

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية

وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية



عنوان المذكرة

دور مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية

-دراسة حالة الجمعيات السياحية بولاية جيجل-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق الخدمات

الأستاذ المشرف:

صفية درويش

إعداد الطالبتين:

➤ صابرينة كردون

➤ ياسمينة بوخرص

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
الأستاذ(ة): أسماء شعور	جيجل	رئيسا
الأستاذة: صفية درويش	جيجل	مشرفا ومقررا
الأستاذ(ة): يوسف تبوب	جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2018-2019م



# شكر وتقدير

الحمد لله أنار طريقنا بالعلم، وأرشدنا إلى الطريق الخير ووفقنا.

نشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة " صفية درويش "

على اهتماماتها وتوجيهاتها متمنين لها النجاح في مسارها

كما نتوجه أيضا بالشكر إلى كل من الأمين العام لجمعية السفير

ورئيس الديوان الجبلي للسياحة

الذين ساعدونا كثيرا ولم يبخلوا علينا

بمعلوماتهم ونصائحهم.

## الملخص:

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه مؤسسات المجتمع المدني، ممثلة بالجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية، حيث قمنا في جانبها النظري بإبراز مختلف المفاهيم المتعلقة بالمجتمع المدني، وأهم مؤسساته في الجزائر، فهو يعتبر أحد آليات تفعيل التنمية، وأيضا تم التطرق إلى السياحة المحلية، ودورها التنموي وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره المنهج الأنسب للدراسة الحالية والهدف من ذلك هو الكشف عن الآليات المتبعة في تجسيد مختلف الأنشطة الجمعوية في الميدان، من عمل تطوعي وترويج سياحي، وفي مجال التوعية والتحسيس أيضا.

وقد تم استخدام الاستبيان الذي وجه لعينة من المستفيدين من خدمات الجمعيات السياحية، والذي على أساسه تم تقييم نشاطها، وأثره على السياحة المحلية وتنميتها، حيث تمكنا من معرفة أن للجمعيات السياحية لها دور فعال في مجال السياحة المحلية، من خلال تنشيط الطلب السياحي، و ذلك بإتباع الأنشطة السابقة.

**الكلمات المفتاحية:** مؤسسات المجتمع المدني، الجمعيات السياحية، السياحة المحلية، التنمية.

## Summary:

This study sought to reveal the role played by civil society organization represented by tourism association in the development of local tourism where in its theoretical part we highlight the different concept related to civil society and the most important institution in Algeria is one of the mechanisms for activating development and also addressed the local tourism and its development, role has been based on the descriptive approach to the current study, the aim is to reveal the mechanisms used to reflect the various activities of the association in the field of volunteer work and promotion of tourism in the field of awareness

The questionnaire was used for the sample of the beneficiaries of the services of the tourist associations, on the basis of which the activity was evaluated and its impact on local tourism and its development, where we have been able to know that associations can play a role in the field of local tourism by stimulating tourism demand following previous activities

**Keywords:** civil society organizations, tourism associations, local tourism development

# قائمة المحتويات

## قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	الملخص
I	قائمة المحتويات
II	قائمة الجداول
III	قائمة الأشكال
أ-ج	المقدمة العامة
<b>الفصل الأول: السياحة المحلية و سبل تنميتها</b>	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة
08	المطلب الأول: مفهوم السياحة
13	المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي
15	المطلب الثالث: أنواع السياحة
19	المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للسياحة المحلية
19	المطلب الأول: تعريف السياحة المحلية
22	المطلب الثاني: أهمية السياحة المحلية
23	المطلب الثالث: معوقات السياحة المحلية
25	المبحث الثالث: السياحة المحلية كعامل لتحقيق التنمية
25	المطلب الأول: التنمية المحلية
28	المطلب الثاني: العلاقة بين التنمية والسياحة
30	المطلب الثالث: الدور التنموي للسياحة المحلية
33	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: المجتمع المدني كشريك في تنمية السياحة المحلية</b>	
35	تمهيد
36	المبحث الأول: مفهوم المجتمع المدني
36	المطلب الأول: تعريف المجتمع المدني
38	المطلب الثاني: خصائص المجتمع المدني

41	المطلب الثالث: مكونات المجتمع المدني
43	المبحث الثاني: مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر
43	المطلب الأول: أهم مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر
45	المطلب الثاني: وظائف مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر
46	المطلب الثالث: تحديات مؤسسات المجتمع المدني
49	المبحث الثالث: آليات عمل مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية
49	المطلب الأول: المشاركة الشعبية والعمل التطوعي
54	المطلب الثاني: الترويج السياحي
56	المطلب الثالث: التوعية والتحسيس
61	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: دور الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل</b>	
63	تمهيد
64	المبحث الأول: تقديم الجمعيات السياحية بولاية جيجل
64	المطلب الأول: العرض السياحي بولاية جيجل
68	المطلب الثاني: الطلب السياحي بولاية جيجل
72	المطلب الثالث: التعريف بالجمعيات السياحية محل الدراسة
81	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة والأساليب الإحصائية المعتمدة
81	المطلب الأول: منهجية الدراسة
82	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة واختبار عينة الدراسة
84	المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبانة
89	المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية
89	المطلب الأول: تحليل نتائج معالجة الاستبيان
103	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات والفروق
110	خلاصة الفصل
112	الخاتمة
116	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

# قائمة الجداول



## قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أنواع السياحة	15
02	أهم المواقع الأثرية والتاريخية بولاية جيجل	67
03	عدد الجمعيات السياحية بولاية جيجل	73
04	التوزيع لمقياس ليكارث	82
05	اختبار التوزيع الطبيعي (one-samplekolmogorov-smirnov)	83
06	الصدق الداخلي لعبارات المحور الأول	85
07	الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني.	87
08	معامل الثبات ( ألفا كرونباخ)	88
09	نتائج تحليل فقرات المحور الأول	93-94
10	نتائج تحليل فقرات المحور الثاني	99-100
11	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى	103
12	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	104
13	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	105
14	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	105
15	نتائج اختبار الفرضية الثانية	106
16	اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير الجنس	107
17	اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير الفئة العمرية.	107
18	اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير المهنة.	108
19	اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير الدخل.	108
20	اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير السكن.	109

# قائمة الأشكال

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
20	مصطلحات متعلقة بالسياحة المحلية	01
65	بطاقة تعريفية لولاية جيجل	02
69	عدد الوافدين على الفنادق وعدد الليالي المقضاة سنة 2016-2018.	03
70	عدد الوافدين على المخيمات وعدد الليالي المقضاة خلال سنة 2016-2017.	04
71	عدد الوافدين على المرافق الأخرى سنة 2016-2018.	05
72	عدد المتوافدين على الشواطئ سنة 2016-2017.	06
75	جانب من نشاطات جمعية السفير للسياحة.	07
77	جانب من نشاطات الديوان الجيجلي للسياحة.	08
78	فئات الجنس بالنسبة للمنخرطين في الجمعيتين	09
89	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	10
90	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	11
90	توزيع أفراد العينة حسب المهنة	12
91	توزيع أفراد العينة حسب الدخل الشهري	13
91	توزيع أفراد العينة حسب السكن	14

مَقْدَمَةٌ

تعد الشراكة بين الحكومة والمؤسسات غير الحكومية خيارا استراتيجيا لا مفر منه في الوقت المعاصر ومطلبا في ظل تحديات العولمة، حيث شهد العالم خلال العقود الأخيرة نمو حركة المؤسسات غير الحكومية وتطورها، فالمجتمع المدني احتل ولا يزال يحتل موقعا مهما ليس على المشهد السياسي فحسب بل تجاوز دوره إلى المستويات الأخرى الاجتماعية والثقافية الأمر الذي مهد لتصاعد موجات فكرية حوله ودوره كشريك أساسي في التنمية، وقد مثلت مؤسسات المجتمع المدني قوة دفع جديدة على مستوى العمل التنموي فالدول المتقدمة والنامية لم تعد قادرة على القيام بكل المهام التنموية في المجتمع.

وللتنمية أهمية بالغة لمعظم دول وحكومات العالم، حيث ظهر هذا المفهوم بعد الحرب العالمية الثانية وهي مفهوم واسع وشامل، ويتركز على تحسين نوعية الحياة للإنسان، وحتى يتحقق هدف التنمية فإن الأمر يتطلب تعبئة وتجديد كل الموارد المتاحة المادية والبشرية ، في هذا السياق أصبح متاحا لمؤسسات المجتمع المدني العمل على كافة المستويات الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية التدخل كشريك هام في مختلف مجالات التنمية من بينها تنمية السياحة المحلية.

النتائج الهامة التي تم تحقيقها في صناعة السياحة المحلية على المستوى العالمي والتجارب الرائدة للعديد من دول العالم المتقدمة والنامية في هذه الصناعة والتي بدأت تعطي ثمارها على أكثر من صعيد جعلت من السياحة المحلية أحد أهم الصناعات المعول عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، والسياحة المحلية فضلا عن كونها صناعة ذات أهمية اقتصادية تساهم في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني و زيادة الدخل القومي، توليد فرص العمل، خلفا لفرص الاستثمارية، إضافة إلى تحقيق تنمية إقليمية متوازنة، فهي وسيلة للاتصال الفكري وتبادل وتقريب المسافات الثقافية وتحقيق التوازن والتطور الاجتماعي. وهكذا لم تبق السياحة مجرد نزهة أو ترفيه بل أصبحت صناعة تصديرية تضع الدول على أساسها الإستراتيجيات التنموية، حيث لا يمكن نجاح هذه الأخيرة إلا تكاثف جهود جميع القطاعات الحكومية والخاصة إلى جانب الجمعيات وخاصة الجمعيات السياحية في العمل جنبا إلى جنب من أجل تحقيق الأهداف التنموية لصناعة السياحة المحلية.

وعليه تتلخص مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف تؤثر الجمعيات السياحية على تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل؟**

### الاسئلة الفرعية

يندرج ضمن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ماذا نقصد بمؤسسات المجتمع المدني، وتنمية السياحة المحلية؟

- ما هي الآليات التي تعتمد عليها مؤسسات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية؟
- ما هو واقع اهتمام مؤسسات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات السياحية بتنمية السياحة بولاية جيجل؟

### فرضيات الدراسة

تقوم الدراسة على 3 فرضيات رئيسية:

- **الفرضية الرئيسية الأولى:** الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آليات تنمية السياحة المحلية. تندرج ضمنها ثلاث فرضيات فرعية:
  - الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية الترويج السياحي لتنمية السياحة المحلية.
  - الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية العمل التطوعي والمشاركة الشعبية لتنمية السياحة المحلية.
  - الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية.
- **الفرضية الرئيسية الثانية:** تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل.
- **الفرضية الرئيسية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية لمساهمة الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية تعزى للمتغيرات الشخصية.

### أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- دراسة واقع تطبيق الجمعيات السياحية لآليات تنمية السياحة المحلية؛
- دراسة واقع السوق السياحي بولاية جيجل؛
- إبراز الدور أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل وتقديم اقتراحات لتعزيز هذا الدور.

### أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة من أهمية كل من مؤسسات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات السياحية ولذا أهمية السياحة المحلية كأحد القطاعات المعول عليها في التنمية، وعليه نرى أن مساهمتنا من خلال هذه الدراسة العلمية الجادة تسمح برصد ووضع تصور حول واقع نشاط الجمعيات السياحية تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل من حيث آلياتها وآثارها على الطلب السياحي، وبالتالي إضافة جديدة للبحوث الاقتصادية التي تتناول قضايا السياحة بولاية جيجل.

### مبررات اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نوجزها فيما يلي:

- تماشي الموضوع مع تخصص الدراسة تسويق السياحي؛
- الميل الشخصي للموضوع والاهتمام به؛
- إضافة جديدة للبحوث الاقتصادية التي تتناول موضوع مؤسسات المجتمع المدني وعلاقتها بالسياحة.

### منهج الدراسة

قصد اختبار مدى صحة الفرضيات سنعتمد على المنهج الوصفي والتحليلي، بهدف وصف التعريف بمتغيرات الدراسة وتحليل مختلف أبعادها، مع تقييم مدى تطبيق الجمعيات السياحية لآليات تنمية السياحة المحلية ودراسة دورها على تنمية السياحة الحلية بولاية جيجل، باستخدام أساليب المعالجة الإحصائية والاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة تتمثل في الكتب الأكاديمية، الدوريات المتخصصة، الرسائل الجامعية والمنشورات الوطنية والدولية، إضافة إلى المواقع الإلكترونية والملتقيات العلمية، فضلا عن الاستبيان الموجه للسياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية.

### حدود الدراسة

- الحدود الزمانية: تتعلق بفترة الدراسة الممتدة من شهر جانفي إلى غاية أواخر شهر ماي 2019؛
- الحدود المكانية: تتعلق بمكان إجراء الدراسة وهي ولاية جيجل.

الدراسات السابقة

- لقد تم التطرق لهذا الموضوع من طرف عدد من الباحثين الذين تناولوه من جوانب مختلفة، نذكر دراسة عبد السلام عبد اللاوي (2012) بعنوان "دور المجتمع المدني في التنمية المحلية بالجزائر"، دراسة ميدانية بولاية المسيلة وبرج بوعريريج، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة ورقلة، حيث توصلت إلأن للمجتمع المدني عدة أدوار يقوم بها في عدة جوانب مختلفة منها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية تهدف لتحقيق التنمية المحلية، وأيضا كان للجمعيات الجزائرية أثر في الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري للجزائر من خلال الحفاظ على الحرف والفنون التقليدية.
- دراسة مجاهد عبد الحليم (2010) الموسومة "دور مؤسسات المجتمع المدني في نشر الثقافة البيئية في المناطق الحضرية الجماعات الوطنية للمناطق شرق، وسط، جنوب" مذكرة لنيل شهادة الماجستير، علم اجتماع التنمية، جامعة منتوري قسنطينة. في هذه الدراسة توصل الباحث الى أن الجمعيات تتسق مع السلطات سواء المحلية أو الهيئات الرسمية فيما يخص حماية البيئة، وأن الجمعيات قامت بالمشاركة في إعداد البرامج الإعلامية المختلفة سواء المسموعة أو المرئية من أجل غرس وتنمية وعي بيئي لدى مختلف شرائح المجتمع الجزائري كما أشار الى الصعوبات التي تواجهها سواء كانت مادية أو معنوية.
- دراسة شاوش اخوان جهيدة (2004)، "واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعيات مدينة بسكرة" أطروحة دكتوراه، في هذه الدراسة توصلت الباحثة إلى أن الجمعيات لها هامش من الحرية، وتسعى للمساهمة في التنمية غير أن أنشطتها تتمركز في مجالات التوعية والعمل التطوعي وتقديم المساعدات، وأيضا توصلت الى أن معايير تقديم المساعدات المادية والتعاون والاستشارة غير واضحة المعالم وهو ما يجعل علاقتها مع الدولة علاقة تبعية وخضوع.

وبعد الاطلاع على الدراسات السابقة، نجد أن أهم ما يميز الدراسة الحالية يتضح في عدد من

الجوانب أهمها:

- من حيث هدف الدراسة ركزت في هذه الدراسة على مؤسسات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات السياحية واثرا على تنمية السياحة المحلية باعتبار ان الجمعيات السياحية أصبح لها اثر على سلوك السائح المحلي ؛
- من حيث بيئة الدراسة فقد كانت على الجمعيات السياحية بولاية جيجل؛
- التركيز على آليات عمل الجمعيات السياحية واثرا على تنمية السياحة المحلية.



## صعوبات الدراسة

من بين صعوبات الدراسة نذكر:

➤ نقص المراجع التي تتناول الموضوع؛

➤ عدم وجود استجابة من قبل بعض المعنيين بملاً الاستثمار.

## هيكل الدراسة

من أجل تحليل ومعالجة موضوع الدراسة في جانبها النظري والتطبيقي ارتأينا إتباع خطة متدرجة في التحليل ننقل فيها من المستوى العام إلى المستوى الخاص وتبعاً لذلك قسمنا الدراسة إلى جزأين:

- **الجزء الأول:** تتم فيه الدراسة النظرية دور مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية حيث ينقسم إلى فصلين:

- **الفصل الأول:** تنصب فيه الدراسة على ال خلفية النظرية حول تنمية السياحة المحلية وذلك من خلال عرض مفاهيم حول السياحة والسياحة المحلية ومقومات الجذب السياحي؛

- **الفصل الثاني:** يتمحور حول مؤسسات المجتمع المدني ، وذلك بعد تقديم مفاهيم عامة حول مؤسسات المجتمع المدني ووظائفها؛ وبعدها توضيح اثر آليات عمل مؤسسات المجتمع المدني على تنمية السياحة المحلية.

- **الجزء الثاني:** سيتم فيه تعزيز الجانب النظري بدراسة تطبيقية حول دور مؤسسات المجتمع المدني على تنمية السياحة المحلية-دراسة الجمعيات السياحية بولاية جيجل - وينقسم إلى:

➤ **الفصل الثالث** خصصناه لتقديم الجمعيات السياحية محل الدراسة بولاية جيجل ، ثم توضيح الإجراءات المنهجية للدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة، وأخيراً تحليل ومناقشة نتائج الدراسة.

ونختتم الدراسة بخاتمة نجيب فيها على كل التساؤلات الواردة في المقدمة ونستعرض فيها أهم

الاستنتاجات التي تم التوصل إليها، ثم إدراج الاقتراحات والتوصيات.

الفصل الأول  
السياحة المحلية  
وسبل تنميتها

**تمهيد**

تزايد الاهتمام بقطاع الخدمات في السنوات الأخيرة، وتزايد معه الاعتراف بمكانتها المتميزة على مستوى اقتصاديات الدول على اختلاف مستويات التقدم فيها، فأصبحت عصب الحياة لإنسان القرن الواحد والعشرين واتسعت لتشمل العديد من المجالات على غرار المجال السياحي الذي أضحي توجه و مسعى الكثير من الدول وذلك لتأثيرات السياحة على الاقتصاد، المجتمع وحتى البيئة.

فنظرا لأهمية السياحة عموما والسياحة المحلية على وجه الخصوص سيتم التطرق في هذا الفصل إلى أهم الجوانب المتعلقة بهما وذلك من خلال المباحث التالية:

**المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة.**

**المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي للسياحة المحلية.**

**المبحث الثالث: السياحة المحلية كعامل لتحقيق التنمية.**

## المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

إن السياحة مفهوم قديم ارتبط بوجود الإنسان وتحركاته سعياً وراء مقاصد مختلفة ومتنوعة عبر آفاق بعيدة بدون حدود ولا قيود حيث بدل كثير من العلماء جهودهم لتعريف السياحة في مختلف الميادين وذلك ليجعلوا منها مصدر لضخ المال الوفير في خزينة الدولة من ناحية وتنشيط الحركة التجارية والاقتصادية من ناحية أخرى وكذلك توفير الراحة والمتعة من جانب آخر.

### المطلب الأول: مفهوم السياحة

#### الفرع الأول: تعريف السياحة

تنوعت التعاريف الواردة بشأن السياحة في الأدبيات تبعاً لتنوع معايير التمييز بينهما، فكما تناول الدين الإسلامي السياحة فإن القوانين الوضعية للمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية لم يدخروا جهداً في سبيل إعطاء رؤى مفاهيمية عليها، ويمكن تسليط الضوء على البعض منها فيما يلي:

#### أولاً: السياحة في الإسلام

لقد ورد في القرآن الكريم ذكر لفظ السياحة في أكثر من موضع ففي سورة التوبة الآية 01 ورد قوله تعالى: "براءة من الله ورسوله إلى الدين عاهدتهم من المشركين، فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وإن الله مخزي الكافرين"<sup>1</sup>.

وفي السورة نفسها الآية 112، قوله تعالى: "التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين"<sup>2</sup>.

وكلمة فسيحوا معناها سيروا في الأرض أيها المشركون سير السائحين امنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد، والسائحون تعني الصائمون استناداً لقول رسول الله صل الله عليه وسلم "سياحة أمتي الصوم" ويقول المفسرون أنهم المسافرون للجهاد وطلب العلم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سورة التوبة، رقمها 9، مدنية الآية رقم 01.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، الآية رقم 112.

<sup>3</sup> نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007، ص ص: 28-29.

## ثانيا: المفهوم اللغوي للسياحة

عرفت السياحة في لغة العرب حسب ما أشار اليه " ابن منظور" في كتابه لسان العرب أنها "السياحة مصدر ساح يسيح سياحة وسيوحا وسيحا وسيحانا أي ذهب والسياحة الذهاب في الأرض للعبادة والترهب<sup>1</sup>. يعني لفظ سياحة التجوال وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض، وفي الإنجليزية نجد أن "to tour" أي يجول أو يدور أما لفظ "tourism" فهو لفظ مستحدث في اللغات اللاتينية<sup>2</sup>.

## ثالثا: حسب الهيئات الدولية

من أهم الهيئات المنظمة العالمية للسياحة عرفتها بأنها: "مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية ويكون ذلك بهدف التسلية أو العمل أو أي نشاطات أخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية<sup>3</sup>.

## رابعا: حسب بعض الكتاب

يعرفها وول وماثيسون" بأنها عبارة عن حركة مؤقتة يقوم بها الأفراد بعيدا عن أماكن اقامتهم، ومجموعة من الأنشطة يمارسها هؤلاء الأشخاص وذلك إضافة الى خدمات وتسهيلات الإقامة التي توفر لهم متطلبات وتحقق لهم رغباتهم<sup>4</sup>.

في هذا التعريف لم يحدد مدة الحركة التي سوف يقوم الأفراد، وأشار بأنها ترتبط بعدد من الأنشطة كالإيواء والنقل والإطعام.

<sup>1</sup> عبيدة ضبطي، دور وسائل الإعلام والاتصال في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012، ص: 06.

<sup>2</sup> وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص: 70.

<sup>3</sup> اياد عبد الفتاح النصور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص: 24.

<sup>4</sup> آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص: 67.

وعرفها العالم النمساوي "Sholleron Herman van" سنة 2010 بأنها: "الاصطلاح الذي يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود أو منطقة معينة"<sup>1</sup>.

في هذا التعريف تم إهمال السياحة الداخلية وركز فقط على السياحة الخارجية.

وتعرف السياحة أيضا: "مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد، والتي لا يكون لها أي ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان"<sup>2</sup>.

لم يتم التطرق في هذا التعريف إلى المدة التي سوف يقضيها الشخص أو المجموعة خارج البلد الأصلي أو مكان الإقامة.

مما تقدم نستنتج أن السياحة هي مغادرة الأفراد لبلدهم الأصلي سواء كان فرد واحد أو مجموعات نحو بلد غير بلدهم الأصلي لفترة زمنية قصيرة تتراوح بين 24 ساعة وسنة، من أجل أخذ إجازة وعطلة للراحة والاستجمام، أو من أجل الاستطلاع واستكشاف ثقافات وحضارات الشعوب أو لأغراض أخرى باستثناء العمل أو الهجرة.

وقد ارتبط تعريف السياحة بتعريف السائح إذ يحظى هذا الأخير باهتمام الباحثين باعتباره الشخص المعني بالسياحة، حيث تعددت التعاريف المتعلقة بالسائح نذكر منها: " هو الفاعل الرئيسي في العملية السياحية الذي لولاه لما كانت العملية السياحية في الأساس، وهدف العملية السياحية هو ارضائه والعمل على راحته وتوفير جميع الوسائل المتاحة والمتوفرة له، وكذلك يجب ان لا ننسى أن هذا السائح يتأثر بالظروف الاجتماعية، الاقتصادية، الأمنية الدينية والسياسية للبلد الذي يزوره"<sup>3</sup>.

في هذا التعريف لم يتم التطرق الى مكان إقامة السائح ولا مدة المكوث خارج مكان الإقامة المعتاد.

<sup>1</sup> زيد منير عبودي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص: 167.

<sup>2</sup> خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص: 18.

<sup>3</sup> أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي مابين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص30

كما يعرف على أنه: "الزائر الذي ينتقل من مكان الى آخر ليقضي على الأقل ليلة واحدة في البلد الذي ينتقل إليه"<sup>1</sup>.

في هذا التعريف لم يتم التطرق إلى أنه قد ينتقل داخل البلد نفسه ويقضي ليلة واحدة.

على العموم تتفق كل التعاريف على أن السائح هو ذلك الشخص الذي يسافر خارج محل الإقامة الأصلي سواء داخل البلد أو خارجه لمدة لا تقل عن 24 ساعة.

### الفرع الثاني: بعض المصطلحات السياحية

أصبحت السياحة من أهم النشاطات في الوقت الحالي وتوجد عدة مصطلحات ومفاهيم متداخلة معها منها<sup>2</sup>:

#### أولاً: وقت الفراغ

هو الوقت المتبقي بعد تأدية العمل والنوم، ويشمل السياحة والاستجمام بأنواعه المختلفة، وذلك لأن هذه الأنواع جميعاً تقوم على مبدأ استغلال الإنسان لأوقات فراغه في نشاطات معينة.

#### ثانياً: الاستجمام

يشمل جميع النشاطات التي يمارسها الشخص أثناء وقت الفراغ، بإستثناء العمل الإضافي، أو أداء الوظائف المنزلية.

#### ثالثاً: السفر

هو نوع من أنواع حركة الأفراد خارج المنطقة التي يعيش فيها، متجها الى منطقة أخرى، حيث أن المسافر هو ذلك الشخص الذي ينتقل من دولة الى أخرى، أو ينتقل من منطقة إلى منطقة أخرى داخل نفس الدولة التي يعيش فيها، حيث يكون سفره لأسباب مختلفة قد تكون سياحية أو غير سياحية.

#### رابعاً: الزيارة

<sup>1</sup> عماد الدين جمال جمعة، ليلي محمد صابر الزلاقي، صناعة الضيافة علم وفن، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، 2009 ص: 163.

<sup>2</sup> سميرة عميش، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف1، 2015، ص: 35.

تعرف منظمة السياحة العالمية الزائر، على أنه الشخص الذي يزور بلدا غير تلك التي يقيم فيها بشكل دائم، لأي سبب من الأسباب غير الحصول على وظيفة أو عمل بأجر في الدولة التي يزورها، ويشمل هذا التعريف مفهوم السائح والمنتزه.

### خامسا: النزهة

يعتبر المنتزه أو طالب النزهة زائرا مؤقتا، إذ أنه يمكث أقل من 24 ساعة في بلد الزيارة، ولا يدخل ضمن هذا التعريف مسافرو الترانزيت حتى وإن قضوا بعضا من الوقت في الموانئ الجوية أو المحطات البرية، ويعتبر المنتزه أو طالب النزهة زائرا مؤقتا، إذ أنه يمكث أقل من 24 ساعة في بلد الزيارة.

### الفرع الثالث: خصائص السياحة

للسياحة خصائص هامة نردها على النحو التالي<sup>1</sup>:

- تعتبر السياحة صادرات فهي من الصناعات القليلة التي تقوم بنقل السائح إلى المكان أو المنطقة السياحية وليس العكس، ولا يمكن تخزينها كالطاقات الايوائية أو مقاعد المطاعم، فعندما لا يتم شغل أي غرفة من غرف الفندق يعتبر خسارة لأنها تكلف مصاريف ثابتة؛
- صعوبة تحويل المنتجات أو الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر مثل تحويل الفندق إلى مطار خلال فترة قصيرة، وبالتالي فالعرض السياحي غير مرن في المدى القصير.

ونذكر منها أيضا<sup>2</sup>:

- عدم إمكانية الاحتكار أو النقل في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة؛
- تعد السياحة من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع؛
- يمتد نطاق المنافسة إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة دائما ما تكون عالمية بين الدول المختلفة، لهذا فهي تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

<sup>1</sup> سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية علوم الاقتصاد والتسيير، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص: 18-19.

<sup>2</sup> سميرة عميش، مرجع سبق ذكره، ص: 25-26.



- يمتاز المنتج السياحي بخاصية الاختلاف لأنه دوما سيكون هنالك اختلاف في الجودة حتى لو كان هناك تطابق في الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة؛
- الأنشطة السياحية تؤثر على المستوى الكلي للدولة من خلال عدة زوايا منها الدخل الفردي والقومي وتحسين معدلات النمو الاقتصادي، التحسين والتطوير المستمر للأنشطة العمرانية والثقافية.

### المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي

النشاط السياحي يركز على قدرة البلد أو الإقليم على جذب السياح من خلال مقومات مختلفة.

#### الفرع الأول: المقومات الطبيعية

تعد العمود الفقري لتطوير السياحة، خصوصا في ظل الاهتمام الدولي بالنواحي البيئية والمحاولات المتكررة لحل مشكلات البيئة ومن هذه المقومات ما يلي<sup>1</sup>:

#### أولاً: المناخ

يعد المناخ الداعم والمحرك لحركة السياح وذلك لتأثيره المباشر على حركة الانسان ونشاطه وتكمن جاذبية المناخ في تنوعه او تباينه في الدولة.

#### ثانياً: الشواطئ والمسطحات المائية

لها وضع خاص في نفوس وخواطر عدد كبير من السياح لما لها من متعة وهدوء للأعصاب، وهي تعتبر من اهم المكونات السياحية لعدد من الدول.

#### ثالثاً: الشمس

تعد اشعة الشمس من المطالب المهمة للسياح نظرا لفائدتها الصحية وحاجة الناس اليها.

<sup>1</sup> زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل القطاع السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص: 15.

## رابعاً: النباتات الطبيعية

ان للغابات والنباتات الطبيعية والحشائش اثرا عظيما في نفوس السياح وتعتبر من وسائل الجذب الكبيرة التي تثير اعجاب محبي الطبيعة.

## الفرع الثاني: المقومات الأثرية والتاريخية

يعتبر التعرف على الحضارات والتاريخ الانساني من خلال المعالم التاريخية متعة ذهنية رفيعة، فليست مشاهدة ودراسة الاثار مجرد وسيلة للهروب من الحاضر والتلقيب عن الماضي، ولكن هي وسيلة لفهم أنفسنا وانعكاسا لحضارات وامتداد لتطور المعرفة الانسانية ويضم العالم معالم اثرية تعتبر مغريات سياحية تتفاوت اهميتها كالأثار الفرعونية في مصر والبابلية في العراق<sup>1</sup>.

## الفرع الثالث: المقومات الاجتماعية والدينية

تتمثل المقومات الاجتماعية في طريقة حياة الشعوب وسلوكها الذي قد يجمع بين القديم الرائع والحديث المتقدم بالإضافة الى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها، فالعادات تختلف وتباين من مجتمع لآخر وبتبلور هذا في عادات الطعام واللباس، والمهن واللغات وغيرها وهذه الامور تدفع بالسياح لمعرفة واستكشاف هذه المناطق للتعرف على عاداتها وتقاليدها<sup>2</sup>.

## الفرع الرابع: تسهيلات الإقامة

تعتبر المقومات الصناعية عامل اساسي في جذب السياح وعدم توفرها يمنع السائح من السفر والتنقل والتجوال في المناطق السياحية وايضا من اقامة وراحة وتتمثل هذه المقومات في<sup>3</sup>:

أولاً/ وسائل النقل: حيث تكون اماكن الجذب السياحي مهما كان نوعها قليلة القيمة لو كانت مواقعها صعب الوصول اليها بوسائل النقل العادية.

<sup>1</sup> علي احمد هارون، اسس الجغرافيا الاقتصادية، بدون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000، ص: 128.

<sup>2</sup> حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة البليدة، 2006، ص: 49.

<sup>3</sup> زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص: 16-17.

ثانيا/الايواء: لا توجد سياحة بمعنى حقيقي بدون اماكن الايواء، فأول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله الى اي دولة هو مكان مناسب للإقامة.

ثالثا/البنية التحتية: تعتمد السياحة بصورة مباشرة على البنية التحتية وهو مصطلح يطلق على الخدمات الاولية الواجب توفرها لقيام اي مشروع او منظمة سياحية.

رابعا/البنية الفوقية: مصطلح يطلق على منشآت الإقامة السياحية ومشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكالات الاسفار...الخ.

### المطلب الثالث: أنواع السياحة

عرفت السياحة تطورات مستمرة بسبب التحولات الاقتصادية والاجتماعية وكذا تغير وتزايد حاجات الأفراد ورغباتهم لهذا يمكن تصنيف السياحة وفقا لمعايير مختلفة والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (01): أنواع السياحة

نوع السياحة	المعيار المعتمد
سياحة فردية - سياحة جماعية	وفقا لعدد المسافرين
سياحة الطلائع - سياحة الشباب - سياحة الناضجين - سياحة كبار السن والمتقاعدين والشيوخ.	وفقا للسن
السياحة لمدة أيام - السياحة الموسمية - السياحة العابرة - السياحة شبه المقيمة	وفقا لمدة البرنامج السياحي
السياحة الترفيهية - السياحة الثقافية - السياحة العلاجية -السياحة الرياضية - السياحة الدينية - السياحة الاقتصادية ( سياحة الأعمال) - سياحة المؤتمرات	وفقا لدوافع السفر
السياحة الدولية ( الخارجية) - السياحة المحلية	وفقا للموقع الجغرافي

المصدر: من اعداد الطالبتين.

## الفرع الأول: طبقا لعدد المسافرين

وتنقسم الى<sup>1</sup>:

1-سياحة فردية: وهي التي تتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة.

2-سياحة جماعية: تتمثل في سفر مجموعة أشخاص عادة تربطهم علاقات معينة (نادي، جماعة، شركة، نقابة، رحلة منظمة من طرف شركات السياحة).

## الفرع الثاني: السياحة وفقا للسن

وتنقسم وفق هذا المعيار إلى<sup>2</sup>:

1-سياحة الطلائع: يتعلق بالمرحل العمرية من 7 إلى 14 سنة، وتتنشط في فترة العطل على شكل رحلات كشفية والتعرف على الطبيعة.

2-سياحة الشباب: وتكون الفئة العمرية من 15 إلى 29 سنة، ويتميز هذا النوع بالبحث عن الإثارة.

3-سياحة كبار السن والمتقاعدين أو الشيوخ: وهي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشا وتنتشر بكثرة في الدول الغربية، وتمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات.

4-سياحة الناضجين: وتكون في المرحلة العمرية بين 35 و55 سنة وهي سياحة للاسترخاء من عناء العمل وإرهاقه خلال العام، ولذلك فالبرنامج السياحي هنا يرتبط بمناطق الاستجمام والراحة<sup>3</sup>.

## الفرع الثالث: وفقا لمدة البرنامج السياحي

وتنقسم الى<sup>4</sup>:

1-السياحة لمدة أيام: وهذا النوع من السياحة عادة ما يستغرق أيام محددة يقضيها السائح في إطار برنامج معين موضوع، ولا يرتبط التعاقد بموسم معين.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002، ص: 47.

<sup>2</sup> مرزوق عابد العقيد وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 50.

<sup>3</sup> أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص: 42.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص: 43.

- 2- **السياحة الموسمية:** وهذا النوع من السياحة يرتبط بموسم سياحي معين مثل برنامج الاصطياف صيفا.
- 3- **السياحة العابرة:** وهذا النوع من السياحة يقوم به السائح فجأة ودون تخطيط مسبق وبشكل عابر، مثل قيام المسافرين برحلة سياحية أثناء عبورهم لمنطقة أو دولة ما.
- 4- **السياحة شبه المقيمة:** يعتمد هذا النوع على الأجانب المقيمين بالبلاد، فتقوم الشركات السياحية بإعداد برامج سياحية متنوعة لهم تعتمد على زيارة معالم الدولة.
- الفرع الرابع: وفقا لدوافع السفر**
- ويمكن إجمالها فيما يلي:

- 1- **السياحة الدينية:** هي السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود الدولة بهدف زيارة الأماكن المقدسة<sup>1</sup>.
- 2- **السياحة الرياضية:** وهي الانتقال من أجل ممارسة أنشطة رياضية مختلفة، أو الاستمتاع بمشاهدة هذه الأنشطة<sup>2</sup>.
- 3- **السياحة الترفيهية:** وتسمى أيضا سياحة الاستجمام يكون الهدف منها هو تحقيق الترفيه<sup>3</sup>.
- 4- **السياحة العلاجية:** لقد أدى الاهتمام المتزايد بالصحة خلال الفترة الحالية من القرن الواحد والعشرين، إلى ظهور العديد من الأماكن من مستشفيات متخصصة ومنتجات استشفائية التي توفر هذا النوع من السياحة<sup>4</sup>.
- 5- **سياحة المؤتمرات والسياحة الاقتصادية:** الأولى يستقطب حركة ضخمة من السائحين المهتمين بحضور المؤتمرات والثانية تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام الصفقات ويمثل 20% من حجم حركة السياحة الدولية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> أكرم عاطف رواشدة، **السياحة البيئية: الأسس والمركبات**، الطبعة الأولى، دار الراجية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص: 26.

<sup>2</sup> ماهر عبد الخالق السيسي، **مبادئ السياحة**، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، 2001، ص: 57.

<sup>3</sup> أحمد فوزي ملوخية، **مدخل إلى علم السياحة**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص: 83.

<sup>4</sup> عماد الدين جما جمعة، ليلي محمد صبر الزلاقي، مرجع سبق ذكره، ص: 172.

<sup>5</sup> محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص: 54.

## الفرع الخامس: وفقا للموقع الجغرافي:

وتقسم إلى<sup>1</sup>:

1-السياحة الخارجية(الدولية): ويعني انتقال السياح إلى بلد ما، وتشجعه معظم دول العالم للحصول على العملة الصعبة.

2-السياحة الإقليمية: ويقصد بها السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية.

3-السياحة المحلية: تمثل انتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم.

وتجدر الإشارة إلى أن السياحة تأثرت بظهور مفاهيم وأفكار وفلسفات حديثة مما أدى إلى بروز أنواع حديثة من السياحة من بينها<sup>2</sup>:

-السياحة الايكولوجية(ecotourisme): وهي نوع من أنواع السياحة الحديثة ظهرت نتيجة الاهتمام الواسع بالبيئة، وتعرف بأنها السياحة التي تساهم بشكل فعال في حماية الإرث الطبيعي والثقافي بمشاركة من السكان المحليين في تحقيق رفاهيتهم.

-السياحة المسؤولة (tourisme responsable): وتهدف إلى جعل كل المتعاملين السياحيين ملزمين بالتقيد ببعض الالتزامات.

-السياحة التضامنية (tourisme solidaire): تعطي أولوية وأهمية قصوى للناس خلال السفر وتندرج في إطار تنمية الجهات.

-السياحة العادلة (tourism fair): عبارة عن مجموع أنشطة الخدمات السياحية التي يقدمها الفاعلون السياحيون لمسافرين مسؤولين<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس-سطفى، الجزائر، 2012، ص ص:28-29.

<sup>2</sup> فتحية غربي، دور المتعاملين السياحيين في تنمية الأقاليم السياحية في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاد الخدمات وتنمية الأقاليم، جامعة جيجل، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2017، ص: 23.

<sup>3</sup> صلاح زين الدين، التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث: القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر 2016، ص: 15.

-**السياحة المستدامة (tourisme durable):** هي منهج وأسوب تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية، وتطبيق مفهوم الاستدامة السياحية يعتمد على ثلاث جوانب هامة، العائد المادي والبعد الاجتماعي، أما البعد الثالث فهو البيئة<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي للسياحة المحلية

تعتبر السياحة المحلية من القطاعات التي لا تلقى اهتمام كبير من قبل الدولة رغم الأهمية البالغة التي تلعبها سواء على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي، كما تعتبر هدف تنموي يهدف الى تنويع مصادر الدخل والايادات للدولة.

#### المطلب الأول: تعريف السياحة المحلية

إن مصطلح "المحلية" له دلالات مختلفة في سياق السياحة والحسابات القومية في مجال السياحة المحلية، إذ تحتفظ دلالاته التسويقية بالإشارة للأنشطة السياحية للزوار المقيمين داخل بلد الإقامة ومن منظور الطلب الاقتصادي، فإن مصطلح "المحلية" يشير إلى أنشطة المستهلكين المقيمين بغض النظر عن موقع ذلك النشاط، وبالتالي فإن مصطلح "السياحة المحلية" يتوافق مع ما يسمى بـ "السياحة الوطنية"، غير أن المصطلحات المتعلقة بالسياحة المحلية القادمة ستوضح لنا الفرق الجوهرية في نشاطها الاقتصادي<sup>2</sup>:

**1-السياحة المحلية (Domestic tourism):** وهي التي تضم أنشطة زائر مقيم داخل البلد الذي يقطن به، وقد تكون إما كجزء من رحلة سياحية داخلية أو جزء من رحلة سياحية خارجية.

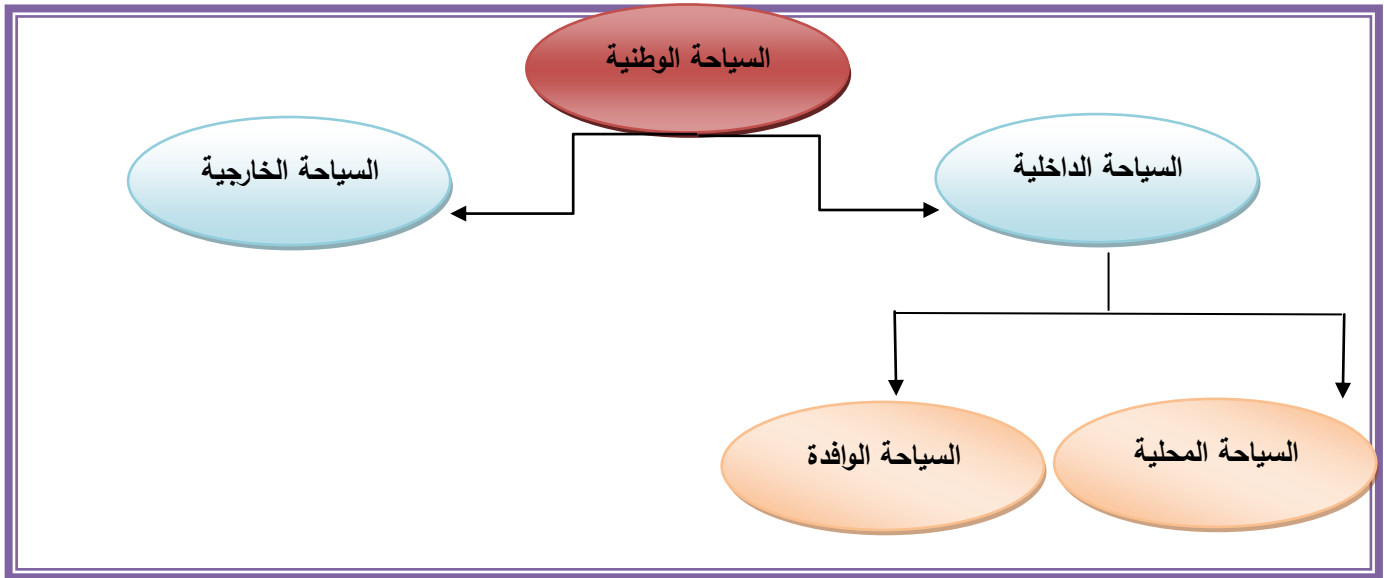
**2-السياحة الداخلية (Internal tourism):** التي تضم السياحة المحلية والسياحة الوافدة، وهي أنشطة الزائرين المقيمين وغير المقيمين داخل البلد، والتي قد تكون كجزء من رحلات السياحة المحلية أو الدولية.

**3-السياحة الوطنية (National tourism):** التي تضم السياحة الداخلية والسياحة الخارجية، وهي أنشطة الزوار المقيمين وغير المقيمين داخل البلد الأم وبلد أجنبي، والتي قد تكون إما كجزء من رحلات السياحة المحلية أو الخارجية.

<sup>1</sup> معاوية أحمد حسين، السياحة المستدامة في الوطن العربي-مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقها، على الموقع الالكتروني، <http://www.researchgate.net> (20/04/2019, 14.30).

<sup>2</sup> زبير عياش، فانت باشا، إمكانية السياحة المحلية بالجزائر من المنظور التكنولوجي-بين الواقع والمأمول-، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد14، مارس 2016، ص: 174.

الشكل رقم 01 مصطلحات متعلقة بالسياحة المحلية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة.

وتعرف السياحة المحلية أيضا بأنها: "انتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم وهنا ينتقل السائح من مكان إقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها وأن يقضي ليلة على الأقل في المكان المزار ليس بغرض العمل ولكن بغرض الترفيه والاستجمام أو لأسباب دينية أو حضور مؤتمر أو ندوة"<sup>1</sup>.

هذا التعريف ركز على الانتقال داخل حدود الدولة فقط، بينما قد يكون الانتقال داخل حدود المنطقة ويقضي ليلة أيضا فيها كأن ينتقل من شمال المنطقة التي يقيم فيها إلى جنوبها.

وتعرف أيضا بأنها: "الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولتهم إلى مناطق سياحية معينة غالبا لا تقل مدة الزيارة عن 24 ساعة"<sup>2</sup>.

وتعرف أيضا: " هي نشاط سياحي داخل حدود الدولة نفسها، أي من قبل سكان وأفراد البلد نفسه، بحيث يسافر سكان منطقة معينة من مكان إقامتهم إلى منطقة أخرى في البلد نفسه بهدف الترفيه والاستجمام والسياحة، ويكون السفر لمسافة 80 كيلومترا على أقل تقدير من بيوتهم أو مكان إقامتهم داخل حدود الدولة

<sup>1</sup> حميدة بوعموشة، مرجع سبق ذكره، ص: 28.

<sup>2</sup> عبد الرحمان أولاد زاوي، سيف الدين رحابلية، المؤسسات الاداعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الاول حول: المقاولاتية و تفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة مساعدية محمد الشريف-سوق اهراس، 22-23 افريل 2014، ص: 5.



نفسها، وفي فترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، ثم الرجوع إلى مقر الإقامة الأصلي كما يمكن تعريف السياحة الداخلية بأنها انتقال بشكل مؤقت للفرد أو الجماعة داخل حدود الدولة<sup>1</sup>.

وقد اختلف مفهوم السياحة المحلية منهجيا من دولة إلى أخرى طبقا للمسافة أو مدة الرحلة أو تكرار الزيارة<sup>2</sup>:

**1- حسب مسافة الرحلة:** فلندا وشيلي تكون المسافة 05.03 كم بعيدا عن مقر الإقامة، كندا 08 كلم بعيدا عن مقر الإقامة، فرنسا 1 كلم، أمريكا 11.57 كلم، مصر 56 كم بعيدا عن مقر الإقامة الدائم.

**2- حسب مدة الرحلة:** بلجيكا وبريطانيا خمسة أيام بعيدا عن محل الإقامة، ألمانيا أربعة أيام.

**3- حسب تكرار الزيارة:** السعودية مثلا 08 كم مع تكرار 4 مرات شهريا أو أكثر، وهذا أدى إلى ظهور البيئة المعتادة "Usualenvironment" كقياس لوصف الانتقال كسياحة محلية لتصبح أي نشاط يقوم به الشخص خارج الأماكن التي يذهب إليها بعيدا عن مقر إقامته بصفة دورية أو أسبوعية.

مما سبق نستنتج أن السياحة المحلية هي "عبارة عن تنقلات الأفراد إلى مختلف المواقع السياحية على مستوى الدولة والمناطق المختلفة بغرض الترفيه أو الاستجمام والعلاج وغيرها، ولمسافة 80 كلم.

أما فيما يخص السائح المحلي فهو كل شخص يسافر داخل البلد وخارج محل إقامته.

ويتم تصنيف السائحون وفق إحصاءات السياحة الداخلية كما يلي<sup>3</sup>:

❖ **زائرون تشملهم إحصاءات السياحة المحلية:** ويمثلون في الأشخاص الذين يسافرون للمتعة أو أسباب عائلية أو للصحة، المشتركون في مؤتمرات أو اجتماعات أو أحداث رياضية، المسافرين لمهام عملية أو إدارية وغيرها، المسافرين للأعمال كموظفي الشركات التجارية والصناعية، الطلبة في المدارس الداخلية أو في الجامعات الكائنة في مناطق ومدن أخرى.

<sup>1</sup> هايل الجازي، معوقات السياحة الداخلية، على الموقع <http://mawdoo3.com>، (5 / 4/ 2019، 20:00)

<sup>2</sup> مصطفى النجار، السياحة الداخلية حديث كل ازمة، جريدة الاهرام المصرية، ليوم 10 اكتوبر 2013، العدد 46329، على الموقع <http://www.ahram.org.eg/NewsQ/236260.A>، (07 ماي 2019، 56: 13).

<sup>3</sup> محمد فقيه وآخرون، معوقات الحذب السياحي داخليا ودورها في بناء إستراتيجية تسويقية سياحية، مشروع تخرج جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم التسويق، فلسطين، 2001، ص: 17.

❖ زائرون لا تشملهم إحصاءات السياحة المحلية: وهم أعضاء القوات المسلحة المسافرون إلى مناطق أخرى لمباشرة مهامهم، المسافرون داخل الدولة الذين ينتقلون لأعمالهم اليومية.

### المطلب الثاني: أهمية السياحة المحلية

تتبلور أهمية السياحة المحلية في:

#### الفرع الأول: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية

تتمثل أهمية السياحة المحلية اقتصاديا في<sup>1</sup>:

- تعمير وتنمية الكثير من المناطق بإقامة المنشآت والقرى السياحية المناسبة؛
  - تنمية الصناعات البيئية بهذه المناطق؛
  - إيجاد فرص جديدة للعمالة سواء المباشرة أو غير المباشرة؛
  - بناء السلوك السياحي بما تنميه من إيجاد وعي لدى الأفراد بحسن التعامل مع الآخرين؛
  - تحقيق النشاط المتجدد في العمل فيصبح الشخص أكثر إنتاجا وأفضل تعاملًا في علاقاته؛
  - توسع المدارك بما توفره من ثقافة؛
  - تحقيق تماسك المجتمع بما تتيحه من ألوان التعارف والتآلف والاطلاع على أفكار الآخرين وثقافتهم و عاداتهم و أساليب معيشتهم؛
  - الإسهام في زيادة نسبة الإشغال الفندقي وأماكن الإقامة المرتبطة خصوصا في غير الموسم السياحي، مما يساعد على حل مشكلات التشغيل الفندقي وضمان الحفاظ على العمالة فيها.
- وتتمثل أيضا في<sup>2</sup>:

- تساهم السياحة المحلية بشكل فعال في تحقيق مستوى عال من الرفاهية سواء النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، البدنية والفكرية للفرد والمجتمع بشكل عام؛

<sup>1</sup> مصطفى النجار، موقع سبق ذكره.

<sup>2</sup> هائل الجازي، موقع سبق ذكره.

- تحد السياحة المحلية من تسرب الدخل الوطني خارج البلاد من خلال تشجيع الاستثمار السياحي داخل الدولة نفسها؛
- تساهم في رفع مستوى فرص العمل للشباب العاطلين عن العمل في حال كان الاستثمار السياحي داخل الدولة، فعند انشاء الفنادق والمطاعم مثلا سيؤدي الى خلق فرص عمل جديدة للشباب؛
- أما من الجانب الثقافي والاجتماعي، فالسياحة المحلية تسهم في نشر الوعي حول المواقع السياحية وكيفية حمايتها، وحول التراث الثقافي والمعنوي وأهمية الحفاظ عليه، كما تسهم بنشر الوعي حول كيفية التعامل مع السياح الوافدين مما يؤدي إلى تقليص الهوة والفروقات الطبقيّة والاجتماعية بين السياح القادمين والسكان المحليين<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: الأهمية السياسية

تتمثل الأهمية السياسية للسياحة المحلية فيما يلي<sup>2</sup>:

- تنمية شعور الانتماء لدى المواطن نحو وطنه والاعتزاز بتراثه؛
- تعزيز الإحساس بجمال الوطن وجاذبيته مما يحفز الرغبة في الحفاظ عليه وتأكيد الولاء له؛
- تأمين وحدة التراب الوطني بنشر الوعي بين المواطنين لتعريفهم بالحدود السياسية المتعارف عليها لدولتهم؛
- تجلّى دور السياحة المحلية في مواجهة الأزمات الخارجية.

### المطلب الثالث: معوقات السياحة المحلية

للسياحة المحلية معوقات كثيرة منها:

- ارتفاع الأسعار وكثرة الضرائب فيما يتعلق بتكاليف السياحة المحلية؛

<sup>1</sup> حيلّا بطاح، تقرير حول السياحة الداخلية نشاط اقتصادي، <http://www.syrianwomenforumforpeace.com/ar/S143>، (15/04/2019، 15.00).

<sup>2</sup> مصطفى النجار، مرجع سبق ذكره.

- خطورة أو عدم صلاحية العديد من الطرق الداخلية والخارجية التي تربط مدن الدولة خاصة التي تحتوي على أماكن أثرية؛
  - نقص وعدم كفاية الخدمات التي يحتاجها السياح على الطرق المؤدية للاماكن السياحية؛
  - عدم تهيئة بعض المناطق التي يذهب إليها السياح، وافتقادها للعديد من الضروريات خاصة السكن مثل: النظافة، وقلة بعض الخدمات المشجعة على السياحة المحلية؛
  - انخفاض دخل الفرد الإجمالي في بعض الدول خاصة النامية، مما يؤدي إلى عدم قدرته على الخروج للسياحة والترفيه باعتبارها من الكماليات، كونه مشغولا بتوفير الحاجات الأساسية أولاً؛
  - عدم الاهتمام والعناية الكافية والضرورية بالاماكن الأثرية وضعف الترويج لها داخل الدولة؛
  - انخفاض المستوى المعيشي للأفراد، مما يؤدي إلى الحد من قدراتهم للإنفاق على الأنشطة السياحية؛
  - ضعف أو عدم الرغبة لدى الكثير من المواطنين في زيارة الأماكن والمعالم التاريخية والأثرية في البلاد، ويرتبط ذلك بضعف الوعي السياحي والثقافي بأهمية ومكانة هذه المعالم السياحية، بالإضافة إلى محدودية تنوع الأنشطة الترفيهية والبرامج المشجعة للسياحة والترفيه الموجهة لفئات المجتمع باختلافها؛
  - ضعف الحوافز التشجيعية الضرورية التي تساهم في تنشيط الحركة السياحية الداخلية.
- مما سبق نستنتج أن الاهتمام بالسياحة المحلية أصبح ضرورة لما تعكسه من آثار مختلفة حيث تعمل على شغل الفنادق في غير موسم ذروة السياحة الوافدة، وتخفيف الأعباء المالية على المنشآت السياحية، فهي وسيلة ترفيه للشخص حيث أصبحت الكثير من الدول تسعى نحو توفير التسهيلات لمواطنيها لتحفيزهم على القيام بالرحلات السياحية المحلية.

## المبحث الثالث: السياحة المحلية كعامل لتحقيق التنمية

### المطلب الأول: التنمية المحلية

تحتل قضية التنمية مكانا بارزا في الفكر الاجتماعي والاقتصادي والسياسي المعاصر، وقد حظيت باهتمام كبير في الماضي لدى آدم سميث، وقد ظهر مفهوم التنمية في علم الاقتصاد للدلالة على حدوث جملة من التغيرات الجذرية داخل مجتمع معين.

### الفرع الأول: مفهوم التنمية

#### أولاً: تعريف التنمية

التنمية لغة من النماء وهو الزيادة والكثرة، وتنمية الشيء تعني احداث النماء فيه.

وتعني كذلك " الرعاية المبذولة من اجل تحقيق اكتمال أطوار نمو الشيء وبلوغ كماله، وهي لا تبتعد عن هذا المعنى في اللغات الأخرى كالفرنسية والإنجليزية"<sup>1</sup>.

وتعرف أيضا بانها: " العملية التي من خلالها تتحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل الحقيقي على مدار الزمن والتي تحدث من خلال تغييرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة إضافة الى احداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصالح الطبقات الفقيرة"<sup>2</sup>.

كما تعرف أيضا: " هي تعبير للزيادة السريعة والمستمرة في مستوى الدخل الفردي عبر الزمن بل أن بعض الباحثين يذهب إلى إعطاء تحديد كمي للزيادة السنوية المطلوبة في الناتج القومي الإجمالي استنادا إلى خبر الدول المتقدمة في مراحل تطورها المبكرة وإلى معدلات التزايد السكاني في الدول النامية"<sup>3</sup>.

مما سبق نستنتج أن التنمية هي التغير في مجال معين بالزيادة والتأثير فيه وقد يكون في المجال الاقتصادي أو الاجتماعي أو السياسي.

<sup>1</sup> سعيد الحضري، الفكر الاقتصادي العربي في التنمية، بدون طبعة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1990، ص: 21.

<sup>2</sup> محمد عبد العزيز عجمية، ايمان عطية ناصف، التنمية الاقتصادية-دراسة نظرية وتطبيقية - قسم الاقتصاد للنشر، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، الإسكندرية، 2000، ص: 56.

<sup>3</sup> جمال حلاوة، علي صالح، مدخل الى علم التنمية، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، الأردن، 2009، ص: 29.

## ثانيا: أهداف التنمية

تهدف التنمية إلى تحقيق الأهداف التالية<sup>1</sup>:

- تأمين زيادة مستمرة في متوسط دخل الفرد عبر فترة ممتدة من الزمن وإلى إنشاء التنظيم السياسي الممثل لمصالح القوى صاحبة المصلحة الحقيقية في التنمية، وإيجاد أعداد وفيرة من الكفاءات الإدارية والتنظيمية، وإجراء تغييرات في القيم والعادات؛
- إحداث سلسلة من التغييرات الوظيفية والهيكلية اللازمة لنمو المجتمع وذلك بزيادة قدرة أفرادها على استغلال الطاقة المتاحة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الحرية والرفاهية؛
- تحسين حياة البشر من خلال رفع إشباع الحاجات الأساسية للفرد.

## الفرع الثاني: تعريف التنمية المحلية

تعرف بانها" بحث في الأنشطة التي تستهدف رفع المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأقاليم المحلية والتي تشكل في آن واحد أحد أهم مجالات عمل مؤسسات السياسة العامة المعاصرة وأحد أهم وسائل التنمية الوطنية التي لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال التركيز على الأجزاء الأكثر تخلفا في الدولة والتي تشكل الأقاليم المحلية الجزء الأكبر منها"<sup>2</sup>.

أي أن التنمية المحلية عبارة عن نشاطات تسعى لتحسين المستوى المعيشي للأقاليم المحلية.

وتعرف أيضا بأنها" العملية التي يمكن من خلالها تحقيق التعاون الفعال بين الجهود الشعبية والجهود الحكومية للارتقاء بمستويات التجمعات المحلية والوحدات المحلية اقتصاديا، اجتماعيا، وثقافيا من منظور تحسين نوعية الحياة للسكان"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> كريم برقي، دور الجماعات الإقليمية في تفعيل التنمية المحلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الدكتور يحي فارس، المدينة، 2010، ص: 05.

<sup>2</sup> علي محمد ديهوم، فتحي أبو رزبة، المجتمع المدني ودوره في عملية التنمية المحلية، المؤتمر الاقتصادي الأول للاستثمار والتنمية في منطقة الخمس، على الموقع الإلكتروني:

[Ecidiko.elmergib.edu.ly/papers/ecidiko2017-027%20p%20.pdf](http://Ecidiko.elmergib.edu.ly/papers/ecidiko2017-027%20p%20.pdf) (23.03.2019, 20.00)

<sup>3</sup> عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الطبعة الأولى، دار النشر الثقافية، الإسكندرية، 2001، ص: 13.

نستخلص من هذا التعريف أن التنمية المحلية هي إجراء تحسينات على نوعية الحياة في مختلف المجالات وأيضاً مساهمة المجتمع المحلي في النهوض القومي للبلاد.

وتعرف أيضاً بأنها: " هي عملية التغيير التي تتم في إطار سياسة عامة محلية تعبر عن احتياجات الوحدة المحلية (ريفية أو حضرية أو صحراوية)، من خلال القيادات المحلية القادرة على استغلال الموارد المحلية، وإقناع المواطنين المحليين بالمشاركة الشعبية والاستفادة من الدعم المادي والمعنوي، وصولاً إلى رفع مستوى معيشة المواطن المحلي، ودمج جميع الوحدات المحلية في الدولة"<sup>1</sup>.

نستخلص من هذا التعريف أن المشاركة الشعبية للمواطنين عملية مهمة من أجل الوصول إلى التنمية المحلية.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن التنمية المحلية هي التعاون بين جهود المواطنين والجهات الحكومية للارتقاء بمستوى المجتمع المحلي من الناحية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، والسياسية، بإستغلال الموارد المحلية المتاحة.

### الفرع الثالث: مبادئ التنمية المحلية

تتمثل فيما يلي<sup>2</sup>:

#### أولاً: التوازن

لا يعني التوازن عدم إهمال جانب من جوانب مجالات أو برامج التنمية المحلية، وإنما يعني تحديد معدلات الاستثمار في كل مجال بالنسب الملائمة، حيث إذا اقتضى الأمر في ظروف ما زيادة جرعة الخدمات المختلفة، كما يتناول أيضاً دور المجهودات الحكومية وغير الحكومية.

#### ثانياً: التعاون والتفاعل الإيجابي

وهو يعني أن يكون هناك تعاون وتأثير متبادل بين أنشطة المجتمع وعناصر الحياة الاجتماعية، سواء كانت أجهزة التنمية الحكومية أو غير حكومية وألا يترك هذا التعاون للصدفة، وإنما إيجاد المناخ الملائم لذلك.

<sup>1</sup> مجموعة خبراء، التنمية الريفية والمحلية وسيلة الحكومات لتحقيق التنمية الشاملة ومحاربة الفقر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر، 2008، ص: 21.

<sup>2</sup> فؤاد بن غضبان، التنمية المحلية: ممارسات-فاعلون، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 41.

**ثالثا: التنسيق**

إلى جانب الشمول والتوازن يجب ان يكون هناك قدر مناسب من التنسيق لمنع التداخل بين البرامج لتحديد الأدوار وتوقيتها على ضوء وضوح أهداف عملية التنمية، وهو يهدف إلى توفير جو يسمح بتعاون جميع الأجهزة القائمة على خدمة المجتمع وتظافر جهودها وتكاملها.

**رابعا: الشمول**

وهو يعني ضرورة تناول قضية التنمية من جميع جوانبها الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، وهذا يعني الاهتمام بجميع جوانب الحياة في المجتمع بصورة متكاملة بين الحاجات والرغبات<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: العلاقة بين التنمية والسياحة**

قدمت أول محاولة لربط التنمية بالسياحة من طرف douglas pearce في إشارة منه إلى طبيعة الدول النامية والنمو الاقتصادي وأنواع المساعدة التي تحتاجها تلك الدول وكيف يمكن للقطاع السياحي أن يلعب دورا فعالا في تفعيل القطاعات الأخرى من خلال استفادته من مداخل هذا القطاع، إلا أن هذا أثار نوع من الجدل بفعل أن كيف للسياحة أن تعمل على تنمية مجتمعات تفتقد لعناصر الحياة الرئيسية، إلا أنه عاد إلى القول بأهمية السياحة كصناعة اقتصادية، وأوضح أن السياحة يمكن أن تعالج مشاكل الدول النامية في توفير الاحتياجات الضرورية<sup>2</sup>.

وفي بداية السبعينات تأكد ضرورة التنمية السياحية في الدول النامية لقدرة القطاع السياحي على النمو والتطور بأقل التكاليف.

**الفرع الأول: تعريف التنمية السياحية**

هي أحداث أنواع التنمية ومتداخلة مع جميع أنواع التنمية وتعرف بأنها: " الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق

<sup>1</sup> نبيل حليلو، التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2012، ص: 48.

<sup>2</sup> طارق عبد الفتاح الشريعي، تنمية المبيعات السياحية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، مؤسسة حورس الدولية، 2009، ص: 15.



أكبر معدل ممكن من النمو بأقل تكلفة وفي أقرب وقت ممكن لمواجهة المنافسة في السوق الدولية"<sup>1</sup>.

ومن هذا التعريف فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية لمواجهة المنافسة في السوق السياحي.

وتعرف أيضا بأنها: " تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية"<sup>2</sup>.

هذا التعريف ركز على الدور الاقتصادي للتنمية السياحية والمكاسب التي تحققها.

وتعرف أيضا بأنها: " توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل كذلك الموارد السياحية لتعظيم وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي"<sup>3</sup>.

مما سبق نستنتج أن التنمية السياحية عبارة عن خطط وبرامج من أجل تحقيق النمو في كافة المجالات وتطوير مناطق الجذب السياحي وإشباع حاجات ورغبات السياح.

### الفرع الثاني: متطلبات التنمية السياحية

هناك جملة من المتطلبات نذكر منها<sup>4</sup>:

#### أولاً: متطلبات تنظيمية

وتتعلق بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تهتم النشاط السياحي سواء وزارات أو أجهزة الثقافة أو القطاع السياحي، من تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة.

<sup>1</sup> عياشي عبد الله، إستراتيجية تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016، ص: 69.

<sup>2</sup> أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص: 45.

<sup>3</sup> عصام حسن السعدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار الياقوت للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص: 133.

<sup>4</sup> يسرى دعبس، التنمية السياحية المتواصلة، بدون طبعة، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص: 516-517.

**ثانيا: متطلبات بيئية**

وهي التي تختص بحماية البيئة والحفاظ عليها لكي يكون المناخ ملائما للنشاط السياحي، واستقبال السياح فالتنمية البيئية مرتبطة بالتنمية السياحية لما لها من دور فعال في عملية الجذب السياحي متضمنة حماية الآثار والموارد السياحية الطبيعية من أخطار تلوث البيئة.

**ثالثا: متطلبات إدارية**

وهي المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في المجال السياحي، حيث يجب أن تتوفر فيهم الكفاءة والفاعلية والإلمام بالعمل السياحي ككل وخاصة فيما يتعلق بالفنادق.

**ثالثا: متطلبات عامة**

وتتضمن الخدمات التي تقدمها الدولة وتضعها في خطتها العامة مثل الخدمات التي تقدم لتنمية الحركة السياحية فيها.

**المطلب الثالث: الدور التنموي للسياحة المحلية**

تجارب الدول في العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الهام الذي تلعبه السياحة بصفة عامة والسياحة المحلية بصفة خاصة في التنمية في اقتصاديات الدول والذي يمكن تلخيصه فيما يلي:

**الفرع الأول: تشغيل الأيدي العاملة**

في السياحة المحلية تأتي الأولوية في العمل في النشاطات السياحية للسكان المحليين لأنهم الأدرى بظروف المنطقة وعاداتها وتقاليدها وقيمها، هذا من جهة ومن جهة أخرى عادة ما يكون دور السكان المحليين في الوظائف الخدمية والبسيطة أكثر من الوظائف الإدارية والإشرافية، ولهذا لا بد من تدريبهم على الإدارة والإشراف لان بقاءهم في الوظائف الخدمية قد يؤدي الى استيائهم من السياحة مما قد يقود إلى تراجعها او فشلها إذ لم تجد الترحيب من هؤلاء السكان، وهنا يلوح مشكل التدريب خاصة، لهذا وجب تأهيلهم من الناحية المعرفية واللغوية وفن التعامل مع الزوار<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية الأسس والمرتكزات، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص: 132.

### الفرع الثاني: المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق

في حالة قيام الدولة باستثمار المواقع السياحية في كافة المناطق المختلفة في الوطن، فإن هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم بشكا متوازن، فيؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة، استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، تنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة وإعادة توزيع الدخل بين كافة أفراد المجتمع.

وتحقيق درجة معينة من التنمية الاقتصادية لمختلف الأقاليم يساهم مساهمة بناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مناطق الوطن ومعالجة الكثير من المشاكل فيه، كما لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطور النشاط السياحي في زيادة مجالات التعاون بتطوير العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى، والتي ينجم عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية، وتنوع استخداماتها واستغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها، مما يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسع وزيادة الضرائب ويساهم في تنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: الدور الاجتماعي والثقافي للسياحة المحلية

يقصد بالدور الاجتماعي والثقافي للسياحة المحلية رصد كل النتائج التي تجنى منها، والتي تنعكس على الجوانب الجغرافية والديموغرافية للسكان المحليين، بالإضافة إلى الملامح الاجتماعية الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات، ويختلف الدور الاجتماعي والثقافي للسياحة المحلية من منطقة إلى أخرى ويتمثل هذا الدور في<sup>2</sup>:

-بعث الفنون المحلية والصناعات والحرف اليدوية والنشاطات الحضرية للسكان المحليين؛

-رفع المستوى الاجتماعي للمنطقة والمستوى المعيشي للسكان.

<sup>1</sup> يحي سعيدي، سليم العمرابي: مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013، ص ص: 101-102.

<sup>2</sup> خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم اقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص: 89.

## الفرع الرابع: الدور البيئي للسياحة المحلية

يتمثل دور السياحة المحلية في الجانب البيئي في<sup>1</sup>:

-الاهتمام بالبعد الجمالي سواء بالنسبة للبيئة الطبيعية أو التي من صنع الإنسان؛

-الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية وعدم الاساءة إليها باعتبارها ثروة وطنية؛

-تنظيم وتخطيط استخدامات الأرض بشكل سليم يهدف إلى تحقيق أقصى منفعة ممكنة ولا يتسبب في نفس الوقت بأي مشاكل بيئية او آثار سلبية.

---

<sup>1</sup> عبد الرحمان برفوق، قسمية منويية، دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع، مداخلة ضمن ملتقى اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يوم 9-10 مارس 2010.

## خلاصة الفصل:

السياحة تعتبر من أهم الصناعات التي يمكن أن تساهم في حل المشاكل الاقتصادية لما توفره من عملات أجنبية، وخلق فرص عمل، وفتح أسواق جديدة للسلع المحلية، وتمثل مقومات الجذب السياحية العنصر الأساس لتحديد الحركة السياحية، ولقد حظيت السياحة المحلية بأهمية بارزة ضمن منظومة الاهتمامات التنموية في مختلف بلدان العالم.

ومن ناحية أخرى فالتنمية السياحية هي عملية متكاملة مع التنمية المحلية، فالاهتمام بالسياحة المحلية يساهم في معالجة العديد من المشاكل، فالإنفاق الداخلي ينعكس إيجاباً على الاستثمار الداخلي، وبذلك فهو يشجع أصحاب رؤوس الأموال على المشاركة في توفير الخدمات السياحية، لذلك يجب على المؤسسات وضع استراتيجيات جديدة للترويج للمناطق والخدمات، والتوعية والتحسيس بين المواطنين بأهمية السياحة المحلية، ومن أهم هذه المؤسسات مؤسسات المجتمع المدني بصفة عامة والجمعيات بصفة خاصة

## الفصل الثاني

المجتمع المدني كشريك في

تنمية السياحة المحلية

**تمهيد**

مسألة التنمية تحتاج الى رؤية تنموية شاملة، حيث يجمع المهتمون بقضايا التطور والتنمية على أن التنمية الحقيقية هي التي تقوم بالاعتماد المتبادل بين المؤسسات الحكومية والمدنية معا، ويعتبر المجتمع المدني ركيزة من أهم الركائز الحديثة من خلال مساهمته الواضحة في النهوض بعملية التنمية من خلال قيامه بالعديد من الأنشطة التي يهدف من خلالها إلى التقليل من حدة المشاكل المختلفة، والتنمية السياحية هي جزء لا يتجزأ من إستراتيجية التنمية الاجتماعية والاقتصادية التي من المفترض أن تأخذ مكانها في التخطيط المحلي فقد أصبح من المسلم به أهمية الدور الفاعل الذي تلعبه مختلف المؤسسات المدنية، وخاصة الجمعيات في تنمية السياحة المحلية.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى:

**المبحث الأول: مفهوم المجتمع المدني.**

**المبحث الثاني: مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر.**

**المبحث الثالث: آليات عمل مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية.**

## المبحث الأول: مفهوم المجتمع المدني

المجتمع المدني نشأ لأول مرة في الفكر اليوناني الإغريقي، حيث لم يكن يميز حينها بين الدولة والمجتمع المدني، وارتبط بها لفترة زمنية طويلة، ورغم ما يلقاه هذا المفهوم من رواج إلا أنه يواجه صعوبة في تأصيل المفهوم وتحديد المؤسسات المكونة له.

وسنتطرق في هذا المبحث إلى التعاريف المختلفة للمجتمع المدني وعناصر تكوينه ومكوناته وخصائصه.

### المطلب الأول: تعريف المجتمع المدني

وضعت عدة تعاريف للمجتمع المدني سواء لغويا أو اصطلاحا، سنركز على أهمها:

#### الفرع الأول: من الناحية اللغوية

مصطلح المجتمع المدني يتكون من شقين مجتمع ومدني سنتناول تعريف كل واحد منهما<sup>1</sup>:

**المجتمع:** مجموعة هياكل ومؤسسات ترتب العلاقات بين الأفراد.

**مدني:** هو تعبير يشير إلى الأمور التي لها علاقة بالمواطن، أي كل ما هو غير مدرج في قواعد و أنظمة داخل الدولة، وكل ما هو خارج عن المجتمع الرسمي ( المؤسسات الحكومية).

والمجتمع المدني أيضا كلمة لاتينية مركبة، الأولى "societe" تعني المجتمع، أما "civil" تعني المواطنو "civis" كلمة لاتينية منشقة من أصل "civilisation" وهي تعني مدينة. وفي الترجمة العربية يعني مدني من المدينة أو التمدن وتعني المدينة المكان لدي يجتمع فيه الأفراد للعيش معا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سمية أوشن، دور المجتمع المدني في بناء الأمن الهوياتي في العالم العربي-دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص سياسات عامة وحكومات مقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص ص: 36-37.

<sup>2</sup> عبد السلام عبد اللاوي، دور المجتمع المدني في التنمية المحلية بالجزائر: دراسة ميدانية لولايتي المسيلة و برج بوعرييج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص: ادارة الجماعات المحلية والاقليمية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، سنة 2010-2011، ص: 16.



## الفرع الثاني: من الناحية الاصطلاحية

لم يتم الاتفاق على تعريف واحد لمصطلح المجتمع المدني بين الكتاب، حيث نجد من يدخل الأحزاب السياسية والمؤسسات الأهلية ضمن هذه المكونات، ونجد من يرفض ذلك تماما وكل له تفسيراته.

ويعرف المجتمع المدني بأنه " مجموعة من التنظيمات التطوعية وغير الهادفة للربح في مجال العمل العام سواء كان على المستوى الاجتماعي أو السياسي، لتحقيق مصالح الأفراد، على أن تكون ملتزمة بالقيم والمعايير، والاحترام المتبادل، والتسامح، والتراضي لتقليل الفجوة بين المجتمع والدولة<sup>1</sup>.

نستخلص من هذا التعريف أن مؤسسات المجتمع المدني لا تسعى لتحقيق الربح، وتساهم في صياغة القرارات خارج المؤسسات الرسمية للدولة، للتقريب بين المجتمع والدولة.

ويعرف أيضا انه: مجموعة الجمعيات التي ينظم المجتمع نفسه حولها طوعا، وتشمل هذه الجمعيات النقابات العمالية والمنظمات غير الحكومية والثقافية والدينية والمؤسسات الخيرية والنوادي الاجتماعية والرياضية والتعاونيات ومنظمات تنمية المجتمع، والمجموعات المعنية بالبيئة والجمعيات المهنية كما تشمل أيضا الأحزاب السياسية.<sup>2</sup>

في هذا التعريف تم التركيز على أن أساس تكوين مؤسسات المجتمع المدني هو الطوعية، وتكون في مختلف المجالات، وأيضا اعتبر أن الأحزاب السياسية هي من مؤسسات المجتمع المدني.

وأيضا يعرف المجتمع المدني بأنه " مجتمع التعدد والاختلاف والتعارض والتناقض ومؤسساته من أحزاب سياسية ونقابات ومجالس نيابية وصحافة ووسائل إعلام قائمة على ركيزة التعدد والاختلاف والتعارض والتناقض"<sup>3</sup>.

وكذلك يعرف بأنه مجموعة من الجمعيات التطوعية التي تتوسط العلاقة بين المصالح المعبأة أو القابلة للتعبئة من جهة.

<sup>1</sup> صفاء علي رفاعي، المجتمع المدني ومستقبل التنمية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013، ص: 19.

<sup>2</sup> نور الدين حاروش، الخدمة العمومية المحلية كمؤشر للتنمية المستدامة، الطبعة الأولى، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ص: 208.

<sup>3</sup> محمد أحمد علي مفتي، مفهوم المجتمع المدني و الدولة المدنية، مركز البحوث و الدراسات، 2014، ص: 17.

وعمل المركز السياسي من جهة أخرى<sup>1</sup>.

ومن خلال عرض هذه التعريفات نخلص إلى أن المجتمع المدني هو عبارة عن تنظيم جماعي، يقوم على أسس ومبادئ متفق عليها من طرف أعضائه، يتسم باستقلال نسبي يسمح له بمزاولة نشاطاته المسطرة والمشروعة، وسنتعامل مع مصطلح المجتمع المدني في هذا البحث باعتباره مجموعة من المؤسسات التي ينظم إليها الافراد طواعية مثل الجمعيات والنقابات والتي تقوم على مبدأ المشاركة والطوعية والاستقلالية.

### الفرع الثالث: أركان المجتمع المدني

ينطوي مفهوم المجتمع المدني على ثلاث أركان أو أسس نعرضها فيما يلي<sup>2</sup>:

**1-الفعل الإرادي الحر(الطوعية):** اذ أن المجتمع المدني يتكون من خلال المشاركة الطوعية التي هي بالأساس الفعل الارادي الحر، وبهذه الطريقة تتميز تكوينات المجتمع المدني عن باقي التكوينات القرابية التي لا دخل للفرد في اختيار عضويتها.

**2-التنظيم الجماعي(المؤسسي):** هو أن المجتمع المدني مجتمع منظم يساهم في خلق نسق من المؤسسات والاتحادات التي تعمل بصورة منهجية خاضعة في ذلك لمعايير منطقية ولقواعد وشروط وقع التراضي بشأنها.

**3-الركن الأخلاقي السلوكي:**وهو الالتزام في إدارة الاختلاف مع الآخرين، ومع الدولة بالوسائل السلمية، وبالتالي تقوم مؤسسات المجتمع المدني على قيم الاحترام والتعاون والصراع السلمي<sup>3</sup>

### المطلب الثاني: خصائص المجتمع المدني

يتسم المجتمع المدني بمجموعة من السمات والخصائص التي تميزه عن غيره من المجتمعات

الأخرى، والتي يجب الالتزام بها، لكي يكون قادرا على ممارسة نشاطه ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:

<sup>1</sup> عبد الجليل مفتاح، دور المجتمع المدني في تنمية التحول الديمقراطي في بلدان المغرب العربي، مجلة المفكر، العدد الخامس، جامعة بسكرة، ص: 10.

<sup>2</sup> منى هرموش، دور تنظيمات المجتمع المدني في التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية تخصص سياسات عامة و حكومات مقارنة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، 2009-2010، ص: 21.

<sup>3</sup> على ليلة، المجتمع المدني العربي قضايا المواطنة وحقوق الانسان، الطبعة الثانية، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 2013، ص:

## الفرع الأول: القدرة على التكيف

ويقصد بذلك قدرة المؤسسة على التكيف مع التطورات في البيئة التي يعمل من خلالها، اذ كلما كانت المؤسسة قادرة على التكيف، كانت أكثر فاعلية؛ لأن الجمود يؤدي إلى تضاؤل أهميتها وربما القضاء عليها، وثمة أنواع للتكيف هي:<sup>1</sup>

- **التكيف الزمني:** ويقصد به القدرة على الاستمرار لفترة طويلة من الزمن، اذ كلما طال وجود المؤسسة ازدادت درجة مؤسسياتها.

- **التكيف الجيلي:** ويقصد به قدرة المؤسسة على الاستمرار مع تعاقب أجيال من الزعماء على قيادتها، فسرعة التحول الاجتماعي تقود إلى ظهور أجيال متعاقبة من النخب ذات الخبرات التنظيمية المختلفة.

- **التكيف الوظيفي:** ويقصد به قدرة المؤسسة على إجراء تعديلات على أنشطتها للتكيف مع الظروف المستجدة، بما يبعتها عن أن تكون مجرد أداة لتحقيق أغراض معينة.

## الفرع الثاني: الاستقلال مقابل الخضوع والتبعية

ويقصد به ألا تكون المؤسسة خاضعة لغيرها من المؤسسات أو الجماعات أو الأفراد أو تابعة لها بحيث يسهل السيطرة عليها، وتوجيه نشاطها إلى الوجهة التي تتفق مع رؤية المسيطر، ويمكن تحديد درجة استقلالية مؤسسات المجتمع المدني عن الدولة من خلال عدة مؤشرات منها:<sup>2</sup>

## أولاً: الاستقلال المالي لمؤسسات المجتمع المدني

ويظهر ذلك من خلال تحديد مصادر تمويل هذه المؤسسات فهل تتلقى جزءاً من تمويلها من الدولة أو بعض الجهات الخارجية، أم تعتمد بصورة كاملة في التمويل الذاتي على مساهمات الأعضاء في شكل رسوم العضوية أو التبرعات أو على بعض أنشطتها الخدمية أو الإنتاجية.

<sup>1</sup> محمد إبراهيم خيرى الوكيل، دور القضاء الإداري والدستوري في ارساء المجتمع المدني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص: 30.

<sup>2</sup> أحمد شكر الصبيحي، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000، ص:

## ثانياً: الاستقلال الإداري والتنظيمي

ويشير إلى مدى استقلال مؤسسات المجتمع المدني في إدارة شؤونها الداخلية طبقاً للوائحها وقوانينها الداخلية، وبعيدا عن تدخل الدولة، ومن ثم تنخفض إمكانية استتباعهم من قبل السلطة، وما يعزز استقلاليتها ويقطع الاختراق الداخلي والخارجي لها ما يلي:

-إيجاد أسس اتصال بين مؤسسات المجتمع؛

-قيام تكافل بينها من خلال قواعد للتضامن والتماسك، وضرورة تأسيس قواعد ممارسة داخلية تأبى بشكل أو بآخر الفساد.

## الفرع الثالث: التعدد

يقصد به تعدد المستويات الرأسية والأفقية داخل المؤسسة، بمعنى تعدد هيئاتها التنظيمية من ناحية ووجود مستويات تراتبية داخلها وانتشارها الجغرافي على أوسع نطاق ممكن داخل المجتمع الذي تمارس نشاطها من خلاله من الناحية الأخرى. وكلما ازداد عدد الوحدات الفرعية وتنوعها ازدادت قدرة المؤسسة على ضمان ولاءات أعضائها والحفاظ عليها<sup>1</sup>.

## الفرع الرابع: التجانس

ويكون ذلك بعدم وجود نزاعات داخل المؤسسة تؤثر على مستوى أدائها، فكلما كان حل هذه النزاعات سلمياً كلما أدى إلى الوفاق داخل المؤسسة، ومنه إحداث التجانس والاستقرار<sup>2</sup>.

من خلال ما تطرقنا له في هذا المطلب يمكن لنا تحديد أهم الخصائص المميزة للمجتمع المدني والمتمثلة في<sup>3</sup>:

-المجتمع المدني يتكون من التنظيمات والمؤسسات والجمعيات والنقابات المكونة طوعياً من الأفراد المدنيين والتي تسعى لخدمة الأفراد والمجتمع؛

<sup>1</sup> اسراء علاء الدين نوري، دور مؤسسات المجتمع المدني في مكافحة ظاهرة الفساد-دراسة حالة العراق، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العدد السادس، ص: 376.

<sup>2</sup> منى هرموش، مرجع سبق ذكره، ص: 29.

<sup>3</sup> عيد السلام عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص: 20.

-تنظيمات المجتمع المدني لا تسعى للوصول إلى السلطة لذا لا تعتبر الأحزاب من مكونات المجتمع المدني؛

-المجتمع المدني مستقل عن الدولة، يفترض أن يقوم ببعض أدوارها خاصة الاجتماعية والثقافية.

### المطلب الثالث: مكونات المجتمع المدني

فيما يتعلق بمؤسسات المجتمع المدني فقد ثار التساؤل حول ما هي هذه المؤسسات التي تشكل المجتمع المدني وتعتبر بمثابة قنوات يعبر بواسطتها ومن خلالها المجتمع الحديث عن مصالحه وأهدافه وتمكنه من الدفاع عن نفسه بطرق سلمية.

ونقصد بمؤسسات المجتمع المدني تلك الأشكال المنظمة التي تعبر عن التكوينات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية القائمة، وتدافع عن مصالح أعضائها وتساهم في التأثير على صنع التغيير الاجتماعي والسياسي، سعياً إلى تحقيق تنمية المجتمع وتهيئته لفضاء واسع من الديمقراطية، وهي منظمات تعمل باستقلالية عن الدولة ملتزمة بمعايير الاحترام والتراضي وقبول إدارة الاختلاف بالوسائل السلمية. ومنه فإن المجتمع المدني يضم مجموعة مؤسسات تستطيع أن تلعب دور الفاعل في عملية التغيير الاجتماعي السياسي والثقافي.

وتتمثل مؤسساته فيما يلي:

### الفرع الأول: الأحزاب السياسية

تعد الأحزاب السياسية هي المكون الأول في بناء المجتمع المدني. ويرغم أن الأحزاب السياسية قامت للتعبير عن الإرادة الطوعية لأعضائها، وأنها تعمل على تحقيق أهداف تتصل بإشباع الحاجات الخاصة بأعضائها. أو أنها تسعى لتحقيق بعض المصالح العامة غير أنها وإن كانت تدخل استناداً إلى هذه الجوانب في نطاق المجتمع المدني إلا أنها تخرج عنه لسببين<sup>1</sup>:

أولاً: التنظيمات الحزبية قد تصل إلى الحكم ومن ثم تصبح هي المعبرة عن النظام السياسي، أو المسيرة لجهاز الدولة وتدخل ضمن السلطة التنفيذية.

<sup>1</sup>على ليلة، مرجع سبق ذكره، ص: 203.

**ثانياً:** التنظيمات الحزبية تقتصر في أدائها في الغالب على القيام بالجهود التي تتصل بإشباع حاجات أعضائها أو المنتمين لها دون أن تتطرق خدماتها للآخرين. فأهدافها محددة بنطاق معين وليست بالنطاق العام أو الهدف العام.

### الفرع الثاني: النقابات المهنية والعمالية

تعتبر النقابات مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني وذلك لعدة اعتبارات منها، موقعها المركزي في العملية الإنتاجية والخدماتية، وبالتالي فهي تملك القدرة على إصابة الدولة بالشلل إذا ما قررت القيام بإضرابات عامة هذا فضلاً عن العضوية فيها، حيث تضم أكثر الشرائح تعليم في المجتمع، كما أن لهذه النقابات بعدها القومي على المستوى الإقليمي. إضافة إلى علاقاتها الخارجية مع التنظيمات المماثلة على الصعيد العالمي مما يمنحها المزيد من القوة والدعم. ويعرف بعض المفكرين النقابة انطلاقاً من وظيفتها بأنها: مؤسسة تجمع بين مجموعة من الأشخاص بهدف الدفاع عن مصالحهم، فهذه النقابات لا تهدف إلى الربح ولا الوصول إلى السلطة بل الدفاع عن مصالحها وتشمل نقابات الأطباء، المهندسين، الصيادلة، المحامين، الصحفيين والمعلمين... وغيرها<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: المنظمات غير الحكومية

هي منظمات طوعية يؤسسها الأفراد لخدمة مصالحهم أو لخدمة الآخرين وهي تستند في تأسيسها عادة إلى الإرادة الحرة لأعضائها وعلى قبولهم وقدرتهم على القيام بالعمل التطوعي. وفي العادة لا تستهدف المنظمات غير الحكومية الحصول على الربح، كما أنها لا تميل إلى تعاطي السياسة، وإن كان من الممكن أنشارك في التفاعل السياسي أحياناً. وتنقسم المنظمات غير الحكومية إلى عدة أنماط<sup>2</sup>:

**1- المنظمات الدفاعية:** وهي التي تضم منظمات حقوق الإنسان بأنواعها المختلفة.

**2- المنظمات التنموية:** وهي التي تتولى تطوير القدرات السياسية، الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية لمن يحتاجون التمكين وتطوير القدرات. ويدخل في إطار هذا النمط المنظمات البيئية التي تهتم بالحفاظ على البيئة بالأساس وبعد أن كان يقصد بذلك البيئة الطبيعية اتسع مفهوم البيئة ليشمل البيئة الاجتماعية والثقافية.

<sup>1</sup> أحمد شكر الصبيحي، مرجع سبق ذكره، ص: 104.

<sup>2</sup> على ليلة، مرجع سبق ذكره، ص: 204.

**3-منظمات الرعاية الاجتماعية:** وهي المنظمات التي تتولى رعاية ومتابعة إشباع الحاجات الأساسية للمستفيدين منها.

**4-المنظمات الفنية:** وهي المنظمات التي تتأسس لخدمة مصالح أو اشباع حاجات أو تمكين فئات اجتماعية محددة حتى يمكن إدماجها في مجرى التفاعل الرئيسي في المجتمع.

#### الفرع الرابع: الجمعيات والاتحادات

الجمعية أو الرابطة هي الأخرى من أهم تشكيلات المجتمع المدني، والجمعية هي شكلا من أشكال التفاعل الاجتماعي التعاوني بين الذين يشتركون في مواقع عامة، وتقوم بين مجموعة من الأفراد تربطهم مصلحة معينة أو هدف خاص فضلا عن كونها جماعة منظمة شكلت لكي تشبع بعض المصالح العامة ضمن تركيبها الإدارية.

إذا فمكونات المجتمع المدني هي المؤسسات غير الحكومية وغير الربحية التي تحمل رسالة تسعى لتحقيقها وتشمل بالإضافة إلى المؤسسات السابقة، الصحافة المستقلة، ووسائل الإعلام الأخرى، والغرف التجارية والصناعية والجامعات والمعاهد العليا ومؤسسات الأبحاث.

#### المبحث الثاني: مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر

##### المطلب الأول: أهم مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر

تعد الجمعيات أهم مكون لمؤسسات المجتمع المدني بالجزائر

##### أولاً: تعريف الجمعيات

بعد الاستقلال تلاشت الجمعيات التي كانت موجودة ابان فترة الاستعمار تدريجيا لينصهر ما تبقى منها في الحزب الواحد الذي كان يرفض أي عمل سياسي أو جمعي خارج إطاره، وأنشأ لذلك منظمات جماهيرية ذات طابع وطني تشتغل تحت وصاية الحزب وتأطير هياكله، وتنشط في مختلف المجالات، وبعد إصدار قانون الجمعيات 90/31 ظهرت العشرات من الجمعيات الاجتماعية والمهنية والسياحية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> جهيدة شاوش اخوان، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعيات مدينة بسكرة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص: 117.

وقد جاءت بنوده جد ميسرة إذ سمح بانتشار عدد كبير من الجمعيات من حيث الكم، مع الإبقاء على الجمعيات في حالة تبعية للدولة بطريقة قانونية من خلال الإعانات المادية، خاصة تلك القوانين التي تقيد إمكانية قبول الإعانات الأجنبية وحصرها في إعانات الأعضاء وما تقدمه الحكومة، لذا أجمعت معظم الجمعيات على أن هذا القانون يحتاج إلى تعديلات جوهرية، إضافة إلى تطبيق حصانة قانونية تحمي الجمعيات من التعسف الإداري، وجعل القاضي وحده المؤهل للقيام بإجراءات التعليق والحل كما هو منصوص في القانون وذلك لتحرر من القيود البيروقراطية التي تعيق تفعيل أدائها<sup>1</sup>.

وأما المشرع الجزائري فقد عرف الجمعية بأنها "تمثل اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، ويجتمع في أطرافها أشخاص طبيعيين أو على أساس تعاقدية ولغرض غير مريح"<sup>2</sup>.

وبالتالي فإن المشرع الجزائري قد أضفى هنا الطابع القانوني على الجمعية من خلال اعتبارها اتفاقية أو تنظيم يضم مجموعة من الأفراد الذين يخضعون لمجموعة من القواعد والأركان والتي من ضمنها تحديد الهدف أو النشاط الذي تصبو الجمعية لتحقيقه.

**ثانيا: أهم مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر**

من أهمها نذكر<sup>3</sup>:

**1-تنظيمات العمال والمزارعين:** الاتحاد العام للعمال الجزائريين، النقابة الإسلامية للعمل، اللجنة الوطنية لانقاذ الجزائر، الاتحاد الوطني للمزارعين الجزائريين.

**2-النقابات المهنية:** نقابة الصحفيين، نقابة الأطباء، نقابة المهندسين.

**3-المنظمات النسوية:** الجمعيات الخيرية النسائية، الجمعيات أو الاتحادات النسائية التابعة أو المعارضة للأحزاب.

**4-جمعيات حقوق الانسان:** الرابطة الجزائرية للدفاع عن حقوق الانسان.

<sup>1</sup> عبد السلام عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 46-47.

<sup>2</sup> سمير قريد، **دور الجمعية الوطنية لحماية البيئة ومكافحة التلوث في نشر الثقافة البيئية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنمية بالمشاركة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، ص: 27.

<sup>3</sup> منى هرموش، مرجع سبق ذكره، ص: 101.



**5-الجمعيات الثقافية:** الجمعية العربية للدفاع عن اللغة العربية، الحركة العربية الجزائرية، جمعية الجاحظية، الحركة الثقافية البربرية.

**6-الجمعيات التطوعية:** المنظمة الوطنية للمجاهدين، اتحاد أبناء الشهداء.

**المطلب الثاني: وظائف مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر**

يمكن اجمال وظائف مؤسسات المجتمع المدني فيما يلي<sup>1</sup>:

**أولاً: تحقيق النظام والانضباط في المجتمع**

وهي أداة لفرض الرقابة على سلطة الحكومة وضبط سلوك الأفراد والجماعات اتجاه بعضهم البعض.

**ثانياً: تحقيق الديمقراطية**

فهي توفر قناة للمشاركة الاختيارية في المجال العام وفي المجال السياسي، كما تعد الجمعيات أداة للمبادرة الفردية المعبرة عن الإرادة الحرة والمشاركة الإيجابية النابعة من التطور وليست التعبئة الاجبارية، التي تفرضها الدولة على المجتمع.

**ثالثاً: التنشئة الاجتماعية والسياسية**

وهذه الوظيفة تعكس قدرة مؤسسات المجتمع المدني على الاسهام في عملية بناء المجتمع أو إعادة بنائه من جديد من خلال غرسه لمجموعة من القيم والمبادئ في نفوس الأفراد من أعضاء الجمعيات والمنظمات المختلفة وعلى رأسها قيم الولاء والانتماء والتعاون.

**رابعاً: الوفاء بالحاجات وحماية الحقوق**

وعلى رأس تلك الحاجات، الحاجة للحماية والدفاع عن حقوق الإنسان ومنها حرية التعبير، التجمع والتنظيم، تأسيس الجمعيات أو الانضمام اليها والحق في معاملة متساوية أمام القانون وحرية التصويت والمشاركة في الانتخابات والحوار والنقاش العام حول القضايا المختلفة.

<sup>1</sup> منى هرموش، مرجع سبق ذكره، ص: 30-32.

**خامسا: الوساطة والتوفيق**

أي التوسط بين الحكام والجماهير من خلال قنوات الاتصال ونقل أهداف ورغبات الحكومة والمواطنين بطريقة سلمية.

**سادسا: توفير الخدمات ومساعدة المحتاجين**

حيث تمد يد العون والمساعدة للمحتاجين مع تقديم خدمات خيرية واجتماعية هدفها مساعدة الفئات الضعيفة التي توجد على هامش المجتمع.

**سابعا: التنمية**

حيث يتم من خلال مؤسسات المجتمع المدني تنمية وتطوير المهارات والقدرات الفردية للأعضاء بشكل يقلل من العبء على الحكومة حيث يصبح لها دور شريك للدور الحكومي في تنفيذ برامج وخطط التنمية المختلفة من بينها تنمية السياحة المحلية.

**المطلب الثالث: تحديات مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر**

رغم أن مؤسسات المجتمع المدني ببلادنا أصبحت تعمل في مختلف الأنشطة الحيوية إلا أن هناك بعض أوجه القصور في آلية عملها.

**الفرع الأول: أوجه القصور في آلية عمل مؤسسات المجتمع المدني**

نذكر منها بإيجاز ما يلي<sup>1</sup>:

**أولاً: التكوين والتسمية**

لو نظرنا إلى المسمى السائد لمعظم مؤسسات المجتمع المدني نلاحظ أن معظمها ان لم يكن جميعها ينطوي تحت مسمى "جمعية" ولو تمعنا لوجدنا أن غالبيتها يحمل اسم "جمعية خيرية" وهذا دليل على أن معظم تلك الجمعيات كانت بدايتها من منطلق العمل الخيري أو الاحسان والتي يتبناها البعض إما من القطاع الخاص أو من مجموعة من الأشخاص يسعون لتقديم العون والمساعدة لشريحة معينة من الناس في

<sup>1</sup> محمود قرزيز، مريم بجاوي: دور المجتمع المدني في تحقيق التنمية الشاملة في الجزائر بين التباث والتغيير، على الموقع الالكتروني [www.univ-chlef.dz](http://www.univ-chlef.dz) ( 04/04 /2019, 14:00).

إطار مناطقهم، كما طرأ على تكوين تلك الجمعيات نوعاً من العشوائية من حيث النشأة وضعف القضايا المطالبة للتنمية الشاملة وانحصر عملها في الجانب الخدمي أو الدعائي الموسمي المعتمد على المساعدات والمعنويات التي يقدمها المانحين.

### ثانياً: الخدمات ومصادر الدعم المالي

اتسم نشاط تلك الجمعيات والمؤسسات بالطابع التقليدي لتقديم الأعمال الخيرية، إضافة إلى بقاء معظم المستفيدين من تلك الخدمات كفات غير منتجة وغير عاملة بانتظار الهبات والمساعدات التي سوف تقدمها لهم تلك الجمعيات، وبالتالي لم يرتبط نشاط تلك الجمعيات بالعمل الاجتماعي والتنموي بمفهومه الشامل.

وقد ارتبط قيام أو انشاء أو استمرار الجمعيات بتوفير الدعم المادي سواء من المؤسسات والهيئات الحكومية أو فاعلي الخير، فإذا توقف هذا الدعم توقف نشاط تلك الجمعيات، وكذا ضالة الدعم المقدم يؤثر سلباً في مواصلة تلك الجمعيات لتقديم خدماتها، إضافة إلى عدم الاهتمام بجمع الاشتراكات من الأعضاء والمنتسبين والأشخاص المستفيدين من عمل تلك الجمعيات والتي تعتبر مصدراً للتمويل.

### ثالثاً: البناء الهيكلي والقدرات

البناء الهيكلي لمعظم مؤسسات المجتمع المدني لا يرتبط بالأهداف التي تنشأ لأجلها، كما أن بعضها يفتقر إلى رسم الخطط والأهداف الواضحة لاستمرار نشاطها، كما أن عدم امتلاك بعض المؤسسات أو معظمها لمقرات يضعف عملها، وافتقار تلك المؤسسات إلى التعاون بينها وبين المؤسسات الحكومية والداعمة لها إذ تقتصر الصلة على تقديم الدعم المادي فقط، إضافة لقلّة أو انعدام برامج التأهيل والتدريب الموجهة لقيادة وأعضاء الهيئات الإدارية العاملة فيها أدى إلى ضعف مستوى الأداء فيها، ويأتي أخيراً عدم وضع خطوط واضحة للسلطة لمتخذي القرار في هذه المؤسسات وعدم وضوح المسؤوليات لدى تلك القيادات لتحسين أدائها مما يقود للقيام بأعمال ومهام غير ضرورية كما قد تكون بعيدة عن الأهداف المرسومة أن وجدت.

بالإضافة إلى<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> عبد السلام عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص: 99.

-عدم وجود الوقت الكافي للنشاط الجموعي لأغلبية الموظفين والأساتذة والمعلمين وغيرهم من النخب، حيث أن النشاط مقتصر على المتقاعدين والبطالين؛

-قلة ثقة الطبقة المثقفة والنخب من جدوى النشاط الجموعي في إطار سلبيات الحياة السياسية بالجزائر؛

-معظم الدين انضموا إلى مؤسسات المجتمع المدني يسعون لتحقيق منافعهم الخاصة قبل العامة، وجلهم يطمح في احتلال المناصب السياسية مستقبلا، وخير دليل على ذلك هو ما حصل في الانتخابات التشريعية في 17 ماي 2007، حيث شهدت الساحة السياسية تسابق قيادات الجمعيات لكي يكون لهم حضور قوي في قوائم المرشحين للانتخابات؛

- لازالت الجمعيات تخضع للكثير من إجراءات الجمركة والعديد من الضرائب عند حصولها على مساعدات أو هبات من الخارج، مما يؤثر سلبا على عملها؛

-عنصر الاستقلالية الذي هو شرط أساسي لوجود مجتمع مدني هو عنصر غير متوفر في جل المؤسسات الجمعوية، مثل اتحاد العمال الجزائريين والمنظمات النسوية أو الكشفية المرتبطة جميعها بالنظام أو التابعة لأحزابه.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: متطلبات عمل مؤسسات المجتمع المدني في الجزائر

وتحدد بالأساس فيما يلي<sup>2</sup>:

1-تأهيل وتدريب القيادات لتمكنهم من تطبيق أساليب القيادة وتطوير آلية العمل لتنفيذ الخطط والأهداف المرسومة لتلك المؤسسات؛

2-تفعيل دور مكاتب الشؤون الاجتماعية والعمل في الولايات وتهيئتها للقيام بمهامها من حيث الإشراف والمتابعة والتنسيق والتقييم المستمر لأنشطة وبرامج المؤسسات والجمعيات المشرفة عليها؛

3-وضع آلية للرقابة الداخلية وإيجاد معايير رقابية تتناسب وعملها واستحداث أساليب تتناسب والتطورات الجارية؛

4-الاستعانة بخبرات المؤسسات والجمعيات الأخرى والتي تمتلك خبرة متنامية ومتطورة في هذا المجال؛

<sup>1</sup> شاوش اخوان جهيدة، مرجع سبق ذكره، ص: 134.

<sup>2</sup> قرزيزة محمود، يحيوي مريم، موقع سبق ذكره.

5- وضع تصنيف محدد للمهام والمسؤوليات والصلاحيات للعاملين والقياديين؛

6- توفير الدعم المادي وتوزيعه بصورة عادلة ووفقا لمتطلبات كل مؤسسة واحتياجاتها وليس لقربها من ذوي العلاقة من المانحين؛

### المبحث الثالث: آليات عمل مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية

المجتمع المدني يعتبر طرف في عملية التنمية وعمله يكتسب أهمية متزايدة مع ازدياد حاجات الشعوب المختلفة، حيث هناك مجموعة من الآليات تساهم في ترسيخ دوره في عملية التنمية، من بينها الدور الرقابي على الوزارة، وتقديم تقارير للجهات المعنية وتنوع هذه المؤسسات من حيث الخبرة والاختصاص يشكل مصدر يؤدي التكامل، وهو لذلك يحتاج إلى تفعيل آليات التنسيق والتشبيك والتعاون، بين مختلف مكوناته، وبينها وبين الجهات الرسمية والقطاع الخاص، والعمل على زيادة تأثيره في القرارات، كما أنها تنطلق من مفهوم التمكين، ومهما تعددت أشكالها وأنواعها، فهي تشترك في الأنشطة في مجموعة من الأنشطة.

#### المطلب الأول: المشاركة الشعبية والعمل التطوعي

##### الفرع الأول: المشاركة الشعبية

المجتمع المدني طرف من أطراف عملية التنمية التي تعتمد على مبدأ أساسي هو مبدأ المشاركة، حيث أن المشاركة تقوم على أساس الشمولية والمساواة وتعتبر أن للجميع الحق في المشاركة على قدم المساواة دون تمييز على أساس الجنس أو العرق أو الدين أو غيرها من الفروقات الاجتماعية، إن فكرة الشراكة تستند إلى مفهوم إشراك الأطراف الفاعلة جميعها وهذه تطال هيئات الحكم المحلي والهيئات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص<sup>1</sup>.

##### أولاً: تعريف المشاركة الشعبية

يعتبر مصطلح المشاركة الشعبية من المصطلحات الحديثة التي تتعدد التعاريف المتعلقة به، وتختلف من دولة إلى أخرى وفي الدولة نفسها، ويعود ذلك لتعدد التخصصات التي تتعاطى مع هذا المفهوم وتطبيقاته، فهي تعني المساهمة الطوعية في العلاقة بين الفرد والجماعة وبين الجماعة وجماعة أخرى<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> علي محمد ديهوم، فتحي أبو رزيزة، موقع سبق ذكره.

<sup>2</sup> عاشور قيان، دور المشاركة الشعبية في التنمية المحلية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 11، أكتوبر 2017، ص: 76.

والمشاركة الشعبية هي " عملية مساهمة المواطنين طوعا في أعمال التنمية سواء بالرأي أو العمل أو بالتمويل وغير ذلك، بل إن المشاركة تعتبر درجة إحساس الناس بمشكلاتهم المحلية ونوع استجاباتهم لحل هذه المشكلات"<sup>1</sup>.

وهي أيضا "العملية التي تتيح لجميع أفراد المجتمع المحلي وجماعته المؤهلة بموجب القوانين فرصا للتعبير عن آرائهم ودورا في أعداد الخطط والمشروعات المحلية وتنفيذها ومتابعتها والرقابة عليها بشكل مباشر وغير مباشر بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتحسين نوعية حياة السكان وإشباع حاجاتهم بعدالة دون الإضرار بالمصالح الوطنية"<sup>2</sup>.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المشاركة الشعبية هي أن يقوم الأفراد بدور في العمل التنموي في المجتمع ما يزيد من تماسك المجتمع المحلي وترابطه، وتكون هذه المشاركة سواء بالرأي أو العمل أو عن طريق التمويل.

وتعد المشاركة الشعبية أحد الدعائم الرئيسية لعملية التنمية المحلية، حيث تتيح الفرصة أمام مختلف فئات المجتمع المحلي للمساهمة في إعداد وإدارة وتنفيذ خطط التنمية بما يتناسب مع احتياجاتهم وتطلعاتهم، والقيام بدور إيجابي في إنجاح المشروعات التنموية بشكل مستدام، بما يضمن تحقيق أهداف التنمية الوطنية الشاملة<sup>3</sup>.

### ثانيا: خصائص المشاركة الشعبية في التنمية المحلية:

تتميز المشاركة الشعبية بالخصائص التالية<sup>4</sup>:

- 1- المشاركة الشعبية سلوك تطوعي ونشاط إرادي: على اعتبار أن المواطنين يقومون بأداء جهودهم التطوعية لشعورهم بالمسؤولية حيال القضايا والأهداف الخاصة بالمجتمع؛
- 2- المشاركة الشعبية سلوك مكتسب: أي أنها ليست سلوكا فطريا يولد مع الإنسان ولا يرثها وإنما هي مكتسبة يتعلمها الإنسان أثناء حياته من خلال تفاعله مع الآخرين؛

<sup>1</sup> محمد سعيد الحلبي، دور القطاع الأهلي في اقتصاد السوق الاجتماعي، جمعية العلوم الاقتصادية السورية، 2005، ص ص: 8-9.

<sup>2</sup> عاشور قيان، نفس المرجع ص: 77.

<sup>3</sup> طارق بركات، تفعيل دور المشاركة الشعبية والتمكين المستدام في التنمية المحلية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد

26، العدد 5، 2014.

<sup>4</sup> عاشور قيان، نفس المرجع، ص: 79.

**3- المشاركة حق وواجب في آن واحد:** فهي من حقوق الإنسان التي أعلنتها التشريعات الدولية والداستير المحلية؛

**4- المشاركة هدف ووسيلة في نفس الوقت:** هدف لأن الحياة الديمقراطية تقتضي مشاركة الجماهير في المسؤولية الاجتماعية، مما يؤدي إلى تغيير سلوكيات المواطنين وثقافتهم نحو الإحساس بالمسؤولية في صنع القرار، وهي وسيلة كونها آلية يتمكن المواطن من خلالها أداء أو لعب دور محوري في النهوض بالمجتمع نحو الرقي والرفاهية؛

**5- المشاركة الشعبية توحد الفكر الجماعي للجماهير:** لأنها تساهم في بلورة فكرة واحدة نحو الإحساس بوحدة الهدف والمصير المشترك.

### ثالثا: أهداف المشاركة الشعبية

تعمل المشاركة الشعبية على تحقيق الأهداف التالية<sup>1</sup>:

- ❖ **تقليل التكلفة:** حيث تعمل المشاركة على ترشيد القرارات وترتيب الأولويات حسب حاجات السكان، مما يحقق كفاءة الاستخدام الأمثل للموارد المحلية المتاحة؛
- ❖ **ضمان التأييد الجماهيري والشعبي للمشروعات:** حيث أن المشاركة وسيلة لتقريب حاجات السكان ومطالبهم مع واقع الموارد المحلية المتاحة، مما يحقق رضا السكان المحليين ودعمهم للمشروعات التنموية؛
- ❖ **توجيه الموارد المحلية نحو المشروعات الإنتاجية:** ففي حال غياب المشاركة فإن الضغوط الشعبية تتجه نحو الحاجات المادية أو الاستهلاكية، فمشاركة المواطنين تعمل على توجيه الموارد المحلية نحو المشروعات الإنتاجية بدلا من الحاجات الاستهلاكية بما ينعكس إيجابا على حياة المشاركين في المستوى الزمني المتوسط والبعيد؛
- ❖ **تحقيق الفاعلية للمشروعات:** وهذا من خلال توفير بيانات حقيقية على واقع المجتمعات المحلية، وضمان التكامل والتعاون المشترك بين مستويات التنمية الوطنية والمحلية؛
- ❖ **تحديد المشكلات والحاجات الحقيقية للسكان المحليين:** تعمل المشاركة على تحديد المشكلات والحاجات للسكان المحليين فعليا ومن ثم تحقيق إدارة كفى للموارد المحلية.

<sup>1</sup> عاشور قيان، مرجع سبق ذكره، ص ص: 78 - 79.

وبهذا يتضح أن الاهتمام بالعمل التطوعي في عملية التنمية على أساس أنه ارتبط بظهور المشاركة الشعبية، وبالتالي فدور الجمعيات تحول من منطلق تقديم الخدمات إلى منطلق مساعدة الناس على المشاركة التطوعية في عمليات التنمية من خلال المشاركة مثلا في حماية البيئة وتحسين جماليات المحيط.

### الفرع الثاني: تعريف العمل التطوعي

يمثل العمل التطوعي رافدا أساسيا للتنمية الشاملة يعكس مدى وعي المواطن لدوره في نهضة بلاده ورفعتها، لذا تحرص الدول المتقدمة على ادراج العمل التطوعي كعلم يدرس في المدارس والمعاهد والجامعات والدورات التدريبية لمؤسسات المجتمع المدني، وطرح مفهومه وأهدافه ومجالاته في العديد من الإصدارات سواء كانت كتباً أو دوريات<sup>1</sup>.

ويعرف أيضا: " بأنه الجهد الذي يبذله فرد أو مجموعة من الأفراد من تلقاء أنفسهم لا جبرا أو إكراها، ودون انتظار مردود مادي منه، بغض النظر عن طبيعة الجهد المبذول، في سبيل أخذ الأجر والثواب من الله تعالى، ورفعة للمجتمع وتنميته"<sup>2</sup>.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن العمل التطوعي هو ركيزة أساسية في بناء المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين المواطنين لأي مجتمع وقد يكون بدنيا أو ذهنيا أو ماديا.

### أولا: أشكال العمل التطوعي

ويمكن التمييز بين شكلين أساسيين هما:<sup>3</sup>

❖ **العمل التطوعي الفردي:** وهو عمل أو سلوك اجتماعي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه وبإرادة ولا يبغى منه أي مردود مادي، ويقوم على اعتبارات أخلاقية أو غيرها، في مجال محو الأمية مثلا قد يقوم فرد بتعليم مجموعة من الأفراد القراءة والكتابة ممن يعرفهم أو يتبرع بالمال لجمعية تعنى بتعليم الأميين.

❖ **العمل التطوعي المؤسسي:** وهو أكثر تقدما من العمل التطوعي الفردي وأكثر تنظيما وأوسع تأثيرا في المجتمع، وفي المجتمع مؤسسات كثيرة يحتل فيها العمل التطوعي أهمية كبيرة وتسهم جمعيات

<sup>1</sup> أحمد مخيمر، العمل التطوعي وأثره في التنمية الشاملة، مقال بتاريخ 21.06.2012، على الموقع <https://www.alukah.net> (18:00, 2019/03/18).

<sup>2</sup> محمد مروان، أهمية العمل التطوعي، ديسمبر 2018. <https://mawdoo3.com> (10.00, 2019/03/20).

<sup>3</sup> بلال عرابي، دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع، مجلة النبأ، العدد 63، نوفمبر 2001، دمشق. <https://annabaa.org>.



ومؤسسات مدنية وحكومية في تطوير المجتمع إذ أن العمل المؤسسي يسهم في جمع الجهود والطاقات الاجتماعية المبعثرة، فقد لا يستطيع الفرد أن يقدم عملا محددًا في سياق عمليات محو الأمية ولكنه يتبرع بالمال فتستطيع المؤسسات الاجتماعية المختلفة أن تجعل من الجهود متآزرّة ذات أثر كبير وفعال إذا ما اجتمعت وتم التنسيق بينها.

### ثانياً: أهمية العمل التطوعي

وتتمثل أهميته في<sup>1</sup>:

- ❖ يزيد أواصر المحبة والترابط بين الناس كما يعطي من نمائهم الاجتماعي وتماسكهم؛
- ❖ يعمل على تنمية المجتمعات ويعطي من قيم الولاء والانتماء للوطن؛
- ❖ يساعد حكومات الدول على توجيه جهودها في مسؤوليات أكبر، عبر انجاز الكثير من الأعمال البسيطة وسد ثغرتها من قبل الأفراد، فلا تضطر الحكومات لصرف الجهد والوقت عليه؛
- ❖ يساعد المؤسسات الرسمية والهيئات والجمعيات باحتياجات المجتمع الحقيقية؛
- ❖ يوجه أوقات الفراغ التي يملكها الشباب نحو أعمال تفيدهم وتفيد المجتمع بأسلوب مجد.

من خلال ما سبق نستنتج أن علاقة المجتمع المدني بالعمل التطوعي هي علاقة تكاملية فمؤسسات المجتمع المدني تقوم على أساس العمل التطوعي، أي أنها تساهم في العملية التنموية من خلال بناء القدرات وتنمية المهارات والتدريب بمختلف المجالات التنموية وصياغة البرامج التنموية وتنفيذها وتوسيع المشاركة الشعبية فيها، فهذه المؤسسات تهتم بالحياة الاجتماعية التي تقسح المجال أمام التنظيمات التطوعية وخاصة الجمعيات للعمل على استقطاب الأفراد والمؤسسات للمساهمة في تحقيق التنمية المجتمعية، حيث تحاول عبر مشاريعها وبرامجها التطوعية الاهتمام بالإنسان كطرف فاعل في المحافظة على التوازن البيئي وتحقيق التنمية السياحية و المجتمعية بصفة عامة.

فمثلا الجمعيات وخاصة الجمعيات السياحية تقوم بإشراك أفراد المجتمع في تحقيق مشاريع التنمية من خلال إعطاء آرائهم المختلفة، ومشاركتهم مثلا في عمليات تنظيف الشواطئ ما يعود بالفائدة على زيادة الطلب السياحي وبالتالي تحقيق مداخيل ما يساعد في تنمية السياحة المحلية.

<sup>1</sup> محمد مروان، نفس المرجع السابق.

## المطلب الثاني: الترويج السياحي

للترويج السياحي دور مهم في تنشيط السياحة المحلية من خلال البرامج والاستراتيجيات الترويجية المختلفة.

## أولاً: تعريف الترويج السياحي

تعددت تعاريف الترويج بين المختصين حسب الجوانب المختلفة له فنجد من بينها:

"الترويج هو أحد عناصر المزيج التسويقي الخدمي للمنظمة الذي يتم من خلاله إخبار وتذكير السوق بما تبيعه المنظمة من خدمات"<sup>1</sup>.

ويعرف أيضاً بأنه "كافة الجهود المبذولة بمختلف وسائل الإعلام والاتصالات السمعية والبصرية لتوضيح الصورة السياحية، وذلك باستخدام مختلف الوسائل كالمصقات والنشرات الدعائية، إضافة إلى وسائل الإعلان المسموعة في الإذاعات المختلفة، والمقروءة في الصحف والمجلات وغيرها"<sup>2</sup>.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الترويج السياحي هو التعريف بالمنتج السياحي عبر مختلف وسائل الإعلام.

## ثانياً: استراتيجيات الترويج السياحي:

**1- استراتيجية الجذب:** هي استراتيجية تقوم فيها المؤسسة باستخدام الإعلان والتركيز عليه لزيادة الطلب على المنتج مما يؤدي إلى زيادة الوسطاء في التعامل والإقبال عليه لتوزيعه فالإعلان وتنشيط المبيعات هما العنصران الترويجيان اللذان يتم استخدامهما والاعتماد عليهما في استراتيجية الجذب الترويجية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مروان محمد نجيب، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، دار الكتب القانونية، مصر، 2011، ص: 58.

<sup>2</sup> سميرة عميش، مرجع سبق ذكره، ص: 100.

<sup>3</sup> شريف أحمد شريف العلمي، التسويق بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص: 388.

**2- استراتيجية الدفع:** وتعتمد هذه الاستراتيجية على البيع الشخصي بهدف ترويج الخدمة بين الوسطاء وليس بين المستهلكين النهائيين ولتحقيق هذا الهدف تقوم المؤسسات التي تنتهج استراتيجية الدفع باستخدام الخصومات، والمساهمة مع الوسطاء في تكاليف الإعلان للمنتج.<sup>1</sup>

**3- استراتيجية الإيحاء:** هي استراتيجية تعتمد على أسلوب الإقناع المبسط القائم على الحقائق وهي ليست بالضغط على الجوانب الدافعة ولكن تعتمد على التأثير في أذهان المستهلكين مع محاولة جذبهم بلغة الحوار طويل الأجل بهدف إقناعهم بشراء منتجات وخدمات المؤسسة<sup>2</sup>.

### ثالثا: المزيج الترويجي السياحي

يحتوي المزيج الترويجي السياحي على مجموعة من الأساليب التي تمارسها المؤسسة بغرض الترويج لمنتجاتها وهي:

**1- الإعلان السياحي:** يتمثل الإعلان السياحي في مختلف وسائل الإعلان من تلفاز وراديو وغيرها، والحملات الإعلانية المحلية والخارجية التي تهدف إلى التأثير على مواقف وآراء السياح الحاليين والمحتملين حيث نشير إلى أنه يجب اختيار المزيج الإعلاني الأكثر ملاءمة للسياح المحتملين على المستويين المحلي والدولي، واختيار المزيج الإعلاني المناسب<sup>3</sup>.

**2- تنشيط المبيعات السياحية:** تعتبر إقامة المعارض السياحية والتي تبرز المقومات السياحية للموقع السياحي من الأمور الهامة لترويج وتنشيط السياحة هذا من جهة، ومن جهة أخرى تقدم المؤتمرات السياحية أوراقا دراسية عن مختلف المواقع السياحية.

**3- الدعاية السياحية:** تتمثل المواد الدعائية في تصميم نشر أخبار محددة عن الموقع السياحي في أوقات محددة وبكلمات معبرة، وكذا من خلال نشر الصور والمقالات وعرض الأفلام الإذاعية والتلفزيونية، أو دعوة بعض قادة الرأي العام كالسياسيين والإعلاميين لزيارة الموقع السياحي، أما توزيع المواد الدعائية فيمكن أن

<sup>1</sup> شريف أحمد شريف العلمي ، مرجع سبق ذكره، ص: 388.

<sup>2</sup> عنبر إبراهيم شلاش، إدارة الترويج والاتصالات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص: 85.

<sup>3</sup> سميرة عميش، مرجع سبق ذكره، ص: 103.

تتم من خلال الأفلام والصور والهدايا التذكارية المعبرة عن الموقع السياحي الذي يتم الترويج له، وكذلك الكتيبات والملصقات والمجلات.<sup>1</sup>

تلعب الدعاية السياحية دورا بارزا في التأثير على السياح الحاليين والمرتقبين، فهي لا تنقل فقط الأفكار، بل تهتم بالجانب العاطفي للكلمات الملفوطة والمكتوبة، فهي تؤثر على العقل والإحساس معا.<sup>2</sup>

**4- البيع الشخصي السياحي:** وهو مجموعة من الممارسات التي يقوم بها موظفون متخصصون من أجل التوضيح لمنتجات المنظمة، والإقناع بشرائها لمتلقين حاليين ومرتقبين ومن ثم عملية التبادل.<sup>3</sup>

**5- العلاقات العامة السياحية:** تلعب العلاقات العامة دورا هاما في دعم التدفق السياحي للمواقع السياحية سواء كانت على المستوى المحلي أو الدولي، فالعلاقات العامة المحلية تركز عادة على تنمية أواصر التعاون والتنسيق بين كافة المؤسسات الرسمية وغير الرسمية لتشجيع السياحة، أما العلاقات العامة الدولية فدورها يتمثل في إيجاد علاقات تعاون وتنسيق مع البلدان الأخرى ومنظمي الرحلات العالميين وغيرهم.<sup>4</sup>

من خلال ما سبق نستنتج أنه عندما تقوم مؤسسات المجتمع المدني بالترويج السياحي وخاصة الجمعيات السياحية لوجهة سياحية ما سيساهم في النهوض بالمنطقة، واستقطاب الزوار من خارج المنطقة، مما يفسح المجال للعديد من الاستثمارات في المنطقة، وجلب المشاريع التنموية وبالتالي تنمية السياحة المحلية.

### المطلب الثالث: التوعية والتحسيس

تقوم مؤسسات المجتمع المدني بالعديد من الأنشطة الميدانية في مختلف جوانب الحياة الإنسانية، فهي تقوم بشد انتباه الناس إلى مسألة أو قضية ما، ومن بينها التوعية والتحسيس في المجال السياحي والبيئي.

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص ص: 103 104.

<sup>2</sup> علاء حسين السراي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص: 234.

<sup>3</sup> علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2013، ص: 262.

<sup>4</sup> سميرة عميش: مرجع سابق، ص: 104.

## الفرع الأول: التحسيس البيئي

## أولاً: تعريف التحسيس البيئي

للسياحة علاقة مباشرة ومتبادلة مع البيئة فالطبيعة والبيئة الجيدة تقدم عدة ألوان مشوقة للسائح، وللتنمية السياحية تأثيرات إيجابية وسلبية على البيئة، ولهذا فإن تنمية السياحة تعتمد اعتماداً أساسياً على حماية الموارد البيئية وأسلوب تقديمها للسياحة، كما يعتبر المجتمع المحلي محور الحفاظ على البيئة باعتباره على مساس مباشر مع الطبيعة والمواقع الطبيعية<sup>1</sup>.

ينصرف المفهوم العام لعملية التحسيس والتوعية البيئية للدلالة على تلك الإجراءات والوسائل الموجهة لضبط سلوكيات الإنسان في علاقته مع المحيط البيئي، كما تسعى برامج التحسيس والتوعية البيئية على اختلاف صورها ومستوياتها إلى بناء وتكوين أفراد واعيين ومتفاعلين مع قضايا المحيط البيئي الذي يعيشون فيه<sup>2</sup>.

والوعي البيئي هو إدراك الفرد لمتطلبات البيئة وتنمية السلوكيات الصحيحة لديه تجاه البيئة، ويكون ذلك من خلال تعريفه بمكونات البيئة والعلاقة التي تربط هذه المكونات معاً، ومعرفة المشكلات الناجمة عن الإخلال بتوازنها وطرق حل هذه المشكلات، والوعي البيئي ليس بالأمر الفطري عند الكثير من الناس، وإنما هو من السلوكيات المكتسبة التي يمكن غرسها فيهم وتعديل سلوكياتهم تجاه البيئة<sup>3</sup>.

وبالرجوع إلى القانون 03-10 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، نلاحظ بأن المشرع الجزائري لم يضع تعريف دقيق للبيئة، إلا أن المادة 03 تضمنت مكونات البيئة وهي التي تتكون من الموارد الطبيعية اللاحيوية والحيوية كالهواء والجو والماء والأرض والنبات والحيوان، بما في ذلك التراث الوراثي وأشكال التفاعل بين هذه المواد وكذا الأماكن والمناظر والمعالم الطبيعية<sup>4</sup>.

من خلال التعاريف السابق نستنتج أن الوعي البيئي هو تحسيس الأفراد بأهمية الحفاظ على البيئة، والقيام بنشاطات مختلفة من أجل تحسيس الأفراد بالمسؤولية اتجاه القضايا البيئية. ليس المتعلقة فقط

<sup>1</sup> رعد مجيد العاني، الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص: 67.

<sup>2</sup> أمال يعيش، حنان منصارية، دور مؤسسات المجتمع المدني في مجال التحسيس ونشر القيم البيئية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد الرابع، نوفمبر 2017، ص: 63.

<sup>3</sup> سناء الدويكات، مفهوم الوعي البيئي، على الموقع <http://mawdoo3.com> (2019/03/23, 14.00).

<sup>4</sup> أمال يعيش، حنان منصارية، نفس المرجع، ص: 64.

بالطبيعة وإنما احترام كامل تجاه البيئة والثقافة المستضيفة من أجل سياحة مسؤولة، وتقوم مختلف الجمعيات بالتوعية والتحسيس خاصة البيئية منها والسياحية.

### ثانياً: آليات مؤسسات المجتمع المدني في مجال التحسيس ونشر القيم البيئية:

تتنوع آليات عمل هذه المؤسسات بتنوع القضايا والمسائل المراد معالجتها وطبيعة الجهات والفئات المستهدفة بها، وتشمل استراتيجية العمل التحسيسي لمؤسسات المجتمع المدني جانبين أساسيين هما<sup>1</sup>:

**1- التحسيس البيئي عن طريق الاتصال المباشر:** يعتمد جانب التوعية والتحسيس المباشر على التواصل المباشر مع الأفراد والهيئات المراد تحسيسها وتوعيتها بقضايا البيئة، ومن بين أهم الوسائل المستعملة الندوات والمحاضرات العامة وحملات التحسيس والتوعية المتخصصة (رفع مستوى الوعي الإنساني اتجاه بعض القضايا والمسائل البيئية ذات التأثير المباشر على حياة الأفراد والمجتمع ككل).

**2- التحسيس البيئي عن طريق وسائل الإعلام والاتصال:** وذلك لتمكين الأفراد والجماعات من الاطلاع على المعلومات والأخبار المتعلقة بقضايا البيئة من أجل التأثير في سلوكياتهم ورفع من مستوى إدراكهم وشعورهم بمسئولياتهم المباشرة في المحافظة على المحيط البيئي، ومن أهم الوسائل المستعملة وسائل الإعلام المقروءة والسمعية، والمرئية.

كما تعمل مؤسسات المجتمع المدني على استعمال التكنولوجيا التي شهدتها وسائل الإعلام والاتصال، وفي مقدمتها شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كأحد أحدث وسائل التواصل بين مختلف الأفراد والفئات عبر مختلف مناطق العالم.

### الفرع الثاني: الوعي السياحي

#### أولاً: تعريف الوعي السياحي

يعد الوعي السياحي عنصراً مهماً وعاملاً مؤثراً في السياحة وتطورها من جهة والسائح والتأثير في نفسه من جهة أخرى، فهو مؤثر فاعل في عملية ترويج السياحة في أي منطقة من العالم، فهو عامل مهم في توسيع كيفية التعامل من قبل السكان مع السائح المحلي أو الأجنبي، لأن السائح الذي يزور منطقة معينة أو بلد ينقل صورته وتطلعاته ومشاهداته ومعاملة الناس له إلى أفراد مجتمعه الأصلي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أمال يعيش، حنان مناصرية، مرجع سابق، ص: 68.

<sup>2</sup> وهاب فهد الياسري، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية جامعة بابل، العدد 9، سبتمبر 2012،

والوعي السياحي هو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن الإحاطة بكل الواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة هو هدف نشاط السياحة، ومن ثم فإن تنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعريف بهذه المواقع من خلال رحلات وزيارات سوف تؤدي حتما إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب إليه السياح، وتبادل المعرفة وتنمية السلوك السياحي<sup>1</sup>.

ومن هنا نستخلص أن انخفاض الوعي السياحي لدى السكان المحليين من العوامل التي تعيق السياحة عن أداء دورها.

### ثانياً: الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي

لقد تعددت الأساليب المستخدمة في بناء الوعي السياحي في المجتمعات السياحية، علماً أن هذه الأساليب تعتمد على الخصوصية الثقافية لكل مجتمع، وقد تبنت العديد من الدراسات ضرورة استخدام ثلاثة مداخل أساسية في بناء الوعي السياحي وهي<sup>2</sup>:

**1- التعليم السياحي:** التعليم هو مسؤولية الأسرة قبل كل شيء ومن ثم هو دور الجامعات والمدارس، ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات وإنشاء كليات وتخصصات تعنى بتخريج المتخصصين في السياحة والضيافة، كما يمكن لشخصيات وقادة الرأي في المجتمع أن تكون لهم مساهمة في هذا البناء من خلال إلقاء محاضرات والمشاركة في الندوات والمؤتمرات التي تعنى بالسياحة.

**2- التخطيط السياحي:** ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط هذه من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلاً عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بأن المردود السياحي لاسيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حكراً على فئة معينة.

**3- التسويق السياحي:** يشكل التسويق النشاط التصديري الوحيد في قطاع السياحة وهو أداة فاعلة في بناء الوعي السياحي، ويمكن أن يكون ذلك من خلال مختلف أدوات الاتصال التسويقية المسموعة والمرئية على اختلاف أشكالها ومن بينها الكتب والمقالات، شبكة الأنترنت، المؤتمرات، وغيرها من الأدوات.

<sup>1</sup> ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سبق ذكره، ص: 106.

<sup>2</sup> اسعد حماد موسى أبو رمان، ممدوح عبد الله أبو رمان، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن، دراسة تحليلية ميدانية، ص: 08.

ومنه نستخلص أن انخفاض الوعي السياحي لدى السكان المحليين يعد أحد العوامل التي تعيق السياحة عن أداء دورها، فهو ركيزة أساسية لا يمكن إغفالها عند تنمية القطاع السياحي حيث يشكل الوعي السياحي أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في المجتمع، ويكون ذلك ببناء مجتمع مثقف سياحياً من خلال تضافر جميع الجهود فيما بينها خاصة مؤسسات المجتمع المدني التي تنتهج أساليب وبرامج توعوية تستهدف الساكن المحلي بالدرجة الأولى باعتباره عنصر مهم في النشاط السياحي، فعندما يكون هناك وعي سياحي فإنه يحس بأهمية السياحة وما تجلبه من مكتسبات للبلد بصفة عامة والمنطقة بصفة خاصة ما يساهم في تنمية السياحة المحلية.



## خلاصة

تسعى الكثير من الدول إلى تنمية السياحة المحلية باعتبارها أحد القطاعات الواعدة ذات التأثيرات الإيجابية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتتبع لأجل ذلك الاستراتيجيات الملائمة لخصوصيتها. وقد اختلفت وتعددت أدوار المنظمات والمؤسسات بين مؤسسات للنهوض بالبيئة والصحة ونشر الثقافة، ومؤسسات تسعى لمكافحة الفقر والبطالة، ومؤسسات تعمل في مختلف المجالات، وأخرى تهتم بإيجاد السبل المناسبة لتوعية الناس في المجالات المختلفة، والتي من بينها البيئة والسياحة.

## الفصل الثالث

دور الجمعيات السياحية في تنمية  
السياحة المحلية بولاية جيجل

## تمهيد

جيجل ولاية ساحلية تمتلك إمكانات وموارد سياحية معتبرة هذه الصفات رشحتها أن تكون منطقة سياحية، بالتنوع الذي تملكه الولاية من إمكانات طبيعية ومميزات ثقافية وحضارية قد تجعل منها احدى أهم الولايات في مجال السياحة المحلية.

وتعد الجمعيات فاعلا مهما في جميع جوانب حياة المجتمع بالإضافة إلى دورها المعروف في الدفاع عن مصالح الأفراد الذين تمثلهم، تقوم بأدوار أخرى مهمة متعلقة بتحقيق التنمية.

سنحاول في هذا الفصل التعرف على دور الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل من خلال دراسة حالة جمعية السفير للسياحة والديوان الجيجلي للسياحة النشطة في الولاية، مع الاستعانة ببيانات تم تحصيلها من مديرية السياحة والجمعيات محل الدراسة.

## المبحث الأول: تقديم الجمعيات السياحية بولاية جيجل

لقد شهدت مدينة جيجل كغيرها من المناطق الجزائرية وتيرة متسارعة لإنشاء الجمعيات وهذا منذ بداية التسعينات تزامنا مع صدور قانون الجمعيات 90/31، وقد بلغت الجمعيات حسب الاحصائيات الرسمية المتوفرة 1068 جمعية تنشط في مختلف المجالات على مستوى تراب الولاية، منها المجال السياحي. وارتأينا في هذا المبحث تقديم العرض السياحي بولاية جيجل ثم في المطلب الثاني الطلب السياحي بالولاية، وفي المطلب الثالث تطرقنا إلى التعريف بالجمعيات محل الدراسة.

### المطلب الأول: العرض السياحي بولاية جيجل

جيجل بها إمكانيات وموارد سياحية معتبرة ومقومات تؤهلها أن تكون ولاية سياحية.

### الفرع الأول: نظرة عن ولاية جيجل

#### أولا: لمحة تاريخية عن ولاية جيجل

جيجل ولاية عريقة تعود الى آلاف السنين، حيث يرجع تأسيسها الى عهد الفينيقيين، فقد كانت محطة للعديد من الحضارات، تاريخ المنطقة يتميز بحركة كبيرة وغنية بالأحداث فأول اسم أطلق عليها هو اسم ايجليلي وهي كلمة فينيقية تتكون من شطرين "اي" يعني جزيرة ساحلية و"جيل جيل" فهو يعني دائرة الحجر وقد تغيرت عبر التاريخ وصولا الى اسمها الحالي جيجل.

ان الانحطاط المتدرج للحضارة الرومانية سمح بتحرير القبائل البربرية واسترجاع سيادتها وتقاليدها لتشهد بعد ذلك المنطقة تسابق الغزاة للاستلاء على الموقع الاستراتيجي الذي تتميز به.

بعد الوندال سنة 429م والبيزنطيين 533م يأتي عهد الفتوحات الإسلامية فتعرب اسم المنطقة الى جيجل. وقعت المدينة تحت حكم الزيبيين سنة 973م، ثم الحماديين سنة 1007م، ثم المهديين سنة 1120م وظلت طعما لعدة دول حاولت غزوها الى أن قام سكانها بالاستجداد بالأخوين عروج وخيرالدين بربروس سنة 1514م لتصبح أول مدينة يدخلها الأتراك. بعد تفهقر الأسطول العثماني وتحطمه تم الاستلاء عليها من طرف الاستعمار الفرنسي واحتلالها كباقي ولايات الوطن<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>مؤنوغرافيا السياحة لولاية جيجل.

## ثانيا: الموقع الجغرافي

ولاية جيجل ولاية ساحلية وهي تقع شمال شرق العاصمة الجزائرية تترجع على مساحة تصل الى 239863 كلم<sup>2</sup>، بواجهة بحرية يتراوح طولها 120 كلم، تنقسم الى 11 دائرة و28 بلدية تعتبر كل من دائرة جيجل، الطاهير، الميلية دوائر قطبية في الولاية، يعتبر هذا الموقع للولاية ذو مستوى عال من التميز كونه مطل على الواجهة الجنوبية لمدن الساحل الأوروبي ما يفتح أمام الولاية آفاق واسعة للنشاط السياحي عبر استعمال النشاط الجوي.

## الشكل رقم 02: بطاقة تعريفية لولاية جيجل

-المساحة: 2.398.63 كلم <sup>2</sup> - عدد السكان: 684.933 نسمة.	
- عدد البلديات: 28.	- عدد الدوائر: 11.
- حدود الولاية:	- طول الساحل: 120 كلم.
من الشمال: البحر الأبيض المتوسط - المناخ:	
من الشرق: ولاية سكيكدة	متوسطي ممطر وبارد شتاء
من الغرب: ولاية وهران	وساخن ورطب صيفا.
من الجنوب: ولاية ميلة	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق مقدمة من مديرية السياحة لولاية جيجل

## الفرع الثاني: مقومات الجذب السياحي بولاية جيجل

تتميز ولاية جيجل بمقومات جذب سياحية متميزة ومتعددة ومن أهم هذه المقومات نذكر منها<sup>2</sup>:

## أولا: المقومات الطبيعية

تتمثل المقومات الطبيعية للولاية في:

✓ الشريط الساحلي: طوله 120 كلم من زيامة المنصورية غربا الى واد الزهور شرقا، يضم الشاطئ الجيجلي 50 شاطئ.

<sup>2</sup>مونوغرافيا السياحة لولاية جيجل

- ✓ الكورنيش الجيجلي: هو لوحة طبيعية خلابة ممتدة من زيامة المنصورية الى العوانة، تتخللها غابات الفلين، وهو يعد من أجمل المواقع على المستوى العالمي.
- ✓ الكهوف العجيبة: تعد من أهم المعالم السياحية، تقع بين العوانة وزيامة المنصورية، وقد اكتشفت سنة 1917م أثناء شق الطريق الوطني رقم 43 الرابط بين بجاية وجيجل، وتعد من عجائب الطبيعة، فهي عبارة عن صواعد ونوازل تشكلت بفعل ظاهرة تسرب مياه الأمطار المحملة بالكلس والأملاح المعدنية.
- ✓ غار الباز: هو عبارة عن مغارة واسعة مفتوحة موقعه يعود إلى ما قبل التاريخ.
- ✓ المنار الكبير (رأس العافية): تم إنجازه سنة 1865م من طرف الحرفي " شارل سالف "، هدفه توجيه البواخر إلى بر الأمان.
- ✓ الحظيرة الوطنية لتازة: هي محطة لجذب السياح الباحثين عن الترفيه والراحة، تتربع على مساحة 3807 هكتار، تتميز بتنوع غطائها النباتي وتركيبها الحيوانية حيث يحتوي على 137 نوع من الأشجار والشجيرات ذات الأهمية البيئية والاقتصادية، و 135 نوع من الثدييات من بينها 11 نوع محمي من القانون و 134 نوع من الطيور.
- ✓ البحيرات الطبيعية: توجد عفي الولاية ثلاث بحيرات طبيعية وهي:
  - بحيرة بني بلعيد بالعنصر مساحتها 120 هكتار.
  - بحيرة غدير بن حمزة بالشقفة مساحتها 36 هكتار.
  - بحيرة غدير المرج بالطاهير مساحتها 5 هكتار.
- ✓ الجزر وشبه الجزر: ونجد فيها الجزيرة الصخرية بالجهة الغربية للشريط الساحلي للولاية، وشبه الجزيرة التي توجد ببويلاطن وجزيرة برج بليدة التي تدعى أندرو.
- ✓ حديقة الحيوانات: توجد بالعوانة هيئت لإستقبال الزوار منذ عام 2006م، تحتوي على عدة أنواع من الحيوانات النادرة.
- ✓ الغابات: تتميز الولاية بغابات كثيفة مساحتها حوالي 115000 هكتار، بها مناظر خلابة مشجعة على السياحة الجبلية والصيد نذكر منها غابة القروش بالعوانة (1026 هكتار)، غابة تامنتوت بجيملة (8928 هكتار)، غابة إيديم ببلدية خيربي واد عجول، غابة الماء البارد بتاكسنة.

#### ثانيا: المقومات الثقافية:

تحتوي الولاية على عدة مقومات ثقافية منها:

- ✓ -المواقع الأثرية والتاريخية: هناك عدة مواقع أثرية وتاريخية كما يوضحها الجدول التالي

جدول رقم(02): أهم المواقع الأثرية والتاريخية بولاية جيجل

فترة ما قبل التاريخ	موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر، جبل مزغيطان، كهوف الشتاء ببلدية جبلمة، الكهوف العجيبة بالزيامة المنصورية.
الفترة الفينيقية	قبر بحالة جيدة في جبل سيدي أحمد أمقران، آثار ميناء فينيقي بجيجل، مقبرة فينيقية بالرابطة بلدية جيجل.
الفترة الرومانية	آثار مدينة رومانية " شوبة" بالزيامة المنصورية، فسيفساء بالطوبلية بلدية جيجل.
فترة الأتراك	قبر الباي عصمان بأولاد عواط(لعرابة).
الفترة الإستعمارية	المنار الكبير برأس العافية تم بناؤه سنة 1865 من طرف شارل سالف.
فترة التحرير الوطنية	مغارات مهيأة لإستقبال المجاهدين، مخابئ للجيش.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على وثائق مقدمة من طرف مديرية السياحة للولاية.

- ✓ **دار الثقافة عمر او صديق:** توجد بحي العقابي في بلدية جيجل أفتتحت سنة 2007 بها ثلاث ورشات متمثلة في ورشة للمسرح، ورشة للموسيقى، وورشة للفنون التشكيلية، وتضم قاعة مطالعة وأخرى للأنترنت إضافة إلى قاعة عروض بها 1080 مقعد وقاعة محاضرات.
- ✓ **المتاحف:** متحف كتامة هو الوحيد على مستوى الولاية كان مدرسة قرآنية سابقا، وبعد الثورة التحريرية أصبحت مقرا للمكتب الثاني للجيش الفرنسي، وفي سنة 1993 حولت إلى مقر لمتحف جيجل.
- ✓ **الصناعات التقليدية:** تنوع الثروات التي توجد بالولاية وطابعها السياحي جعل الحرفيين يتفنون في هذه الصناعة من صناعة الأواني الخشبية إلى صناعة السلال، والصناعات الجلدية وصناعة الفخار والتحف الفنية والأكلات الشعبية.
- ✓ **المراكز الثقافية:** تتوفر على أربع قاعات للسينما وتسع مراكز ثقافية، وأيضا وجود 97 جمعية ثقافية على مستوى الولاية.
- ✓ **الأعياد والمواسم المحلية:** تتمحور التقاليد الثقافية لولاية جيجل عادة في العيد الأكثر شيوعا بالمنطقة ويتمثل في العيد المحلي للسماك الذي تنظمه الجمعيات السياحية.

ثالثا: المقومات المادية

تحتوي الولاية على هياكل قاعدية متنوعة منها:

- ✓ **الطرق:** أهمها الطريق الوطني رقم 43، كما توجد شبكة طرق ولائية وبلدية من أجل التنقل بكل سهولة وحرية.
- ✓ **المطارات:** تتوفر على مطار واحد هو مطار فرحات عباس بالطاهير.
- ✓ **الموانئ:** تحتوي على ميناء جن جن ويعتبر من أكبر الموانئ في افريقيا يقع على بعد 10 كلم من المدينة بقدرة استيعاب تقدر ب4.5 مليون طن سنويا، وأيضا مائين للصيد البحري بكل من جيجل والزيامة المنصورية.
- ✓ **الهيكل التعليمية:** وتتمثل في جامعة جيجل وتنقسم إلى جزئين، الجامعة المركزية بعاصمة الولاية والقطب الجامعي تاسوست، بالإضافة إلى معهد للتكوين المهني و15 مركزا.
- ✓ **الخدمات المصرفية:** هناك العديد من الوكالات البنكية أهمها بنك الخليج، البنك الخارجي، بنك التوفير والإحتياط.

#### رابعا: هياكل الايواء والمؤسسات السياحية

تتمثل أهم الهياكل والمؤسسات حسب احصائيات 2018 لمديرية السياحة في:

- ✓ **الفنادق:** يوجد بالولاية 26 فندق مستغل بطاقة استيعاب 2054 سرير فيما بقيت 03 منها مغلقة بقرارات ولائية خلال موسم 2018، وأغلب الفنادق موجودة في بلدية جيجل.
- ✓ **المخيمات العائلية:** تتوفر الولاية على 07 مخيمات تجارية بطاقة استيعاب 1249 سرير، بالإضافة إلى 08 مخيمات تابعة للخدمات الاجتماعية بطاقة استيعاب تقدر ب2220 سرسر.
- ✓ **بيوت الشباب:** يوجد بالولاية أربع بيوت للشباب (الطاهير، تاكسنة، زيامة منصورية، بيت الشباب جيجل) بطاقة استيعاب تقدر ب270 سرير، فيما بلغت مراكز العطل والترفيه 16 مركز.
- ✓ **وكالات السياحة والأسفار:** تتوفر ولاية جيجل على 07 وكالات للسياحة والأسفار.

#### المطلب الثاني: الطلب السياحي

الطلب السياحي يتضمن التوافد على مختلف هياكل الإيواء كذلك الطلب على المنتجات والمتمثلة أساسا في الإقبال على الشواطئ والفنادق والمواقع السياحية المختلفة والمطاعم، وقد عرفت التدفقات السياحية اختلاف من سنة إلى أخرى.

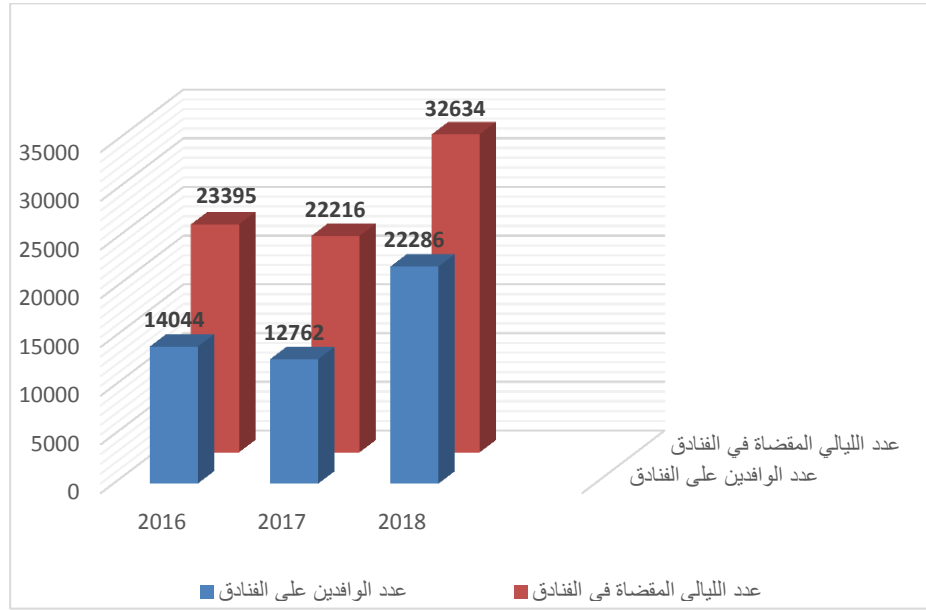
#### أولا: عدد المتوافدين على المرافق السياحية

##### 1- التدفقات السياحية على الفنادق

وقدرت التدفقات السياحية على الفنادق خلال السنوات الثلاث الماضية كما هو موضح في الشكل الموالي:



الشكل رقم (03) : عدد الوافدين على الفنادق وعدد الليالي المقضاة سنة 2016-2018



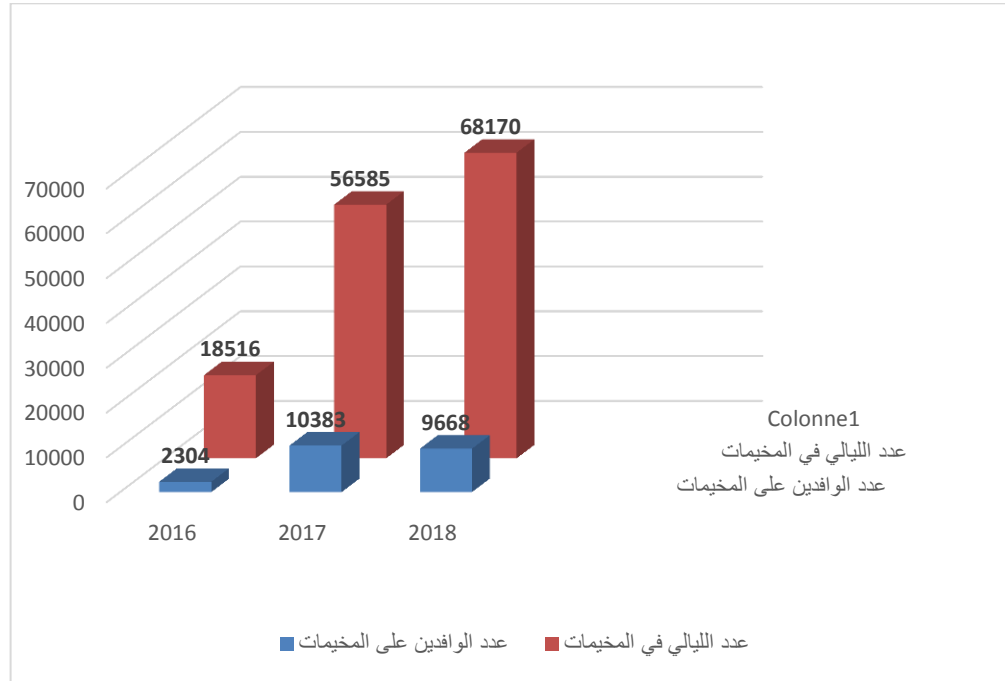
المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على إحصائيات من مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

من خلال الشكل نلاحظ أن عدد السياح الوافدين على الفنادق في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى حيث بلغ سنة 2016 حوالي 14044 سائح ليرتفع سنة 2018 حوالي 22286 سائح، وتشير أرقام مديرية السياحة لولاية جيجل إلى أن انخفاض عدد السياح يعود إلى قصر موسم الاصطياف وتزامنه مع شهر رمضان، ليعود بالارتفاع تدريجيا سنة 2018، أما فيما يخص عدد الليالي المقضاة هي الأخرى عرفت انخفاض سنة 2017 مقارنة مع 2016 لتعود للارتفاع سنة 2018 وهذا راجع لقصر فترة الاصطياف بسبب حلول شهر رمضان وأيضا كراء بسبب كراء المنازل لإرتفاع أسعار الفنادق.

## 2- التدفقات السياحية على المخيمات

وقدرت التدفقات السياحية على المخيمات خلال السنوات الثلاث الماضية كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (04) عدد الوافدين على المخيمات وعدد الليالي المقضاة خلال سنة 2016-2017



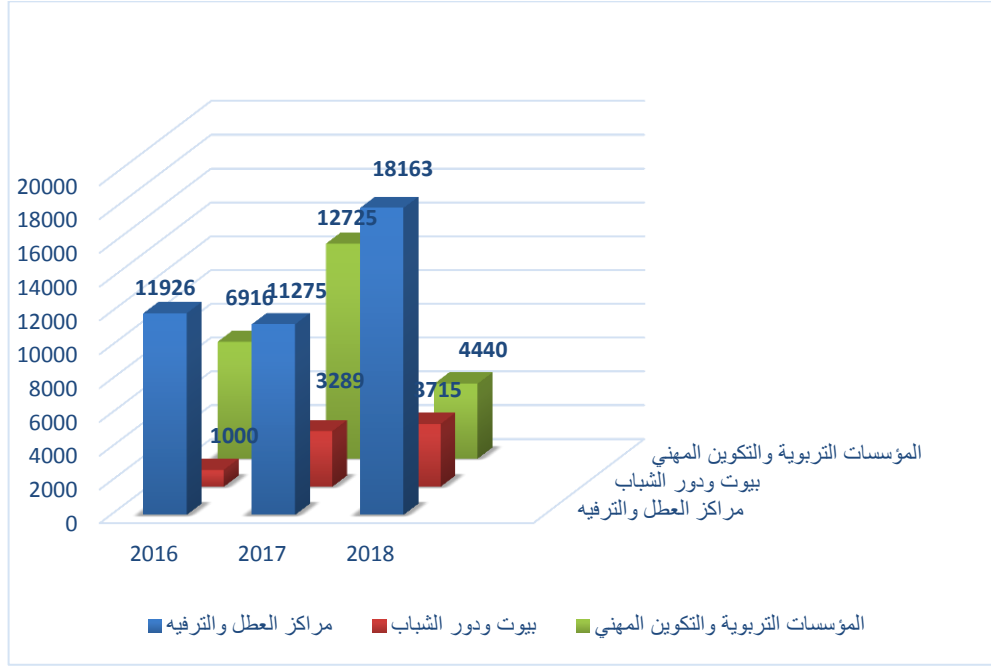
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات من مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

من خلال الشكل نلاحظ أن عدد المتوافدين على المخيمات العائلية فقد عرف انخفاض سنة 2018 مقارنة بسنة 2017 وقد يكون السبب غلق بعض المخيمات أو عدم استعمالها، أما فيما يخص عدد الليالي المقضاة هي الأخرى عرفت ارتفاع سنة 2017 مقارنة مع 2016، ليلبلغ عددها سنة 2018 "68170".

#### ثانيا: عدد المتوافدين على المرافق الأخرى

بالإضافة إلى المرافق السياحية فقد تم إحصاء عدد معتبر من السواح في إطار الرحلات المنظمة إلى مختلف الهياكل التربوية ومراكز العطل الخاصة بالشباب والرياضة وبيوت الشباب كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(05) عدد الوافدين على المرافق الأخرى خلال سنة 2016-2017



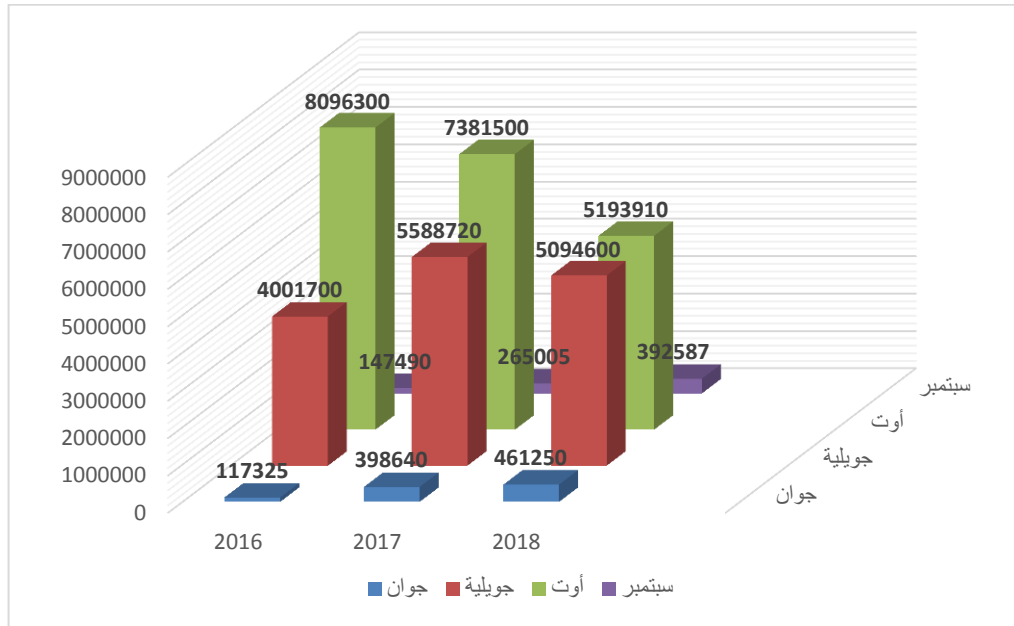
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

من خلال الشكل نلاحظ أن عدد المتوافدين على مراكز العطل والترفيه عرف ارتفاع سنة 2018 بسبب زيادة عدد المراكز مقارنة مع 2016 و 2017، ونفس الشيء بالنسبة لبيوت ودور الشباب، المؤسسات التربوية والتكوين المهني.

### ثالثا: الإقبال على الشواطئ

بلغ عدد المتوافدين على الشواطئ المحروسة حسب إحصائيات مصالح الحماية المدنية إلى غاية 31 أوت 2018 حوالي 10749760 مصطاف دون الأخذ بالحسبان الشواطئ غير المحروسة والتي عرفت توافدا كبيرا عليها، والشكل التالي يبين تطور التوافد على الشواطئ المسموحة للسباحة:

الشكل رقم(06) عدد المتوافدين على الشواطئ سنة 2016-2017.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نلاحظ من خلال الشكل أن عدد الوافدين على الشواطئ سنة 2016 قد ارتفع في شهر جويلية وأوت مقارنة مع شهر جوان حيث بلغ عددهم 11735 مصطاف ليصل في شهري جويلية وأوت 4001700 و 8096300 مصطاف على التوالي، وهذا نتيجة انتهاء شهر رمضان وزيادة الاقبال على الشواطئ سواء من السكان المحليين أو السياح من خارج الولاية، ثم انخفاض عدد المصطافين في شهر سبتمبر بسبب الدخول المدرسي، ونفس الملاحظات بالنسبة لسنة 2017 و 2018.

### المطلب الثالث: التعريف بالجمعيات محل الدراسة

#### الفرع الأول: الجمعيات السياحية بولاية جيجل

الجمعيات بولاية جيجل متنوعة وهي في تزايد مستمر، تحاول المساهمة في التغيير الاجتماعي وفي تحسين ظروف المجتمع وتنميته حسب إمكانياتها وأهدافها، وأغلب هذه الجمعيات تفتقر إلى مقدرات خاصة وتمارس نشاطاتها على مستوى دور الشباب والمراكز الثقافية، وأغلبها أيضا منتشر على مستوى مركز عاصمة الولاية والبلديات الكبرى، أما الشباب المنخرطين فهم لا يمثلون سوى 33% من مجموع المنخرطين، وأغلب نشاطها في العمل الخيري.

إلا أن الامكانيات المتاحة لنا لا تسمح بالدراسة الشاملة لكافة هذه الجمعيات وأيضا ضيق الوقت فإن الضرورة استدعت أخذ عينة تتناسب وموضوع البحث ومعطياته وتخصص الدراسة تسويق سياحي وفندقي ومن هنا كان إختيار الجمعيات السياحية نموذجا للدراسة.

الجمعيات السياحية الموجودة بالولاية وحسب الإحصائيات المقدمة لنا من طرف الجهات المعنية، بلغ عددها 24 جمعية سياحية منها 5 جمعيات فقط حاصلة على الاعتماد كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم 03: عدد الجمعيات السياحية بولاية جيجل

اسم الجمعية	المقر	سنة التأسيس ورقم الاعتماد
الديوان الجبلي للسياحة	جيجل	2010/58
جمعية السفير للسياحة	جيجل	2012/20
جمعية الصيادين الهواة للترفيه والسياحة	جيجل	2016/04
الجمعية السياحية الولائية للسياحة الجبلية وتبادل الأسفار للطفولة والشباب.	تاكسنة	2016/05
الجمعية الولائية للسياحة البيئية	جيجل	2016/21

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

من الجدول نلاحظ أن أغلب الجمعيات حديثة النشأة بين 2010 و 2016 وترتكز في عاصمة الولاية، وهي قليلة جدا مقارنة مع ما تزخر به الولاية من مقومات خاصة الطبيعية منها، ونظرا للعدد المحدود لهذه الجمعيات فقد تم الاتصال بهم جميعا.

إلا أنه من خلال الدراسة الاستطلاعية والنزول إلى الميدان واجراء مقابلات أولية مع رؤساء الجمعيات اتضح لنا جليا أن هناك جمعيتين فقط لهما نشاط ميداني فعلي على مستوى الولاية وهما

جمعية السفير والديوان الجبلي للسياحة، ولذلك فقد مثلت هذه الجمعيتين عينة الدراسة، ممثلة في نوع العينة القصدية غير العشوائية.

وقصد التمكّن من الحصول على المعلومات والبيانات الكافية واللازمة لإجراء الدراسة وضبطها تم إستعمال بعض الوسائل والأدوات التي تساعد على ذلك وتتمثل في المقابلة من أجل معرفة طريقة عمل الجمعيتين ومختلف النشاطات التي تقوم بها.

### الفرع الأول: تقديم جمعية السفير للسياحة

#### أولاً: التعريف بالجمعية

هي جمعية تأسست بتاريخ 30 أبريل 2013، وهي فكرة مجموعة من الأصدقاء كانوا يخرجون لزيارة بعض المواقع الطبيعية ومن هذا المنطلق قرروا تأسيس جمعية وتنظيم هذه الخرجات في إطارها وقد أختير لها هذه التسمية " السفير " وشعارها هو "جمعية السفير للسياحة...السياحة برؤية مغايرة".

#### ثانياً: أهداف الجمعية

تهدف الجمعية أساساً إلى خدمة قطاع السياحة بالولاية وترقيته من خلال<sup>3</sup>:

- العمل على التعريف بالمواقع السياحية والأثرية والترويج لها والحفاظ عليها؛
- العمل على تنظيم الملتقيات والمهرجانات الداعمة للنشاط السياحي؛
- العمل على غرس الثقافة السياحية في المجتمع وترقيتها؛
- العمل على دعم المبادرات الفردية والجماعية المتعلقة بخدمة النشاط السياحي؛
- العمل على إعادة الإعتبار للمساحات الخضراء والحدائق العمومية والحفاظ عليها؛
- العمل على تشجيع التبادلات السياحية الداخلية والخارجية وتفعيلها.

#### ثالثاً: أنشطة الجمعية

تقوم الجمعية بعدة نشاطات منها تكون على مدار السنة ومنها فصلية وسنوضح بعض منها في الشكل التالي:

<sup>3</sup>مقابلة مع السيد لخضر بن أمقران الأمين العام لجمعية السفير، يوم 10.10.2019: على الساعة 10.00.

الشكل رقم (07): جانب من نشاطات جمعية السفير

	التجوال السياحي بالدراجات الهوائية من بلدية سلمى بن زيادة إلى بلدية تاكسنة ويكون في فصل الربيع		التجوال السياحي مشيا على الأقدام بجبال جيجل ويكون على مدار السنة
	تظاهرة عيد السمك (منافسة في الطبخ وفنون عرض وتقديم الأطباق)، شهر ماي		التجوال السياحي مشيا على الأقدام من الزيامة منصورية إلى بلدية العوانة، في موسم الاصطياف.
	المهرجان المحلي للدرجات الهوائية في فصل الربيع		تظاهرة ربيع جيجل، في حلول فصل الصيف
	ملتقى ولائي حول السياحة الجبلية بعنوان السياحة الجبلية آفاق وتحديات، اليوم العالمي للسياحة.		حملات التوعية والتحسيس حول نظافة وجمال الشواطئ، في موسم الاصطياف

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على وثائق مقدمة من جمعية السفير للسياحة لولاية جيجل

من خلال الشكل نلاحظ أن أغلب النشاطات التي تقوم بها هناك أنشطة تكون على مدار السنة، وأخرى تكون متعلقة بمناسبة ما مثل الملتقى الولائي للسياحة الجبلية الذي أقيم بمناسبة اليوم العالمي للسياحة، والملتقى الولائي حول السياحة وذوي الإعاقة الذي أقيم بمناسبة اليوم الوطني لذوي الاحتياجات الخاصة، كل هذه الأنشطة هدفها ترقية السياحة بولاية جيجل، والترجيع لها، وتنشيط الطلب السياحي.

الفرع الثاني: تقديم الديوان الجيجلي للسياحة

أولاً: التعريف

هو جمعية ولائية ذات طابع سياحي تأسس سنة 2010 يهتم بترقية الفعل السياحي في الولاية والمساهمة في التنشيط والترجيع للسياحة في ولاية جيجل، شعار الجمعية هو "السياحة مورد اقتصادي وليس ترفيه".

ثانياً: أهداف الديوان الجيجلي للسياحة

تهدف الجمعية إلى:

➤ ترقية السياحة في ولاية جيجل؛

➤ التنشيط السياحي الجماهيري؛

✚ تنظيم رحلات وتبادلات سياحية؛

✚ الترويج لولاية جيجل كمقصد سياحي.

أول ما تم الاتفاق عليه بين أعضاء الديوان هو صناعة الوجهة السياحية وأيضا التركيز على التميز في اختيار الوجهة، وحتى تكون المنطقة وجهة سياحية يجب توفرها على أربعة شروط وهي<sup>4</sup>:

1. الرقعة الجغرافية المناسبة.
2. توفرها على المرافق الضرورية.
3. إستفادة السكان المحليين من مزايا السياحة حتى يكونوا سببا في تنميتها، وعنصرا داعما لها.
4. المنتجات السياحية الموجودة فيها تكون منافسة.

### ثالثا: أنشطة الديوان الجيجلي للسياحة

مند تأسيسه سنة 2010 وهو يقوم بعدة نشاطات متنوعة أجل الترويج والنهوض بالمنتوج

السياحي الجيجلي وترقيته والشكل التالي يوضح جانب من النشاطات التي قام بها:

<sup>4</sup>مقابلة مع السيد زين الدين شرايطية رئيس الديوان الجيجلي للسياحة بتاريخ 14 مارس 2019 على الساعة 13.00.



الشكل رقم(08): جانب من نشاطات الديوان الجيجلي للسياحة.

	إنجاز كتيب يتضمن أهم المواقع السياحية.		تحطيم الرقم القياسي العالمي لأكبر كعكة فراولة انتاج محلي.
	القيام بتصوير أفلام ترويجية وتوزيعها في المعارض والمكتبات.		حملة تحسيسية من أجل الحماية المستدامة للقرند المغربي.
	مسابقات لأحسن الصور الفونوغرافية.		القيام بأعمال تطوعية من أجل نظافة الشواطئ.
	مهرجان فنون الطبخ المحلي.		الدورة السياحية للعائلة الاعلامية eductour
	حملات تحسيسية للمناطق الرطبة		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على وثائق مقدمة من طرف الديوان الجيجلي للسياحة

من خلا الشكل نلاحظ أن الديوان الجيجلي للسياحة يقوم بعدة أنشطة مختلفة هدفها الترويج والتنشيط السياحية لولاية جيجل، فمثلا الدورة السياحية للعائلة الإعلامية يقومون بتوجيه دعوة للصحافة والصحافة المختصة والقنوات المتخصصة يتم التكفل بهم مثلا لمدة 5 أيام وذلك من أجل القيام بروبورتاج عن المنطقة والترويج لها، وقد كان الهدف من صناعة أكبر كعكة في العالم هو الترويج لمنتج الفراولة الخاص بمنطقة بني بلعيد بولاية جيجل.

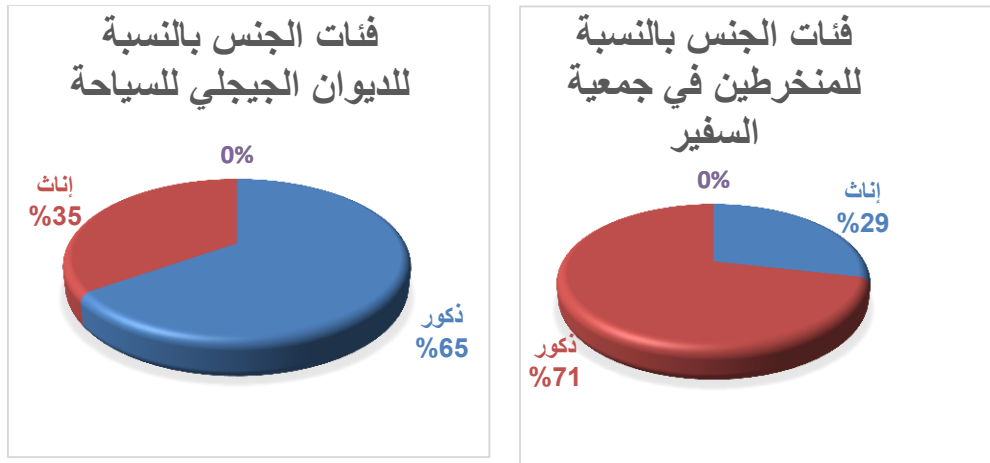
## الفرع الثالث: آليات عمل الجمعيات السياحية محل الدراسة

## أولاً: المشاركة الشعبية والعمل التطوعي

مجمل النشاطات تتعلق بنظافة وتزيين المحيط خاصة تنظيف الشواطئ في موسم الاصطياف.

- فئات الجنس بالنسبة للمنخرطين في الجمعيات: بالنسبة لجمعية السفير عدد المنخرطين هو 70 شخص بلغ عدد الذكور 50 فرد بينما عدد الإناث هو 20 ، أما بالنسبة للديوان الجبلي للسياحة فهو 23 منخرط.

## الشكل رقم (09): فئات الجنس بالنسبة للمنخرطين في الجمعيتين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات من طرف الجمعيتين.

نلاحظ أن النسبة المسيطرة بالنسبة للمنخرطين هم من فئة الذكور بنسبة 71 بالنسبة للسفير و 65 بالنسبة للديوان وهذا راجع بالأساس إلى كون النشاطات الجمعوية السياحية تميل إلى الخرجات الميدانية وطبيعة المجتمع الجبلي المحافظ، وحسب المقابلة التي أجريناها مع رئيس الديوان فهو لا يهتم بالعدد ولكن بمهارات وإمكانيات الشباب المتطوع في خدمة المجتمع المحلي والسياحة، وأيضا قصور وضعف في الوعي التطوعي لأن الأغلبية يبحثون عن الربح لا غير وتغليب المصلحة الشخصية على المصلحة العامة.

## -المهن التي يزاولها المنخرطين خارج إطار النشاط المكلفين به في الجمعية السياحية:

تلعب المهنة دورا كبيرا في عملية ترقية العمل الجمعي والزيادة في نشاطاته والمساهمة بشكل فعال في أدائه، ومن خلال المقابلة التي أجريناها مع الجمعيتين والوثائق المقدمة فإن أغلب الأعضاء يشغلون مناصب ذات طابع إداري وهذا يؤهلهم إلى تحسين عمل الجمعية من عدة جوانب كالجانب المادي من

خلال توفير الإمكانيات المادية، طرح إنشغالات وإهتمامات الجمعية على المستوى الرسمي وتكثيف نشاطاتها السياحية، إلا أن هناك ضعف تأهيل في الجانب السياحي بالإضافة إلى مهن أخرى.

#### -الهيئات الرسمية المنسقة مع الجمعيات السياحية-

تمثلت في مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل لما توفره هذه الأخيرة من تسهيلات قانونية ومادية لهذه الجمعيات، إلا أنه حسب رؤساء الجمعيات أن الدعم المتحصل عليه منها لا يسمح بممارسة نشاطها على أكمل وجه وبالتالي عدم تحقيق الأهداف، وأيضا تركيز الجهات المانحة للتمويل على جمعيات دون الأخرى.

#### ثانيا: دور الجمعيات السياحية في تدعيم برامج التوعية والتحسيس

في إطار تحقيق تنمية السياحة المحلية ومن أجل سياحة مستدامة قامت الجمعيتين بعدة أنشطة في مجال حماية البيئة، وقد جاء على لسان الأمين العام لجمعية السفير بأنها ومنذ تأسيسها عملت على نشر الوعي البيئي بين مختلف شرائح المجتمع من خلال تنظيمها لعدد النشاطات على غرار مشروع " الفقة صديقة للبيئة" سنة 2015، المهرجان المحلي للدراجة الهوائية سنة 2015 و2018، حملات تنظيف الشواطئ، التجوال السياحي عبر الكورنيش من أجل صيف نظيف، وأنها تعمل بشكل جيد في نشر الوعي البيئي.

أما الديوان الجيجلي للسياحة وحسب رئيسها فهي في مجال السياحة البيئية كل سنة تقوم ببرنامج واحد يهتم بالسياحة البيئية من أجل استدامة السياحة ومن بين الأنشطة اختيار نوادي رياضية ويقومون برحلات إلى المناطق الرطبة التي يجب الحفاظ عليها بالتنسيق مع محافظة الغابات بهدف المحافظة على تلك الفضاءات البيئية بالنظر الى الأهمية التي تكتسبها في المجال الايكولوجي، والتي تحتوي على عدة أنواع من الطيور المهاجرة، وأيضا حملات تحسيسية من أجل المحافظة على الكورنيش من بينها حملة حماية القرد المغربي.

وبالتالي الجمعيتين تلعبان دورا في التوعية السياحية المحلية، من خلال توعية السكان المحليين بأهمية السياحة كمورد، حيث تكونت لديهم فكرة خاطئة عن السياحة، وحسب رئيس الديوان الجيجلي للسياحة فقد كان ينظر للسياحة في بداية نشاطه على أنها تفسد المجتمع ولها آثار سلبية على مختلف جوانب حياتهم.

## ثالثا: الترويج السياحي

بالنسبة للديوان الجيجلي للسياحة فهو يعتبر أول هيئة قامت بلقاءات إعلامية وحضور ملتقيات، والترويج الإلكتروني للسياحة حيث قام بتكوين لأعضائه في مجال السمعي البصري من أجل إنتاج أفلام ترويجية وتوزيعها في الصالونات والملتقيات في بداية نشاطه سنة 2010، وهو ما يزيد من مهاراتهم الإدارية والمعرفية والتوعوية، ومن بين الأساليب المستخدمة من طرف الديوان في الترويج:

-الدليل السياحي؛

-البوستر، الكتيبات، صفحة الفيسبوك، موقع الأنترنت؛

- خرجات سياحية خاصة للمنطقة يشاركون فيها أصحاب صفحات الفيسبوك، المصورون، الناشطين المحليين وذلك من أجل المساهمة في الترويج؛

-دورات سياحية للعائلة الإعلامية؛

-إنتاج أشرطة ترويجية من قبل خلية الاتصال في الديوان وتنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا توزع في الصالونات.

أما بالنسبة لجمعية السفير فهي تقوم بالترويج السياحي عن طريق تنظيم تظاهرات ومهرجانات ذات بعد سياحي خلال المناسبات الوطنية والدولية للسياحة مثل تظاهرة ربيع جيجل...، وتعتمد أيضا بدرجة كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعية وبالأخص موقع فيسبوك، المشاركة في الملتقيات والندوات والقيام برحلات سياحية من أجل التعريف بالولاية، وإجراء مسابقات ثقافية.

### المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة والأساليب الإحصائية المعتمدة

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى الإجراءات المنهجية وكيفية اختيار مجتمع وعينة الدراسة ومختلف الأدوات الإحصائية المستعملة.

#### المطلب الأول: منهجية الدراسة

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها محورا رئيسيا يتم من خلاله إنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، وعن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء موضوع الدراسة.

#### الفرع الأول: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في المستفيدين من خدمات الجمعيات السياحية في ولاية جيجل، ونظرا لصعوبة إجراء عملية مسح شامل لكل المستفيدين بالإضافة إلى قصر الوقت والجهد فلقد لجأنا لإختيار عينة عشوائية من هذا المجتمع لدراستها.

#### الفرع الثاني: عينة الدراسة

تحديدها يعد خطوة مهمة لأي بحث، فهي تمثل جزء من مجتمع الدراسة، والعينة المختارة من مجتمع المستفيدين من خدمات الجمعيات السياحية في ولاية جيجل كانت غير عشوائية ميسرة، مكونة من 60 مفردة . تم توزيعها بطريقة إلكترونية بمساعدة الامين العام للجمعيات السياحية محل الدراسة.

#### الفرع الثالث: أداة الدراسة

بغرض إكمال ما تم التطرق إليه في الجانب النظري والإلمام بجوانب الموضوع من الناحية العملية تم استخدام أداة أساسية هي الاستبيان من خلال صياغة نموذج من الأسئلة موجهة لأفراد عينة الدراسة. (انظر الملحق رقم (01)) والتي تتكون من جزأين:

-الجزء الأول:يشمل البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة والمتمثلة في الجنس، الفئة العمرية، المهنة، السكن، الدخل الشهري.

-الجزء الثاني: وينقسم إلى محورين

-أ.المحور الأول: تقييم نشاط الجمعيات السياحية محل الدراسة بولاية وتعكسها العبارات من 01 إلى

ب. المحور الثاني: دور نشاط الجمعيات السياحية في تحفيز الطلب السياحي على ولاية جيجل، وتعكسها العبارات من 15 إلى 23.

وقد تم استخدام سلم ليكرث المتدرج من 5 فئات حيث الدرجة 5 تعني موافق تماما بدرجة عالية جدا، والدرجة "1" تعني غير موافق تماما بدرجة منخفضة جدا، وقمنا بحساب المدى على النحو التالي:  
4 = 1-5، حيث تمثل 5 عدد الفئات، وبحسب طول الفئة على النحو التالي:

$$\frac{\text{المدى}}{\text{عدد الفئات}} = \text{طول الفئة (المدى)}$$

$$.0.8 = \frac{4}{5} =$$

والجدول الموالي يمثل التوزيع لمقياس ليكرث:

#### الجدول رقم (04): التوزيع لمقياس ليكرث

الفئة	] 1.80 – 1]	] 2.6 – 1.80]	] 3.40 – 2.6]	] 4.2 – 3.40]	[5-4.2]
الدرجة	1	2	3	4	5
درجة الموافقة	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على سلم ليكرث الخماسي.

#### المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة واختبار عينة الدراسة

##### الفرع الأول: أساليب المعالجة الإحصائية

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة من الاستبانة تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) "statisticalpackge force social sciences"، ومن أجل معالجة بيانات الدراسة سيتم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والتكرارات: وذلك بغرض معرفة تكرار فئات متغير ما ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة؛

- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مدى ارتفاع او انخفاض استجابات أفراد العينة عن كل عبارات الدراسة، وكذا تحديد مدى انحراف استجابات المبحوثين لكل عبارة من عبارات الدراسة عن متوسطها الحسابي؛

- اختبار ألفا كرونباخ (Crambach'Alpha): لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة؛

- اختبار "كولومجروف-سمرنوف (1-Sample K-S): لمعرفة نوع البيانات التي تتبع التوزيع الطبيعي؛

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson correlation coefficient) لقياس درجة الارتباط: يستخدم هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه؛

- اختبار T في حالة عينة واحدة (T-Test) : لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصل إلى الدرجة المتوسطة وهي 3، وقد تم استخدام هذا الاختبار للتأكد من دلالة المتوسط لكل فقرة من فقرات الاستبانة؛

- اختبار تحليل التباين الأحادي ذو الاتجاه الواحد (one way analysis of ANOVA): لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات البيانات.

#### الفرع الثاني: اختبار طبيعة توزيع عينة الدراسة

قمنا باستخدام اختبار كولومجروف-سمرنوف (1-Sample K-S) لمعرفة هل بيانات تتبع التوزيع الطبيعي أملا، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لان معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، وبهذا نفترض:

-  $H_0$ : البيانات تتوزع طبيعيا.

-  $H_1$ : البيانات لا تتوزع طبيعيا.

والجدول التالي يبين نتائج اختبار التوزيع الطبيعي:

#### الجدول رقم (05): اختبار التوزيع الطبيعي (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

المحور	محتوى المحور	قيمة Z	مستوى الدلالة المعنوية (sig)
الأول	تقييم نشاط الجمعيات السياحية بولاية جيجل	0.976	0.297
الثاني	اثر الجمعيات السياحية على تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل	1.281	0.075
جميع المحاور		0.743	0.639

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات spss.

يوضح الجدول السابق نتائج الاختبار حيث أن قيمة مستوى الدلالة أكبر من ( 0.05 ) ،وبذلك يتم قبول الفرضية الصفرية، حيث أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعلمية .  
(انظر الملحق رقم (02)).

#### المطلب الثالث: صدق وثبات الاستبانة

##### الفرع الأول: صدق الاستبانة

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه وقد تم التأكد من صدق الاستبانة بطريقتين هما:

**أولاً. صدق المحكمين:** عرضت أداة الدراسة على مجموعة من المحكمين تألفت من أعضاء الهيئة التدريسية في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد الصديق بن يحي بجبل، متخصصين في التسويق والإحصاء، واستنادا إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكومون أجرت التعديلات التي اتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة العبارة وحذف وإضافة الأخرى منها.

**ثانياً. صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة:** تم حساب الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة على عينة الدراسة البالغ حجمها 60 مفردة وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما يلي:



1.الصدق الداخلي لعبارات المحور الأول (تقييم نشاط الجمعيات السياحية بولاية جيجل )

الجدول رقم (06): الصدق الداخلي لعبارات المحور الاول.

الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية sig
<b>الآلية الأولى: الترويج السياحي</b>			
1	تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات و المظاهرات الثقافية.	0,452**	0,000
2	تتصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول أنشطتها السياحية.	0,303*	0,000
3	تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية.	0,738**	0,000
4	توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع نشاطاتها السياحية	0,654**	0,000
5	تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية إلى مختلف المناطق بالولاية.	0,565**	0,000
6	يمكن التواصل بسهولة مع الجمعيات السياحية .	0,763**	0,000
7	تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية	0,602**	0,000
<b>الآلية الثانية: العمل التطوعي و المشاركة الشعبية</b>			
8	تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها.	0,646**	0,000
9	الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها في أداء أنشطتها.	0,938**	0,000
10	تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف و تزيين المحيط بشكل مرضي.	0,938**	0,000
<b>الآلية الثالثة: التوعية والتحسيس</b>			
11	الجمعيات السياحية تمي الوعي البيئي من خلال أنشطتها.	0,454**	0,000
12	أنشطة التوعية و التحسيس أخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي.	0,724**	0,000
13	تحافظ الجمعيات السياحية في أنشطتها على عادات و تقاليد المجتمع المحلي.	0,802**	0,000
14	تنظم الجمعيات السياحية عروض جذابة و مختلفة.	0,878**	0,000

المصدر :من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجاتSPSS.

**- الصدق الداخلي لعبارات الية الترويج السياحي**

يبين الجدول رقم ( 06 ) معاملات الارتباط بين عبارات الالية الأولى من المحور الأول والمرتبطة بألية الترويج السياحي مع المعدل الكلي لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0,05 ، حيث أن القيمة الإحتمالية لكل العبارات أقل من 0,05 كما أن قيم معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0.303 و 0.763 مما يدل على أن عبارات هذه الآلية صادقة لما وضعت لقياسه ( أنظر الملحق رقم(03)).

**- الصدق الداخلي لعبارات الية العمل التطوعي والمشاركة الشعبية**

يبين الجدول رقم (06) معاملات الارتباط بين عبارات الالية الثانية من المحور الأول والمرتبطة بألية العمل التطوعي والمشاركة الشعبية مع المعدل الكلي لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0,05 ، حيث أن القيمة الإحتمالية لكل العبارات أقل من 0,05 كما أن قيم معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0.646 و 0.938 مما يدل على أن عبارات هذه الآلية صادقة لما وضعت لقياسه ( أنظر الملحق رقم(04)).

**- الصدق الداخلي لعبارات الية التوعية والتحسيس**

يبين الجدول رقم ( 06 ) معاملات الارتباط بين عبارات الالية الثالثة من المحور الأول والمرتبطة بألية التوعية والتحسيس مع المعدل الكلي لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0,05 ، حيث أن القيمة الإحتمالية لكل العبارات أقل من 0,05 كما أن قيم معاملات الارتباط موجبة تتراوح بين 0.454 و 0.878 مما يدل على أن عبارات هذه الآلية صادقة لما وضعت لقياسه ( أنظر الملحق رقم(05)).

2. الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني (اثر الجمعيات السياحية على تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل) .

الجدول رقم (07): الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني.

الرقم	عبارات المحور	معامل الارتباط بيرسون	القيمة الاحتمالية sig
15	البرامج و النشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر .	0,794**	0,000
16	تكاليف الإنفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لإقبالك على السياحة.	0,116	0,378
17	ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالأماكن السياحية.	0,346**	0,007
18	سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية إذا تسنت لي الفرصة.	0,756**	0,000
19	البرامج المقدمة من الجمعيات السياحية حفزتك على القيام بالسياحة .	0,230	0,078
20	تعاملت مع الجمعيات السياحية غير من سلوكك في التعامل مع المزارات و الأماكن السياحية.	0,814**	0,000
21	مصادقية الجمعيات السياحية في تعاملها جعلك تشجع الآخرين على التعامل معها.	0,243	0,062
22	حفزتك الأنشطة السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية على زيارة المناطق التاريخية.	0,355**	0,005
23	بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة للولاية و التعامل مع الجمعيات السياحية.	0,288*	0,026

المصدر :من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يبين الجدول رقم (07) معاملات الارتباط بين عبارات المحور الثاني والمرتبطة اثر الجمعيات السياحية على تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل، المعدل الكلي لعباراته والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة 0,05 ، حيث أن القيمة الإحتمالية لكل العبارات أقل من 0,05

كما أن قيمة معامل الارتباط موجبة تتراوح بين 0,116 و0,794 مما يدل على أن عبارات هذا المحور صادقة لما وضعت لقياسه ( أنظر الملحق رقم(06)).

#### الفرع الثاني: ثبات عبارات الاستبانة

هي أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف، وتحسب باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ حيث يأخذ قيما تتراوح بين الصفر والواحد، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر وعلى العكس، إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد. وقد أجرينا خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقة ألفا كرونباخ، والنتائج مبينة في الجدول التالي:

#### الجدول رقم (08): معامل الثبات (ألفا كرونباخ)

المحور	العنوان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الأول	تقييم نشاط الجمعيات السياحية بولاية جيجل	14	0.744
الثاني	اثر الجمعيات السياحية على تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل	9	0.621
	جميع المحاور	23	0.679

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم(08) أن معامل ثبات المحور الأول قدر بـ 0.744 والمحور الثاني قدر بـ 0.621 على التوالي، أما معامل الثبات الإجمالي قدر بـ 0.679، مما يدل على أنه في حالة إعادة تطبيق هذه الاستبانة وتوزيعها من جديد في ظروف مماثلة سنحصل على نفس النتائج والاستنتاجات بنسبة 67.9% وهذا ما يدل على ثبات الاستبيان واتساقه ومصداقية النتائج المتحصل عليها (انظر الملحق رقم ( 07 )).

### المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

يتضمن هذا المبحث عرض وتحليل نتائج الدراسة وذلك بالوصف الإحصائي لعينة الدراسة، واستعراض نتائج الاستبانة والتي يتم الوصول إليها من خلال تحليل فقراتها.

#### المطلب الأول: تحليل نتائج معالجة الاستبيان

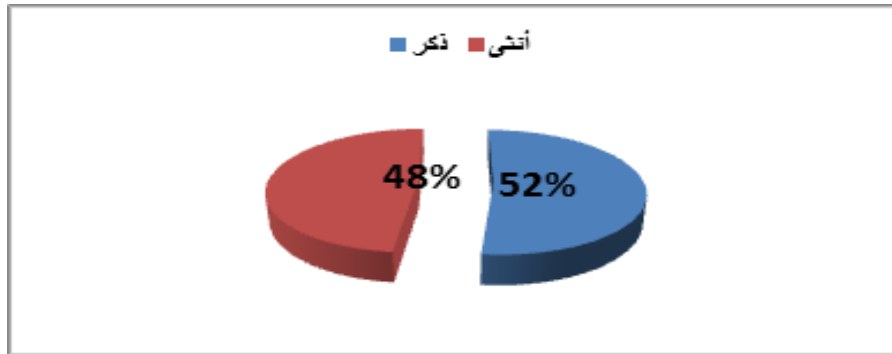
##### الفرع الأول: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة

فيما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة وفق السمات الشخصية. (أنظر الملحق رقم (18))

#### أولاً. الجنس

فيما يلي توزيع أفراد العينة حسب فئة الجنس مع توضيح النسب المئوية:

الشكل رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

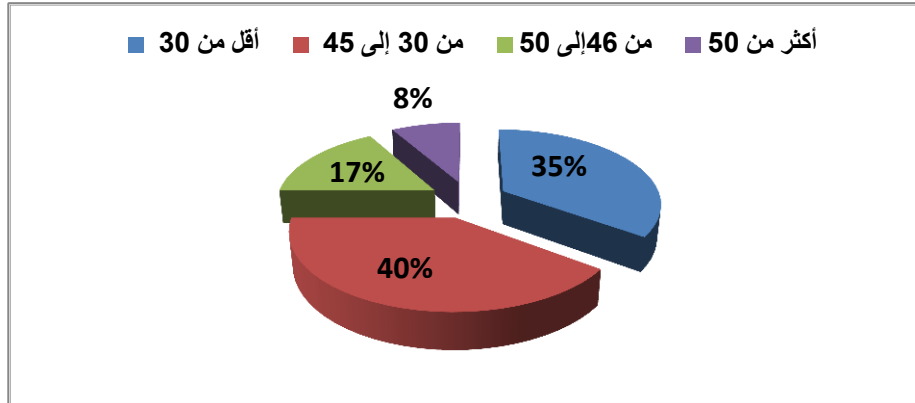
من خلال النتائج المتوصل إليها حسب الشكل يتضح لنا أن نسبة الذكور للعينة محل الدراسة تفوق نسبة الإناث، حيث بلغ عدد الذكور 31 فرد أي ما نسبته 52% في حين بلغ عدد الإناث 29 فرد أي ما نسبته 48% من إجمالي حجم العينة محل الدراسة، وبالتالي يمكن القول أن النسبتين متقاربتين.

#### ثانياً: العمر

يتوزع أفراد العينة محل الدراسة حسب متغير الفئة العمرية بنسب متفاوتة كما هو مبين في الشكل

التالي:

الشكل رقم(11) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية



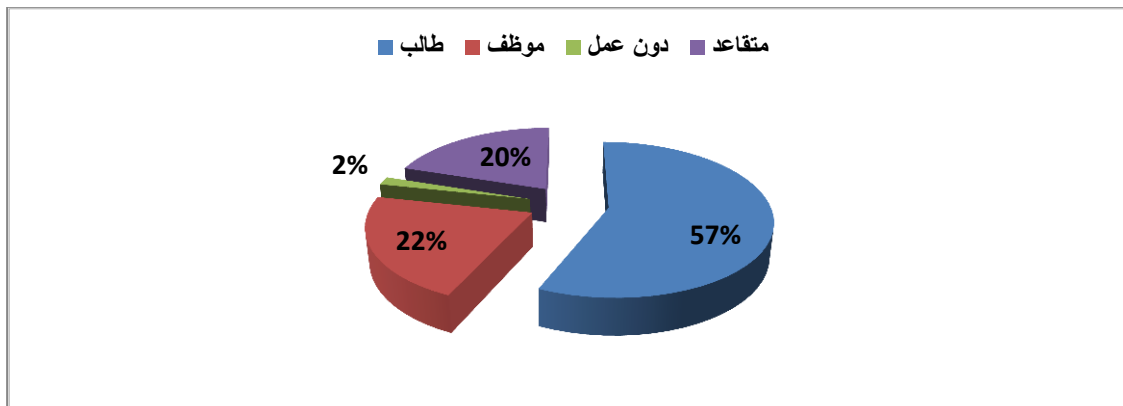
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

تشير النتائج من خلال الشكل أن عدد السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية محل الدراسة و التي تنتمي إلى فئة ( أقل من 30 سنة ) هي 21 فردا أي ما نسبته 35% في حين بلغ عدد المتعاملين من الفئة العمرية (30-45 سنة) 24 فردا أي ما نسبته 40% و هي الفئة التي تمثل أكبر نسبة، أما فيما يخص الفئة ( 46-50 سنة) فيتراوح عدد أفرادها إلى 10 أفراد أي ما نسبته 16,7% وهي نسبة متوسطة مقارنة مع الأولى والثانية، أما الفئة(الأكثر من 50 سنة ) فهي تمثل 5 أفراد أي ما نسبته 8,3% و هي نسبة ضعيفة مقارنة مع باقي الفئات، و الشكل الموالي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية.

### ثالثا: المهنة

يتوزع أفراد العينة محل الدراسة حسب متغير المهنة على النحو التالي:

الشكل رقم(12): توزيع أفراد العينة حسب المهنة



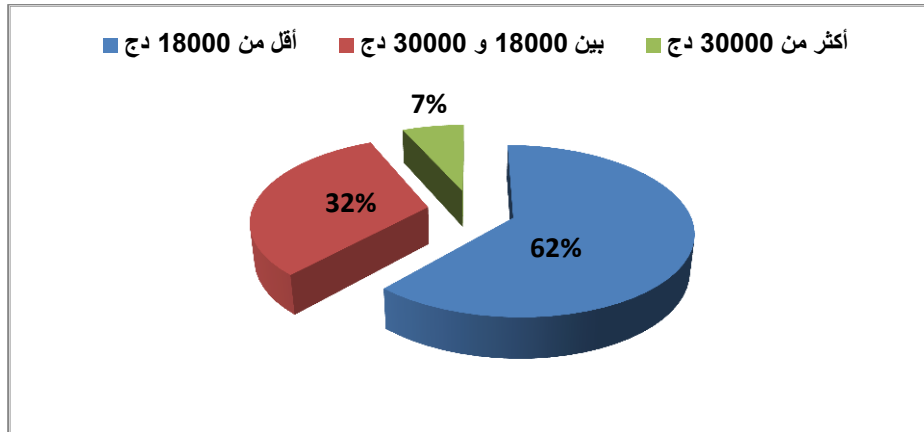
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال النتائج المتحصل عليها من برنامج spss المندرجة في الشكل رقم (12) نلاحظ أن نسبة 57% هم طلاب حيث بلغ عددهم 34 فرد، يليها 22% موظفين بما مقداره 13 فردا، و 20% من أفراد العينة هم متقاعدين، في حين تمثل نسبة 2% دون عمل فقط من أفراد العينة محل الدراسة.

#### رابعاً: الدخل الشهري

يتوزع أفراد العينة محل الدراسة حسب متغير الدخل الشهري على النحو التالي:

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



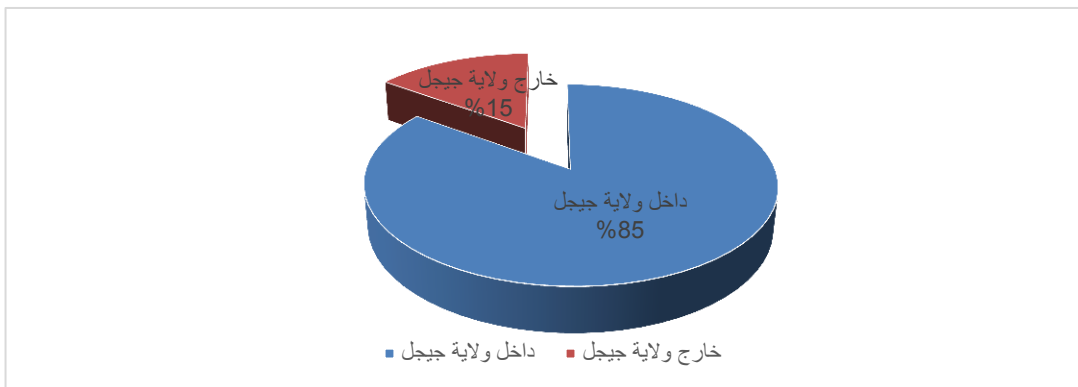
المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الشكل أن السياح الذين يكون دخلهم أقل من 18000 دج يحتلون الصدارة بمقدار 37 فردا و هو ما يمثل نسبة 62% من إجمالي العينة محل الدراسة، تليها الفئة التي يتراوح دخلهم بين 18000 و 30000 دج بمقدار 19 فردا أي ما نسبته 32%، و في الأخير الفئة التي يكون دخلهم أكثر من 30000 دج بمقدار 4 أفراد بما نسبته 7% من إجمالي العينة.

#### خامساً: السكن

يتوزع أفراد العينة محل الدراسة حسب متغير السكن على النحو التالي:

الشكل رقم(14):توزيع أفراد العينة حسب السكن



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات spss.

حظ من خلال الشكل أن السياح الذين استفادوا من خدمات الجمعيات السياحية من داخل ولاية جيجل بلغ عددهم 51 فردا بنسبة 85% من إجمالي العينة محل الدراسة أما من خارج ولاية جيجل فقد بلغ 09 أفراد أي بنسبة 15%.

#### الفرع الثاني: تحليل عبارات محاور الاستبيان

لتحليل فقرات الاستبيان تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار (T) لعينة واحدة لمعرفة ما إذا كان متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا، فإذا كانت (sig) أكبر من 0.05 فإن متوسط آراء الأفراد حول الظاهرة موضع الدراسة لا يختلف جوهريا عن موافق بدرجة متوسطة وهي 3، أما إذا كانت (sig) أقل من 0.05 فإن متوسط آراء الأفراد يختلف جوهريا عن درجة الموافقة المتوسطة، وفي هذه الحالة يمكن تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أو ينقص بصورة جوهرية عن درجة الموافقة المتوسطة من خلال قيمة الاختبار، فإذا كانت قيمة الاختبار (t) المحسوبة أكبر من (t) الجدولية معناه أن المتوسط الحسابي للإجابة يزيد عن درجة الموافقة المتوسطة والعكس صحيح.

#### أولا: تحليل نتائج المحور الأول خاص بتقييم نشاط الجمعيات السياحية بولاية جيجل

فيما يلي سوف نقوم بعرض وتحليل إجابات أفراد العينة المتعلقة بالمحور الأول وذلك من خلال حساب كل من المتوسط الحسابي لمعرفة درجة القبول أو الرفض، واستخدام اختبار (T) لمعرفة ما إذا كانت نتائج متوسط درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة وهي 3 أم لا، والنتائج مبينة في الجدول التالي:



الجدول رقم (09): نتائج تحليل فقرات المحور الأول

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الموافقة
الآلية الأولى:							
1	تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات و التظاهرات الثقافية.	3,28	1,497	1.466	0,148	7	متوسطة
2	نتحصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول انشطتها السياحية.	4,38	1,209	8,866	0,000	3	عالية جدا
3	تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية.	4,00	1,289	6,010	0,000	4	عالية
4	توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع نشاطاتها السياحية.	3,80	1,388	4,466	0,000	5	عالية
5	تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية الى مختلف المناطق بالولاية.	3,72	1,439	3,858	0,000	6	عالية
6	قنوات التواصل مفتوحة و مرنة.	4,48	0,948	12,125	0,000	2	عالية جدا
7	تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية.	4,53	0,892	13,317	0,000	1	عالية جدا
	جميع عبارات الآلية الأولى	4,02	0,71055	11,213	0,000	-	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS.

الجدول رقم (09): نتائج تحليل فقرات المحور الأول (تابع)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الموافقة
الآلية الثانية:							
8	تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها.	3,32	1,359	1,805	0,76	03	متوسط
9	الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها في أداء أنشطتها.	3,85	1,494	4,408	0,000	02	عالية
10	تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف و تزيين المحيط بشكل مرضي.	3,85	1,494	4,408	0,000	01	عالية
	جميع عبارات الآلية الثانية	3,67	1,226	4,245	0,000	-	عالية
الآلية الثالثة:							
11	الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال أنشطتها.	3,57	0,745	5,893	0,000	03	عالية
12	أنشطة التوعية و التحسيس أخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي.	3,23	1,430	1,263	0,211	04	متوسطة
13	تحافظ الجمعيات السياحية في أنشطتها على عادات و تقاليد المجتمع المحلي.	3,85	1,494	4,408	0,000	01	عالية
14	تنظم الجمعيات السياحية عروض جذابة و مختلفة.	3,67	1,422	3,631	0,001	02	عالية
	جميع عبارات الآلية الثالثة	3,57	0,95502	4,698	0,000		عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS.

من الجدول يمكن استخلاص ما يلي:

#### ✓ تحليل عبارات الآلية الأولى: الترويج السياحي

-أعلى ترتيب العبارة 7 وهي " تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4.53 وهو ينتمي إلى المجال [4.2-5]، وبلغت قيمة t المحسوبة 13.317 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة، ويمكن إرجاع ذلك لكون المعلومات التي روجت لها عن الوجهة صحيحة.

-تأتي في المرتبة التالية العبارة 6 وهي " قنوات التواصل مفتوحة ومرنة"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4.48 وهو ينتمي إلى المجال [4.2-5]، وبلغت قيمة t المحسوبة 12.125 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة وهذا أمر إيجابي حيث أن التواصل مع الجمعيات مهم في اتخاذ قرار الاعتماد عليها واقتناء خدماتها.

-العبارة 02 عالية وهي " نتحصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول أنشطتها السياحية"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4.38 وهو ينتمي إلى المجال [4.2-5]، وبلغت قيمة t المحسوبة 8.866 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714 ، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعد دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر وسيلة العصر في تنقل المعلومات بسرعة وخاصة الفيسبوك، وإدراك الجمعيات السياحية للدور الذي تلعبه هذه الوسائل.

- العبارة 03 عالية فهي في المركز 04 وهي " تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4.00 وهو ينتمي إلى المجال [3.4-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 6.010 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، ويمكن إرجاع ذلك إلى الاهتمام بالسياحة الشاطئية بالدرجة الأولى.

- العبارة 04 عالية وتأتي في المركز 05 وهي " توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع أنشطتها" حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.80 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 4.466 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، ويمكن إرجاع ذلك للمجهودات المبذولة من طرف الجمعيات لمحاولة إرضاء زبائنهم وتقديم خدمات في المستوى بالرغم من الإمكانيات المحدودة لها حسب مقابلتنا مع رؤساء الجمعيات.

- العبارة 05 عالية وهي " تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية الى مختلف المناطق بالولاية" حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.72 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 3.858 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة.

- العبارة 1 متوسطة وهي " تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات والتظاهرات الثقافية" حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.28 وهو ينتمي إلى المجال [2.6-3.40]، وبلغت قيمة t المحسوبة 1.466 وهي أصغر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.148، لذلك تعد دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل أن متوسط درجة الاستجابة

لهذه العبارة هو عند درجة الموافقة المتوسطة وهي 03، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة، ويمكن إرجاع ذلك إلى الدور الذي تلعبه هذه المهرجانات والتظاهرات في التعريف بالولاية.

وبشكل عام يمكن القول أن المتوسط الحسابي يساوي 4.02 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20]، وبلغت قيمة t المحسوبة 11.213 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 لذلك يعتبر بعد الترويج السياحي دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، على عبارات بعد الترويج السياحي. (أنظر الملحق 08))

#### ✓ تحليل عبارات الآلية الثانية: المشاركة الشعبية والعمل التطوعي

- أعلى ترتيب العبارة 10 وهي " تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف وتزيين المحيط بشكل مرضي"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.85 وهو ينتمي إلى المجال [3.4-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 4.408 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً.

- أعلى ترتيب العبارة 9 وهي "الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها في أداء أنشطتها"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.85 وهو ينتمي إلى المجال [3.4-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 4.408 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة.

- العبارة 08 متوسطة وهي "تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.32 وهو ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]، وبلغت قيمة t المحسوبة 1.805 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.76، لذلك لا

تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة متوسط، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة.

- وبشكل عام يمكن القول أن المتوسط الحسابي يساوي 3.67 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] وبلغت قيمة t المحسوبة 4.245 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 لذلك يعتبر بعد المشاركة الشعبي والعمل التطوعي دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة على عبارات بعد المشاركة الشعبية والعمل التطوعي. (أنظر الملحق رقم 09))

#### ✓ تحليل عبارات الآلية الثالثة: التوعية والتحسيس

- أعلى ترتيب العبارة 13 وهي "تحافظ الجمعيات السياحية في أنشطتها على عادات وتقاليد المجتمع المحلي"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.85 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 4.408 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة.

- أعلى ترتيب العبارة 14 وهي "تنظم الجمعيات السياحية عروض جذابة ومختلفة"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.67 وهو ينتمي إلى المجال [3.4-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 3.631 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714 كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,001، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة.

- العبارة 11 عالية وهي "الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال أنشطتها"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.57 وهو ينتمي إلى المجال [3.4-4.2]، وبلغت قيمة t المحسوبة 5.893 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية جداً من قبل أفراد العينة.

- العبارة 12 متوسطة وهي "أنشطة التوعية والتحسيس أخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3.23 وهو ينتمي إلى المجال [2.6-3.4]، وبلغت قيمة t المحسوبة 1.263. وهي اصغر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1.714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,211، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة متوسط، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة، وبشكل عام يمكن القول أن المتوسط الحسابي يساوي 3.57 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] وبلغت قيمة t المحسوبة 4.631 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 لذلك يعتبر بعد التوعية والتحسيس دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا البعد قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، على عبارات بعد التوعية والتحسيس. (أنظر الملحق رقم (10))

### ثانياً: تحليل محوثرات الجمعيات السياحية على تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل

يلي سوف نقوم بعرض وتحليل إجابات أفراد العينة والمتعلقة بالمحور الثاني وذلك من خلال حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة:

### الجدول رقم (10): نتائج تحليل فقرات المحور الثاني

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	القيمة الاحتمالية	الترتيب	درجة الموافقة
15	البرامج و النشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر.	2,92	0,907	-0,711	0,480	6	متوسطة
16	تكاليف الإنفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لإقبالك على السياحة.	4,97	0,181	84,155	0,000	1	عالية جدا

عالية	3	0,000	9,060	0,684	3.80	ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالأماكن السياحية	17
متوسطة	7	0,008	-2,759	1,123	2.60	سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية إذا تسنت لي الفرصة.	18
متوسطة	5	0,000	5,077	0,585	3,38	البرامج المقدمة من الجمعيات السياحية حفزتك على القيام بالسياحة	19
متوسطة	8	0,001	-3,494	0,887	2,60	تعاملت مع الجمعيات السياحية غير من سلوكك في التعامل مع المزارات و الأماكن السياحية.	20
عالية	2	0,000	24,290	0,319	4,00	مصادقية الجمعيات السياحية في تعاملها جعلك تشجع الآخرين على التعامل معها.	21
منخفضة	9	0,000	-16,470	0,415	2,12	حفزتك الأنشطة السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية على زيارة المناطق التاريخية.	22
عالية	4	0,000	8,211	0,503	3,53	بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة للولاية و التعامل مع الجمعيات السياحية	23
متوسطة		0,000	7,321	0,34091	3,3222	مجموع العبارات	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS.



نستخلص من الجدول النتائج التالية:

- أعلى ترتيب العبارة 16 وهي " تكاليف الإنفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لإقبالك على السياحة"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4,97 وهو ينتمي إلى المجال [4.2-5]، وبلغت قيمة t المحسوبة 84,155 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعد هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة، وهذا يبين أن الجمعيات السياحية تقترح تكاليف تساعد على استقطاب السواح.

- تأتي العبارة 21 في المرتبة الثانية " مصداقية الجمعيات السياحية في تعاملها جعلك تشجع الآخرين على التعامل معها "، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 4,00 وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] وبلغت قيمة t المحسوبة 24,290 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000، لذلك تعتبر هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، مما يدل على أن متوسط درجة الإستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة.

- أما العبارة 17 تأتي في المرتبة الثالثة وهي "ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالأماكن السياحية"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3,80 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-4,2] ، وبلغت قيمة t المحسوبة 9,060 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعتبر هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة.

- أما العبارة 23 تأتي في المرتبة الرابعة وهي " بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة للولاية و التعامل مع الجمعيات السياحية"، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3,53 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-4,2] ، وبلغت قيمة t المحسوبة 8,211 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعتبر هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد زاد عن درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة عالية من قبل أفراد العينة.

- أما العبارة 19 تأتي في المرتبة الخامسة وهي " البرامج المقدمة من الجمعيات السياحية حفزتكم على القيام بالسياحة " ، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 3,38 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] ، وبلغت قيمة t المحسوبة 5,077 وهي أكبر من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0.000 ، لذلك تعتبر هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذه العبارة قد متساوي مع درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة.

- أما العبارة 15 تأتي في المرتبة السادسة وهي " البرامج و النشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر" ، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 2,92 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] ، وبلغت قيمة t المحسوبة -0,711 وهي أقل من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,480، وهي أكبر من 0.05 مما يدل بشكل عام على رفض أفراد العينة لهذه العبارة.

- أما العبارة 18 تأتي في المرتبة السابعة وهي "سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية إذا تسنت لي الفرصة" ، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 2,6 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] ، وبلغت قيمة t المحسوبة -2,759 وهي أقل من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,008 ، وهي أقل من 0.05 مما يدل بشكل عام على رفض أفراد العينة لهذه العبارة.

- أما العبارة 20 تأتي في المرتبة الثامنة وهي " تعاملت مع الجمعيات السياحية غير من سلوكك في التعامل مع المزارات و الأماكن السياحية" ، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 2,6 وهو ينتمي إلى المجال [3,4-2,6] ، وبلغت قيمة t المحسوبة -3,494 وهي أقل من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,001، وهي أقل من 0.05 مما يدل بشكل عام على رفض أفراد العينة لهذه العبارة.

- أما العبارة 22 تأتي في المرتبة التاسعة وهي " حفزتكم الأنشطة السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية على زيارة المناطق التاريخية" ، حيث أن متوسطها الحسابي يساوي 2,12 وهو ينتمي إلى المجال [2,6-1,8] ، وبلغت قيمة t المحسوبة -16,470 وهي أقل من قيمة t الجدولية التي تساوي 1,714، كما تشير القيمة الاحتمالية إلى 0,000، لذلك تعتبر هذه العبارة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على أن متوسط درجة الإستجابة لهذه العبارة قد قل عن درجة الموافقة المتوسطة و هي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة منخفضة من قبل أفراد العينة.

وبشكل عام يمكن القول أن المتوسط الحسابي يساوي 3,32 وهو ينتمي إلى المجال [ 3,4-2,6 ] وبلغت قيمة t المحسوبة 7,321 والقيمة الإحتمالية تساوي 0.000 لذلك يعتبر بعد تنمية السياحة المحلية دال إحصائيا عند مستوى دلالة 0.05، مما يدل على أن متوسط درجة الإستجابة لهذا البعد قد تساوى مع درجة الموافقة المتوسطة وهي 3، وهذا يعني أن هناك موافقة بدرجة متوسطة من قبل أفراد العينة على عبارات مستوى تنمية السياحة المحلية. (أنظر الملحق (11))

### المطلب الثاني: اختبار الفرضيات والفروق

نقوم باختبار الفرضيات باستعمال اختبار T للعينة الواحدة (t-tes)، وهذا بالاعتماد على قاعدة القرار التالية:

- إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t الجدولية نقبل الفرضية (H<sub>1</sub>) ونرفض الفرضية البديلة (H<sub>0</sub>) والعكس صحيح.

- إذا كانت القيمة الاحتمالية (sig) الناتجة عن اختبار T للعينة الواحدة أصغر من مستوى الدلالة (sig) المعتمد (0.05) نرفض الفرضية (H<sub>1</sub>) والعكس صحيح.

### الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية: " الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آليات تنمية السياحة المحلية "

H<sub>0</sub>: " الجمعيات السياحية بولاية جيجلا تطبق آليات تنمية السياحة المحلية "

H<sub>1</sub>: " الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آليات تنمية السياحة المحلية "

والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار T للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الرئيسية والمتعلقة بالمحور

الأول من الاستبانة:

### الجدول رقم (11): نتائج اختبار (T-text) لاختبار الفرضية الرئيسية

القرار	القيمة الاحتمالية (sig-t)	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول	0,000	1,714	10,099	0,63186	3,8238	H <sub>1</sub>
DF=N-1	درجة المعنوية المعتمدة α=0.05					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم (11) أن المتوسط الحسابي قدر بـ 3,8238، وهو ضمن المجال [3,4]-[4,2] ، وقيمة t المحسوبة تساوي 10,099 وهي اكبر من t الجدولية ، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي اصغر من 0.05 ، وتبعا للقاعدة فإننا نقبل الفرضية  $H_1$  ، أي "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آليات تنمية السياحة المحلية" (أنظر الملحق رقم (12))

تدرج ضمن هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية:

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية الترويج السياحي لتنمية السياحة المحلية"

$H_0$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل لا تطبق آلية الترويج السياحي لتنمية السياحة المحلية"

$H_1$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية الترويج السياحي لتنمية السياحة المحلية"

الجدول رقم (12): نتائج اختبار (T-text) لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

القرار	القيمة الاحتمالية (sig-t)	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول	0.000	1,714	11,213	0,71055	4,0286	$H_1$
DF=N-1	درجة المعنوية المعتمدة $\alpha=0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم (12) أن المتوسط الحسابي قدر بـ 4,0286، وهو ضمن المجال [3,4]-[4,2] ، وقيمة t المحسوبة تساوي 11,213 وهي اكبر من t الجدولية ، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي اصغر من 0.05 ، وتبعا للقاعدة فإننا نقبل الفرضية  $H_1$  ، أي: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية الترويج السياحي لتنمية السياحة المحلية".

(أنظر الملحق رقم (08))

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية المشاركة الشعبية والعمل التطوعي لتنمية السياحة المحلية".

$H_0$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل لا تطبق آلية المشاركة الشعبية والعمل التطوعي لتنمية السياحة المحلية"

$H_1$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية المشاركة الشعبية والعمل التطوعي لتنمية السياحة المحلية".

الجدول رقم (13): نتائج اختبار (T-text) لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

القرار	القيمة الاحتمالية (sig-t)	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول	0,000	1,714	4,245	1,22665	3,6722	$H_1$
DF=N-1	درجة المعنوية المعتمدة $\alpha=0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم (13) أن المتوسط الحسابي قدر بـ 3,6722، وهو ضمن المجال [4,2-3,4] ، وقيمة t المحسوبة تساوي 4,245 وهي اكبر من t الجدولية ، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي اصغر من 0.05 ، وتبعا للقاعدة فإننا نقبل الفرضية  $H_1$  ، أي: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية المشاركة الشعبية والعمل التطوعي لتنمية السياحة المحلية"

(أنظر الملحق رقم (09))

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية"

$H_0$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل لا تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية"

$H_1$ : "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية"

الجدول رقم (14): نتائج اختبار (T-text) لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

القرار	القيمة الاحتمالية (sig-t)	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول	0,000	1,714	4,698	0,95502	3,5792	$H_1$
DF=N-1	درجة المعنوية المعتمدة $\alpha=0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم (14) أن المتوسط الحسابي قدر بـ 3,5792، وهو ضمن المجال [4,2-3,4] ، وقيمة t المحسوبة تساوي 4,698 وهي أكبر من t الجدولية ، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي اصغر من 0.05 ، وتبعا للقاعدة فإننا نقبل الفرضية  $H_1$  ، أي: "الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية" (أنظر الملحق رقم (10))

ثانيا: اختبار الفرضية الثانية: "تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل"

$H_0$ : "لا تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل"

$H_1$ : "تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل"

الجدول رقم (15): نتائج اختبار (T-text) لاختبار الفرضية الثانية

القرار	القيمة الاحتمالية (sig-t)	قيمة t الجدولية	قيمة t المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفرضية
قبول	0,000	1,714	7,321	0,34091	3,3222	$H_1$
DF=N-1	درجة المعنوية المعتمدة $\alpha=0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول رقم (15) أن المتوسط الحسابي قدر بـ 3,3222، وهو ضمن المجال [3.4-2.6] ، وقيمة t المحسوبة تساوي 7,321 وهي أكبر من t الجدولية، والقيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي اصغر من 0.05، وتبعا للقاعدة فإننا نقبل الفرضية  $H_1$  أي: "تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل"

الفرع الثاني: اختبار الفروق

تم استخدام تحليل التباين الأحادي لاختبار الفروق في آراء عينة الدراسة حول مساهمة الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية تعزى للمتغيرات الشخصية عند مستوى الدلالة  $a= 0.05$

أولا: اختبار الفروق بالنسبة لمتغير الجنس

يوضح الجدول رقم (16) نتائج اختبار الفرق بين آراء المبحوثين بالنسبة لمتغير الجنس

الجدول رقم(16):إختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير الجنس

تقييم نشاط الجمعيات السياحية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	القيمة الاحتمالية
	ذكر	31	3,8226	0,58956	-0.15	0.453
	أنثى	29	3,8251	0,68474		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

بالنظر إلى الاختبار نستنتج أن المجتمعين متجانسين(تساوي التباينات) حيث أن مستوى الدلالة 0.570 أعلى من مستوى الدلالة المعتمد للدراسة 0.05 وعليه نستخدم الاحصائيات أمام Hypothésede variances égales(أنظر الملحق رقم(13)).

من خلال الجدول رقم (22) نلاحظ أن قيمة الاحتمالية في تقييم نشاط الجمعيات السياحية تساوي 0.453 وهي أكبر من 0.05 مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزى لمتغير الجنس عند مستوى الدلالة 0.05.

ثانيا: اختبار الفروق لمتغير الفئة العمرية توجد فروق ذات

يوضح الجدول رقم(17) نتائج اختبار الفروق بين آراء المبحوثين بالنسبة لمتغير الفئة العمرية

الجدول رقم(17): اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير الفئة العمرية.

تقييم نشاط الجمعيات السياحية	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة f	القيمة الاحتمالية
	داخل المجموعات	1.104	0.368	3	0.918	0.438
	بين المجموعات	22.452	0.401	56		
	المجموع	23.556	-	59		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية في تقييم نشاط الجمعيات السياحية تساوي 0.438 وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزي لمتغير الفئة العمرية عند مستوى الدلالة 0.05. (أنظر الملحق رقم(14)).

### ثالثا: اختبار الفروق بالنسبة لمتغير المهنة

يوضح الجدول التالي نتائج اختبار الفروق بين آراء المبحوثين بالنسبة لمتغير المهنة

الجدول رقم(18): اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزي لمتغير المهنة

تقييم نشاط الجمعيات السياحية	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة f	القيمة الاحتمالية
0.424	داخل المجموعات	1.138	0.379	3	0.948	0.424
	بين المجموعات	22.417	0.400	56		
	المجموع	23.556	-	59		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية في تقييم نشاط الجمعيات السياحية تساوي 0.424 وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزي لمتغير المهنة عند مستوى الدلالة 0.05. (أنظر الملحق رقم (15)).

### رابعا: اختبار الفروق بالنسبة لمتغير الدخل

الجدول رقم(19): اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزي لمتغير الدخل

تقييم نشاط الجمعيات السياحية	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة f	القيمة الاحتمالية
0.450	داخل المجموعات	0.651	0.326	2	0.810	0.450
	بين المجموعات	22.905	0.407	57		
	المجموع	23.556		59		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية في تقييم نشاط الجمعيات السياحية تساوى 0.450 وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزي لمتغيرالدخل عند مستوى الدلالة 0.05.

( أنظر الملحق رقم (16)).

#### خامسا: اختبار الفروق بالنسبة لمتغير السكن

الجدول رقم(20): اختبار t لفروق المبحوثين حول تقييم نشاط الجمعيات السياحية تعزى لمتغير السكن

تقييم نشاط الجمعيات السياحية	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة f	القيمة الاحتمالية
	داخل المجموعات	0.458	0.458	1	1.150	0.288
	بين المجموعات	23.098	0.398	58		
	المجموع	23.556		59		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية في تقييم نشاط الجمعيات السياحية تساوى 0.288 وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمد 0.05 مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة تعزي لمتغيرالدخل عند مستوى الدلالة 0.05. (أنظر الملحق رقم (17)).

## الخلاصة

تعرفنا في هذا الفصل على الاجراءات المنهجية المتبعة في الدراسة التطبيقية، وقمنا باختبار صدق وثبات أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة، حيث تبين أنها صالحة لقياس الموضوع، بحيث تحصلنا بأنها تتمتع بالثبات الكلي كما قمنا بدراسة أفراد عينة الدراسة هل تخضع للتوزيع الطبيعي و توصلنا الى أنها تخضع له، ثم قمنا بعرض البيانات و تحليل إجابات أفراد العينة حول أهمية نشاط الجمعيات السياحية من وجهة نظر المستفيدين من خدماتها، وقد توصلنا إلى نتيجة تنص بأن الجمعيات السياحية لها دور في تنمية وتحفيز الطلب السياحي بولاية جيجل.

خاتمة

تطورت السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية وبيئية وأصبحت من الصناعات الأكثر نمواً في العالم بدليل المؤشرات الإيجابية التي تسجلها سنوياً، وهو ما جعل العديد من الدول تحرص على جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية المحلية أو الشاملة. وتعد السياحة المحلية من المواضيع التي أصبحت تحظى بالاهتمام، لما تعكسه من آثار اقتصادية، اجتماعية وحتى بيئية، إلا أن النهوض الفعلي بها في الجزائر يقتضي بالضرورة توفير كل الوسائل والأدوات التي قد تعمل على تطويرها، ناهيك عن تكاثف جهود جميع القطاعات إلى جانب مؤسسات المجتمع المدني خاصة الجمعيات السياحية من أجل النهوض بها وتنميتها. وفي هذا الصدد تم تقديم لمحة موجزة لمؤسسات المجتمع المدني ووظائفها، كما تم تقديم مفاهيم حول السياحة المحلية، مع تبيان آليات عمل مؤسسات المجتمع المدني ممثلة في الجمعيات السياحية ودورها في تنمية السياحة المحلية.

وانطلاقاً من التساؤل الذي تم طرحه في مقدمة المذكرة حول كيف تؤثر الجمعيات السياحية على تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل، تم استقصاء عينة من السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بالولاية والمقدرة بـ 60 مفردة، حيث تبين أنه الجمعيات السياحية تعتمد على عدة آليات في انشطتها وهي الترويج السياحي، العمل التطوعي والمشاركة الشعبية، والتوعية والتحسيس البيئي، وبهذه الآليات ساهمت في تثمين العرض السياحي المحلي من جهة وتنمية الطلب السياحي من جهة ثانية وبالتالي تنمية تساهم في تنمية السياحة المحلية بولاية جيجل.

وبعد الإلمام بالجانب النظري وتحليل البيانات المحصل عليها في الجانب التطبيقي، توصلنا إلى:

✓ **إثبات صحة الفرضية الرئيسية الأولى:** الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آليات تنمية السياحة المحلية؛

وتتدرج ضمن هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية، حيث توصلت الدراسة إلى :

- **إثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى:** الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية الترويج

السياحي لتنمية السياحة المحلية؛

- **إثبات صحة الفرضية الفرعية الثانية:** الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية العمل

التطوعي والمشاركة الشعبية لتنمية السياحة المحلية؛

- إثبات صحة الفرضية الفرعية الثالثة: الجمعيات السياحية بولاية جيجل تطبق آلية التوعية والتحسيس لتنمية السياحة المحلية.

✓ إثبات صحة الفرضية الرئيسية الثانية: تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل.

#### أولا: النتائج

من خلال الدراسة النظرية تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ السياحة مكسب مهم جدا وتعد من أهم عوامل جلب العملة الصعبة؛
- ✓ السياحة المحلية لها آثار مختلف على الجانب الاقتصادي والإجتماعي والسياسي؛
- ✓ التنمية تحتاج إلى تعاون وتنسيق بين الجهات الأساسية الفاعلة، لاسيما بين الدولة ومؤسسات المجتمع المدني والقطاع الخاص؛
- ✓ تعد الجمعيات السياحية من أهم مكونات مؤسسات المجتمع المدني؛
- ✓ تعتمد الجمعيات السياحية على عدة آليات لتنمية السياحة المحلية.

وتتمثل نتائج الدراسة الميدانية في :

- ✓ تطبق الجمعيات السياحية بولاية جيجل عدة آليات لتنمية السياحة المحلية حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 3.823 ينتمي للمجال [3.4 - 4.2] ، وقيمة t المحسوبة 10.099 وهو ما يبين أن السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بولاية جيجل وافقوا وبدرجة عالية على ذلك؛
- ✓ تطبق الجمعيات السياحية على آلية ترويج السياحي حيث بلغت قيمة المتوسط 4.28 ينتمي للمجال [4.20-5]، وقيمة t المحسوبة 11.213 وهو ما يبين إن السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بولاية جيجل وافقوا وبدرجة عالية جدا على ذلك؛
- ✓ تطبق الجمعيات السياحية على آلية المشاركة الشعبية والعمل التطوعي حيث بلغت قيمة المتوسط 3.672 ينتمي للمجال [3.4 - 4.2] وقيمة t المحسوبة 10.099 وهو ما يبين أن السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بولاية جيجل وافقوا وبدرجة عالية على ذلك؛

- ✓ تطبق الجمعيات السياحية على آلية التوعية والتحسيس حيث بلغت قيمة المتوسط 3.579 ينتمي للمجال [3.4 - 4.2] وقيمة t المحسوبة 4.698 وهو ما يبين أن السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بولاية جيجل وافقوا وبدرجة عالية على ذلك؛
- ✓ تساهم أنشطة الجمعيات السياحية في تنمية الطلب السياحي بولاية جيجل حيث بلغت قيمة المتوسط 3.322 ينتمي للمجال [2.6 - 3.40] وقيمة t المحسوبة 7.321 وهو ما يبين أن السياح المتعاملين مع الجمعيات السياحية بولاية جيجل وافقوا وبدرجة متوسطة على ذلك؛
- ✓ لا توجد فروق ذات دلالة احصائية لمساهمة الجمعيات السياحية في تنمية السياحة المحلية تعزى للمتغيرات الشخصية.

### ثانياً: الاقتراحات

بالاعتماد على نتائج الدراسة يمكن طرح الاقتراحات التالية:

- على الجمعيات السياحية قبل الترويج والتعريف بالولاية أن تقوم بالتعريف بنفسها أولاً والتعريف بالأنشطة التي تقوم بها من أجل ترقية السياحة بولاية جيجل؛
- ضرورة التركيز على برامج التدريب لكوادر وأعضاء الجمعيات، كنقطة ارتكاز لتطوير الأداء في المجال السياحي، والوصول لمرحلة الكفاءة في إدارة الأنشطة والفعاليات؛
- تقييم البرامج والأنشطة والفعاليات التي تقوم بها الجمعيات في المجال التنموي وذلك لمعرفة أسباب النجاح والعمل بها وتفادي عوامل الفشل في المستقبل؛
- العمل على إيجاد برامج وأنشطة ذات أهداف استثمارية بعيدة المدى التي تضمن استمرار تمويل أنشطة الجمعيات السياحية؛
- الاهتمام بطبيعة المجتمع المحلي والعادات والتقاليد وذلك لإيجاد الحلول بما يتلاءم مع طبيعة المجتمع وضمان عدم الدخول في أنشطة لا تناسبه؛
- من الضروري العمل على التنسيق وربط شراكة بين المؤسسات التربوية وبين الجمعيات السياحية، وذلك من أجل نشر الثقافة السياحية وترقية الحس البيئي لدى تلاميذ المدارس، من خلال إشراكهم في عمليات التشجير وتنظيم المحيط والمحافظة على المعالم التاريخية والحضارية التي تمثل شخصية المجتمع المحلي الحضارية وكيانه الثقافي المستقل.

# قائمة المراجع

- 1- إبراهيم وفاء زكي، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تفويمية للقرى السياحية، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006.
- 2- بن غضبان فؤاد، التنمية المحلية: ممارسات-فاعلون، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 3- جمعة عماد الدين جمال، الزلاقي ليلى محمد صابر، صناعة الضيافة علم وفن، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، 2009.
- 4- حاروش نور الدين، الخدمة العمومية المحلية كمؤشر للتنمية المستدامة، الطبعة الأولى، دار الامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- 5- حجاب محمد منير، الاعلام السياحي، الطبعة الاولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2002.
- 6- حجر آمنة أبو، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 7- الحضري سعيد، الفكر الاقتصادي العربي في التنمية، بدون طبعة، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1990.
- 8- حلاوة جمال، صالح علي، مدخل الى علم التنمية، الطبعة الأولى، دارالشروق، عمان، الأردن، 2009.
- 9- دعيبس يسرى، التنمية السياحية المتواصلة، بدون طبعة، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
- 10- رفاعي صفاء علي، المجتمع المدني ومستقبل التنمية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013.
- 11- رواشدة أكرم عاطف، السياحة البيئية الأسس والمرتكزات، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 12- رواشدة أكرم عاطف، السياحة البيئية: الأسس والمرتكزات، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.



- 13- الزعبي علي فلاح، التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2013.
- 14- السرابي علاء حسين وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية. الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 15- السعيد عمام حسن، التسويق والترويج السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 16- السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، 2001.
- 17- الشريعي طارق عبد الفتاح، تنمية المبيعات السياحية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، مؤسسة حورس الدولية، 2009.
- 18- شلاش عنبر إبراهيم، إدارة الترويج والاتصالات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى.
- 19- الصبيحي أحمد شكر، مستقبل المجتمع المدني في الوطن العربي، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2000.
- 20- الظاهر نعيم، الياس سراب، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007.
- 21- العاني رعد مجيد، الإستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة، عمان، الطبعة الأولى، 2008.
- 22- عبد الحميد عبد المطلب، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الطبعة الأولى، دار النشر الثقافية، الإسكندرية، 2001.
- 23- عبودي زيد منير، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 24- العقيد مرزوق عابد وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 25- العلمي شريف أحمد، التسويق بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 26- الفاعوري أسامة صبحي، الإرشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

- 27- ليلة علي، المجتمع المدني العربي قضايا المواطنة وحقوق الانسان، الطبعة الثانية، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، 2013.
- 28- مجموعة خبراء، التنمية الريفية والمحلية وسيلة الحكومات لتحقيق التنمية الشاملة ومحاربة الفقر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية للنشر، 2008.
- 29- مفتي محمد أحمد علي، مفهوم المجتمع المدني والدولة المدنية، مركز البحوث والدراسات، 2014.
- 30- مقابلة أحمد محمود، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 31- مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
- 32- ملوخية أحمد فوزي، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 33- ملوخية أحمد فوزي، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- 34- نجيب مروان محمد، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية، دار الكتب القانونية، مصر، 2011.
- 35- النصور اياد عبد الفتاح، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 36- هارون علي احمد، اسس الجغرافيا الاقتصادية، بدون طبعة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000.
- 37- الوكيل محمد إبراهيم خيرى، دور القضاء الاداري والدستوري في ارساء المجتمع المدني، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

#### المذكرات

- 1- أوثن سمية، دور المجتمع المدني في بناء الأمن الهوياتي في العالم العربي-دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية، تخصص سياسات عامة وحكومات مقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.
- 2- برقي كريم، دور الجماعات الإقليمية في تفعيل التنمية المحلية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2010.

- 3- بوعكريف زهير، التسوق السياحي ودوره في تفعيل القطاع السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012.
- 4- بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس-سطيف، الجزائر، 2012.
- 5- حاج الله حيزية، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة البليدة، 2006.
- 6- حليلو نبيل، التنمية في ضوء الثقافة السياسية للطلبة الجامعيين، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، 2012.
- 7- شاوش اخوان جهيدة، واقع المجتمع المدني في الجزائر دراسة ميدانية لجمعيات مدينة بسكرة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
- 8- صديقي سعاد، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية علوم الاقتصاد والتسيير، قسنطينة، الجزائر، 2006.
- 9- عبد اللاوي عبد السلام، دور المجتمع المدني في التنمية المحلية بالجزائر: دراسة ميدانية لولايتي المسيلة و برج بوعرييج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، تخصص: ادارة الجماعات المحلية و الاقليمية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2010-2011.
- 10- عميش سميرة ، دور استراتيجية الترويج في تكيف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف1، 2015.
- 11- عياشي عبد الله، إستراتيجية تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور التنمية المستدامة، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.
- 12- غريبي فتحية، دور المتعاملين السياحيين في تنمية الأقاليم السياحية في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، تخصص اقتصاد الخدمات وتنمية الأقاليم، جامعة جيجل، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2017.

- 13- قريد سمير، دور الجمعية الوطنية لحماية البيئة ومكافحة التلوث في نشر الثقافة البيئية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع التنمية بالمشاركة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة.
- 14- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم اقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.
- 15- هرموش منى، دور تنظيمات المجتمع المدني في التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر - مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية تخصص سياسات عامة و حكومات مقارنة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، 2009-2010.
- المجلات:**
- 1- بركات طارق، تفعيل دور المشاركة الشعبية والتمكين المستدام في التنمية المحلية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 26، العدد 5، 2014.
- 2- سعدي يحيى، سليم العمرابي: مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013.
- 3- ضبطي عبدة ، دور وسائل الإعلام والاتصال في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2012.
- 4- عرابي بلال، دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع، مجلة النبأ، العدد 63، نوفمبر 2001، دمشق.
- 5- علاء الدين نوري اسراء، دور مؤسسات المجتمع المدني في مكافحة ظاهرة الفساد-دراسة حالة العراق، مجلة جامعة تكريت للعلوم القانونية والسياسية، العدد السادس.
- 6- عياش زبير، باشا فاتن، إمكانية السياحة المحلية بالجزائر من المنظور التكنولوجي-بين الواقع والمأمول-، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14، مارس 2016
- 7- قيانى عاشور، دور المشاركة الشعبية في التنمية المحلية، مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية، العدد 11، أكتوبر 2017.
- 8- مفتاح عبد الجليل، دور المجتمع المدني في تنمية التحول الديمقراطي في بلدان المغرب العربي، مجلة المفكر، العدد الخامس، جامعة بسكرة.
- 9- الياسري وهاب فهد، الوعي السياحي لدى طلبة المراحل الجامعية، مجلة كلية التربية الأساسية جامعة بابل، العدد 9، أيلول 2012.
- 10- يعيش أمال، مناصرية حنان، دور مؤسسات المجتمع المدني في مجال التحسيس ونشر القيم البيئية، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، العدد الرابع، نوفمبر 2017.

### الملتقيات والمؤتمرات:

- 1- أولاد زاوي عبد الرحمان، رحايلية سيف الدين، المؤسسات الاداعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الأول حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة مساعدية محمد الشريف-سوق أهراس، 22-23 أبريل 2014.
- 2- برقوق عبد الرحمان، منوبية قسمية، دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع، مداخلة ضمن ملتقى اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يوم 9-10 مارس 2010.
- 3- زين الدين صلاح، التنمية السياحية المستديمة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث: القانون والسياحة، جامعة طنطا، مصر، 2016.
- 4- فقيه محمد وآخرون، معوقات الجذب السياحي داخليا ودورها في بناء إستراتيجية تسويقية سياحية، مشروع تخرج جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم التسويق، فلسطين، 2001.

### المواقع الإلكترونية:

- 1- أبو رمان اسعد حماد موسى ، أبو رمان ممدوح عبد الله ، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن، دراسة تحليلية ميدانية .  
<http://www.researchgate.net>
- 2- بطاح جيلا، تقرير حول السياحة الداخلية نشاط اقتصادي، على الموقع:  
<http://www.syrianwomenforumforpeace.com/ar/S143>
- 3- الجازي هايل، معوقات السياحة الداخلية، على الموقع: <http://mawdoo3.com>
- الحلبي محمد سعيد، دور القطاع الأهلي في إقتصاد السوق الاجتماعي، جمعية العلوم الاقتصادية السورية: <http://www.mafhoum.com>
- 4- الدويكات سناء، مفهوم الوعي البيئي، على الموقع: <https://mawdoo3.com>
- 5- ديهوم علي محمد، أبو رزينة فتحي، المجتمع المدني ودوره في عملية التنمية المحلية، على الموقع:  
<http://ecidiko.elmergib.edu.ly/papers/ECIDIKO2017-027%20P%20.pdf>
- 6- عجمية محمد عبد العزيز، عطية ناصف ايمان، التنمية الاقتصادية-دراسة نظرية وتطبيقية - قسم الاقتصاد للنشر على الموقع: <https://pmb.univ-saida.dz>
- 7- قرزيز محمود، يحيوي مريم: دور المجتمع المدني في تحقيق التنمية الشاملة في الجزائر بين الثبات والتغيير، على الموقع: [www.univ-chlef.dz](http://www.univ-chlef.dz)

8-مخيمر أحمد، العمل التطوعي وأثره في التنمية الشاملة، مقال بتاريخ 21.06.2012، على الموقع: <https://www.alukah.net>

9-مروان محمد، أهمية العمل التطوعي، ديسمبر 2018 <https://mawdoo3.com>

10-النجار مصطفى، السياحة الداخلية حديث كل أزمة، جريدة الاهرام المصرية، ليوم 10 اكتوبر 2013، العدد 46329، على الموقع: <http://www.ahram.org.eg>

#### المقابلات والمنشورات

- 1- مقابلة مع السيد: لخضر بن أمقران، الأمين العام لجمعية السفير.
- 2- مقابلة مع السيد: زين الدين شرابطية، رئيس الديوان الجبلي للسياحة.
- 3- المونوغرافيا السياحية، مديرية السياحة لولاية جيجل، 2019.

# قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم علوم التجارية

تخصص تسويق فندي وسياحي

بطاقة استبيان

السلام عليكم و رحمة الله و بركاته :

في إطار القيام بدراسة ميدانية لإعداد مذكرة التخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص تسويق فندي وسياحي تحت عنوان "دور مؤسسات المجتمع المدني في تنمية السياحة المحلية" دراسة حالة ولاية جيجل وقد تم اختيار الجمعيات السياحية (جمعية السفير، الديوان الجيجلي للسياحة ) كنموذج، نرجو منكم الإجابة على أسئلة هذا الاستبيان، وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة، علما أن إجابتم سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي.

نشكر لكم مقدما جهودكم و حسن تعاونكم

تحت إشراف الأستاذة:

صفية درويش.

إعداد الطالبان:

• ياسمينة بوخرص.

• صابرينة كردون.



الجزء الأول: البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر  أنثى

السن: أقل من 30 سنة  بين 31-45 سنة  بين 46-50 سنة  أكثر من 50 سنة

المهنة: طالب  موظف  مهنة حرة  دون عمل  متقاعد

السكن: داخل ولاية جيجل  خارج ولاية جيجل

الدخل الشهري: أقل من 18000 دج  بين 18000 دج و 30000 دج  أكثر من 30000 دج

الجزء الثاني: وقسم إلى محورين

المحور الأول: تقييم نشاط الجمعيات السياحية محل الدراسة بولاية جيجل .

الرقم	العبارة	موافق تماما	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق تماما
<b>الترويج السياحي</b>						
1	تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات و المظاهرات الثقافية.					
2	تتحصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي حول أنشطتها السياحية.					
3	تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية.					
4	توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع نشاطاتها السياحية.					
5	تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية إلى مختلف المناطق بالولاية.					
6	قنوات التواصل مفتوحة و مرنة					
7	تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية.					
<b>العمل التطوعي والمشاركة الشعبية</b>						
8	تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها.					
9	الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها في أداء أنشطتها.					
10	تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف و تزيين المحيط بشكل مرضي.					
<b>التوعية والتحسيس</b>						
11	الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال أنشطتها.					
12	أنشطة التوعية و التحسيس أخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي.					
13	تحافظ الجمعيات السياحية في أنشطتها على عادات و تقاليد المجتمع المحلي.					
14	تنظم الجمعيات السياحية عروض جذابة و مختلفة.					

## المحور الثاني: أثر نشاط الجمعيات السياحية في تحفيز الطلب السياحي بولاية جيجل

الرقم	العبرة	موافق تماما	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق تماما
15	البرامج والنشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر.					
16	تكاليف الإنفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لإقبالك على السياحة.					
17	ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالأماكن السياحية.					
18	سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية إذا تسنت لي الفرصة.					
19	البرامج المقدمة من الجمعيات السياحية حفزتك على القيام بالسياحة					
20	تعاملت مع الجمعيات السياحية غير من سلوكك في التعامل مع المزارات و الأماكن السياحية.					
21	مصداقية الجمعيات السياحية في تعاملها جعلك تشجع الآخرين على التعامل معها.					
22	حفزتك الأنشطة السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية على زيارة المناطق التاريخية					
23	بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة للولاية و التعامل مع الجمعيات السياحية.					

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
دور المؤسسات	,096	60	,200*	,965	60	,085

\*. Il s'agit d'une borne inférieure de la signification réelle.

a. Correction de signification de Lilliefors



	Corrélation de								
تنظم الجمعيات السياحية	Pearson	-,009	,229	,201	,268*	1	,351**	,159	,565**
مخيمات صيفية إلى مختلف المناطق بالولاية	Sig. (bilatérale)	,944	,078	,123	,038		,006	,224	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de								
قنوات التواصل مع الجمعيات	Pearson	,284*	-,031	,583**	,371**	,351**	1	,773**	,763**
السياحية مفتوحة و مرنة	Sig. (bilatérale)	,028	,812	,000	,003	,006		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de								
تقدم الجمعيات السياحية	Pearson	,177	-,067	,428**	,293*	,159	,773**	1	,602**
معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية	Sig. (bilatérale)	,176	,611	,001	,023	,224	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de								
الترويج_السياحي	Pearson	,452**	,303*	,738**	,654**	,565**	,763**	,602**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,019	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

### Corrélations

		تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها	الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها لأداء أنشطتها	تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف وتزيين المحيط بشكل مرضي	العمل
تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها	Corrélation de Pearson	1	,341**	,341**	,646**
	Sig. (bilatérale)		,008	,008	,000
	N	60	60	60	60
الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها لأداء أنشطتها	Corrélation de Pearson	,341**	1	1,000**	,938**
	Sig. (bilatérale)	,008	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60
تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف وتزيين المحيط بشكل مرضي	Corrélation de Pearson	,341**	1,000**	1	,938**
	Sig. (bilatérale)	,008	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60
العمل	Corrélation de Pearson	,646**	,938**	,938**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60

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

Corrélations

	الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال انشطتها	أنشطة التوعية والتحسيس احدث تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي	تحافظ الجمعيات السياحية في انشطتها على عادات وتقاليد المجتمع المحلي	تنظم الجمعيات السياحية عروض سياحية جذابة ومختلفة	التوعية
الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال انشطتها	1	,112	,337**	,229	,454**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,392	,009	,078	,000
	N	60	60	60	60
أنشطة التوعية و التحسيس احدث تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي	,112	1	,294*	,572**	,724**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,392	,022	,000	,000
	N	60	60	60	60
تحافظ الجمعيات السياحية في انشطتها على عادات وتقاليد المجتمع المحلي	,337**	,294*	1	,630**	,802**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,009	,022	,000	,000
	N	60	60	60	60
تنظم الجمعيات السياحية عروض سياحية جذابة ومختلفة	,229	,572**	,630**	1	,878**
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,078	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60
التوعية	,454**	,724**	,802**	,878**	1
	Corrélation de Pearson				
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60

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

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





	Corrélation de	,758**	,127	,201	,483**	,007	1	,120	,175	,106	,814**
تعاينك مع المجموعات السياحية	Pearson										
غير سلوكك في التعامل مع	Sig. (bilatérale)	,000	,335	,123	,000	,960		,362	,182	,419	,000
المزارات والاماكن السياحية	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de	,000	-.294*	,078	,047	,182	,120	1	,256*	,106	,243
مصدافية المجموعات السياحية في	Pearson										
تعاينها جعلك تشجع الآخرين	Sig. (bilatérale)	1,000	,023	,555	,720	,165	,362		,048	,422	,062
على التعامل معها	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de	,161	,053	-.036	,138	,022	,175	,256*	1	,265*	,355**
حزبتك الانشطة السياحية التي	Pearson										
تقوم بها المجموعات السياحية	Sig. (bilatérale)	,219	,690	,786	,293	,867	,182	,048		,041	,005
على زيارة المناطق التاريخية	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de	,173	,199	-.079	,144	-.073	,106	,106	,265*	1	,288*
بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة	Pearson										
للولاية والتعامل مع المجموعات	Sig. (bilatérale)	,186	,128	,549	,272	,580	,419	,422	,041		,026
السياحية	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Corrélation de	,794**	,116	,346**	,756**	,230	,814**	,243	,355**	,288*	1
المحور الثاني	Pearson										
	Sig. (bilatérale)	,000	,378	,007	,000	,078	,000	,062	,005	,026	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

الملحق رقم (07) معاملات الثبات Cronbach's Alpha

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,744	14

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,621	9

**Statistiques de fiabilité**

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,679	23

الملحق رقم (08) نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات آلية الترويج للسياحي

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات و المظاهرات الثقافية	60	3,28	1,497	,193
تتحصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدمها الجمعيات السياحية حول أنشطتها السياحية	60	4,38	1,209	,156
تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية	60	4,00	1,289	,166
توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع نشاطاتها السياحية	60	3,80	1,388	,179
تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية إلى مختلف المناطق بالولاية	60	3,72	1,439	,186
قنوات التواصل مع الجمعيات السياحية مفتوحة و مرنة	60	4,48	,948	,122
تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية	60	4,53	,892	,115
الترويج السياحي	60	4,0286	,71055	,09173

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
تنظم الجمعيات السياحية المهرجانات و المظاهرات الثقافية	1,466	59	,148	,283	-,10	,67
تتحصل على المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدمها الجمعيات السياحية حول أنشطتها السياحية	8,866	59	,000	1,383	1,07	1,70
تركز الجمعيات السياحية على الترويج للسياحة الشاطئية على	6,010	59	,000	1,000	,67	1,33
توفر الجمعيات السياحية خدمات مرافقة في جميع نشاطاتها السياحية	4,466	59	,000	,800	,44	1,16
تنظم الجمعيات السياحية مخيمات صيفية إلى مختلف المناطق بالولاية	3,858	59	,000	,717	,34	1,09
قنوات التواصل مع الجمعيات السياحية مفتوحة و مرنة	12,125	59	,000	1,483	1,24	1,73
تقدم الجمعيات السياحية معلومات ذات مصداقية عن الوجهة السياحية	13,317	59	,000	1,533	1,30	1,76
الترويج السياحي	11,213	59	,000	1,02857	,8450	1,2121



الملحق رقم(09) نتائج إجابات أفراد العينة على عبارات آلية العمل التطوعي و المشاركة الشعبية

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها	60	3,32	1,359	,175
الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها لأداء أنشطتها	60	3,85	1,494	,193
تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف وتزيين المحيط بشكل مرضي	60	3,85	1,494	,193
العمل	60	3,6722	1,22665	,15836

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
تركز الجمعيات السياحية على المشاركة الشعبية لتنفيذ برامجها	1,805	59	,076	,317	-,03	,67
الجمعيات السياحية تقوم بالتعاون فيما بينها لأداء أنشطتها	4,408	59	,000	,850	,46	1,24
تشارك الجمعيات السياحية في العمل التطوعي لتنظيف وتزيين المحيط بشكل مرضي	4,408	59	,000	,850	,46	1,24
العمل	4,245	59	,000	,67222	,3553	,9891

eée

الملحق رقم(10) نتائج أفراد العينة على عبارات آلية التوعية و التحسيس

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال انشطتها	60	3,57	,745	,096
أنشطة التوعية والتحسيس اخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي	60	3,23	1,430	,185
تحافظ الجمعيات السياحية في انشطتها على عادات وتقاليد المجتمع المحلي	60	3,85	1,494	,193
تنظم الجمعيات السياحية عروض سياحية جذابة ومختلفة	60	3,67	1,422	,184
التوعية	60	3,5792	,95502	,12329

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	T	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
الجمعيات السياحية تنمي الوعي البيئي من خلال انشطتها	5,893	59	,000	,567	,37	,76
أنشطة التوعية والتحسيس اخذت تأثير ملحوظ على المجتمع المحلي	1,263	59	,211	,233	-,14	,60
تحافظ الجمعيات السياحية في انشطتها على عادات وتقاليد المجتمع المحلي	4,408	59	,000	,850	,46	1,24
تنظم الجمعيات السياحية عروض سياحية جذابة ومختلفة	3,631	59	,001	,667	,30	1,03
التوعية	4,698	59	,000	,57917	,3325	,8259

T-TEST

/TESTVAL=3

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=X11 X12 X13 X14 \_75;77\_ي;93\_و;78\_ل;

/CRITERIA=CI (.95) .

الملحق رقم (11) إجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
البرامج والنشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر	60	2,92	,907	,117
تكاليف الانفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لاقبالك على السياحة	60	4,97	,181	,023
ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالاماكن السياحية	60	3,80	,684	,088
سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية اذا تسنت لي الفرصة	60	2,60	1,123	,145
البرامج المقدمة من الجمعيات السياحية حفزتك على القيام بالسياحة	60	3,38	,585	,076
تعاملت مع الجمعيات السياحية غير سلوكك في التعامل مع المزارات والاماكن السياحية	60	2,60	,887	,114
مصادقية الجمعيات السياحية في تعاملها جعلتك تشجع الآخرين على التعامل معها	60	4,00	,319	,041
حفزتك الانشطة السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية على زيارة المناطق التاريخية	60	2,12	,415	,054
بعد زيارتك تنوي تكرار الزيارة للولاية والتعامل مع الجمعيات السياحية	60	3,53	,503	,065
المحور الثاني	60	3,3222	,34091	,04401

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
البرامج والنشاطات السياحية التي تقوم بها الجمعيات السياحية خلقت لديك الحاجة للسفر	-,711	59	,480	-,083	-,32	,15
تكاليف الانفاق المطبقة من قبل الجمعيات في برامجها السياحية مناسبة لاقبالك على السياحة	84,155	59	,000	1,967	1,92	2,01
ساهمت الجمعيات السياحية في التعريف بالاماكن السياحية	9,060	59	,000	,800	,62	,98
سأختار السياحة مع الجمعيات السياحية اذا تسنت لي الفرصة	-2,759	59	,008	-,400	-,69	-,11



البرامج المقدمة من الجمعيات						
السياحية حفزتكم على القيام	5,077	59	,000	,383	,23	,53
بالسياحة						
تعاملتكم مع الجمعيات السياحية غير						
سلوككم في التعامل مع المزارات	-3,494	59	,001	-400	-,63	-,17
والاماكن السياحية						
مصادقية الجمعيات السياحية في						
تعاملها جعلتكم تشجع الآخرين على	24,290	59	,000	1,000	,92	1,08
التعامل معها						
حفزتكم الانشطة السياحية التي تقوم						
بها الجمعيات السياحية على زيارة	-16,470	59	,000	-,883	-,99	-,78
المناطق التاريخية						
بعد زيارتكم تنوي تكرار الزيارة						
للولاية والتعامل مع الجمعيات	8,211	59	,000	,533	,40	,66
السياحية						
المحور الثاني	7,321	59	,000	,32222	,2342	,4103

T-TEST

/TESTVAL=3

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=X15 X16 X17 X18 X19 X20 X21 X22 X23

\_75; نبي; 75\_ ; 79\_ ل; 75\_\_ ; 85\_ و; 81\_ لم

/CRITERIA=CI (.95) .

الملحق (12) إختبار الفرضية الرئيسية

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
المحور الاول	60	3,8238	,63186	,08157

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
المحور الاول	10,099	59	,000	,82381	,6606	,9870

الملحق رقم(13): إختبار نتائج الفروق بالنسبة لمتغير الجنس

**Statistiques de groupe**

الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
المحور الأول نكر	31	3,8226	,58956	,10589
أنثى	29	3,8251	,68474	,12715

**Test d'échantillons indépendants**

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes							
	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence		
								Inférieure	Supérieure	
المحور_الأو ل	Hypothèse de variances égales	,570	,453	-,015	58	,988	-,00254	,16464	-,33210	,32702
	Hypothèse de variances inégales			-,015	55,423	,988	-,00254	,16547	-,33409	,32901

الملحق رقم (14) نتائج إختبار الفروق لمتغير الفئة العمرية

Descriptives

	N	Moyenn e	Ecart-typ e	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximu m
					Borne inférieure	Borne supérieure		
					أقل من 30 سنة	21		
بين 31-45 سنة	24	3,9583	,63885	,13040	3,6886	4,2281	2,29	4,71
المحور_الاول ل بين 46-50 سنة	10	3,8786	,61080	,19315	3,4416	4,3155	3,00	4,71
أكثر من 50 سنة	5	3,8000	,69142	,30921	2,9415	4,6585	3,00	4,57
Total	60	3,8238	,63186	,08157	3,6606	3,9870	2,21	4,71
أقل من 30 سنة	21	3,4444	,34605	,07552	3,2869	3,6020	2,78	4,00
بين 31-45 سنة	24	3,2917	,37617	,07679	3,1328	3,4505	2,78	4,11
المحور_الثاني ي بين 46-50 سنة	10	3,1667	,13095	,04141	3,0730	3,2603	3,00	3,33
أكثر من 50 سنة	5	3,2667	,33884	,15154	2,8459	3,6874	3,00	3,78
Total	60	3,3222	,34091	,04401	3,2342	3,4103	2,78	4,11

ANOVA à 1 facteur

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	1,104	3	,368	,918	,438
المحور_الاول Intra-groupes	22,452	56	,401		
Total	23,556	59			
Inter-groupes	,594	3	,198	1,769	,164
المحور_الثاني Intra-groupes	6,263	56	,112		
Total	6,857	59			

الملحق (15) نتائج إختبار الفروق لمتغير المهنة

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimum	Maximum	
					Borne inférieure	Borne supérieure			
					المحور_الاول	طالب			34
	موظف	13	3,5769	,61546	,17070	3,2050	3,9488	2,21	4,50
	دون عمل	1	4,0714	.	.	.	.	4,07	4,07
	متقاعد	12	3,9643	,59255	,17105	3,5878	4,3408	3,00	4,71
	Total	60	3,8238	,63186	,08157	3,6606	3,9870	2,21	4,71
المحور_الثاني	طالب	34	3,3203	,38758	,06647	3,1850	3,4555	2,78	4,11
	موظف	13	3,4274	,29343	,08138	3,2500	3,6047	3,00	4,00
	دون عمل	1	3,7778	.	.	.	.	3,78	3,78
	متقاعد	12	3,1759	,15322	,04423	3,0786	3,2733	3,00	3,44
	Total	60	3,3222	,34091	,04401	3,2342	3,4103	2,78	4,11

ANOVA à 1 facteur

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification	
المحور_الاول	Inter-groupes	,458	1	,458	1,150	,288
	Intra-groupes	23,098	58	,398		
	Total	23,556	59			
المحور_الثاني	Inter-groupes	,165	1	,165	1,427	,237
	Intra-groupes	6,692	58	,115		
	Total	6,857	59			

الملحق (16) نتائج إختبار الفروق لمتغير الدخل الشهري

Descriptives

	N	Moyenn e	Ecart-typ e	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95%		Minimum	Maximum
					pour la moyenne			
					Borne inférieure	Borne supérieure		
أقل من 18000 دج	37	3,8514	,69668	,11453	3,6191	4,0836	2,21	4,71
بين 18000 دج و 30000 دج	19	3,7068	,53128	,12188	3,4507	3,9628	3,00	4,71
المحور_الاول ل دج	4	4,1250	,34194	,17097	3,5809	4,6691	3,86	4,57
أكثر من 30000 دج	4	4,1250	,34194	,17097	3,5809	4,6691	3,86	4,57
Total	60	3,8238	,63186	,08157	3,6606	3,9870	2,21	4,71
أقل من 18000 دج	37	3,3363	,39760	,06536	3,2038	3,4689	2,78	4,11
بين 18000 دج و 30000 دج	19	3,3216	,23393	,05367	3,2089	3,4344	3,00	3,78
المحور_الثان ي دج	4	3,1944	,18976	,09488	2,8925	3,4964	3,00	3,44
أكثر من 30000 دج	4	3,1944	,18976	,09488	2,8925	3,4964	3,00	3,44
Total	60	3,3222	,34091	,04401	3,2342	3,4103	2,78	4,11

ANOVA à 1 facteur

	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	,651	2	,326	,810	,450
المحور_الاول Intra-groupes	22,905	57	,402		
Total	23,556	59			
Inter-groupes	,073	2	,036	,305	,738
المحور_الثان ي Intra-groupes	6,784	57	,119		
Total	6,857	59			

الملحق (17) نتائج إختبار الفروق لمتغير السكن

Descriptives

	N	Moyenn e	Ecart-ty p e	Erreur standard	Intervalle de confiance à 95% pour la moyenne		Minimu m	Maximu m
					Borne inférieure	Borne supérieure		
					داخل ولاية جيجل المحور_الاول ل	51		
خارج ولاية جيجل Total	9	4,0317	,67112	,22371	3,5159	4,5476	3,00	4,71
داخل ولاية جيجل المحور_الثان ي	51	3,8238	,63186	,08157	3,6606	3,9870	2,21	4,71
خارج ولاية جيجل Total	9	3,3442	,36124	,05058	3,2426	3,4458	2,78	4,11
داخل ولاية جيجل المحور_الثان ي	9	3,1975	,14463	,04821	3,0864	3,3087	3,00	3,44
خارج ولاية جيجل Total	60	3,3222	,34091	,04401	3,2342	3,4103	2,78	4,11

		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
المحور_الاول	Inter-groupes	,458	1	k,458	1,150	,288
	Intra-groupes	23,098	58	,398		
	Total	23,556	59			
المحور_الثاني	Inter-groupes	,165	1	,165	1,427	,237
	Intra-groupes	6,692	58	,115		
	Total	6,857	59			

الملحق رقم(18): عرض و تحليل البيانات الشخصية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	31	51,7	51,7	51,7
Valide أنثى	29	48,3	48,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 30 سنة	21	35,0	35,0	35,0
بين 31-45 سنة	24	40,0	40,0	75,0
Valide بين 46-50 سنة	10	16,7	16,7	91,7
أكثر من 50 سنة	5	8,3	8,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
طالب	34	56,7	56,7	56,7
موظف	13	21,7	21,7	78,3
Valide دون عمل	1	1,7	1,7	80,0
متقاعد	12	20,0	20,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	



السكن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
داخل ولاية جيجل	51	85,0	85,0	85,0
Valide خارج ولاية جيجل	9	15,0	15,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

الدخل الشهري

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 18000 دج	37	61,7	61,7	61,7
Valide بين 18000 دج و 30000 دج	19	31,7	31,7	93,3
أكثر من 30000 دج	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	