

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم تجارية، وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: اتصال تسويقي

من إعداد الطالبة: بلعور خولة

بعنوان:

الوعي السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة

"دراسة ميدانية ولاية غرداية"

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2017/05/16

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الدكتور /دحو سليمان	رئيساً.
الدكتورة/شرع مريم (أستاذة محاضرة صنف أ – جامعة غرداية)	مشرفا.
الأستاذ /محجوبي محمد	مناقشا.
الأستاذة / شرفاوي سمية	مناقشا

السنة الجامعية: 2017/2016

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين.

أما بعد أتقدم بهذا العمل المتواضع إلى:

إلى من وضعت تحت قدميها الجنة نبع الجنان ومنبع الأمان وسر السعادة إليك أهني الحبيبة

حفظك الله .

إلى من باع راحة شبابه ليشق لي الطريق وأشعل سنين عمره ليضيء لي الطريق إليك أهني الغالي.

إلى ورود بيتنا، إخوتي : عائشة، محمد ، محمود ، كريم ، والي خالي وزوجته والي شرفه الدين ،

رانية ، زاهية ، و الكتكوتة ألاء.

إلى كل زملائي وزميلاتي في مسيرتي الدراسية.

إلى صديقاتي: منال ، سارة ، أمينة ، حنان ، إيمان ، نبيلة ، شيما ، لبنى ، جيهان ، رندة ، راضية ،

زاهية

إلى من وسعه قلبي، ولم تسعه ورقتي.

الشكر والعرفان

قبل كل شيء، أحمد الله عز وجل الذي أنعمني بنعمة العقل و فقهني لأتقن هذا العمل وأقول

«المهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، و لك الحمد بعد الرضى» .

أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل وبالأخص الأستاذة المشرفة

على توجيهاتها القيمة والإرشادات الصائبة الدكتوراه "شرح مريم"

كما أتقدم بالشكر الجزيل والتقدير إلى السادة و الأستاذة أعضاء لجنة المناقشة على تفضيلهم

بقبول الاشتراك في مناقشة البحث المتواضع وتقييمه.

والى كل من بذل معي جهدا ووفر لي وقتا ونصح لي قولاً، أسأل الله أن يجزيهم عني خير

الجزاء.

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الوعي السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، من خلال تحديد سمات وخصائص الوعي السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، واستند البحث على مجموعة من المراجع والمصادر العلمية التي اهتمت بالموضوع في الجانب النظري، أما الجانب العملي فقد تم اختيار موظفي مديرية السياحة والوكالات السياحية وعمال الفنادق والإعلاميين والمرشدين السياحيين كمجال لتطبيق الدراسة إذ تم اختيار عينة عشوائية ميسرة بلغت 50 مفردة حيث تم تصميم الاستبيان من اجل التعرف على آراء المستجوبين حول اثر متغيرات الدراسة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و أساليب الإحصاء الوصفي، واستخدام برنامج SPSS20 وبرنامج Excel2007، لتحليل البيانات واختبار الفرضيات وخلصت الدراسة إلى أن هناك قصور في الوعي السياحي من قبل موظفي المؤسسات السياحية، وبناء على ذلك قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من ضمنها ضرورة رفع مستوى الوعي السياحي بالنسبة للموظفين خاصة وللمؤسسات السياحية ككل والعمل على تطوير التنمية السياحية المستدامة في القطاع السياحي .

الكلمات المفتاحية : وعي سياحي - تنمية سياحية مستدامة - تخطيط سياحي .

Abstract :

The study aims to recognize the impact of the tourism Awareness to the Sustainable tourism development by defining the features of the tourism awareness and its impact to achieve the sustainable tourism development ; this search based by a set of references and scientific sources that attend in the subject for the theorecal aspect ,while the practical aspect ; it has been chosen the employers of the tourism sector as a field to apply this study where were selected a random sample amount 50 single, this questionnaire designed in order to know the opinions of the respondents about the study variables , the descriptive statistics, then the use of SPSS20 and Excel 2007 programs for data analysis and hypothesis testing ,the study concluded that there is weakness and failure in the use of the tourism awareness method by the sustainable tourism . Consequently this study provided a series of recommendations including the necessity of learning the tourism awareness and its importance for them and the whole foundation, and work to raise the level of the tourism awareness .

Key words : Tourism Awareness - Sustainable Tourism Development
- Tourism Planning

قائمة المحتويات :

الرقم	العنوان
I	كلمة شكر
II	الإهداء
III	ملخص الدراسة
V	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول والأشكال
IX	قائمة الملاحق
(أ-ز)	المقدمة
09	تمهيد الفصل الأول
10	المبحث الأول: الاطار النظري والدراسات السابقة
10	الفصل الأول : الاطار النظري لمتغيرات الدراسة
10	المطلب الأول : مفاهيم حول الوعي السياحي
10	الفرع 01: تعريف الوعي السياحي وأهميته
13	الفرع 02: أنواع الوعي السياحي
15	الفرع 03: استراتيجيات بناء الوعي السياحي
16	الفرع 04: أهداف الوعي السياحي
17	المطلب الثاني: مفاهيم حول التنمية السياحية المستدامة
17	الفرع 01: تعريف التنمية السياحية المستدامة
20	الفرع 02: مبادئ التنمية السياحية المستدامة
21	الفرع 03: مؤشرات التنمية السياحية المستدامة
23	الفرع 04: أهداف التنمية السياحية المستدامة
25	المطلب الثالث :علاقة الوعي السياحي بالتنمية السياحية المستدامة
27	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
27	المطلب الأول :الدراسات العربية والمحلية
29	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
30	المطلب الثالث : ما يميز الدراسة الحالية عن السابقة

32	خلاصة الفصل
34	تمهيد الفصل الثاني
35	الفصل الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
38	المطلب الأول: أسلوب الدراسة
42	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
44	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
44	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
50	المطلب الأول: وصف خصائص العينة
65	المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة
72	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
69	خلاصة الفصل
73	الخاتمة
78	قائمة المراجع
82	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
22	ملخص لمختلف المؤشرات السياحية المستدامة	(1.I)
36	عدد الإستبيانات الموزعة	(1.II)
37	متغيرات الدراسة	(2.II)
40	درجة أهمية بند الاستبيان	(3.II)
40	مقياس التحليل	(4.II)
42	قياس ثبات الاستبيان	(5.II)
43	معامل الارتباط بيرسون	(6.II)
45	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	(7.II)
46	توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية	(8.II)
47	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	(9.II)

49	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الوظيفي	(10.II)
51	تقييم الوعي السياحي	(11.II)
54	تقييم التنمية السياحية المستدامة	(12.II)
57	نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده التخطيط السياحي	(13.II)
59	نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده التعليم السياحي	(14.II)
60	نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده التسويق السياحي	(15.II)
62	نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده التنمية السياحية المستدامة	(16.II)
65	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار المتغير المستقل (التخطيط السياحي) في المتغير التابع التنمية السياحية المستدامة	(17.II)
67	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار المتغير المستقل (التعليم السياحي) في المتغير التابع التنمية السياحية المستدامة	(18.II)
68	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار المتغير المستقل (التسويق السياحي) في المتغير التابع التنمية السياحية المستدامة	(19.II)
69	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار المتغير المستقل (الوعي السياحي) في المتغير التابع التنمية السياحية المستدامة	(20.II)
70	نتائج الفروق في آراء مجتمع الدراسة من خلال المتغيرات الشخصية	(21.II)

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
د	نموذج الدراسة	(1. I)
19	المحاور الاستراتيجية لتنمية السياحة المستدامة	(2. I)
37	متغيرات الدراسة	(1.II)
45	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(2.II)
47	توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية	(3.II)
48	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(4.II)
50	توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي	(5.II)

قائمة الملاحق:

الصفحة	العنوان	الرقم
82	الاستبيان	01
86	القيم الاحصائية المستخرجة من برنامج spss	02
100	وثيقة من المؤسسة	03

المقدمة العامة

توطئة :

تعتبر السياحة من أهم الأنشطة الاقتصادية الهامة في العالم وذلك لما لها من دور فعال في زيادة الدخل الوطني، إذ تعد من القطاعات التي تحتاج إلى تضافر جهود عدة أطراف، حيث انها نشاط يجمع العديد من الأنشطة كما يتصل بالحياة اليومية للعديد من قطاعات المجتمع، وهذا يتطلب وعيا عميقا بمتطلباتها وقيامها، وذلك من خلال تكريس الثقافة السياحية للنهوض بهذا القطاع .

وتحتاج تنمية الوعي السياحي إعداد خطط سياحية وبناء إستراتيجيات محكمة من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة، إذ يجب أيضا إعداد جيل مثقف سياحيا من خلال إدراج مادة السياحة في المناهج التعليمية، كما يجدر التنبيه بأهمية التسويق السياحي كأداة فعالة في نشر معلومات سياحية تساهم في تحسين الوضع الاجتماعي والاقتصادي للدولة.

وبالتالي يمكن القول بأن ترقية الحركة السياحية هدف لا بد من تعاون العديد من الأطراف لتحقيقه سواء من الأفراد أو المؤسسات في الدولة .

إشكالية الدراسة :

نظرا للأهمية المتزايدة لتنمية قطاع السياحة تنمية مستدامة، برز مفهوم الوعي السياحي في الطليعة باعتباره أحد أهم المتطلبات الأساسية في تحقق التنمية، حيث ومن خلال دراستنا السابقة تم رصد اهتمامات وتوجهات الدول نحو تبني مفهوم الوعي والثقافة السياحية وتنميتها للنهوض بقطاع السياحة .

وللتأكد من تحقق هذا التوجه في واقع البيئة الجزائرية، ولاية غرداية تحديدا، بات من الضروري التعرف على مستوى الوعي السياحي لدى عينة من الدراسة واختبار أثر هذا المستوى من الوعي على التنمية السياحية المستدامة ذلك من وجهة نظر عينة الدراسة، ومن خلال ما سبق يمكن صياغة السؤال الرئيسي التالي :

ما مستوى تحقق الوعي السياحي بمختلف مكوناته (التخطيط السياحي، التعليم السياحي، التسويق السياحي)؟ وما مدى مساهمته في تحقيق التنمية السياحية المستدامة في ولاية غرداية ؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية هي كمايلي:

1. ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياحي من خلال تحقق التخطيط السياحي ؟
2. ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياحي من خلال تحقق التعليم السياحي ؟
3. ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمفهوم الوعي السياحي من خلال تحقق التسويق السياحي ؟
4. ما مستوى تحقق التنمية السياحية المستدامة بالولاية وذلك من وجهة نظر أفراد العينة ؟
5. هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة إزاء محاور الدراسة تعزى

لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية ؟

فرضيات الدراسة :

من خلال ما تم طرحه من أسئلة يمكن صياغة الفرضيات التالية :

الفرضية الرئيسية : يوجد أثر إيجابي ودال إحصائيا عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين متغيرات الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة ، وتنقسم هذه الفرضية إلى فرضيات فرعية:

✓ الفرضية الفرعية الأولى : يوجد أثر إيجابي ودال إحصائيا عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين التخطيط السياحي (كبعد من أبعاد الوعي السياحي) وبين التنمية السياحية المستدامة .

✓ الفرضية الفرعية الثانية : يوجد أثر إيجابي ودال إحصائيا عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين التعليم السياحي (كبعد من أبعاد الوعي السياحي) وبين التنمية السياحية المستدامة .

✓ الفرضية الفرعية الثالثة : يوجد أثر إيجابي ودال إحصائيا عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين التسويق السياحي (كبعد من أبعاد الوعي السياحي) وبين التنمية السياحية المستدامة .

التعريفات الإجرائية :

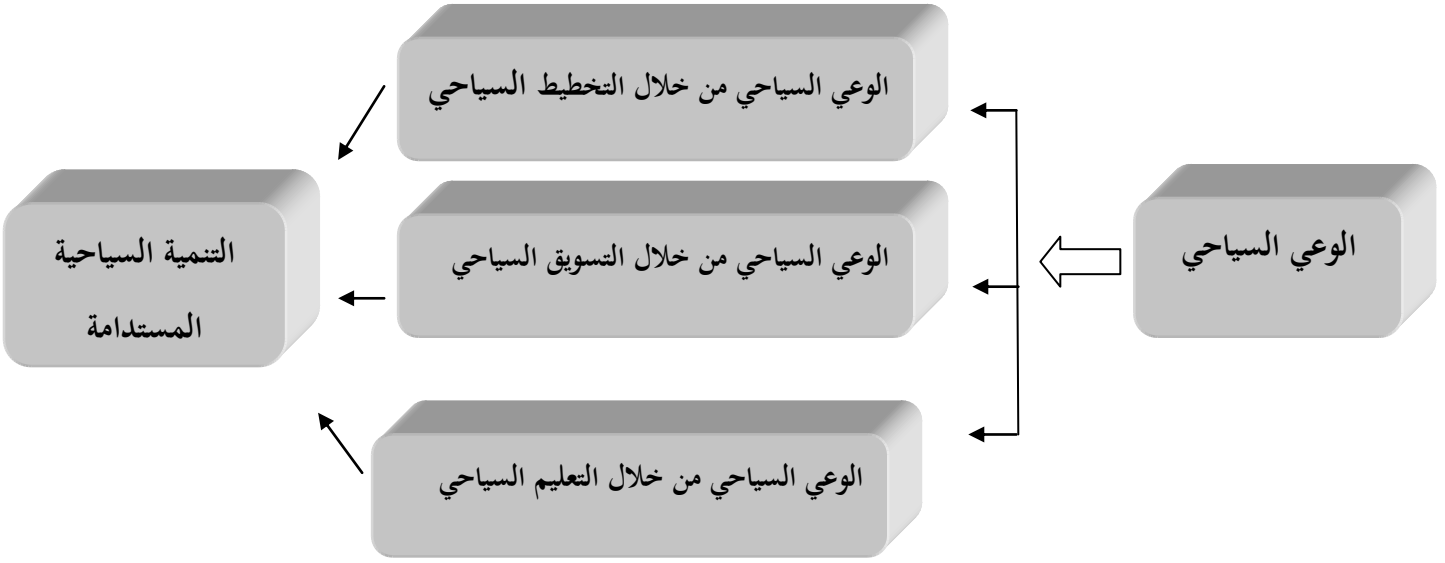
➤ الوعي السياحي : يقصد به مستوى الثقافة السياحية لدى الأفراد .

➤ التنمية السياحية المستدامة: هي نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الإقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية.

نموذج الدراسة :

حيث يشرح هذا النموذج تصور للعلاقات المتوقعة بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة.

الشكل (1.I) : يوضح نموذج الدراسة



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على مراجعات سابقة .

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من أهمية موضوعها الذي تناوله والذي يتعلق بالوعي السياحي وعلاقته بالتنمية السياحية المستدامة كما جاءت الدراسة استجابة لاهتمام الجزائر المتأخر بالقطاع السياحي ومحاولة تنميته لما له من دور في زيادة الدخل الوطني، وذلك باعتبار أن الجزائر تمتلك من المؤهلات الطبيعية والثقافية ما يجعلها في المقدمة. كما تحاول الدراسة التعرف على واقع الثقافة والوعي السياحي لدى مواطني ولاية غرداية وكيف يمكن أن يساهم في ترقية السياحة المستدامة بالمنطقة .

أهداف الدراسة: إضافة إلى هدف الإجابة عن التساؤلات الواردة في مشكلة الدراسة واختبار مدى

صحة الفرضيات المتبناة، يمكن تحديد معالم أهداف الدراسة بشيء من التفصيل من خلال النقاط التالية :

❖ بناء إطار نظري مناسب يسلط الضوء على متغيرات بحثنا الأساسية وذلك من خلال إلقاء الضوء على

على الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الوعي السياحي، وما توصلت إليه حتى تكون نقطة انطلاق

لهذا البحث؛

❖ محاولة التوصل إلى مفهوم واضح يحدد الوعي السياحي و التنمية السياحية المستدامة، ومحاولة التعرف

على العلاقة التأثيرية (إن وجدت) بين متغيرات الدراسة؛

❖ محاولة تصميم استبيان كأداة من أدوات جمع البيانات من عينة الدراسة ؛

❖ محاولة التوصل إلى نتائج وصياغة اقتراحات وتوصيات التي على ضوءها يمكن أن تساهم في إنعاش الوعي

السياحي في المنطقة محل الدراسة.

❖ لفت إنتباه الجهات المعنية .

مبررات اختيار الموضوع:

يمكن إجمال أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع في:

● الرغبة الشخصية للتعرف والإحاطة بموضوع السياحة نظرا لأهميته كقطاع يدر على الدولة إيرادات معتبرة

تساهم عموما في زيادة الدخل الوطني ؛

● محاولة إثراء مكتبة الجامعات بهذه المواضيع الحديثة نسبيا؛

● فضلا عن كون الموضوع يتماشى مع اختصاصنا ، فقد تم اختياره بهدف توسيع المعارف وتعميقها في

مختلف المستجدات المتعلقة بالتسويق السياحي .

منهج البحث:

بغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات، سوف يتم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي في عرض المفاهيم والمعلومات الخاصة بمتغيرات الدراسة مع الاعتماد على المنهج التحليلي في تفسير تلك البيانات والمعلومات وتحليلها واستخلاص النتائج منها هذا في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي سنحاول الاعتماد على المنهج الخاص بالدراسة الميدانية تحقيق نوع من الربط بين التراكم المعرفي (النظري) والواقع العملي، حيث تم الاستعانة بالاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات ومن ثم معالجتها بالاعتماد في التحليل على بعض الطرق الإحصائية (مثل أدوات الإحصاء الوصفي)، لبرنامج معامل الجداول Ms.Excel إصدار 2007 و(SPSS 20).

حدود الدراسة:

الحدود المكانية :

تم تنفيذ هذه الدراسة من خلال اختيار أفراد لعينة الدراسة في كل من المؤسسات التالية: مديرية السياحة، الوكالات السياحية، الفنادق ، والإذاعة بولاية غرداية، نظرا لاهتمامات هذه الفئات بالشأن السياحي بالمنطقة وقدرتها على الإدلاء بمعلومات حقيقية نسبيا حول أوضاع السياحة .

الحدود الزمانية :

امتد تنفيذ الدراسة في الفترة ما بين شهر مارس 2017 إلى بداية ماي 2017

الحدود الموضوعية :

الدراسة تناولت موضوعي الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة .

الحدود البشرية :

وتمثلت عينة الدراسة في الموظفين المنتمين للقطاع السياحي بولاية غرداية .

هيكل البحث :

من أجل الالمام بالموضوع ومعالجته من مختلف جوانبه سنحاول تقسيم هذا البحث إلى فصلين على النحو التالي :

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية وفيه سنتناول الأساس النظري المرتبط مباشرة بالموضوع، حيث سيتم

تقسيمه على مبحثين : الأول تم فيه التطرق إلى الإطار النظري للوعي السياحي ، أما الثاني نتناول فيه الدراسات

السابقة والفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة .

الفصل الثاني : خصص للدراسة الميدانية (منطقة غرداية) حيث سنتناول في المبحث الأول منه أدوات ومجتمع

الدراسة من خلال تقديم العينة المستهدفة، وتفريغ البيانات وجدولتها وتبويبها، وفي المبحث الثاني النتائج

والتوصيات من خلال عرض النتائج ومناقشتها، وفي الأخير قمنا بتقديم خاتمة تضمنت النتائج المستخلصة على

المستويين النظري والتطبيقي وتقديم اقتراحات ملائمة .

الفصل الأول

الإطار النظري

والدراسات السابقة

تمهيد الفصل :

يعد قطاع السياحة في عصرنا الحالي من أبرز وأهم القطاعات في أغلب دول العالم، وتبرز أهميته في مساهمته المباشرة في زيادة الدخل المحلي لتلك الدول، إضافة إلى امكانية هذا القطاع في تحسين المستوى الاقتصادي والمعيشي للأفراد كما يساهم الوعي والثقافة السياحية للأفراد في تحسين صورة السياحة والتقليل من الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة كحجم الطاقة الاستيعابية للفنادق الايواء ونقص المعلومات السياحية عن الدولة، ويكون ذلك من خلال بناء مجتمع مثقف سياحيا وعل دراية بأهمية التنمية السياحية واستدامتها .

فالوعي السياحي لا يتحقق إلا من خلال تكاتف جهود كافة الجهات في المجتمع فالتنمية السياحية المستدامة لا تقوم على عاتق الدولة فحسب، وإنما تتعدى الفرد داخل المجتمع سواء كان مواطن عادي أو موظف لدى القطاع السياحي .

فالتنمية السياحية المستدامة مرتبطة بسلوكيات الأفراد ولن تتطور وتستديم إلا إذا احتضنها المجتمع ككل واعتبرها قضية مجتمع .

وعلى هذا الأساس سنتناول في هذا الفصل المبحثين التاليين :

➤ المبحث الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية لمتغيرات الدراسة .

➤ المبحث الثاني : الأدبيات التطبيقية (الدراسات السابقة) .

المبحث الأول : الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

لقد اهتمت العديد من دول العالم دون استثناء سواء المتقدمة أو النامية بتنمية الوعي السياحي كسبيل لترقية الحركة السياحية وتحقيق ديمومتها .

المطلب الأول : مفاهيم حول الوعي السياحي

الفرع الأول : تعريف الوعي السياحي و أهميته

أولاً: تعريف الوعي السياحي : هناك عدة تعريفات لهذا المفهوم نذكر أهمها :

عرفه (**Feletcher**) بأنه : "الإلمام والمعرفة والإدراك بالسياحة وحققتها وأهميتها بشكل ينعكس على سلوكيات الفرد في أسلوب استغلال أوقات فراغه وفي تعاملاته مع السائحين"¹ .

وقد عرفه (**صبري**) أيضا بأنه : "حالة من الإدراك الفكري لدى أفراد المجتمع التي تقوم على الإحساس بأهمية السياحة ومقوماتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، والمتطلبات اللازمة لنموها وتطورها"² .

كما عرفته (**سهير أبو العلا**) بأنه: " لإدراك الأفراد للحقائق والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم الايجابية المرتبطة بالنشاط السياحي "³ .

¹ وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعتها و تحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة حمام ربي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011 ص 50 .

Fletcher , S.A, reference guidelines for ennancing the postive social cultural and environmental impacts of tourism , public attitude and awareness programme , Washington , U.S.A , 1984 , p:25 . نقلا عن :

² عبد السميع صبري ، تنمية الوعي السياحي ، بحث مقدم في المؤتمر الأول لكلية السياحة والفنادق ، جامعة حلوان ، 1996 ، ص 17 .
³ سهير أبو العلا عبد اللطيف ، دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية التربية ، جامعة اسيوط ، 1998 ، ص 21 .

وكذلك عرف الوعي السياحي بأنه: " شرط أساسي لتسويق المنتج السياحي حيث يتطلب من السوق العمل على رفع الوعي الخاص بالسياحة لدى أفراد المجتمع للتعرف على مدى أهمية السياحة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، ومدى تأثيراتها الكبيرة على جميع الأصعدة"¹.

وعرف آخرون الوعي السياحي على أنه: " ذلك الوعي الذي له أهمية كبيرة في تحسين الصورة السياحية في أي بلد والتقليل من بعض الآثار السلبية التي ترافق صناعة السياحة ، ويكون ذلك من خلال ثقافة المجتمع ونظرتة إلى السياحة وهذا الوعي لا يتحقق إلا من خلال تضافر جهود كافة الجهات المعنية والمتمثلة في الأسرة والمؤسسات التعليمية وأجهزة الدولة وسائر المؤسسات العامة بشكل دائم ولفترات طويلة وذلك لتصحيح الصورة السياحية لدى أفراد المجتمع ذوي الاحتكاك المباشر بالعملية السياحية في مختلف مراحلها"².

فالسياحة من أهم الميادين التي تحتاج إلى وعي الكافة ، إذ أنها نشاط يجمع العديد من الأنشطة كما يتصل بالحياة اليومية للعديد من قطاعات المجتمع ، وهذا يتطلب وعياً عميقاً بمتطلباتها و بنواحيها الإنسانية و يخلق ما يسمى بالعقلية السياحية و المعاملة الطيبة التي تعد العمود الفقري للحركة السياحية .

وتحتاج تنمية الوعي السياحي إلى بلورة فكر العامة بأهمية السياحة ، وذلك من خلال الرحلات و الزيارات للأماكن السياحية بما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم فيحافظون عليه، ويعملون من أجل تقديمه في أفضل صورة تجذب إليها السائحين من مختلف دول العالم، والأكثر من ذلك تنمية الإحساس لديهم بعائد وقيمة السياحة وأهميتها الاقتصادية للفرد والمجتمع³.

¹ كافي مصطفى يوسف ، التسويق السياحي ، مدخل استراتيجي واقتصادي متكامل ، دار الرضا لنشر والتوزيع ، ط1 ، سوريا ، 2009 ، ص124 .

² الراوي عادل ، أبو رمان أسعد ، (السياحة في الأردن الأسس والمقومات والأسواق والحدوى) ، دار اثراء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2009 ، ص314 .

³ محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد الطيف طه، الجغرافيا السياحية، جامعة عين الشمس، مصر، 2008، ص155.

ومن خلال ماسبق يمكن إستنتاج بعض المعنى من التعريفات السابقة:

- المعرفة والإدراك بحقيقة السياحة؛
- أهمية التعرف على المناطق السياحية؛
- التقليل من الآثار السلبية للنشاط السياحي؛
- التخطيط الجيد والسليم للمحافظة على الموارد السياحية والنظرة الواعية لمستقبلها؛
- تنمية الوعي السياحي لدى المواطنين بأهمية السياحة والسائح إنطلاقاً من أن السائح ضيف كريم على الدولة، ويمكن أن يصبح فائدة مضاعفة إذا أصبح صديقاً للبلاد وشعبها .

ثانياً : أهمية الوعي السياحي

تتمثل أهمية الوعي السياحي في ¹:

- الوعي السياحي عنصر مهم وعامل مؤثر في السياحة وتطورها؛
- إعداد برامج هيكلية لكيفية معاملة السائح الوطني والأجنبي خاصة لأن السائح ينقل صورته ومعاملة الناس له إلى أفراد مجتمعه فإذا كانت الصورة لائقة سيشجع السياح للوفود إلى المنطقة ؛
- السياحة الداخلية لها أهمية للمواطن في معرفة معالم وطنه وتنمية إدراكه ورفع مستواه الثقافي والارتقاء بوعيه السياحي؛
- المحافظة على المرافق السياحية والأثرية ؛
- اعتبار السائح الأجنبي وسيلة إعلامية مجانية للبلد والمدينة من خلال نقله لمعلومات إيجابية عن البلد الذي زاره؛

¹ العليجوني عبدالله، تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أريد الاهلية وجامعة جدارا، مجلة الأكاديمية الاجتماعية والإنسانية، ج/قسم العلوم الاجتماعية، الأردن، العدد 15، 2016، ص48، ص49 .

- الوعي السياحي مهم جداً ويجب أن يحمل على محمل الجدبة والارتقاء به إذا ما أردنا حركة سياحية من خلالها نحصل على نتائج مقبولة في الجانب الاقتصادي والاجتماعي والثقافي؛
- زرع التوعية السياحية في أذهان الأفراد لزيادة الوعي السياحي لديهم لتحقيق بذلك استمرارية قدوم السياح؛
- السياحة لها دور فاعل ومهم في العلاقات الإنسانية لأنها ظاهرة طبيعية نابعة أصلاً من طبيعة الإنسان وفطرته؛
- غرس الوعي السياحي لدى جميع الطلبة في المراحل الدراسية ومستوياتها ولكي نبدأ بتنشيط ذلك علينا أن ننشر الوعي في أذهان طلبة الجامعات لغرسها فيما بعد في أذهان طلبتهم وموظفيهم وكل حسب عمله؛
- نشر التوعية السياحية بكل وسائل الإعلام المختلفة ربما لا يفهمها إلا الطبقة المثقفة في المجتمع حتى وان حاولت هذه الطبقة المثقفة التوضيح للصغار بأهمية هذا السياحة إلا أن هذا يكون أقل تأثيراً مقارنة بغرس مفهوم التوعية السياحية في عقولهم منذ الصغر من خلال الأسرة والمعلم في المدرسة؛

الفرع الثاني : أنواع الوعي السياحي هناك عدة أنواع هي¹ :

1) الوعي السياحي لدى السكان المحليين :

- لا يمكن لقطاع السياحة من تحقيق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الناتجة عن تطور السياحة على المجتمعات المحلية، إذا تجاهل المخططون و واضعوا السياسات السياحية إدماج المجتمع المحلي في التنمية السياحية .

¹العلجوني عبدالله، مرجع سبق ذكره، ص60 .

(2) الوعي الخاص بفئة العاملين بالنشاط السياحي :

حيث يعرف العاملون في النشاط السياحي على أنهم القائمون على تقديم خدمات متنوعة للسياح من إقامة وأطعمة وغيرها، وتعتبر هذه الفئات من العمالة احد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي، ويستقي هذا العنصر أهميته من كون العاملين في النشاط السياحي يعتبرون الخط الأمامي المواجه للسائح ضمن إطار العملية السياحية، وبالتالي فإن السائح يتأثر بشكل مباشر بقدرة هؤلاء العاملين على تحقيق احتياجاتهم وأدائهم واستقبالهم الجيد، فإذا كانوا على المستوى المطلوب في أداء مهمتهم فإن ذلك سيؤثر على الحركة السياحية من عدة محاور أهمها: الوصول لأقصى درجة من رضا الزائر عن المنتج السياحي، زيادة معدل إنفاق الزائر في المواقع السياحية، زيادة احتمالية تكرار زيارته للمنطقة بنسبة كبيرة، فالعاملين بالنشاط السياحي عنصر فعال في عكس صورة المنطقة السياحية، وتناقل سمعتها الجيدة أو السيئة على حد سواء من خلال الكلام المنقول وهي أقوى وسائل الدعاية والإعلام لما لها من دور في استقطاب أعداد كبيرة من السياح من أقاربهم وأصدقائهم الذين أدلوا بشهادات ايجابية تعزز عناصر الجذب¹.

(3) الوعي الخاص بفئة السياح

و يقصد به ثقافة السياح و مستوى التزامهم بثقافة البلد المضيف يمكن ان ويقسم هذا النوع إلى قسمين :

أ) تهيئة السياح قبل دخول المجتمع المحلي

وهي المرحلة التي تختص بتهيئة وتوعية السياح قبل دخولهم للموقع السياحي، حيث يعتبر هذا النوع من التوعية من أكثر أنواع التوعية السياحية حساسية وخطورة، حيث يرتبط بردة فعل السكان المحليين تجاه النشاط السياحي، بحيث قد تشكل ردة فعل السكان المحليين تجاه السائح أكبر عائق في طريق التنمية السياحية، إذ قد تشكل في

¹ العलगوني عبدالله، مرجع سبق ذكره ص60 .

كثير من الأحيان بعض التصرفات الناتجة عن السياح والتي تعكس بدورها ثقافتهم المحلية خرقا لعادات وتقاليدهم وقيم ومبادئ المجتمع المضيف بفعل التباين والاختلاف بين ثقافات الشعوب والأمم مما قد يؤدي إلى رفض هذا المجتمع لهذا النوع من النشاط الاقتصادي وبالتالي التأثير عليه سلبا.

(ب) الإرشاد :

وهي المرحلة التي تبدأ بدخول السياح إلى الموقع السياحي ويتضمن هذا النوع من التوعية إرشاد السياح إلى الأماكن السياحية التي يمكن لهم زيارتها، وإرشادهم إلى مواقع الخدمات السياحية التي يمكن أن تعد لهم ضمن البلد المضيف من فنادق واستراحات وغيرها، وذلك عن طريق تزويدهم بالنشرات والكتيبات والخرائط الواضحة والصحيحة عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية، أو بعض المؤسسات المحلية إضافة إلى اللوحات الإرشادية التي توضع على الطرقات لتتبع الطرق التي تؤدي بالسائح إلى الأماكن السياحية وأماكن تلقي الخدمات السياحية المختلفة .

الفرع الثالث : إستراتيجية بناء الوعي السياحي

لقد تعددت الإستراتيجيات المستخدمة في بناء الوعي السياحي في المجتمعات السياحية ، علما أن هذه الأساليب تعتمد على الخصوصية الثقافية لكل مجتمع ، وقد أكدت العديد من الدراسات ضرورة استخدام ثلاثة مداخل أساسية في بناء الوعي السياحي وهي : التخطيط السياحي ، التعليم السياحي ، والتسويق السياحي¹ :

¹ أسعد أبو الرمان ، ممدوح عبد أبو رمان ، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن ، تنمية الريف ، العراق ، العدد 111 ، ص 123 .

أولاً : التعليم السياحي

وهنا تظهر أهمية التعليم والتعلم معا على اعتبار أن بناء الوعي السياحي هو من مسؤولية الأسرة قبل كل شيء ومن ثم هو دور الجامعات والمدارس، ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية كما أن الأستاذ في التعليم العالي يؤدي دورا أساسيا في تعليم السياحة وتدعيم السلوكيات الإيجابية تجاهها، كما يمكن لقادة الرأي في المجتمع أن تكون لهم مساهمة في هذا البناء .

ثانياً: التخطيط السياحي

ويكون ذلك من خلال إشراك كافة أفراد المجتمع في عملية التخطيط من خلال الاستماع إلى أفكارهم البناءة وتفعيل هذه الأفكار في إطار التنمية السياحية، فضلا عن إشراكهم في الاستثمارات السياحية حتى يسود الشعور لديهم بأن المردود السياحي لا سيما العائد الاقتصادي هو لكافة أطراف المجتمع وليس حكرا على فئة معينة.

ثالثاً : 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 .

الفرع الرابع : أهداف الوعي السياحي

للوعي السياحي عدة أهداف منها¹:

- تهيئة الأفراد وتحمل مسؤولياتهم نحو حماية البيئة، والاسهام الفعال في الاعمال التي تهدف الى حماية البيئة؛

¹ محمد عبد الفتاح أحمد ، طابع عبد الطيف طه ، مرجع سابق، ص 159 .

- تطوير الموارد البشرية فيما يخص البيئة السياحية والمشاكل التي ترتبط بها والتي تشمل المعرفة والمهارات والسلوك والدوافع ؛

- توعية الجماهير بأهمية السياحة ودورها في تقريب المسافات بين الشعوب .

المطلب الثاني : مفاهيم حول لتنمية السياحة المستدامة

التنمية السياحية المتوازنة والمستدامة تعتبر من أحدث المفاهيم السياحية، وتشمل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق التوسع المستمر المتوازن في الموارد السياحية، وزيادة الجودة وترشيد الإنتاجية في مختلف الخدمات السياحية، سواء كان ذلك بالنسبة للسياحة الدولية أو الداخلية .

الفرع الأول : تعريف التنمية السياحية المستدامة

تعرف التنمية السياحية المستدامة Sustainable Development والمتوازنة بأنها: " تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية".

كما يعرف الإتحاد الأوروبي للبيئة والمتنزهات القومية التنمية السياحية المستدامة على أنها: " نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية ، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات التكنولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية"¹.

¹ صلاح زين الدين ، دراسة للفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر ، المؤتمر العلمي الدولي الثالث ، حول القانون والسياحة المنعقد بجامعة طنطا ، يومي 26 / 27 أفريل 2016.

لذلك فان التنمية السياحية المستدامة يجب أن تعمل على الاستخدام غير الجائر للموارد الطبيعية و الثقافية، والأخذ في الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيغة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل.

لذلك فقد طورت منظمة السياحة العالمية ارشادات وتوجيهات تتبع عند رسم سياسة للتنمية السياحية المستدامة كجزء من مبادرات كونية في شكل " مبادئ السياحة العالمية " **Global Sustainable Tourism Criteria** وتتضمن مبادئ عالمية عن الحد الأدنى لمتطلبات الاستدامة التي يجب أن تطبقها الفنادق والمنشآت والمنتجعات السياحية.

ووفقا لمنظور منظمة السياحة العالمية فإنه " يشجع رغبات السياح وحاجات المجتمعات المضيفة بحيث

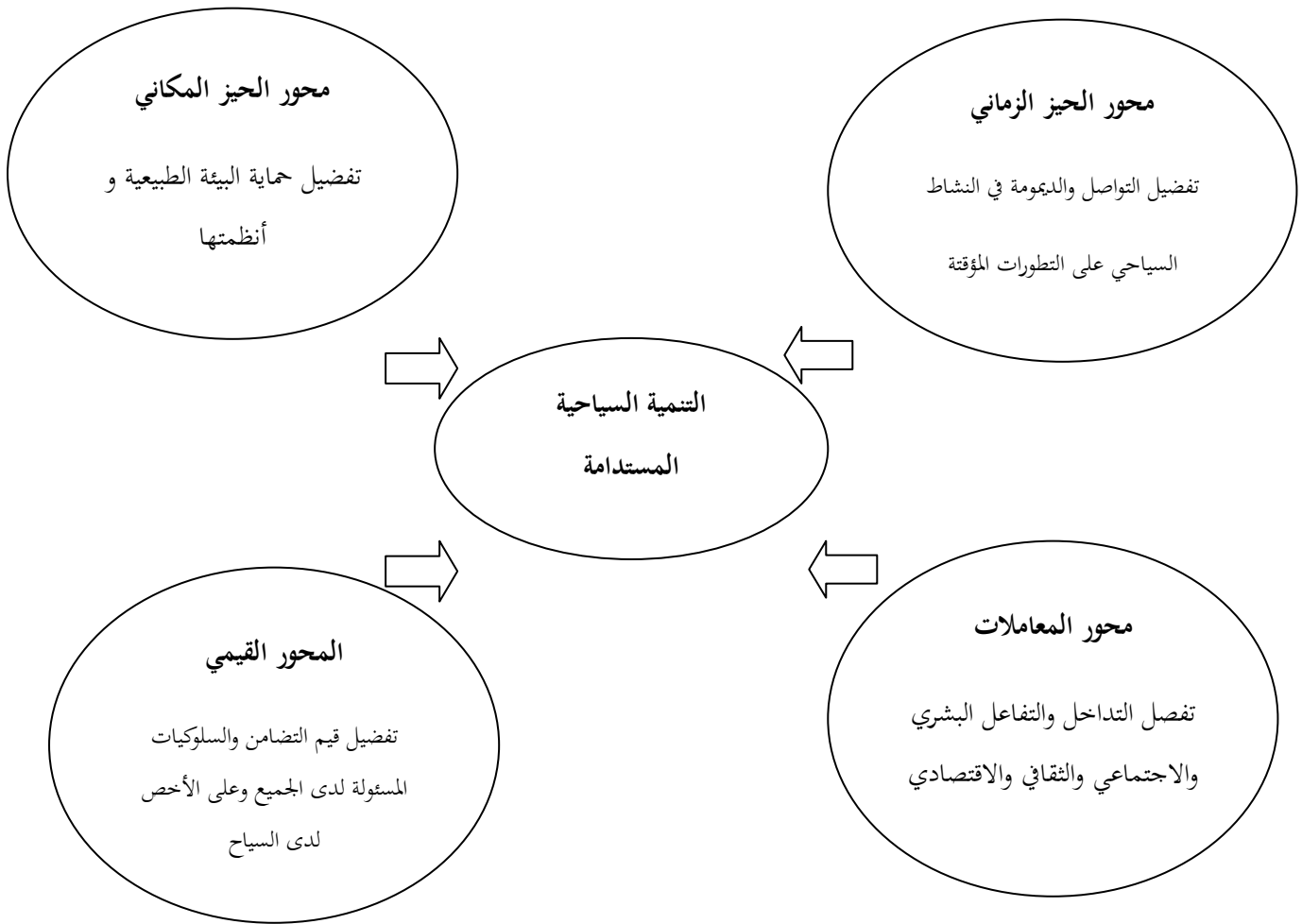
يضمن تحقيق حماية وتحسين الآفاق السياحية في المستقبل من خلال إدارة الموارد السياحية بطريقة تستجيب

للحاجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتنوع البيولوجي والعمليات البيئية والأنظمة المعيشية"¹

¹ الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص 16، 2007.

فكرة السياحة المستدامة لا تعبر عن محتوى سياحي معين فهي ليست منتجا سياحيا وليست طريقة جديدة لبيع النشاط أو تحديد كيفية الدفع¹، إنما هي نموذج للتنمية على محاور إستراتيجية، حصرها (C.Pigeassou) في أربع محاور كما يوضحه الشكل الموالي²:

شكل رقم (2.I) المحاور الإستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة



نقلا عن عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، مجلة حلوان، العدد 12 جوان، 2005، ص 134.

¹ عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، مجلة حلوان، العدد 12 جوان، 2005، ص 134.

² Line Bergery, *Qualité globale et tourisme*, Economica, Paris, 2002, P 127.

الفرع الثاني : مبادئ التنمية السياحية المستدامة

للتنمية السياحية عدة مبادئ نذكر منها¹ :

- أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها و ادارتها جزء من استراتيجيات الحماية او التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة، كما يجب ان يتم التخطيط و ادارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن اشراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات ام افراد لتوفير اكبر قدر ممكن من المنافع؛
- ضرورة ان تتبع هذه الوكالات ، والمؤسسات ، الجماعات ، الافراد ، المبادئ الاخلاقية والمبادئ الاخرى التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة ، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الانماط السياسية؛
- تخطيط و إدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من اجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة؛
- إقامة الأجيال والاستفادة من الموارد السياحية تطبيقا لمبدأ التنمية المستدامة القائم أساسا على تجنب الطبيعة السياحية أي عوامل اضرار تؤدي الى التقليل من انتاجيتها مستقبلا؛
- توفير الدراسات والمعلومات عن طبيعة وتأثيراتها على السكان والبيئة والثقافة قبل و أثناء التنمية ، خاصة للمجتمع المحلي ، حتى يمكنهم المشاركة والتأثير على اتجاهات التنمية الشاملة؛
- تنفيذ برنامج للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل التنمية وإدارة السياحة ، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع التغيرات التي ستطرأ على حياتهم؛

¹ حامد نور الدين، ساسي فطيمة ، السياحة الصحراوية المستدامة ، الملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة ، يومي 12 - 11 مارس، ص 4 - 5 ، 2012 .

- تحديد الطاقة الاستيعابية للمنطقة السياحية من اجل تفادي الازدحام وتفادي تضرر البيئة الطبيعية والاجتماعية وتقديم الخدمات التي ينتظرها السياح .

الفرع الثالث : مؤشرات التنمية السياحية المستدامة

وقد وضعت مجموعة من مؤشرات الاستدامة الخاصة بالسياحة واختبرت في عدد من البلدان في إطار مبادرة المنظمة العالمية للسياحة وقد شرع في استخدام هذه المؤشرات في بعض الجهات السياحية الغرض منها رصد الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئة للسياحة وقسمت إلى ثلاث مجموعات أساسية هي¹:

المؤشرات البيئية: وينبغي هذا المؤشر على مدى ضغط النشاط البشري على البيئة في المقصد السياحي وإذا

تجاوزت المنطقة السياحية الطاقة الاستيعابية بها فإنها تفرز عادة مجموعة من المضار تتولى أنواع من المؤشرات البيئية قياسها وهي:

- مؤشر معالجة النفايات: سواء كانت نفايات صلبة أو سائلة ؛
 - مؤشر كثافة استخدام التربة: يقيس معدل كثافة السياح إلى السكان المحليين؛
 - مؤشر كثافة استخدام المياه: يقيس حجم استخدام السياح للمياه إلى حجم استخدام السكان المحليين؛
 - مؤشر حماية الجو من التلوث: يقيس مدى تلوث الهواء خلال فترات مختلفة من سنة المواسم السياحية؛
- معنى ذلك أن التنمية السياحية التي تكتسب صفة الاستدامة تستوجب العمل على عدم تجاوز الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي للحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لدى الزائرين.

المؤشرات الاجتماعية: تركز المؤشرات الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة على واقع الانعكاس المتعاضم

¹ عبد الباسط وفا، مرجع سبق ذكره، ص 18 .

للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي وتوجد عدة مؤشرات رئيسية لقياس المؤثرات السياحية على الجانب الاجتماعي.

- مؤشر الانعكاس الاجتماعي: يقيس تأثير السياحة على الظروف المعيشية لسكان الموقع السياحي؛
- مؤشر رضي السكان المحليين: وهو يحدد مستوى الرضي لديهم بالمشاريع السياحية والتجاوب معها؛
- مؤشر الأمن: ويقاس بمدى تطور الجريمة في وسط سكان المقصد السياحي؛
- مؤشر الصحة العامة: مدى انعكاس تطور النشاط السياحي على مستوى صحة الشعب المحلي؛

المؤشرات الاقتصادية: تتعلق المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط المحلي وأهم المؤشرات مؤشر العمالة، العملة الصعبة ومؤشر الدخل والاستثمار، و نسبة المساهمة في الناتج المحلي و ميزان المدفوعات، مما سبق يمكن إدراج الجدول رقم (1.I) ملخص لمختلف مؤشرات السياحة المستدامة :

مؤشر بيئي	مؤشر اجتماعي	مؤشر اقتصادي
مؤشر معالجة النفايات	مؤشر الانعكاس الاجتماعي	حجم العمالة بالقطاع
مؤشر كثافة استخدام التربة	مؤشر رضي السكان المحليين	نسبة المساهمة في الناتج المحلي
مؤشر كثافة استخدام المياه	مؤشر الصحة العامة	الأثر الايجابي على ميزان المدفوعات
مؤشر حماية الجو من التلوث	مؤشر الأمن	

المصدر : علي رحال، عامر عيساني، إستراتيجية التنمية السياحية، دراسة مقارنة (الجزائر، مصر، تونس) مقال، منشور، جامعة باتنة، الجزائر، 2016، ص 05.

الفرع الرابع : أهداف التنمية السياحية المستدامة

وترتكز أهداف التنمية السياحية المستدامة على التنمية البشرية في تكاملها مع استراتيجيات التنمية لمختلف الدول، حسب ظروفها الاقتصادية والسياسية الاجتماعية ويساهم قطاع السياحة بطريقة مباشرة وغير مباشرة في تحقيق هذه الأهداف التي يمكن حصرها في أهداف اقتصادية واجتماعية وبيئية، كما يلي¹ :

أولاً: الأهداف الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة

هناك العديد من الأهداف الاقتصادية أهمها :

- القضاء على الفقر المطلق في العالم؛
- القضاء على الجوع في العالم؛
- رفع كفاءة وإنتاجية العمل والنمو الاقتصادي؛
- تطوير الصناعة والتكنولوجيا الملائمة والبنية الأساسية؛
- ضمان تحقيق اطار عام للاستهلاك والإنتاج المستدام .

ثانياً: الأهداف الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة

الأهداف الاجتماعية والحضارية تتمثل في النمو الاجتماعي والحضري للمواطنين، ورفع مستوى وعيهم وتعليمهم وتقديرهم لتاريخ بلادهم وجغرافيتها. وتعظيم فرص التمتع بالسفر والسياحة والترفيه بالنسبة للسائحين الأجانب والمواطنين. ويمكن إيجازها فيما يلي:

- رفع المستوى الصحة والشعور بالسعادة؛

¹ صلاح زين الدين ، مرجع سبق ذكره .

- القضاء على الأمية وتحسين منظومة التعليم؛
- منع التفرقة وتحقيق المساواة بين الجنسين؛
- تطوير المجتمع المحلي وإحداث التوازن الاقليمي؛
- خلق مؤسسات قوية للعمل من أجل السلام والعدالة الاجتماعية .

ثالثا: الأهداف البيئية للتنمية السياحية المستدامة:

يجرى تبني الأهداف البيئية بمعنى العمل على حماية البيئة كسبيل رئيسي من سبل التنمية المستدامة، ويكون ذلك عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، وتفادي أسباب التلوث، وحماية البيئة الطبيعية عن طريق الالتزام بالطاقة الاستيعابية القصوى للمناطق السياحية، ويمكن ايجازها فيما يلي:

- حماية الأحياء المائية في البحار والمحيطات؛
- توفير الصرف الصحي والامداد بالمياه النقية؛
- الاستخدام الواسع لمصادر الطاقة النظيفة؛
- انشاء مدن ومجتمعات مستدامة؛
- الحد من التغيرات المناخية؛
- المحافظة على الزراعة المستدامة والغطاء النباتي؛
- التعاون الدولي لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

المطلب الثالث : وسائل النهوض بالسياحة وتنميتها

وسائل النهوض بالسياحة وتنميتها و تتمثل هذه الوسائل عموما في ¹ :

(1) تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة و الفنادق :

يعتبر الاستثمار من أهم عوامل التنمية السياحية، وذلك من خلال تشجيع و تحفيز الإستثمار الخاص المحلي والأجنبي، عن طريق اعفاء شركات الاستثمار السياحي و الفنادق من الضرائب وتسهيل اجراءات الجمارك .

(2) تطوير الموارد البشرية :

على اعتبار أن النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري ، فهو يستدعى تأهيل و تكوين مستمر للموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة ، لذلك يجب الإهتمام بالمدارس و المعاهد و الكليات السياحية.

(3) تطوير قطاع النقل :

يعتبر من مكونات المنتج السياحي، و هو يتوافق مع خاصية للسياحة التي تستدعى تنقل السائح الى مكان تواجد المنتج السياحي .

(4) تبسيط اجراءات الدخول و الاجراءات الجمركية :

مادامت السياحة تستدعى حضور السائح، يجب العمل على تسهيل اجراءات الدخول والحصول على التأشيرة.

(5) تشريع قانون سياحي :

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة ، دار زهران ، عمان ، الأردن ، 1997، ص20 .

يعتبر التشريع الإطار العام المنظم لأي نشاط، وعلى غرار باقي الأنشطة يحتاج النشاط السياحي الى قانون واضح ومنظم، يحمي السائح و المواطن من الغش والخداع والاستغلال لذلك يجب اصدار تشريعات سياحية قانونية تنظم العمل والنشاط السياحي .

(6) تطوير وسائل السلامة و الأمن :

يتميز العالم اليوم بالكثير من الأحداث التي اثرت سلبا على النشاط السياحي، فالسائح أصبح يتجنب الدول التي لا تتوفر فيها شروط السلامة و الأمن، لذلك يجب على الدولة السياحية العمل على توفير شروط الأمن للسياح.

(7) تحسين و توسيع الخدمات السياحية:

يجب على الدولة السياحية ان تعمل على توسيع هيكل الخدمات السياحية من وسائل الإقامة الى وسائل النقل، وهياكل الاستقبال وتدعيمها بمختلف الخدمات الضرورية للسياح.

(8) نشر الوعي السياحي :

على الدولة أن تعمل على تثقيف السياح، عن طريق الاعلان و الترويج، من خلال اصدار النشرات والكتيبات، والخرائط السياحية وتوزيعها عليهم أثناء دخولهم عبر المطارات، والموانئ والحدود البرية مجانا، ويجب كذلك تثقيف العاملين بالسياحة عن طريق عقد دورات تثقيفية، لكسب معارف وتقنيات جديدة والإطلاع على تجارب الدول المنافسة، والدول المتقدمة سياحيا، أو الدول المشابه من حيث الخدمات السياحية المقدمة، بالإضافة الى تثقيف مواطني البلد وتحسيسهم عن مدى أهمية السياحة في تطوير البلد، واستفادة مواطني البلد منها، ويكون ذلك عن طريق وسائل الاعلام الرسمية، وإدخال مادة السياحة ضمن البرامج المدرسية والجامعية¹.

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره ص 20 .

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

واستكمالا للفائدة المستخلصة من الجانب النظري السابق، يتناول هذا القسم اهم الدراسات العربية و الأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة ومتغيراتها بشكل مباشر أو غير مباشر، لإثراء هذه الدراسة وذلك بعرض ملخص لكل دراسة، متضمنة لأهم أهدافها وإجراءات تطبيقها كالأدوات والعينة، وعرض أهم نتائجها، وقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى مطلبين رئيسين هما : الدراسات العربية والدراسات الأجنبية على النحو التالي:

المطلب الأول : الدراسات المحلية والعربية

الفرع الأول دراسة : سعد بلمداني (2011) مذكرة ماجستير بعنوان "إستراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر" :

تهدف هذه الدراسة إلى الاستكشاف المعرفي لرصد دور ومكانة الاتصال في السياسات السياحية ومعرفة مدى فهم الجمهور الجزائري وتصورهم ومساهماتهم للتنمية السياحية المستدامة من خلال الرسائل الإعلامية المختلفة، ومعرفة أكبر وسيلة اتصالية ساهمت في إنماء هذا الوعي السياحي وكذا الكشف عن المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، ولتهيئة المجتمع لتقبل السياحة وفقا لمفهومها المعتمد من طرف الوزارة، وتشجيع المحافظة على التقاليد ومظاهر الحياة الإجتماعية في المناطق السياحية .

حيث توصلت الدراسة إلى نتائج عديدة منها :

- على الدولة زيادة الاهتمام بالبنى التحتية كالطرق والمطارات والفنادق ؛
- توفير المناخ الأمني المناسب للسياح والتعامل معهم على أساس أنهم مصدر من مصادر الدخل الوطني ؛
- يجب إقامة وتطوير البرامج التسويقية وجعلها تتماشى والأسواق العالمية في المجال السياحي ؛

- إقتراح فتح قنوات ووسائل إتصالية وإعلامية متخصصة بالسياحة .

الفرع الثاني دراسة : مروى نبيل محمد عياد (2006) مذكرة ماجيستر بعنوان " الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي وأثره في تنشيط حركة السياحة الوافدة" :

تناولت هذه الدراسة بالتحليل والدراسة الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي وأثره في تنشيط حركة السياحة الوافدة، حيث قامت هذه الدراسة على فرض أساسي هو هناك ترابط بين الوعي السياحي لدى المواطن المحلي والتدفقات السياحية للدولة .

استخدمت الباحثة المنهج المسحي معتمدة على الاستبيان والمقابلات مع أفراد المجتمع المحلي ذوي الإحتكاك المباشر بالسائحين كأصحاب المحلات والمطاعم والعاملين بالفنادق وشركات السياحة وشركات النقل وسائقي سيارات الأجرة وغيرهم .

الفرع الثالث دراسة : أسعد أبو رمان، ممدوح أبو رمان (2011) مقال بعنوان " الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر بالأردن (دراسة تحليلية ميدانية) " :

تناولت هذه الدراسة مستوى الوعي السياحي في المجتمع الأردني، وذلك بعد خطة بناء الوعي المعتمدة في وزارة السياحة، من خلال استعراض الأساليب المتبعة في بناء الوعي ومدى قدرته في تعزيز الميزة التنافسية لقطاع السياحة والسفر، أجريت الدراسة على عينة واسعة من العاملين والمهتمين في السياحة من مدرسين ومدراء وطلبة وقادة رأي وغيرهم، واستخدم في الدراسة العديد من الأساليب الاحصائية .

الفرع الرابع دراسة : كواش خالد ، رسالة دكتوراء تحت عنوان : "مكانة و اهمية القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي حالة(الجزائر 1997) " :

تناول فيها ماهية و أهمية السياحة كمنشأ اقتصادي ، تنظيم القطاع السياحي الجزائري و تطرق الى الاستثمارات السياحية العمومية و الخاصة و الى اداء القطاع السياحي الجزائري و توصل الباحث الى أن السياحة في الجزائر لم تحض بالأولوية في البرامج التنموية.

الفرع الخامس دراسة: موفق علي ، مذكرة ماجستير تحت عنوان : " أهمية السياحة في الاقتصاد الوطني (2002) :

تطرق الباحث الى مفهوم الإقتصاد السياحي من خلال تحديد نشأة السياحة و تطورها، و السياحة كمنشأ اقتصادي في التنمية ، و تطرق الى السياحة و كيفية امكانها امتصاص قدر من البطالة و أثرها في ميزان المدفوعات، و الخصائص المميزة لظهور السوق السياحي و أنواع الأسواق السياحية، كما تطرق الى آثار الإصلاحات على تطور السياحة ، من خلال السياسات السياحية و الإستثمارات السياحية ، غير انه لم يتطرق الى تحديد مفهوم دقيق للظاهرة السياحية ، و الى مفهوم العرض والطلب السياحيين بنوع من التفصيل و بشكل كافي ، ولم يتطرق الى الأهمية الاقتصادية و الإجتماعية للنشاط السياحي و أهمية السياحة في الجزائر ، و توصل الى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يلعب الدور المنتظر في التنمية .

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

الفرغ الأول: دراسة E. Nyakunu and Prof. C. M. Rogerson بعنوان :

"(Tourism policy analysis the case of post-independence Namibia2016)":

تناولت الدراسة السياسة السياحية باعتبارها مجالاً مهماً للأبحاث العلمية بقدر أهمية التكنولوجيا والمعلومات الاتصالية، فالسياسة السياحية تساهم في تطور وتنمية السياحة، إذ تناولت هذه الدراسة دراسة حالة لسياسة السياحة في مرحلة ما بعد الاستقلال لناميبيا فهي تصف سياسة التطور السياحي التي عاشتها المنطقة وكشفت بأن المعرفة المهنية الجيدة للسياحة هي أساس ريادة الاقتصاد السياحي في المنطقة إذ أن القطاعات السياحية المحلية في ناميبيا تعي بأهمية السياحة فهي تحتوي على أكبر عدد من الشركات السياحية .

الفرع الثاني: دراسة Sébastien BOURDIN بعنوان :

"(La demande en tourisme durable Aurélien DUMONTROT2014)":

قامت هذه الدراسة برسم وتحديد الطلب على السياحة المستدامة إذ قدمت لمحة عامة عن مفهوم التنمية السياحية وبحثت عن الدوافع والتحفيزات التي تؤدي إلى السياحة كما طرحت إشكالية ميول السائح للسياحة الجبلية والطبيعية، كما استخدمت منهجين مختلفين للدراسة، دراسة نوعية الجنس ومقابلات ومسح كمي لعينة مكونة من 572 شخص، كما توصلت إلى نتائج مختلفة منها أن السياحة الجبلية والطبيعية سبب من أسباب التنمية السياحية المستدامة .

المطلب الثالث : الاختلافات بين الدراسة الحالية والسابقة

في ضوء استعراض الدراسات السابقة في اختيار متغيرات الدراسة وتحديد المقاييس والمؤشرات ذات الصلة في صياغة أبعادها إلا أنه من وجهة نظرنا فإن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة لأن هذه الدراسة تسعى إلى تناول الوعي السياحي في نطاق نظري محدد، ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وذلك بالتركيز على بعض أبعاد الوعي السياحي وأساليب بنائه .

معززة بذلك المسح الميداني للتعرف على مستوى توافر الوعي السياحي لموظفي القطاعات السياحية ومدى ممارستهم له في مجال عملهم وكذلك التعرف على متطلبات التنمية السياحية المستدامة ، وفي مايلي بعض الاختلافات :

- هناك عدد من الدراسات تناولت الوعي السياحي لدى المنظمات غير الحكومية مما يميز هذه الدراسة عن سابقتها؛
- تناولت هذه الدراسة بعض من المتغيرات مع الوعي السياحي منها القطاع الوظيفي والسن؛
- معظم الدراسات السابقة أجريت على المنظمات غير الحكومية والطلبة الجامعيين، إلا أن هذه الدراسة أجريت على منظمة حكومية ربحية، وشركات خاصة؛
- الاختلاف الآخر الذي يمكن ان نذكره هو الرابط بين الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة وأن دراستنا حاولت إبراز الأهمية الكبيرة للوعي السياحي نظرا لأن أغلب المؤسسات لاتوليه اهتمام كبير؛
- تكونت عينة بعض الدراسات من طلبة جامعيين و أفراد المجتمع عكس دراسة الباحثة التي اختارت عينة الدراسة من الموظفين والإطارات في المنظمة؛
- إختلاف في الحدود المكانية والزمانية واختلاف من حيث مجتمع الدراسة .

خلاصة الفصل :

من خلال ما تقدم في هذا الفصل استنتجنا العلاقة بين الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة إذ تحتاج تنمية التوعية السياحية إلى إعداد خطط سياحية محكمة من خلالها يتم تحقيق تنمية سياحية طويلة المدى ، كما يساهم التعليم السياحي الجيد في رفع الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع ، ويساعد التسويق السياحي كبعد هام من أبعاد الوعي السياحي في نشر ثقافة السياحة والارتقاء بها من خلال الترويج لها، وعليه فإن التنمية السياحية المستدامة تحتاج إلى ترابط كل أبعاد الوعي السياحي من أجل تحقيقها و استدامتها

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد

بعد تطرقنا في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم التطبيقية والنظرية حول الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة، والذي من خلاله تمكنا من التعرف على أنواع وأهمية الوعي السياحي ومفاهيم التنمية السياحية المستدامة، وكما تم عرض أهم الدراسات السابقة التي تناولت متغيري الدراسة .

ويعرض هذا الفصل توضيحا للمنهجية التي اعتمدت في هذه الدراسة، وذلك من خلال استخدام إستبانة لدراسة آراء العينة المختارة للرد على التساؤلات المطروحة وإثبات صحة الفرضيات المقترحة وإجراء مقابلة، ومن ثم تحديد أهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وعرض النتائج المتحصل عليها، وقد قسم الفصل إلى مبحثين كالآتي :

- المبحث الأول الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية (الطريقة والأدوات)
- المبحث الثاني: نتائج الدراسة التطبيقية وتحليلها

المبحث الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية .

سيتم من خلال هذا المبحث عرض منهجية الدراسة المستخدمة، ومجتمع الدراسة وعينتها وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجة الإحصائية المستخدمة بالإضافة إلى صدق أداة الدراسة وثباتها .

المطلب الأول : أسلوب الدراسة

أولا منهجية الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لعرض الجوانب النظرية للموضوع والاستعانة بما جاءت به الأدبيات حول متغيرات الدراسة، كما تم استخدام منهج الدراسة الميدانية وذلك من خلال تصميم استبيان تم توزيعه على العينة محل الدراسة، وقد تم توزيع استبيانات لجمع البيانات حول موضوع الدراسة، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الاختبارات الإحصائية SPSS النسخة رقم 20 (Statistical Package for Social Science)

والاستعانة ببرنامج Exel لمعالجة هذه البيانات واستخراج معلومات تفيد عملية التحليل ، وتجدد الإشارة إلى أنه قد تم الاعتماد على مصادر في جمع البيانات :

- **المصادر الثانوية:** وتتمثل في المصادر التي تم إعمالها لبناء الجانب النظري وتتمثل في : الكتب، المقالات، المداخلات ..
- **المصادر الأولية:** وتتمثل في المصادر ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة وقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية في جمع البيانات التي تفيد مباشرة في اختبار فرضيات الدراسة وبالتالي تحقيق أهدافها .

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها

يتكون مجتمع الدراسة من الموظفين في مديرية السياحة و الموظفين بالفنادق و الموظفين بالوكالات السياحية و الإعلاميين و المرشدين السياحيين بولاية غرداية، على إعتبار أنهم أدرى من غيرهم بمتغيرات الدراسة، حيث قمنا باختيار عينة عشوائية ميسرة من هذا المجتمع قدرت ب 50 فرد.

والجدول التالي يبين عدد الاستبيانات الموزعة والمستلمة والمقبولة:

الجدول رقم : (1-II)

النسبة %	العدد	البيان
% 100	50	الاستمارات الموزعة
%0	0	الاستمارات الملغاة والمستبعدة
%100	50	الاستمارات المعتمدة

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول السابق رقم (1-II) بلغت نسبة الاستبيانات المعتمدة 50 استبيانا كما تم توزيعها ويعود الفضل لإهتمام هذه الفئة بموضوع الاستبيان حيث لم يسجل أي تخلف على مستوى إسترجاع هذه البيانات .

ثالثاً: متغيرات الدراسة

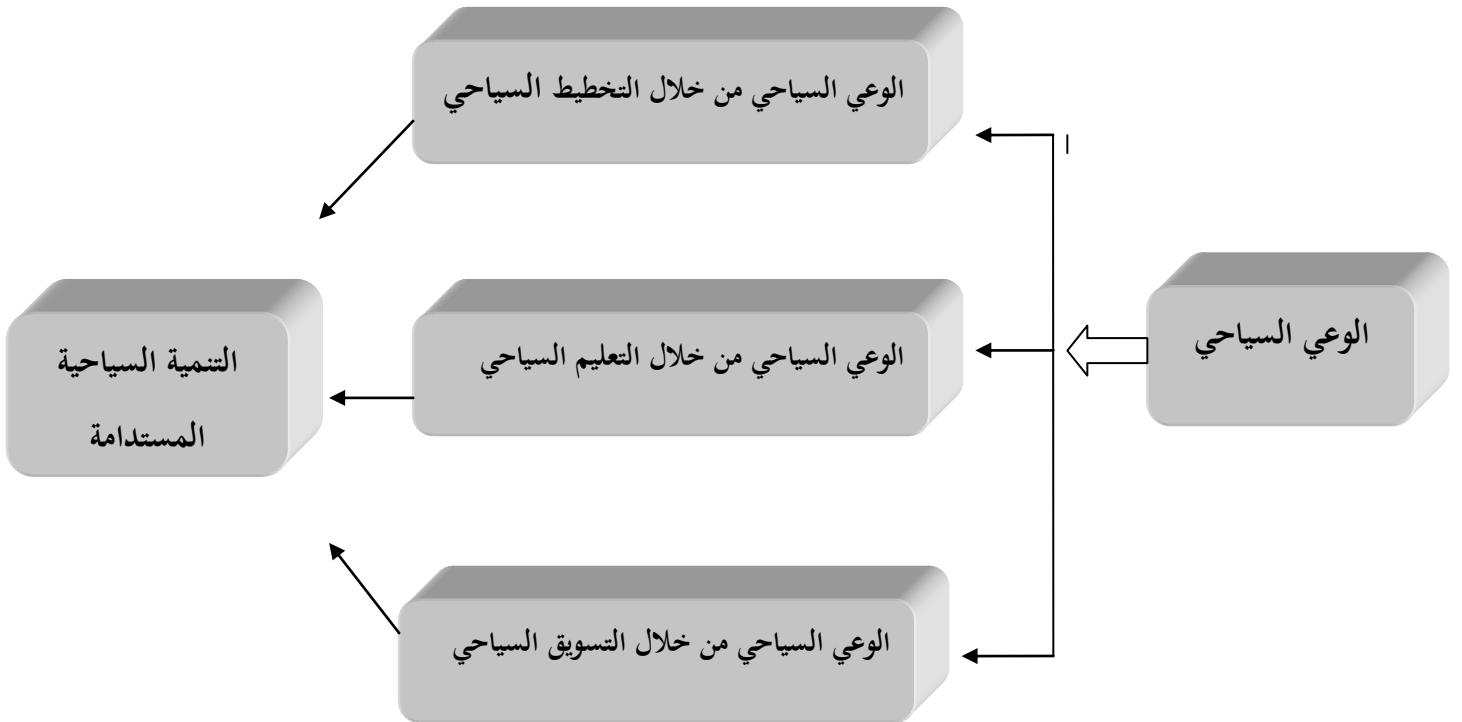
تم الاعتماد على متغيرين للدراسة وهما المتغير المستقل و المتغير التابع كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول رقم (II-2) متغيرات الدراسة

المتغيرات	اسم المتغيرات
المتغير المستقل	الوعي السياحي
المتغير التابع	التنمية السياحية المستدامة

المصدر : من اعداد الطالبة

الشكل رقم (II.1)



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على دراسات سابقة .

المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

تم الاعتماد على 3 طرق للحصول على المعلومات اللازمة وهي كالآتي :

01.الملاحظة العلمية :

تم الاعتماد على الملاحظة والتي كان لها فائدة كبيرة في فسح المجال لاستكشاف ميدان الدراسة والتعرف على الفروع والهياكل والمصالح، وذلك من خلال الزيارات والتنقل بمختلف الاماكن بميدان الدراسة والتي سمحت بالتعرف على واقع وطبيعة وظروف العمل وملاحظة سلوك وعلاقات العمال .

02.الاستبيان :

رغم ما سبق ذكره من ادوات ووسائل تم استعمالها والاعتماد عليها للحصول على مختلف المعلومات، لأجل الوقوف على الإدراك الجيد والفهم الصحيح للظاهرة المختارة من مختلف جوانبها، وأمام حدود الأدوات السابقة اتجهنا إلى الاعتماد على أداة الاستبيان لتجاوز النقائص، وذلك باعتبارها أداة واسعة الاستعمال من قبل الباحثين ، وذلك من خلال تحليل واستخلاص النتائج النهائية .

1.2 تحضير الاستبيان

سنقوم بالتعرض إلى مختلف مراحل إعداد الاستبيان والظروف التي تمت صياغته فيها، بدءاً من مرحلة اعداد الاستبيان وكيفية تصميم قائمة الأسئلة، مروراً بكيفية نشر وتوزيع الاستمارات، والطريقة المعتمدة للوصول إلى معالجة الاستمارات .

2.2 تصميم الاستبيان

في هذه المرحلة حاولنا قدر المستطاع صياغة عبارات تجيب على الأسئلة المطروحة في الدراسة، حيث تم الاعتماد على الدراسات السابقة في صياغة العبارات ولم تكن هناك إشكالية على مستوى المتغير المستقل فقد تم الاعتماد في صياغة عباراته إستئناساً بدراسة أسعد أبو الرمان أما الإشكالية التي طرحت حول

المتغير التابع حيث لم نجد مقياسا جاهزا لقياسه، حيث تم اقتراح قياسه من خلال العبارات الواردة في الجزء الثاني للإستبيان وقد تم إخضاعه للتحكيم ليصبح جاهزا في صورته النهائية ، أنظر الملحق رقم 01.

3.2 هيكل استمارة الاستبيان

تضمنت الاستبيان 03 أقسام رئيسية، من أجل الوصول إلى الإجابة الواضحة للمستجوبين .

ولقد توزعت الأسئلة على أقسام الاستبيان كمايلي :

✓ القسم الأول : يتضمن أسئلة عامة مرتبطة بمعلومات حول أفراد العينة .

✓ القسم الثاني : يتناول هذا القسم الأسئلة المرتبطة بالوعي السياحي

✓ القسم الثالث : يحتوي هذا القسم على لأسئلة خاصة بالتنمية السياحية المستدامة .

4.2 نشر وتوزيع الاستبيان

بعد أن تم إعداد الاستبيان بالشكل النهائي الموضح في الملحق رقم (1) ، جاءت مرحلة توزيعه على العينة المختارة ، وضمان الحصول على أكبر عدد من الاستمارات التي تمت الإجابة عليها، وبصفة عامة اعتمدنا على الطرق التالية في توزيع الاستمارات .

✓ الاتصال المباشر بأفراد العينة وتسليمهم استمارة الاستبيان باليد، واسترجاعها بشكل فوري؛

✓ زيارة ميادين الدراسة شخصيا؛

✓ الاستعانة ببعض الزملاء في توزيع الاستمارات ؛

بعد عملية الفرز وتنظيم الاستمارات قررنا الاعتماد على كل الاستمارات الموزعة وذلك لملئها كلها من طرف عينة الدراسة .

ثانياً: مقياس الدراسة

لقد تم الاعتماد على مقياس Likert المكون من ثلاث درجات لتحديد أهمية كل بعد من أبعاد الاستبيان وذلك كما هو موضح في الشكل التالي :

الجدول رقم (II-3) درجة أهمية بنود الاستبيان

الأهمية	موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق
الدرجة	3	2	1

المصدر : من اعداد الطالبة اعتمادا على مقياس ليكارت

كما تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الأرقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي الأهمية وذلك للاستفادة منها فيما بعد عند تحليل النتائج، وسنوضح ذلك من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (II.4) : مقياس التحليل

1	2	3	
أكثر من 2.34	من 2.33-1.67	من 1.66-1	المتوسط الحسابي
عالية	متوسطة	منخفضة	درجة الموافقة

حيث تم الاعتماد على هذا المقياس من خلال :

$$\text{طول الفئة} = \text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى} / \text{عدد المستويات}$$

عدد المستويات في هذا التحليل هي 3 مستويات : $3-1/3 = 0.66$

وبناء عليه فإنه إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي لل فقرات أكبر من 2.34 فإن مستوى التصورات يكون مرتفعا، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي محصورة بين 1.67 و 2.33، فإن مستوى التصورات يكون متوسطا، أما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي محصورة بين 1 و 1.66 فإن مستوى التصورات يكون منخفضا .

ثالثا : الأدوات الإحصائية

بهدف الوصول إلى نتائج معتمدة تحقق أهداف الدراسة وتختبر فرضياتها، قمنا بتفريغ البيانات الواردة بالاستبيانات وتصنيفها، ليسهل التعامل معها بواسطة جهاز الكمبيوتر، حيث قمنا بمعالجة البيانات بغية اختبار نموذج الدراسة وفرضيتها وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS إصدار 20 وبرنامج Excel2007 لتحليل بيانات الاستبيان والحصول على معلومات قابلة للتحليل استخدمنا الأدوات والأساليب الإحصائية التالية:

- ✓ النسب المئوية والتكرارات ؛
- ✓ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية من أجل تقدير نسبة الموافقة على فقرات ومعرفة أهميتها النسبية؛
- ✓ اختبار ألفا كرومباخ (Alpha Cronbach's) لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان .
- ✓ معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس صدق الفقرات ولقياس قوة الارتباط والعلاقة بين المتغيرات : فإذا كان المعامل قريب من (+1) فإن الارتباط قوي وموجب (طردي)، وإذا كان قريب من (-1) فإن الارتباط قوي وسالب (عكسي)، وكلما قرب من (00) يضعف الى ان ينعدم .
- ✓ تحليل التباين الأحادي : (One way – ANOVA) .
- ✓ معامل الانحدار .

المطلب الثالث : صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

1. قياس ثبات الاستبيان (الاتساق الداخلي) :

يقصد بثبات الاستبيان أن تعطي هذه الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان لأكثر من مرة تحت

نفس الظروف والشروط، ويكون ذلك من خلال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Coronbach's)

الجدول رقم (II-5) قياس ثبات الاستبيان

عدد الفقرات	معامل الثبات
28	0.696

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (5.II) يتضح أن معامل الثبات كان مقبولا بالنسبة لعدد الفقرات التي تضمنت (28)

فقرة كان بدرجة 0.696 وهي درجة مقبولة نسبيا للقيام بالتحليل .

2. صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان

ويكون ذلك من خلال معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlatio Coefficient)

جدول رقم (6. II) معامل الارتباط بيرسون

التنمية السياحية المستدامة	الوعي من خلال التسويق السياحي	الوعي السياحي من التعليم خلال السياحي	الوعي السياحي من التخطيط خلال السياحي		
,474**	,339*	,154	1	Corrélation de Pearson	الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي
,001	,016	,287		Sig. (bilatérale)	
50	50	50	50	N	
,190	,363**	1	,154	Corrélation de Pearson	الوعي السياحي من خلال التعليم السياحي
,186	,010		,287	Sig. (bilatérale)	
50	50	50	50	N	
,262	1	,363**	,339*	Corrélation de Pearson	الوعي من خلال التسويق السياحي
,066		,010	,016	Sig. (bilatérale)	
50	50	50	50	N	
1	,262	,190	,474**	Corrélation de Pearson	التنمية السياحية المستدامة
	,066	,186	,001	Sig. (bilatérale)	
50	50	50	50	N	

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

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه وجود عدة علاقات إرتباطية بين متغيرات الدراسة، منها ماهو دال احصائيا ومنها ماهو غير دال احصائيا ومنها ماهو غير دال احصائيا حيث كانت أقوى العلاقات (الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي) وبين التنمية السياحية المستدامة حيث تم تسجيل قيمة R تساوي 0.474 كاعلى قيمة ما يثبت وجود علاقة دالة إحصائيا .

كما هناك علاقات أخرى غير دالة إحصائيا .

المبحث الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة

بعد تطرقنا في المبحث الاول الى كل من أدوات ومنهجية الدراسة والأساليب الاحصائية التي قمنا بإتباعها لتحليل المعطيات المجمعة سوف نبين من خلال هذا المبحث أهم النتائج التي تحصلنا عليها وذلك بهدف الاجابة على التساؤلات التي طرحناها في بداية الدراسة .

المطلب الأول: وصف خصائص عينة الدراسة .

أولاً : الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

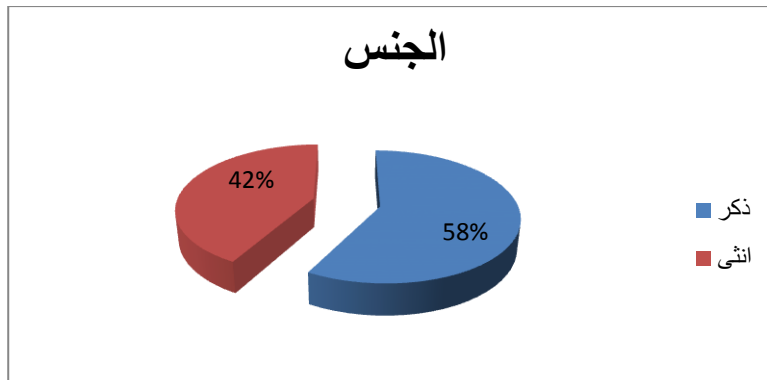
1.الجنس : ويظهر في الجدول الموالي :

جدول رقم: (7.II) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	29	58 %
أنثى	21	42 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول السابق رقم (7.II) نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث الجنس هم ذكور، أي يمثلون ما نسبته 58 % من أفراد العينة، وفي المقابل بلغت نسبة الإناث 42 % من عينة الدراسة ما يدل على أن وظائف قطاع السياحة تستقطب اهتمام الطكور أكثر من الإناث والشكل الموالي (2.II) يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس .



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

2. الفئة العمرية

جدول رقم (8.II) : توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية

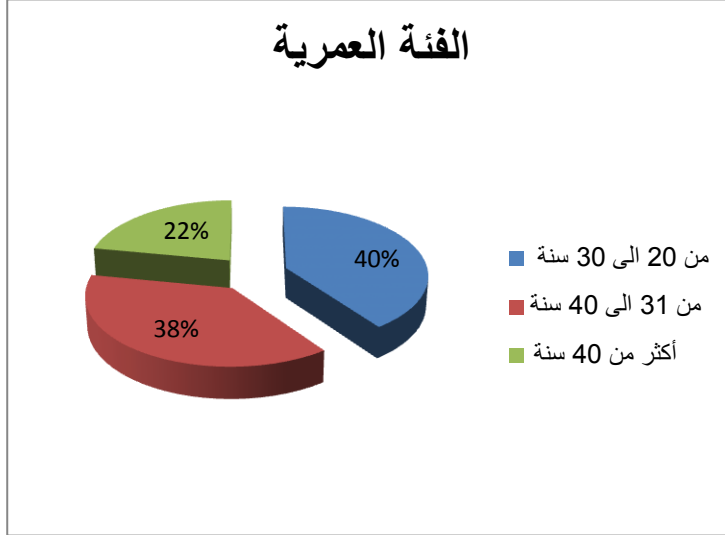
النسبة %	التكرار	الفئة
40 %	20	من 20 الى 30 سنة
38 %	19	من 31 الى 40 سنة
22 %	11	أكثر من 40 سنة
100 %	50	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث السن ينتمون للفئة العمرية 31-40 سنة في المنطقة محل الدراسة حيث بلغت نسبتهم 40 % ، وكانت ثاني فئة من حيث النسبة من 31-40 سنة حيث بلغت نسبتهم 38 % كما نلاحظ انخفاض وجود أفراد في أكثر من سن 40 سنة بنسبة 22 % وهذا ما يفسر اتجاه مؤسسات قطاع السياحة محل الدراسة نحو تشغيل الفئة الشابة .

والشكل الموالي (3.II) يوضح توزيع العينة حسب الفئة العمرية .

الشكل (3.II) : توزيع العينة حسب الفئة العمرية



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

3. المستوى التعليمي ويظهر في الجدول الموالي :

جدول رقم (9.II) : توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

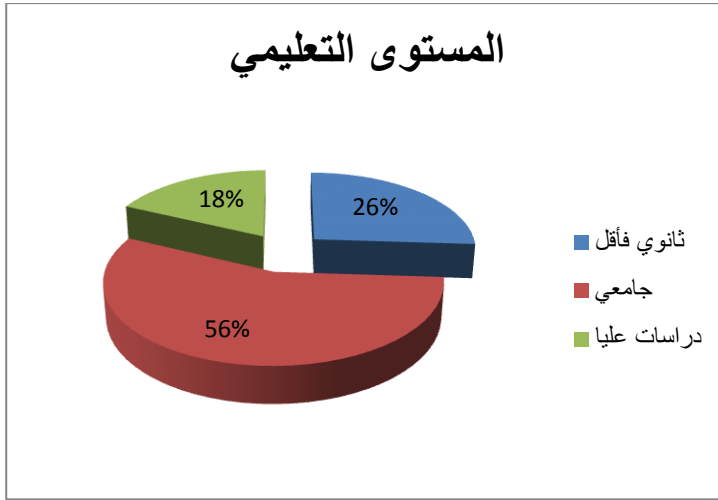
الشهادة	التكرار	النسبة %
ثانوي فأقل	13	26%
جامعي	28	56%
دراسات عليا	9	18%
المجموع	50	100%

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة جامعيون بنسبة بلغت 56 % ، كما بلغت ثاني نسبة 26 % لذوي المستو الثانوي ، في حين بلغت لأدنى نسبة 18 % لأصحاب الدراسات العليا، مما يدل على أن سياسة المؤسسات قيد الدراسة تتجه نحو استقطاب الكفاءات من ذوي الشهادات الجامعية .

والشكل الموالي (4.II) يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

الشكل رقم (4.II) يوضح توزيع مجتمع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

المسمى الوظيفي ويظهر في الجدول الموالي :

جدول رقم (10.II) توزيع العينة حسب المسمى الوظيفي

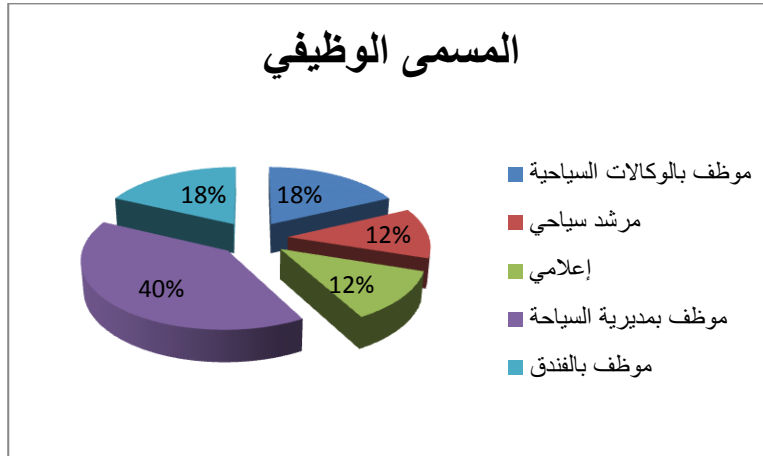
النسبة %	التكرار	المسمى الوظيفي
18%	9	موظف بالوكالات السياحية
12%	6	مرشد سياحي
12%	6	إعلامي بالإذاعة المحلية
40%	20	موظف بمديرية السياحة
18%	9	موظف بالفندق
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة 40 % من المستجوبين كانوا (موظفين بمديرية السياحة)، وأن ثاني وثالث نسبة 18 % على حد سواء كانت للفتتين (الموظفين بالوكالات السياحية، والموظفين بالفنادق) ، تليها أقل نسبة 12% لكلا الفتتين من (الإعلاميين، و المرشدين السياحيين) ، وهذه النتائج عموما لها ما يبررها حيث تم استهداف هذه الفئات تحديدا بصفقتها أكثر إدراكا وإهتماما بموضوع الدراسة .

والشكل الموالي (5.II) يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي

الشكل رقم (5.II) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب المسمى الوظيفي



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة .

1. عرض استجابات الأفراد المبحوثين حول منغيرات الدراسة في منطقة غرداية .

سنحاول في مايلي عرض وتحليل وتقييم البيانات المجمعة من عينة الدراسة وذلك لمعرفة اتجاهات الأفراد في الإجابة

على الفقرات من خلال التكرارات والنسب المئوية .

أولا : تقييم الوعي السياحي من خلال التخطيط والتعليم والتسويق السياحي

جدول رقم (11.II) تقييم الوعي السياحي

الرقم	الفقرات	الوعي السياحي		
		موافق	موافق بدرجة متوسطة	غير موافق
01	يعمل القائمون على صناعة السياحة بإشراك المجتمع المحلي في عملية التخطيط السياحي	28	19	3
		%56	%38	%6
02	يعمل قطاع السياحة على خلق اليات للتواصل بين السائح والمواطن	37	6	7
		%74	%12	%14
03	يعمل قطاع السياحة على الاستفادة من تجارب الدول في مجال نشر الوعي السياحي	33	12	5
		%66	%24	%10
04	يتم العمل على تنظيم مسابقات سياحية للتعرف على المعالم السياحية	25	16	9
		%50	%32	%18
05	يتم العمل على دراسة السلوكيات السلبية لدى المواطن في التعامل مع السائحين	20	16	14
		%40	%32	%28
06	يتم تنظيم المهرجانات والمعارض لتنشيط الحركة السياحية	38	10	2
		%76	%20	%4
07	لأسرة دور هام في غرس السلوك الحضري والثقافة السياحية	30	18	2
		%60	%36	%4

12	18	20	التكرار	08	هناك برامج تعليمية للتوعية بأهمية المنتج السياحي والمحافظة عليه
%24	%36	%40	النسبة		
5	8	37	التكرار	09	ضرورة إدراج مادة السياحة في المناهج الدراسية لتبيين أهمية الموروث السياحي
%10	%16	%74	النسبة		
5	11	34	التكرار	10	تنظيم المحاضرات و الندوات بهدف تدعيم السلوك الايجابي اتجاه السياحة
%10	%22	%68	النسبة		
13	11	26	التكرار	11	يتم تقديم برامج تسويقية بأسلوب مبتكر لإبراز المنتج السياحي للولاية
%26	%22	%52	النسبة		
9	15	26	التكرار	12	يتم تقديم برامج تدريبية للعاملين في الاعلام السياحي مما يساعد في تقديم برامج متميزة تجذب السياح
%18	%30	%52	النسبة		
5	15	30	التكرار	13	يدرك مواطنوا الولاية بأن القطاع السياحي من الانشطة الاقتصادية الهامة في تنمية الاقتصاد الوطني
%10	%30	%60	النسبة		
17	21	12	التكرار	14	تقدم وسائل الاعلام معلومات كافية لتسويق السياحة بالولاية
%34	%42	%24	النسبة		
%15.42	%28	%56.57	النسبة	المجموع	

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل ما نسبته 56.57% من أفراد العينة في منطقة غرداية يوافقون بدرجة موافق على وجود وعي سياحي في المنطقة، ويرجع موقفهم في ذلك بشكل أساسي إلى رؤيتهم بأن التخطيط و التعليم والتسويق السياحي يلعب دورا مهما في نشر الوعي و الثقافة السياحية لدى الأفراد، وأن 28 % من أفراد العينة موافقين نوعا ما، وفي المقابل نلاحظ أن ما نسبته 15.42% وهي أقل نسبة غير موافقين على وجود وعي سياحي كاف لدى الأفراد .

ثانيا : تقييم التنمية السياحية المستدامة

جدول رقم : (12.II) تقييم التنمية السياحية المستدامة

الرقم	الفقرات	التنمية السياحية المستدامة		
		موافق	موافق نوعا ما	غير موافق
01	يساهم قطاع السياحة في استقطاب مشاريع التنمية بولاية غرداية	32	16	2
		%64	%32	%4
02	يساهم قطاع السياحة في توفير فرص استثمارية لمواطني الولاية	35	13	2
		%70	%26	%4
03	قدوم السياح للولاية ينشط الحركة التجارية فيها	48	1	1
		%96	%2	%2
04	تساهم السياحة في تحسين الدخل الفردي للمواطن الغرداوي	30	14	6
		%60	%28	%12
05	تساهم السياحة في توفير دخل مجزي للعاملين في القطاعات السياحية	26	17	7
		%52	%34	%14
06	تساهم السياحة في توفير وظائف لأبناء المجتمع المحلي	28	18	4
		%56	%36	%8
07	تعمل السياحة على احترام الثقافة المحلية بالولاية	30	19	1
		%60	%38	%2

الرقم	الفقرات	التنمية السياحية المستدامة		
		موافق	موافق نوعا ما	غير موافق
08	يساهم قطاع السياحة في انشاء مؤسسات سياحية وفندقية في منطقة غرداية	39	10	1
		%78	%10	%2
09	تساعد السياحة أبناء المنطقة في اكتساب مهارات جديدة (كتعلم اللغات والتواصل مع السياح)	27	16	7
		%54	%32	%14
10	تساهم السياحة في اىصال الطرق وتوفير الخدمات الضرورية (نقل، علاج ...)	22	23	5
		%44	%46	%10
11	يساهم قطاع السياحة في خلق التنمية في المناطق المعزولة والنائية بالولاية	21	25	4
		%42	%50	%8
12	يعمل القطاع السياحي على ترشيد استخدام الموارد الطبيعية وعدم هدرها	22	23	5
		%44	%46	%10
13	هناك اهتمام لدى قطاع السياحة بمعاة القواعد البيئية	24	19	7
		%48	%38	%14
14	هناك اهتمام وتعاون كاف من قبل السلطات المحلية لتطوير المواقع السياحية بالولاية	28	12	10
		%56	%24	%20
المجموع		%58.85	%31.57	%8.85

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن ما نسبته 58.85% من أفراد العينة في منطقة غرداية يوافقون بدرجة موافق على أن الوعي السياحي يساهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وأن مانسبته 31.57% موافقين نوعا ما في كانت أقل نسبة ب 8.85% غير موافقين على أن الوعي السياحي له دور في تحقيق التنمية السياحية المستدامة .

2. تحليل المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لمحور الوعي السياحي

❖ **المتوسط الحسابي:** وهو من الطرق التي تمكن من معرفة وجهات نظر العينة الدراسية في كل فقرة من فقرات المحور وكذا الاتجاه العام الذي تتخذه تجاه المحور، وبالاعتماد على مقياس ليكارت الثلاثي تزيد درجة موافقة العينة على الفقرة كلما زاد المتوسط الحسابي لها، وتقل كلما قلت قيمته .

❖ **الانحراف المعياري :** فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التشتت وزاد التجانس لدى الأفراد حول استجاباتهم واتفاقهم على قيمة المتوسط الحسابي، والقاعدة العامة المستخدمة في تفسير قيمة الانحراف المعياري والتي تعتمد على فترات الثقة للمتوسط الحسابي .

أ.عرض وتحليل نتائج المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري للوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي:

جدول رقم (13.II): يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء التخطيط السياحي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	يعمل القائمون على صناعة السياحة بإشراك المجتمع المحلي في عملية التخطيط السياحي	2.50	0.614	4	مرتفعة
02	يعمل قطاع السياحة على خلق اليات للتواصل بين السائح والمواطن	2.60	0.728	2	مرتفعة
03	يعمل قطاع السياحة على الاستفادة من تجارب الدول في مجال نشر الوعي السياحي	2.56	0.675	3	مرتفعة
04	يتم العمل على تنظيم مسابقات سياحية للتعرف على المعالم السياحية	2.32	0.768	5	متوسطة
05	يتم العمل على دراسة السلوكيات السلبية لدى المواطن في التعامل مع السائحين	2.12	0.824	6	متوسطة
06	يتم تنظيم المهرجانات والمعارض لتنشيط الحركة السياحية	2.72	0.536	1	مرتفعة
المجموع	المتوسط الحسابي الكلي لعنصر التخطيط السياحي	2.47	0.690	مرتفعة	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (13.II) يمكن استنتاج مايلي :

يتفق مجتمع الدراسة على صحة الفقرة السادسة (يتم تنظيم المهرجانات و المعارض لتنشيط الحركة السياحية) وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.72 ما يعطيها درجة موافقة عالية، وهو ما يثبت بأنه تقام مهرجانات ومعارض ساهم في تنشيط الحركة السياحية بالمنطقة .

كما يتفق على صحة الفقرة الثانية (يعمل قطاع السياحة على خلق اليات للتواصل بين السائح والمواطن) وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.60 ما يعطيها درجة موافقة عالية، وهو ما يثبت أن القطاع السياحي يسعى لخلق وسائل للتواصل بين السياح و المواطنين .

أما بالنسبة للفقرة الخامسة (يتم العمل على دراسة السلوكيات السلبية لدى المواطن في التعامل مع السائحين) لم يستطع مجتمع الدراسة تكوين فكرة واضحة حولها إذ كان رأيه فيها متوسط في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي يساوي 2.12 ما يعطيها درجة موافقة متوسطة، وهو ما يثبت أن سلوكيات المواطن في التعامل مع السياح سلبية وغير جيدة حسب رأي عينة الدراسة .

وبشكل عام فان المتوسط الحسابي الكلي لبعء الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي يساوي 2.47 مايبين أن هناك مستوى موافقة مقبولة جدا بين أفراد عينة الدراسة على فقرات التخطيط السياحي .

ب. عرض نتائج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعء التعليم السياحي :

جدول رقم (14.II) يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعث التعليم السياحي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	للأسرة دور هام في غرس السلوك الحضري والثقافة السياحية	2.56	0.577	3	مرتفعة
02	هناك برامج تعليمية للتوعية بأهمية المنتج السياحي والمحافظة عليه	2.16	0.792	4	متوسطة
03	ضرورة إدراج مادة السياحة في المناهج الدراسية لتبيين أهمية الموروث السياحي	2.64	0.633	1	مرتفعة
04	تنظيم المحاضرات و الندوات بهدف تدعيم السلوك الايجابي اتجاه السياحة	2.58	0.673	2	مرتفعة
المجموع	المتوسط الحسابي الكلي لعنصر التعليم السياحي	2.485	0.676	مرتفعة	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (14.II) يمكن استنتاج مايلي :

يتفق مجتمع الدراسة على صحة الفقرة الثالثة (ضرورة إدراج مادة السياحة في المناهج الدراسية لتبيين أهمية الموروث

السياحي) وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.64 ما يعطيها درجة موافقة عالية، ما يثبت أهمية مادة السياحة في

المناهج الدراسية .

كما يتفق أيضا على صحة الفقرة الرابعة (تنظيم المحاضرات و الندوات بهدف تدعيم السلوك الايجابي اتجاه السياحة) بمتوسط حسابي يساوي 2.58 ما يعطيها درجة موافقة عالية، ما يثبت ضرورة تنظيم محاضرات وندوات لتدعيم السلوك الايجابي اتجاه السياحة .

وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي لبعث الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي يساوي 2.48 ما يبين أن عينة الدراسة يوافقون عليه بشكل عام وبدرجة عالية، مما يدل على أهمية التعليم في نشر الوعي السياحي لدى مواطني منطقة غرداية مع ضرورة إعداد برامج توعوية من أجل تنمية الثقافة السياحية لديهم .

ج. عرض نتائج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لبعث التسويق السياحي

جدول رقم (15.II): يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعث التسويق السياحي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	يتم تقديم برامج تسويقية بأسلوب مبتكر لإبراز المنتج السياحي للولاية	2.26	0.853	3	متوسطة
02	يتم تقديم برامج تدريبية للعاملين في الاعلام السياحي مما يساعد في تقديم برامج متميزة تجذب السياح	2.34	0.772	2	مرتفعة
03	يدرك مواطنوا الولاية بأن القطاع السياحي من الانشطة الاقتصادية الهامة في تنمية الاقتصاد الوطني	2.50	0.678	1	مرتفعة

متوسطة	4	0.763	1.90	تقدم وسائل الاعلام معلومات كافية لتسويق السياحة بالولاية	04
متوسطة		0.766	2.25	المتوسط الحسابي الكلي لعنصر التسويق السياحي	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (15.II) يمكن استنتاج مايلي :

يتفق عينة الدراسة على صحة الفقرة الثالثة (يدرك مواطنوا الولاية بأن القطاع السياحي من الانشطة الاقتصادية الهامة في تنمية الاقتصاد الوطني) وذلك بمتوسط حسابي يساوي 2.50 ما يعطيها درجة موافقة عالية، ما يدل على أن المواطنين يدركون بالأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في المنطقة .

كما يتفق على صحة الفقرة الرابعة (تقدم وسائل الاعلام معلومات كافية لتسويق السياحة بالولاية) بمتوسط حسابي يساوي 1.90 ما يعطيها درجة موافقة متوسطة في المرتبة الأخيرة، ما يؤكد أن وسائل الاعلام لا تقدم معلومات كافية لتسويق المناطق السياحية بالولاية، وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي لبعد الوعي السياحي من خلال التسويق السياحي يساوي 2.25 ما يبين أن أفراد العينة يوافقون عليه بشكل عام وبدرجة متوسطة، مما يدل على التسويق السياحي بالمنطقة غير كاف لتنشيط السياحة المحلية .

د. نتائج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لمحور التنمية السياحية المستدامة :

جدول رقم (16.II) : يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور التنمية السياحية المستدامة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	يساهم قطاع السياحة في استقطاب مشاريع التنمية بولاية غرداية	2.60	0.571	4	مرتفعة
02	يساهم قطاع السياحة في توفير فرص استثمارية لمواطني الولاية	2.66	0.557	3	مرتفعة
03	قدوم السياح للولاية ينشط الحركة التجارية فيها	2.94	0.314	1	مرتفعة
04	تساهم السياحة في تحسين الدخل الفردي للمواطن الغرداوي	2.48	0.707	6	مرتفعة
05	تساهم السياحة في توفير دخل مجزي للعاملين في القطاعات السياحية	2.38	0.725	9	مرتفعة
06	تساهم السياحة في توفير وظائف لأبناء المجتمع المحلي	2.48	0.646	7	مرتفعة
07	تعمل السياحة على احترام الثقافة المحلية بالولاية	2.58	0.538	5	مرتفعة
08	يساهم قطاع السياحة في انشاء مؤسسات سياحية وفندقية في منطقة غرداية	2.76	0.476	2	مرتفعة

09	تساعد السياحة أبناء المنطقة في اكتساب مهارات جديدة (كتعلم اللغات والتواصل مع السياح)	2.40	0.728	8	مرتفعة
10	تساهم السياحة في اوصول الطرق وتوفير الخدمات الضرورية (نقل، علاج...)	2.34	0.658	12	مرتفعة
11	يساهم قطاع السياحة في خلق التنمية في المناطق المعزولة والنائية بالولاية	2.34	0.626	14	مرتفعة
12	يعمل القطاع السياحي على ترشيد استخدام الموارد الطبيعية وعدم هدرها	2.34	0.658	13	مرتفعة
13	هناك اهتمام لدى قطاع السياحة بمعاة القواعد البيئية	2.34	0.717	11	عالية
14	هناك اهتمام وتعاون كاف من قبل السلطات المحلية لتطوير المواقع السياحية بالولاية	2.36	0.802	10	عالية
المجموع	المتوسط الحسابي الكلي : لتنمية السياحة المستدامة	2.50	0.623	عالية	

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (16.II) يمكن استنتاج مايلي :

يتفق مجتمع الدراسة على صحة الفقرة الثالثة (قدوم السياح للولاية ينشط الحركة التجارية فيها) جاءت في المرتبة

الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.94 ما يعطيها درجة موافقة عالية، ما يثبت أن للسياح دور

في تنشيط المعاملات التجارية .

كما يتفق بشكل كبير على صحة الفقرة الثامنة (يساهم قطاع السياحة في انشاء مؤسسات سياحية وفندقية في منطقة غرداية) جاءت في المرتبة الثانية من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي يساوي 2.76 ما يعطيها درجة موافقة عالية ، مما يدل على أن للسياحة دور في انشاء و تطوير المؤسسات السياحية والفندقية في منطقة غرداية .

كما يتفق لأفراد العينة على صحة الفقرة الثانية (يساهم قطاع السياحة في توفير فرص استثمارية لمواطني الولاية) جاءت في المرتبة الثالثة من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ 2.94 ما يعطيها درجة موافقة عالية، ما يدل على أن لنشاط السياحة دور في توفير فرص استثمارية لمواطني الولاية .

وبشكل عام فإن المتوسط الحسابي لمحو التنمية السياحية المستدامة يساوي 2.50 ما يبين أن أفراد العينة محل الدراسة يوافقون عليه بشكل عام و بدرجة عالية على وجود مقومات تضمن الترقية السياحية بالمنطقة .

المطلب الثالث : اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الرئيسية : يوجد أثر إيجابي ودال إحصائيا بين أبعاد الوعي السياحي (التخطيط، التعليم، التسويق) السياحي وبين تحقق التنمية السياحية المستدامة .

ومن هذه الفرضية تتفرع إلى ثلاث فرضيات كالتالي :

الفرع الأول : اختبار الفرضية الفرعية الأولى

هناك اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد التخطيط السياحي وتحقق التنمية السياحية المستدامة .

للإجابة عن الفرضية الفرعية الأولى سوف نستخدم اختبار معامل الانحدار لدراسة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع، وللإثبات وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المتغيرات .

الجدول رقم (17.II): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر المتغير المستقل (عصر التخطيط

السياحي) في المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

المتغير المستقل	B	خطأ معياري	R	Beta	R ²	T المحسوبة	مستوى الدلالة
عصر التخطيط السياحي	0.72	0.19	0.47	0.47	0.22	3.73	*0.001 دال احصائيا

*دات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) المتغير التابع: التنمية السياحية المستدامة .

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (17.II) الوعي السياحي المتمثل في بعد التخطيط السياحي يؤثر في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، حيث أظهر التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين فبلغ معامل الارتباط $R (0.47)$ ، أما معامل التحديد (التفسير) فقد بلغ (0.22) وهي نسبة ضعيفة أي أن عنصر التخطيط السياحي يفسر ما قيمته 22% من التغير الحاصل في التنمية السياحية المستدامة ، وبالتالي فإن توفر بعد التخطيط له أهمية في التأثير في هذه العلاقة، كما بلغت قيمة $B (0.72)$ وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في أي بعد من أبعاد الوعي السياحي سيؤدي إلى زيادة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة .

ونظرا لأن قيمة T المحسوبة هي لبعده التخطيط السياحي (3.73) وهذه القيمة ل T هي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، وعليه سيتم قبول الفرضية الأولى .

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الثانية

هناك اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين بعد التعليم السياحي وتحقيق التنمية السياحية المستدامة .

للإجابة عن الفرضية الفرعية الثانية سوف نستخدم اختبار معامل الانحدار لدراسة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع، وللإثبات وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين المتغيرات .

الجدول رقم (18.II): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر المتغير المستقل (عنصر التعليم

السياحي) في المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

المتغير المستقل	B	خطأ معياري	R	Beta	R ²	T	مستوى الدلالة
عنصر التخطيط السياحي	0.30	0.22	0.19	0.19	0.036	1.34	0.18

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) المتغير التابع: التنمية السياحية المستدامة .

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي أعلاه الوعي السياحي المتمثل في بعد التعليم السياحي في تحقيق التنمية

السياحية المستدامة، حيث أظهر التحليل عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين فبلغ معامل الارتباط R

(0.19)، أما معامل التحديد (التفسير) فقد بلغ (0.036) لكنه غير دال إحصائياً، وعليه رفض الفرضية .

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الثالثة .

هناك اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين بعد التسويق السياحي وتحقق التنمية

السياحية المستدامة .

للإجابة عن الفرضية الفرعية الثالثة سوف نستخدم اختبار معامل الانحدار لدراسة تأثير المتغير المستقل على المتغير

التابع، وللإثبات وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين المتغيرات .

الجدول رقم (19.II): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر المتغير المستقل (عنصر التسويق

السياحي) في المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

المتغير المستقل	B	خطأ معياري	R	Beta	R ²	T	مستوى الدلالة
عنصر التخطيط السياحي	0.46	0.24	0.26	0.26	0.068	1.87	0.06
							غير دال احصائيا

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) المتغير التابع: التنمية السياحية المستدامة

يتضح من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (19.II) الوعي السياحي المتمثل في بعد التسويق السياحي يؤثر في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، حيث أظهر التحليل عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين المتغيرين فبلغ معامل الارتباط R (0.068)، أما معامل التحديد (التفسير) فقد بلغ (0.068) لكنه غير دال احصائيا وعليه سيتم رفض الفرضية الثالثة .

الفرع الرابع : اختبار الفرضية الرئيسية

يوجد اثر ايجابي ودال احصائيا بين أبعاد الوعي السياحي (عنصر التخطيط السياحي، التعليم السياحي، التسويق السياحي) وبين تحقق التنمية السياحية المستدامة .

الجدول رقم (20.II): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار اثر المتغير المستقل (الوعي السياحي) في

المتغير التابع (التنمية السياحية المستدامة)

المتغير المستقل	B	خطأ معياري	R	Beta	R ²	T المحسوبة	مستوى الدلالة
عنصر التخطيط السياحي	0.42	0.15	0.42	0.42	0.17	3.20	*0.002
							دال احصائيا

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) المتغير التابع: التنمية السياحية المستدامة

استنادا إلى المعطيات الواردة في الجدول أعلاه (20.II) فإننا نلاحظ أن هناك أثر لمكونات الوعي السياحي كأبعاد مستقلة في المتغير التابع المتمثل في التنمية السياحية المستدامة واستنادا لقيمة T المحسوبة (3.20) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكن جاءت قيمة $R^2=0.17$ وهي نسبة ضعيفة تفسر التغير في التنمية السياحية المستدامة عن المتغير المستقل الوعي السياحي، وبناء على ما تقدم تحققت صحة الفرضية الرئيسية للبحث والتي مفادها يوجد أثر إيجابي ودال احصائيا بين الوعي السياحي و التنمية السياحية المستدامة .

الفرع الخامس : عرض وتحليل نتائج الفروق في آراء مجتمع الدراسة .

عرض وتحليل نتائج الفروق من خلال المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، القطاع الوظيفي) من خلال تصورات المبحوثين حول الوعي السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة .

الجدول رقم (21.II) نتائج الفروق في آراء مجتمع الدراسة من خلال المتغيرات الشخصية

المتغير	مصدر التباين	مج المربعات	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	نتيجة الاختبار
الجنس	بين المجموعات	24.827	0.517	4.758	2.897	غير دال احصائيا
	-داخل المجموعات	0.586	0.586			
	-التباين الكلي	25.412				
الفئة العمرية	بين المجموعات	24.343	1.043	2.252	2.527	غير دال احصائيا
	-داخل المجموعات	0.466	0.233			
	-التباين الكلي	25.412				
المستوى التعليمي	بين المجموعات	24.295	0.517	4.208	1.478	غير دال احصائيا
	-داخل المجموعات	1.118	0.558			
	-التباين الكلي	25.412				
القطاع الوظيفي	بين المجموعات	22.785	0.657	5.742	1.329	غير دال احصائيا
	-داخل المجموعات	2.628	0.506			
	-التباين الكلي	25.412				

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أنه ليس هناك فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في اجابات الأفراد تعزى لمتغيرات الشخصية والوظيفية حيث لا تختلف اجابات أفراد عينة الدراسة حول المتغيرات الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة ، ولعل هذه النتائج تدل على مصداقية واتفاق عام من قبل عينة الدراسة .

خلاصة الفصل :

حاولنا من خلال الفصل أن نسقط جانبا من الجزء النظري على الواقع العملي من خلال الدراسة الميدانية، مستعينين بذلك على ما تحصلنا عليه من معلومات من خلال تحليل ومناقشة الاستبيان الموجه لموظفي مديرية السياحة والوكالات التجارية والفنادق بولاية غرداية، حيث اتضح لنا وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الوعي السياحي والتنمية السياحية المستدامة، وقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد ذلك .

الخاتمة العامة

الخاتمة :

تعتبر السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية التي تحتاج إلى وعي من الأفراد والمؤسسات على حد سواء إذ يجب أن تكون ثقافة المؤسسات أو المجتمع السياحي أكثر إستجابة لمتطلبات قطاع السياحة، ويعني ذلك تحقيق توازن أفضل ما بين مخرجات النظام وقطاع السياحة ومتطلبات السياح وكذا وكذا أهداف المجتمع المضيف من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة ، كما أن القطاع السياحي لا يحتاج بشكل كبير لاقتناء تكنولوجيات حديثة على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى انما يعتمد على المؤهلات الطبيعية والثقافية الموجودة مسبقا وعلى الجزائر كغيرها من الدول عليها إعطاء أهمية أكثر للقطاع السياحي، لإمتلاكها إمكانات لا يستهان به، إلا أن هذه الأخيرة غير مستغلة بشكل كاف وذلك لنقص الوعي والثقافة السياحية .

كما يساهم التخطيط السياحي الجيد في تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال إعداد برامج وإستراتيجيات تسويقية وإعداد برامج للتدريب والتعليم السياحي وتحقيق توازن إقتصادي وثقافي وبيئي ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة .

ومن خلال الدراسة التي قمنا بها في الجانب النظري والدراسة التي طبقت على المؤسسات السياحية تم التحليل الإحصائي لأراء مجتمع الدراسة خلصت إلى النتائج التالية :

أولاً : النتائج المستخلصة من الجانب النظري

- ❖ الوعي السياحي يتميز بسمات وخصائص متعددة، تحتاجها بالضرورة أن التنمية السياحية المستدامة تتطلب مؤهلات معرفية وثقافية ؛
- ❖ الوعي السياحي يؤثر على التنمية السياحية من خلال بناء استراتيجيات تشمل التخطيط الجيد والتعليم الكفاء والتسويق الملائم؛
- ❖ السياحة قطاع إقتصادي هام بعد المحروقات والصناعة وله أثر فعال في تحقيق التنمية المستدامة والدفع بعجلة الإقتصاد للأمام؛
- ❖ تشرك التنمية السياحية المستدامة كل من البيئة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية؛

ثانياً : النتائج المستخلصة من الجانب التطبيقي

- ❖ درجة امتلاك وعي بأهمية التخطيط السياحي لدى موظفي القطاع السياحي محل الدراسة؛
- درجة امتلاك موظفي القطاع السياحي محل الدراسة للوعي بأهمية التخطيط السياحي جاء بدرجة متوسطة
- ❖ درجة إمتلاك وعي بأهمية التعليم السياحي لدى موظفي القطاع السياحي جاء بدرجة عالية؛
- ❖ درجة إمتلاك وعي بأهمية التسويق السياحي لدى موظفي القطاع السياحي جاء بدرجة متوسطة؛
- ❖ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الوعي السياحي (عنصر التخطيط السياحي) وتحقق مفهوم التنمية السياحية المستدامة؛
- ❖ عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين الوعي السياحي (عنصر التعليم السياحي) وتحقق مفهوم التنمية السياحية المستدامة؛

الخاتمة

❖ عدم وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين الوعي السياحي (عنصر

التسويق السياحي) وتحقق مفهوم التنمية السياحية المستدامة؛

❖ وجود أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين الوعي السياحي وتحقق مفهوم

التنمية السياحية المستدامة؛

❖ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا للمتغيرات الشخصية من خلال آراء أفراد العينة حول الوعي

السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

ثالثا : توصيات الدراسة

❖ العمل على رفع مستوى الوعي السياحي لدى الموظفين بالقطاع السياحي وإعداد تكوين سياحي ملائم

من أجل تطويرهم؛

❖ نشر الوعي السياحي لدى الافراد؛

❖ تغيير المفاهيم السلبية التي يتبناها الأفراد اتجاه السياح والسياحة؛

❖ الاهتمام بالسياسات الاشهارية لتسويق السياحي؛

❖ اقامة مهرجانات ومعارض للتنشيط السياحة؛

❖ ضرورة ادراج مادة السياحة في المناهج التعليمية؛

❖ تقديم معلومات كافية عن السياحة؛

❖ العمل على الاهتمام بالقواعد البيئية؛

رابعاً : أفاق الدراسة

تناولنا في هذا الموضوع الوعي السياحي ودوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة ونظراً لاتساع الموضوع فإنه لا يمكن الإحاطة بكل جوانبه من خلال دراسة واحدة ومنه فإن هذه الدراسة تعتبر مساهمة بسيطة من الطالبة، وخطوة أولى بالنسبة للدراسات القادمة، وقد تبين لنا من خلال فصول الدراسة أن هذا الميدان خصب للبحث العلمي ويمكن من خلاله فتح باب أمام البحوث المستقبلية ونذكر منها:

- تأثير ثقافة المنطقة على التنمية السياحية؛
- إجراء دراسة حول الثقافة السياحية لدى الأفراد ومساهماتهم في تطوير السياحة.

قائمة المراجع

أولا : المراجع باللغة العربية

1.الكتب :

1. الراوي عادل ، أبو رمان أسعد ، (السياحة في الأردن الأسس والمقومات والأسواق والجدوى) ، دار اثناء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2009.
2. الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، جامعة الدول العربية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية .
3. كافي مصطفى يوسف ، التسويق السياحي ، مدخل استراتيجي واقتصادي متكامل ، دار الرضا لنشر والتوزيع ، ط1 ، سوريا ، 2009.
4. ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران ، عمان ، الأردن ، 1997.
5. محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد الطيف طه، الجغرافيا السياحية، جامعة عين الشمس، مصر، 2008.

2.الرسائل الجامعية

1. سهير أبو العلا عبد اللطيف ، دور التربية في تنمية الوعي السياحي بأسوان ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية التربية ، جامعة اسيوط ، 1998.
2. وزاني محمد،السياحة المستدامة واقعها و تحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة حمام ربي،مذكرة لنيل شهادة الماجستير،معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد،تلمسان، 2011.

3. ملتقيات ومؤتمرات

1. حامد نور الدين، ساسي فطيمة ، السياحة الصحراوية المستدامة ، الملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة بسكرة ، يومي 12 - 11 مارس 2012 .
2. صلاح زين الدين ، دراسة للفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر ، المؤتمر العلمي الدولي الثالث ، حول القانون والسياحة المنعقد بجامعة طنطا ، يومي 26 / 27 أبريل 2016.
3. عبد السميع صبري ، تنمية الوعي السياحي ، بحث مقدم في المؤتمر الأول لكلية السياحة والفنادق ، جامعة حلوان ، 1996.

4.المجلات والمقالات

1. أسعد أبو الرمان ، ممدوح عبد أبوorman ،مجلة تنمية الرافدين ،العراق، العدد 111.
2. العلجوني عبدالله،تطور السياحة في الأردن دراسة الوعي السياحي لدى طلبة الجامعات الخاصة الأردنية دراسة حالة جامعة أريد الاهلية وجامعة جدارا،مجلة الأكاديمية الاجتماعية والإنسانية، ج/قسم العلوم الاجتماعية،الأردن، العدد 15، 2016.
3. عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية و التحديات المعاصرة، مجلة حلوان ، العدد 12 جوان ، 2005 .
4. علي رحال،عامر عيساني،إستراتيجية التنمية السياحية،دراسة مقارنة (الجزائر،مصر،تونس) مقال،منشور،جامعة باتنة، الجزائر،2016 .

ثانيا :المراجع باللغة الأجنبية

1. Fletcher , S.A, reference guidelines for ennancing the postive social cultural and environmental impacts of tourism , public attitude and awareness programme , Washington , U.S.A ,1984 .
2. Line Bergery , *Qualité globale et tourisme* , Economica , Paris , 2002.

الملاحق

الملحق رقم 01 : الاستبيان

جامعة غارداية

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية

السلام عليكم و رحمة الله تعالى و بركاته
سيدي ، سيدي الفاضل (ة) / تحية طيبة و بعد ،
في إطار تحضير مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في مسار علوم تجارية تخصص : اتصال تسويقي
بعنوان " الوعي السياحي و دوره في تحقيق التنمية السياحية المستدامة " دراسة ميدانية " ولاية غارداية "
نضع بين يديك هذا الاستبيان لذا نرجو منكم أن تفضلوا بالإجابة على اسئلة هذا الاستبيان بموضوعية وذلك بوضع علامة (X)
في الخانة المناسبة حيث أن مساهمتكم غاية في الأهمية في التوصل الى تحقيق هدف الدراسة و نحيطكم علما بأن اجابتم ستحاط
بالسرية التامة و لن تستخدم إلا اغراض البحث العلمي .
نشكر لكم مسبقا حسن تعاونكم و مساهمتكم في اثناء هذه الدراسة .

الدكتورة : شرع مريم

الطالبة: بلعور خولة

المعلومات الشخصية :

- 1) الجنس : ذكر أنثى
- 2) الفئة العمرية : أقل من 20 سنة 20 _ 30 سنة 31 _ 40 سنة أكثر من 40 سنة
- 3) المستوى التعليمي : ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا
- 4) القطاع الوظيفي : موظف بالوكالات السياحية مرشد اعلامي موظف بمديرية السياحة موظف بالفندق

- الوعي السياحي : يقصد به مستوى الثقافة السياحية لدى الأفراد .
- التنمية السياحية المستدامة : هي نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية و الجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية و استمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.

الرقم	العبارات	موافق	موافق نوعا ما	غير موافق
01	يعمل القائمون على صناعة السياحة بمشاركة المجتمع المحلي في عملية التخطيط السياحي			
02	يعمل قطاع السياحة على خلق آليات للتواصل بين السائح و المواطن			
03	يعمل قطاع السياحة على الاستفادة من تجارب الدول في مجال نشر الوعي السياحي			
04	يتم العمل على تنظيم مسابقات سياحية للتعرف على المعالم السياحية			
05	يتم العمل على دراسة السلوكيات السلبية لدى المواطن في التعامل مع السائحين			
06	يتم تنظيم المهرجانات والمعارض لتنشيط الحركة السياحية			
07	للأسرة دور هام في غرس السلوك الحضاري والثقافة السياحية			
08	هناك برامج تعليمية للتوعية بأهمية المنتج السياحي والمحافظة عليه			
09	ضرورة إدراج مادة السياحة في المناهج الدراسية لتبين أهمية المورد السياحي			

تقييم الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي

تقييم الوعي السياحي من خلال التعليم السياحي

			10	تنظيم المحاضرات و الندوات بهدف تدعيم السلوك الإيجابي تجاه السياحة
			11	يتم تقديم برامج تسويقية بأسلوب مبتكر لإبراز المنتج السياحي للولاية
			12	يتم تقديم برامج تدريبية للعاملين في الإعلام السياحي مما يساعد في تقديم برامج متميزة تجذب السياح
			13	يدرك مواطنو الولاية بأن القطاع السياحي من الأنشطة الاقتصادية الهامة في تنمية الاقتصاد الوطني
			14	تقدم وسائل الإعلام معلومات كافية لتسويق السياحة بالولاية.

تقييم الوعي من خلال
التسويق السياحي

تقييم التنمية السياحية المستدامة

			15	تساهم السياحة في استقطاب مشاريع التنمية بولاية غارداية
			16	تساهم السياحة في توفير فرص استثمارية لمواطني الولاية
			17	قدوم السياح للولاية ينشط الحركة التجارية فيها
			18	تساهم السياحة في تحسين الدخل الفردي للمواطن الغرداوي
			19	تساهم السياحة في توفير دخل مجزي للعاملين في قطاعات السياحة
			20	تساهم السياحة في توفير وظائف لأبناء المجتمع المحلي
			21	تساهم السياحة في إنشاء مؤسسات سياحية و فندقية في منطقة غارداية
			22	تساعد السياحة أبناء المنطقة في اكتساب مهارات جديدة (كتعلم اللغات والتواصل مع السياح)
			23	تساهم السياحة في اىصال الطرق و توفير الخدمات الضرورية (نقل ، علاج ..)

			تساهم السياحة في خلق التنمية في المناطق الفقيرة بالولاية	24
			تعمل السياحة على ترشيد استخدام الموارد و عدم هدرها	25
			هناك اهتمام لدى قطاع السياحة بمراعاة القواعد البيئية	26
			هناك اهتمام و تعاون كاف من قبل السلطات المحلية لتطوير المواقع السياحية بالولاية	27

الملحق رقم 03: القيم الإحصائية المستخرجة من برنامج spss

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الفرع 1 الفرع 2 الفرع 3 الفرع 4	.	Enter

a. Dependent Variable: المحور 2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,474 ^a	,225	,209	,32769

a. Predictors: (Constant), الفرع 1 الفرع 2 الفرع 3 الفرع 4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,495	1	1,495	13,925	,001 ^b
	Residual	5,154	48	,107		
	Total	6,649	49			

a. Dependent Variable: 2 المحور

b. Predictors: (Constant), فرع 1 فرع 2 فرع 3 فرع 4

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,655	,489		1,340	,186
	فرع 1 فرع 2 فرع 3 فرع 4	,726	,195	,474	3,732	,001

a. Dependent Variable: 2 المحور

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	فرع 2 المحور 2	.	Enter

a. Dependent Variable: محور 2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,190 ^a	,036	,016	,37962

a. Predictors: (Constant),

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,259	1	,259	1,797	,186 ^b
	Residual	6,917	48	,144		
	Total	7,176	49			

a. Dependent Variable: فرع 2

b. Predictors: (Constant), محور 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,730	,566		3,056	,004
	فرع 2 محور 2	,302	,225	,190	1,341	,186

a. Dependent Variable: فرع 2 محور 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	فرع3	.	Enter

a. Dependent Variable: محور2

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,262 ^a	,068	,049	,41208

a. Predictors: (Constant), فرع3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,599	1	,599	3,528	,066 ^b
	Residual	8,151	48	,170		
	Total	8,750	49			

a. Dependent Variable: محور2

b. Predictors: (Constant) فرع3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,101	,614		1,792	,079
	فرع3	,460	,245	,262	1,878	,066

a. Dependent Variable: محور2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	محور1 محور2	.	Enter

- a. Dependent Variable: محور1
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,420 ^a	,176	,159	,26059

- a. Predictors: (Constant) محور1, محور2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,698	1	,698	10,273	,002 ^b
	Residual	3,260	48	,068		
	Total	3,957	49			

- a. Dependent Variable: wa3i11
 b. Predictors: (Constant), محور2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,162	,389		2,990	,004
	محور2	,496	,155	,420	3,205	,002

- a. Dependent Variable: wa3i11

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,696	28

معامل الفاكروميخ

		Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
تقييم الوعي السياحي من خلال التخطيط السياحي	Inter-groupes	1,229	4	,307	2,550	,052
	Intra-groupes	5,421	45	,120		
	Total	6,649	49			
تقييم الوعي السياحي من خلال التعليم السياحي	Inter-groupes	,414	4	,104	,689	,603
	Intra-groupes	6,762	45	,150		
	Total	7,176	49			
تقييم الوعي من خلال التسويق السياحي	Inter-groupes	,625	4	,156	,866	,492
	Intra-groupes	8,125	45	,181		
	Total	8,750	49			
تقييم التنمية السياحية المستدامة	Inter-groupes	,360	4	,090	1,635	,182
	Intra-groupes	2,477	45	,055		
	Total	2,837	49			

Anova facture