل)؟

فرضيات الدراسة:

بنى هذا البحث على الفرضية رئيسية ضمنها فرضيات فرعية من أجل الإجابة على إشكالية الدراسة كآلاتي :

الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ للمخاطر السياحية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

الفرضية الفرعية الثانية :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

الفرضية الفرعية الثالثة :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

الفرضية الفرعية الرابعة :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

الفرضية الخامسة :

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، العمر المستوى الدراسي، الدخل).

أهداف الدراسة:

- التعرف على مفهوم المخاطر السياحية و أنواعها .
- التعرف على درجة تأثير المخاطر السياحية على قرار السياح ولاية جيجل الاختيار الوجهة.
- معرفة العامل الأكثر تأثيراً من بين المخاطر السياحية على قرار سياح ولاية جيجل الاختيار الوجهة.
- وضع بعض النتائج والتوصيات على ضوء النتائج المتحصل عليها في البحث.

أسباب اختيار الموضوع :

- من بين الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع مايلي :
- تماشي الموضوع مع تخصص الدراسة تسويق سياحي وفندقي.
- قلة البحوث والدراسات التي تناولت موضوع المخاطر السياحية و الوجهة السياحية.
- أهمية الموضوع بالنسبة للسياح ولاية جيجل .
- عدم وجود إطار نظري يوضح العلاقة بين المخاطر السياحية وقرار اختيار الوجهة.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية : إن الدراسة تضمنت ناحيتين النظرية و التطبيقية ففي الدراسة النظرية درست المخاطر سياحية والوجهة السياحية أما الدراسة التطبيقية فتناولت دراسة إحصائية عن تأثير المخاطر السياحية على إختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

الحدود المكانية : يتمثل الحيز المكاني لهذه الدراسة في ولاية جيجل , حيث تم توزيع الإستبانة على عينة من سياح الولاية.

الحدود الزمانية : إمتدت فترة إعداد هذا البحث من شهر مارس 2021 ألى غاية شهر جوان 2021.

منهج الدراسة:

من أجل معالجة مختلف جوانب الموضوع قمنا باستخدام المنهج الوصفي من خلال أسلوب المسح المكتبي وذلك بالإعتماد على عدة مراجع تمثلت في الكتب و المجالات وغيرها، كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب التطبيقي، وذلك من أجل تحليل البيانات المستقاة من الدراسة الميدانية عن طريق

الاستقصاء الموجه الأفراد عينة الدراسة وتحليل المعطيات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي و معالجتها باستخدام برنامج spss.

هيكل الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى فصلين بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة كما يلي :

الفصل الأول بعنوان : إطار مفاهيمي للمخاطر السياحية و اختيار الوجهة ، وهو يتضمن ثلاثة مباحث وهي: المبحث الأول يتضمن : ماهية المخاطر السياحية و المبحث الثاني بعنوان أساسيات حول الوجهة السياحية، أما المبحث الثالث فقد تطرقنا إلى دور المخاطر السياحية في إختيار الوجهة.

- أما الفصل الثاني فقد تضمن الجانب التطبيقي الذي يتعلق بالدراسة الميدانية بعنوان: دراسة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ، قسم هو الآخر إلى ثلاثة مباحث هي: المبحث الأول تضمن الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، أما المبحث الثاني جاء بعنوان عرض و تحليل بيانات الدراسة، أما المبحث الثالث فبعنوان: اختبار فرضيات الدراسة.

صعوبات الدراسة:

أهم ما وجهنا أثناء القيام بهذه الدراسة مايلي :

- نقص المراجع حول المخاطر السياحية.
- كون السياحة في ولاية جيجل موسمية، حيث أن عدد السياح كان محدود خلال فترة الدراسة، وبالتالي الحاجة إلى وقت أطول لإجراء المعاينة.

الدراسات السابقة:

دراسة دون روبرتستون ، إيان كين،ستيورات مور: كانت هذه الدراسة بعنوان إدارة المخاطر السياحية، وهي عبارة عن تقرير أصدره المركز الدولي للسياحة المستدامة سنة 2006 بسنغافورا حيث تناولت القضايا المتعلقة بإدارة المخاطر والحد من تأثير الأزمات والكوارث على نمو وإستمرارية القطاع السياحي، من خلال العمل مع هيئات إدارة الكوارث، والوكالات الحكومية وأصحاب المصالح في القطاع السياحي، مع تطوير علاقات فعالة مع وسائل الإعلام وتبادل المعلومات وإدارتها بطريقة شفافة تساعد على تشخيص الأزمات والمخاطر.

دراسة بيتر تارلو : جاءت هذه الدراسة بعنوان إدارة المخاطر والأزمات في القطاع السياحي وهي عبارة عن مقال منشور في مجلة الأبحاث السياحية الصادرة عن محطة المدرسة بتكساس الأمريكية سنة 2004 حيث قدم الباحث فكرة أن السفر والسياحة هو أكثر من مجرد ضيافة، بل هو أيضاً إدراك أن جميع الصناعات

السياحية لديها قدر معين من من المخاطر المرتبطة بتلك الصناعة بحد ذاتها، مما يؤدي الحاجة إلى إدارة المخاطر، في حين أن ليس كل المخاطر يمكن التنبؤ بها، وأفضل شكل من أشكال إدارة الأزمات هو الإستراتيجية الإستباقية لإدارة المخاطر لضمان التنمية الاقتصادية.

دراسة فاروق هلال، 1998 : جاءت هذه الدراسة حول إدارة الأزمة في القطاع السياحي وقد حددت الدراسة أهداف إدارة الأزمة السياحية في السيطرة السريعة باحتواء الانهيارات في كافة قطاعات السياحة، وتخفيف أثارها والحد من تكرار الأزمة مستقبلاً بتنوع مصادر السائح ومسايرة التقدم السياحي العالمي، وقد أنهت الدراسة أنه السياحة بدون سلام إقليمي واستقرار قومي، لا مهادنة ولا تفاوض مع الإرهاب، تواصل التنمية السياحية والتنمية

الأمنية ضروري لتفعيل صناعة السياحة، السائح هو رجل الأمن الأول، أن الوقت عنصر حرج في إدارة المخاطر.

I. الإطار المفاهيمي حول المخاطر

السياحية والوجهة

تمهيد

1- الإطار لمفاهيمي حول المخاطر السياحية والوجهة

1-1- ماهية المخاطر السياحية والوجهة

1-2- أساسيات حول الوجهة السياحية

1-3- تأثير المخاطر السياحية على إختيار الوجهة .

خلاصة

تمهيد :

تعد المخاطر التي تواجه السياحة من المسائل المهمة التي تبحث فيها الإدارات السياحية بشكل مستمر بهدف تجديد الرؤى والاهتمام نحو مواجهة أنواع متعددة من المخاطر الحالية أو المتوقع حدوثها من أجل تقليل حدوث الخسائر التي يمكن أن تحدث في ظل الظروف الأمنية و التغيرات البيئية و العوامل جيموفولوجية، في حين أن هذه المخاطر تؤثر على السائح من حيث اختيار الوجهة السياحية، فكلما كانت المخاطر المرتبطة بها مرتفعة كلما أثر هذا إلى حد ما على نية السائح في السفر، وعليه سوف نحاول في هذا الفصل التطرق إلى ما يلي:

- 1- إطار مفاهيمي للمخاطر السياحية واختيار الوجهة.
- 1-1- ماهية المخاطر السياحية.
- 1-2- أساسيات حول الوجهة السياحية.
- 1-3- تأثير المخاطر السياحية في اختيار الوجهة.

1-1-1- ماهية المخاطر السياحية:

تنشأ المنشأة السياحية في بيئة متقلبة وهذا ما يهدد استقرارها ويجعلها عرضة لمختلف المخاطر التي تهدد أهداف إنجازها وقد تؤثر سلباً على استمرارية المنشأة التي تهدف إلى تحقيق رسالتها، وكون السياحة تعتبر صناعة متجددة فهذا سمح بزيادة التقلبات والمفاجآت التي تعصف القطاع السياحي مما سمح بتعاظم المخاطر وتعددها وتجدها، وهذا ما يفسر لنا اتجاه مسيري اليوم نحو تسيير الأخطار لضمان مكانة لائقة في محيطها.

1-1-1- مفهوم المخاطر السياحية:

تناول الكثير من الباحثين والكتاب تعريف الخطر كل يعبر عن وجهة نظره وغالباً ما كانت وجهات النظر هذه متأثرة بنوع وطبيعة دراساتهم والأغراض التي يرمون لها والمدارس التي ينتمون لها ، إلا أن أغلب هذه تعاريف قد عرفت الخطر على أنه حالة من عدم التأكد أو الخوف من تحقيق ظاهرة معينة بالنظر لما قد يترتب عليه من نتائج ضارة، وينبع الخطر أساساً مع عدم القدرة على التنبؤ وعدم دقة المعلومات اللازمة لتنبؤ. أولاً: تعريف المخاطر السياحية:

لغة : إن كلمة خطر مستوحاة من المصطلح اللاتيني *risque* والذي يدل على الارتفاع في التوازن وحدوث تغيير ما مقارنة مع ما كان منتظرا والانحراف المتوقع.¹

اصطلاحاً : هو ذلك الالتزام الذي يحمل في جوانبه عدم التأكد المرفق باحتمال وقوع النفع أو الضرر حيث يمكن أن يكون هذا الأخير إما تدهور أو خسارة.²

أو يمكن تعريفه على أنه : احتمال وقوع عواقب ضارة أو خسارة مرتفعة (وفيات، جروح، ممتلكات) الناتجة عن التفاعلات بين المخاطر الطبيعية أو من صنع البشر والظروف الهشة.³

ويعرفه willett: " الخطر هو عدم التأكد الموضوعي المتعلق بتحقيق حادث غير مرغوب فيه " .

يركز هذا التعريف على عامل الموضوعية التي يجب أن توفرها في عدم التأكد حتى يصبح خطراً.⁴

و تعرف إدارة المخاطر من الناحية النظرية بأنها تنتمي إلى علم الإدارة وعلى المستوى التطبيقي تنتمي إلى إستراتيجيات العمل، لذلك إدارة المخاطر تقع ضمن مهام الإدارة العليا للمنظمة وهي تعتبر جزءاً عضوياً من وظائف الإدارة إذ لا يمكن تحقيق الاستخدام الأمثل لموارد المنظمة بغياب إدارة ناهجة للأخطار التي تواجهها.

¹ طارق عبد العال حماد، إدارة المخاطر، الطبعة الاولى، دار الجامعية للنشر والتوزيع؛ القاهرة_مصر، 2003 ص 20 .

² Alain gauvin, Lanouvelle gestion du risque financier, édition intégrale, Paris, Février 2000, P P10, 11

³ Disaster Risk Management for coastal Tourism destinations Responding to climate change, A practical Guide for Decision Makers, United Nations Environment Programme, Paris, 2008, P8

⁴ تيباني رندة، هباش فارس؛ أثر المخاطر المدركة على قرار إختيار الوجهة السياحية المحلية؛ مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، ملية العلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، الجزائر، المجلد 05؛ العدد 02؛ ديسمبر، 2020؛ ص32 .

أما إدارة المخاطر بالنسبة للمهتمين بالسياحة تتمثل بأنها نظرة علمية للتعامل مع الأخطار الحالية أو المتوقعة لتطبيق وصياغة إجراءات من أجل تقليل حدوث الخسائر التي يمكن أن تحدث، وتتعدد أنواع المخاطر التي يمكن أن تؤثر في طبيعة وعمل القطاع السياحي من بيئة إلى أخرى ومن إقليم للأخر، وقد حددت منظمة السياحة العالمية مناطق مصدرية للمخاطر التي تواجه أمن وسلامة السياح وتشمل ما يلي:¹

1- البيئة الإنسانية و المؤسساتية خارج قطاع السياحة.

2- قطاع السياحة و القطاعات التجارية ذات العلاقة.

3- الأخطار الطبيعية أو البيئية.

4- مخاطر تتعلق بالموارد التكنولوجية والاستخدامات الملوثة.

وعليه يمكن أن يكون تعريف ومفهوم الخطر في بعض الأحيان مقتصرًا على تحليل الأدوات من أجل ربط الصلات والقرائن التي يمكن أن تكون العامل المشترك الذي يعالج الاختلافات في كل حقل أو مدخل لمقتضيات وأهمية كل موضوع يمكن استخدامه للمفاهيم.

ثانياً : خصائص المخاطر السياحية

يمكن استخلاصها فيما يلي:²

1- التداخل في عناصرها والتشابك والتعقيد في أسبابها.

2- عنصر المفاجأة الذي تحدثه والتركيز الذي تحظى به.

3- قلة البيانات عنها وعدم الدقة فيها.

4- نقطة تحول رئيسية و أساسية الأحداث متسارعة و متشابكة.

5- يصاحبها صدمة و توتر بدرجة عالية خاصة في بدايتها مما يسبب ضعف في إمكانية التأثير الفعال فيها.

6- التسارع المفاجئ في أحداثها يؤدي إلى درجة عالية من الشك في إمكانية القدرة على طرح بدائل لمواجهتها

في حالة ندرة المعلومات وتحث ضغط نفسي عال.

7- تمثل مواجهتها واجباً مصيرياً لما تسببه من تهديد بحياة الناس وممتلكاتهم، وما تسببه من تغيرات في

البيئة.

8- معالجتها تتطلب حالات استثنائية خارجة عن السياقات التنظيمية المألوفة، وتتطلب ابتكار وسائل

ومعالجات خاصة لتجاوز الظروف الجديدة المترتبة عن التغيرات المفاجئة.

¹ سالم حميد سالم؛ المخاطر التي تواجه السياحة وسبل إدارتها في ظل التحديات المعاصرة ؛ مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية؛ المجلد 23؛ العدد 96 2017 ؛ ص 151 .

² د-عبد الله محمد الفقيه؛ إدارة الأزمات؛ دار الكتاب الجامعي؛ الطبعة الأولى؛ الاردن؛ 2011؛ ص30 .

إن الخصائص التي يتسم بها الخطر السياحي توضح ضخامة التحديات التي يستوجب على إدارة المخاطر السياحية أن تواجهها وأن تتعامل معها، والتفاعل الإيجابي مع الأحداث بشكل دقيق للامتصاص وتخفيف الآثار الناجمة عن تأثير الخطر.

ثالثاً: أهمية إدارة المخاطر السياحية

تمثل الشركات السياحية أقوى الوحدات تأثيراً في السياحة فهم يملكون تأثيراً قوياً على الأسواق التي تصدر السياح إلى الوجهات السياحية متعددة، لذلك فإن نجاح العديد من الوجهات السياحية يعتمد على إدراج هذه الشركات لهذه الوجهات في برامجها، إن المخاوف الأمنية والكوارث الطبيعية وتفشي الأمراض المعدية لها اثر بالغ و كبير على صناعة السياحة و تدعو الحاجة عندئذ للمسحات من كل من الصناعة بعد والحكومة لإيجاد حلول للمخاوف التقليدية للسياحة إذ تحسن إدارة المخاطر من قدرتها على التعرف والتحليل والتحكم وتمويل نطاق واسع من المخاطر التي يواجهها السائح، بحيث يعتبر تبني إدارة المخاطر أفضل الممارسات التي قد تخفض من تكرار وخطورة الحوادث، ذلك باكتشاف إشارات الإنذار المبكر وعلامات التحذير على وقوع الخطر والتخفيف من الآثار الضارة على حياة السياح عند وقوع الخطر.

وأخيراً فإن إدارة المخاطر السياحية هي ركن أساسي للنجاح تقدير مدى أمن الوجهة السياحية لسائح ، فإن غياب إدارة المخاطر يؤدي إلى تكرار الخطر وما يتبعه من آثار.¹

الشكل رقم (01): تجاوز الأحداث

An Escalation of Events

Risk----->-----Crisis ----->-----Disaster

المصدر : أسامة صبحي الفاعوري، إدارة المخاطر ودور مشغلي القطاع السياحي في وقت الأزمات، 2007، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن، 16-17 نيسان، 2007، ص11.

1-1-2- أنواع المخاطر السياحية :

من المهم قبل الولوج إلى بأنواع المخاطر التي تواجه القطاع السياحي، علينا أن نوضح مفهوم البيئة السياحية التي تؤثر في أداء المنظمة السياحية مهما كانت طبيعتها وخصوصية عملها.

¹ أسامة صبحي الفاعوري، إدارة المخاطر ودور مشغلي القطاع السياحي في وقت الأزمات، 2007 المؤتمر العلمي الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، عمان_الأردن، 16-17 نيسان، 2007، ص11.

أولاً : البيئة السياحية :

إن اهتمام الباحثون بعناصر تلك البيئة أدى إلى ظهور مفهوم النظام، حيث أمكن النظر إلى المنظمة السياحية كنظام تستمد مواردها في صورة مدخلات من البيئة المحيطة بها لتقدمها في ناحية أخرى كمخرجات في صورة خدمات سياحية وفندقية، وكذلك تتوفر فرص التي يمكن أن تقتنصها المنظمة من البيئة التي تعمل بها و التهديدات أو مخاطر التي يمكن أن تتعرض لها، وهذا ما يتطلب ضرورة الاستعداد للتعامل معها.

إن مفهوم البيئة بصورة شاملة كافة القوى ذات الصلة بجميع المتغيرات التي تؤثر على أداء المنظمة السياحية تتصف بأربعة خصائص يشار إليها باللغة الإنجليزية وهي : (Four Ds)

1- المصاعب Difficults؛

2- التنوع Divers؛

3- الخطر Dangerous؛

4- سرعة الحركة Dynamics.¹

ثانياً: أنواع المخاطر السياحية :

لكون السائح هو المحور الذي تدور حوله العملية السياحية ولأنه يبحث بالأساس عن الاستقرار السياسي والأمني أو الاقتصادي وحتى الصحي، بحيث إذا غاب شعور السائح بالاستقرار تبرز مشكلة عدم الثقة بكل الجهود التي تبذل لجذبه إلى وجهة سياحية معينة، وقد أظهرت دراسة قامت بها مجلة corporat travel في عام 1993 أهم المخاطر التي يتعرض لها السائح، يمكن ذكرها في ما يلي:²

أولاً: الكوارث و الأزمات الطبيعية : وهي التي تتحكم فيها الطبيعة وليس الإنسان دخلاً في وقوعها ولكن قد يتسبب في زيادة حجم الخسائر المترتبة على وقوعها بالإهمال وعدم اتخاذ الاحتياطات الملائمة لتفادي تلك الآثار الضارة أو التخفيف من آثارها، ومن أمثلة الكوارث الطبيعية (السيول،الزلازل،البراكين،الأعاصير).

ثانياً: مخاطر وكوارث من صنع البشر : يلعب العنصر البشري دوراً رئيساً في وقوعها ومنها:

1- سرقة الأمتعة في الفنادق حيث ذكر 64.7 % من شملتهم الدراسة أنهم تعرضوا للسرقة في أماكن إقامتهم .

2- السرقة في المطارات حيث ذكر 37.3% من العينة أن المسافرين قد تعرضوا للسرقة وعمليات النصب في المطارات.

3- التسمم الغذائي حيث ذكر 43.1% من المسافرين قد مرضوا على الأقل مرة واحدة لتناولهم طعام الفنادق

¹ طارق طه، ادارة الفنادق (مدخل معاصر)؛ منشأة المعارف للنشر والتوزيع، الاسكندرية_مصر، 2000، ص133

² إلهام خضير شبر، إدارة المخاطر وإدارة الأزمات في المنظمة السياحية، دار وائل للنشر و التوزيع، بغداد_العراق، 2007، ص ص 15-16 .

4- الحروب والحوادث الإرهابية والإتلاف.

5- جرائم القتل والاعتصاب المعتمد.

ثالثا: أزمات وكوارث مركبة : وهي نوع مركب من النوعين السابقين، فيها تبدأ بفعل العامل البشري تم تلعب الطبيعة وسوء التصرف في زيادة حجمها، ومن أمثلة عليها الحرائق والكوارث الصناعية (تسرب الغاز، التلوث الكيميائي).

رابعا: الأزمات الصحية : وهي كل ما يتعلق بالظواهر المساهمة في انتشار الأمراض والأوبئة على مستوى الدول وخاصة الهشة، أو الأزمات المفاجئة المتعلقة بأمراض صحية جديدة كالأنفلونزا، فيروس كورونا، فيروس الإيبولا.

وقد حددت منظمة الصحة العالمية سنة 2003 المخاطر التي تهدد أمن وسلامة الزوار، المجتمعات المضييفة في السياحة إلى أربعة مصادر: ¹

أولا: البيئة البشرية والمؤسسية : توجد هذه المخاطر عندما تسقط آخر ضحية جنوح مشترك (السرقه، السطو، والاعتداء الاحتيال والخداع).

1- الجريمة المنظمة (الابتزاز وتجارة الرقيق والإكراه).

2- الإرهاب والتدخل الغير مشروع والاختطاف، أخذ الرهائن.

3- الحروب والصراعات الاجتماعية والاضطرابات السياسية والدينية وعدم وجود خدمات الحماية العامة والمؤسسية.

ثانيا: السياحة والقطاعات المرتبطة بها: مثل النقل والرياضة وتجارة التجزئة، يمكن تعريف الأمن الشخصي للسياح للخطر، السلامة الجسدية والمصالح الاقتصادية من خلال:

معايير السلامة البيئية في المنشآت السياحية (النار وأخطار البناء، وعدم وجود حماية مضادة لزلازل).

1- سوء الصرف الصحي و عدم احترام الاستدامة البيئية.

2- عدم وجود حماية ضد التدخل الغير مشروع والجريمة والجنوح في المرافق السياحية.

3- النزاعات الصناعية من قبل الموظفين.

4- الغش في المعاملات التجارية .

5- عدم الامتثال للعقود .

¹ بوردع رزيقة، بوردع زينة ، أثر الأزمات على مؤشرات أداء القطاع السياحي، مذكرة ماستر، تسيير واقتصاد سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة جيجل_الجزائر، 2016 ، ص ص80-81.

ثالثا: **المسافرون فرديا** : المسافرون أو الزوار الذي يمكن أن تهدد سلامتهم من خلال :

- 1- ممارسة رياضات خطيرة والأنشطة الترفيهية، القيادة الخطرة، استهلاك الأغذية والمشروبات الغير آمنة .
- 2- السفر والشخص في حالة صحية سيئة تتدهور صحته أثناء الرحلة .
- 3- تسبب صراع والاحتكاك مع السكان المحليين من خلال ممارسة سلوكيات غير ملائمة اتجاه المجتمعات المحلية أو عن طريق كسر القوانين المحلية.
- 4- زيارة المناطق الخطرة.
- 5- فقدان الأمتعة الشخصية والوثائق والمال وغيرها من خلال الإهمال.

رابعا: **المخاطر الفيزيائية البيئية**: يمكن أن تحدث إذا كان المسافرون:

- 1- لا يدركون الخصائص الطبيعية من جهة.
- لم يتخذوا الاستعدادات الطبيعية المناسبة للرحلة (التطعيم والوقاية) .
- 2- لم يتخذوا الاحتياطات اللازمة عند تناول الطعام والشراب أو في النظافة الشخصية الخاصة بهم.
- 3- يتعرضون لحالات خطيرة ناجمة عن البيئة المادية.

وتوجد عدة معايير لتصنيف الأزمات ومنها من حيث طبيعة حدوثها تقسم إلى أزمات بفعل الإنسان أخرى بفعل الطبيعة، ومن حيث درجة العمق قد تكون الأزمة سطحية أو عميقة، ومن حيث التكرار قد تكون متكررة أو غير متكررة، ومن حيث الأمد قد تكون قصيرة أو طويلة الأمد، ومن حيث الآثار قد يترتب على الأزمة خسائر مادية أو بشرية أو معنوية.

وهناك تقسيمات مختلفة الأنواع المخاطر، فالبعض يقسم المخاطر على أساس القدرة على التنبؤ بها أو

صعوبة التنبؤ والتكهن بحدوثها وتشمل مايلي:¹

أولا: الأخطار الديناميكية: وهي الأخطار التي يصعب التكهن بحدوثها إذ تتفاوت سعتها وأثارها من حالة إلى للأخرى لذا تسمى بالديناميكية أي سريعة التغيير .

ثانيا: الأخطار الساكنة: هي تلك الأخطار التي يمكن إخضاعها للقياس من خلال التجارب السابقة واحتساب نتائجها المحتملة وتتضمن :

1- الأخطار الطبيعية: كالزلازل، الفيضانات، الأعاصير الخ...

2- الأخطار التكنولوجية: مثل تماس كهربائي، عطب، عطل الآلات وغيرها.

¹احسام الدين حسين إبراهيم، دور إدارة المخاطر في تطوير الأداء المالي لشركات السياحة بهدف دعم صناعة السياحة، المجلة العلمية لكلية السياحة والفنادق، المعهد العالي للسياحة والفنادق، الإسكندرية_مصر، العدد الثامن، ص9 .

3- الأخطار الاجتماعية: مثل السرقة، السطو، الغش، الاحتيال والإهمال.

ولكل قضية من هذه القضايا يمكن أن ينجم عنها مخاطر وأزمات يواجهها القطاع السياحي ، والتي تتطلب الدراسة الدقيقة لمعرفة أسبابها والنتائج وسبل معالجة الآثار الناجمة عنها لأنها تشكل خطراً رهيباً يندر السياحة بالدمار إن لم تتخذ الإجراءات المناسبة والخطط السليمة لإدارة هذه المخاطر والأزمات.

1-1-3 أدوات إدارة المخاطر السياحية:

هناك أدوات تهدف إلى التقليل من حجم المخاطر و احتوائها اعتماداً على أسس وأدوات منطقية تتم صياغتها بإطار علمي وموضوعي تجسد احتواء المخاطر أو تفاديها وتقليل فعاليتها بما يؤدي إلى تقليل الخسائر إلى حدودها الدنيا، ويمكن عكس أدوات إدارة الخطر في طبيعة العمل السياحي بالتوجيهات الآتية:¹

أولاً: السيطرة على الخطر : risk control

تكمن السيطرة على المخاطر عند اتخاذ الإجراءات المناسبة لمنع الخطر بحد ذاته من خلال:

- 1- إجراءات السلامة لدخول وخروج السياح من الوجهات السياحية؛
- 2- التأكد من مدى فاعلية أجهزة السلامة و الأمن في المناطق السياحية؛
- 3- تحديد الوجهات السياحية التي يسمح للسياح بزيارتها مع الإشارة إلى المخاطر المحتملة؛
- 4- تقليل المعوقات التي تحول دون السيطرة على المخاطر التي قد تحدث.

ثانياً: تفادي الخطر:

ذلك بإتباع عدد من الإجراءات التي يمكن أن تؤدي إلى نتائج فعلية من خلال:

- 1- صنع القرارات الأخلاقية التي تمنع وجود الخطر في أماكن وجود السياح.
- 2- الاستفادة من التجارب السابقة لتفادي تكرار وقوع الخطر.
- 3- الالتزام بالموصفات القياسية الإنتاج السلع والخدمات السياحية مما يجعلها خالية من العيوب، ومن ثم تكرار الحاجة إليها أو معاودة الزيارة الوجهة والإقامة.

ثالثاً: تقليل الخطر

يتوقف تقليل الخطر بالاعتماد على تقنيات تقلل أرباحه الخسارة أو الفقدان في المجالات التالية:

- 1- التعرف على المخاطر الكامنة التي يمكن أن تسبب مخاطر محتملة.
- 2- التفريق بين المجاميع السياحية التي يمكن أن يسبب وجودها معاً صراعات وحوادث متصارعة بسبب الاختلاف العرقي أو الديني أو السلوكي.

¹ سالم حميد سالم، مرجع سبق ذكره، ص 151- 152 .

3- تعريف السياح بحجم ونوعية المخاطر التي يمكن أن يواجهها في الفعاليات والنشاطات السياحية سواء كانت المخاطر بيئية، سياسية، اجتماعية أو غير ذلك.

رابعاً: نقل الخطر

تظهر بوادر نقل الخطر من حالة إلى أخرى لتجنب الخسارة وذلك من خلال عدة أوجه أهمها:

1- التعاقد مع شركات التأمين من أجل الحصول على تعويضات عند حدوث الخطر المحتمل أو الكامن في النشاطات السياحية كالحرائق و التخريب.

2- تطويق مناطق الخطر ومكافئته وإتباع سياسات وتبني إستراتيجيات الاحتواء المخاطر، ومن ثم إمكانية نقله إلى مكان آخر وتقليله.

كالذي يحدث في تحويل مسارات نقل السياح و أماكن وصولهم أو مغادرتهم ويتطلب نقل الخطر أن يكون متميز بالشفافية وتحليل النقاط الحرجة للبيانات.

خامساً: تقاسم الخطر

قد يحدث تقاسم أو المحاصصة وهو أسلوب لتعامل مع الخطر فهذا الأسلوب يعتمد على ما يلي:

1- انضمام المنشآت السياحية إلى منظومة السلاسل الفندقية أو السياحية من أجل تقاسم أو مشاركة في تحمل المخاطر والخسائر التي يمكن أن تواجهها المنظمة السياحية.

2- الإدماج مع الشركات الأخرى وإتحادها تحت شعار موحد من أجل توزيع المخاطر على الآخرين.

1-1-4- خطوات إدارة المخاطر السياحية:

إن إدارة هذه العملية تتضمن سلسلة من الخطوات وتشمل ما يلي: ¹

أولاً: إرسال السياق

هذه الخطوة الأولى في عملية إدارة المخاطر السياحية لوضع المعايير الأساسية ، ووضع معايير ضد الخطر والتي يتم تقييمها حيث أنها تشمل تحديد السياسات والنظم والإجراءات داخل الأقاليم ذات الصلة من خلال:

1- العلاقات التنظيمية والمشاركة بين المنظمات ويشمل الإطار التنظيمي للبيئة الداخلية و الخارجية.

2- تحديد طبيعة ونطاق المسائل التي ينبغي معالجتها لضمان سلامة الوجهة.

3- إدارة الطوارئ والسياسات المتخذة الإدارة قضايا صحة العامة والمهنية بمقتضيات الصحة والسلامة والعوامل السياسية والاجتماعية والثقافية والبيئية ذات الصلة.

¹ بودرع رزيقة، بودرع زينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 82 83 .

4- تحديد أصحاب المصلحة واهتماماتهم وتصوراتهم للخط.

5- وضع معايير تقييم الوجهة.

ثانياً: تحديد الخطر

تعتبر الخطوة الثانية في عملية إدارة المخاطر السياحية لضمان تحديد جميع المخاطر ذات الصلة. لذلك يعتبر الخطر من أهم عمليات الرصد والمراجعة وهو تحديد المخاطر الجديدة التي ظهرت عن الوجهة، من خلال جمع معلومات عن مصادر الأخطار ووضع قائمة لجميع الأخطار ونطاق تأثيرها، ووصف العناصر المعرضة للخطر من هذه العناصر الناس والبيئة والمرافق والبنية التحتية، ثم تطوير التصريحات الخطر (من أمثلة تحديد هناك خطر أن الفيضانات داخل المدينة سوف تغرق الفندق(س) والزوار، وهناك خطر أنه في حالة سوء الأحوال الجوية يمكن أن يكون هناك حادث تحطم الطائرة مع فقدان العديد من الأرواح بما في ذلك الزوار.

ثالثاً: تحليل المخاطر

الغرض من تحليل المخاطر هي تطوير فهم المنظمة للمخاطر التي تواجهها الوجهة وهذا الفهم يساعد في اتخاذ القرار بشأن المخاطر التي تحتاج إلى معالجة وتحديد أفضل الإستراتيجيات العلاجية لتطبيق هذه الخطوة يشمل ذلك احتمال حدوث المخاطر وعواقبه وكذلك تدابير الرقابة الحالية وتحديد وتقييم فعاليتها في تقليل من احتمال وقوعه وعواقبه.

رابعاً: تقييم المخاطر

لابد من اتخاذ القرارات حول الأخطار والتي يجب التعامل معها عند أي طلب، واستغلال الأنشطة السابقة في تحليل المخاطر وتوفير المعلومات لاتخاذ هذه القرارات، فالقرارات المتعلقة بالخطر تحتاج لمعالجة لاحتياجات والأولويات والتي يجب أن تكون بمحاذاة توقعات الجهات و التصورات عن المخاطر، كذلك وضع احتياجات وأولويات العلاج في الترتيب تنازلي، حيث يتم تخصيص مستوى تصنيف لترتيب المخاطر، وينبغي أن تكون حماية الحياة أولوية أعلى من تدابير لحماية الممتلكات والبنية التحتية والمرافق العامة أو البيئية، كما أن تشاور أصحاب المصلحة ضروري ودائماً تتوجب مراقبة ومراجعة المخاطر لأن الأولويات والظروف قد تتغير بمرور الوقت.

خامساً: معالجة المخاطر

قبل معالجة الخطر من الضروري معرفة الخيارات المتاحة، وتقييمها واختيار الأنسب وينبغي بعد ذلك وضع خطط لمعالجة الخطر وتنفيذها.

خيارات علاج المخاطر القياسية المتوفرة تشمل:

- 1- تجنب الخطر واختيار عدم المضي في نشاط من المحتمل أن يولد خطراً.
- 2- تقليل احتمال العواقب بتعديل المخاطر.
- 3- الحد من عواقب الحادثة عن طريق تعديل حساسية (مثلا التعرض للخطر) من خلال أفضل أنظمة الممارسات.
- 4- خطط إخلاء المبنى، أنظمة الري بالرش وتدريب الموظفين للحد من عواقب الحريق لزلزلي الفندق أو القدرة على تحمل الخسائر.
- 5- قبول المخاطر والتخطيط لإدارة العواقب لكن فقط إذا كانت النتائج قادرة على أن تدار دون أن يؤثر ذلك سلباً على الوجهة أو التصورات من الزوار.
- 6- الاستعداد لبرامج التوعية و التثقيف، وتطوير الاستجابة والتدريب والتعافي والاختبار، وإعداد معلومات الزوار وأنظمة الاتصالات والإنذار ووضع ترتيبات المساعدات المتبادلة بين الوجهات.
- 7- تقديم رسائل للتحذير ومعلومات الزائر تكون دقيقة وفي الوقت المناسب، نشاطات الإنقاذ، معدات الوقاية الشخصية استعادة الخدمات والمرافق الأساسية والأعمال العادية في الوجهة السياحية والدعم المالي والنفسي واجتماعي.

الشكل رقم(02) : عملية إدارة المخاطر

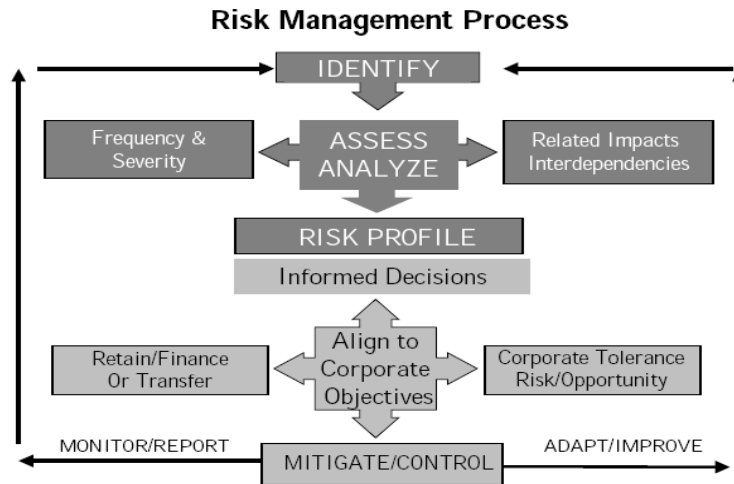


Figure 2: The Risk Management Process³

المصدر : أسامة صبحي الفاعوري، إدارة المخاطر ودور مشغلي القطاع السياحي في وقت الأزمات، 2007، كلية الاقتصاد والعلوم

الإدارية، جامعة الزيتونة، الأردن، 16-17 نيسان، 2007، ص15.

1-2 - أساسيات حول الوجهة السياحية

يسعى السائح إلى معرفة أي المناطق السياحية التي يراها الأنسب لزيادتها، لذا يقوم بالمقارنة بينهما وفي الأخير فإن الوجهة التي توفر له احتياجاته ورغباته تكون هي قبلته السياحية.

1-2-1 مفهوم الوجهة السياحية

أولاً : تعريف الوجهة السياحية

من بين العديد من التعريفات للوجهة السياحية نذكر منها ما يلي:

يرى الكثيرون أن الوجهة السياحية هي مكان أو حيز جغرافي يتوفر على مجموعة من المقومات السياحية لها قيمة في نظر السياح، وهناك من يرى بأنها: "أكثر من مجرد مكان أو حيز جغرافي يقرر السائح قضاء بعض الوقت فيه، إنما تتعدى ذلك إلى مزيج من المنتجات والخدمات، والموارد البشرية والطبيعية قادر على جذب السياح ويتمحور حول أنشطة أو خبرات غير مألوفة بالنسبة لهم". كما عرفت الوجهة السياحية على أنها: "نظام يجمع عددا من المكونات المتمثلة في مرافق الجذب والتسهيلات و وسائل النقل وخدمات أخرى والبنية التحتية". كما عرفت على أنها: "موقع جغرافي يوجد فيه السياح مع المجتمع المحلي". ومن خلال ما سبق فالوجهة السياحية هي موقع جغرافي قادر على جلب السياح نظرا لخصائصه الجمالية والثقافية والطبيعية.¹ كما تعرف أيضا الوجهة السياحية على أنها ذلك المكان الطبيعي أو من صنع الإنسان أو كلاهما معا الذي يحتوي على مميزات، خصائص ومقومات فريدة تميزه عن مختلف الأماكن الأخرى، الأمر الذي يجعله يكسب دافعا لزيارته، أو هي مكان الجذب السياحي الذي يتميز أو ينفرد بتقديم مجموعة من الخدمات السياحية لفائدة السياح وإما يكون وجهة محلية أو إقليمية أو دولية.²

¹ زينب الرق، فعالية الإعلان الإلكتروني في التأثير على صورة الوجهة السياحية، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة عمار تلجي، الأغواط_الجزائر، العدد الأول، 2018 ص 157.

² محمد بن ذهبية وآخرون، خصوصيات تسويق الوجهة السياحية للجزائر عبر الويب 2.0 في ظل التقسيم الجديد للسوق السياحي الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد الثاني، 2017، ص 399.

ثانياً: أهمية صورة الوجهة السياحية

يعتمد السائح في اختياره لوجهته السياحية على الصورة التي تترسخ في ذهنه وتجعله مستعداً لاتخاذ القرار المناسب للزيارة أو قضاء العطلة في ذلك المكان، بصفتها عاملاً نفسياً حين يجد السائح نفسه مخيراً أي الوجهات السياحية الأنسب له، فلديها العديد من الفوائد نستعرضها فيما يلي:

1- تلعب صورة الوجهة دوراً فعالاً في رضا واختيار الوجهة السياحية، إذ تؤثر صورة الوجهة على اختيار المستهلكين السياح لزيارة وجهة ما إضافة إلى تأثيرها عليهم في ممارسة الإشهار الغير الرسمي (الكلمة المنقولة) عن طريق تزكية الوجهة إلى العائلة والأصدقاء والمستهلكين السياح والمحتملين الآخرين، وأظهرت الأبحاث السابقة أن صورة الوجهة لها تأثير كبير على السلوك السياحي واختيار الوجهة.

2- الصورة تعمل كمرجع للاختيار حيث من خلال الصورة السياحية يمكن للوجهة أن تكتسب الثقة أو أن تثير أحكام سلبية لا تتماشى مع مصالحها لدى الأطراف الذين لهم علاقة بها، فالصورة تساهم في إنشاء هوية مميزة من خلالها يتم توجيه المستهلك السائح في اختياراته والمواطن في آرائه، فإذا كانت الخدمات المنافسة ذات خصائص متماثلة فإن قرارات المستهلك السائح ستتوجه بالصورة التي يدركها حول الوجهة.

3- إن تطوير صورة الوجهة سياحية ترتكز على دوافع المستهلك المعرفية والعاطفية، لذلك تم التركيز في العديد من الدراسات على أهمية صورة الوجهة السياحية بالنظر إلى الدور الذي تلعبه في عملية اتخاذ القرار وإلى الطريقة التي تؤثر بها على مستوى الرضا عن التجربة السياحية في الوجهة المعنية، وهو الأمر الذي يحدد ويوجه عملية تكرار التجربة والقيام بالإشهار الغير الرسمي (الكلمة المنقولة).

4- تعمل الصورة على تمييز الوجهة عن منافسيها، وهي تسمح بتطوير اتجاهات في صالحها، من شأنها استمالة السائح واكتساب ولائه.

5- جذب رؤوس الأموال والاستثمارات وزيادة عدد المساهمين، إضافة إلى اجتذاب الموردين والموزعين، الذين يجذبهم التوافد الكبير للسياح إلى الوجهة بفضل صورتها الإيجابية.¹

ثالثاً: خصائص صورة الوجهة السياحية

تتميز الصورة السياحية بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

1- **عدم الدقة:** ذهب الكثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية للوجهة السياحية لا تتسم بالدقة، ومرد ذلك هو أن صورة الوجهة السياحية هي مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي بل تعد

¹ بوريب صبرينة، حولي محمد، الجزائر وجهة الغد، الملتقى العلمي الأول حول التسويق السياحي وتثمين صورة الجزائر، جامعة باجي مختار، غابة الجزائر ص ص 5-6.

تبسيطا للواقع، كما أنها لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولا كن تعبر في معظم الأحيان عن جزء من الواقع الكلي، لاسيما وأن المستهلكون السياح عادة يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الوجهة السياحية من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.

2- مقاومة للتغيير: تميل الصورة الذهنية للوجهة السياحية إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتأثر في وقت وكيفية المحتمل في الصورة.

3-التغير البطئ: إن صورة الوجهة السياحية تتغير ببطء حيث أن العنصر الأساسي في تغييرها هو كمية المعلومات الجديدة، وحجمها التي يتعرض لها المستهلك السائح من مختلف وسائل الإعلام، حيث أن ثبات واستمرار المعلومات الجديدة المتلقاة لمدة طويلة خاصة إذا كانت تتعارض مع الصورة الحالية عموما فإنها تؤدي إلى تغيير تدريجي في صورة الوجهة وتكوين صورة جديدة بالكامل.

4-الصورة السياحية الغير موضوعية: تؤدي صور الوجهات السياحية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى المستهلكين السياح، لذا فإنها تؤدي إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة بعيدة عن الموضوعية، من خلال الصورة السياحية يرى المستهلك السائح جوانب من الحقيقة، و يهمل جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداته واتجاهاته، ولا تتفق مع طريقة تفكيره.

5-التنبؤ بالمستقبل: تسهم الصورة الذهنية للمستهلك السائح عن الوجهة السياحية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية له اتجاه هذه الوجهة، أي هل يزورها أم لا.

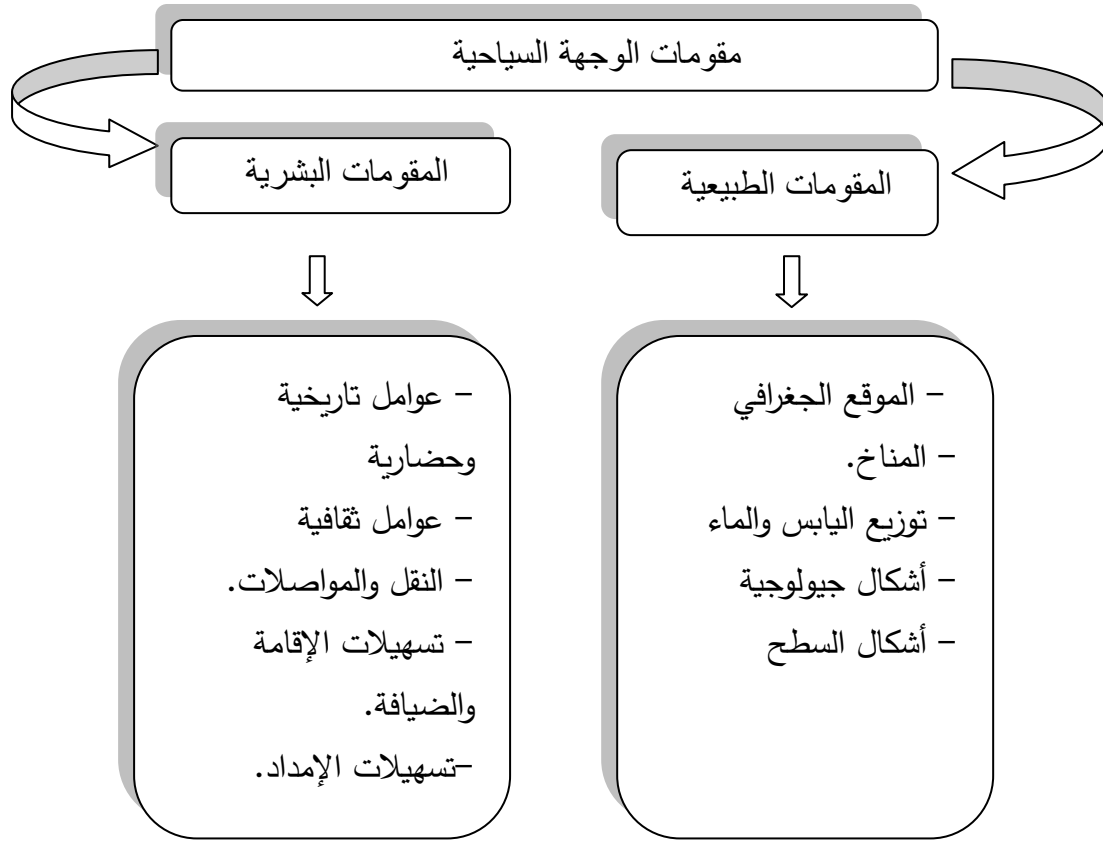
6-الصورة السياحية نسبية: أي أنها متغيرة وليست لها خصائص ثابتة حيث تتغير من شخص إلى آخر، وتختلف من مكان إلى آخر في العالم، ويتم إدراكها بطرق مختلفة وفقا لإطار الثقافي والاجتماعي، و يلد نشأة المستهلك السائح، وهذا ما يستوجب تنوع الجهود الدعائية طبقا للأسواق المختلفة.¹

1-2-2 مقومات الوجهة السياحية

يمكن اعتبار المقومات بمثابة عوامل جاذبة في اختيار الوجهة السياحية فهي بمثابة منتج مركب أو عوامل لها تأثير وقوة على اتخاذ القرار في اختيار السائح جهة المقصد السياحي ولهذا سوف نوضحها في الشكل التالي :

¹ محمد منير حجاب ، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى ، دار الفكر والنشر والتوزيع ، القاهرة_مصر، 2002، ص 23-24.

الشكل رقم (03) : مقومات الوجهة السياحية .



المصدر: من إعداد الطالبتين.

من خلال هذا الشكل رقم (03) نلاحظ أن مقومات الوجهة السياحية تنقسم إلى نوعين أساسيين هما

المقومات الطبيعية والمقومات البشرية.

أولاً- المقومات الطبيعية

وتتمثل في مايلي:¹

1- **الموقع الجغرافي**: يقصد به موقع المكان بالنسبة للظواهر الجغرافية العامة وهو ما يؤثر بصورة مباشرة في المظاهر البشرية والحضارية وخاصة فيما يتعلق بالتوزيع الجغرافي للسكان، كثافتهم، تركيبهم، تحركاتهم ومستواهم وأنشطتهم الاقتصادية، تتباين قيمة المواقع الجغرافية لدول العالم تبعاً لمستوى تمتعها بطرق ووسائل النقل المختلفة التي يرجع معظمها إلى الطبيعة الجغرافية، فالموقع الجغرافي الجيد لبعض الدول تساعد في رواج صناعة السياحة بها لسهولة اتصالها بالعالم الخارجي خاصة إذا كانت مواقعها قريبة من بطاقات الطلب السياحي الرئيسية وعلى عكس من ذلك، فالدول ذات المواقع الجغرافية المتطرفة أو البعيدة عن أسواق السياحة

¹ نبيل زعل الحوامده، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2006 ص 26

الرئيسية تعاني من صعوبة الحصول على حصتها السوقية الدولية الارتفاع تكاليف السفر إليها بحكم طول المسافات الواصلة بينها وبين العديد من دول العالم المصدرة للسياح.

2- **المناخ:** يعد المناخ أكثر جوانب العرض تأثيرا في السياحة و الاستجمام ،كذلك يكون المناخ احد عوامل الجذب لأي منطقة سياحية ،حيث أن هناك العديد من الأماكن التي تتميز بمقومات سياحية متعددة وكذلك تفتقر إلى المناخ الملائم مما يقلل من أهمية تلك المقومات السياحية.

ولكي يستمتع السائحون بعطلاتهم يجب أن يكون هناك ارتياحا لديهم اتجاه الأحوال المناخية في المناطق التي يقصدونها دون الالتفات إلى نوع النشاط الذي يرغبون في ممارسته مثل الاستمتاع بالشمس أو ركوب الخيل أو التزلج على الجليد... الخ، كذلك يجب أن يتسم المناخ في المناطق القاصد إليها السائحون بالجاذبية حيث يشعر الإنسان بالابتهاج، كما يميل البشر للاسترخاء في الأيام ذات الطقس المشمس والسماء الصافية أفضل من الأيام ذات الطقس السيئ.

3- **توزيع اليايس والماء:** من يتبع الخريطة التفصيلية لقارات العالم يرى عدة حقائق رئيسية منها أن اليايس في النصف الشمالي والمائية في النصف الجنوبي، وهذا يعني تقارب اليايس في النصف الشمالي والعكس في الجنوبي، وهذا ما يفسر السياحة أنشط في الشمال من الجنوب.

4- **الأشكال الجيولوجية:** اهتم الدارسين الذين لهم علاقة بصناعة السياحة بهذا العامل مؤخرا لما له من جاذبية تجذب انتباه السياح من صخور جميلة المنظر وحفريات غريبة التكوين تعمل على جذب أعداد كبيرة من السياح الوافدين لمشاهدة هذه الأشكال الصخرية متفردة الملامح منها:

• المسلات البحرية sea stock .

• الكهوف والمغارات الطبيعية caves .

• الغابات الصخرية stone forests .

• الشلالات والمساقط المائية.

5- **أشكال السطح:** تتباين أشكال السطح المؤثرة في صناعة السياحة وتتنوع بشكل كبير تبعا لخصائصها إذ تضم أساسا مرتفعات الجبال، المضائق، الأودية، الأنهار، البحيرات والسواحل، ويمكن أن ندرج معها الجزر على اعتبار أن عددا كبيرا منها عبارة قمع عالية لسلاسل جبلية معمورة تحت سطح مياه البحار والمحيطات، كما أن بعضها الآخر ذو أصول بركانية أو مرجانية، إلا أنها في كل الأحوال تمثل جزر قسما متميزا من أقسام السطح في أي إقليم من أقاليم العالم.

وترتبط بأشكال السطح عادة ظواهر أخرى متنوعة الخصائص، يمثل بعضها عرضا سياحيا مثل الأشكال النباتية الطبيعية، أنماط الحياة الحيوانية الفطرية، مصادر المياه وأنواعها وطبيعة الشمس.

ثانيا - المقومات البشرية :

1- عوامل تاريخية وحضارية: إن للمظاهر التاريخية والحضارية جذب من نوع خاص عند كثير من السياح وتشمل هذه العوامل على المواقع التاريخية كالأثار والأطلال (كمدينة بابل الأثرية في العراق، الأهرامات في مصر والبتراء في الأردن)، وهذه العناصر خالدة أن تموت، حيث أن العديد من مدن العالم تحتوي على العديد من الأبنية القديمة ذات الطراز المعماري الفريد الذي يعكس حضارة الشعوب ويضيف الشيء الكثير إلى جمالية وهدوء بيئة هذه المدن وأن العديد منها مستمر حتى يومنا هذا. حيث أن هذه الأثار والمخلفات التاريخية تجذب عددا كبيرا من السياح، وتحتم على أي فرد مارا بها إظهار الإعجاب والاحترام لها، ولفتره الزمنية التي تمثلها.¹

2- عوامل ثقافية : الثقافة مجموعة من المعتقدات، قيم، عادات، سلوكيات، أسلوب الحياة، النقاش والعلاقات الإنسانية في مجتمع معين وكل بلد له ثقافته التي ينفرد بها وأخلاقياته وأذواقه التي يجب أن يحرص ويحافظ عليها في ترقية الإبداع السياحي. وتعتبر الفعاليات والمهرجانات من أهم العوامل الثقافية التي تجذب السياح إلى وجهات سياحية معينة دون غيرها.

3- النقل والمواصلات : يرتبط التطور في السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات ، ولا تصبح المواقع أكثر جذب للسائحين طالما لا تتوفر فيها إمكانية الوصول إليها بصرف النظر عما تقدم من تسهيلات، وقد ارتبط تطور النقل بالسكك الحديدية فنجد المساهم الفعال في خلق الأماكن السياحية في بداية القرن السابع عشر بعدها بدأت هذه الوسيلة بالتدهور في بداية الثلاثينات من القرن العشرين بسبب المنافسة الشديدة من قبل السيارات والطائرات.

وبعد التقدم في صناعة السيارات ثورة في حركة السياحة والاستجمام ، والتي بواسطتها أصبحت السياحة مرنة مقارنة بما كانت عليه وزيارة الأماكن أصبح أكثر سهولة، كما شجعت على قضاء الإجازات القصيرة وعطلات نهاية الأسبوع.

أما النقل الجوي فبإمكانك الانتقال لمسافات طويلة بسرعة وسهولة كما يمكن بواسطتها قضاء الإجازات القصيرة في الأماكن البعيدة ذات الجذب السياحي الفريد.

¹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة جامعة الإسكندرية_مصر، 2015، ص 130.

4- تسهيلات الإقامة أو الضيافة: مهما كانت درجة الجاذبية للمنطقة السياحية فإن الإقبال عليها يصبح محدودا إذا لم تتوفر فيها التسهيلات قطاع الضيافة وهو يختلف باختلاف موضع الجذب السياحي، كما أن الضيافة تمثل أحد عوامل الجذب وعليها يقع عبئ اختيار الموقع السياحي، مدة البقاء، نمط السفر والأنشطة التي تمارس فضلا على الإنفاق، وتشكل الضيافة ميدانا هاما للعمالة والدخل، كما يتأثر حجم الزوار في أي منطقة إلى حجم التسهيلات الموجودة فيها، وظهرت الفنادق بسبب الرواج السياحي، الدعاية وتوفير الطرق المختلفة للسفر كالباوخر، السيارات، القطارات والطائرات، وأصبح هناك تنافس بين مراكز الإيواء في تقديم التسهيلات المطلوبة لجذب السياح إليها وتتمثل في محلات الإقامة.

5- تسهيلات الإمداد: حيث تتطلب خدمات الإقامة والضيافة إلى تسهيل في عملية الإمداد بالمواد اللازمة للسياح وخاصة تلك المحلات التي توجه نشاطاتها إلى الحركة السياحية على وجه الخصوص وأمثلة عن ذلك:

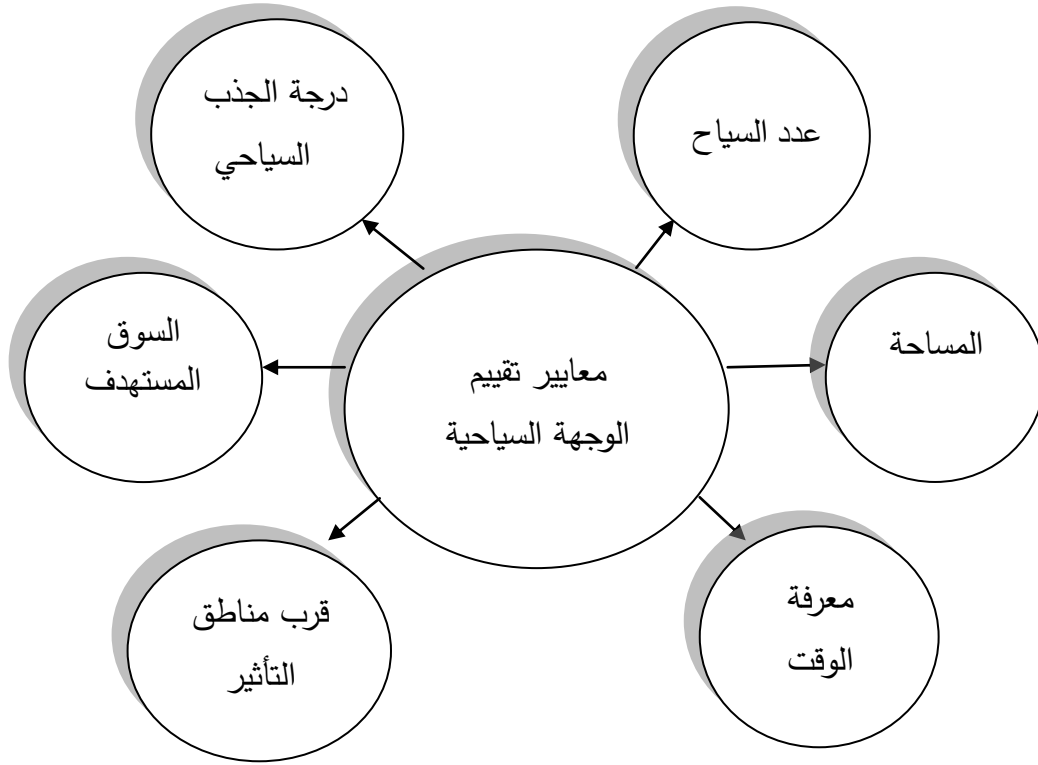
- خدمات الطعام والشراب: وتضم المطاعم، الكافيتيريا، مطاعم أكالات السريعة والمقاهي.
- الخدمات الصحية: ويعني توفر المنشآت الصحية كالمستشفيات، مراكز طبية وصيدلانية.
- الصناعات التقليدية: المتمثلة في صناعة التذكارات والصناعات اليدوية والفلكلورية.
- توفر الأدوات الرياضية، محلات التجارية، خدمة الإرشادات ومكان تغيير العملات¹.

1-2-3 معايير تقييم الوجهة السياحية

لكل وجهة سياحية مهما كانت المقومات الطبيعية والبشرية دور مهم في عملية الجذب السياحي الذي يحدد مكانته في السوق وذلك بتعدد العرض السياحي لها، إلا أنه لا بد على هذه المناطق أن تتوفر على مجموعة من المعايير ونوضحها في الشكل التالي :

¹ مصطفى يوسف الكافي ، هبة كافي ،جغرافية سياحية وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2006، ص 26.

الشكل رقم (04) : معايير الوجهة السياحية



المصدر: دواح عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010، ص 119.

من خلال الشكل رقم (04) : يمكن القول أن تقييم الوجهة السياحية يعتمد على معايير مختلفة.

وفيما يلي شرح لهذه المعايير:¹

1- درجة الجذب السياحي : وتنقسم إلى مناطق جذب رئيسية والتي تشمل المنتج السياحي الطبيعي ومن صنع الإنسان، الذي يقوم بجذب السياح ويتمتع بوجود خدمات وتسهيلات ونشاطات مختلفة، من شأنها زيادة مكوث السائح وتكرار زيارته.

كما توجد نقاط جذب سياحي ثانوية، وتدخل ضمن هذه المجموعة الأنشطة الترويجية التي تقع على الطرق المؤدية إلى نقاط الجذب الرئيسية ، والتي من شأنها أن تضيف شيء من المتعة والترفيه على نفسية السائح قبل بلوغه منطقة الجذب الرئيسية..

¹ دواح عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان_ الجزائر، 2010، ص 113.

- 2- **قرب مناطق التأثير:** حيث تكتسب نقطة الجذب السياحي شهرتها وشعبيتها من طبيعة وحجم المناطق المحيطة بها، حيث يكون التأثير فيها محليا أو يأتي السياح إليها من منطقة بعيدة فيكون هذا التأثير إقليميا وهذا راجع لشهرة المكان أو إنجازاته أو الأحداث التي تقع فيه.
- فنقطة الجذب السياحي تعتمد على المنطقة المتواجدة بها، فإذا كان التأثير الإقليمي واسع تدخل نقطة الجذب السياحي ضمن المنتجات السياحية الإقليمية، أما إذا كان التأثير صغير فتخصص للتسلية والترفيه المحلي.
- 3- **عدد السياح:** حيث تصنف نقاط الجذب على أساس حجم التدفق السنوي للسياح، فمثلا متاحف الهواء الطلق أو المتاحف المغلقة تستقطب حوالي بضعة آلاف من السياح، في حين نجد أن مدينة الألعاب "ديزني لاند" وحدها لوحدها تجذب حوالي 11 مليون سائح، أما برج إيفل فيجذب حوالي 14 مليون سائح سنويا.
- 4- **السوق المستهدف:** وهي الطرق الأكثر فاعلية في إدارة مناصب الجذب السياحي، والتي يمكن من خلالها تقسيم السياح في مجاميع مختلفة اعتمادا على صفاتهم وخصائصهم الديموغرافية، كالعمر والسن واجتماعية كدورة حياة العائلة، واقتصادية متمثلة في معدل المصاريف اليومية وتكرار الزيارة والوسيلة المستخدمة للتنقل.
- 5- **المساحة:** حيث تتراوح المساحة الكلية لموقع الجذب السياحي ما بين عدة مئات من الأمتار المربعة، كما هو الحال بالنسبة لمواقع الصناعات الفلكلورية والشعبية، إلى مئات الهكتارات بالنسبة للمنترهات الوطنية.
- 6- **معرفة الوقت:** إذ يعتبر الوقت الوحدة المعيارية التي يقيم بها السائح كمية أو فترة الإقامة، فجودة الجاذبية السياحية ليست في استقطاب أكبر حجم ممكن من السياح، بل التركيز على مدة الإقامة وخاصة التكاليف التي تتفق في المنطقة السياحية.

1-2-4 قرار اختيار الوجهة السياحية

أولا: تعريف اتخاذ قرار السائح :

- لقد أعطيت مجموعة من التعاريف لاتخاذ القرار الشرائي ومن بينها نجد ما يلي:
- لقد عرف القرار الشرائي على أنه: "مجموعة من الخطوات أو المراحل التي يمر بها السائح في حالة القيام باختيارات حول أي من المنتجات والخدمات التي يفضل شرائها".
- يعرف كذلك اتخاذ القرار بأنه: "الرغبة في الحصول على منفعة معينة وهذه الرغبة تتأثر بمجموعة من القيود المحيطة بها كالمنتجات المتاحة في السوق وتأثير السياسات التسويقية".
- كما تجدر الإشارة إلى أن القرار الشرائي للسائح قد تكون نتيجة لتفاعل قرارات أطراف عديدة تلعب عدة أدوار يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- **المبادر:** هو الشخص الذي يقترح شراء السلعة أو الخدمة.

- 2- المؤثر: هو الشخص الذي تكون له وجهة نظر تحمل وزنا في اتخاذ القرار النهائي.
- 3- متخذ القرار: هو الشخص الذي يتخذ قرار الشراء بشكل تام أو جزئي. هل اشترى؟ ماذا اشترى؟ أين اشترى؟
- 4- المشتري: هو الشخص الذي يقوم بالشراء بعد ان يكون قد اتخذ قرار.
- 5- المستخدم: هو الشخص الذي يمتلك السلعة أو الخدمة بشكلها النهائي.¹

ثانيا: مراحل اتخاذ القرار الشرائي للسائح

تمر عملية اتخاذ قرار السائح مجموعة مراحل نذكرها فيما يلي:²

- 1- مرحلة الاستقرار: يقصد بهذه المرحلة عدم اتجاه السياح إلى القيام بزيارة سياحية إلى منطقة ما، والميل إلى الاستقرار في المكان الذي يقيم به بصفة دائمة، أي أن درجة الحاجة إلى الرحلة تتعادل مع الحاجة إلى السلع والمستلزمات الأخرى، وأن المنافع المحققة في الحالتين تكون متساوية.
- كما تدخل عوامل ومؤثرات نفسية واجتماعية على اتخاذ القرار الشرائي للسائح، وهذا إلى جانب عناصر الجذب السياحي التي يتوفر عليها المنتج السياحي.
- 2- مرحلة الإثارة: تأتي هذه المرحلة بعد استخدام مختلف العوامل المؤثرة في نفسية السياح والتي يمكن التعبير عنها عمليا بالجهود التنشيطية والطبيعية، التي تثير الدوافع والاهتمامات المختلفة لدى المستهلك السياحي للقيام برحلة سياحية إلى منطقة ما، بهدف إشباع الحاجات والرغبات التي نشأت عنها هذه الدوافع، وتعتمد على الأجهزة والشركات السياحية لتحقيق الهدف السياحي في أي دولة على مختلف الوسائل التنشيطية مثل: النشرات الدعائية التي تصدر بلغات مختلفة و أشكال متعددة جذابة تثير الرغبة والفضول لدى السائح وتنبه حواسه المادية والمعنوية .

إضافة إلى مجموعة مؤثرات أخرى كالإعلان المرئي (الإعلانات التلفزيونية مثلا) والإعلانات الإذاعية والمقروءة.

- 3- مرحلة البحث والدراسة: تتضمن هذه المرحلة الجهود التي يقوم بها السائح من أجل البحث عن الوسائل المختلفة التي تساهم في إشباع رغباته وحاجاته النفسية والمادية، من خلال القيام برحلات سياحية، ومن أجل ذلك يقوم بتجميع المعلومات والبيانات اللازمة عن هذه المرحلة السياحية المنتظرة أو المستهدفة من شركات

¹ محمود قاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 102.

² صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، بدون طبعة، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2006 ص ص 93-94.

الطيران أو شركات ووكالات السياحة المحلية أو الأجنبية، أو من خلال المعارف والأصدقاء الذين سبق لهم القيام بمثل هذه الرحلات السياحية.

من خلال هذا يقوم السائح بدراسة هذه البيانات التي يتحصل عليها من المصادر السابقة الذكر وذلك للوصول إلى أنسب البرامج السياحية التي تتلاءم مع رغباته وأهدافه، بالإضافة إلى قدرته المادية وظروفه الاجتماعية.

4- مرحلة المقارنة بين البدائل: يتم في هذه المرحلة تقييم البرامج السياحية المتاحة من حيث حجم الاستفادة والمنافع المادية والمعنوية المترتبة عليها مقارنة بنفقاتها وتكلفتها المادية، ثم يقوم السائح بعد هذا التقييم الموضوعي للبدائل المختلفة بعمل مقارنة بينها، لتحديد البرنامج السياحي الأنسب له في مختلف النواحي وتسمى هذه المرحلة بمرحلة القرار أي الاستقرار الذهني.

5- مرحلة اتخاذ القرار النهائي: بعد أن يستقر السائح ذهنياً على قرار معين وهو القيام برحلة سياحية إلى دولة ما، فإنه يقوم بالإفصاح عن هذا القرار الذهني الذي استقر عليه، وذلك باتخاذ القرار الفعلي لشراء البرنامج السياحي وما يرتبط به من إجراءات.

حيث يقوم السائح بالذهاب إلى الوكيل السياحي أو الشركة للتعاقد على شراء الرحلة السياحية والاستعداد للقيام بها في الوقت المحدد لها بعد تجهيز احتياجاته الشخصية، وبانتهاء هذه المرحلة تنتهي المراحل المختلفة المحددة لقرار السائح.¹

ثالثاً: العوامل المؤثرة على سلوك السائح في اتخاذ القرار الشرائي :

وتتمثل فيما يلي:²

1- العوامل النفسية:

• **الدوافع :** تمثل الدوافع نقطة البداية للتحرك باتجاه سلوكي بصورة علمية ،من خلال إشباع الحاجات أو الاستجابة لمجموعة بواعث دافعية ،وقد تتحول حاجاته ورغباته إلى مستوى أعلى عندما يشبع الحاجات الأساسية وأحاجات ثانوية أو كمالية أو ترويجية ،ويعتمد ذلك على طبيعة الحاجات ومكانتها في المجتمع المحيط به والظروف السائدة.

¹ صبري عبد السمیع، مرجع سبق ذكره، ص 95-96

² فاتح بوظفارة، خالد فنور، أثار عناصر الجذب السياحي على قرار اختيار الوجهة السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، تسويق فندقي وسياحي، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة جيجل_الجزائر، 2017 ص 62.

ولقد قسمت الدوافع التي تحرك المستهلكين السياحيين وتدفعهم إلى تفضيل دولة دون أخرى، إلى دوافع عاطفية وأخرى رشيدة.

أ- دوافع عاطفية: وهي الدوافع التي تؤثر في نفسية السائح وتجعله يشعر بالسرور عند قيام برحلة سياحية.

ب- دوافع رشيدة: وارتبطت هذه الدوافع بأسباب موضوعية للقيام بالرحلة السياحية.

• **الحاجات:** تعرف الحاجة على أنها: "عبارة عن شعور بالنقص أو الافتقار لشيء معين، وهو ما يؤدي إلى عدم التوازن الداخلي حتى يتم إشباع هذه الحاجة".

• **الإدراك:** يمثل من وجهة النظر التقليدية التسويقية أحد العوامل النفسية المؤثرة في سلوك المستهلك السياحي، لأنه يقوم على الاختيار المبني على إلمام السائح بكل الجوانب المرتبطة بالسلعة السياحية التي يرغبها مثل الأماكن التي يود زيارتها والأسعار ومستوى الخدمات والمقومات السياحية الموجودة، وما إلى ذلك من تفضيلات كثيرة استطاع الحصول عليها من وسائل الدعاية والإعلان الموجه إليه، فكلما كانت درجة الإدراك لديه بالمنتج السياحي كبيرة ازدادت رغبته في زيارة الوجهة السياحية واتخاذ قراره بسرعة كبيرة.

• **الشخصية:** يلعب الاهتمام بالشخصية للمستهلكين السياحيين التي تؤثر بشكل مباشر بالعوامل الديموغرافية (كالسن والجنس.. الخ)، دورا مهما في التأثير فيهم ودفعهم إلى سلوك معين، مما يجعلهم يستجيبون لكل وسائل التأثير وإثارة الدوافع من خلال فهم الجوانب المختلفة المكونة للشخصية، لأن فهم عادات وطباع نفسية السائح تجعل مهمة التسويق سهلة إلى حد كبير.

• **الاتجاهات:** هي أحد العوامل النفسية التي تؤثر في القرار الشرائي للسائح وتعرف على أنها: "مجموع درجات استجابات الفرد الإيجابية والسلبية المرتبطة ببعض الموضوعات أو المواقف السيكولوجية التربوية التي تعرض عليه بطريقة لفظية" وفيما يتعلق بسلوك السائح فقد عرفت بأنها: "ميل إيجابي أو سلبي للسائح نحو منتج أو ماركة سياحية".

• **التعلم:** يمكن تعريف التعلم بأنه "عبارة عن التغيرات التي تحدث في السلوك نتيجة للخبرة أو التجربة".

2- العوامل الاجتماعية

• **الجماعات المرجعية:** المجموعة المرجعية هي التي يحاول الفرد الانتماء إليها في سلوكه .

وتصرفاته، بحيث تصبح هذه المجموعة معيار لتصرفاته ومرجعا له في سلوكه، لذا نجد أن تصرفات

الفرد في الكثير من نواحي حياته بما فيها الاستهلاك تتوقف إلى حد كبير على نمط السلوك التي تشترك

فيه المجموعة التي تنتمي إليها، وهذا ما يفسر سبب استخدام الرياضيين والفنانين والممثلين والنجوم في

الإعلانات عن السلع والخدمات السياحية رغم أن المستهلكين ليس لديهم مهارات رياضية أو فنية أو تمثيلية.

• **الطبقات الاجتماعية:** كل مجتمع من المجتمعات ينقسم إلى فئات أو طبقات اجتماعية مختلفة لكل منها مكانتها وقوتها ووضعها المادي والمعنوي في المجتمع ، مثل الطبقة الغنية، الطبقة المتوسطة والطبقة الفقيرة لذلك فإن مهمة رجال التسويق السياحي يجب أن تنحصر في فهم وتحديد هذه الطبقات الاجتماعية، ودراسة حاجاتهم ورغباتهم السياحية المتنوعة ، والعمل في تلبية هذه الحاجات والرغبات.

• **الأسرة:** إن تأثير الأسرة على تكوين القيم والاتجاهات وأنماط الشراء لأفراد شيء لا يمكن تجاهله ،فالعديد من الأفراد يتبعون نفس الأنماط الاستهلاكية السائدة على مستوى الأسرة، وقد أثرت التغيرات الاقتصادية والاجتماعية على تكوينها وبالتالي فهي تؤثر بشكل كبير على سلوك الأفراد من خلال عاداتها وتقاليدها وما إلى ذلك تلك مقومات الأسرة.

• **الديانات والمعتقدات :** لا يمكن لخبراء التسويق السياحي أن يتجاهلوا أهمية الديانات والمعتقدات المختلفة في مجتمعات الدول المصدرة للسائحين ،وارتباط هذه الديانات والمعتقدات بالأنماط السياحية الملائمة لها وذلك من خلال دراسة الجوانب الدينية والعقائدية لدى أفراد هذه المجتمعات بهدف إعداد الخدمات السياحية المناسبة وتهيئة العرض السياحي لأنماط السياحة الدينية، ومن يريدونها من القادمين من الدول الأخرى لذلك يجب أن توضع الديانات والمعتقدات في الاعتبار عند التخطيط لأي نشاط تسويقي سياحي.

• **الثقافة:** إن الثقافة هي عبارة عن محصلة لعدة عوامل متعلقة بالبيئة المحيطة بالفرد والتي تشكل نظام خارجي يؤثر ويتأثر به.

3- عوامل من صنع الإنسان

1- **العوامل التكنولوجية:** ويترتب على التطور التكنولوجي العديد من الآثار والتغيرات الجديدة التي تنعكس على سلوك السائح، فظهور تكنولوجيا جديدة يؤدي إلى ظهور منتجات وخدمات سياحية جديدة وكذلك أدى إلى ظهور طرق جديدة للشراء والبيع حيث أصبح المستهلك السياحي أكثر حرية اليوم مقارنة بالماضي بسبب التقدم التكنولوجي.

2- **العوامل الاقتصادية:** يتأثر سلوك السائح بالعوامل الاقتصادية نتيجة لمجموعة من المؤشرات وهي الدخل العالمي، دخل السائح نفسه، الأسعار .

3- **السياسات الحكومية:** والتي تشمل جوانب مختلفة وهي:

• الحكومة تستطيع أن تؤثر على سلوك السائح بل وحتى السوق ككل من خلال السياسة الضريبية والرفع من أسعار الفائدة على القروض، أو الدعم الحكومي للأسعار ومدى تدخل الدولة في دعم بعض المستهلكين.

• تقييد الاختيار وذلك من خلال فرض تكاليف إضافية عالية أو غرامات مالية على المستهلك السياحي إما بهدف حماية المستهلك أو ترشيد سلوكه.

• قيام الدولة بمنع وخطر الإعلانات الخادعة والمضللة.

رابعاً: العوامل التسويقية

1- موقع المنظمة ومقدم الخدمة: إن أدبيات إدارة المنظمات تعطي أهمية بالغة لتطوير واختيار موقعه المنظمة، كاختيار مكان لوكالة السياحة والسفر أو لبناء فندق أو بنك أو غيرها من المنشآت السياحية، فالفنادق مثلاً لا بد أن تأخذ مواقع سياحية إستراتيجية سهلة البلوغ من ناحية الجهد والتكلفة فضلاً عن الجو والمناخ السائد في تلك الوجهة السياحية، والذي يتماشى مع نوع السياحة التي يفضلها السائح.

2- المنتج: المنتج دور أساسي في التأثير على السلوك الحالي والمستقبلي للسائح، حيث أنه يقوم بشراء المنتج الذي يتوقع أنه سيلبي حاجاته ورغباته، فإذا تحقق الإشباع والرضا المطلوب فإن المستهلك السياحي سوف يكرر شراء نفس المنتج، وربما يتحول إلى درجة المستهلك الوفي الذي يكرر شراء نفس المنتج وليس لديه أي استعداد لاستبداله أو التنازل عنه.

3- التسعير: يعتبر التسعير أهم عنصر لجذب السياح، وكذلك جذب عدد كبير من السياح الجدد والمحافظة على السياح الحاليين وتحقيق الأرباح للمنظمة السياحية، كما أنه يعتبر من الخصائص السلبية للسعة والخدمة السياحية، حيث أنه كلما زاد سعر الخدمة كلما انخفض الطلب عليها والعكس صحيح، لا كن لا يجب وضع أسعار منخفضة جداً لأنها ستولد الشكوك لدى السائح حول نوعية الخدمات المقدمة.

4- التوزيع: لا توجد فائدة من منتج سياحي جذاب وسعر مناسب لأغلبية السياح، إذا لم يكن متوفراً في المكان والزمان المناسبين فخاصية الوفرة وسهولة الاقتناء قد تحول بين اتخاذ القرار بالشراء أو عدمه.

5- الترويج: الترويج هو من الأنشطة التي تسهل عملية الاتصال بالسياح، ويستخدم الترويج لإعلام السياح عن الخدمة وإقناعهم بها، فهو بالتالي يعبر عن الصفات والخصائص التي تتمتع بها الخدمات المقدمة من طرف المنظمة السياحية، والتي تقدم على شكل نشاطات معلوماتية توجه إلى السياح، وذلك قصد التأثير في سلوكهم ومواقفهم واتجاهاتهم لتصبح مقبولة من خلال المعلومات المتاحة وتشجيع التوجه نحو طلب الخدمات السياحية.

خامساً: العوامل القانونية

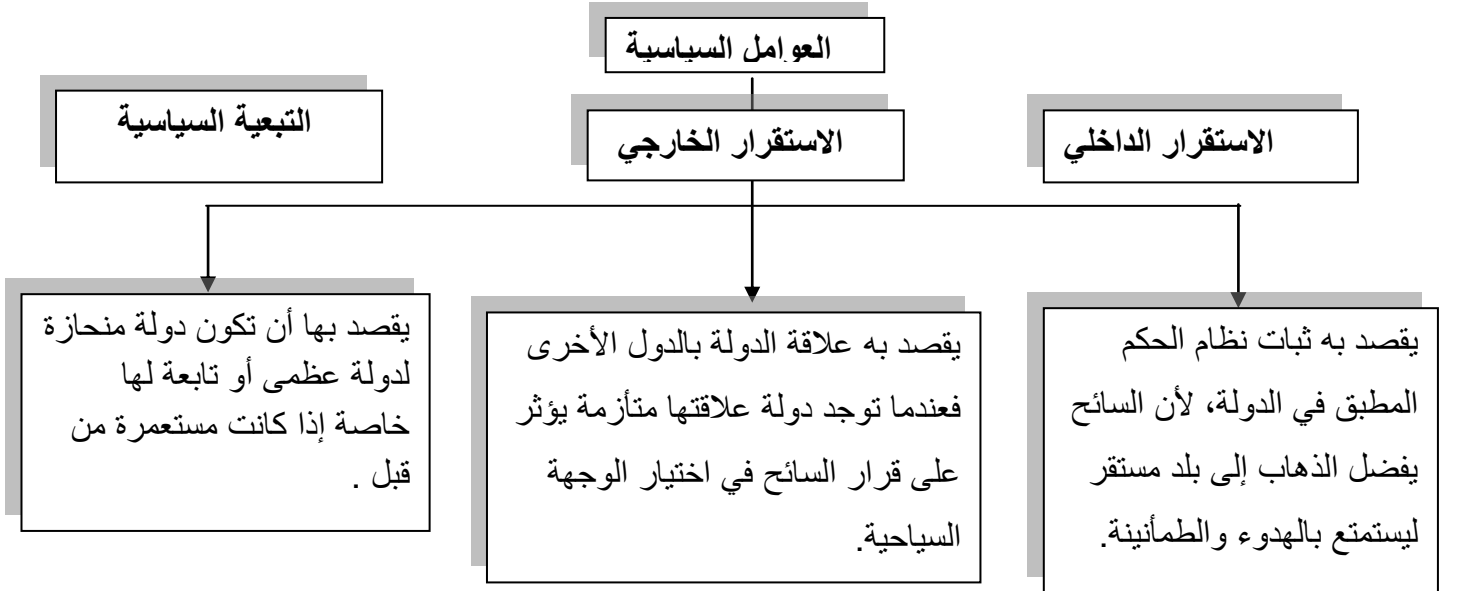
يعتبر التشريع من أهم وظائف الدولة التي يتم من خلالها تنظيم العلاقات بين أفراد المجتمع، وقد ينتج عن التشريع العديد من القواعد القانونية التي تهدد حركة السياحة عامة وفي سلوك السائح خاصة.

فلو صدر تشريع يحد من كمية النقد الأجنبي الذي يستطيع المواطن الخروج به من الدولة لأسباب اقتصادية مؤقتة، فإن ذلك يؤدي إلى انخفاض عدد من يخرج من الدولة السياحية، لذلك ممكن لهذا التشريع أن يحد من حركة السياحة الدولية الخارجية للدولة البعيدة نسبياً أو ذلك التي تتجه فيها الأسعار للارتفاع إذ يفضل السائح السفر إلى الدولة السياحية القريبة أو تلك منخفضة الأسعار، وبالرغم من كون هذه التشريعات مؤقتة إلا أنها بطبيعة الحال تؤثر بصورة رئيسية على الحركة السياحية، الأمر الذي يتطلب ضرورة دراسة العوامل القانونية السائدة في الأسواق السياحية التي تؤثر بطبيعة الحال على سلوك السائحين.

سادساً: العوامل السياسية

والشكل الموالي يوضح العوامل السياسية التي تؤثر على سلوك السائح.

الشكل رقم (05): العوامل السياسية التي تؤثر على سلوك السائح.



المصدر: ¹ فاتح بوطفارة، خالد فنور، أثار عناصر الجذب السياحي على قرار اختيار الوجهة السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، تسويق فندي وسياحي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة جيجل_الجزائر، 2017 ص67.

1-3- تأثير المخاطر السياحية على إختيار الوجهة :

إن إختيار وجهة سياحية يتحدد من خلال المخاطرة بالإضافة إلى عدم اليقين، فكل المفهومين يرتبطان بالخسارة المحتملة كنتيجة لحدث ما وعلى الرغم من أن الباحثين يستخدمون غالباً مصطلح "المخاطرة وعدم اليقين" بشكل متبادل في عملية صنع القرار، إلا انه يمكن تمييزهما باحتمالية نتائجهما، ومع ذلك أشار quintal وآخرون إلى وجود منظورين في البحوث السياحية فيما يتعلق بتعريف الخطر وعدم اليقين كمفهوم واحد، حيث أن الخطر هو الشعور بعدم اليقين بشأن عواقب، ترتبط خيارات الوجهة دائماً بمستوى عال من عدم اليقين

وحسب Knight ينشأ عدم اليقين من المعرفة الجزئية و أنه غالباً ما تكون هذه المعرفة ناتجة عن عجز السياح عن معالجة المعلومات حول جميع وجهات السفر التي يتعرض لها كل سائح محتمل، علاوة على ذلك فإن اتخاذ قرارات المتعلقة بالسفر واختيار الوجهة هي خيارات محفوفة بالمخاطر أي أن السياح يختارون وجهتهم بناء على إدراكا تهم للمخاطر .

وبمجرد أن تعاني الوجهة من أزمة سياحية، بغض النظر عما إذا كانت قد حدثت أو سوف تحدث فقد يسعى السياح المحتملون للحصول على قدر كبير من المعلومات المحددة حول حالة الأزمة السياحية في الوجهة المختارة لأن عوامل السلامة والمخاطر فيما يتعلق بمشاكل أزمة سياحية تحفزهم على الحاجة إلى المزيد من المعلومات من أجل تقييم الوجهة .

يتم إيلاء المزيد من الاهتمام للوجهات التي تعتبر آمنة من المخاطر السياحية، ويتم رفض تلك التي تعتبر محفوفة بالمخاطر، وفي هذا الصدد إن اختيار الوجهة يتم عن طريق اختيار خيار يلبي جميع احتياجات السائح تقريباً ويعتبر آمناً .

1-3-1- تأثير الإرهاب على اختيار الوجهة السياحية

يشكل الإرهاب إحدى أخطر الظواهر الإجرامية التي عرفتتها المجتمعات الحديثة لما يمثله من تهديد خطير الفكر والعقيدة والكيان السياسي للشعوب،، وهو باتساع مفهومه أضحى من أبرز المهددات الأمنية لما له من تأثيرات بعيدة المدى و الخطورة على الإنسانية كافة، فالإرهاب ليس له من هوية ولا ينتمي إلى بلد وليس له عقيدة .

1- تعريف الإرهاب :

يعرف الإرهاب أنه الاستخدام الغير مشرع للعنف والتهديد به بواسطة فرد أو مجموعة أو دولة ضد فرد أو جماعة أو دولة ينتج عنه رعباً يعرض للخطر أرواحاً بشرية أو يهدد حريات أساسية، ويكون الغرض منه الضغط على الجماعة أو الدولة لكي تغير سلوكها اتجاه موضوع ما .

كما عرفتته الاتفاقية العربية لمكافحة الإرهاب بأنه كل فعل من أفعال العنف و التهديد أي كانت بواعثه أو أغراضه يقع تنفيذاً لمشروع إجرامي فردي أو جماعي يهدف إلى إلقاء الرعب بين الناس بإيذائهم أو تعريض أمنهم للخطر أو إلحاق الضرر بالبيئة أو بإحدى المرافق والأماكن العامة أو الخاصة أو تعريض أحد الموارد الوطنية للخطر.¹

1 عصمت عدلي، الأمن السياحي والأثري في ظل قوانين السياحة، الطبعة الأولى، دار الجامعة للنشر، القاهرة_مصر، 2008، ص50 .

2- أثر الإرهاب على النشاط السياحي

إن تأثير الإرهاب في النشاط السياحي لا يمكن إنكاره خاصة بعد أن احتلت أنباء الإرهاب مكان الصدارة في وسائل الإعلان، مع كثرة العمليات الإرهابية تترجع السياحة وتصاب بانتكاسه ومع تدني معدلات العمليات الإرهابية تزدهر السياحة، ولذلك فإن عدة السياحة الأول الإرهاب.

إن السياحة لا تقوم إلا بتوفر عناصر منها: السياحة ومتطلباتها، الوقت المال الوجهة المقصودة، وسيلة النقل، مقر الإقامة الأنشطة التي تمارس أثناء الرحلة السياحية، وكل هذه العناصر تلغى إذا شاع الخوف حيث أن السياحة لا تنمو إلا في بيئة آمنة.

مما لا شك فيه أن الأعمال الإرهابية وما ينجم عنها من خسائر بشرية ومادية وآثاره افزع والرعب لا يقتصر آثارها فقط على محل وقوعها بل يمتد إلى كافة الأرجاء محلياً وإقليمياً ودولياً بحيث أن النشاط السياحي يكون أكثر تأثيراً من غيره بهذه الانعكاسات نظراً لطبيعة فئة السياح الذين يتعاملون معهم.¹

3- أثر الإرهاب بالنسبة للسائح :

في ظل انتشار الإرهاب وتناميته في العديد من بلدان العالم أصبح الأمر أكثر أهمية بالنسبة للسائح هو التيقن من توافر الأمان في المكان الذي يرغب في التوجه إليه، وعند وقوع حدثاً إرهابياً أو توقع حدوثه، تتأثر الحركة السياحية للسائح إذ يمتنع السائح عن السفر إلى المناطق التي يخشى فيها إلى تعرضه للخطر أو يغادرها إذا كان موجوداً بها، ولا يتوقف الأمر عند مغادرة السائح للوجهة قصدها، بل غالباً ما تقوم الشركات السياحية العاملة في مجال السياحة بإلغاء تعاقداتها وبرامجها السياحية إلى المناطق المشمولة بحظر الإرهاب وإلى التوقف سفر أفواجها السياحية إلى هذه المناطق و المناطق المجاورة لما لها خوفاً على امتداد الأعمال الإرهابية فضلاً عن إجلاء السائحين من هذه المناطق.

ولم تقتصر العمليات الإرهابية على تعرض السائحين للقتل والإيذاء بمختلف صورته، بل امتدت إلى أعمال الاختطاف من قبل الجماعات الإرهابية أثناء قيامهم برحلاتهم من موطنهم إلى الوجهات السياحية التي يبتغون قضاء أوقات رحلتهم بها،

كما أن الأعمال الإرهابية ليس وحدها هي التي تؤدي إلى تعرض السائحين للخطر أو شعورهم بالخوف ومن تم امتناعهم عن القيام برحلاتهم السياحية مما يؤدي إلى الأضرار بالحركة السياحية وتأثير بالغ الخطورة على النشاط السياحي، بل أن الحرب ضد الإرهاب أو ما يسمى بعمليات الملاحقة الأمنية للمشبهين والمتورطين بأعمال كهذه، واتخاذ تدابير أمنية تتسم في غالبية الأمر بالعنف بغية التفتيش والقبض على مرتكبي

¹ مصطفى يوسف كافي ، إدارة الأزمات السياحية في إطار ضوابط وآليات تحقيق الأمن والسلامة، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، عمان_الاردن، ص 223 .

هذه الأعمال يؤدي إلى حدوث الخوف و الذعر لدى السائحين وعزوفهم عن مواصلة رحلتهم أو عدم التوجه إلى الوجهات التي تتم بها الملاحقة الأمنية.¹

1-3-2 تأثير فيروس كورونا على اختيار الوجهة السياحية:

يعاني القطاع السياحي حالياً من الشلل التام وبالرغم من الجهود واضعي السياسات حول العالم لتخفيف من الأثر جائحة كورونا المستجد covid-19 ، فإن القطاع السياحي لن يتمكن من بد التعافي إلا بعد أن تتم السيطرة على حالة الطوارئ ورفع قرارات حظر السفر بصورة آمنة وكلما طال أمد هذه الأزمة الصحية تزايدت صعوبة استمرار القطاع السياحي، وكان تقشي وباء كورونا تأثيراً كبيراً على القطاع السياحة حول العالم بسبب القيود المفروضة على السفر، وذلك بسبب انخفاض حركة الطلب على السفر حيث انخفض السفر المخطط له حول العالم بنسبة 90% وتم إغلاق العديد مناطق الجذب السياحي بسبب الوباء وحظر دخول السياح لمنع انتشار الوباء في مختلف المناطق.

أولاً- تعريف فيروس كورونا :

فيروسات كورونا هي سلالة واسعة من الفيروسات التي تسبب المرض للإنسان، ومن المعروف أن عدداً من فيروسات كورونا تسبب أمراض تنفسية تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى أمراض الأشد وخاصة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية وبسبب فيروس كورونا.²

ثانياً- تأثير جائحة كورونا على النشاط السياحي :

لم يعد أحد في وقتنا هذا يستطيع الاستغناء عن السفر الداخلي أو الدولي من أجل السياحة، فضغوط الحياة اليومية بجميع أشكالها كانت سبباً رئيسياً في زيادة النمو السياحي على مستوى العالم، حيث زاد عدد السياح عالمياً من 350 مليون إلى 1.5 مليار في 2019 .

وفي الأشهر الأخيرة الماضية في يومنا هذا فقد زادت الحاجة للسفر أكثر من أي وقت مضى نتيجة للضغوط التي يعيشها العالم بسبب الخوف والحجر والحظر، تباعد الاجتماعي التي من السفر أو حتى الحركة في أضيق الحدود، كما أغلقت المطارات وتوقفت الرحلات الدولية والداخلية،

إن رغبة المواطن وخصوصاً السائح للسفر الداخلي أو الدولي في فترة الاثنى عشر الأولى بعد رفع الحظر وفتح المنافذ الدولية ضعيفة جداً، فكثيراً من السياح أوضحوا بأن المخاوف من التوجه لوجهات سياحية

¹ أمال فاضل عبد الخشان عنوز، الأمن السياحي ومدى فاعليته للحد من الجريمة السياحية، المجلة الافاق للبحوث والدراسات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة_جزائر، مجلد 03، العدد02، أوت، 2020، ص72 .

² تلي محمد إسلام، أثر جائحة كورونا على السياحة العربية، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة_الجزائر، المجلد03، العدد ، 02 أوت، 2020، ص10.

في الفترة الأولى ستكون عالية و بالتالي قد يكون البقاء في المنازل آمناً لهم حيث أن هذه النتيجة قد تكون بسبب الخوف المتواجد لدى غالبية السياح إثر تزايد المستمر في عدد الإصابات حول العالم، بالإضافة إلى الوعي بأهمية التباعد الاجتماعي الذي كان لوزارة الصحة الدور الرئيسي فيه،

وجدت الدراسة أيضاً بأن أغلبية السياح لديهم الرغبة في التوجه لوجهة سياحية معينة من أجل السياحة والترفيه وخاصة اختيار الوجهة المحلية بعد السنة الأولى من انتهاء الجائحة أكثر من رغبتهم في السفر من أجل العمل هذه النتيجة تعطينا انطبعا لدى السياح بأن فترة الحجر والإجراءات الاحترازية التي فرضتها الدول بالبقاء في المنازل جعلت الحاجة من أجل السياحة أكثر أهمية، في حين هناك إجماع بأن السفر الدولي وحتى الداخلي لن يكون آمناً من الإصابة بالفيروس مهما كانت الاحتياطات، إضافة إلى ضرورة الابتعاد عن السفر إلى المدن الرئيسية والمزدحمة وعدم السفر أي وجهة سياحية معروفة بانتشار الوباء لما يشكل ذلك خطراً عليهم.

كانت التوعية التي عملت عليها وزارات الصحة في الفترة الماضية أثراً كبيراً في حرص السياح والتزاماتهم بإجراءات الوقائية حيث أكدوا بأنهم عند اتخاذ قرار السفر لأي وجهة سياحية ستكون المنشآت السياحية المتبعة لإجراءات السلامة هي اختيارهم الأول، لذا يجب على المنشآت تطبيق أعلى الإجراءات السلامة وإظهار ذلك في إعلاناتهم و ترويجهم لها في الفترة القادمة.¹

1-3-3- تأثير الكوارث الطبيعية على قرار الوجهة السياحية

لعل القطاع السياحي من بين أهم القطاعات التي يعول عليها كأحد البدائل المهمة لقطاع المحروقات، فلا بد على مسيري هذا القطاع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية المقاصد السياحية من ناحية إدارة مخاطر الكوارث الطبيعية وضرورة إشراك وتفعل دور المتدخلين بالخصوص المتخصصين في إدارة تبعات هذا النوع من المخاطر وهم شركات التأمين من خلال توفير التغطية التأمينية اللازمة على الكوارث التي يمكن أن تصيب المناطق السياحية والهيئات المتدخلة كالفنادق والمواقع الأثرية والاستفادة من الإطار التشريعي في المجال والذي جاء لتدعيم نظام التأمينات بترسانة من القوانين المؤثرة لإدارة مخاطر الكوارث الطبيعية.

1-3-3 تعريف الكوارث الطبيعية: هي ظاهرة عنيفة وطبيعية تسبب الخراب والدمار والأذى للإنسان والحيوان والأرض، فهي تسبب الخسائر الجسيمة عند حدوثها ولا يمكن التنبؤ بها بسهولة لتلافيتها وأخذ الاحتياطات اللازمة للحد من أخطارها، فالكوارث الطبيعية تغير تضاريس كاملة وتغير معالم مناطق وتقسّم بلاد، كما في الزلازل والبراكين، وقد تقضي مزارع وأبنية كاملة بلمح البصر كما يحدث في الفيضانات والتسونامي أو العواصف، وقد تطور العلم ليتمكن العلماء من معرفة بعض المؤشرات قبل حدوث الكوارث ومحاولة تقليل

¹ علي أحمد قاسم ، تأثير جائحة كورونا على سلوك السائح الخليجي، مجلة السياحة العربية ، 19ماي، على الساعة 17:00 http://at-17:00 .magazine.com/archives/34292

الخسائر البشرية قدر الإمكان، لا كن من الممكن أن يكون الوقت كافيا وقد تكون الكارثة أعظم مما تتنبأ بها العلماء.¹

3-3-2- أنواع الكوارث الطبيعية: فيما يلي:²

قائمة أنواع الكوارث التي قد تعصف بأي منطقة على الكرة الأرضية.

- الفيضانات
- البراكين
- الزلازل الأرضية
- انزلاق الصفائح الأرضية
- الأعاصير
- تسونامي
- حرائق الغابات
- انتشار الأوبئة والأمراض
- الجفاف

3-3-3 - الكوارث الطبيعية في القطاع السياحي :

تعرف السياحة الخاصة بالكوارث على أنها ممارسة زيارة المواقع التي حدثت فيها كارثة بيئية، طبيعية أو من صنع الإنسان على الرغم من أن مجموعة متنوعة من الكوارث هي موضوع السياحة الكارثية اللاحقة، إلا أن المواقع السياحية الأكثر شيوعا في الكوارث هي المناطق المحيطة بالثوران البركانية، يتم تقسيم الآراء حول الأخلاق وتأثير السياحة الكوارث، غالبا ما يدعى المدافعون عن سياحة الكوارث أن هذه الممارسة تثير الوعي بالحدث وتحفز الاقتصاد المحلي، وتتقف الجمهور حول الثقافة المحلية، بينما يزعم المنتقدون أن الممارسة هي استغلال وأرباح عن الخسارة، وكثيرا ما تشوه الأحداث المعنية.³

و تتمثل في ما يلي:⁴

1 ريتا سلمان، الكوارث الطبيعية أنواعها وكيفية الوقاية منها، يوم 17 ماي، على الساعة 14.00 <http://at-funjaan.com>

2 ريتا سلمان، المرجع نفسه.

3 حسين حساني، محمد جمران، السياحة في الجزائر: أي حماية من مخاطر الكوارث الطبيعية، مجلة إقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة شلف_ الجزائر، المجلد 5، العدد 1، 2019، ص 50.

4 حسين حساني، المرجع نفسه، ص 56.

أولاً: دوافع السياح من الكوارث

هناك العديد من الأسباب التي تجعل الناس يأتون لزيارة مواقع الكوارث، قد يكون لبعض السياح علاقات شخصية مع المأساة بوصفهم ناجين أو أقارب ضحايا أو شهود، في حين أن لزوار آخرين مصلحة فكرية أو ثقافية، ويرغبون في فهم ما حدث أو ربط المأساة بأحداث ثقافية أخرى. تتألف هذه المجموعة الأخيرة من معلمين ومؤرخين وأكاديميين وطلبة، ويأمل عدد آخر من الزوار في المساعدة في توفير الإعانة للمناطق المتضررة بعضها مباشرة من خلال العمل التطوعي وبعضها بشكل غير مباشر من خلال التبرعات، لا يوجد لزوار آخرين صلة بالموقع أو الحدث، لكنهم يكونون هناك كسياح ويزورون تلك الأماكن كجزء من مشاهدة معالم، مثال على ذلك شائع على ذلك هو السياح الذين يأتون إلى إيطاليا لزيارة المعالم السياحية في روما وينتهي بهم الأمر بزيارة بومباي والمدن المجاورة دون أن ينوون ذلك في البداية لمدينة.

ثانياً: استقبال السياحة الكوارث

كانت السياحة في حالات الكوارث استقبالا مختلطا، حيث وصفها النقاد أنها مبتهجة ومرحة الخسائر، حيث قال المناصرون إن السياحة تحفز الاقتصاد المستعاد وتعزز الوعي بالثقافة المحلية على الرغم من أن التصور العام للسياحة يعتمد على مجموعة واسعة من العوامل مثل ما إذا كانت الكارثة من صنع الإنسان أو طبيعة وطول المدة منذ وقوع الحادث، هناك بعض الاتجاهات العامة في استقبال السياح.

اعتمادا على الموقع أو الجولة، يمكن اعتبار سياحة الكوارث تجربة تعليمية أو استغلالية سواء كان يتم التعامل مع موقع سياحي بطريقة محترمة وبالغية، فإنه يتم تحديده من قبل أولئك الذين ينظمون الأحداث والسائحين أنفسهم، وعلاوة على ذلك يشير المدافعون عن السياحة في الكوارث إلى أن المعالم السياحية قادرة على إعادة فحص الكوارث بطريقة تعليمية على الرغم من أن المشغلين لديهم دوافع بالربح، يقول العديد من هؤلاء المناصرين أنه عندما تحدث السياحة الكارثية فإن اللوم يقع في المقام الأول على السياح لتقديم طلب غير حساس بدلا من المشغلين لتلبية هذا الطلب لكن بالنسبة للسياح والمشغلين على حد سواء فإن تحليل الفرق بين التعليم والاستغلال يتطلب تحديد المجالات الحاسمة لفهم الكارثة وتوضيح كيف أن السلوك المناسب في منطقة مدمرة غالبا ما يختلف عن السلوك في البناء الحديث منازل أو مخيمات مؤقتة.

وفي الأخير نقول أن الكوارث الطبيعية التي يمكن أن تمس المناطق السياحية يستلزم البحث في كيفية إدارتها وتقديرها وتجنبها والأموال اللازمة للتكفل بتبعاتها، فهي مشكلة متعددة الأبعاد والمستويات، ويمكن أن يكون مدخل التأمين جزء من الحل باعتبار الآليات التي يتوفر عليها لإدارة أحسن لهذا النوع من المخاطر

ومرافقة مختلف الفاعلين في المجال وهذا بالرغم من بعض التحديات والنقائص المسجلة والتي يمكن معالجتها من خلال هذه المقترحات:¹

- 1- ضرورة تنسيق جهود الهيئات السياحية مع جميع الأطراف المعنية بإدارة مخاطر الكوارث الطبيعية مثل مراكز البحث في الزلازل، الحماية المدنية، مصالح الأمن، شركات التأمين.
- 2- الاهتمام أكثر بالتكوين في موضوع إستراتيجية التأمين كأحد المداخل المهمة لإدارة أحسن لمخاطر الكوارث الطبيعية التي يمكن أن يواجهها القطاع السياحي.
- 3- إشراك مراكز البحث العلمي والجامعات لإيجاد أحسن الآليات لإدارة أكثر فعالية لمخاطر الكوارث الطبيعية المرتبطة بالقطاع السياحي.
- 4- جرد وإحصاء وتصنيف المناطق والثروات السياحية وكذا طبيعة الكوارث الطبيعية والتي يمكن أن تتعرض لها من خلال تكليف هيئة لجمع كل المعلومات والبيانات والتفاصيل لتسهيل عملية تقييمها والبحث عن التغطيات المناسبة لها بإشراك شركات التأمين في العملة.

1-3-4- مخاطر أخرى وتأثيرها على السائح

توجد مخاطر أخرى لها أيضا تأثير على السائح

تتمثل فيما يلي:²

1. خطر الجرائم: يتعرض السياح لكثير من الجرائم التي تتراوح بين عمليات السرقة أو النشل وتصل أحيانا إلى حد القتل وتقع هذه الجرائم في مختلف بيئات السياحة في العالم حتى الأكثر أمانا منها، مثل وجهات جزر الكاريبي، وفي هذه الحالات يلزم اتخاذ احتياطات ضرورية في كل رحلة إلى الخارج ومنها عدم إظهار الثراء وارتداء حلى وجواهر مرتفعة القيمة، وعدم حمل مبالغ مالية كبيرة وترك الأغراض الثمينة في خزانة الفندق.

ما حدث في العراق في الآونة الأخيرة من حروب وفوضى أدى إلى تدمير و سرقة الكثير من الآثار كما أن حالة عدم الاستقرار أفسحت المجال لتجارة الآثار والتراث أمام اللصوص من أصحاب النفوس الضعيفة فقاموا باستغلال الأحوال في البلاد لتهريب هذه الآثار من بلادها الأصلية، وهنا تبرز مشكلة مهمة أيضا وهي مسألة إثبات ملكية تلك الآثار وتاريخ خروجها من منشأها الأصلي، لاسيما أن بعضها لا يظهر إلا بعد مرور

¹ حسين حساني، المرجع السابق، ص 66 .

² سعاد قاسم، الجرائم السياحية وأنواعها، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة الأغواط _ الجزائر، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر 2016 ، ص 327.

وقت طويل خارج حدود البلد، ما يخلق مشكلة قضائية بين دولتين أو أكثر، ومن ثم فإن متابعة هذه الآثار، بحيث تدمج بالتشريع لاستعادة من بنود المعاهدة.¹

ولذلك فإن تهريب الآثار أو سرقتها يعني ضياع جزء من تاريخنا، ومحو شيء من ذاكرتنا لن نعوضه أبداً بقيمة الآثار والتراث الوطني تعني السجل التاريخي للإنسان، وإذا ذهب المكان ضاع منه الزمان، ومن ثم يضيع التاريخ نفسه وتطمس معه الهوية الثقافية والحضارية.

وعلى صعيد الجريمة أعلنت عدة وكالات ومنظمات ومؤسسات سياحية مسئولة عن التطور السياحي والأنشطة السياحية المختلفة سواء الدولية منها أو الإقليمية، عن انزعاجها وقلقها من زيادة معدلات الجريمة في المناطق السياحية في بعض الدول الأمر الذي أدى إلى انعكاسات سلبية على السائحين من حيث الشعور بالأمان والطمأنينة. وعلى العموم تقع الجرائم على السائحين في أوقات الاختناقات والمواسم السياحية، كما قد يتعرض السكان المحليون أنفسهم أحياناً لنفس أنواع الجرائم، الأمر الذي يؤكد حاجة مثل تلك المناطق السياحية إلى خدمات أمنية أفضل.²

على هذا الأساس يقع على عاتق المسؤولين في كافة الدول ضرورة الاهتمام بالارتباط القائم بين السياحة والجريمة، وذلك من أجل وضع الخطوات والإجراءات اللازمة لتلافي الجريمة أو التقليل من نسبة حدوثها في المناطق السياحية.

2. الحوادث: يجب الحرص أثناء الرحلات السياحية من بعض النشاطات التي يمكن قد تؤدي إلى وقوع حوادث، مثل استئجار دراجات نارية أو ممارسة الطيران الشراعي أو القفز من الطائرات بالمضلات والحرص أثناء قيادة السيارات والالتزام بقواعد المرور المحلية.

3. الاحتيال: توجد حالات احتيال في بعض وجهات السفر خصوصاً عند التعامل بالنقد حيث يستغل البعض عدم تعرف الأجانب على قيمة الأوراق المالية وتعاد بقية النقود ناقصة إلى الزبائن كما ترفع بعض المتاجر أسعارها للسياح ويتم بطاقات الائتمان واستعمالها محلياً دون معرفة حامل البطاقة، وتعد بعض الشركات بتصدير المنتجات الثقيلة - مثل السجاد - إلى بلد السائح وبعد دفع ثمنها ومغادرة البلاد لا تصل البضاعة.

4. المخاطر الصحية: لا يلتفت معظم السياح إلى هذا النوع من المخاطر مع أنها الأكثر شيوعاً والأكثر تكلفة ومن الحالات التي تعاملت معها شركات تأمين السفر المرض المفاجئ الذي يضطر معه المسافر إلى إلغاء الرحلة في آخر لحظة وخسارة ما دفع فيها، وفي حالات المرض بعد الوصول يمكن أن تتراكم ديون طائلة من

¹ سعاد قاسم، الجرائم السياحية وأنواعها، المرجع السابق، ص 360.

² عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 164.

تكاليف المستشفى التي تلقى فيها المسافرين العلاج وفي بعض الأحيان يستدعى الأمر نقل المريض إلى بلده بسرعة وهنا لابد من تدبير تكاليف طائرة مجهزة طبيا. وتنتشر حالات الصدمات القلبية بين السياح، خصوصا بين كبار السن، بسبب التغير المفاجئ في أسلوب المعيشة والنشاط الزائد أثناء الرحلات السياحية.

5. المخاطر السياسية: إلى جانب الثورات والحروب الأهلية والنزاعات المسلحة توجد أحيانا بعض المخاطر السياسية غير الظاهرة للعيان ينتج عنها حالات احتقان قد تنفجر في مجموعات مسالمة مثل السياح ويجب متابعة الأوضاع السياسية في البلدان المختلفة حتى لا يجد السائح نفسه في وسط فوضى عارمة قد تمنعه من إكمال عطلته أو العودة إلى بلده بعد انتهاء عطلته وفي كل الأحوال يجب الاستعانة بوثيقة تأمين سفر تغطي معظم هذه الأخطار، بالإضافة على أخطار أخرى غير محسوبة مثل إلغاء رحلات السفر الجوي أو تأجيلها لفترات طويلة لأسباب فنية أو لسوء الطقس وأيضا حالات فقدان أغراض ثمينة أثناء قضاء العطلة الأجنبية وتغطي وثيقة التأمين المخصصة للسفر السياحي مخاطر متعددة منها المخاطر الصحية وفقدان حقائب السفر أو إلغاء السفر لأي سبب.

الجدير بالذكر أن السائح لا يستحق التعويض من شركات السياحة إذا ما قام بإلغاء رحلته في آخر لحظة خوفا من مخاطر مثل حوادث الإرهاب ولا بد من إعلان جهات رسمية منع السفر السياحي إلى بلدان معينة حتى يمكن تعويض السياح عن الرحلات المفقودة ويشكو بعض السياح من أن شركات السياحة لا توضع لهم الصورة الحقيقية للمخاطر في الوجهة التي يختارونها ومنها العنف والإرهاب والسرقه وأحيانا اكتشاف أن الإقامة تكون في مستويات أقل من المتعاقد عليها وفي هذه الحالات يمكن الشكوى للجهات المسؤولة.

1-3-5- نصائح للأمان.

كشفت شركة استشارية في المجال السياحي عن عدة نصائح للسياح من أجل عطلة خالية من المخاطر يمكن شملها في ما يلي:¹

- مراجعة الصحافة المحلية في الموقع المختار واستخدام الترجمة الإلكترونية ل"غوغل" من أجل معرفة حقيقة ما يجري في البلدان السياحية بدلا من الدعاية التي تبت إليهم في بلادهم بلغتهم.
- الاطلاع على كثير من مصادر المعلومات عن الموقع السياحي وعدم الاعتماد على النصائح الحكومية وحدها، خصوصا فيما يتعلق بالفندق والمنطقة المحيطة به وأقرب المدن إليه وليس عن الدولة بشكل عام
- مراجعة الملاحظات والتعليقات التي يتركها السياح عن زيارتهم للموقع أو الفندق نفسه، خصوصا في النقاط التي تتعلق بالأمن وحالات السرقة أو النشل ويمكن التجول الافتراضي حول الفندق بواسطة "خرائط غوغل"

¹ عصمت عدلي، المرجع السابق، ص 200 .

- يمكن تقييم الموقع من حيث الأمان بالمقارنة بالمواقع الأخرى التي يمكن الاختيار من بينها وفي النهاية يمكن استشارة وزارات الخارجية من أجل النصيحة حول مخاطر السفر إلى جهات سياحية معينة.
- بعد الوصول إلى الوجهة السياحية يجب البقاء على حذر ومراقبة إجراءات الأمن في الفندق أو المنتجع الذي تقيم فيه وفي حالات الطوارئ اتبع نصيحة السلطات المحلية واترك متعلقاتك الشخصية عند الإسراع بمغادرة المكان.
- عند ملاحظة أي حركات مريبة أو نشاطات غير معهودة في موقع الإقامة من الضروري إبلاغ مسؤولي الشرطة ولا تخاطر بالتدخل المباشر لمواجهة الخطر.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تطرقنا إلى مفهوم المخاطر السياحية وأنواعها التي تؤثر على اختيار الوجهة لدى السائح، بالإضافة إلى أدوات وخطوات إدارة المخاطر السياحية، كما تناولنا أيضا إلى مفهوم الوجهة السياحية واعتبارها جزء مهم من المنتج السياحي والتي تتكون من مقومات طبيعية وبشرية، مع تقييمها وفق معايير محددة ومراحل اتخاذ القرار السياحي.

تلعب المخاطر السياحية دورا مهم في اختيار الوجهة السياحية وذلك راجع أن اختيار الوجهة يتحدد من خلال المخاطرة في عملية صنع القرار أي أن السياح يختارون وجهتهم السياحية بناء على إدراكاتهم للمخاطر . وفي الفصل الموالي سوف نحاول معرفة مدى تأثير هذه المخاطر على السياح في اختيارهم لوجهتهم السياحية.

II. دراسة ميدانية حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل

تمهيد

1-2- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

2-2- عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

خلاصة

تمهيد:

بعد عرض الجانب النظري المتعلق بموضوع هذه الدراسة والذي يهيئ الأرضية لإشكالية البحث وذلك من خلال الفصل السابق يأتي هذا الفصل من الجانب التطبيقي للدراسة الميدانية لأجل التعريف بعناصر الدراسة الميدانية ولتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة الميدانية وذلك بهدف جمع وتحليل وتفسير البيانات واختبار فرضيات الدراسة لمعرفة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة من قبل سياح ولاية جيجل، وتحقيق أهداف الدراسة، وعليه يتناول هذا المبحث ما يلي:

2-1- إجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

2-2- عرض وتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

2-1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

تم تقديم هذا المبحث لأجل التعريف بعناصر الدراسة الميدانية ولتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة الميدانية، وذلك بهدف جمع وتحليل وتفسير البيانات واختبار فرضيات الدراسة لمعرفة أثر المخاطر السياحية على اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل وتحقيق أهداف الدراسة وعليه سيتم التطرق إلى ما يلي:¹

2-1-1- مجتمع الدراسة: يُعرف المجتمع الإحصائي بأنه " كل المفردات أو الكائنات التي أُقيمت عليها الدراسة لأجل الحصول منها على المعلومات الإحصائية اللازمة"، وعليه يشتمل مجتمع الدراسة الميدانية لهذا البحث على جميع سياح ولاية جيجل، وعليه وحدة (عنصر) المعاينة تتمثل في تأثير المخاطر السياحية على كل سائح ولاية جيجل.

2-1-2- عينة الدراسة: العينة الإحصائية هي "جزء من مجتمع الدراسة وتشمل مجموعة من المفردات يتم اختيارها بطريقة ما من المجتمع بحيث تمثل جميع صفاته، وذلك عندما يتعذر دراسة مجتمع الدراسة ككل لأسباب معينة (فنية، مادية، علمية... الخ)، حيث في هذه الحالة يتم تعويض دراسة المجتمع ككل بدراسة عينة منه، ومن خلالها يتم استنتاج خواص المجتمع، وذلك بتعميم النتائج المتحصل عليها".²

ولغرض الحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة تم في هذا البحث اختيار عينة من مجتمع الدراسة باستخدام طريقة العينة العشوائية، وكان أفراد العينة يتكون من 94 سائح، وذلك حتى تكون نتائج الدراسة ذات مصداقية، حيث تم توزيع 100 إستبانة و بعد الانتهاء من عملية الجمع تم استرجاع 94 إستبانة وبالتالي توفر لدينا 94 صالحة لغرض التحليل الإحصائي أو الدراسة إستبانة أي بنسبة 94 % من إجمالي الإستبانات التي تم توزيعها على أفراد العينة، وهذه النسبة تعكس إهتمام المستجوبين بهذه الدراسة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل، كما يمكن تعميم نتائج العينة على مجتمع الدراسة، نظرا لتشابه الظروف المحيطة و الخصائص العامة لعناصر العينة والمجتمع.

¹ سفيان فنيط، تحليل إدارة المشاريع الاستثمارية العمومية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2016-2017، ص153.

² نفس المرجع، ص157.

2-1-2- الخطوات اللازمة لإعداد أداة الدراسة: من أجل الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للإنجاز هذه الدراسة تم إعداد أداة جمع المعلومات والبيانات باعتماد الخطوات التالية:¹

أولاً- تحديد أداة جمع المعلومات والبيانات: تعتمد الأبحاث والدراسات التطبيقية في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة على عدة أدوات، لهذا من المهم قبل تحديد الأدوات المتبعة في هذه الدراسة أن يتم إعطاء فكرة عامة عن أهم الأدوات التي يتم إتباعها لجمع المعلومات والبيانات، ثم تحديد الأدوات المتبعة منها.

1- الأدوات الشائعة لجمع المعلومات والبيانات: توجد عدة أدوات وأساليب لجمع المعلومات والبيانات حول موضوع بحث معين منها: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان (الاستمارة) ، الاستفتاء، الأساليب الإسقاطية... الخ.

2- الأدوات المتبعة لجمع المعلومات والبيانات: تم الاعتماد على الاستبيان لجمع المعلومات والبيانات لهذه الدراسة.

ثانياً- تصميم الاستبانة: من أجل الاطلاع على كيفية صياغة وتصميم الاستبانة للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لمعالجة موضوع هذا البحث تم الاعتماد على القواعد المتبعة في إعداد الاستبانة وذلك من خلال: الرجوع إلى الدراسات السابقة (مذكرات التخرج) القريبة في مواضيعها من موضوع هذا البحث، كذلك مراجعة عدة كتب متخصصة في مناهج البحث العلمي، والتشاور والحوار مع أساتذة متخصصين، وأيضاً الاعتماد على المعرفة العلمية النظرية لموضوع هذا البحث من خلال فصله السابق، وعليه تم تقسيم الاستمارة إلى قسمين أساسيين هما:

1- القسم الأول المعلومات الشخصية: هي مجموعة من المعلومات متعلقة بأفراد العينة إي سياح ولاية جيجل تساعد في تحليل الدراسة، ويمكن توضيح المعلومات الشخصية من خلال الجدول الآتي:

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص159-160.

الجدول رقم(01): المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

رقم	القسم الأول: البيانات الشخصية
01	الجنس
02	العمر بالسنوات
03	المستوى التعليمي
04	الدخل

المصدر: من إعداد الطالبتين

وقد تم اختيار هذه المعلومات الشخصية لأن لها تأثير على موضوع البحث وتفسر بعض آراء ومواقف أفراد العينة حول العبارات المقدمة لهم في القسم الثاني من الاستبانة.

1- القسم الثاني: تأثير المخاطر السياحية على إختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل: في هذا القسم تم صياغة عبارات حول تأثير المخاطر السياحية على إختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، حيث من خلالها نستطيع معرفة مدى تأثير كل خطر سياحي في سياح ولاية جيجل على إختيار الوجهة .

الجدول رقم (02): توزيع العبارات على محاور القسم الثاني من الاستبانة.

عدد العبارات	محاور القسم الثاني	القسم الثاني من الإستبانة
9	بالنسبة لخطر الإرهاب.	دراسة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل
9	بالنسبة لخطر التعدي.	
9	بالنسبة لخطر فيروس كورونا.	
10	بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية.	

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على القسم الثاني من الاستبانة.

وقد تم استخدام مقياس لكارتر الخماسي لقياس استجابة أفراد العينة لعبارات الاستبانة، حسب ما يوضحه

الجدول الموالي:

الجدول رقم(03): درجات مقياس ليكارت.

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	/
5	4	3	2	1	الدرجة
بدرجة مرتفعة جدا	بدرجة مرتفعة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة	بدرجة منخفضة جدا	الاستجابة

المصدر: من إعداد الطابطين اعتمادا على مقياس ليكارت الخماسي.

باعتبار الدرجة تمثل الفئات يمكن استخراج المدى العام وطول الفئة على النحو التالي:¹

- **المدى العام:** هو الفرق بين أعلى وأقل درجة بمقياس لكرت أي $4 = 1 - 5$

- **طول الفئة:** يحسب من خلال قسمة المدى العام على عدد الفئات أي $0,8 = 5 \div 4$

حيث تضاف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 وذلك لتحديد حدود الفئة الأولى ثم نضيف دائما 0.8 للحد الأعلى للفئة السابقة فتحدد فئات المقياس كآلاتي:

- **فئة لا أوافق بشدة:** تتراوح درجاتها بين القيمتين 1 وأقل من 1,80 أي في المجال $[1,80 - 1]$ وتدل على درجة منخفضة جدا في عدم الموافقة على العبارة .

- **فئة لا أوافق:** تتراوح درجاتها بين القيمتين 1,80 وأقل من 2,60 أي في المجال $[2,60 - 1,80]$ وتدل على درجة منخفضة في عدم الموافقة على العبارة.

- **فئة محايد:** تتراوح درجاتها بين القيمتين 2,60 وأقل من 3,40 أي في المجال $[3,40 - 2,60]$ وتدل على عدم إبداء رأي حول العبارة.

- **فئة أوافق:** تتراوح درجاتها بين القيمتين 3,40 وأقل من 4,20 أي في المجال $[4,20 - 3,40]$ وتدل على درجة مرتفعة في الموافقة على العبارة .

- **فئة أوافق بشدة:** تتراوح درجاتها بين القيمتين 4,20 و 5,00 أي في المجال $[5,00 - 4,20]$ وتدل على درجة مرتفعة جدا في الموافقة على العبارة .

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص163-164.

2-1-3- اختبار صدق وثبات الاستبانة: لاختبار صدق وثبات الاستبانة وبالتالي إمكانية اعتمادها في التطبيق الميداني للدراسة أم لا تم أولاً تحكيم الاستبانة من خلال عرضها على مختصين، ثم ثانياً تم القيام بتوزيع أولي الاستبانة على 30 فرد من أفراد العينة كتجربة أولية لإجراء اختبارات الصدق والثبات حيث تما اعتماد في اختبار صدق المقياس معامل الارتباط بيرسون لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة بين متغيرين وهو محصور في المجال $[-1; +1]$ ، حيث لا يوجد ارتباط إذا كان يساوي الصفر ويزداد الارتباط كلما اقترب من ± 1 ، أما في اختبار الثبات تم اعتماد معامل الثبات ألفا كرونباخ (Alpha-Cronbach's)، حيث إذا كان معامل الثبات أكبر أو يساوي 0,8 فإنه يعد كافياً للبحوث التي تعتمد على الاستبانة كأداة لجمع المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة، وهذا في حالة إذا كان المجتمع المدروس سبق وأن أجريت عليه دراسات سابقة، أما في حالة ماذا كانت الدراسة أقيمت على هذا المجتمع لأول مرة فيكفي معامل ثبات أكبر أو يساوي 0,6¹.

أولاً: اختبار صدق الاستبانة: يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس عبارات الاستبانة أو اختبار ما وضعت لقياسه أي تقيس فعلاً الوظيفة التي يفترض أنه تقيسها وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين هما:²

1- صدق المحكمين: لجعل (عبارات الاستبانة) تقي أكثر بالغرض الذي وضعت من أجله تم تحكيم الاستبانة من خلال القيام بما يلي:

- عرض الاستبانة في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف لإعطاء ملاحظاته واقتراحاته.

- عرض الاستبانة في صورتها الأولية على أساتذة مختصين للاستفادة من خبرتهم الأكاديمية، حيث طلب منهم إبداء رأيهم وإصدار أحكامهم على عدة جوانب من الاستبانة.

ونتائج هذا التحكيم كانت جيدة، حيث تم فعلاً ملاحظة عدة نقائص بالاستبانة وأخذ العديد من الملاحظات والاقتراحات بعين الاعتبار، يمكن الإشارة إلى أهمها فيما يلي:

- حذف وإعادة تلخيص عدة عبارات .

- تم اقتراح عبارات جديدة لم يُنتبه لها من قبل تساهم أيضاً في تقييم ومعرفة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، حرصاً على جمع معلومات وبيانات صادقة وكاملة تخدم الغرض من البحث.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 164.

² سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 164.

2- **صدق المقياس:** بعد استرجاع الاستبيانات الموزعة كتجربة أولية، ومن أجل التأكد أن عبارات الاستبانة تفي أكثر بالغرض الذي وضعه لأجله (صالحة للتطبيق الميداني) تم القيام بما يلي:

أ- **صدق الاتساق الداخلي:** يقصد به مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة¹، وقد تم القيام بحساب الاتساق الداخلي للاستبانة من خلال حساب معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارات من عبارات محاور الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، والذي يبين أن معاملات الارتباط (r) المبينة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، وبذلك يعتبر المحور صادق لما وضع لقياسه، والجداول الموالية توضح ذلك.

المحور الأول: خطر الإرهاب.

الجدول رقم (04): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الإستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم	العبارة	r^{**}	α^{***}
01	ترى أن الإرهاب لا يؤثر على ممارسة النشاط السياحي.	0.684	0.000
02	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها أصبحت آمنة من حيث خطر الإرهاب.	0.480	0.007
03	سبق وأن أتيت سائحا إلى جيجل في فترة العشرية السوداء.	0.422	0.020
04	عند زيارتك للمواقع السياحية في جيجل تأخذ في حسابك خطر الإرهاب.	0.450	0.013
05	تتابع أخبار الأعمال الإرهابية في ولاية جيجل.	0.835	0.000
06	تزور المواقع السياحية حتى ولو علمت أن فيها بقايا لعناصر إرهابية.	0.715	0.000
07	تأخذ في الاعتبار خطر الإرهاب عند قدومك إلى ولاية جيجل.	0.409	0.025
08	تكمل رحلتك السياحية بجيجل حتى وإن وقعت عملية إرهابية.	0.280	0.134
09	توفر الأمن يقلل الخوف لديك من خطر الإرهاب.	0.659	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (spss).

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص 166-170.

** - (r): يعني معامل الارتباط بيرسون.

*** - (α): تعني القيمة الاحتمالية (Sig) أو مستوى الدلالة.

يوضح الجدول رقم (04) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الأول والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، حيث كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من 0.05 ماعدا العبارة (08) فيمكن قبولها عند مستوى معنوية $\alpha=0.10$ ، وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الأول ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه (متوسط درجات الموافقة لعبارات المحور الأول)، وعليه تعتبر درجة الموافقة الكلية للمحور الأول صادقة، وبالتالي المحور الأول صادق لما وضع لقياسه.

المحور الثاني: خطر التعدي.

الجدول رقم (05): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم	العبارة	r**	α ***
10	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها آمنة من حيث السرقة.	0.488	0.006
11	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها مسالمين.	0.678	0.000
12	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها محترمين.	0.655	0.000
13	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها محافظين.	0.466	0.014
14	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة المتحايين فيها.	0.607	0.000
15	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة المبتزين فيها.	0.462	0.010
16	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة المتحرشين فيها.	0.656	0.000
17	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة العنصرية فيها.	0.683	0.000
18	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن تعرضت للتعدي.	0.395	0.031

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (SPSS).

يوضح الجدول رقم (05) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموماً أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات

*** - α : تعني القيمة الاحتمالية (Sig) أو مستوى المعنوية.

المحور الثاني والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، حيث كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من 0.05، وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه (متوسط درجات الموافقة لعبارات المحور الثاني)، وعليه تعتبر درجة الموافقة الكلية للمحور الثاني صادقة، وبالتالي المحور الثاني صادق لما وضع لقياسه.

المحور الثالث: خطر فيروس كورونا.

الجدول رقم(06): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم	العبارة	R**	α ***
19	ترى أن فيروس كورونا لم يؤثر على النشاط السياحي.	0.347	0.060
20	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن عملت بوجود فيروس كورونا فيها.	0.788	0.000
21	تختار الوجهة السياحية الآمنة من فيروس كورونا حتى وإن لم تعجبك.	0.349	0.059
22	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن مُطبق فيها حجر صحي جزئي.	0.426	0.019
23	تفضل البقاء في منزلك على أن تتوجه إلى أي وجهة سياحية في ظل وجود فيروس كورونا.	0.747	0.000
24	تختار الوجهة السياحية التي فيها فيروس كورونا على أن تتخذ كافة التدابير الوقائية.	0.558	0.001
25	ضغوط الحجر و الحظر التي عشتها زادت من حاجتك للسفر.	0.855	0.000
26	بعد تخفيف الحجر لم تعد لديك مخاوف من التوجه إلى ولاية جيجل.	0.619	0.000
27	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن موجود فيها أمراض معدية أخرى.	0.311	0.094

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (SPSS).

يوضح الجدول رقم (06) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموما أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، حيث

كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من 0.05 ماعدا العبارات (19، 21، 27) فيمكن قبولها عند مستوى معنوية $\alpha = 0.10$ ، وبذلك يمكن القول أيضا أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث ودرجة الموافقة الكلية للمحور نفسه (متوسط درجات الموافقة لعبارات المحور الثالث)، وعليه تعتبر درجة الموافقة الكلية للمحور الثالث صادقة، وبالتالي المحور الثالث صادق لما وضع لقياسه.

المحور الرابع: خطر الكوارث الطبيعية.

الجدول رقم(07): معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

رقم	العبارة	r**	α ***
28	ترى الكوارث الطبيعية لا تؤثر على النشاط السياحي.	0.403	0.027
29	حتى و إن تعرضت لكارثة طبيعية في ولاية جيجل تختارها كوجهة سياحية.	0.729	0.000
30	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها زلزال.	0.726	0.000
31	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها فيضان.	0.676	0.000
32	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها موجة حر كبيرة.	0.510	0.004
33	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها جفاف.	0.545	0.002
34	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها عواصف قوية.	0.548	0.002
35	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها أمطار طوفانية.	0.399	0.029
36	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها إعصار.	0.330	0.068
37	تشعر بالرغبة في زيارة ولاية جيجل بعد وقوع الكارثة.	0.691	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (SPSS).

يوضح الجدول رقم (07) معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه، ونتائج هذا الجدول تبين عموما أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع والدرجة الكلية للمحور نفسه، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ ، حيث كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من 0.05 ماعدا العبارة (36) فيمكن قبولها عند مستوى معنوية 0.10 $\alpha =$ ، وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل عبارة من عبارات المحور الأول ودرجة الموافقة الكلية للمحور

نفسه (متوسط درجات الموافقة لعبارات المحور الأول)، وعليه تعتبر درجة الموافقة الكلية للمحور الأول صادقة، وبالتالي المحور الأول صادق لما وضع لقياسه.

ب- **الصدق البنائي:** يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، وذلك من خلال قياس مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبانة بالدرجة الكلية لعبارات الاستبانة، والجداول الموالية توضح معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

الجدول رقم (08): معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

رقم	المحور	R**	α
1	خطر الإرهاب.	0.429	0.018
2	خطر التعدي.	0.480	0.007
3	خطر فيروس كورونا.	0.627	0.000
4	خطر الكوارث الطبيعية.	0.604	0.000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (spss).

يوضح الجدول رقم (08) معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة، ونتائج هذا الجدول تبين أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة، وهذا الارتباط دالا إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ حيث كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من 0.05 في جميع المحاور، وبذلك يمكن القول أنه يوجد اتساق بين كل محور من محاور الاستبانة ودرجة الموافقة الكلية لعبارات الاستبانة (متوسط درجات الموافقة لعبارات الاستبانة ككل)، وعليه تعتبر درجة الموافقة الكلية لعبارات الاستبانة صادقة، وبالتالي الاستبانة صادقة لما وضع لقياسه ويمكنها تحقيق الأهداف المرجوة.

ثانيا: اختبار ثبات الاستبانة: يقصد أن تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائج الاستبانة وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، حيث بعد استرجاع الاستبيانات

الموزعة كتجربة أولية تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ (Alpha - Cronbach's) وكان معامل الثبات بحسب محاور الاستبانة كما هو موضح في الجداول التالية:

الجدول رقم (09): معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة.

رقم	المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	خطر الإرهاب.	09	0.708
2	خطر التعدي.	09	0.732
3	خطر فيروس كورونا.	10	0.745
4	خطر الكوارث الطبيعية.	09	0.757
	مجموع محاور الاستبانة معا	37	0.724

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج (SPSS).

يوضح الجدول رقم (09) معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، ونتائج هذا الجدول تبين أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة لكل محاور الاستبانة و تتراوح بين (0.708-0.757)، كلها دالة إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، كذلك كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبانة جيدة (0.724) ودالة إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني أن الاستبانة تتمتع بدرجة كبيرة من الثبات. وعليه يكون قد تم التأكد من صدق وثبات الاستبانة الموجهة إلى سياح ولاية جيجل، وبالتالي أصبحت هذه الاستبانة في صورتها النهائية صالحة للتطبيق على عينة الدراسة لأجل تحصيل البيانات وتحليلها، وبالتالي الإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

2-1-4- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) النسخة 21، والذي يُمكن من إجراء التحليلات الإحصائية البسيطة والمعقدة، وهو من أكثر البرامج استخداما في تحليل البيانات خاصة في العلوم الإنسانية، حيث يُستخدم بكثرة في مجال التسويق، التسيير، إدارة الأعمال، علوم التربية، علم الاجتماع... الخ ومن مجموع ما يقدمه من مقاييس إحصائية تم استخدام المقاييس التالية:¹

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص ص 183-186.

1- النسب المئوية ($f_i\%$): هذا لمعرفة نسبة أفراد العينة الذين اختاروا كل بديل من بدائل عبارات الاستبانة وتحسب بقسمة عدد التكرار الموافقة لعبارة ما على عدد أفراد عينة الدراسة، وتحسب بالعلاقة التالية:

2- المتوسط الحسابي (\bar{X}): يعتبر من أسهل وأكثر مقاييس النزعة المركزية استخداما في الإحصاء وهو عبارة عن مجموع القيم مقسوما على عددها، ويحسب بالعلاقة التالية:

* بالنسبة لبيانات مبوبة (منظمة في جدول توزيع تكراري):

* بالنسبة لبيانات غير مبوبة (تم الحصول عليها وغير منظمة في جدول توزيع تكراري):

وللوصول إلى متوسط الإجابات تم تطبيق المتوسط اعتمادا على مقياس لكرت الخماسي (أوافق بشدة = 5 درجات، أوافق = 4 درجات، محايد = 3 درجات، لا أوافق = 2 درجة، لا أوافق بشدة = 1 درجة).

3- المنوال (MO): هو المعلومة أو القيمة الأكثر شيوعا أو الأكبر تكرارا في مجموعة المعلومات أو البيانات، والمنوال يمكن تحديده سواء في بيانات كمية أو في بيانات نوعية، حيث في بيانات كمية يحسب بالعلاقة التالية:

حيث: M_1 : الحد الأدنى للفئة المنوالية، Δ_1 : الفرق بين تكرار الفئة المنوالية والفئة التي قبلها.

Δ_2 : الفرق بين تكرار الفئة المنوالية والفئة التي بعدها، C: طول الفئة المنوالية.

وللوصول إلى متوسط الإجابات تم تطبيق المنوال اعتمادا على مقياس لكرت الخماسي (أوافق بشدة = 5 درجات، أوافق = 4 درجات، محايد = 3 درجات، لا أوافق = 2 درجة، لا أوافق بشدة = 1 درجة).

4- الوسيط (M_e): هو المعلومة أو القيمة التي تقسم مجموع البيانات إلى قسمين متتالين، حيث يكون نصف البيانات أكبر منها ونصف البيانات الأخر أصغر منها، وهو أيضا القيمة التي يقع ترتيبها وسط مجموعة البيانات عند ترتيب القيم تصاعديا أو تنازليا، وفي بيانات مبوبة يحسب بالصيغة التالية:

حيث: L_1 : الحد الأدنى للفئة الوسطية، $\frac{n}{2}$: رتبة الوسيط، c : طول الفئة الوسطية،

$\sum N_1$: التكرار التجميعي الصاعد السابق لفئة الوسطية، n_{M_e} : التكرار العادي لفئة الوسطية.

وللوصول إلى متوسط الإجابات تم تطبيق الوسيط اعتمادا على مقياس لكرت الخماسي (أوافق بشدة = 5 درجات، أوافق = 4 درجات، محايد = 3 درجات، لا أوافق = 2 درجة، لا أوافق بشدة = 1 درجة).

5- الانحراف المعياري (σ_x): هو الجذر التربيعي لمتوسط مربع مجموع انحراف القيم عن وسطها الحسابي، وهو أحسن مقاييس التشتت لأنه يعطي فكرة سليمة ومنطقية عن ظاهرة تشتت البيانات، ويحسب بالعلاقة التالية:

* بالنسبة لبيانات غير مبوبة:

حيث: X : البيانات، n : عدد البيانات، \bar{x} : المتوسط الحسابي.

* بالنسبة لبيانات مبوبة:

حيث: x_i : مركز الفئة، n_i : التكرار، $\sum n_i$: مجموع التكرارات، \bar{x} : المتوسط الحسابي.

6- معامل الاختلاف (CV): عبارة عن الانحراف المعياري مقسوم على المتوسط الحسابي الكل مضروب في مئة، وهو أحسن مقاييس التشتت النسبي يستخدم للمقارنة بين ظواهر من صفات مختلفة (ليس لها نفس وحدة القياس) ومتوسطاتها غير متساوية، حيث تكون المقارنة منطقية وواقعية، ويحسب بالصيغة التالية:

7- معامل الارتباط بيرسون (r): مقياس وصفي لا يتأثر بوحدات القياس، يستخدم لمعرفة قوة وطبيعة العلاقة بين متغيرين أو ظاهرتين، توجد عدة طرق لحسابه منها الصيغة التالية:

حيث: -إذا كان: $r = \pm 1$ معناه وجود علاقة خطية قوية جدا (تامة) بين x و y ، عكسية أو طردية.

-إذا كان: $r = 0$ معناه لا توجد أي علاقة بين x و y .

-إذا كان: $1 < r < -1$ معناه وجود علاقة بقوة معينة عكسية أو طردية تزداد كلما اقتربت قيمة r من ± 1 وتتناقص كلما اقتربت قيمة r من 0.

8- معامل الثبات ألفا كرونباخ (α): يتم حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ باستخدام برنامج SPSS والذي من خلاله نحسب معامل التمييز (التباين) لكل سؤال، حيث يتم حذف السؤال الذي معامل تباينه ضعيف أو سالب، ويحسب بالصيغة التالية:

حيث: N : عدد العبارات، \bar{c} : متوسط التباين الداخلي بين العبارات، \bar{v} : متوسط التباين الكلي بين العبارات.
أو يحسب بالصيغة التالية:

حيث: k : عدد الأسئلة (العبارات)، $\sum \sigma_{y_i}^2$: الانحراف المعياري لإجابات العبارة i .
 σ_x^2 : الانحراف المعياري لإجابات جميع العبارات.

9- اختبار التوزيع الطبيعي (z): يستخدم لتحديد أي الطرق الإحصائية سوف يتم استخدامها في اختبار الفرضيات (البيانات معلمية أو لا معلمية)، وذلك للتأكد إذا ما كانت البيانات تقع تحت التوزيع الطبيعي أم لا وبحسب بالصيغة التالية:

حيث: $f(x)$: دالة الكثافة الاحتمالية، σ : الانحراف المعياري، x : التغير العشوائي، u : المتوسط الحسابي

e : قيمة ثابتة تساوي 2.71828 π : نسبة تقريبية تساوي 3.14159

10- اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA): يعرف أيضا باختبار F وهو من الأساليب الإحصائية المعلمية الهامة، يمكن بواسطته معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات ثلاثة مجموعات أو أكثر من البيانات، وبالتالي يهدف إلى التوصل إلى العوامل التي تجعل متوسط من المتوسطات يختلف عن المتوسطات الأخرى، وهو يستخدم عندما تكون البيانات تتمتع بالتوزيع الطبيعي وبحسب حسب الصيغ التالية:¹

$$SSB = \sum_{k=1}^K \left(\frac{T_k^2}{n_k} \right) - \frac{T^2}{N}, \quad SSW = \sum_{k=1}^K \left(\sum_{i=1}^{n_k} X_{ki}^2 \right) - \sum_{k=1}^K \frac{T_k^2}{n_k}$$

$$S_B^2 = \frac{SSB}{K-1}, \quad S_W^2 = \frac{SSW}{N-K}$$

حيث: SSB : مجموع المربعات بين المجموعات.

SSW : مجموع المربعات داخل المجموعات.

S_B^2 : متوسط مجموع المربعات أو التباين بين المجموعات.

S_W^2 : متوسط مجموع المربعات أو التباين داخل المجموعات.

$K-1$: درجات الحرية بين المجموعات.

$N-K$: درجات الحرية داخل المجموعات.

¹ سفيان فنيط، المرجع السابق، ص 187.

مع العلم أن F المحسوبة تساوي S_B^2/S_W^2 .

2-2- عرض وتحليل بيانات الدراسة واختبار الفرضيات

بعد توضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء الدراسة الميدانية والتأكد من صلاحية تطبيق الأداة المعتمدة في جميع المعلومات والبيانات على عينة الدراسة ، تم توزيع الاستبيان على مستوى سياح ولاية جيجل، وبعد ملئه قبل سياح العينة واسترجاع ما أمكن استرجاعه، وادخال البيانات و المعلومات في برنامج spss يتم في هذا المبحث عرض و تحليل البيانات وتفسير النتائج من أجل اختبار فرضيات البحث لإثباتها أو نفيها، وبذلك الإجابة على الإشكالية وتحقيق أهداف الدراسة، وعليه سيتم التطرق إلى :

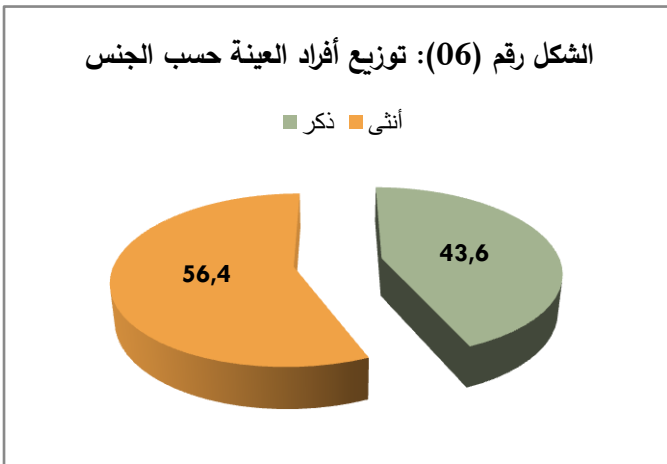
2-2-1- عرض تحليل بيانات القسم الأول من الإستبانة (البيانات الشخصية)

تهدف هذه العملية إلى معرفة خصائص وسمات المتغيرات الشخصية أفراد عينة الدراسة والتي لها تأثير على موضوع الدراسة و قد تم حساب التكرارات المطلقة (ni)، والتكرارات النسبية المئوية لتوزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية المحددة، وذلك باستخدام برنامج spss من خلال المقاييس الإحصائية السابقة كانت النتائج كما هو موضح في الجداول التالية (أنظر الملحق رقم)

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الجنس وفق ما يوضحه الجدول والشكل الموالين

الجدول رقم (10) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس



الفئة	التكرارات	النسبة المئوية	Ni التكرار التجمعي الصاعد
ذكر	41	%43.6	41
أنثى	53	%56.4	94
المجموع	94	100%	/

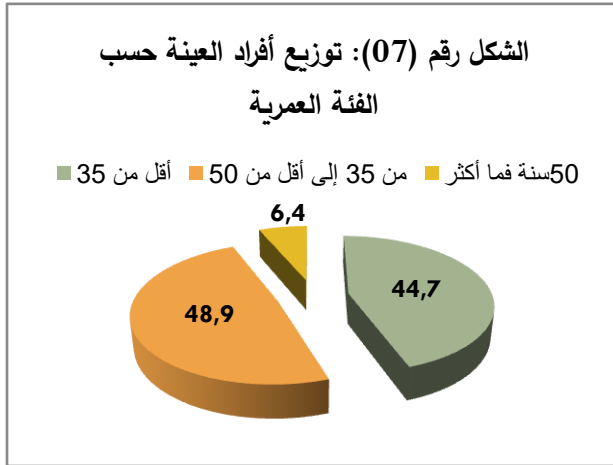
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول والشكل أن النسبة العالية من أفراد العينة هي من الإناث حيث بلغ عددهم 17 بنت أي ما يعادل 53.5%، في حين بلغ عدد الذكور 13 وبنسبة مقدارها 41.9%، ومنه فعدد الإناث أكبر من عدد الذكور، وهنا يمكن إرجاعه إلى الإناث يتعاملون أكثر في مجال السياحة.

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الفئة العمرية وفق ما يوضحه الجدول والشكل المواليين

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



الفئة	التكرار	النسبة	Ni التكرار
أقل من 35	42	44.7	42
من 35 إلى أقل من 50	46	48.9	88
50 سنة فما أكثر	6	6.4	94
المجموع	94	100	/

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ومخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ الفئة التي أعمارهم من 35 إلى أقل من 50 سنة عددهم 46 بنسبة مقدارها 48.9% وتليها الفئة العمرية أقل من 35 سنة عددهم 42 بنسبة مقدارها 44.7% تأتي بعدها الفئة من 50 سنة فما أكثر وعددهم 6 بنسبة مقدارها 6.4% وبالتالي كل الفئات تتعامل مع السياحة ولكن أبرز فئة هي من 35 إلى أقل من 50 سنة هي الفئة النشطة في المجتمع وبالتالي هي الأكثر تعاملًا مع السياحة.

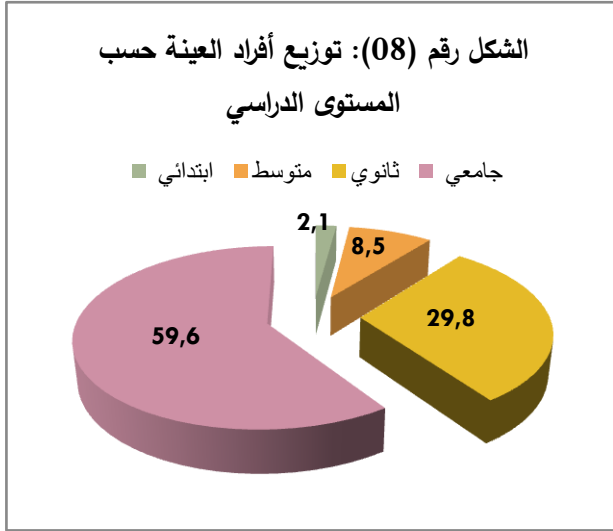
ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي وفق ما يوضحه الجدول والشكل

المواليين:

الجدول رقم(12):توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة	Ni التكرار التجميعي الصاعد
ابتدائي	2	%2.1	2
متوسط	8	%8.5	10
ثانوي	28	29.8%	38
جامعي	56	59.6%	94
المجموع	94	100%	/



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ونتائج spss

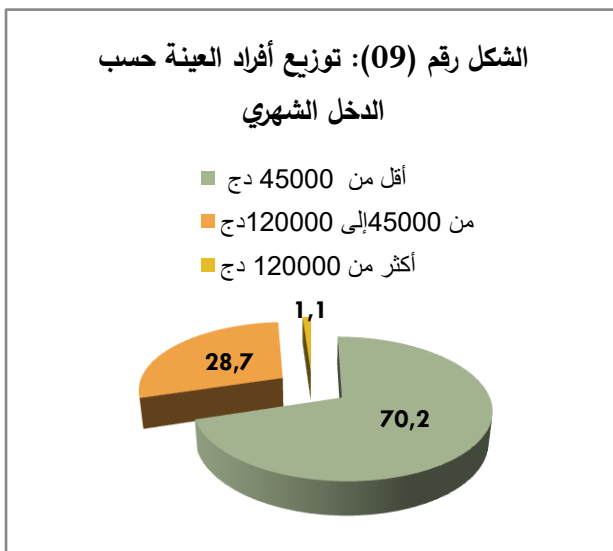
يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلب سياح العينة جامعيون حيث يقدر عددهم ب 56 بنسبة تقدر ب59.6%، أما الأشخاص ذو المستوى التعليمي الثانوي، بلغ عددهم 28 بنسبة تقدر ب 29.8% في حين الأشخاص ذو المستوى التعليمي المتوسط بلغ عددهم 8 بنسبة تقدر ب 8.5%، وأخيرا نجد أصحاب المستوى التعليمي الابتدائي بلغ عددهم 2 بنسبة تقدر ب2.1% وهذا يمكن تفسيره على أن الأماكن التي تم اختيارها لتوزيع الاستبانة يكثر فيها الجامعيون.

رابعا: توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري

يمكن توضيح خصائص عينة الدراسة من حيث الدخل الشهري وفق ما يوضحه الجدول والشكل المواليين:

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري

الفئة	التكرار	النسبة	Ni التكرار التجميعي الصاعد
أقل من 45000 دج	66	70.2%	66
من 45000 إلى 120000 دج	27	28.7%	93
أكثر من 120000 دج	1	1.1%	94
المجموع	94	100%	/



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة ونتائج spss

يتبين لنا من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلبية السياح الذين دخلهم الشهري أقل من 45000 دج حيث قدر عددهم 66 شخص وبنسبة تقدر بـ 70.2% ثم نجد بعد ذلك من يمتلكون دخل من 45000 إلى 120000 دج والذين يقدر عددهم بـ 27 بنسبة 28.7% ثم أصحاب الدخل أكثر من 120000 دج والذي يقدر عددهم بـ 1 وبنسبة 1.1% وهذا راجع إلى أن أغلب أفراد العينة موظفون دخلهم أقل من 45000 دج.

2-2-2- عرض وتحليل بيانات القسم الثاني من الاستبيان :

بعد توزيع الاستمارات على أفراد عينة الدراسة واسترجاعها ثم تفرغ إجاباتهم حول مختلف العبارات التي تضمنها في القسم الثاني ويتم عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول القسم الثاني المتعلق حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات القسم الثاني:

قبل البدء في تحليل البيانات واختبار الفرضيات يتم أولاً إجراء اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الاستبانة الذي يعتبر من أهم التوزيعات الاحتمالية وأكثرهم استعمالاً ويستخدم للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، وقد تم إجراء اختبار كالمجروف-سمير نوف لاختبار ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي من عدمه لمعرفة ما هي الاختبارات المناسبة للفرضيات، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (14) : نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

القيمة الاحتمالية sig	Kolmogorov-smirnov	القسم الثاني
0.894	0.577	تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

واضح من الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية لجميع المحاور القسم الثاني من الاستبانة كانت أكبر من 0.05، حيث كانت القيمة الاحتمالية (sig) تساوي 0.894 وعليه يمكن اعتبار توزيع هذه البيانات (أراء أفراد العينة حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل) يتبع التوزيع الطبيعي وسيتم استخدام اختبارات المعلمية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة .

ثانيا: تحليل بيانات القسم الثاني من الاستبانة

لتحليل البيانات، تم استخدام اختبار t وهذا لمعرفة ما إذا كانت درجة الموافقة تزيد أم تنقص عن الدرجة المتوسطة، وأيضا يتم استخدام الوسط الحسابي، حيث سنقوم بتحديد قيمة t المحسوبة والقيمة الاحتمالية (sig) أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، بافتراض الفرضيتين يتم قبول إحداها ورفض الأخرى بناء على النتائج والفرضيتين هما:

- الفرضية الصفرية H_0 ($H_0=3$) : بمعنى أن توزيع إجابات المستجوبين منتظمة (متجانسة) أي تجانس في آراء أفراد العينة حول العبارات المختلفة للمحاور بمعنى أن درجة الموافقة لأفراد العينة حول العبارات متوسطة، وتقبل هذه إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية، والقيمة الاحتمالية (sig) أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، بينما ترفض هذه الفرضية إذا كانت قيمة t المحسوبة أكثر من t الجدولية، والقيمة الاحتمالية أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$.

- الفرضية البديلة H_1 ($H_1 > 3$) بمعنى أن إجابات المستجوبين غير منتظمة بمعنى آخر درجة الموافقة لأفراد العينة على العبارات مرتفعة أو منخفضة وتقبل هذه إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية والقيمة الاحتمالية (sig) أقل من مستوى المعنوي $\alpha = 0.05$ وترفض هذه الفرضية إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من t الجدولية والقيمة الاحتمالية (sig) أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، وفي حالة قبول هذه الفرضية فإننا سنعتمد على المتوسط الحسابي لمعرفة درجة الموافقة على كل عبارة حيث إذا كان المتوسط الحسابي أكبر من 3 درجة الموافقة مرتفعة، أما إذا كان المتوسط الحسابي أقل من 3 فإن درجة الموافقة منخفضة.

المحور الأول: خطر الإرهاب حيث كانت النتائج كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (15): عرض و تحليل بيانات المحور الأول الخاص بخطر الإرهاب

رقم	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	اختبار t	القيمة الاحتمالية sig
01	1.35	0.40	/-29.44/	0.000
02	3.74	0.24	7.89	0.000
03	1.90	0.43	/-12.99/	0.000
04	3.98	0.12	19.52	0.000
05	2.03	0.34	/-13.21/	0.000
06	2.29	0.58	/-5.18/	0.000
07	3.97	0.10	22.01	0.000
08	1.98	0.65	/-7.69/	0.000
09	4.28	0.14	19.67	0.000

T الجدولية = 1.98

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج spss.

العبارة رقم 1: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 29.44 أكبر من الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 1.35 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (ترى أن الإرهاب لا يؤثر على ممارسة النشاط السياحي) كانت بدرجة منخفضة.

العبارة رقم 2: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 7.89 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.74 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها أصبحت آمنة من حيث خطر الإرهاب) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 3: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 12.99 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 1.90 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (سبق وأن آتيت سائحا إلى ولاية جيجل) كانت بدرجة منخفضة.

العبارة رقم 4: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 19.52 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.98 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (عند زيارتك للمواقع السياحية في جيجل تأخذ في حسابك خطر الإرهاب) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 5: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 13.21 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.03 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها أصبحت آمنة من حيث خطر الإرهاب) كانت بدرجة منخفضة.

العبارة رقم 6: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.08 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 2.29 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (تزرور المواقع السياحية حتى ولو علمت أن فيها بقايا لعناصر إرهابية) كانت بدرجة منخفضة.

العبارة رقم 7: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 22.01 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض، والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.97 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (تأخذ في الإعتبار خطر الإرهاب عند قدومك إلى ولاية جيجل) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 8: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 7.69 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 1.98 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (تكمل رحلتك السياحية بجيجل حتى وإن وقعت عملية إرهابية) كانت بدرجة منخفضة.

العبارة رقم 9: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 19.67 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 4.28 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت توفر الأمن يقلل الخوف لديك من خطر الإرهاب) كانت بدرجة مرتفعة.

2- المحور الثاني: خطر التعدي حيث كانت النتائج كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (16): عرض و تحليل بيانات المحور الأول الخاص بخطر التعدي

رقم	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	t	القيمة الاحتمالية sig
10	3.87	0.26	8.30	0.000
11	4.18	0.21	13.01	0.000
12	4.20	0.20	13.51	0.000
13	4.16	0.24	11.03	0.000
14	3.51	0.32	4.36	0.000
15	3.49	0.31	4.37	0.000
16	3.45	0.31	3.96	0.000
17	3.29	0.38	2.19	0.000
18	1.95	0.46	/-11.24/	0.000

T الجدولية = 1.98

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج spss.

العبارة رقم 10: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.30 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.87 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة و سياحية لأنها آمنة من حيث السرقة) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 11: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 13.03 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 4.18 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها مسالمين) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 12: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 13.51 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 4.20 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها سكانها محترمين) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 13: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 11.03 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 4.16 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها سكانها محافظين) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 14: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.36 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.51 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلّة المتحايين فيها) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 15: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.37 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، و القيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.49 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة المبتزين فيها) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 16: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.96 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، و القيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.45 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة المتحرشين فيها) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 17: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.19 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، و القيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 3.29 أكبر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة مرتفعة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلة العنصرية فيها) كانت بدرجة مرتفعة.

العبارة رقم 18: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 11.24 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98، و القيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض، والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا المتوسط الحسابي يساوي 1.95 أصغر من 3، وعليه العبارة تقبل بدرجة موافقة منخفضة، أي أن موافقة أفراد العينة حول العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وان تعرضت للتعدي) كانت بدرجة مرتفعة.

3- المحور الثالث: خطر فيروس كورونا حيث كانت النتائج كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (17): عرض وتحليل بيانات المحور الثالث الخاص بخطر فيروس كورونا

رقم	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	قيمة t	القيمة الاحتمالية sig
19	2.18	0.62	/-5.85/	0.000
20	1.87	0.44	/-13.13/	0.000
21	2.97	0.39	/-0.26/	0.795
22	2.91	0.42	/-0.66/	0.508
23	4.07	0.20	12.32	0.000
24	2.74	0.48	/-1.85/	0.067
25	3.64	0.40	4.20	0.000
26	3.28	0.39	2.05	0.043
27	1.99	0.59	/-8.25/	0.011

t الجدولية = 1.98

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج spss.

العبارة 19: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.87 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.18 أكبر من 3 وعليه تقبل العبارة (ترى أن فيروس كورونا لم يؤثر على النشاط السياحي) بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 20: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 13.13 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 1.87 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن علمت بوجود فيروس كورونا فيها) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 21: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.26 أقل من t الجدولية و التي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.795 أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية

الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، وعليه لا توجد موافقة على العبارة (تختار الوجهة السياحية الآمنة من فيروس كورونا حتى وإن لم تعجبك).

العبارة 22: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.66 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.508$ أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، وعليه لا توجد موافقة على العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن مطبق فيها حجر صحي جزئي).

العبارة 23: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 12.32 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 4.07 أكبر من 3 وعليه تقبل العبارة (تفضل البقاء في منزلك على أن تتوجه إلى أي وجهة سياحية في ظل وجود فيروس كورونا) بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 24: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 1.85 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.067$ أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، وعليه لا توجد موافقة على العبارة (تختار الوجهة السياحية التي فيها فيروس كورونا على أن تتخذ كافة التدابير الوقائية).

العبارة 25: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.20 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 3.64 أكبر من 3 وعليه تقبل العبارة (ضغوط الحجر والحظر التي عشتها زادت من حاجتك للسفر) بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 26: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.05 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.043$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 3.28 أكبر من 3 وعليه تقبل العبارة (بعد تخفيف الحجر لم تعد لديك مخاوف من التوجه إلى ولاية جيجل) بدرجة موافقة مرتفعة.

العبارة 27: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.25 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض والفرضية البديلة H1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 1.99 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن موجود فيها أمراض معدية أخرى) بدرجة موافقة منخفضة.

المحور الرابع: خطر الكوارث الطبيعية حيث كانت النتائج كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (18): عرض وتحليل بيانات المحور الرابع الخاص بخطر الكوارث الطبيعية.

رقم	المتوسط الحسابي	معامل الاختلاف	اختبار (t)	القيمة الاحتمالية sig
28	2.43	0.53	/-4.28/	0.000
29	2.50	0.47	/-4.07/	0.000
30	2.33	0.48	/-5.70/	0.000
31	2.05	0.51	8.73	0.000
32	2.72	0.46	/-2.12/	0.037
33	2.19	0.47	/-7.53/	0.000
34	2.16	0.51	/-7.27/	0.000
35	2.07	0.52	/-8.23/	0.000
36	1.70	0.42	/-17.57/	0.000
37	3.03	0.40	0.25	0.799

T الجدولية = 1.98

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج spss.

العبارة 28: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.28 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig) = 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن

الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.43 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (ترى الكوارث الطبيعية لا تؤثر على النشاط السياحي) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 29: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.07 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.50 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (حتى وإن تعرضت لكارثة طبيعية في ولاية جيجل تختارها كوجهة سياحية) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 30: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 5.70 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.33 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها زلزال) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 31: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.73 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.05 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها فيضان) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 32: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.12 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.037$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.72 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها موجة حر كبير) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 33: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 7.53 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig)=0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدينا الوسط الحسابي يساوي 2.19 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها جفاف) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 34: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 7.27 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدنا الوسط الحسابي يساوي 2.16 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها عواصف قوية) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 35: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.23 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.984 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدنا الوسط الحسابي يساوي 2.07 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها أمطار طوفانية) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 36: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 17.57 أكبر من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.000$ أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H_0 ترفض والفرضية البديلة H_1 تقبل، ولدنا الوسط الحسابي يساوي 1.70 أصغر من 3 وعليه تقبل العبارة (تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها إعصار) بدرجة موافقة منخفضة.

العبارة 37: نلاحظ من الجدول أن قيمة t المحسوبة تساوي 0.25 أقل من t الجدولية والتي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية $(sig) = 0.799$ أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه حسب قاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، وعليه لا توجد موافقة على العبارة (تشعر بالرغبة في زيارة ولاية جيجل بعد وقوع الكارثة).

2-2-3- إختبار فرضيات لدراسة:

بعد عرض و تحليل البيانات الشخصية وعرض وتحليل بيانات القسم الثاني من الاستبيان وتفسير النتائج المتوصل إليها، سيتم بناءا عما سبق اختبار فرضيات الدراسة من خلال مناقشة كل فرضية على حدا بهدف معرفة درجة الموافقة النهائية على الإشكالية (ما مدى تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى

سياح ولاية جيجل) وبلوغ أهداف الدراسة، وعليه سيتم اختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في المتوسط الحسابي، واختبار t، تحليل التباين الاحادي (ANOVA).

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية: تتمثل الفرضية الرئيسية فيما يلي:

تؤثر المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى ولاية جيجل إلى حد كبير.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

القرار	T الجدولية	T المحسوبة	قيمة الاحتمالية sig	متوسط الحسابي	الفرضية الرئيسية
إثبات	1.98	/-3.72/	0.000	2.87	تؤثر المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل إلى حد كبير.

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 3.72 أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.98 والقيمة الاحتمالية (sig)=0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، ومنه فحسب قاعدة القرار فإن الفرضية الصفرية H0 ترفض والفرضية البديلة H1 تقبل، وينظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.87 أقل من 3، أي أن المخاطر السياحية تؤثر فعلا على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ولكن بدرجة منخفضة ومن هنا نصل إلى اثبات الفرضية الرئيسية أي يوجد فعلا تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ للمخاطر السياحية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

ثانياً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تتمثل الفرضية الفرعية الأولى فيما يلي:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (20) : نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

القرار	T الجدولية	T المحسوبة	القيمة الاحتمالية sig	المتوسط الحسابي	الفرضية
إثبات	1.98	/-4.74/	0.000	2.94	يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة و مخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 4.74 وهي أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.98، والقيمة الإحتمالية تساوي 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية H_0 و نقبل الفرضية H_1 ، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.83 وهو أصغر من 3، يتبين أن خطر الإرهاب يؤثر على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل بدرجة موافقة منخفضة وعليه نصل إلى إثبات الفرضية أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تتمثل الفرضية الفرعية الثانية في ما يلي:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

وكانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (21): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

القرار	T الجدولية	T المحسوبة	القيمة الاحتمالية sig	المتوسط الحسابي	الفرضية
اثبات	1.98	8.76	0.000	3.56	يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

المصدر : من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة و مخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 8.76 وهي أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 أصغر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ ، ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية H0 ونقبل الفرضية H1، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 3.56 وهو أكبر من 3، يتبين أن خطر التعدي يؤثر بدرجة مرتفعة على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ، وهنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية الثانية، أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

رابعا: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تتمثل الفرضية الفرعية الرابعة فيما يلي:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

وكانت نتائج الاختبار كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (22): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

القرار	T الجدولية	T المحسوبة	القيمة الاحتمالية sig	المتوسط الحسابي	الفرضية
اثبات	1.98	/-2.60/	0.011	2.85	يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة و مخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 2.60 وهي أكبر من t الجدولية التي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 أصغر من مستوى المعنوية، $\alpha=0.05$ ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية H0 ونقبل الفرضية H1، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.85 وهو أصغر من 3، يتبين أن خطر فيروس كورونا يؤثر بدرجة منخفضة على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، وهنا نصل إلى إثبات الفرضية الفرعية الثالثة، أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تتمثل الفرضية الفرعية الرابعة فيما يلي:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

وكانت نتائج الاختبار كما موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم(23): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.

القرار	T الجدولية	T المحسوبة	القيمة الاحتمالية sig	المتوسط الحسابي	الفرضية
اثبات	1.98	/-9.61/	0.000	2.31	يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على إجابات أفراد العينة و مخرجات برنامج spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة تساوي 9.61 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.98، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 أصغر من مستوى المعنوية، $\alpha=0.05$ ومنه وفقا لقاعدة القرار نرفض الفرضية H0 ونقبل الفرضية H1، وبالنظر إلى المتوسط الحسابي الذي يساوي 2.31 وهو أصغر من 3، يتبين أن خطر الكوارث الطبيعية يؤثر بدرجة منخفضة على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، وهنا نصل الى إثبات الفرضية الفرعية الرابعة، أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل.

اختبار الفرضية الخامسة:

تم استخدام في هذا الاختبار:

t-test -

- المتوسط الحسابي

- تحليل التباين الأحادي (ANOVA) يرف أيضا باختبار F لمعرفة دلالة الفروق بإجابة أفراد العينة على عبارات الفرضية، ويشمل هذا الاختبار على المقارنة بين قيمة F المحسوبة وقيمة F الجدولية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ ، بافتراض الفرضيتين H0، H1 حيث يتم قبول إحدهما ورفض الأخرى بناء على النتائج، والفرضيتان هما:

• H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل).

• H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل).

ولتحقق من قبول الفرضية البديلة H_1 أو قبول الفرضية الصفرية H_0 أي بمعنى التحقق من وجود أو عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة للمتغيرات الشخصية، حيث تم تقسيم الفرضية السادسة إلى فرضيات فرعية أخرى بناء على كل متغير من المتغيرات الشخصية كما يلي:

1- بالنسبة لمتغير الجنس: تقسم الفرضية السادسة بالنسبة لمتغير الجنس إلى فرضيتين التاليتين:

-الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الجنس.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الجنس.

حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (24): نتائج اختبار الفروق لمتغير الجنس.

القيمة الإحتمالية	قيمة T	المتوسط الحسابي		الفرضية
		أنثى	ذكر	
0.466	0.38	2.86	2.89	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الجنس.

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية $\text{sig}=0.466$ وهي أكبر من مستوى المعنوية $=0.05$ α ويعنى هذا وجود تجانس بين المتغيرين (ذكر، أنثى) أي لا توجد فروق في الآراء بين الجنسين حيث كانت T المحسوبة تساوي 0.38 أقل من T الجدولية والتي تساوي 1.98، وفقا لقاعدة القرار فإنها نقبل الفرضية الصفرية H_0 ، ونرفض الفرضية البديلة H_1 ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الخامسة أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية في اختيار الوجهة تعزى لمتغير الجنس.

2- بالنسبة لمتغير السن: تقسم الفرضية الخامسة بالنسبة لمتغير السن إلى فرضيتين هما:

-الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير السن .

- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير السن.

حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): نتائج اختبار الفروق لمتغير السن

القيمة الاحتمالية	F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.513	0.67	0.069	2	0.137	بين المجموعات	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير السن
		0.102	91	9.301	داخل المجموعات	
			93	9.439	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss .

بالاعتماد على الجدول فيشر نجد أن t الجدولية تساوي 3.09.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن F المحسوبة تساوي 0.67 أصغر من F الجدولية والتي تساوي 3.09 والقيمة الاحتمالية $\text{sig}=0.513$ وهي أكبر من $\alpha=0.05$ ، وهذا يعني أن تلك الفروق ليس دالة إحصائية، وعليه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل ونرفض الفرضية البديلة H_1 ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الخامسة أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من السياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير السن.

3- بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي: تقسم الفرضية الخامسة بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي إلى فرضيتين التاليتين:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.
- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(26): نتائج اختبار الفروق لمتغير المستوى التعليمي

القيمة الاحتمالية	F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.933	0.14	0.015	3	0.045	بين المجموعات	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير المستوى التعليمي
		0.104	90	9.393	داخل المجموعات	
			93	9.439	المجموع	

F الجدولية تساوي 2.70

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من الجدول أعلاه نلاحظ أن F المحسوبة 0.14 وهي أصغر من F الجدولية والتي تساوي 2.70 والقيمة الاحتمالية $\text{sig} = 0.933$ وهي أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ وهذا يعني أن تلك الفروق ليست دالة إحصائية، وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H_0 تقبل والفرضية البديلة H_1 ترفض، من هنا نصل إلى نفي الفرضية الخامسة أي أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

4- بالنسبة لمتغير الدخل: تقسم الفرضية الخامسة بالنسبة لمتغير الدخل إلى فرضيتين التاليتين:

-الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الدخل.

- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الدخل.

حيث كانت نتائج الاختبار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(27): نتائج اختبار الفروق لمتغير الدخل.

القيمة الاحتمالية	F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	الفرضية
0.626	0.47	0.048	2	0.097	بين المجموعات	توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الدخل
		0.103	91	9.342	داخل المجموعات	
			93	9.439	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة F المحسوبة تساوي 0.47 أصغر من F الجدولية والتي تساوي 3.09 والقيمة الاحتمالية 0.626 أكبر من $\alpha = 0.05$ ، وعليه وفقا لقاعدة القرار الفرضية الصفرية H0 تقبل والفرضية البديلة H1 ترفض، ومن هنا نصل إلى نفي الفرضية الفرعية الخامسة بالنسبة لمتغير الدخل أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى لمتغير الدخل.

خلاصة :

من خلال دراستنا التطبيقية والتي خصصت لدراسة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل قمنا في بداية الفصل بتعريف لعناصر الدراسة الميدانية وتوضيح الطريقة والإجراءات والأدوات اللازمة لإجراء تحليل الدراسة، وانتقلنا إلى عرض وتحليل الاستبانة التي شملت على قسمين قسم متعلق بالبيانات الشخصية وقسم خاص بمعلومات حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، إذ توصلنا إلى مجموعة من النتائج حيث كانت نتائج هذا الاستبيان أن أغلب السياح آرائهم سلبية حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة، ومن خلال هذه النتائج نستنتج أنه فعلا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$ على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل .

(الخاتمة)

إن الدول التي تريد إنعاش سوقها السياحي وزيادة الحركة السياحية للسياح لابد عليها أولاً أن تهتم بكل ما يتعلق بالسائح كون هذا الأخير هو الركيزة في بناء قاعدة متينة من أجل ديمومة نشاطها السياحي وتحقيق أهدافها المسطرة، كما أنها تبحث دوماً على فهم قراراته السياحية وكيفية التحكم فيها وذلك لا يكون إلا بتوفير السلع والخدمات السياحية المناسبة التي تتلاءم بشكل كبير مع رغباته واحتياجاته قبل اتخاذ قراره نحو اختيار أي الوجهات السياحية التي يراها الأنسب لزياراتها وممارسة نشاطاته السياحية وكذا توفير الظروف المشجعة على البقاء وتكرار الزيارة إليها، فالسياح يختارون وجهتهم بناءً على إدراكاتهم للمخاطر السياحية وذلك بالحصول على قدر كبير من المعلومات السياحية على الوجهة المختارة من أجل تقييمها .

وفي الأخير تمكنا من الوصول إلى عدة نتائج من هذه الدراسة سواء من قسمها النظري أو قسمها التطبيقي، كما إستطعنا تقديم عدة إقتراحات حول موضوع الدراسة من شأنها المساعدة في معرفة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل ، كما حاولنا من خلال هذه التجربة وضع آفاق لدراسات مستقبلية وعليه تم التطرق في الخاتمة إلى ما يلي :

✓ النتائج النظرية: تتمثل أهم النتائج النظرية لهذه الدراسة فيما يلي :

- تبين من خلال الإطار النظري أن المخاطر لها مفاهيم متعددة بسبب تعدد وجهات النظر للباحثين والمهتمين وعليه بالباحث يرى أن المخاطر هي مواقف أو حالات استثنائية تواجه القطاع السياحي .
- تعدد المخاطر التي تواجه السياحة من المسائل المهمة التي تبحث الإدارات السياحية بشكل مستمر بهدف تجديد الرؤى والاهتمام نحو مواجهة أنواع متعددة من المخاطر الحالية أو المتوقع حدوثها في ظل الظروف الأمنية والتغيرات البيئية وعوامل جيموفولوجية .
- تبين من خلال الدراسة اختلاف الأداء و الأساليب في التعامل مع المخاطر السياحية وسبل إدارتها من أجل تقليل حجم الخسائر والأضرار .
- إذا غاب شعور السائح بالاستقرار تبرز مشكلة عدم الثقة بكل الجهود التي تبذل لجذبه إلى وجهة سياحية معينة.
- الوجهة السياحية هي رقعة جغرافية وقد تكون ساكنة أو متحركة يقصدها السياح من أجل عطلتهم تحتوي على مقومات وتسهيلات متنوعة و تعتبر جزء مهم من المنتج السياحي .
- نعتمد في تقييم الوجهة السياحية على معايير هي عدد السياح، المساحة، الموقع، معرفة الوقت وقرب مناطق التأثير .

- تمر عملية اتخاذ القرار السياحي بعدة مراحل تنتهي بمرحلة اتخاذ القرار التي ينتج عنها حالتين إما رضا وإشباع سياحي أو عدم رضا وعدم إشباع سياحي .
- إن اختيار الوجهة السياحية هي خيارات محفوفة بالمخاطر أي أن السياح يختارون وجهتهم بناء على إدراكاتهم للمخاطر .
- ✓ **النتائج التطبيقية :** تتمثل أهم النتائج التطبيقية في ما يلي :
- تم التوصل إلى إثبات الفرضية الرئيسية لهذه الدراسة أي :
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ للمخاطر السياحية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية .
- تم التوصل إلى إثبات الفرضية الأولى لهذه الدراسة أي :
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل .
- تم التوصل إلى اثبات الفرضية الفرعية الثانية لهذه الدراسة أي :
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر التعدي على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل .
- تم التوصل إلى اثبات الفرضية الفرعية الثالثة لهذه الدراسة أي :
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر فيروس كورونا على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل .
- تم التوصل إلى اثبات الفرضية الفرعية الرابعة لهذه الدراسة أي :
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة السياحية لدى سياح ولاية جيجل .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ ، بين آراء عينة من سياح ولاية جيجل حول تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة تعزى للمتغيرات الشخصية (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، الدخل)
- بعد تفريغ البيانات وتحليلها تم التوصل إلى أن المخاطر السياحية تؤثر فعلا بدرجات متفاوتة على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل .

✓ الإقتراحات : تتمثل أهم الإقتراحات فيما يلي :

- نشر الوعي بإدارة المخاطر السياحية من خلال إقامة الندوات والبرامج الثقافية التدريبية، وذلك لإيصال النصائح والتعليمات الهامة للسياح في حالة التعرض للخطر ووضع آليات موجهة للسائح والقطاع السياحي .
- التأكيد على ضرورع الإعداد المسبق مع التطوير المستمر لمواجهة المخاطر السياحية بكل أنواعها من خلال تهيئة نظام معلوماتي يمكن من خلاله التخطيط والإستعداد لمواجهة المخاطر بصورة موضوعية ومثالية .
- دعوة منظمات الأعمال السياحية إلى ضرورة الإنتباه و التركيز على مكامن الخطر لمرحلة الإنذار المبكر من أجل إدراكها والحد من تداعيتها .
- ضرورة صياغة دليل إرشادي يوجه السياح و المسافرين لمكامن الخطر ومناطقه وكيفية التعامل معه والاتصال بالمسؤولين لأي تهديد أو خطر يواجههم .

✓ أفاق الدراسة :

- دور الإعلام في مواجهة المخاطر السياحية .
- الإستراتيجيات الناجعة لإدارة المخاطر السياحية .
- المخاطر الأمنية و أثرها على القطاع السياحي .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. الكتب

- (1) إلهام خضير شبر، إدارة المخاطر وإدارة الأزمات في المنظمة السياحية، دار وائل للنشر والتوزيع بغداد_العراق، 2007.
- (2) صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، بدون طبعة، بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإداري، مصر، 2006.
- (3) طارق طه، إدارة الفنادق (مدخل معاصر)؛ منشأة المعارف للنشر والتوزيع، الاسكندرية_مصر، 2000.
- (4) طارق عبد العال حماد، إدارة المخاطر، الطبعة الأولى، دار الجامعة للنشر والتوزيع؛ القاهرة_مصر، 2003.
- (5) عبد الله محمد الفقيه؛ إدارة الأزمات؛ الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي؛ عمان_الأردن، 2011.
- (6) عصمت عدلي، الأمن السياحي والأثري في ظل قوانين السياحة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع 2008.
- (7) محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة جامعة، الإسكندرية_مصر 2015.
- (8) محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر والنشر والتوزيع، القاهرة_مصر، 2002.
- (9) محمود قاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2007.
- (10) مصطفى يوسف الكافي، هبة كافي، جغرافية سياحية وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2006.
- (11) مصطفى يوسف كافي، إدارة الأزمات السياحية في إطار ضوابط وآليات تحقيق الأمن والسلامة، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، عمان_الأردن.
- (12) نبيل زعل الحوامده، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2006.

2. الرسائل الجامعية:

- 13) بودرع رزيقة، بودرع زينة، أثر الأزمات على مؤشرات أداء القطاع السياحي، مذكرة ماستر، تسيير واقتصاد سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2016.
- 14) دواح عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان_ الجزائر، 2010.
- 15) فاتح بوظفارة، خالد فنور، أثار عناصر الجذب السياحي على قرار اختيار الوجهة السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2017.
- 16) فنيط سفيان، تحليل إدارة المشاريع الاستثمارية العمومية في الجزائر دراسة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة_الجزائر، 2016-2017.

3. مراجع أخرى (المجلات والؤتمرات وملتقيات)

- 17) أسامة صبحي الفاعوري، إدارة المخاطر ودور مشغلي القطاع السياحي في وقت الأزمات، المؤتمر العلمي الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة، عمان_الأردن، 16-17 نيسان، 2007.
- 18) أمال فاضل عبد الخشان عنوز، الأمن السياحي ومدى فاعليته للحد من الجريمة السياحية، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة_الجزائر، مجلد03، العدد 02، أوت، 2020.
- 19) بوريب صبرينة، حولي محمد، الجزائر وجهة الغد، الملتقى العلمي الأول حول التسويق السياحي وتتمين صورة الجزائر، جامعة باجي مختار، عنابة_الجزائر.
- 20) تبناني رنده، هباش فارس؛ أثر المخاطر المدركة على قرار إختيار الوجهة السياحية المحلية؛ مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، الجزائر، المجلد 05؛ العدد 02 ديسمبر، 2020.
- 21) تلي محمد إسلام، أثر جائحة كورونا على السياحة العربية، مجلة الافاق للبحوث والدراسات، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة_الجزائر، المجلد03، العدد 02، أوت، 2020.
- 22) حسام الدين حسين إبراهيم، دور إدارة المخاطر في تطوير الأداء المالي لشركات السياحة بهدف دعم صناعة السياحة، المجلة العلمية للسياحة والفنادق، المعهد العالي للسياحة والفنادق، الاسكندرية_مصر، العدد الثامن، 2008.

- 23) حسين حساني، محمد جمران، السياحة في الجزائر: أي حماية من مخاطر الكوارث الطبيعية، مجلة إقتصاديات الأعمال والتجارة، جامعة شلف، الجزائر، المجلد 5، العدد 1، ماي، 2019.
- 24) زينب الرق، فعالية الإعلان الإلكتروني في التأثير على صورة الوجهة السياحية، مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة عمار تليجي، الأغواط_جزائر، العدد الأول، 2018.
- 25) سالم حميد سالم؛ المخاطر التي تواجه السياحة وسبل إدارتها في ظل التحديات المعاصرة؛ مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية؛ المجلد 23؛ العدد 96؛ 2017.
- 26) سعاد قاسم، الجرائم السياحية وأنواعها، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة الأغواط_ الجزائر، المجلد السابع، العدد الثاني، ديسمبر، 2016.
- 27) محمد بن ذهبية وآخرون، خصوصيات تسويق الوجهة السياحية للجزائر عبر الويب 2.0 في ظل التقسيم الجديد للسوق السياحي الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الرابع، العدد الثاني، ديسمبر 2017.

المواقع الإلكترونية

- 28) رتا سلمان، النوارث الطبيعية وأنواعها وكيفية الوقاية منها، يوم 17 ماي، الساعة 14.00 at-<http://funjaan.com>
- 29) علي أحمد قاسم، تأثير جائحة كورونا على سلوك السائح الخليجي، مجلة السياحة العربية، يوم 19 ماي على الساعة 17.00 <http://at-magazine.com/archives/34292>

ثانيا: مراجع باللغة الأجنبية

- 30) Alain gauvin, Lanouvelle gestion du risque financier, édition intégrale, Paris, Février 2000
- 31) Disaster Risk Management for coastal Tourism destinations Responding to climate change, A practical Guide for Decision Makers, United Nations Environment Programme, Paris, 2008.

(الملاحق)

جامعة جيجل
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم التجارية
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

الملحق رقم (01): استبانة

استبانة معلومات في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر حول موضوع

" تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل "

بعد أداء واجب التحية والاحترام لسيادتكم المحترمة:

أرجو أن تتفضلوا بتخصيص جزء من وقتكم الثمين لتعبئة هذه الاستمارة من خلال:

➤ اختيار رأيكم بجدية وحيادية حول العبارات الواردة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تناسب رأيك.

وهذا لأجل الوصول إلى نتائج ذات مصداقية، وتأكدوا أن تعاونكم هذا سيعامل بمنتهى السرية، ولن يُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي المذكور.

المشرف:

د.

فنيط سفيان

الطلبة:

- بن يزار ريان

- موات أميمة

{ شكراً جزيلاً على اهتمامكم وتعاونكم }

أولاً- معلومات شخصية:

✓ يرجى وضع علامة (x) في خانة الإجابة التي تنطبق عليك.

1- الجنس: ذكر أنثى

2- العمر بالسنوات: أقل من 35 سنة من 35- إلى أقل من 50 50 سنة فما أكثر

3- المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

آخر.....

من 45000 دج إلى 120000 دج

4- مستوى الدخل: أقل من 45000 دج

أكثر من 120000 دج

ثانياً - دراسة تأثير المخاطر السياحية على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

رقم	[العبارات]	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1- بالنسبة لخطر الإرهاب						
01	ترى أن الإرهاب لا يؤثر على ممارسة النشاط السياحي					
02	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها أصبحت آمنة من حيث خطر الإرهاب					
03	سبق وأن أتيت سائحا إلى جيجل في فترة العشرية السوداء					
04	عند زيارتك للمواقع السياحية في جيجل تأخذ في حسابك خطر الإرهاب					
05	تتابع أخبار الأعمال الإرهابية في ولاية جيجل					
06	تزرور المواقع السياحية حتى ولو علمت أن فيها بقايا لعناصر إرهابية					
07	تأخذ في الاعتبار خطر الإرهاب عند قدومك إلى ولاية جيجل					
08	تكمل رحلتك السياحية بجيجل حتى وإن وقعت عملية إرهابية					
09	توفر الأمن يقلل الخوف لديك من خطر الإرهاب					
2- بالنسبة لخطر التعدي.						
رقم	[العبارات]	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأنها آمنة من حيث السرقة					
2	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها مسالمين					
3	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها محترمين					
4	اخترت جيجل كوجهة سياحية لأن سكانها محافظين					
5	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلّة المتحايين فيها					
6	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلّة المبتزين فيها					
7	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلّة المتحرشين فيها					
8	اخترت جيجل كوجهة سياحية لقلّة العنصرية فيها					
9	تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن تعرضت للتعدي					

3- بالنسبة لخطر فيروس كورونا

العبارات					
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					1 ترى أن فيروس كورونا لم يؤثر على النشاط السياحي
					2 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن عملت بوجود فيروس كورونا فيها
					3 تختار الوجهة السياحية الآمنة من فيروس كورونا حتى وإن لم تعجبك
					4 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن مُطبق فيها حجر صحي جزئي
					5 تفضل البقاء في منزلك على أن تتوجه إلى أي وجهة سياحية في ظل وجود فيروس كورونا
					6 تختار الوجهة السياحية التي فيها فيروس كورونا على أن تتخذ كافة التدابير الوقائية.
					7 ضغوط الحجر و الحظر التي عشتها زادت من حاجتك للسفر.
					8 بعد تخفيف الحجر لم تعد لديك مخاوف من التوجه إلى ولاية جيجل.
					9 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن موجود فيها أمراض معدية أخرى.

4- بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية



العبارات					
أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	
					1 ترى الكوارث الطبيعية لا تؤثر على النشاط السياحي
					2 حتى و إن تعرضت لكارثة طبيعية في ولاية جيجل تختارها كوجهة سياحية
					3 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها زلزال
					4 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها فيضان
					5 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها موجة حر كبيرة
					6 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها جفاف
					7 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها عواصف قوية
					8 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن تقع فيها أمطار طوفانية
					9 تختار جيجل كوجهة سياحية حتى وإن توقعت أن يقع فيها إعصار
					10 تشعر بالرغبة في زيارة ولاية جيجل بعد وقوع الكارثة.

✓ أرجو أن تتأكد من إجابتك على جميع العبارات وشكرا جزيلا.

الملحق رقم (02): الأساتذة المحكمين

الملحق رقم: 02 الاساتذة المحكمين

قائمة الاساتذة المحكمين

الرقم	الاسم و اللقب	التخصص	الامضاء
01	عيسى جيمبي	إدارة الأعمال	
02	محمد مهدي	إدارة أعمال	

الملحق رقم 03 : معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الأول من الاستبانة والدرجة الكلية من المحور نفسه.

Corrélations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
X1	Corrélacion de Pearson	1	-,049	,138	,278	,555	,474	,244
	Sig. (bilatérale)		,798	,467	,137	,001	,008	,194
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2	Corrélacion de Pearson	-,049	1	,424	,000	,303	,293	,241
	Sig. (bilatérale)	,798		,020	1,000	,104	,117	,200
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Corrélacion de Pearson	,138	,424	1	,070	,299	,148	-,078
	Sig. (bilatérale)	,467	,020		,713	,109	,435	,682
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4	Corrélacion de Pearson	,278	,000	,070	1	,346	,235	,000
	Sig. (bilatérale)	,137	1,000	,713		,061	,211	1,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X5	Corrélacion de Pearson	,555	,303	,299	,346	1	,786	,248
	Sig. (bilatérale)	,001	,104	,109	,061		,000	,186
	N	30	30	30	30	30	30	30
X6	Corrélacion de Pearson	,474	,293	,148	,235	,786	1	,216
	Sig. (bilatérale)	,008	,117	,435	,211	,000		,252
	N	30	30	30	30	30	30	30
X7	Corrélacion de Pearson	,244	,241	-,078	,000	,248	,216	1
	Sig. (bilatérale)	,194	,200	,682	1,000	,186	,252	
	N	30	30	30	30	30	30	30

	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,128	,277	,715**
X6	Sig. (bilatérale)	,501	,138	,000
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,101	,129	,409*
X7	Sig. (bilatérale)	,596	,496	,025
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	1	-,008	,280
X8	Sig. (bilatérale)		,966	,134
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	-,008	1	,659*
X9	Sig. (bilatérale)	,966		,000
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,280	,659	1
خطر الإرهاب	Sig. (bilatérale)	,134	,000	
	N	30	30	30

الملحق رقم 04 : معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني من الاستبانة والدرجة الكلية.

Corrélations

	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
Corrélation de Pearson	1	,598	,377	,146	,053	-,087	,049	,369
X10 Sig. (bilatérale)		,000	,040	,442	,783	,647	,796	,045
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	,598	1	,483	,240	,222	,150	,147	,402
X11 Sig. (bilatérale)	,000		,007	,201	,237	,428	,439	,027
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	,377	,483	1	,649	,186	,015	,346	,237
X12 Sig. (bilatérale)	,040	,007		,000	,326	,936	,061	,207
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	,146	,240	,649	1	-,043	-,220	,493	,128
X13 Sig. (bilatérale)	,442	,201	,000		,820	,243	,006	,501
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	,053	,222	,186	-,043	1	,467	,531	,241
X14 Sig. (bilatérale)	,783	,237	,326	,820		,009	,003	,199
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	-,087	,150	,015	-,220	,467	1	,214	,442
X15 Sig. (bilatérale)	,647	,428	,936	,243	,009		,256	,015
N	30	30	30	30	30	30	30	30
Corrélation de Pearson	,049	,147	,346	,493	,531	,214	1	,303
X16 Sig. (bilatérale)	,796	,439	,061	,006	,003	,256		,103
N	30	30	30	30	30	30	30	30
X17 Corrélation de Pearson	,369	,402	,237	,128	,241	,442	,303	1

	Sig. (bilatérale)	,045	,027	,207	,501	,199	,015	,103	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	-,101	,273	,053	-,266	,543	,443	,172	,168
X18	Sig. (bilatérale)	,595	,145	,780	,155	,002	,014	,362	,374
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,488	,678	,655	,446	,607	,462	,656	,683
خطرا تعددي	Sig. (bilatérale)	,006	,000	,000	,014	,000	,010	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

Corrélations

	X18	خطرا تعددي	
	Corrélation de Pearson	-,101	,488**
X10	Sig. (bilatérale)	,595	,006
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,273	,678**
X11	Sig. (bilatérale)	,145	,000
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,053	,655**
X12	Sig. (bilatérale)	,780	,000
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	-,266	,446*
X13	Sig. (bilatérale)	,155	,014
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,543	,607**
X14	Sig. (bilatérale)	,002	,000
	N	30	30

	Corrélation de Pearson	,443	,462*
X15	Sig. (bilatérale)	,014	,010
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,172	,656**
X16	Sig. (bilatérale)	,362	,000
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,168	,683**
X17	Sig. (bilatérale)	,374	,000
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	1	,395*
X18	Sig. (bilatérale)		,031
	N	30	30
	Corrélation de Pearson	,395	1
خطر التعدي	Sig. (bilatérale)	,031	
	N	30	30

الملحق رقم 05 : معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الثالث من الاستبانة والدرجة الكلية من المحور نفسه.

Corrélations

		X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25
X19	Corrélation de Pearson	1	,057	,220	-,022	,036	-,012	,001
	Sig. (bilatérale)		,764	,242	,907	,850	,951	,995
	N	30	30	30	30	30	30	30
X20	Corrélation de Pearson	,057	1	,109	,203	,923	,354	,745
	Sig. (bilatérale)	,764		,567	,283	,000	,055	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X21	Corrélation de Pearson	,220	,109	1	,046	,074	,201	,067
	Sig. (bilatérale)	,242	,567		,808	,698	,288	,723
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Corrélation de Pearson	-,022	,203	,046	1	,140	,080	,265
	Sig. (bilatérale)	,907	,283	,808		,460	,675	,157
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Corrélation de Pearson	,036	,923	,074	,140	1	,299	,765
	Sig. (bilatérale)	,850	,000	,698	,460		,109	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Corrélation de Pearson	-,012	,354	,201	,080	,299	1	,595
	Sig. (bilatérale)	,951	,055	,288	,675	,109		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Corrélation de Pearson	,001	,745	,067	,265	,765	,595	1
	Sig. (bilatérale)	,995	,000	,723	,157	,000	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Corrélation de Pearson	-,042	,352	,142	,465	,330	,303	,640
X26	Sig. (bilatérale)	,827	,056	,455	,010	,075	,103	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,673	-,093	,147	,191	-,164	,033	,030
X27	Sig. (bilatérale)	,000	,626	,438	,312	,386	,863	,873
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,347	,788	,349	,426	,747	,558	,855
خطر كورونا	Sig. (bilatérale)	,060	,000	,059	,019	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30

Corrélations

		X26	X27	خطر كورونا
	Corrélation de Pearson	-,042	,673	,347
X19	Sig. (bilatérale)	,827	,000	,060
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,352	-,093	,788**
X20	Sig. (bilatérale)	,056	,626	,000
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,142	,147	,349
X21	Sig. (bilatérale)	,455	,438	,059
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,465	,191	,426*
X22	Sig. (bilatérale)	,010	,312	,019
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,330	-,164	,747**
X23	Sig. (bilatérale)	,075	,386	,000

	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,303	,033	,558**
X24	Sig. (bilatérale)	,103	,863	,001
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,640	,030	,855**
X25	Sig. (bilatérale)	,000	,873	,000
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	1	,004	,619**
X26	Sig. (bilatérale)		,981	,000
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,004	1	,311
X27	Sig. (bilatérale)	,981		,094
	N	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,619	,311	1
خطر كورونا	Sig. (bilatérale)	,000	,094	
	N	30	30	30

الملحق رقم 06 : معامل الارتباط بين كل عبارة من عبارات المحور الرابع من الاستبانة والدرجة الكلية للمحور نفسه.

Corrélations

		X28	X29	X30	X31	X32	X33	X34
X28	Corrélacion de Pearson	1	,213	,272	-,029	,238	,036	,062
	Sig. (bilatérale)		,259	,146	,879	,204	,851	,743
	N	30	30	30	30	30	30	30
X29	Corrélacion de Pearson	,213	1	,787	,476	,265	,229	,414
	Sig. (bilatérale)	,259		,000	,008	,156	,223	,023
	N	30	30	30	30	30	30	30
X30	Corrélacion de Pearson	,272	,787	1	,649	,311	,245	,142
	Sig. (bilatérale)	,146	,000		,000	,094	,191	,453
	N	30	30	30	30	30	30	30
X31	Corrélacion de Pearson	-,029	,476	,649	1	,166	,310	,180
	Sig. (bilatérale)	,879	,008	,000		,381	,096	,342
	N	30	30	30	30	30	30	30
X32	Corrélacion de Pearson	,238	,265	,311	,166	1	,607	,059
	Sig. (bilatérale)	,204	,156	,094	,381		,000	,757
	N	30	30	30	30	30	30	30
X33	Corrélacion de Pearson	,036	,229	,245	,310	,607	1	,432
	Sig. (bilatérale)	,851	,223	,191	,096	,000		,017
	N	30	30	30	30	30	30	30
X34	Corrélacion de Pearson	,062	,414	,142	,180	,059	,432	1
	Sig. (bilatérale)	,743	,023	,453	,342	,757	,017	
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Corrélation de Pearson	,032	,110	,021	,304	-,146	-,084	,328
X35	Sig. (bilatérale)	,867	,564	,914	,103	,443	,661	,077
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	-,156	-,077	,060	,409	,177	,207	,053
X36	Sig. (bilatérale)	,410	,687	,754	,025	,350	,271	,781
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,329	,439	,401	,427	,104	,159	,434
X37	Sig. (bilatérale)	,076	,015	,028	,019	,583	,400	,017
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,403	,729	,726	,676	,510	,545	,548
خطر_الكوارث ث_الطبيعية	Sig. (bilatérale)	,027	,000	,000	,000	,004	,002	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30

Corrélations

	X35	X36	X37	خطر_الكوارث_الطبيعية	
	Corrélation de Pearson	,032	-,156	,329	,403*
X28	Sig. (bilatérale)	,867	,410	,076	,027
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,110	-,077	,439	,729**
X29	Sig. (bilatérale)	,564	,687	,015	,000
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,021	,060	,401	,726**
X30	Sig. (bilatérale)	,914	,754	,028	,000
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,304	,409	,427	,676**
X31	Sig. (bilatérale)	,103	,025	,019	,000

	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	-,146	,177	,104	,510**
X32	Sig. (bilatérale)	,443	,350	,583	,004
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	-,084	,207	,159	,545**
X33	Sig. (bilatérale)	,661	,271	,400	,002
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,328	,053	,434	,548**
X34	Sig. (bilatérale)	,077	,781	,017	,002
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	1	,494	,373	,399*
X35	Sig. (bilatérale)		,005	,042	,029
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,494	1	,152	,337
X36	Sig. (bilatérale)	,005		,422	,068
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,373	,152	1	,691**
X37	Sig. (bilatérale)	,042	,422		,000
	N	30	30	30	30
	Corrélation de Pearson	,399	,337	,691	1
	خطر_الكوار ث_الطبيعية	Sig. (bilatérale)	,029	,068	,000
	N	30	30	30	30

الملحق رقم 07 : معامل الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية لعبارات الاستبانة.

Corrélations

		خطر الإرهاب	خطر التعدي	خطر كورونا	_الكوارث_ خطر الطبيعية	السياحية_ المخاطر
خطر الإرهاب	Corrélation de Pearson	1	-,089	,147	-,123	,429*
	Sig. (bilatérale)		,640	,440	,516	,018
	N	30	30	30	30	30
خطر التعدي	Corrélation de Pearson	-,089	1	-,045	,277	,480**
	Sig. (bilatérale)	,640		,813	,138	,007
	N	30	30	30	30	30
خطر كورونا	Corrélation de Pearson	,147	-,045	1	,136	,627**
	Sig. (bilatérale)	,440	,813		,473	,000
	N	30	30	30	30	30
الطبيعية_ الكوارث_ خطر	Corrélation de Pearson	-,123	,277	,136	1	,604**
	Sig. (bilatérale)	,516	,138	,473		,000
	N	30	30	30	30	30
السياحية_ المخاطر	Corrélation de Pearson	,429*	,480**	,627**	,604**	1
	Sig. (bilatérale)	,018	,007	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

**.. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم 08 : معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,708	9

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,732	9

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,745	9

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,757	10

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,724	37

الملحق رقم 09: عرض و تحليل بيانات القسم الأول من الإستبانة(البيانات الشخصية)

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	41	43,6	43,6	43,6
Valide أنثى	53	56,4	56,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

العمر_بالسنولت

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 35 سنة	42	44,7	44,7	44,7
Valide من 35 إلى أقل من 50	46	48,9	48,9	93,6
سنة فما أكثر 50	6	6,4	6,4	100,0
Total	94	100,0	100,0	

المستوى_الدراسي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
إبتدائي	2	2,1	2,1	2,1
متوسط	8	8,5	8,5	10,6
Valide ثانوي	28	29,8	29,8	40,4
جامعي	56	59,6	59,6	100,0
Total	94	100,0	100,0	

مستوى الدخل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 45000	66	70,2	70,2	70,2
من 45000 إلى 120000	27	28,7	28,7	98,9
أكثر من 120000	1	1,1	1,1	100,0
Total	94	100,0	100,0	

الملحق رقم 11: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

	بالنسبة لخطر الإرهاب	بالنسبة لخطر التعدي	بالنسبة لخطر فيروس كورونا	بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية
N	94	94	94	94
Moyenne	2,8357	3,5662	2,8511	2,3191
Ecart-type	,33541	,62665	,55413	,68647
Absolue	,132	,083	,091	,113
Positive	,132	,070	,066	,113
Négative	-,060	-,083	-,091	-,058
Z de Kolmogorov-Smirnov	1,283	,800	,883	1,093
Signification asymptotique (bilatérale)	,074	,544	,417	,184

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		المخاطر السياحية
N		94
Paramètres normaux	Moyenne	2,8775
	Ecart-type	,31857
	Absolue	,059
Différences les plus extrêmes	Positive	,059
	Négative	-,053
Z de Kolmogorov-Smirnov		,577
Signification asymptotique (bilatérale)		,894

الملحق رقم 12: عرض وتحليل بيانات المحور الأول (خطر الإرهاب)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
X1	94	1,35	,543	,056
X2	94	3,74	,915	,094
X3	94	1,90	,817	,084
X4	94	3,98	,486	,050
X5	94	2,03	,710	,073
X6	94	2,29	1,333	,137
X7	94	3,97	,426	,044
X8	94	1,98	1,287	,133
X9	94	4,28	,629	,065
بالنسبة لخطر الإرهاب	94	2,8357	,33541	,03459

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X1	-29,445	93	,000	-1,649	-1,76	-1,54
X2	7,890	93	,000	,745	,56	,93
X3	-12,997	93	,000	-1,096	-1,26	-,93
X4	19,529	93	,000	,979	,88	1,08
X5	-13,216	93	,000	-,968	-1,11	-,82
X6	-5,184	93	,000	-,713	-,99	-,44
X7	22,015	93	,000	,968	,88	1,06
X8	-7,696	93	,000	-1,021	-1,28	-,76
X9	19,674	93	,000	1,277	1,15	1,41
بالنسبة لخطر الإرهاب	-4,749	93	,000	-,16430	-,2330	-,0956

الملحق رقم 13: عرض وتحليل بيانات المحور الأول (خطر التعدي)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
X10	94	3,87	1,018	,105
X11	94	4,18	,879	,091
X12	94	4,20	,862	,089
X13	94	4,16	1,019	,105
X14	94	3,51	1,134	,117
X15	94	3,49	1,085	,112
X16	94	3,45	1,094	,113
X17	94	3,29	1,267	,131
X18	94	1,95	,908	,094
بالنسبة لخطر التعدي	94	3,5662	,62665	,06463

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X10	8,304	93	,000	,872	,66	1,08
X11	13,018	93	,000	1,181	1,00	1,36
X12	13,515	93	,000	1,202	1,03	1,38
X13	11,031	93	,000	1,160	,95	1,37
X14	4,368	93	,000	,511	,28	,74
X15	4,373	93	,000	,489	,27	,71
X16	3,961	93	,000	,447	,22	,67
X17	2,198	93	,030	,287	,03	,55
X18	-11,241	93	,000	-1,053	-1,24	-,87
بالنسبة لخطر التعدي	8,760	93	,000	,56619	,4378	,6945

الملحق رقم 14: عرض وتحليل بيانات المحور الأول (خطر فيروس كورونا)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
X19	94	2,18	1,352	,139
X20	94	1,87	,833	,086
X21	94	2,97	1,186	,122
X22	94	2,91	1,241	,128
X23	94	4,07	,845	,087
X24	94	2,74	1,336	,138
X25	94	3,64	1,473	,152
X26	94	3,28	1,307	,135
X27	94	1,99	1,187	,122
بالنسبة لخطر فيروس كورونا	94	2,8511	,55413	,05715

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X19	-5,875	93	,000	-,819	-1,10	-,54
X20	-13,131	93	,000	-1,128	-1,30	-,96
X21	-,261	93	,795	-,032	-,27	,21
X22	-,665	93	,508	-,085	-,34	,17
X23	12,321	93	,000	1,074	,90	1,25
X24	-1,854	93	,067	-,255	-,53	,02
X25	4,202	93	,000	,638	,34	,94
X26	2,052	93	,043	,277	,01	,54
X27	-8,256	93	,000	-1,011	-1,25	-,77
بالنسبة لخطر فيروس كورونا	-2,606	93	,011	-,14894	-,2624	-,0354

الملحق رقم 15: عرض وتحليل بيانات المحور الأول (خطر الكوارث الطبيعية)

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
X28	94	2,43	1,299	,134
X29	94	2,50	1,189	,123
X30	94	2,33	1,140	,118
X31	94	2,05	1,051	,108
X32	94	2,72	1,265	,130
X33	94	2,19	1,040	,107
X34	94	2,16	1,120	,115
X35	94	2,07	1,090	,112
X36	94	1,70	,716	,074
X37	94	3,03	1,213	,125
بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية	94	2,3191	,68647	,07080

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X28	-4,287	93	,000	-,574	-,84	-,31
X29	-4,077	93	,000	-,500	-,74	-,26
X30	-5,702	93	,000	-,670	-,90	-,44
X31	-8,734	93	,000	-,947	-1,16	-,73
X32	-2,120	93	,037	-,277	-,54	-,02
X33	-7,539	93	,000	-,809	-1,02	-,60
X34	-7,277	93	,000	-,840	-1,07	-,61
X35	-8,233	93	,000	-,926	-1,15	-,70
X36	-17,578	93	,000	-1,298	-1,44	-1,15
X37	,255	93	,799	,032	-,22	,28
بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية	-9,616	93	,000	-,68085	-,8215	-,5402

الملحق رقم 16: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
المخاطر السياحية	94	2,8775	,31857	,03286

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المخاطر السياحية	-3,728	93	,000	-,12248	-,1877	-,0572

الملحق رقم 17: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من الأولى إلى الخامسة

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X1	-29,445	93	,000	-1,649	-1,76	-1,54
X2	7,890	93	,000	,745	,56	,93
X3	-12,997	93	,000	-1,096	-1,26	-,93
X4	19,529	93	,000	,979	,88	1,08

X5	-13,216	93	,000	-,968	-1,11	-,82
X6	-5,184	93	,000	-,713	-,99	-,44
X7	22,015	93	,000	,968	,88	1,06
X8	-7,696	93	,000	-1,021	-1,28	-,76
X9	19,674	93	,000	1,277	1,15	1,41
بالنسبة لخطر الإرهاب	-4,749	93	,000	-,16430	-,2330	-,0956

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X10	8,304	93	,000	,872	,66	1,08
X11	13,018	93	,000	1,181	1,00	1,36
X12	13,515	93	,000	1,202	1,03	1,38
X13	11,031	93	,000	1,160	,95	1,37
X14	4,368	93	,000	,511	,28	,74
X15	4,373	93	,000	,489	,27	,71
X16	3,961	93	,000	,447	,22	,67
X17	2,198	93	,030	,287	,03	,55
X18	-11,241	93	,000	-1,053	-1,24	-,87
بالنسبة لخطر التعدي	8,760	93	,000	,56619	,4378	,6945

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X19	-5,875	93	,000	-,819	-1,10	-,54
X20	-13,131	93	,000	-1,128	-1,30	-,96
X21	-,261	93	,795	-,032	-,27	,21
X22	-,665	93	,508	-,085	-,34	,17
X23	12,321	93	,000	1,074	,90	1,25
X24	-1,854	93	,067	-,255	-,53	,02
X25	4,202	93	,000	,638	,34	,94
X26	2,052	93	,043	,277	,01	,54
X27	-8,256	93	,000	-1,011	-1,25	-,77
بالنسبة لخطر فيروس كورونا	-2,606	93	,011	-,14894	-,2624	-,0354

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X28	-4,287	93	,000	-,574	-,84	-,31
X29	-4,077	93	,000	-,500	-,74	-,26
X30	-5,702	93	,000	-,670	-,90	-,44
X31	-8,734	93	,000	-,947	-1,16	-,73
X32	-2,120	93	,037	-,277	-,54	-,02
X33	-7,539	93	,000	-,809	-1,02	-,60
X34	-7,277	93	,000	-,840	-1,07	-,61

X35	-8,233	93	,000	-,926	-1,15	-,70
X36	-17,578	93	,000	-1,298	-1,44	-1,15
X37	,255	93	,799	,032	-,22	,28
بالنسبة لخطر الكوارث الطبيعية	-9,616	93	,000	-,68085	-,8215	-,5402

الملحق رقم (18): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة (اختبار الفروق)

Statistiques de groupe

الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
ذكر	41	2,8919	,34363	,05367
المخاطر السياحية أنثى	53	2,8664	,30065	,04130

Test d'échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes				
	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)		
المخاطر السياحية		Hypothèse de variances égales	,536	,466	,383	92	,703
		Hypothèse de variances inégales			,377	79,860	,708

Test d'échantillons indépendants

	Test-t pour égalité des moyennes				
	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence		
			Inférieure	Supérieure	
المخاطر السياحية	Hypothèse de variances égales	,02550	,06657	-,10671	,15770
	Hypothèse de variances inégales	,02550	,06772	-,10927	,16026

ANOVA à 1 facteur

المخاطر السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,137	2	,069	,672	,513
Intra-groupes	9,301	91	,102		
Total	9,439	93			

Remarques

ANOVA à 1 facteur

المخاطر السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,045	3	,015	,145	,933
Intra-groupes	9,393	90	,104		
Total	9,439	93			

ANOVA à 1 facteur

المخاطر السياحية

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,097	2	,048	,471	,626
Intra-groupes	9,342	91	,103		
Total	9,439	93			

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف عن قرب على المخاطر السياحية وأنواعها و مدى تأثيرها على اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل، وقد انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ للمخاطر السياحية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل "، حيث حاولنا الإجابة على الفرضيات التالية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب، التعدي، فيروس كورونا، الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

وقد تم الاعتماد في معالجة إشكالية البحث على توزيع إستبانه على عينة من سياح ولاية جيجل عددها 94 سائح، وبعد جمع المعلومات وتحليلها لخصت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ لخطر الإرهاب، التعدي، فيروس كورونا، الكوارث الطبيعية على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

وفي الأخير توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن المخاطر السياحة تؤثر فعلا على قرار اختيار الوجهة لدى سياح ولاية جيجل.

الكلمات المفتاحية: المخاطر السياحية، الوجهة، السياح.

Abstract :

This study aimed to identify closely the tourism risks and their types and their impact on the choice of destination among the tourists of Jijel state. We tried to answer the following hypotheses:

There is a statistically significant effect at the level of significance $\alpha = 0.05$ for the risk of terrorism, encroachment, corona virus, natural disasters on the decision to choose a destination for tourists in Jijel state In addressing the research problem, it was relied on distributing a questionnaire to a sample of 94 tourists from Jijel state, and after collecting and analyzing the information, the study summarized that there is a statistically significant effect at the level of significance $\alpha = 0.05$ for the risk of terrorism, infringement, Corona virus, natural disasters on the The decision to choose the destination for the tourists of Jijel state.

Finally, through this study, we concluded that tourism risks actually affect the decision to choose a destination for tourists in Jijel state.

Keywords: tourism risks, destination, tourists.