

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية, , وعلوم التسيير, علوم تجارية

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: اتصال تسويقي

بعنوان:

دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية

"منطقة تيميمون نموذجاً"

من إعداد الطالبة: شويطر زاهية

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2017/05/15

أمام اللجنة المكونة من السادة:

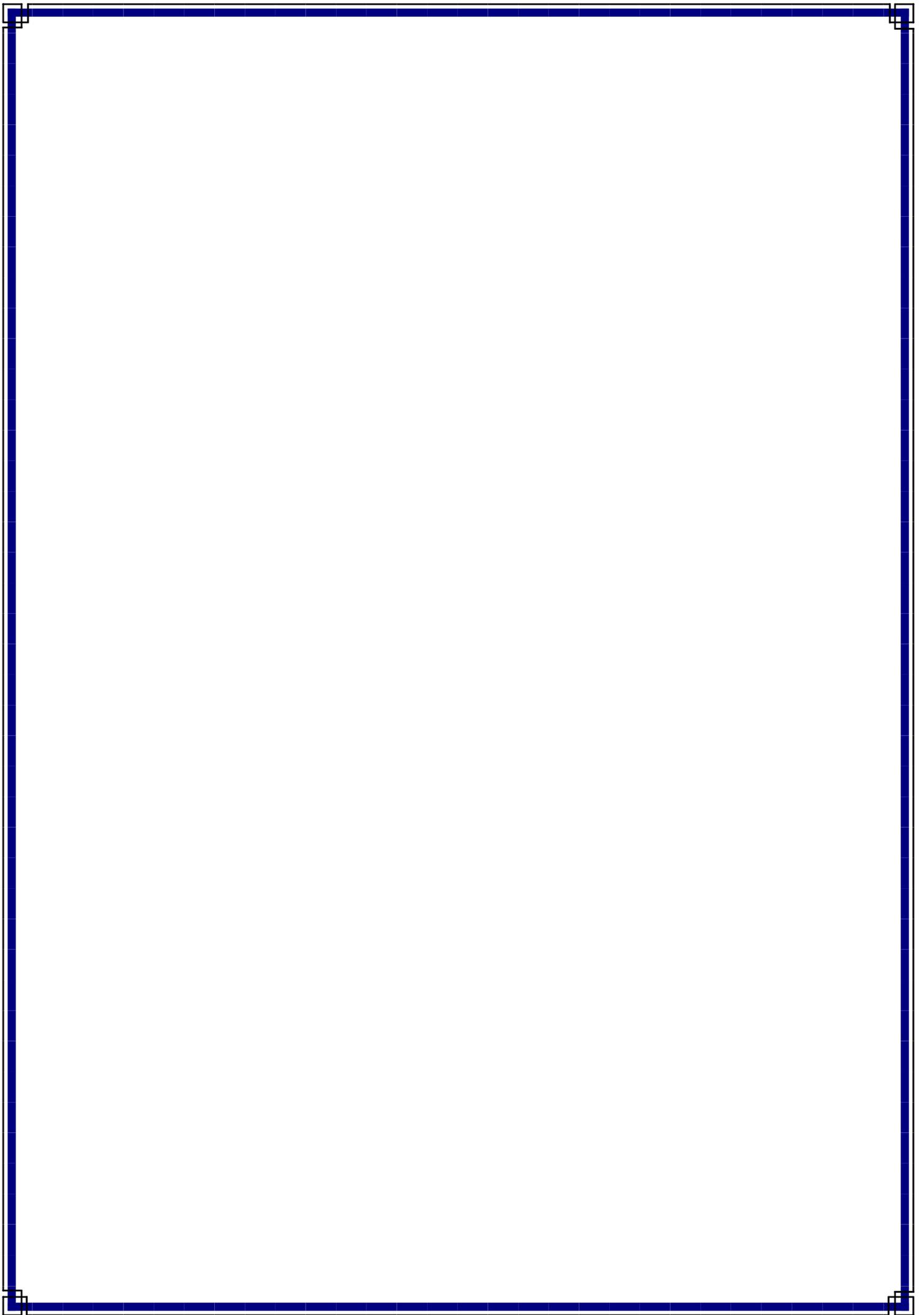
الدكتور/ دحو سليمان (أستاذ محاضر صنف ب – جامعة غرداية) رئيسا .

الدكتور/ شنيبي حسين (أستاذ محاضر صنف أ – جامعة غرداية) مشرفا.

الأستاذة / بهاز لويزة (أستاذة مساعدة صنف أ – جامعة غرداية) مناقشا.

الأستاذ/ ميسون بلخير (أستاذ مساعد صنف أ – جامعة غرداية) مناقشا.

السنة الجامعية: 2017/2016



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

إلهي لا يطيب لي الليل إلا بشكرك ولا يطيب لي النهار إلا بطاعتك ولا تطيب لي اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب لي الآخرة إلا بعفوك.. ولا تطيب لي الجنة إلا برويتك .

الله جل جلاله

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة.. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين ..

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى ملائكي في الحياة.. وإلى معني الحب والحنان والتفاني إلى بسمه الحياة وسر الوجود... إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي... يامن يرتعش قلبي بذكرها

أمي الحبيبة

إلى تاج رأسي وفخري وذكري وعموني في هذه الحياة إلى من يتعجب لندرتي وبشقي لنسعد

أبي رحمة الله عليه

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البرينة إلى رباحين حياتي

"فاطمة, سعيدة, محمد, لهاشمي, خديجة, بوبكر, قدور, أم الخير, سليمان, جميلة"

إلى إخوتي في الله... إلى من سعدت برفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت... إلى

من عرفه كيف أجدهم وعلموني أن لأضيحهم

صديقاتي.

إلى الدين جمعني بهم القدر وليكونوا الإخوة والأحبة وزملائي

دعوة الاتصال تمويقي 2017/2016

شكرو عرفان

اللهم أعود بك من قلب لا يخبث وعين لا تدمع وعلم لا ينفذ ودعاء لا يستجاب له أحمد وأشكر المولى عز وجل
على كل العزيمة والصبر الذي منحني إياهما طيلة هذا المشوار ليتكلم جهدي بهذا العمل ,

أتقدم بخالص شكري إلى الأستاذ المشرف "شنيبي حسين" الذي لم يدخر جهدا لمساعدتي في إنجاز هذا العمل
وعلى الجهود الذي بذله معي من خلال متابعته للعمل بنصائحه القيمة كما أتقدم بشكري أيضا إلى الأساتذة
بوداود بومدين, تامر بشير, عبادة عبد الرؤوف, بن سلمة أحمد, دودو مولود شرع مریم, بلاغيث نورة .

كما أشكر مديرية السياحة لولاية أدرار على دعمهم لي وعلى المعلومات المقدمة من طرفهم وأشكر كل طلبة
الماستر اتصال تسويقي دفعة 2017 وكل من وسعهم قلبي ولم تسعهم ورقتي وأختتم شكري إلى كل من ساعدني
في إنجاز هذه المذكرة من قريب أو من بعيد ولو بكلمة طيبة .

زهية.

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية, حيث تم تسليط الضوء على الاحتفالات الدينية في البلدان الإسلامية, وعلى السياحة الصحراوية في الجنوب الجزائري بمنطقة تيميمون .

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في البحوث التطبيقية لتحقيق التلازم والارتباط بين الجانب النظري والتطبيقي من خلال الاستعانة بالمنهج التحليلي وذلك باستعمال الاستبيان من أجل معالجة إشكالية الدراسة وتوصلت الدراسة إلى أن الاحتفالات الدينية ترقى في السياحة الصحراوية, حيث خلصت الدراسة إلى أن هناك تأثير إيجابي الاحتفالات الدينية المتمثلة في (اللباس التقليدي, الأغاني والإيقاعات الشعبية, إكلات المنطقة, الصناعات التقليدية) على السياحة الصحراوية كما أظهرت النتائج المستخلصة أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية بين اللباس التقليدي والسياحة الصحراوية .

الكلمات المفتاحية :

احتفالات دينية, سياحة, سائح, سياحة الصحراوية

The summary

The purpose of this expose is to study the role of the religious parties and festivals in promoting the tourism in the deserts(Sahara). So, we highlighted on the religious occasions in the Islamic countries and the tourism in the southern Algeria Timimin .

The study depended on the integrated descriptive method which is ideal for such practical researches to achieve coherence and co-relation between the theoretical and practical aspects by using the analytical method and the questionnaire to find out answers to the given problem of the study. The study concluded that the religious celebrations really take part in promoting desert tourism. Its influence is through the traditional clothes, folk songs and rhythms, the traditional and special dishes of the area, traditional industries and crafts ,as such the results showed there is relationship btwen Religious celebrations And desert Tourism.

The key words:

the religious celebrations- tourism – tourist – desert tourism

قائمة المحتويات

| الرقم | المحتوى |
|-------|---|
| I | إهداء |
| II | كلمة الشكر |
| III | الملخص |
| IV | قائمة المحتويات |
| V | قائمة الجداول |
| VI | قائمة الأشكال |
| VII | قائمة الملاحق |
| أ-د | المقدمة |
| | الفصل الأول : الجانب النظري والدراسات السابقة |
| 09 | المبحث الأول: الأدبيات النظرية |
| 28 | المبحث الثاني: الدراسات السابقة |
| | الفصل الثاني: الدراسة الميدانية |
| 37 | المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة |
| 47 | المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج |
| 85 | الخاتمة |
| 90 | المراجع |
| 95 | الملاحق |

قائمة الجداول

| رقم الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|------------|--|------------|
| 39 | الاستثمارات الموزعة والمسترجعة والملغاة في العينة | 01-II |
| 40 | متغيرات الدراسة | 02-II |
| 42 | درجة أهمية بنود الاستبيان | 03-II |
| 42 | مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي | 04-II |
| 44 | معاملات الارتباط بين محاور الدراسة | 05-II |
| 45 | معامل الفاكرونباخ لأداة الدراسة | 06-II |
| 46 | طبيعة تشتت بيانات العينة حسب Kolmogorov- Smirnov | 07-II |
| 48 | عدد الفنادق وتصنيفها | 08-II |
| 49 | عدد المخيمات الموزعة بتيميمون لعام 2016 | 09-II |
| 50 | تدفق عدد السياح بتيميمون من 2011-2016 | 10-II |
| 52 | عدد الدواوين السياحية بولاية أدرار | 11-II |
| 53 | عدد الوكالات السياحية بولاية أدرار | 12-II |
| 54 | عدد الجمعيات السياحية بتيميمون | 13-II |
| 56 | توزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 14-II |
| 57 | توزيع عينة الدراسة حسب السن | 15-II |
| 59 | توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التعليمي | 16-II |
| 60 | توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل | 17-II |
| 62 | توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة السائح | 18-II |
| 64 | تقييم السياح الاحتفال بالمولد النبوي الشريف بتيميمون | 19-II |
| 67 | تحليل فقرات السياحة الصحراوية | 20-II |
| 70 | المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاحتفالات الدينية | 21-II |
| 73 | المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للسياحة الصحراوية | 22-II |
| 76 | علاقة الارتباط بين الاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية | 23-II |
| 78 | معامل الارتباط R واختبار F (اللباس التقليدي) | 24-II |
| 79 | معامل الارتباط R واختبار F (الأغاني والإيقاعات الشعبية) | 25-II |

| | | |
|----|--|-------|
| 80 | معامل الارتباط R واختبار F (أكالات المنطقة) | 26-II |
| 82 | معامل الارتباط R واختبار F (الصناعة التقليدية) | 27-II |

قائمة الأشكال البيانية

| رقم الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|------------|--|-----------|
| 39 | الدائرة النسبية للتوزيع الاستثمارات | 01-II |
| 50 | التمثيل البياني للتطور تدفق عدد السياح بتميمون من 2011 إلى غاية 2016 | 02-II |
| 57 | الدائرة النسبية للتوزيع عينة الدراسة حسب الجنس | 03-II |
| 58 | الدائرة النسبية للتوزيع عينة الدراسة حسب السن | 04-II |
| 60 | الدائرة النسبية للتوزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي | 05-II |
| 61 | الدائرة النسبية للتوزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل | 06-II |
| 63 | الدائرة النسبية للتوزيع عينة الدراسة حسب طبيعة السائح | 07-II |

قائمة الملاحق

| الصفحة | عنوان الملحق | رقم الملاحق |
|--------|---|----------------|
| 95 | الاستبيان | الملحق II - 01 |
| 98 | قائمة الأساتذة المحكمين | الملحق II - 02 |
| 99 | مخرجات الاستبيان | الملحق II - 03 |
| 104 | الفنادق المتوحدة في منطقة تيميمون | الملحق II - 04 |
| 105 | المخيمات المتواجدة في منطقة تيميمون | الملحق II - 05 |
| 106 | تدفق عدد السياح خلال السنوات الأخيرة من 2011 إلى 2016 | الملحق II - 06 |
| 107 | الدواوين السياحية في منطقة تيميمون | الملحق II - 07 |
| 109 | الوكالات السياحية في ولاية أدرار | الملحق II - 08 |
| 111 | الجمعيات السياحية في منطقة تيميمون | الملحق II - 09 |

المقدمة

توطئة:

تعد الاحتفالات الدينية في العالم الإسلامي بالخصوص في كل سنة, حيث تمنح هذه التظاهرات تجربة مفعمة وملئية بالفرحة والسعادة فيما بينهم وأيضا الذين يحملون المعتقدات نفسها (أجانب), وباحثين مولعين بروح الاستطلاع, وما يميز هذه الاحتفالات أن لديها مكانة خاصة في مختلف المجتمعات على المستوى العالمي, حيث تعود إلى فترة زمنية بعيدة محملة بشعائر وطقوس تعيد البعث الديني بين العالم التي تضيف الخصوصية الثقافية لكل بلد, كما هو الحال في الجزائر مثلا وبالتحديد منطقة تيميمون يحتفلون بعاشوراء, العيدين, رأس السنة الهجرية, والاحتفال بالمولد النبوي الشريف... الخ, و أن هذا الأخير نجد كل مجتمع يستقبله بطريقته الخاصة ومن بينهم منطقة تيميمون من المجتمعات المحافظة على العادات والتقاليد في شتى المجالات والذي يمتاز بالاحتفال بيوم السابع من مولد النبي (ص) بتيميمون من كل سنة وله خصوصية في استقباله, وذلك من خلال تفعيل الحركة السياحية والترويجية وحتى الثقافية على الصعيد المحلي بتوفير مناصب الشغل, وعلى الصعيد الخارجي بجلب السياح من الخارج, وذلك بما تزخر به المنطقة من, مؤهلات سياحية منها ماهو طبيعي مثل أماكن الطبيعية, التاريخية, الأثرية, ومنها ماهو الثقافي مثل اللباس التقليدي, الصناعة التقليدية, العادات والتقاليد.. الخ جميع هذه الكنوز جعلت منها محطة هامة من بين المقاصد السياحية .

أولاً: الإشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق ذكره يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو التالي:

✚ ما مدى تأثير الاحتفالات الدينية على ترقية السياحة الصحراوية وما واقع ذلك بمنطقة تيميمون؟

وتدرج تحت الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

✚ هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين اللباس التقليدي والسياحة

الصحراوية؟.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين الأغاني والإيقاعات الشعبية والسياسة الصحراوية؟.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين أكالات المنطقة والسياحة الصحراوية؟.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية؟.

ثانيا: فرضيات الدراسة: للإجابة على الإشكالية المذكورة سابقا تمت صياغة الفرضية الرئيسية كالآتي:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين اللباس التقليدي والسياحة الصحراوية.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين أغني والإيقاعات الشعبية والسياحة الصحراوية. .

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين أكالات المنطقة والسياحة الصحراوية.

هل هناك علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية 5% بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية.

ثالثا: مبررات اختيار الموضوع: أهم الدوافع ومبررات التي دفعتنا لاختيار الموضوع :

1. الرغبة في دراسة هذا الموضوع لإطلاع على الأسباب التي تدفع الفرد للانتقال من مكان لأخر لحضور هذا الاحتفال والحرص على مواعيدها في الزمان والمكان.
2. محاولة إثراء المكتبة بدراسة أكاديمية تمكن الطلاب والدارسين بالاستفادة منها .
3. قلة الدراسات العلمية التي تناولت هذا الموضوع.
4. الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع كون ظاهر الاحتفال بالمولد النبوي الشريف ظاهرة مميزة في المجتمع.

رابعاً: أهداف الدراسة وأهميتها

01 الأهداف: يمكن إنجازها فيما يلي:

- ✓ محاولة إشباع رغبات الباحثين والمهتمين بالمنطقة من خلال تزويدهم بالمعلومات الكافية لموضوع الدراسة.
- ✓ معرفة الاحتفالات الدينية ودورها الفعال في تثمين المعرفة الثقافية وتشجيع على السياحة الصحراوية .
- ✓ التعرف على السياحة الصحراوية التي تتمتع بكثير من نقاط القوة التي تجعلها علامة سياحية مميزة .
- ✓ معرفة الممارسات الاحتفالية التي تقام في المولد النبوي الشريف في منطقة تيميمون .

02: أهمية الدراسة :

تجلى أهمية هذه الدراسة بالوقوف عند حقيقة الموضوع من أجل إيجاد أجوبة عن التساؤلات المطروحة وبحكم أن منطقة تيميمون, تتميز بالعادات وتقاليد خاصة بطبعتها الفاعل, وتمارس غالباً في الاحتفالات الدينية, مما جعلنا نتسارع في تثمين هذا المدخر من أجل مواكبة الزمن, والعمل على ترسيخ القيم الثقافية التي أصبحت اليوم مهددة بالضياع والتطرف بسبب العولمة .

خامسا: حدود الدراسة:

1/ الحد الزمني: خصصت الفترة من شهر سبتمبر 2016 إلى شهر فيفري 2017 لبلورة الإطار النظري

للدراسة, أما فيما يتعلق بالدراسة الميدانية فقد تم جمع البيانات والمعلومات الخاصة من خلال الفترة ما بين شهر مارس و أبريل من سنة 2017

2/ الحد المكاني: تم القيام بالدراسة في ولاية أدرار وبلدية تميمون .

3/ الحد الموضوعي: حيث تم القيام بتوضيح النظري لما جاءت به الأدبيات النظرية, حول متغيرات

الدراسة(الاحتفالات الدينية المتغير المستقل , والسياحة الصحراوية المتغير التابع).

سادسا: منهج الدراسة:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة, ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا في الدراسة

على, منهجين هما: المنهج الوصفي لتشكيل الإطار النظري لدراسة, والأسلوب التحليلي الإحصائي للبيانات

الإحصائية الأولية المجموعة عن طريق الاستبيان الموزع .

سابعا: مرجعية الدراسة :

تم جمع المعلومات والبيانات بالاطلاع على مختلف الكتب, مذكرات أو الرسائل ماجستير, الدكتوراه, مقالات

منشورة, جرائد, مجلات, بالإضافة إلى دخول إلى مواقع على شبكة الانترنت ذات الصلة بالموضوع هذا فيما

يخص الإطار النظري , أما بالنسبة للجانب التطبيقي فقد تم جمع البيانات عن طريق الاستبيان .

ثامنا: صعوبات البحث:

1. تتمثل أولى الصعوبات التي واجهتنا عند القيام بهذه الدراسة في قلة المراجع التي تناولت موضوع

الاحتفالات الدينية خصوصا.

2. محدودية الوقت لدى لم نتمكن من التعمق أكثر بموضوع في البحث.

3. صعوبة التجاوب مع بعض السياح.

تاسعا: هيكل البحث:

بغية معالجة الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين خصص الفصل الأول لدراسة الجانب النظري للبحث من خلال المبحث الأول الذي يعالج الاحتفالات الدينية في البلدان الإسلامية, وعن السياحة والسياحة الصحراوية واهم المناطق السياحية في الجنوب, تم تطرقنا في المبحث الثاني إلى الدراسات السابقة, التي عالجت موضوع البحث, وفي الفصل الثاني الدراسة التطبيقية التي قمنا بها, فتطرقنا في المبحث الأول إلى الطريقة وأدوات دراسة وفي المبحث الثاني عرض ومناقشة النتائج.

الفصل الأول

الجانب النظري و الدراسات

السابقة

تمهيد

تقام الاحتفالات الدينية بين المجتمعات مدعومة بالعديد من العادات والتقاليد والطقوس والأعراف التي أثرت بشكل كبير في النشاط السياحي, الذي أصبح معلم يجب الوقوف عليه.

وفي هذا الفصل سيتم استعراض الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة, وذلك من خلال سرد أهم الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الدراسة في المبحث الأول, أم المبحث الثاني فتم تخصيصه لنتناول بعض الدراسات السابقة لموضوع الدراسة, مع إبراز أهم أوجه اختلافها عن الدراسة الحالية.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

تعمل المنظمات على شتى أشكالها وتخصصها في نظام بيئي كبير محيط بما تستمد منه قدراتها في إكساب مدخلاتها المتوافقة, ويجب على المؤسسة الإهتمام كل الإهتمام بالعوامل البيئية والقيام بتحليلها تحليل جيد ودقيق أو على الأقل محاولة التأقلم معها.

المطلب الأول: البيئة التسويقية

1 ماهية البيئة التسويقية :

هناك عدة تعاريف عرفت بها البيئة التسويقية من طرف الباحثون والكتاب ويمكن إبراز البعض منها:

تعرف بأنها: " مجموعة من القوى والمتغيرات الخارجية التي تؤثر على كفاءة الإدارة التسويقية ويستوجب القيام بالأنشطة والفعاليات لإشباع رغبات المستهلكين " ¹

كما عرفت بأنها: " هي كافة المتغيرات التي لها علاقة بأهداف المؤسسة وتؤثر بالتالي على مستوى كفاءتها وفعاليتها " ²

وتعرف كذلك: " هي وحدات اجتماعية ذات استمرارية وديمومة , كونها تمكن الأفراد من تحقيق أهدافهم والمتمثلة في إشباع حاجاتهم ورغباتهم من السلع والخدمات " ³.

¹ محمود جاسم الصمدي, إستراتيجية التسويق, دار الحامد للنشر والتوزيع, الأردن, ط2, 2000, ص52.

² قرادة بشير, دور البيئة التسويقية وأدوات التحليل الاستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير , قسم العلوم التجارية, تخصص اتصال تسويق, جامعة غرداية , 2014-2015, ص02.

³ أحمد شاکر العسكري, التسويق مدخل استراتيجي, دار الشروق للنشر(ب- ط), 2000, ص56.

وعليه نستنتج من التعاريف السابقة أن البيئة التسويقية , هي العوامل الخارجية التي تؤثر على نشاط المؤسسة وفي الآجال الطويل .

و من أهم عوامل هذه البيئة والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة البيئة الاجتماعية, الثقافية:

2 البيئة الثقافية والاجتماعية

تتكون ثقافة المجتمع من مجموعة من الاعتقادات, والقيم, والعادات, ويمتلك الأفراد نظرة واسعة يتم من خلالها تحديد العلاقة بينهم ومع الآخرين, والمنظمات, والمجتمع, والطبيعة, والعالم.¹

كما تتكون البيئة الثقافية والاجتماعية من :

- ❖ العادات :هي مجموعة الأفعال والأعمال تنشأ عن الجماعة وتتورتها باعتبارها جزءا أصيلا من تراثها الاجتماعي وبصفة تلقائية .
- ❖ التقاليد :هي قواعد السلوك الخاصة بطبقة معينة أو طائفة أو بيئة محلية محدودة النطاق ,و تستمد قوتها من قوة الجماعة .
- ❖ اللغة:هي وسيلة التعارف والتخاطب والتفاهم وتبادل الآراء الأفكار وهي الأداة الأساسية في نقل التراث الثقافي والاجتماعي بصفة عامة.²
- ❖ الدين:هو ظاهرة مميزة لكل الشعوب السابقة والحاضرة واللاحقة.³

¹ إياد عبد الفتاح النسور,سلوك المستهلك, دار صفاء للنشر والتوزيع, الأردن,ط2, 2014,ص178.

² محمد سيد فهمي , الرعاية الاجتماعية الإسلامية, دار الوفاء للنشر والتوزيع,مصر, (ب - ط), 2006, صص224-229.

³ زيمون بودونوف, بريكو, المعجم النقدي لعلم الاجتماع, ترجمة , سليم حداد, مؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع, بيروت , لبنان,(ب-ط),2005,ص316.

المطلب الثاني الاحتفالات الدينية في البلدان الإسلامية:

تحتفل كل مجتمع من المجتمعات الإسلامية, بعدد من المناسبات خاصة الأعياد الدينية التي لها ارتباط روحي مع الإله وهي تجمع كل المجتمعات التي تشترك في دين واحد, والتي سوف نتطرق لها في هذا المطلب:

أولاً: الاحتفالات في البلدان الإسلامية

➤ الاحتفال بعاشوراء :

ويكون الاحتفال بعاشوراء في اليوم العاشر من شهر محرم أول الشهور المحرمة الجديدة , يبدأ هذا الاحتفال في البلدان "المغرب" مباشرة بعد غروب الشمس , حيث تجمع أكوام الحطب وتوضع عليه قطع من لحم القديد المخبأة من لحم عيد الأضحى, وتجتمع الأسر في هذه الليلة على موائد العشاء, لتناول وجبة خاصة بالمناسبة بالإضافة إلى اجتماع النسوة والأطفال ويبدأ الضرب على الدفوف والأداء الجماعي لعدد من الأغاني الخاصة بالمناسبة, وفي الصباح الموالي يخرج الأولاد بحلة جديدة , و يتوجه الرجال في هذه الصبيحة إلى المقابر لزيارة الموتى والتصديق على أرواحهم بالخبز والحليب والتين المجفف, وبقراءة آيات من القرآن الكريم من طرف الصغار حفظة القرآن.¹

➤ الاحتفال بالمولد النبوي الشريف :

تولي ليلة الميلااد الرسول الكريم أهمية كبيرة ذلك لان ظهوره إلى الوجود فيها جعل منها ليلة عزاء عامرة بالمعاني والوعود, فالمولد عليه السلام هو مولد لأخر الأنبياء والمرسلين المبعوثين للبشرية.²

¹ عبد الغني مندوب, الدين والمجتمع(دراسة أنثروبولوجية للتدين بالمغرب), دار إفريقيا الشرق للنشر والتوزيع,المغرب,(ب-ط),2006,ص-ص132-133.

² الربيع ميمون,مجلة الثقافة الإسلامية, العدد الثاني, وزارة الشؤون الدينية والأوقاف,الجزائر,(ب-ط),2006,ص27.

كما يتميز الاحتفال في "بلاد المغرب" يأخذ شكل الموكب الحافل في مختلف المدن على إقامة (الحضرة) وهي عبارة عن المدائح النبوية داخل الديار, وتعتبر الشموع رمز للاحتفال وتخليدا للذكرى , حيث تأخذ شكل هياكل خشبية شبيها بشكل الهودج المزخرفة بألوان زاهية وأحجام مختلفة فيحجوب جميع أنحاء المدينة , وقد اتخذ حاليا طابع الرسمية حيث يتم إشراك الشرطة في تنظيمه , إذا يسبق الحفل الموكب سيارات للشرطة لإفساح الطريق , في مقدمته فتيات يرتدين الزي العسكري تم عربات الزهور , ويتبع ذلك حفظة القران من الأطفال ويليهم كبار السن , ثم وراءهم , حاملو البخور ومرشات ماء الزهر متبوعين بحاملي الشموع المشكلة والمزخرفة ويقومون بأداء بعض الخطوات الراقصة على واقع الطبول , تم بليهم حاملي التمر والحنة في الأواني المخصصة لهم , رمزا للخير والرخاء ويتبع ذلك استعراض بعض الطوائف الدينية مثل: العيساوى وجناوة, كل ولافتاته وزيه الخاص ورقصته المميزة على أنغام الموسيقى الخاصة به

وينتهي الموكب بمشاركة الحرفيين والمبدعين في الصناعات التقليدية المغربية بعرض نماذج من منتجاتهم المختلفة.

➤ الاحتفال بليلة القدر :

الاحتفال بليلة القدر في "مصر" هو احتفال ديني ويتخذ الاحتفال طابعا رسميا بحضور رئيس الجمهورية والإمام الأكبر شيخ الأزهر الشريف ووزير الأوقاف, وكبار الشخصيات بمصر ومختلف البلدان العربية , ليتم في هذه الليلة تكريم كبار الشخصيات من مختلف البلدان الإسلامية والفائزين في المسابقات الدينية المختلفة , التي نظمت بهذا الشهر الكريم , أما الاحتفال الشعبي فيبدأ عقب صلاة العشاء بالمساجد المختلفة التي تكتظ بالمصلين لأداء صلاة الترويح وصلاة الفجر , ليرفه بعدها الدعاء التماسا ببركة هذه الليلة التي ذكرت في القرآن أنها خير من ألف شهر.¹

¹ جاد الله منال, سليات وإيجابيات الممارسات والاحتفالات الدينية, (دراسة انثربولوجية), الجلال للطباعة, الإسكندرية, مصر, (ب - ط), 2007, ص, ص, 42-31.

الاحتفال بعيد الفطر :

بعد ثبوت رؤية الهلال شرعياً يخرج الناس زكاة فطرمهم , وفي اليوم الأول من العيد يذهب الناس لأداء صلاة العيد بالمساجد بحيث أن الإمام كون في أول الصف , بعد الانتهاء من الصلاة يحثهم في خطبته على اتقاء الله وشكره وتطبيق تعاليمه , واعداء إياهم بالخير في الدنيا وتوبة الله في الآخرة تم يقع التغافر والتزاور بين الأقارب , فإذا زار أحد دار من دور أقرائه تقدم له الحلويات ويرتدي الأهالي في هذا اليوم أجمل ما لديهم من ألبسة مما جعل منظرهم في منتهى الروعة .¹

الاحتفال بعيد الأضحى :

يسمى هذا العيد في بلاد لمغرب "بالعيد الكبير" ويكون في هذا اليوم العاشر من ذي الحجة آخر شهور السنة المحجرية الأكثر قداسة , حيث يتم فيه الحج إلى بيت الله الحرام , ويقام فيه يوم النحر الذي يعتبر سنة مؤكدة يؤديها المسلمون في جميع أنحاء المعمورة , ويستحضر هذا الطقس عند المسلمين قصة إبراهيم الخليل , الذي قبل أن يضحى بابنه إسماعيل من أجل الله , الذي افتداه بكبش عظيم , وترمز هذه القصة القرآنية إلى ضمان استمرارية الأمة , فالنبي إبراهيم الخليل هو الجد الأول الذي أنقذ الجماعة بأضحى ولدالك يحرص معظم الآباء وأرباب الأسر المسلمين على أداء هذه الشعيرة الدينية كل سنة .²

¹ لعجال نجاة , الطقوس الاحتفالية في المجتمع الجزائري خلال العهد العثماني 1830/1518 , دراسة في الاحتفالات الشعبية والدينية , شهادة الماجستير , قسم العلوم الإنسانية تخصص التاريخ , جامعة الوادي , 2014 , ص. 71-72 .

² عبد الغني مندوب , مرجع سابق ذكره , ص. 143-144 .

ثانيا: طقوس الاحتفال بالمولد النبوي في الجزائر وأهميته

1 أهمية الاحتفال بالمولد النبوي في الجزائر

إن الاحتفال بذكرى المولد الرسول الكريم يندرج ضمن قوله تعالى "وذكرهم بأيام الله" سورة إبراهيم الآية 5. ومن أيام الله نزول القرآن, ويوم مولد النبي هذه الأمة, فنحن عندما تقوى صلتنا برسول الله نتذكر شيئا من أخلاقه وسيرته صلى الله عليه وسلم, وكل المعاني التي علمنا إياها, هي المعاني التي نحتفل بها وندعو إليها ونذكر بها¹

يحظى الاحتفال بالمولد النبوي في الجزائر اهتماما كبيرا, فهو بمثابة مناسبة للتعبير والإعراب عن مدى حب الرسول ودينه الحنيف, كما انه مناسبة تمكننا من مراجعة أنفسنا والنظر في موقفنا من الرسول الكريم الذي يصفه الله في كتابه العزيز بكونه مصدقا لما بين يديه من الوحي ومهيمننا عليه, فما وصلت إليه البشرية في جميع المجالات كانت بدايته من بعثة لرسولنا الكريم عليه أركى الصلاة والتسليم.²

2 طقوس الاحتفال بالمولد النبوي الشريف في الجزائر :

الاحتفال بالمولد النبوي في الجزائر يرجع إلى العهود قديمة, كما أن طريقة إحيائه تختلف من منطقة إلى أخرى فقد كان الاحتفال في مدينة الجزائر احتفالا كبيرا يتلى فيه صحيح البخاري طوال الليل وتضاء الشموع الضخمة, ويطوف القراء وغيرهم الشوارع وهم حاملون للمصايح, هذا عن الرجال, أما بالنسبة إلى النساء فلهن طريقتهن الخاصة في ذلك حيث يقمن بإعداد أطعمة خاصة بالمناسبة وتعزف الموسيقى ويكثر الإنشاد والمديح الديني والموشحات, فكلما دخل شهر ربيع الأول, شرع الأدباء وشعراء الجزائر في نظم القصائد والموشحات

¹ أبو عبد الله غلام الله, حول الاحتفال بمولد النبي, مجلة رسالة المسجد, وزارة الشؤون الدينية والأوقاف, الجزائر, العدد الثالث, ربيع الأول 1429هـ/2008م, ص82.
² الربيع ميمون, مرجع سبق ذكره, 34.

النبوية وتلحينها وقراءتها بالأصوات المطربة في المجمع التي يحضرها العلماء والرؤساء في الزوايا والمزارات وكان الناس يلبسون لذلك أجمل ثيابهم ويتطيّبون تقديرا للمولد النبوي الشريف.¹

ويختلف الاحتفال بالمولد النبوي من منطقة إلى أخرى لذلك تتعرض, إلى إبراز مظاهر الاحتفال في بعض المناطق من الجزائر فيما يلي.

➤ الاحتفال بالمولد النبوي في مدينة قسنطينة :

الاحتفال بالمولد في مدينة قسنطينة سابقا كان العرس الديني يبدأ تاريخ 11 ربيع الأول إلى غاية 17 من الشهر ويدوم إلى غاية أسبوع , كانت الزوايا قلعة للذكر ومدح والتلاوة والتنافس على الصدقة والإطعام , حيث كانت تملأ القصاص بالشخشوخة أو التليتلي بالإضافة إلى أنواع الحلوى التي تصنع من الدقيق والعسل, التي توضع عند مدخل المساجد ويتم تنظيف المسجد وتعطيره بالبخور وإشعال الشموع في كل زاوية, كما يطهر الطابع التقليدي للاحتفال في منازل التقليدية التي تجتمع الجيران حيث يتم تبادل المساعدة مع الجيران والأهل لصناعة المأكولات التقليدية, والاحتفاظ بجزء منها لوليمة العشاء التي تجتمع كل العائلة, فيها, يوزع القسط الأكبر على الفقراء والمساكين تأتي السهرة لتكون فيها "الحنة" سيدتها وسط الشموع الملونة مع المدائح الشعبية التي تردها النسوة.²

➤ الاحتفال بالمولد النبوي في مدينة تيندوف :

يطبع الاحتفال بالمولد النبوي لدى سكان تيندوف مظاهر متعددة , حيث تقوم العائلات بتحضير " الحناء" وتزين الأيدي والأرجل اعتقادا منها بالفال وبشرى الخير التي تأتي مع المولد, وتشمل العملية الكبار والصغار ومن

¹ أبو قاسم سعد الله , تاريخ الجزائر الثقافي, مجلد1, دار الغرب الإسلامي للنشر والتوزيع, بيروت, لبنان, ط2, 2005, ص247.
² وردة نوري, جريدة الفجر الجزائرية, 2010/02/25, الموافق ل11 ربيع الأول 1423هـ, ص10.

جهة أخرى تقوم العائلات بإعداد الكسكسي والمردود وهي أكلة شعبية ترتبط بالمولد النبوي الشريف التي يتم توزيعها على المساجد، وإطعام عابري السبيل وهي بمثابة صدقة، كما تشهد الساحات العمومية حفلات دينية تنظمها الفرق الإنشادية، كما تقوم النساء بالغناء الشعبي التقليدي على مستوى الأسرة ودق الطبول، وفيها تكتفي أسر أخرى بالمدائح الدينية وتملي المساجد بالرجال لتلاوة القرآن حتى الفجر، وتتواصل الأنشطة الدينية طوال الشهر، بينما يخرج الأطفال عبر الشوارع بلباسهم الأبيض كالملائكة وأيديهم مخصبة بالحناء يرددون عبارات "أعطيني عرفة" وتعني صدقة سوءا، من الحلوى أو النقود وغالبا ما تمتلئ جيوب الكبار بالحلوى استعدادا لطلبات الأطفال.¹

➤ الاحتفال بالمولد في مدينة وادي سوف:

الاحتفال بالمولد بوادي سوف يشهد حركة كبيرة يصنعها الصبية فرحا وابتهاجا، كما تسمى العائلات التي ترزق بصغير أيام المولد النبوي "المولدي" أو "الميلود" أو "مولود تبركا بهذا اليوم"، ويحتل الجانب الديني حيزا كبيرا حيث تبدأ غالبية المساجد خاصة التابعة للطريقة التجانية في ترديد قصائد البردة الهمزية للشيخ البصيري، في بداية من شهر ربيع الأول إلى غاية ليلة المولد كما تكثر خلال هذه المناسبة حفلات الختان الأطفال، حيث تقوم عائلة المختن بالإعلان والإشهار للختان أو ما يسمى محليا "بالراية" وهي عبارة عن قصبه من الخيزران تعلق عليه خيوط من الصوف الملونة بالأخضر، الأحمر، الأبيض وتصبغ هذه الخيوط بالحناء تم ترفع فوق مسكن الطفل المراد ختانه وتحضر العائلة السوفية في حفلة "الرقاق" إضافة إلى الحلوى تم توزيعها على المدعوين ويلبس الطفل في مثل هذه المناسبة لباسا خاصا بالختان كما تحصب يده ورجلاه بالحناء.²

¹ علي سام الفقير، جريدة الفجر الجزائرية، 2010/02/25، الموافق ل 11 ربيع الأول 1423هـ، ص11.

² عادل عازب الشيخ، جريدة الفجر الجزائرية، 2010/02/25، الموافق ل 11 ربيع الأول 1423هـ، ص11.

➤ الاحتفال بالمولد النبوي في غرداية :

يجي سكان ولاية غرداية على غرار العالم الإسلامي هذه المناسبة الدينية بالذكر والمدائح ودراسة السيرة النبوية في المساجد وتبادل الزيارات العائلية خاصة في الليل للسهرة أمام موائد الشاي والحلويات , وفي قصر بن يزقن والعطف لا يزال يحتفل بعادة تدعى "انغال ن انارن" حيث يوقد الأطفال الأضواء بالزيت وتجميعها في المسجد العتيق لملا أسرجتها للإضاءة لقضاء ليلة المولد النبوي للمدح والذكر والدعاء.¹

وفي بلدية متليلي تمتلاء المساجد عن آخرها لقراءة المدائح, ولأذكار إلى غاية ساعة متأخرة من الليلة كما يقام بتوزيع الجوائز على الفائزين في المسابقات المقامة بالمناسبة وتتواصل القراءة إلى غاية منتصف النهار كما تقوم العائلات بحفل ختان الأطفال بحيث يقام عرس مصغر للطفل المحتن.²

ويبقى البلد مسرحا للنبات صغار يحملن الأضواء في شكل حلقات رمز نور رسول الله عليه الصلاة والسلام فالبلد كله بمحجة وسرور إلى غاية أذان الصبح.³

الاحتفال بالمولد النبوي الشريف في منطقة أدرار:

يقام الاحتفال بالمولد النبوي بأدرار, عند بيان هلال شهر ربيع الأول, حيث تعم الفرحة والسرور على السكان كبارا وصغارا في هذا الشهر, حيث تبدأ التحضيرات, بتنظيف المنازل والشوارع , وتجمع النسوة لقتل الكسكسي والمردود وصنع البخور والحناء والتوابل للطهي والتحضير كل ما يلزم ومن جهة أخرى تبدأ المدائح والأذكار ودروس السيرة النبوية وتلاوة القرآن, أما عن الاحتفال منطقة تميمون يشرع الجميع بالذكر والغفران ويسهرون حتى طلوع الفجر في المساجد وتلاوة المدائح والقصائد الدينية, وزيارة الأقارب والأحباب, كما تتواصل

¹ حاج محمد ياسين, دور التسويق السياحي في إنعاش السياحة, شهادة الماستر, غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, قسم العلوم التجارية, تخصص اتصال تسويقي, جامعة غرداية, 2015-2016, ص28.

² ش, نصر الدين, جريدة الشروق الجزائرية 25/02/2010, العدد 2859, الموافق ل 11 ربيع الأول 1423 هـ, ص09.

³ بالحاج بن عدون قشار, عوائد ميزاب سنن لا تقاليد, ط2, 2007, صص, 97-98.

إلى غاية اليوم السابع من المولد حيث تأتي العائلات والزوار من كل أنحاء الوطن داخله وخارجه للالتقاء بزاوية سيدي بلقاسم (الحفرة) المكان المعتاد للالتقاء فيه وإحياء الاحتفال بأسبوع المولد النبوي الشريف حيث تقام السلكة كبيرة بقراءة القرآن وتبدأ الاحتفالات برقصات البارود، القرقابو ويبقى الاحتفال مستمر في الحفرة إلى غاية الانتهاء.¹

المطلب الثالث السياحة والسياحة الصحراوية

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية لأن الإنسان منذ زمن بعيد وهو في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثاً عن الأمن والاستقرار للحصول على العلم والمعرفة .

تعريف السياحة

تعرف بأنها "السياحة هي مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال والدول والمجتمعات المضيفة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين".²

تعرف كذلك: " هو تنقل الشخص خارج بلد إقامة تنقل لأكثر من 24 ساعة ولكن أقل من 4 أشهر بهدف الاستجمام والراحة أو بهدف مهني أو بهدف طبي".³

¹مداب وسيلة، الممارسات الاحتفالية للبدو المتمدنين بالمولد النبوي الشريف في المجال الحضري، شهادة الماستر، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قاصدي مرباح، وقلة، 2014/2015، ص43.

²حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2006، ص23.

³Sbihi, Samia, Acheraiou, Ouafia, "Essai, De, L'impact, Socio Economique, De, L'activite, Touristique, Sur, La, Commune, D'azeffoun, Universite, Mouloud,Mammeri, De Tizi Ouzou,2013, p05.

تعرف أيضا: " على أنها مجموعة من النشاطات إنتاج واستهلاك تستلزم, تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل حيث يكون السبب هو التسلية التداوي, اجتماعات زيارة المقدسات الدينية, تجمعات رياضية... الخ".¹

ومن خلال التعارف السابقة نستخلص على أن السياحة "هو تنقل الأشخاص من مناطق إقامتهم الأصلية إلى مناطق أخرى بهدف التنزه, العلاج, الترفيه.. الخ.

ثانيا: التسويق السياحي:

يعرف بأنه "هو التسويق السياحي هو ذلك النشاط الإداري والفني تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة أو خارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف الحركة السياحية القادمة وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات السياحية".²

ويعرف أيضا "هو دراسة الحاجات والرغبات والإمكانيات والأذواق المتصلة بالمستهلكين أو المستخدمين في الأسواق المستهدفة للسلع والخدمات الخدمية محليا وخارجيا".³

ويعرف كذلك "هو التنفيذ المنظم والمنسق للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية والحكومية والخاصة على المستوى المحلي, والوطني, الإقليمي, أو الدولي لتحقيق الإشباع لدى الأسواق المستهدفة والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة نمو سياحي, دخل سياحي".⁴

¹Lozato , Gegrphi ,Du , Tourisme,Massim,paris,1990 ,p13.

²صبري عبد السميع, التسويق السياحي والفندقي, أسس علمية وتجارب عربية للتنمية الإدارية, مصر, (ب- ط), 2006, ص32.

³محمد عبيدات, التسويق السياحي, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن, ط3, 2008, ص16.

⁴خالد مقابلة, التسويق السياحي الحديث, دار وائل للنشر والتوزيع, ط1, 2001, ص12.

وعليه من التعارف السابقة نستنتج أن التسويق السياحي هو تحديد حاجات, ورغبات, السائحين والتأثير فيها محليا ودوليا قصد الوصول إلى أقصى درجات الإشباع إلى هذه الرغبات.

ثالثا: المزيج التسويقي السياحي:

1 المنتج السياحي:

" هو منتج مركب حيث انه مزيج من مجموعة عناصر متعددة وهي تتكامل مع بعضها البعض كما تؤثر في القطاعات الأخرى من المجتمع وتتأثر بها.¹

كما أن منتج السياحي يتكون من المقومات السياحة الأثرية والحديثة التي صنعها الإنسان وأيضا التسهيلات والخدمات المختلف منها الفنادق والقرى السياحية, والمخيمات... الخ.²

2 التسعير السياحي :

يعتبر أحد الأنشطة الهامة في العمل السياحي وعنصر هام من عناصر المزيج التسويقي السياحي لماله , من تأثير على الحركة السياحية حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج السياحي وما تضمنه من خدمات متاحة , لذلك فإن سلوك وقرار السائح يرتبط دائما بالتسعير هذه الخدمات.³

¹ وفاء زكي إبراهيم, دور السياحة في التنمية الاجتماعية, مكتب الجامعي الحديث, الأردن (ب-ط), 2006, ص.77.

² محمد الصيرفي, مهارات التخطيط السياحي, مكتب الجامعي, عمان, (ب-ط), 2008-2009, ص.32.

³ إسماعيل إبراهيم الحديدي إدارة التسويق السياحي دار الإعصار للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 2010, 95.

3 التوزيع السياحي

يحقق للمستهلك المنفعة الزمنية والمكانية, واهم المساهمين وكالات السفر, وكالات السياحة, نوادي, والجمعيات هدف التوزيع السياحي لإقامة جسر بين المنتج السياحي والمستهلك بواسطة يصبح المنتج متاحا في الأسواق فهو السفر.¹

4 الترويج السياحي:

وهو مجموعة متكاملة من الأنشطة التي تبدل من أجل التعريف بالمنتج السياحي وإقناع السائحين المحتملين وترغيبهم في شرائه ذلك عن طريق لإعلان, والدعاية, الصحف, التلفزيون, وغيرها من الوسائل المتاحة بالإضافة إلى جهود العلاقات العامة لبناء صورة ذهنية جيدة وانطباع طيب من خلال البيانات والمعلومات الصادقة والواضحة.²

5 العنصر البشري:

هو المحور الأساسي الذي يدور حوله النشاط السياحي في كل مرحلة مختلفة (التخطيطية, التسويقية, الإدارية) فالعنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية كالفنادق والشركات السياحية.³ مما يتطلب من القائمين على النشاط السياحي أن يركزوا جهودهم على الاهتمام بهذا العنصر الإنتاجي الهام والإشراف عليه وتنميته وتدريبه بصفة دائمة ومستمرة.⁴

¹ حاج محمد ياسين, مرجع سبق ذكره, ص 10.

² محمد الصيرفي, مرجع سبق ذكره, ص 33.

³ بحفيد حليلة, دور الترويج السياحي في تحسين حركة السياح, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, قسم العلوم التجارية, تخصص تسويق, جامعة عمار تليجي, الأغواط, 2013-2014, ص 17.

⁴ إبراهيم إسماعيل الحديدي, مرجع سابق ذكره, ص 93.

6 السوق السياحي:

يمثل الدولة المصدر للسياحة, وتعتبر أحد منافذ التوزيع, فإن إدارة التسويق وجب عليها دراسة السوق لمعرفة حجمه وقدرته على تنمية الطلب السياحي وموقعه الجغرافي وحاجات ورغبات, سكانه وكل النواحي الديمغرافية لهم من أجل وضع خطط تسويقية وبرامج سياحية تلائم كل الشرائح السائحين.¹

7 بحوث التسويق

تدخل بحوث التسويق وكعنصر مشترك مع باقي العناصر الأخرى المكونة للمزيج التسويقي السياحي فاكتشاف طبيعة الأسواق السياحية وإمكانياتها يحتاج إلى بحوث السوق التي تفرع إلى بحوث دوافع وبحوث المستهلكين التي تتناول السائح من وجهة النظر الشخصية والاجتماعية, كالعمر, الجنس, الثقافة, الميول الاجتماعي, المؤثرات.²

رابعا: السياحة الصحراوية:

تعرف بأنها: " ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث, والغاية منها الحصول على الاستجمام وتغيير البيئة التي يعيش فيها الإنسان واكتساب الوعي الثقافي, وتذوق جمال المشاهدة الطبيعية ولاستمتاع بجمالها.³

تعرف أيضا: " على أنها حركة موسمية قصيرة المدى إلى المناطق السياحية بعيدا عن محل الإقامة والعمل الدائمين"⁴

¹ حاج احمد ياسين, مرجع سابق ذكره, ص11.

² إبراهيم إسماعيل الحديد, مرجع سابق ذكره, ص94.

³ زيرف خديجة, محصر فاطمة الزهراء, معوقات السياحة في ولاية الأغواط, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, غير منشورة, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, فسك علم الاجتماع والديمغرافيا, تخصص علم الاجتماع الحضري, جامعة عمار تليجي, الأغواط, 2015-2016, ص62.

⁴Allan, Beaver, A, Dictionary, Of, Travel, And, Tourism, Terminology, (London, CABI, Publishing, 2005, P 312.

تعرف كدالك: " هي إقامة سياحية في محيط صحراوي, وتقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية, مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.¹

ومن خلال التعاريف نستنتج أن السياحة الصحراوية هي خروج الشخص من مكان إقامته إلى مكان آخر من اجل التنزه واكتشاف الأماكن التاريخية والطبيعية المتواجدة في المناطق الصحراوية .

خامسا: معالم السياحة الصحراوية:

يمكن حصر معالم السياحة الصحراوية فيما يلي :

أ الواحات: تمثل احد المقومات الطبيعية التي تزخر بها الصحراء التي تشكل مغريات بالنسبة إلى السائحين مثل واحات تاغيث في الجزائر وهي أروع واحة في العرق الغربي الكبير .

ب الصحراء: تجذب كتيان الرملية السائحين وتبرهم بامتدادها الشاسع, وكانت الصحراء, ومازالت محل شغف العديد من السائحين.

ج القصور: تزخر الصحراء الجزائرية بالهندسة المعمارية الأخاذة التي تترجمها تلك القصور المترامية في مختلف المناطق الصحراوية لتبقى شاهدة على حضارات مرت من هنا مثل قصور ورقلة و تيندوف في الجزائر .

د الآثار: تزخر المناطق الصحراوية بالمعالم الأثرية المتنوعة, من القصور ذات الشكل المعماري المتميز وصولا إلى المعالم التاريخية, والآثار الرومانية المنتشر عبر مختلف الأماكن وهذه الآثار متمثلة بالنقوش واللوحات الصخرية التي تعكس عمق الصحراء والمصنفة ضمن التراث العالمي.²

¹ القانون 03-01, المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة , الجريدة الرسمية, العدد11, المؤرخ في, 19/02/2003,ص05.

² ززار العياشي, مداحي محمد, السياحة في الجزائر كوجهة مستدامة, الواقع والأفاق, مجلة المستقبل العربي, منشورة, العدد433, مارس2015,ص53.

سادسا: عوامل جذب السياحة الصحراوية:

تمثل المناطق الجذب السياحي جوهرة الخبرة السياحية وراحة ذهنية مستقاة من تجربة السائح مع المناطق ومناطق الجذب السياحي هي العامل الذي يحقق التوازن بين العرض والطلب, حيث تحدد عوامل الجذب السياحي أسباب اختيار السياح لمنطقة مادون غيرها, وقد يكون الاختيار مبنيا على عوامل جذب متعلقة بموقع معين.¹

سابعا: أهم المواقع السياحية الصحراوية في الجزائر :

تتكون الجزائر من 48 ولاية منها 14 ولاية صحراوية تحتل 75 بالمائة من مساحة البلد تقريبا ومن أهم الولايات (تمنراست , تيندوف , ورقلة , غرداية , أدرار, البيض , بشار , اليزي , الاغواط , الوادي, بسكرة , النعامة) وتحتي هذه الولايات الصحراوية كنوز صحراوية تتمثل في التنوع الهائل من أشكال السياحة الصحراوية ويمكن الإشارة إلى أبرزها على النحو التالي :

✓ تمرناست :

عاصمة الهقار أو "الاهقار ,وتعتبر قبلة للسياح في موطن الرجل الأزرق ,الطوارق والبوابة الصحراوية لانطلاق الجزائريين إلى الصحراء الكبرى ودول الساحل الإفريقي , وتقع في المدينة في قلب المرتفعات المكونة من جبال صخرية تحيط بها ما يشبه هضاب علوها 2000م² والاهقار عبارة عن سلسلة جبلية يصل ارتفاعها إلى 3 آلاف متر وتدعى "الاتاكور "أي الرأس باللهجة الترقية التي يتحدث بها الطوارق "السكان الأصليون للمنطقة " .

¹نعيم الطاهر سراب, مبادئ السياحة, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 2001, ص140.

✓ تيندوف :

تقع في الجنوب الغربي للجزائر وهي منطقة رعوية تتكون من مقطعين "تين" وتعني المكان "دوف" وتعني الطواف (تينطوف) أي مكان الطوف الذي يزوره الناس لأهمية التجارية والدينية فيها نباتات الطلح والعلك بكثرة ومن أشهر قبائلها تجانت والرقيبات .

✓ غرداية (تغردايت):

تأسست على يد المزابين قبل ألف سنة بعد سقوط حكم الرستميين وتتكون من مجموعة من قصور (المنيعة , بني النرجس, بنورة, العطف, ملكية, بريان, العليا) وتعتبر بوابة شمال الصحارى الكبرى وتشتهر بالصناعات التقليدية كالأنسجة والنقش على النحاس, والخشب, وصناعة الجلود, والفخار, وتعتبر غرداية إحدى أكثر المواقع السياحية شعبية في الصحراء حيث الكثبان الرملية والواحات والمعمار البيئي والصناعات التقليدية اليدوية .

✓ ورقلة (عاصمة الواحات):

مدينة صحراوية زارها ابن خلدون وقال عنها أنها باب الصحراء وسكنتها قبائل زناته قبل الفتح الإسلامي, واشتهرت بتجارقتها مع السودان ولاسيما تجارة الرقيق وهي قطب صناعي هام , وهي مدينة بترولية فيها حقول عديدة , يوجد بها عدة مناطق سياحية نذكر منها قصر القدم واثار مدينة "سدراتة" القديمة بالإضافة إلى المتحف البلدي الذي يزخر بالعديد من الآثار, وتشتهر المنطقة بالصناعات التقليدية وفي مقدمتها الزايرية بالإضافة إلى المحلات التي تتبع ورد الرمال التي تتواجد بكثرة في هذه المنطقة .

✓ بسكرة (عاصمة الثقافة الصحراوية):

وتقع جنوب شرق العاصمة وتسمى أحيانا "السكرة" وتعد الولاية مهدا للحضارة والعلم والثقافة, ومركز للإشعاع الديني والسياحي الجذاب ومعبرا سياحيا هاما على سفوح جبال لأوراس وهي تحتضن الصحراء, وتكثر فيها المزارات التاريخية الإسلامية مثل "مسجد سيدي عقبة بن نافع الفهري", كما تكثر بها الينابيع وتقام المعارض والاحتفالات, وفيها القرية السياحية وهي ساحة واسعة يقام عليها بصورة مؤقتة 14 خيمة تمثل كل منها إحدى الولايات الصحراوية ويعرض فيها خصوصية كل ولاية, ويقام فيها سباق الخيول والجمال ودرجات النارية.¹

✓ تميمون:

تميمون هي الواحة الحمراء الفاتنة الجمال بسلسلة واحاتها الخضراء وحقولها ومعالمها الساحرة, كما تتميز بنمط معماري استطاع أن يزاوج بين الأصالة والمعاصرة, فمدينة تميمون هي أشهر منطقة سياحية بالجنوب الغربي وقد أهلتها طبيعتها ومنتوجها السياحي لأن تحتل هذه المكانة.²

✓ بشار:

¹ خليف مصطفى عراية, السياحة الصحراوية في الوطن العربي, الواقع والمأمول دار فنديا, ط1, 2009, ص,ص. 214, 215.

² بودي عبد القادر, أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر حالة السياحة بالجنوب الغربي, مذكرة لنيل شهادة دكتوراه منشورة, قسم علوم التسيير, جامعة الجزائر, 2006, ص175.

هي عاصمة الجنوب ولؤلؤة الصحراء والبوابة الغربية للجنوب الجزائري وتمثل أهم تجمع سكاني بالمنطقة وجاذبيتها تكمن في وحائها الجميلة التي تدعوك للانطلاق في رحلة ممتعة تكتشف من خلالها ثقافة وحضارة أصلية ومناظرها الخلابة والمتنوعة, وقد اشتهرت الولاية بصناعة الجلود والمجوهرات وإنتاج التمور والخضراوات ويوجد بها كدالك الترفاس وهو نوع من أنواع الفطر يسقى بأمطار شهر سبتمبر, وأوت ويتم قطفه ابتداء من شهر فيفري كما يوجد بالقرب من بشار مرسل الموجات الطويلة بالقنادسة ويمثل أطول مبنى في الجزائر.¹

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

¹ إوينيس فاطمة الزهراء, إشكالية التسويق السياحي في الجنوب حالة ولاية بشار, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير, غير منشورة, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, قسم العلوم التجارية, جامعة وهران 2, 2015-2016, ص87.

تم تقسيم الدراسات التي سبقت الدراسة الحالية إلى ثلاثة أقسام: دراسات محلية، العربية، الأجنبية

المطلب الأول: الدراسات المحلية

أولا: دراسة دحموني عبد الكريم, 2007, جامعة الجزائر, مذكرة لنيل شهادة ماجستير قسم العلوم الاقتصادية, تخصص النظرية الاقتصادية, بعنوان التنمية وتطوير السياحة الصحراوية, دراسة حالة تمنراست, حيث تمثلت إشكالية الدراسة في, ما مدى استغلال الموارد المتاحة والمقومات المتوفرة بالصحراء عامة وتمنراست خاصة لجعلها وجهة سياحية جذابة؟ ماذا يميز السياحة الصحراوية عن أنواع السياحة المختلفة؟ وقد هدفت الدراسة إلى إبراز مكانة السياحة الصحراوية في إستراتيجيات التنمية الاقتصادية الوطنية والتعريف بالسياحة الصحراوية وأهم مواردها وخاصة منطقة تمنراست وبالتالي إعطاء نظرة عن النشاط السياحي العالمي كما اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على التحليل الإحصائي للبيانات ودراسة التطبيقية للحالة السياحة الصحراوية, تمنراست وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية

تشجيع الاستثمار المحلي وتقديم كل التسهيلات والخدمات والامتيازات للصناعات التقليدية وهذا لجلب الاستثمار الأجنبي, التركيز على السياحة الصحراوية على المدى القصير والمتوسط لكونها لا تحتاج إلى استثمارات ضخمة وفنادق ريفية, الترويج للرياضة الصحراوية كالترحلق على الرمال, مسابقة الجمال, وراي السيارات... الخ وتقديم المساعدات للقائمين عليها.

ركز الباحث في دراسته على سياحة الصحراوية وأهم مواردها خاصة في منطقة تمنراست بينما تسلط الدراسة الحالية على السياحة الصحراوية وأهم مناطق السياحية في الجنوب الجزائري

ثانيا :وسيلة مداب , 2015/2014,جامعة قاصدي مرباح ورقلة , مذكرة لنيل شهادة الماستر ,شعبة
الانثروبولوجيا ,تخصص انثروبولوجيا المجال والهوية الاجتماعية , بعنوان الممارسات الاحتفالية للبدو
المتمدنين بالمولد النبوي الشريف في المجال الحضري ,دراسة ميدانية بأولاد سعيد بتيميمون ,ولاية
أدرار,حيث تمثلت إشكالية الدراسة في ,هل الخلفية السوسيو ثقافية للبدو المتمدنين تنعكس على ممارستهم
الاحتفالية للمولد النبوي الشريف .

وقد هدفت الدراسة إلى الخلفية السوسيو ثقافية للتحضيرات للمولد النبوي الشريف والتجمعات الاحتفالية وكما
اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي حيث تعتمد الدراسة على وصف الممارسات الاحتفالية للمولد
النبوي للبدو المتمدنين في المجال الحضري ,

كما اعتمدت دراسة على الأسلوب الإحصائي البسيط بترجمة المعطيات المتحصل عليها , كما توصلت الدراسة
إلى النتائج التالية :

بدل كل الجهد لإبقاء هذه الاحتفالية مع مرور الوقت وتوريثها للأجيال القادمة, الاجتماع مع الجيران والأقارب في
هذه الاحتفالية من أجل استمرار التفاهم والمودة وزيادة صلة الرحم بينهم,وأن الاحتفالية لاتساهم فيها عائلة
واحدة بل الجميع يشارك فيها.

ركز الباحث في دراسته على أن الممارسات الاحتفالية فرصة التزاور والالتقاء مع الآخرين بينما تسليط الدراسة
الحالية الضوء على أن الممارسات الاحتفالية فرصة لترويج المنتجات التي تشتهر بها المنطقة.

ثالثا: بن ساحة بوعمامة, 2015, جامعة غرداية مذكرة لنيل شهادة الماستر ,شعبة العلوم التجارية تخصص اتصال تسويقي ,بعنوان ,دور المنتج السياحي في الارتقاء بالإرث الثقافي وجذب السياح ,دراسة حالة تمنراست ,حيث تمثلت إشكالية الدراسة في :مامدى مساهمة المنتج السياحي الصحراوي في الارتقاء بالإرث الثقافي وجذب السياح ,وما مدى تأثير عناصر المنتج السياحي على جذب السياح في منطقة تمنراست .

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على السياحة الصحراوية في الجزائر عموما وعلى دور المنتج السياحي في الارتقاء بالإرث الثقافي وجذب السياح خصوصا باعتبار أنه وسيلة ناجحة لترويج وتنشيط السياحة الصحراوية وإبراز الموروث الطبيعي والحضاري, على الرغم أن الإمكانيات المادية ضعيفة ولا ترقى للمستوى المطلوب إلا أنا الجزائر تراهن به الوسيلة (المنتج السياحي) على تشجيع السياحة المحلية وجذب السياح .

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: أن المنتج السياحي يساهم في الارتقاء بالإرث الثقافي ,وجذب السياح كما أنا هناك تأثير للمنتج السياحي والممثل في (اللباس التقليدي,الزربية)في الارتقاء بالإرث الثقافي وجذب السياح .

ركز الباحث في دراسته على أن المنتج السياحي ساهم في الارتقاء بالارت الثقافي و جذب السياح بينما تسليط الدراسة الحالية الضوء على أنا الحفاظ على الاحتفالات الدينية هو الذي ساهم جذب السياح إلى المنطقة

المطلب الثاني:الدراسة العربية

أولا :أديب برهوم , 2013 ,مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية,جامعة تشرين سوريا, بعنوان : دور المهرجانات الثقافية في تحسين كفاءة التسويق السياحي, دراسة ميدانية على المنشآت السياحية في محافظة طرطوس, حيث تمثلت إشكالية الدراسة في : ما مدى مساهمة المهرجانات الثقافية في تنمية السياحة والمزيج التسويقي,هل المنشآت السياحية تستغل وتستثمر فترات إقامة المهرجانات الثقافية لأغراض سياحية ,والى

أي مدى يمكن أن تساهم المهرجانات الثقافية في تحسين كفاءة الأنشطة التسويقية السياحية , كما هدفت الدراسة إلى التعرف بدور المهرجانات الثقافية في تحسين كفاءة التسويق السياحي من خلال دراسة العلاقة بين المهرجانات الثقافية و(التنمية السياحية , المزيج التسويقي , تحسين كفاءة الأنشطة التسويقية والحد من موسمية السياحة) , كما اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي .

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية : وجود وعى كبير لدى العاملين في المنشآت السياحية حول أهمية سياحة المهرجانات الثقافية , يؤكد العاملون في المنشآت السياحية على أن المهرجانات الثقافية تؤثر على كفاءة الأنشطة التسويقية من خلال قياس مدى تحقق الأهداف التسويقية , وجود علاقة ارتباط طردية وذات دلالة معنوية بين سياحة المهرجانات وكل من التنمية والمزيج التسويقي , وتحسين كفاءة الأنشطة التسويقية السياحية , والحد من موسمية السياحة .

ركز الباحث في دراسته على دور المهرجانات الثقافية في تحسين الكفاءة التسويقية , بينما تسلط الدراسة الحالية الضوء على دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة .

ثانيا : على عبد الله خليفة , 2012, مجلة التراث الشعبي , البحرين , بعنوان , الثقافة الشعبية , دراسة ميدانية لبعض البلدان في شمال إفريقيا .

قد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بطقوس إحياء الأعياد الدينية بشمال أفريقيا كما تطرق إلى التعرف بطقوس الاحتفال بالعيد الصغير والكبير وطريقة نحر وسلخ الأضاحي في شمال أفريقيا وتطرق الباحث أيضا إلى طقوس الاحتفال بالنائر أو رأس السنة الأمازيغية وطقوس ذكرى عاشوراء أو رأس السنة الهجرية في شمال أفريقيا وفي الأخير توصلت الدراسة إلى النتائج التالية : العادات والتقاليد والطقوس التي تقام في شمال أفريقيا والتي اعتمد على الموروث الشفهي في المنطقة , مجموعة العادات التي مازالت حية يواظب على إحيائها سكان شمال إفريقيا .

ركز الباحث في دراسته على طقوس الاحتفال بالأعياد الدينية بشمال إفريقيا, بينما تسلط الدراسة الحالية ضوء على طقوس الاحتفال بالمولد النبوي الشريف بمنطقة تيميمون .

المطلب الثالث: الدراسات الأجنبية:

أولا: دراسة الباحث () OUGOUAG KEZZAL جامعة فرنسا, دراسة بدون ذكر التاريخ

Les manifestations religieuses et populaires lors de la fete du MawlidAw Gourara leur sens et leur portee

هدفت هذه الدراسة إلى وصف جميع الاحتفالات الدينية والشعبية التي يحيى بها المولد النبوي من ناحية (التقوارا) بالجنوب الغربي للجزائر والوصول الكامل لهذه الحفلات المهرجانية متنوعة الأشكال ليوم السابع "سبوع" تم تطرق إلى سير الأمور واستقصائها للتطلع على أصولها التاريخية ومعانيها العميقة .

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن الاحتفالات في يوم السابع, أنها تحيي أحداثا تاريخية خاصة كصلح الأولياء وجماعاتهم, كما أن هذه الاحتفالات أصبحت عندهم وصارت على ممر القرون عنصرا حيويا مما جعلهم يتعالون على فروقهم إلى وحده منسجمة وهذا في حبهم لله عز وجل ورسوله والحياة والأولياء .

ركزت هذه الدراسة على وصف الاحتفالات الدينية والشعبية في منطقة تيميمون, بينما تسلط دراستنا الحالية إلى الاحتفالات الدينية في البلدان الإسلامية وطقوس الاحتفال بالمولد النبوي في الجزائر.

ثانيا : دراسة الباحثة (ZAHERA MEROUFEL) , جامعة وهران , (2010)

STEREOTYPIL 'DU 'TOURISME' SAHARIEN A TRAVERS'
LES ' DOCUMENTS' PUBLICITARES POUR LE SAHARA
ALGERIEN

هدفت هذه الدراسة إلى واقع سلوك السفر الذي مازال يحمل بصمة من الزوار وثقافتهم لأنها تجربة يعيشونها يوميا وأمط الحياة السياحية الناجمة عن اختلاف الثقافة التقليدية للزوار من منطقة إلى أخرى , كما وضحت الباحثة أن السياحة هي شكل من أشكال الثقافة سريعة الزوال وتقدم إمكانيات مثيرة لاهتمامات الفردية لتخصيب الثقافات , وفي الأخير توصلت الدراسة إلى أن السياحة الصحراوية تستخدم الجانب العاطفي للتأثير على الزوار , وأن السياق الثقافي يلعب دورا حيويا في عملية إنتاج السياحة وهو عامل مهم في اختيار وجهة السفر.

ركزت هذه الدراسة ركزت هذه الدراسة على سلوك السائح أثناء السفر واختلاف بين الثقافات , بينما تسلط دراستنا الحالية على السياحة الصحراوية وعوامل الجذب السياحي

خلاصة الفصل الأول :

من خلال دراستنا الفصل الأول تبين لنا أن الاحتفالات الدينية ذات قيمة دينية تعرف عدة قيم وأفكار متداخلة فيما بينها, مارسها الإنسان بمرور الأيام والأحداث لأن هذه الاحتفالات تقوم على بعض العادات والتقاليد أصبحت مترسخة مع عدت طقوس خاصة تلك التي تتصادف مع العطل, ولعل التقديس والاهتمام بالمناسبات الدينية هو ما أصبح يستلهم العديد من الناس بصفة عامة والسياح بصفة خاصة.

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد التطرق لأهم المفاهيم النظرية للدراسة والمتعلقة بموضوع "دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية في الفصل الأول وكذلك إلى أهم الدراسات السابقة التي تناولت جانب من الموضوع.

وستتطرق في الفصل الثاني الذي يشمل الإطار التطبيقي لموضوعنا هذا فحاولنا إسقاط ما تم التطرق إليه في الفصل الأول على الواقع كما اخترت عينة عشوائية من الأفراد الذين زارو منطقة تيميمون أثناء الاحتفال بغية الحصول على معلومات حول الموضوع .

حيث سنحاول في هذا الفصل توضيح المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسة من حيث أسلوب وطرق جمع البيانات وتحديد مجتمع الدراسة, وتحديد الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات ومن ثم عرض النتائج ومناقشتها, وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة:

سوف يتم في هذا المبحث التطرق إلى شرح عينة ومجتمع الدراسة التي تم الاعتماد عليها لحل إشكالية الدراسة عن طريق استخدام الاستبيان والإحصائيات, بالإضافة إلى الأدوات المستخدمة في الدراسة.

المطلب الأول: طريقة الدراسة

أولاً- منهجية البحث: يقصد بمنهج الدراسة مجموع الإجراءات والقواعد المتبعة للوصول إلى حقائق وإجابة على التساؤلات التي يثيرها موضوع الدراسة وقد اعتمدنا المناهج التالية:

01 المنهج الوصفي : والذي يقوم على وصف, مقارنة, تحليل, وتفسير البيانات والمعلومات المتحصل عليها حول الظاهرة المدروسة, وهو ملائم لتكوين الإطار النظري لموضوع الدراسة والتعريف بأهم المفاهيم المرتبطة به.

02 المنهج التحليلي: استعنت به لتحليل نتائج الدراسة الميدانية وتفريغها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية (statistical package for the social sciences) والذي يرمز له , spss20 بهدف الوصول إلى معرفة دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية, واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض هذا البحث.

ثانيا: وسائل جمع البيانات :

تمت الاستعانة بمصدرين من مصادر جمع البيانات هما:

01 المصادر الثانوية : وتتمثل في المصادر الخارجية التي ليست لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة, إذ لجأت الطالبة إلى مراجعة الأدبيات النظرية والدارسات السابقة من أجل تكوين الإطار المفاهيمي للدراسة .

02 المصادر الأولية: وتمثل في المصادر ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة, وقد اعتمدت الطالبة على الإحصائيات, والاستبيان كأدوات لجمع البيانات التي تفيد مباشرة في اختيار فرضيات الدراسة وبالتالي تحقيق أهدافها.

ثالثا- مجتمع الدراسة: يقصد بها كامل الأفراد والمشاهدات موضوع الدراسة , وبما أن الدراسة تهتم بمجموعة من السياح التي زارت منطقة تيميمون أثناء الاحتفال بالمولد باعتباره مناسبة موسمية , ونظر لضخامة حجم مجتمع الدراسة ولعدم إمكانية إجراء الدراسة على كامل مجتمع الدراسة قمنا باختيار عينة من الأفراد الذين زاروا المنطقة تيميمون من مناطق مختلفة أثناء الاحتفال وللإجابة على الإشكالية .

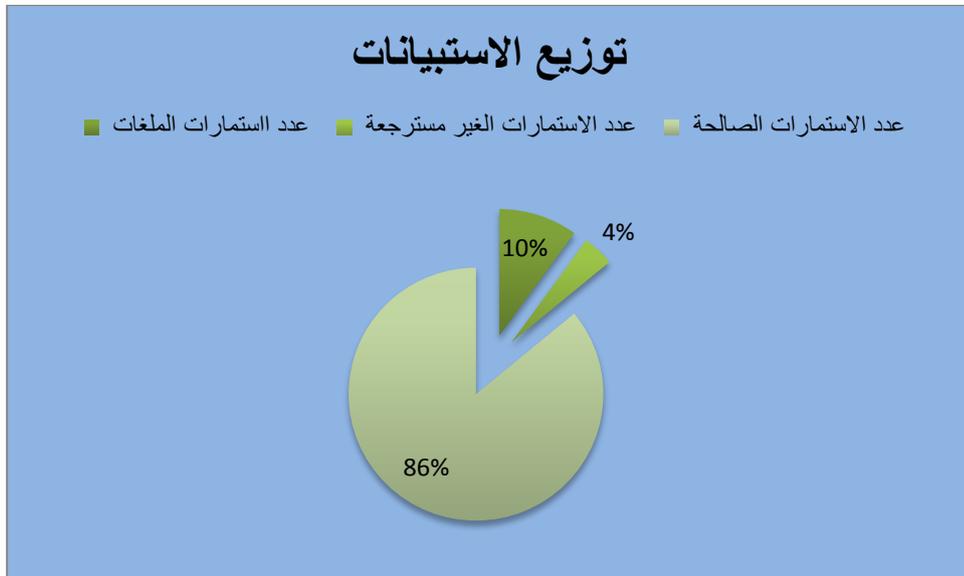
رابعا - عينة الدراسة : كما نعرف أن العينة هي الجزء المقصود من مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية, وتعتبر كذلك جزءا من الكل وفي هذا البحث تم اختيار عينة للدراسة نظر لضخامة حجم مجتمع الدراسة, تم استخدام أسلوب العينات بالاعتماد على الاختيار العشوائي(العينة العشوائية البسيطة) وقد شملت عينة الدراسة **50** عينة داخل منطقة تيميمون وخارجها, حيث تم توزيع **50** استبيان على أفراد مجتمع الدراسة وذلك خلال شهر مارس من سنة **2017** إذا تم استرجاع **48** استبيان, أقصى منها **5** لعدم جدية الإجابة عليهما, والغير مسترجعة **02** وخلص عدد الاستبيانات الخاضعة للتحليل إلى **43** استبيان أي نسبة **(86%)** من إجمالي عينة الدراسة .

الجدول (1-II) الاستثمارات الموزعة والمسترجعة والملغيات في العينة

| النسبة | العدد | البيان |
|--------|-------|-------------------------------|
| 100% | 50 | عدد الاستثمارات الموزعة |
| 96% | 48 | عدد الاستثمارات الواردة |
| 10% | 05 | عدد الاستثمارات الملغيات |
| 04% | 02 | عدد الاستثمارات الغير مسترجعة |
| 86% | 43 | عدد الاستثمارات الصالحة |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL

شكل رقم (1-II): توزيع الاستثمارات



المصدر من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL

يتبين لنا من الشكل أن نسبة الاستثمارات الصالحة للتحليل بلغ نسبة 86% وهذه النسبة كافية لإجراء الدراسة.

خامسا :متغيرات الدراسة

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

الجدول رقم(II-02):جدول يوضح متغيرات الدراسة

| الاسم | المتغيرات |
|--------------------|-----------------|
| الاحتفالات الدينية | المتغير المستقل |
| السياحة الصحراوية | المتغير التابع |

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثاني:أدوات جمع وتحليل البيانات:

فيما يلي استعراض للأدوات المستعملة في جمع بيانات ومعلومات الدراسة الميدانية

أولاً: أدوات جمع البيانات :

01 الإحصاء

هو كل العمليات الإحصائية وبيانات المتوفرة لدى مختلف مصالح المؤسسة, وهذا بهدف التمكن من

استخلاص نتائج عامة وتفسيرها, ومن بين الأدوات الإحصائية نجد جدول بيانات نسب مئوية...الخ.

02 الملاحظات:

❖ حسن الاستقبال من طرف مدير السياحة والصناعات التقليدية.

❖ حسن الاستقبال من طرف رئيس مصلحة السياحة.

- ❖ مساعدة موظفي مديرية في توزيع الاستبيان على بعض السياح.
- ❖ حصول السياح على مطويات ودلائل سياحة تخص منطقة أدرار .

03:الاستبيان:

هو من الأدوات ووسائل التي يتم استعمالها والاعتماد عليها للحصول على مختلف المعلومات لأجل الوقوف على الإدراك الجيد والفهم الصحيح للظاهرة المدروسة من مختلف جوانبها, اعتمادنا على أداة الاستبيان لتجاوز النقائص, وذلك باعتبارها أداة واسعة الاستعمال من قبل الباحثين, وذلك من خلال تحليل واستخلاص النتائج النهائية .

1-3 هيكل استمارة الاستبيان :

تضمنت استمارة الاستبيان 03 أقسام رئيسية من أجل الوصول إلى الإجابة الواضحة للمبحوثين, ولقد توزعت الأسئلة على أقسام الاستبيان كما يلي:

القسم 1: يتضمن أسئلة عامة مرتبطة بالمعلومات الشخصية.

القسم 2: يتناول هذا القسم الأسئلة المرتبطة بالاحتفالات الدينية.

القسم 3: يحتوي على الأسئلة الخاصة بالسياحة الصحراوية .

ثالثا: مقياس الدراسة

لقياس الاستبيان تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (LekartScole)

الجدول رقم (II-03): يوضح درجة أهمية بنود الاستبيان

| الأهمية | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|---------|----------------|-----------|-------|-------|------------|
| الدرجة | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

المصدر: من إعداد الطالبة: اعتمادا على مقياس ليكرت

ولتقييم المتوسطات الحسابية, المتحصل عليها, اعتمدت الطالبة على الوسط الحسابي المرجح لدرجات الاستجابة ولمقياس ليكرت الخماسي, بحساب طول الفترة الفاصلة بين درجات الاستجابة (حاصل قسمة عدد المسافات الفاصلة بين درجة الاستجابة على عدد الدرجات) وقد قدر ب0.8 فكان المقياس الترتيبي كمايلي

الجدول رقم (II-04): يوضح مقياس تحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي

| الأهمية | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة |
|------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| المتوسط الحسابي المرجح | من 1- 1.79 | من 1.80- 2.59 | من 2.60- 3.39 | من 3.40- 4.19 | من 4.20- 5 |
| درجة الاستجابة | منخفضة | متوسطة | | عالية | |

المصدر: من إعداد الطالبة.

ثالثا: الأدوات الإحصائية المستعملة في الدراسة

تهدف للوصول إلى نتائج تحقق أهداف الدراسة وتختبر فرضياتها , تم تفرغ البيانات الواردة بالاستبيان وتبويبها وجدولتها, لتسهيل التعامل معها بواسطة الكمبيوتر, تمت معالجة البيانات بغية اختبار نموذج الدراسة وفرضياته

وذلك باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss20), وبرنامج Excel, لتحليل بيانات الاستبيان والحصول على أجوبة لفقراته بغية التعرف على مدى موافقة أفراد العينة لها استخدمنا الأدوات والأساليب الإحصائية التالية:

* التكرارات المطلقة والنسبية لتلخيص بنود الاستبيان التي تركز على تحديد الاختيارات المناسبة لوصف خصائص أفراد العينة .

* التكرارات المطلقة والنسبية , والمتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لتلخيص البنود التي تعتمد على مقياس ليكرت لمعرفة اتجاه أفراد العينة في الإجابة.

* معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha).

* معامل الارتباط بيرسون (Pearson) للارتباط الخطي (LinearRegressionAnalysis), لقياس صدق محاور الاستبيان , يقيس قوة الارتباط بين والعلاقة بين المتغيرين :فإن كان معامل قريب من (+1) فإن الارتباط قوي وموجب (طردي) وإذا كان قريب من (-1) فإن الارتباط قوي وسالب (عكسي) , وكلما اقترب من (0) يضعف إلى أن ينعدم.

* اختبار Kolmogorov- Simonov (1- SamplK-S) لمعرفة هل تتبع البيانات التوزيع الطبيعي أم لا.

* معامل الانحدار البسيط لاختبار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية عند مستوى المعنوية 5%

المطلب الثالث :صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان)

لضمان صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان) الموجه للعينة المبحوثة قمنا بالتالي:

أولاً: صدق الأداة: للتأكيد من قدرة الاستبيان على قياس ما صمم فعلاً لقياسه, وكذا وضوح ودقة فقراته

وسلامتها اللغوية وشمولها لكل العناصر المطلوبة, تمت الاستعانة بنوعين من اختبارات

01 الصدق الظاهري أو الصدق المحكمين : تم عرض الاستبيان على 5 أساتذة محكمين مختصين في

التسويق من الجامعة , للأخذ بملاحظاتهم في بناء الاستبيان , حيث تم إجراء التعديلات على فقراته من

حذف بنود وإضافة بنود أخرى على آراء وتوجيهات المحكمين حتى استقر في صورته النهائية.

02 الاتساق الداخلي: وذلك بحساب معاملات الارتباط بيرسون (Pearson's R) , بين محاور

الاستبيان , التأكيد من أن قيمها ذات معنوية ودلالة إحصائية وذلك استناداً إلى مخرجات برنامج spss20

فتحصلنا على النتائج التالية :

الجدول رقم(II-05) : معاملات الارتباط بين محاور الدراسة

| | الاحتفالات الدينية | السياحة الصحراوية | مجموع الاستبيان |
|---------------------------------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| Pearson Correlation | 1 | .628** | .881** |
| الاحتفالات الدينية Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 |
| N | 43 | 43 | 43 |
| Pearson Correlation | .628** | 1 | .921** |
| السياحة الصحراوية Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 |
| N | 43 | 43 | 43 |
| Pearson Correlation | .881** | .921** | 1 |
| مجموع الاستبيان Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | |
| N | 43 | 43 | 43 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss20

نلاحظ من الجدول السابق أن معاملات الارتباط تراوحت بين 0.628 كأدنى قيمة، و 0.921 كأعلى قيمة مما يدل على وجود علاقة ارتباط مقبولة وذات دلالة إحصائية بين محاور الاستبيان وبالتالي هناك اتساق داخلي أي أن محاور الأداة قادرة فعلا على قياس ما وضعت لقياسه.

ثانيا: ثبات الأداة:

يقصد بثبات الاستبيان أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط , أو بعبارة أخرى أن ثبات الإستبانة يعني الاستقرار في نتائجها وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات , خلال فترات زمنية معينة وقد تحققت الباحثة من ثبات إستبانة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ: إن معامل الارتباط ألفا كرونباخ من بين الطرق المستخدمة لتقييم الثقة والثبات في القياس وتتسم بدرجة عالية من الدقة من حيث قدرتها على قياس درجة التوافق أو الاتساق فيما بين المحتويات المتعددة للمقياس المستخدم للتأكيد من صدق أداة القياس المستخدمة تم احتساب معامل (الفاكرونباخ) لأبعاد الدراسة, إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن مستوى الصدق كان عاليا وفق للمعايير الإحصائية المتعارف عليها حيث بلغت نسبة الصدق فقرات الإستبيان 0.886 وهو ما يفوق 60% مما جعل المعيار مقبول.

الجدول رقم (II-06): معامل الفاكرونباخ لأداة الدراسة (الاستبيان)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .886 | 31 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات .spss20

ثالثا: اختبار: Kolmogorov – Smirnov

لمعرفة إن كانت البيانات التي تم الحصول عليها من المبحوثين تتبع التوزيع الطبيعي أم لا استخدمنا اختبار Kolmogorov- Smirnov, وذلك لتحديد طبيعة التشتت.

الجدول رقم (II- 07): طبيعة تشتت بيانات العينة حسب اختبار Kolmogorov- Smirnov

| العنوان | قيمة (z) | مستوى الدلالة |
|--------------|----------|---------------|
| المحور الكلي | 0.543 | 0.929 |

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20.

يتضح من خلال الجدول أن مستوى الدلالة له قيمة أكبر من 0.05, وهذا يدل على أن البيانات في حالة من التوزيع الطبيعي.

المبحث الثاني: عرض ومناقشة النتائج

المطلب الأول: عرض النتائج

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى عرض مفصل لنتائج الدراسة الميدانية التي تحصلنا عليها وذلك بهدف الإجابة على التساؤلات التي طرحناها في بداية دراستنا:

أولا: عرض نتائج الإحصائيات

✚ هياكل الاستقبال والإيواء:

هي مجموع المؤسسات التي يتركز نشاطها أساسا في استغلال النشاط الفندقي الموجه خصيصا لخدمات الإيواء وذلك بمقابل يدفع من قبل الزبون المستأجر والمقيم لمدة محدودة, وهذا يكون بواسطة اتفاق يتخذ شكل عقد ملزم لكل من الزبون وصاحب المؤسسة الفندقية .

01 المؤسسات الفندقية:

تتوفر منطقة تيميمون على حضيرة فندقية تقدر ب4فنادق منها فندقين مصنفيين ب3نجوم وبطاقة استيعاب تقدر ب396سرير كما يبين الجدول التالي :

الجدول (II-08): يبين عدد الفنادق وتصنيفها

| التسمية | التصنيف | الغرف | الأسرة | الملكية |
|-------------------|----------|-------|--------|---------|
| فندق قورارة | 3 نجوم | 98 | 192 | عام |
| فندق مولاي الحسين | غير مصنف | 35 | 70 | خاص |
| فندق إغزر | غير مصنف | 22 | 46 | خاص |
| فندق قصر ماسين | 3 نجوم | 44 | 88 | عام |
| المجموع | / | 199 | 396 | / |

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية السياحة لولاية أدرار: 2016

من الجدول نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن حضيرة الفنادق 2 من الفنادق السابقة (قورارة, ماسين) تابعة للقطاع العام وتندرج تحت مؤسسة التسيير السياحي وهي مؤسسة اقتصادية, إدارية تعمل على السير الحسن للخدمات الفندقية, أما عن الفنادق الباقية فهي تابعة للقطاع الخاص.

أما عن الفنادق الغير مصنفة فهي تابعة للقطاع الخاص ويحسب على هذه الأخيرة أنها تشغل 4 من العاملين الدائمين و2 مؤقتين, حيث العدد غير كافي لتحسين الخدمات الفندقية وتسييرها.

و من خلال ما سبق يمكن القول بأن عدد الفنادق بالولاية غير كافية لتنشيط الحركة السياحية, و ربما يعود السبب لطابع الولاية ومواطنيها المعروف عنهم بالضيافة والكرم بالإضافة للمخيمات.

02 المخيمات:

بالإضافة إلى الفنادق توجد مرافق إيواء أخرى متنوعة كالمخيمات تساهم في العجز المسجل في تغطية طلب الإيواء.

الجدول (II-09): يبين المخيمات الموزعة بتيميمون لعام 2016

| التسمية | التصنيف | قدرة الإيواء | الملكية |
|-------------------|----------|--------------|---------|
| مخيم تينفراش | غير مصنف | 24 | خاص |
| مخيم تيطاوين | غير مصنف | 97 | خاص |
| مخيم ورودة الرمال | غير مصنف | 78 | خاص |
| مخيم النخيل | غير مصنف | 35 | خاص |
| المجموع | / | 234 | / |

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية السياحة لولاية ادرار 2016

بالرغم من أهمية المخيمات بالنسبة للسياحة الصحراوية, إلا أن منطقة تيميمون لا تضم إلا 4 مخيمات منها تابعة للقطاع الخاص .

النشاط السياحي خلال السنوات الأخيرة (2011-2016) :

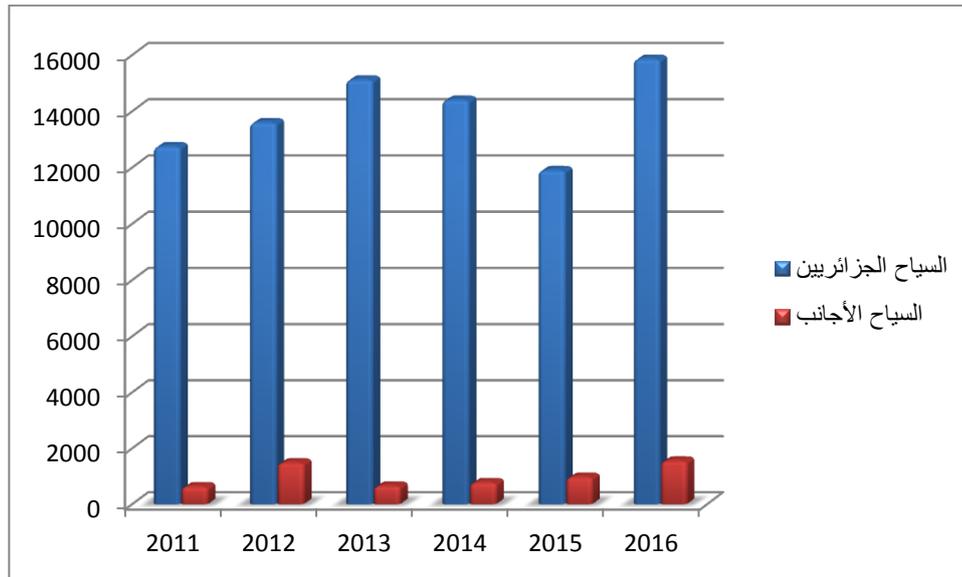
عرفت منطقة تيميمون خلال السنوات الأخيرة زيادة في عدد السياح الجزائريين, الأجانب الذين زاروا المنطقة والجدول يوضح ذلك.

الجدول (10-II): يبين تدفق عدد السياح بتميمون من سنة 2011 الى 2016

| السنة | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| عدد السياح الجزائريين | 12747 | 13602 | 15121 | 14401 | 11901 | 15857 |
| عدد السياح الأجانب | 634 | 1486 | 660 | 780 | 973 | 1553 |

المصدر: مديرية السياحة لولاية ادرار 2016

الشكل (02-II): تطور تدفق عدد السياح بتميمون من سنة 2011 الى غاية 2016.



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على تقارير مستمدة من مديرية السياحة أدرار 2016.

نلاحظ من خلال المعطيات التي يوضحها الجدول, أن هناك تزايد في عدد الوفدين للمنطقة تيميمون من 2011 إلى 2016 سواء من السياح الجزائريين , الأجانب , باستثناء سنة 2014 - 2015 بالنسبة للسياح الجزائريين , أما بالنسبة للسياح الأجانب فكان هناك تدبب من سنة 2011 الى 2015 وذلك راجع إلى بعض العراقيل التي قامت بها منطقة تمنراست و التي تتمثل في عدم قبولها لسياح الأجانب و ذلك لعدم سيطرتها على الوضع الذي

كان يشكل لها مصدر قلق من المشاكل التي كانت آنذاك, كما نلاحظ أن القطاع شهد تدفقات معتبرة في عدد السياح, سنة 2016, بحوالي 17410 سائح, منها 15857 سائح جزائري, و1553 سائح أجنبي, وتدل هذه الزيادة على أن منطقة تميمون تتمتع بجاذبية سياحية لما تمتلكه من إمكانيات طبيعية, ومؤهلات سياحية, إضافة إلى توافرها على أهم ما يرغب اكتشافه السياح, ألا وهو الاحتفال بالمولد النبوي الشريف الذي يحض بتقديس كبير لدى سكان المنطقة إذ أن هذا الاحتفال يعطي فرصة للحرفين من تقديم منتجاتهم كون أن السياحة في موسم الاحتفال لها آثار كبيرة تنعكس على تحسن مستويات المعيشة لسكان منطقة تميمون, وهو ما يحقق ترقية للسياحة الصحراوية بتميمون

(ب) الهيئات المساهمة في ترقية السياحة بتميمون:

01 المديرية السياحية: هي المتمثل الأساسي للوزارة على المستوى المحلي وهي تطلع بكل المهام الخاصة منها

بالنوعية والتهيئة الخاصة بالسياحة وهي تطبق العقوبات في حالة عدم احترام القانون وهي تعمل أساسا على:

- تحسيس الجمعيات والدواوين السياحية للمشاركة في التظاهرات والمهرجانات التي تقام بالولاية والبلديات التابعة لها للتعريف بالإمكانيات السياحية لولاية أدرار.
- تنظيم معارض خاصة بالإمكانيات السياحية لولاية أدرار.
- توزيع مطويات وأقراص (CD) شهرية تعرف بالقدرات السياحية لولاية أدرار .
- إبداء الرأي حول إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياحي .
- إقامة تظاهرات فلكلورية لإبراز التقاليد والفنون الشعبية التي تمتاز بها المنطقة.

02 الدواوين السياحية: تحتوي ولاية أدرار على 12 من الدواوين السياحية موزعة على بلديات ولاية أدرار

وتتوزع حسب التالي :

الجدول رقم(II-11): يبين الدواوين السياحية لولاية أدرار

| اسم الديوان | المكان |
|---------------------------------|----------|
| الديوان المحلي للسياحة أدرار | أدرار |
| الديوان المحلي للسياحة تمنطيط | تمنطيط |
| الديوان المحلي للسياحة رقان | رقان |
| الديوان المحلي للسياحة أولف | أولف |
| الديوان السياحي أقبلي | أقبلي |
| الديوان المحلي للسياحة تميمون | تميمون |
| الديوان المحلي للسياحة شروين | شروين |
| الديوان المحلي للسياحة تسابيت | تسابيت |
| الديوان المحلي للسياحة تيمياوين | تيمياوين |
| الديوان السياحي بأنجزمير | أنجزمير |
| الديوان المحلي للسياحة تيمقطن | تيمقطن |
| الديوان المحلي للسياحة المطارفة | المطارفة |

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية السياحة لولاية أدرار 2016.

من خلال الجدول نلاحظ أن سياسة الترويج المتبعة من طرف الدواوين , والجمعيات السياحية, تعتمد أساسا على مشاركة هذه الجماهير في الأعياد المحلية مثل الأعياد الدينية (أسبوع المولد النبوي في تميمون) والوطنية وحتى الدولية ذات الطابع الثقافي والسياحي وحتى الديني حيث أنها تحاول وبوسائلها البسيطة عرض ما يمكن عرضه من

المنتجات السياحية الموجودة في بالمنطقة ولتحسيد ذلك تقوم بطبع ونشر مطويات اشهارية , وانجاز الصور للمتاحات الدينية والسياحية المتواجدة عبر المنطقة , كما تقوم بتنظيم أيام إعلامية مفتوحة ومحاولة تثمين الفعل السياحي .

03 الوكالات السياحية :تحتوي ولاية أدرار على 11 وكالة سياحية منها 6 تنشط على مستوى منطقة

تيميمون , كما تقوم هذه الوكالات بتوزيع المنتجات السياحية على السياح وتقديم خدمات سياحية متنوعة كما هو مبين في الجدول :

الجدول رقم (II-12): يبين الوكالات السياحية بولاية أدرار

| الوكالة | المكان | نشاطها | عدد العمال |
|---------------------------------|---------|-----------------------------------|------------|
| تاكروم جولات | أدرار | تسويق الرحلات | 06 |
| النادي السياحي | أدرار | بيع تذاكر السفر | 05 |
| ادرار جولات | أدرار | بيع تذاكر السفر | 04 |
| الهامل للسياحة والسفر | أدرار | بيع تذاكر السفر عبر الخطوط الجوية | 06 |
| بحر الرمال | تيميمون | تسويق الرحلات | 06 |
| تيفورارين ترك | تيميمون | تسويق الرحلات | 06 |
| بنكة للسياحة والسفر | تيميمون | تسويق الرحلات | 06 |
| الديوان الوطني الجزائري للسياحة | تيميمون | تسويق الرحلات | 05 |

| (ONAT) | | | |
|--------|--------------------|---------|------------------------------|
| 08 | تسويق الرحلات | تيميمون | قورارة جولات |
| 02 | الحج والعمرة | أدرار | نصر الدين عبد الدايم للأسفار |
| 01 | تنظيم رحلات سياحية | تيميمون | بدو الصحراء للسفر والسياحة |

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية السياحة لولاية أدرار 2016.

من خلال الجدول نلاحظ أن لهذه الوكالات دور مهم في ترقية النشاط السياحي وتمثل الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة على وجه الخصوص فيما يلي:

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية والعمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح الأجانب .
- استقبال ومساعدة السياح الأجانب خلال إقامتهم .
- تسويق الرحلات وبيع التذاكر ومحاولة التعريف بالتراث الصحراوي في الخارج.

04 الجمعيات السياحية: تتوفر ولاية أدرار على 14 جمعية منها 3 جمعيات تنشط في منطقة تيميمون.

الجدول رقم (II-13): يبين الجمعيات السياحية بتيميمون

| اسم الجمعية السياحية | المكان |
|---|---------|
| جمعية العرق الغربي الكبير للتبادل السياحي | تيميمون |
| جمعية تين ميمون للحفاظ على الآثار والثروات المحلي | تيميمون |
| جمعية أصدقاء تيميمون | تيميمون |

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مديرية السياحة لولاية أدرار 2016.

يكن نشاط الجمعيات في المساهمة في ترقية السياحة بمنطقة تيميمون إضافة إلى حضور التظاهرات السياحية المحلية مثل (الاحتفال بأسبوع المولد النبوي الشريف) وتنظيم ندوات وملتقيات لتحسيس المواطنين بالمحافظة على هذه التظاهرات, والمعالم السياحية, تبني الفكر السياحي في استقبال والترحيب بالسياح, كما تعمل هذه الجمعيات على :

➤ المشاركة في الاحتفال باليوم العالمي للسياحة .

➤ حماية المواقع السياحية وأثرية.

➤ المشاركة في التظاهرات المحلية للمنطقة .

➤ القيام بجمالات نوعية حول الاحتفالات التي تقام بالمنطقة .

➤ استقبال الوفود والسياح القاصدين للمغارات والقصور .

و في الأخير نلاحظ أن للهيئات الفاعلة في نشاط سياحي دور مهم ترقية الاحتفالات التي تقوم بها المنطقة, وان سياسة الترويج والإعلام لا تقتصر فقط على الهيئات كمديرية السياحة, وكالات السياحة, الجمعيات.. الخ , وإنما تتم أيضا من خلال مبادرة فردية بمعنى اكتساب فكر سياحي وقناعة تامة بالسياحة كالمواطن التيميموني والجمعيات الرياضية, النوادي , كما يتطلب الأمر تضافر جهود الجمعيات والمنظمات الشبابية , والرياضية التي بإمكانها تنظم لقاءات رياضية تستغل من خلالها الفرص للتعريف بأهم المنتجات السياحية والدينية التي تمتاز بها منطقة تيميمون.

ثانيا : عرض نتائج الاستبيان

(أ) الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

01 الجنس

جدول رقم (II-14) : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

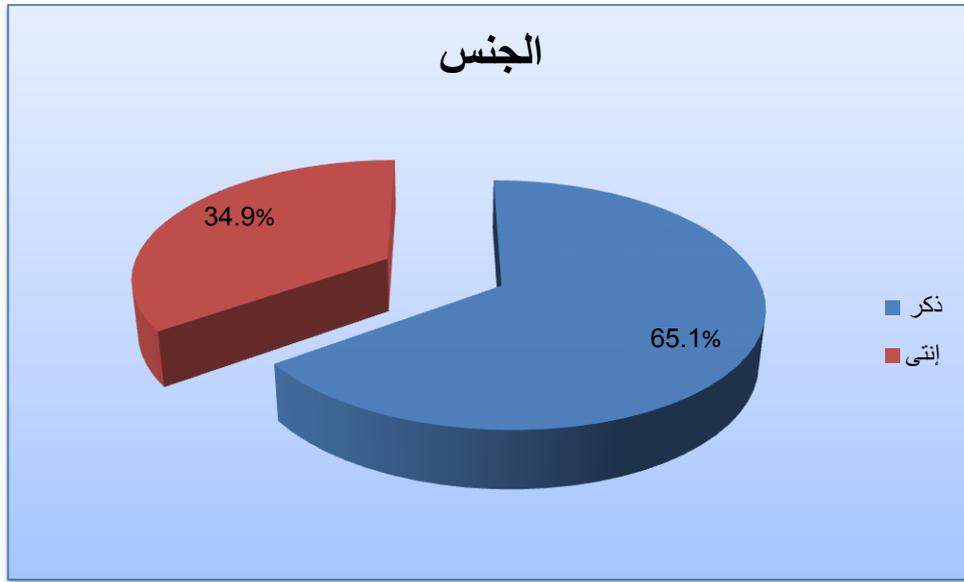
| النسبة | التكرار | الجنس |
|--------|---------|---------|
| 65.1% | 28 | ذكر |
| 34.9% | 15 | أنثى |
| 100% | 43 | المجموع |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث الجنس هم ذكور, أي يمثلون 65.1% من أفراد العينة وفي المقابل بلغت نسبة الإناث 34.9% من عينة الدراسة .

مما يعني أن أغلبية السياح الذين زارو منطقة تميمون هم من فئة الذكور.

الشكل رقم (II-03) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL

02 السن:

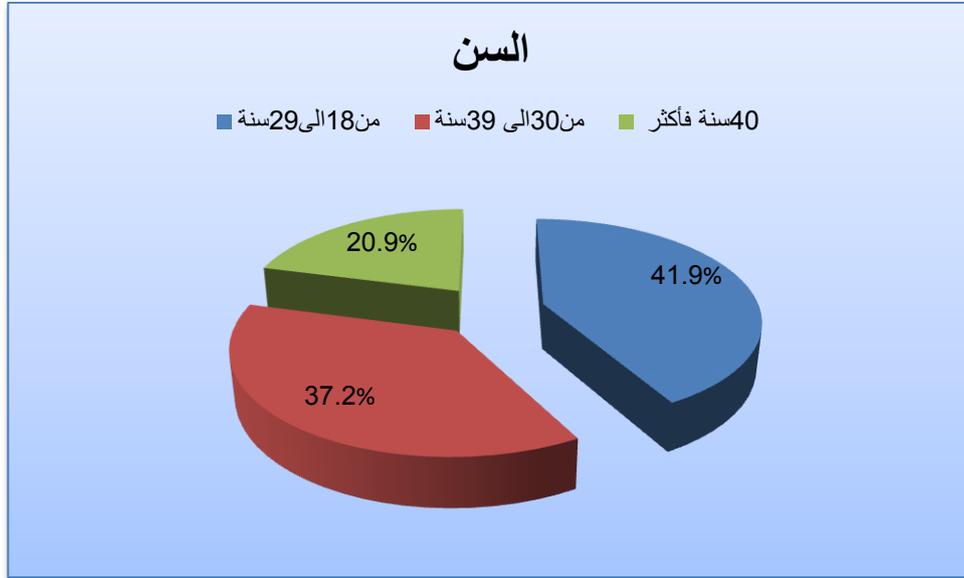
الجدول رقم (II-15) توزيع عينة الدراسة حسب السن

| النسبة | التكرار | السن |
|--------|---------|------------------|
| 41.9% | 18 | من 18 الى 29 سنة |
| 37.2% | 16 | من 30 الى 39 سنة |
| 20.9% | 9 | 40 سنة فأكثر |
| %100 | 43 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

تبين لنا من الجدول أن أغلب أفراد العينة من حيث السن ينتمون, إلى الفئة العمرية 18 إلى 29 سنة في منطقة محل الدراسة, حيث بلغت نسبتهم 41.9% , وكانت ثاني فئة من حيث النسبة من 30 إلى 39 سنة بنسبة 37.2% كما كانت ثالث فئة من حيث النسبة أكثر من 40 سنة بنسبة 20.9% , وهذا ما يفسر أن أغلب الأفراد الذين زارو منطقة تيميمون, أثناء الاحتفال حسب عينة الدراسة هم من فئة الشباب وهذا ما يفسر على أن المجتمع الجزائري يعتبر مجتمع فتي .

الشكل (II-04): توزيع عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL

103 المستوى التعليمي:

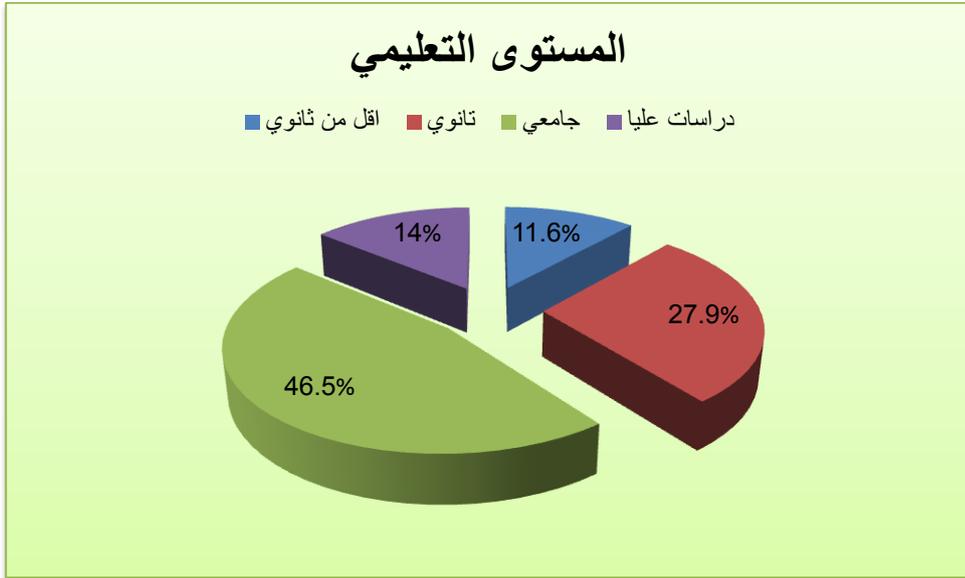
الجدول رقم (II-16) : توزيع عينة الدراسة حسب مستوى التعليمي

| النسبة | التكرار | المستوى التعليمي |
|--------|---------|------------------|
| 11.6% | 5 | اقل من ثانوي |
| 27.9% | 12 | ثانوي |
| 46.5% | 20 | جامعي |
| 14% | 6 | دراسات علي |
| 100% | 43 | المجموع |

المصدر: من أعدا الطالبة بالاعتماد على برنامج spss 20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من حيث المستوى التعليمي جامعين حيث بلغت نسبتهم 46.5% و كانت ثاني فئة من حيث النسبة 27.9%, تمثل ثانوي, أما ثالث فئة من حيث النسبة 14%, تمثل الدراسات العليا, واقل قيمة تمثل مانسبته 11.6%, اقل من ثانوي, مما يفسر أن فئة الراغبين في ملاء الاستبيان هم من الجامعين, لأنهم مؤهلين علميا للتعبة .

الشكل رقم (II-05): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL

04 طبيعة العمل :

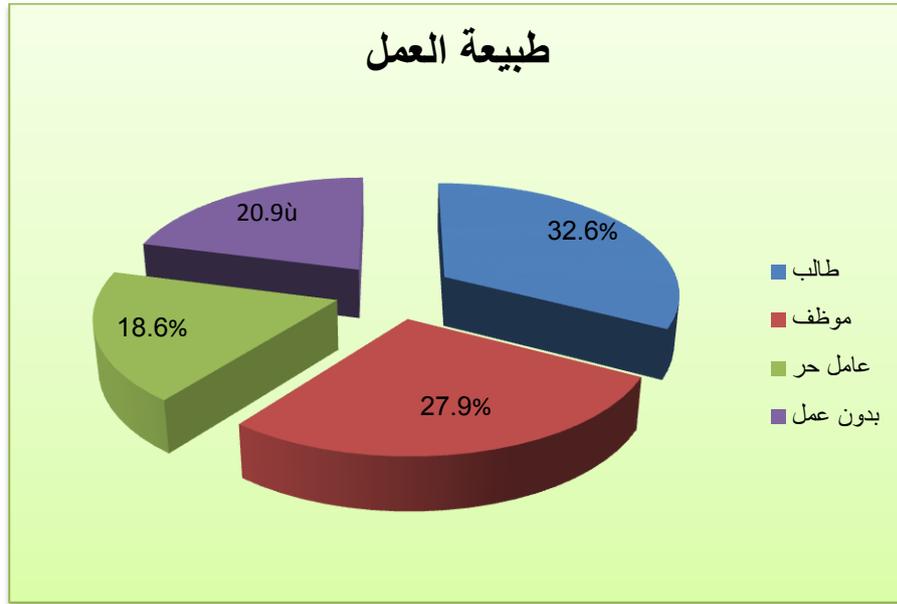
الجدول رقم (II-17): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل

| النسبة المئوية | التكرار | طبيعة العمل |
|----------------|---------|-------------|
| 32.6% | 14 | طالب |
| 27.9% | 12 | موظف |
| 18.6% | 8 | عامل حر |
| 20.9% | 9 | بدون عمل |
| %100 | 43 | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج spss20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اغلب أفراد العينة طالبة بنسبة بلغت 32.6%، كما بلغت ثاني نسبة 27.9% للموظفين، وبلغت ثالث نسبة 20.9% للأفراد الذين هم بدون عمل، في حين أن أدنى نسبة كانت لأصحاب الأعمال الحرة بنسبة 18.6% وهذا ما يدل على أن معظم أفراد العينة من الطالبة.

الشكل رقم (II - 06): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج EXCEL.

05 طبيعة السائح:

الجدول رقم (II-18): توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة السائح

| النسبة | التكرار | طبيعة السائح |
|--------|---------|--------------|
| 48.8% | 21 | داخل الولاية |
| 34.9% | 15 | خارج الولاية |
| 16.3% | 7 | أجنبي |
| %100 | 43 | المجموع |

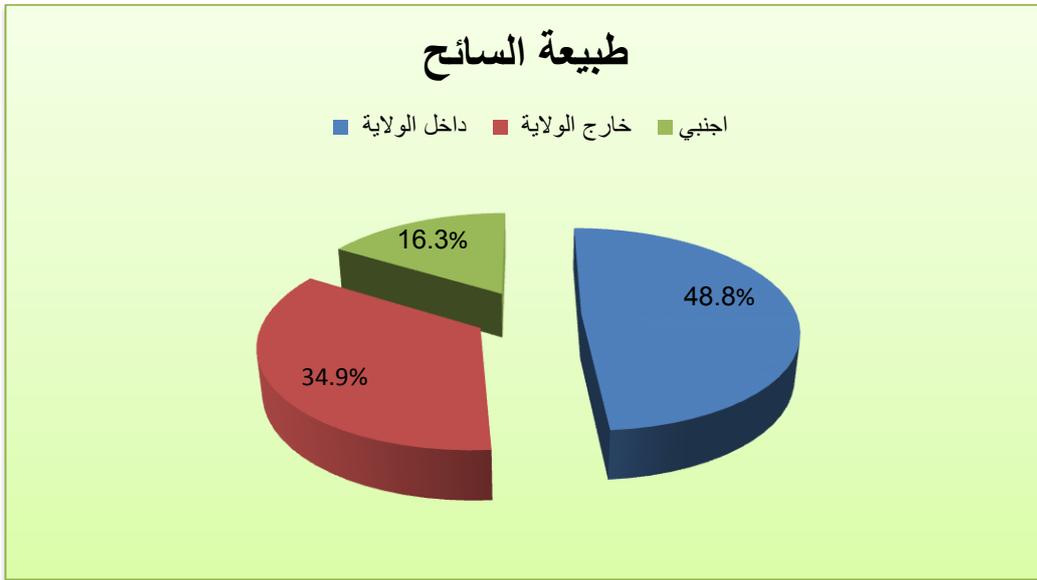
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة المستجوبين هم من داخل الولاية بنسبة 48.8%، كما

بلغت ثاني نسبة 37.9%، خارج الولاية، في حين أن أدنى نسبة للأجانب بنسبة 13.6%، وهذا ما يدل

على أن معظم المستجوبين هم داخل الولاية

الشكل رقم (II-07) : توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة السائح



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج: EXCEL

المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة

01 عرض نتائج استجابات الأفراد المبحوثين حول متغيرات الدراسة في منطقة تميمون:

سنحاول فيما يلي عرض وتحليل وتقييم البيانات المجمعة من عينة الدراسة, وذلك لمعرفة اتجاهات الأفراد في

الإجابة على الفقرات من خلال التكرار والنسبة المئوية

أولاً: الاحتفالات الدينية

الجدول رقم (II-19):

يوضح تقييم السياح للاحتفالات بالمولد النبوي بتيميمون

| الرقم | الفقرات | المقياس | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | المجموع |
|-------|--|-------------------|----------------|------------|-----------|------------|-------------|------------|
| 01 | يمثل اللباس التقليدي الأصالة لدى سكان منطقة تيميمون | التكرار النسبة | 0 0 | 0 0 | 0 0 | 14 32.6 | 29 67.4% | 43 100% |
| 02 | يعتبر اللباس التقليدي ثقافة سكان منطقة تيميمون | التكرار النسبة | 0 0 | 1 2.3% | 0 0 | 22 51.2 | 20 46.5% | 43 100% |
| 03 | تعتبر المناسبات فترة للترويج للباس التقليدي لدى سكان منطقة تيميمون | التكرار النسبة | 0 0 | 5 11.6% | 0 0 | 23 53.5 | 15 34.9% | 43 100% |
| 04 | تحمل الأغاني الشعبية كلمات مؤثرة في السائح | التكرار النسبة | 1 2.3% | 1 2.3% | 1 2.3% | 22 51.2 | 18 41.9% | 43 100% |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|------|------|---------|---|-----------|
| 43 | 19 | 21 | 3 | 0 | 0 | التكرار | أغاني سكان منطقة تميمون مميزة | 05 |
| 100% | 44.2% | 48.8% | 7% | 0 | 0 | النسبة | يفضلها الكثير من السياح | |
| 43 | 24 | 16 | 2 | 0 | 1 | التكرار | إيقاع البارود رقصة فلكلورية | 06 |
| 100% | 55.8% | 37.2% | 4.7% | 0 | 2.3% | النسبة | تستقطب العديد من السياح | |
| 43 | 24 | 16 | 2 | 1 | 0 | التكرار | إيقاع الأهليل قابل لاستقطاب | 07 |
| 100% | 55.8% | 37.2% | 4.7% | 2.3% | 0 | النسبة | عدد مدهل من السياح وخاصة الأجانب | |
| 43 | 24 | 19 | 0 | 0 | 0 | التكرار | يمثل إيقاع القرقابو موروثا ثقافيا | 08 |
| 100% | 55.8% | 44.2% | 0 | 0 | 0 | النسبة | وحضاريا للسكان منطقة | |
| 43 | 28 | 14 | 0 | 1 | 0 | التكرار | تحافظ الأدوات المستعملة في | 09 |
| 100% | 65.1% | 32.6% | 0 | 2.3% | 0 | النسبة | الإيقاعات الشعبية على مكانتها كمنتوج تقليدي (المكحلة, القرقابو) | |
| 43 | 28 | 12 | 0 | 2 | 1 | التكرار | يتم الترويج لأحدى الأكلات | 10 |
| 100% | 65.1% | 27.9% | 0 | 4.7% | 2.3% | النسبة | التقليدية في كل مناسبة (المردود, العيش, المرديف) | |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|-------|------|---------|--|-----------|
| 43 | 25 | 16 | 0 | 2 | 0 | التكرار | الأكلات التقليدية لازالت تحافظ | 11 |
| 100% | 58.1% | 37.2% | 0 | 4.5% | 0 | النسبة | على مكائنها في منطقة تميمون | |
| 43 | 19 | 18 | 0 | 5 | 1 | التكرار | يعتبر التنوع في الأكلات عن | 12 |
| 100% | 44.2% | 41.9% | 0 | 11.6% | 2.3% | النسبة | الموروث الحضاري للمنطقة | |
| 43 | 24 | 17 | 1 | 1 | 0 | التكرار | تمتاز صناعة القفة السعفية بروج | 13 |
| 100% | 55.8% | 39.5% | 2.3% | 2.3% | 0 | النسبة | كبير لدى سكان المنطقة | |
| 43 | 27 | 12 | 1 | 3 | 0 | التكرار | تمتاز صناعة الأفرشة بروج كبير | 14 |
| 100% | 62.8% | 27.9% | 2.3% | 7% | 0 | النسبة | لدى سكان المنطقة | |
| 43 | 10 | 19 | 3 | 7 | 4 | التكرار | تمتاز صناعة الفخار الأسود بروج | 15 |
| 100% | 23.3% | 44.2% | 7% | 16.3% | 9.3% | النسبة | كبير لدى سكان المنطقة | |
| 43 | 16 | 20 | 0 | 3 | 4 | التكرار | تعتبر صناعة الحلي والفضة من | 16 |
| 100% | 37.2% | 46.5% | 0 | 7% | 9.3% | النسبة | أشهر الصناعات المعروفة لدى سكان المنطقة | |

| | | | | | | |
|--|-------|-------|------|-------|------|--------------|
| | 50.86 | 40.85 | 1.89 | 4.63% | 1.73 | نسب المحور 1 |
| | % | % | % | | % | |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن أغلب أفراد العينة بما يمثل مانسبته 50.86 % من أفراد العينة في منطقة تيميمون , يوافقون بدرجة موافق بشدة على الاحتفالات الدينية في منطقة تيميمون, ويرجع موقفهم في ذلك بشكل أساسي إلى رؤيتهم, بأن اللباس التقليدي هو الأصالة لدى سكان منطقة تيميمون, وذلك بنسبة 67.4%, و أن ما نسبته 40.85 %, موافقين على ذلك وفي المقابل نلاحظ أن مانسبته 1.73%, غير موافقين بشدة.

ثانيا: السياحة الصحراوية

جدول رقم (II-20): يوضح تحليل الفقرات السياحية الصحراوية

| الرقم | الفقرات | المقياس | غير موافق بشدة | غير موافق | محايد | موافق | موافق بشدة | المجموع |
|-------|---|----------------|----------------|-----------|-------|-------|------------|---------|
| 01 | يفضل السائح الإقامة في أماكن ذات طابع تقليدي | التكرار النسبة | 1 | 1 | 1 | 14 | 26 | 43 |
| | | | 2.3% | 2.3% | 2.3% | 32.6% | 60.5% | 100% |
| 02 | تتوفر للسياح وسائل نقل حديثة ومريحة عند التجوال | التكرار النسبة | 6 | 10 | 2 | 15 | 10 | 43 |
| | | | 14% | 23.3% | 4.7% | 34.9% | 23.3% | 100% |

| | | | | % | | | | |
|------|-------|-------|------|------|------|---------|--|-----------|
| 43 | 18 | 16 | 2 | 4 | 3 | التكرار | أسعار الخدمات السياحية | 03 |
| 100% | 41.9% | 37.2 | 4.7% | 9.3% | 7% | النسبة | تلائم ميزانية السائح | |
| 43 | 15 | 17 | 1 | 9 | 1 | التكرار | أسعار الخدمات المقدمة | 04 |
| 100% | 34.9% | 39.5% | 2.3% | 20.9 | 2.3% | النسبة | للسائح معقولة | |
| | | | | % | | | | |
| 43 | 16 | 16 | 3 | 8 | 0 | التكرار | تقرب الوكالات السياحية | 05 |
| 100% | 37.2% | 37.2% | 7% | 18.6 | 0 | النسبة | السياح من أماكن توفر الخدمات السياحية | |
| | | | | % | | | | |
| 43 | 15 | 16 | 2 | 6 | 4 | التكرار | تقترح الوكالة السياحية على | 06 |
| 100% | 34.9% | 37.2% | 4.7% | 14% | 9.3% | النسبة | السياح عدة بدائل لزيارة الأماكن السياحية | |
| | | | | % | | | | |
| 43 | 12 | 11 | 2 | 12 | 6 | التكرار | تعرفت على الاحتفال بالمولد | 07 |
| 100% | 27.9% | 25.6% | 4.7% | 27.9 | 14% | النسبة | النبي الشريف عن طريق (الإعلان, الصحف, الانترنت, العلاقات العامة) | |
| | | | | % | | | | |
| 43 | 22 | 17 | 3 | 1 | 0 | التكرار | تعرفت على الاحتفال بالمولد | 08 |
| 100% | 51.2% | 39.5% | 7% | 2.3% | 0 | النسبة | النبي عن طريق الأصدقاء والأقارب | |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|-------|-------|---------|--|-----------|
| 43 | 9 | 9 | 4 | 12 | 9 | التكرار | الإشهار عن الخدمات | 09 |
| 100% | 20.9% | 20.9% | 9.3% | 27.9% | 20.9% | النسبة | السياحية فترة المولد النبوي كافي | |
| 43 | 29 | 12 | 1 | 1 | 0 | التكرار | تمتع المواطن التيميموني بثقافة | 10 |
| 100% | 67.4% | 27.9% | 2.3% | 2.3% | 0 | النسبة | جيدة لاستقبال والتعامل مع السياح | |
| 43 | 26 | 16 | 0 | 1 | 0 | التكرار | توفير الأمن عامل جذب مهم | 11 |
| 100% | 60.5% | 37.2% | 0 | 2.3% | 0 | النسبة | لاستقطاب السياح إلى تيميمون | |
| 43 | 25 | 13 | 2 | 3 | 0 | التكرار | للكالة دور مهم في استقبال | 12 |
| 100% | 58.1% | 30.2% | 4.7% | 7% | 0 | النسبة | السياح | |
| 43 | 28 | 12 | 1 | 2 | 0 | التكرار | يستعين السياح بالمرشد | 13 |
| 100% | 65.1% | 27.9% | 2.3% | 4.7% | 0 | النسبة | السياسي في الحصول على الخدمات السياحية | |
| 43 | 35 | 8 | 0 | 0 | 0 | التكرار | تلعب المناظر الصحراوية دورا | 14 |
| 100% | 81.4% | 18.6% | 0 | 0 | 0 | النسبة | مهما في جلب السياح إلى المنطقة | |

| | | | | | | | | |
|------|-------|-------|------|------|------|---------|------------------------------------|--------------|
| 43 | 29 | 12 | 1 | 1 | 0 | التكرار | تتوفر منطقة تيميمون على | 15 |
| 100% | 67.4% | 27.9% | 2.3% | 2.3% | 0 | النسبة | معالم أثرية دفع السياح إلى زيارتها | |
| | 48.84 | 31.62 | 3.88 | 11% | 4.65 | | | نسب المحور 2 |
| | % | % | % | | % | | | |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن مانسبته **48.84%** , من أفراد العينة في منطقة تيميمون يوافقون بدرجة موافق بشدة على مستوى انجذاب السياح نحو منطقة تيميمون, ويرجع موقفهم بشكل أساسي إلى رؤيتهم بأن المناظر الصحراوية تلعب دورا مهما في جلب السياح إلى المنطقة, وذلك ما نسبته **81.4%** وأن ما نسبته **31.62%** , يوافقون على توفر المنطقة على مناظر تجذب السائح وتساهم في ترقية السياحة الصحراوية, وأن مانسبته **4.65%** غير موافقين بشدة على ذلك

المحور الأول: الاحتفالات الدينية

الجدول رقم (II-21): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للاحتفالات الدينية :

| الرقم | الفقرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | الأهمية |
|-------|---|-----------------|-------------------|--------|---------|
| 01 | يمثل اللباس التقليدي الأصالة لدى سكان منطقة تيميمون | 4.67 | 0.741 | 01 | عالية |

| | | | | | |
|-------|----|-------|------|---|----|
| عالية | 10 | 0.626 | 4.41 | يعبر اللباس التقليدي ثقافة سكان المنطقة. | 02 |
| عالية | 14 | 0.905 | 4.11 | تعتبر المناسبات فترة للترويج للباس التقليدي لدى سكان منطقة تميمون | 03 |
| عالية | 12 | 0.825 | 4.27 | تحمل الأغاني الشعبية كلمات مؤثرة في السائح. | 04 |
| عالية | 11 | 0.618 | 4.37 | أغاني سكان منطقة تميمون مميزة يفضلها الكثير من السياح. | 05 |
| عالية | 09 | 0.795 | 4.44 | إيقاع البارود رقصة فلكلورية تستقطب العديد من السياح. | 06 |
| عالية | 08 | 0.702 | 4.46 | إيقاع الأهليل قابل لاستقطاب عدد مدهل من السياح وخاصة الأجانب | 07 |
| عالية | 03 | 0.502 | 4.55 | يمثل إيقاع القرقابو موروثا ثقافيا وحضاريا للسكان منطقة تميمون | 08 |
| عالية | 02 | 0.222 | 4.60 | تحافظ الأدوات المستعملة في الإيقاعات الشعبية على مكانتها كمنتوج تقليدي (المكحلة, قرقابو). | 09 |
| عالية | 04 | 0.909 | 4.48 | يتم الترويج لإحدى الأكلات التقليدية في كل مناسبة (المردود, العيش, المرطف,) | 10 |

| | | | | | |
|----|--|------|-------|----|-------|
| 11 | الأكلات التقليدية لازالت تحافظ على مكانتها في منطقة تميمون. | 4.48 | 0.735 | 05 | عالية |
| 12 | يعبر التنوع في الأكلات عن الموروث الحضاري للمنطقة | 4.13 | 1.059 | 13 | عالية |
| 13 | تمتاز صناعة القفة السعفية برواج كبير لدى سكان المنطقة | 4.48 | 0.668 | 06 | عالية |
| 14 | تمتاز صناعة الأفرشة برواج كبير لدى سكان منطقة تميمون | 4.46 | 0.854 | 07 | عالية |
| 15 | تمتاز صناعة الفخار الأسود برواج كبير لدى سكان المنطقة . | 4.55 | 1.278 | 16 | عالية |
| 16 | تعتبر صناعة الحلبي والفضة من أشهر الصناعات المعروفة لدى سكان المنطقة | 4.95 | 1.233 | 15 | عالية |

المصدر : من إعداد الطالبة الاعتماد على مخرجات spss20

من خلال الجدول رقم (II-10) نلاحظ أن العبارة رقم 01 (يمثل اللباس التقليدي الأصالة لدى سكان منطقة تميمون) جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ (4.67), وانحراف معياري بلغ(0.741), بدرجة عالية وبعدها مباشرة جاءت كل من العبارة (تحافظ الأدوات المستعملة في الإيقاعات الشعبية على مكانتها كمنتوج تقليدي (المكحلة,القرقابو) ,بمتوسط حسابي بلغ(4.60) , وانحراف معياري بلغ

(0.622) وبدرجة عالية، أما العبارة التي تنص على أن صناعة الفخار الأسود تمتاز برواج كبير لدى سكان منطقة تيميمون في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.95) و انحراف معياري (1.233) و بدرجة عالية.

المحور الثاني: السياحة الصحراوية

الجدول رقم (II-22): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للسياحة الصحراوية

| الرقم | الفقرات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الرتبة | الأهمية |
|-------|--|-----------------|-------------------|--------|---------|
| 01 | يفضل السائح الإقامة في أماكن ذات طابع تقليدي. | 4.46 | 0.854 | 06 | عالية |
| 02 | تتوفر للسياح وسائل نقل حديثة ومريحة عند التجوال | 3.30 | 1.423 | 13 | متوسطة |
| 03 | أسعار الخدمات السياحية تلائم ميزانية السائح | 3.97 | 1.224 | 09 | عالية |
| 04 | أسعاراً لخدمات المقدمة للسياح معقولة | 3.83 | 1.193 | 11 | عالية |
| 05 | تقرب الوكالات السياحية السياح من أماكن توفر الخدمات السياحية | 3.93 | 1.099 | 10 | عالية |
| 06 | تقترح الوكالة السياحية على | 3.74 | 1.329 | 12 | عالية |

| | | | | | |
|--------|----|-------|------|---|----|
| | | | | السياح عدة بدائل لزيارة الأماكن السياحية | |
| متوسطة | 14 | 1.481 | 3.25 | تعرفت على الاحتفال بالمولد النبوي عن طريق (الإعلان, الصحف, الانترنت, العلاقات العامة) | 07 |
| عالية | 08 | 0.728 | 4.39 | تعرفت على الاحتفال بالمولد النبوي عن طريق الأصدقاء والأقارب | 08 |
| متوسطة | 15 | 1.486 | 2.93 | الإشهار عن الخدمات السياحية فترة المولد النبوي كافية | 09 |
| عالية | 03 | 0.659 | 4.60 | تمتع المواطن التيمموني بثقافة جيدة لاستقبال والتعامل مع السياح | 10 |
| عالية | 04 | 0.628 | 4.55 | توفير الأمن عامل جذب مهم لاستقطاب السياح إلى تيميمون | 11 |
| عالية | 07 | 0.876 | 4.39 | للكوالة دور مهم في | 12 |

| | | | | استقبال السياح | |
|-------|----|-------|------|--|----|
| عالية | 05 | 0.766 | 4.53 | يستعين السياح بالمرشد السياحي في الحصول على الخدمات السياحية | 13 |
| عالية | 01 | 0.393 | 4.81 | تلعب المناظر الصحراوية دورا مهما في جلب السياح إلى المنطقة | 14 |
| عالية | 02 | 0.659 | 4.60 | تتوفر منطقة تميمون على معالم أثرية دفع السياح إلى زيارتها | 15 |

من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS20

من خلال الجدول رقم (II-22): نلاحظ أن العبارة رقم (14) (تلعب المناظر الصحراوية دورا مهما في جلب السياح إلى المنطقة , جاءت في المرتبة الأولى من بين باقي العبارات بمتوسط حسابي بلغ (4.81) , وانحراف معياري بلغ (0.393) بدرجة عالية , وبعدها مباشرة جاءت العبارة (تمتع المواطن التميموني بثقافة جيدة لاستقبال السياح والتعامل مع السياح), وفي الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ(4.60) , وانحراف معياري بلغ (0.659) و بدرجة عالية, أما العبارة التي تنص على أن الإشهار عن الخدمات السياحية فترة المولد النبوي كافية), وفي الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ(2.93), وانحراف معياري بلغ(1.486) و بدرجة متوسطة .

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

سنقوم في هذا المطلب باختبار مدى صحة أو نفي فرضيات الدراسة حيث اعتمدنا على اختبارات التالية:

01 معامل الارتباط R.

02معامل التفسير (R^2).

03 اختبار F

أولاً: علاقة الارتباط بين الاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية من أجل اختبار الفرضية الرئيسية استعملنا معامل بيرسون .

جدول رقم (II-23)

جدول يوضح علاقة الارتباط بين الاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية

| | | المتغير المستقل | | المتغير التابع | |
|--------------------|---------------|----------------------------|-----------------|------------------------|-------------------|
| الصناعات التقليدية | آكلات المنطقة | الأغاني والإيقاعات الشعبية | اللباس التقليدي | معامل الارتباط (R) | السياحة الصحراوية |
| 0.577 | 0.508 | 0.453 | 0.477 | مستوى الدلالة α | |
| *0.000 | 0.001 | 0.002 | 0.001 | | |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

يلاحظ وجود علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المتغير المستقل الاحتفالات الدينية, أي مميزات (اللباس التقليدي, الأغاني والإيقاعات الشعبية, آكلات المنطقة, الصناعات التقليدية), حيث كانت أقوى علاقة إرتباطية بين الصناعات التقليدية والسياحة الصحراوية, حيث كان مقدارها **0.577**, أما الأغاني والإيقاعات الشعبية فسجل علاقة إرتباطية, لكن ضعيفة في مستوى الدلالة α أقل من **0.05**.

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية

هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ للاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية وتتفرع إلى الفرضيات التالية :

حيث قمنا بدراسة فروع المحور الأول والمتغير التابع Y

الفرضية الأولى:

H1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين اللباس التقليدي والسياحة الصحراوية.

H1: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين اللباس التقليدي والسياحة الصحراوية

جدول رقم (II-24): جدول يوضح معامل الارتباط R واختبار F (اللباس التقليدي)

| مستوى الدلالة α | الارتباط R | R^2 | المتغير الثابت C | المتغير المستقل B1 X1 | F |
|---------------------------|------------|-------|------------------|-----------------------------|-------|
| *0.001 | 0.477 | 0.209 | 1.852 | 0.508 | 12.08 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على منخرجات spss20

تبين أن معامل الارتباط R بلغت قيمته 0.477, وهو الارتباط اقل متوسط , أما عن معامل التفسير R^2 فقد بلغت ما قيمته 0.209 , عند مستوى الدلالة $\alpha=0.001^*$ ومن الجدول تبين أن المتغير المستقل للفرع الأول (اللباس التقليدي) يفسر ما نسبته 20.9% من المتغير التابع Y (السياحة الصحراوية) كما بلغت قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية لنموذج فقد بلغت 12.08 هي أكبر من القيمة الجدولة وبالتالي النموذج الكلي مقبول.

الفرضية الثانية :

H1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين الأغاني والإيقاعات الشعبية والسياسة الصحراوية.

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين الأغاني والإيقاعات الشعبية والسياسة الصحراوية.

جدول رقم(II-25) :جدول يوضح معامل الارتباط R واختبار F (الأغاني والإيقاعات الشعبية)

| مستوى الدلالة α | الارتباط R | R^2 | المتغير الثابت C | المتغير المستقل B2 | F |
|---------------------------|------------|-------|------------------|--------------------|-------|
| | | | | X2 | |
| *0.002 | 0.453 | 0.186 | 1.587 | 0.562 | 10.60 |

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20

تبين أن معامل الارتباط R بلغت قيمته 0.453 وهو ارتباط أقل من متوسط , أما عن معامل التفسير (R^2) فقد بلغت قيمته 0.186 عند مستوى الدلالة *0.002, بمعنى أن المتغير المستقل للفرع الثاني (الأغاني والإيقاعات الشعبية يفسر ما نسبته 18.6% من المتغير التابع Y(السياحة الصحراوية), كما بلغت قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية للنموذج فقد بلغت 10.60 هي أكبر من قيمة الجدولة وبالتالي نموذج مقبول.

الفرضية الثالثة:

H1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين أكالات المنطقة والسياسة الصحراوية.

H0: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين أكالات المنطقة والسياسة الصحراوية.

جدول رقم (II-26): يوضح معامل الارتباط R واختبار F (أكلات المنطقة).

| F | المتغير المستقل | المتغير | (R ²) | الارتباط R | مستوى |
|-------|-----------------|----------|-------------------|------------|-----------|
| | B3 X3 | الثابت C | | | الدلالة α |
| 14.24 | 0.420 | 2.254 | 0.240 | 0.508 | *0.001 |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات spss20.

تبين أن معامل الارتباط (R) بلغت قيمته 0.508 وهو ارتباط متوسط، وبلغت قيمته معامل التفسير (R²) 0.240 عند مستوى الدلالة $\alpha=0.001^*$ ومن الجدول تبين أن المتغير المستقل للفرع الثالث (أكلات المنطقة) يفسر ما نسبته 24% من المتغير الوارد بالمتغير التابع Y، (السياحة الصحراوية)، كما بلغت قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية لنموذج فقد بلغت 14.24 هي أكبر من القيمة المحدولة وبالتالي نموذج مقبول

الفرضية الرابعة:

H1: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية.

H1: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية.

الجدول رقم (II-27) : يوضح معامل الارتباط R واختبار F (الصناعة التقليدية).

| مستوى الدلالة α | الارتباط R | (R^2) | المتغير الثابت C | B4 المتغير X4 | F |
|---------------------------|------------|---------|------------------|---------------------|-------|
| *0.000 | 0.577 | 0.316 | 2.186 | 0.463 | 20.43 |

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على مخرجات spss20.

تبين أن معامل الارتباط R بلغت قيمته 0.577 وهو ارتباط متوسط , أما معامل التفسير (R^2) , فقد بلغت قيمته 0.316, عند مستوى الدلالة $\alpha=0.000^*$, و من الجدول تبين أن المتغير المستقل للفرع الرابع (الصناعة التقليدية), يفسر ما نسبته 31.6% من المتغير الوارد بالمتغير التابع Y (السياحة الصحراوية), أما بالنسبة إلى إحصائية F التي تفسر الجودة الكلية للنموذج, فقد بلغت 20.43 هي أكبر من قيمة الجد والية وبالتالي نموذج مقبول.

خاصة الفصل الثاني:

في ختام هذا الفصل وبعد القيام بالدراسة الميدانية, حول موضوع " دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية منطقة تيميمون نموذجا " وذلك بتوظيف المعلومات المتحصل عليها من خلال الاستبيان كأداة للدراسة المطبقة على عينة من الأفراد, الذين زارو المنطقة تيميمون أثناء الاحتفال بالمولد النبوي الشريف, وتحليل نتائجه باستخدام برنامج spss20, وبعض الأساليب الإحصائية كالوسط الحسابي, الانحراف المعياري, الارتباط... الخ, تم مناقشة هذه النتائج للتأكد من صحة فرضيات الدراسة الموضوعية سابقا استخلاصنا أن تقييم السياح للاحتفال بالمولد النبوي الشريف جاء إيجابيا من حيث مساهمته في ترقية السياحة الصحراوية, كما صرح معظم السياح من خلال إجاباتهم في الاستبيان على أن منطقة تيميمون تمتاز بمناطق صحراوية خلابة, وأنها تحتوي على وصناعة تقليدية تساهم في الترويج للسياحة في منطقة تيميمون.

الغائمة

الخاتمة العامة:

وفي ختام هذه الدراسة نستخلص أن الاحتفالات الدينية أخذت مكانة واهتمام كبير لدى المجتمعات وبالأخص المجتمع الجزائري الذي يميزه على غرار باقي البلدان العربية المملكة العربية مناسك الحج والعمرة تنوع ثقافي زاخر بالعادات، والتقاليد، والفنون الشعبية التي أعطت بذورها إضافة للثقافة والسياحة الصحراوية، نكهة فريدة من الإبداع الفني لجلب السياح سواء على الصعيد المحلي أو العالمي، وبالتالي تفعيل الحركة الاقتصادية بتوفير فرص العمل والعمل على المشاركة وإحياء هذه المناسبة وترسيخها والمحافظة عليها لتوريثها للأجيال، كما تساهم في لعب دور آخر في تلاحم أهل المنطقة وتوحيدهم على مبدأ الإخوة.

و من خلال كل ذلك يمكن القول أن السياحة الصحراوية حققت نجاحا باهرا في السنوات الأخيرة من خلال تلك الاحتفالات الدينية، التي سهلت بشكل كبير بانتشار ثقافة راقية، ذات بعد ديني وثقافي.

وعليه من خلال ما سبق تمكنا من الإجابة على الإشكالية الأساسية لموضوع الدراسة من النتائج التطبيقية:

(أ) نتائج الدراسة (الدراسة التطبيقية)

انطلاقا من الفرضيات الدراسة وباستخدام الأدوات والأساليب الإحصائية المشار إليها في المقدمة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ من خلال نتائج الارتباط للفرضية الرئيسية تبين وجود علاقة ارتباط موجبة بين مميزات الفرعية للاحتفالات الدينية والسياحة الصحراوية بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية وهي أقوى علاقة ارتباطية من بين باقي مميزات الاحتفالات الدينية وهذا يدل على أن للصناعة التقليدية لها دور كبير في ترقية السياحة الصحراوية من خلال الحفاظ على الصناعة التقليدية على أكمل وجه وبالتالي ترقى في السياحة الصحراوية.

✓ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين اللباس التقليدي والسياحة الصحراوية, تبين أن معامل الارتباط R وهو ارتباط قوي أما عن معامل التفسير (R^2), أما بالنسبة إلى قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية لنموذج أكبر من القيمة المحدولة وبالتالي النموذج الكلي مقبول وبالتالي قبول الفرضية الأولى.

✓ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha=0.05$ بين الأغاني والإيقاعات الشعبية والسياحة الصحراوية, تبين أن معامل الارتباط R وهو ارتباط قوي, أما عن معامل التفسير (R^2), بمعنى أن المتغير المستقل للفرع الثاني يفسر المتغير التابع Y , أما بالنسبة إلى قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية لنموذج هي أكبر من القيمة المحدولة وبالتالي نموذج مقبول, وبالتالي قبول الفرضية الثانية.

✓ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين أكالات المنطقة والسياحة الصحراوية, تبين أن معامل الارتباط, وهو ارتباط قوي أما عن معامل التفسير فقد بلغت قيمته (R^2) بمعنى أن المتغير المستقل للفرع الثالث يفسر المتغير التابع Y أما بالنسبة إلى قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية لنموذج هي أكبر من القيمة المحدولة وبالتالي نموذج مقبول وبالتالي قبول الفرضية الثالثة.

✓ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ بين الصناعة التقليدية والسياحة الصحراوية, تبين أن معامل الارتباط موجب R وهو ارتباط قوي, أما عن معامل التفسير فقد بلغت قيمته (R^2) بمعنى, أن المتغير المستقل للفرع الرابع يفسر المتغير التابع Y , أما بالنسبة إلى قيمة F المحسوبة التي تفسر الجودة الكلية للنموذج هي أكبر من قيمة المحدولة, وبالتالي نموذج مقبول وبالتالي قبول الفرضية الرابعة.

(ب) إقتراحات الدراسة:

على ضوء النتائج السابقة تمت صياغة مجموعة من التوصيات وهي كالآتي :

- ✓ الاهتمام بتنظيم الاحتفالات الدينية وإكسابها بعدا سياحيا, محليا, دوليا.
- ✓ العمل على تقييم الاحتفالات بتقديم تقارير تتضمن معلومات حول سير فعاليات هذه الاحتفالات من أجل معرفة نقاط القوة والضعف.
- ✓ دعم النوادي والجمعيات المساهمة في إنجاح هذه الاحتفالات بالمساعدة الضرورية, وإجراء تربصات للقائمين عليها من أجل بمهامهم بأكمل وجه.
- ✓ خلق التبادل بين الوكالات السياحية المحلية والأجنبية.
- ✓ فتح مواقع على صفحات الانترنت من أجل التعريف والترويج بالمنتجات الصحراوية في العالم.
- ✓ نشر الأمن و الطمأنينة لدى نفسية السائح.

(ج) أفاق الدراسة:

- ✓ دور المهرجانات الثقافية في ترقية السياحة الصحراوية .
- ✓ السياحة الصحراوية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة.
- ✓ إستراتيجيات ترقية السياحة الصحراوية.

المراجع

قائمة المراجع

أولا :المراجع باللغة العربية

الكتب

1. إبراهيم إسماعيل الحديد, إدارة التسويق السياحي, دار الإعصار العلمي, عمان, ط1, 2010
2. أحمد شاعر العسكري, التسويق مدخل إستراتيجي, دار الشروق للنشر والتوزيع, الأردن, 2000.
3. إياد عبد الفتاح النصور, سلوك المستهلك, دار صفاء للنشر والتوزيع, الأردن, ط2, 2004.
4. بالحاج بن عدون قشار, عوائد ميزات سنن لاتقاليد, غرداية, الجزائر, ط2, 1428هـ- 2007م.
5. جاد الله منال, سلبيات وإيجابيات الممارسات والاحتفالية الدينية (دراسة أنثربولوجية), دار الجلال للطباعة, الإسكندرية, مصر, 2007.
6. حميد عبد الطائي, أصول صناعة السياحة, دار الوراق للنشر والتوزيع الأردن, ط2, 2006.
7. خالد مقابلة, التسويق السياحي الحديث, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن, ط1, 2001.
8. خليف مصطفى عرايبية, السياحة الصحراوية في الوطن العربي(الواقع المأمول), دار فنديا للنشر والتوزيع, بدون ذكر البلد, ط2, 2009.
9. صبري عبد السميع, التسويق السياحي والفندقي, المنظمة العربية للتنمية الإدارية, مصر, 2006.
10. عبد الغني منديب, الدين والمجتمع, دراسة أنثربولوجية للتدين بالمغرب, دار إفريقيا الشرق للنشر والتوزيع, المغرب, 2006.
11. أبو قاسم سعد الله, تاريخ الجزائر الثقافي, دار المغرب الإسلامي للنشر والتوزيع, بيروت, لبنان, المجلد1, ط1, 2005.

12. محمد جاسم الصميدي, إستراتيجية التسويق مدخل كمي وتحليلي, دار الحامد للنشر والتوزيع, الأردن, ط1, 2000.

13. محمد سيد فهمي, الرعاية الاجتماعية الإسلامية, دار وفاء للنشر والتوزيع, مصر, 2006.

14. محمد الصيرفي, مهارات التخطيط السياحي, مكتب الجامعي, الأردن, 2008.

15. محمد عبيدات, التسويق السياحي, دار وائل للنشر والتوزيع, الأردن, ط3, 2008.

16. نعيم الطاهر, سراب إلياس, مبادئ السياحة, دار الميسر للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 2001.

17. وفاء زكي إبراهيم, دور السياحة في التنمية الاجتماعية, المكتب الجامعي الحديث, مصر, 2006.

الرسائل والمذكرات

18. إونيس فاطمة الزهراء, إشكالية التسويق السياحي بالجنوب, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير, قسم العلوم التجارية, جامعة وهران2, 2016/2015.

19. بحفيد حليلة, دور الترويج السياحي في تحسين حركة السياح, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, قسم العلوم التجارية, تخصص اتصال تسويقي, جامعة عمار تليجي, الأغواط, 2014/2013.

20. بودي عبد القادر, أهمية التسويق السياحي في تنمية قطاع السياحي بالجزائر, أطروحة دكتوراه, قسم علوم التسيير, جامعة الجزائر, 2006/2005.

21. حاج احمد ياسين, دور التسويق السياحي في إنعاش السياحة, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, قسم العلوم التجارية, تخصص اتصال تسويقي, جامعة غرداية, 2016/2015.

22. زيرف خديجة, محصر فاطمة الزهراء, معوقات السياحة في ولاية الأغواط, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, قسم علم الاجتماع والديمغرافيا, تخصص علم الاجتماع الحضاري, جامعة عمار تليجي, الأغواط, 2016/2015.

23. قرادة بشير, دور البيئة التسويقية, وأدوات التحليل الإستراتيجي في المؤسسة الاقتصادية, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, قسم العلوم التجارية, تخصص اتصال تسويقي, جامعة غرداية, 2014/2013.

24. لعجال نجاة, طقوس الاحتفالية في المجتمع الجزائري خلال العهد العثماني 1830/1518, مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر, قسم العلوم الإنسانية, تخصص تاريخ, جامعة الوادي, 2014/2013.

25. مداب وسيلة, الممارسات الاحتفالية للبدو المتمدين بالمولد النبوي الشريف في المجال الحضري, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, قسم العلوم الاجتماعية, تخصص إثنوبولوجيا المجال والهوية الاجتماعية, جامعة قاصدي مرباح, ورقلة, 2015/2014.
القوانين والمراسيم:

26. القانون 03-01, المتعلق بالتنمية المستدامة لسياحة, الجريدة الرسمية, العدد 11, المؤرخ في 2003/02/19.

المجلات:

27. الربيع ميمون, حقيقة المولد النبوي الشريف ومكانته في التاريخ البشري, مجلة الثقافة الإسلامية, وزارة الشؤون الدينية والأوقاف, الجزائر, العدد الثاني, 1429هـ, 2006م.

28. زرزار العياشي, مدحي محمد, السياحة الصحراوية كوجهة مستدامة الواقع والأفاق, مجلة المستقبل العربي, العدد 433, 2005.

29. أبو عبد الله غلام الله, حول الاحتفال بالمولد النبوي الشريف, مجلة رسالة المسجد, وزارة الشؤون الدينية والأوقاف, الجزائر, العدد الثالث, 1429هـ/2008م.

الجرائد:

30. جريدة الفجر الجزائرية, 2010/02/25, الموافق, 11 ربيع الأول 1423هـ.

31. جريدة الشروق الجزائرية, 2010/02/25, الموافق 11 ربيع الأول 1423هـ.

القواميس:

32. ريمون بودونوف, بريكو, ترجمة سليم حداد, المعجم لعلم الاجتماع, مؤسسة الجامعية لدراسات, بيروت, لبنان, 2005.

ثانيا:المراجع باللغة الأجنبية :

33. Allan Beaver, A, « **Dictionary,ofTravel and TourismTermimology** » London :CABI Publishing ,2005.
34. Lozato, « **Gegrphi Du Tourisme** »,Massom,Paris,1990.
35. Sbihi Samia ,AcheraiouOuafia« **Essai De L'impact SocioEconomique, De L'activite Touristique, Sur La Commune D'Azeffoun** »,Universite, Mouloud Mommeri, De Tizi – Ouzou,2013.

الملاحق

جامعة غرداية



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الاستبيان

السيد(ة) المحترم(ة):

في إطار التحضير لمذكرة الماستر تخصص اتصال تسويقي بعنوان "دور الاحتفالات الدينية في ترقية السياحة الصحراوية - منطقة تيميمون نموذجا" السنة الجامعية 2016/2017 تم إنجاز هذا الاستبيان كأداة من أدوات الدراسة الميدانية ,للوصول إلى نتائج دقيقة نطلب منكم الإجابة على الأسئلة الواردة فيه لمساعدتنا في تحقيق أهداف البحث . كما نخططكم علما أن كافة البيانات التي سيتم الإدلاء بها تحاط بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي .

نشكركم على تعاونكم مسبقا

I. قسم البيانات الشخصية :

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: من 18 إلى 29 سنة من 30 إلى 39 سنة 40 سنة فأكثر
3. المستوى التعليمي: اقل من ثانوي ثانوي جامعي دراسات عليا
4. طبيعة العمل: طالب موظف عامل حر بدون عمل

أجنبي

خارج الولاية

5. طبيعة السائح: داخل الولاية

II. الاحتفالات الدينية

| الاختيار | | | | | العبارات |
|------------|-------|-------|----------------|----------------|--|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق بشدة | غير موافق بشدة | اللباس التقليدي |
| | | | | | 1 يمثل اللباس التقليدي الأصالة لدى سكان منطقة تميمون . |
| | | | | | 2 يعتبر اللباس التقليدي ثقافة سكان المنطقة |
| | | | | | 3 تعتبر المناسبات فترة للترويج للباس التقليدي لدى سكان منطقة تميمون . |
| | | | | | الأغاني وإيقاعات الشعبية |
| | | | | | 4 تحمل الأغاني الشعبية كلمات مؤثرة في السائح |
| | | | | | 5 أغاني سكان منطقة تميمون مميزة يفضلها الكثير من السياح . |
| | | | | | 6 إيقاع البارود رقصة فلكلورية تستقطب العديد من السياح |
| | | | | | 7 إيقاع الاهليل قابل لاستقطاب عدد مدهل من السياح وخاصة الأجانب |
| | | | | | 8 يمثل إيقاع القراقبو موروثا ثقافيا وحضاريا للسكان منطقة تميمون |
| | | | | | 9 تحافظ الأدوات المستعملة في الإيقاعات الشعبية على مكانتها كمنتوج تقليدي (المكحلة, قراقبو...). |
| | | | | | أكالات المنطقة |
| | | | | | 10 يتم الترويج لإحدى الأكالات التقليدية في كل مناسبة (المردود, العيش, المردف... الخ) |
| | | | | | 11 الأكالات التقليدية لازالت تحافظ على مكانتها في منطقة تميمون |
| | | | | | 12 يعبر التنوع في الأكالات عن الموروث الحضاري للمنطقة |
| | | | | | الصناعات التقليدية |
| | | | | | 13 تمتاز صناعة القفة السعفية برواج كبير لدى سكان المنطقة |
| | | | | | 14 تمتاز صناعة الافرشة برواج كبير سكان المنطقة . |
| | | | | | 15 تمتاز صناعة الفخار الأسود برواج كبير لدى سكان منطقة |
| | | | | | 16 تعتبر صناعة الحلبي والفضة من أشهر الصناعات المعروفة لدى سكان المنطقة |

III. السياحة الصحراوية

| الاختيار | | | | | العبارات |
|------------|-------|-------|------------|----------------|--|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافقا | غير موافق بشدة | الخدمة السياحية |
| | | | | | 17 يفضل السائح الإقامة في أماكن ذات طابع تقليدي. |
| | | | | | 18 تتوفر للسياح وسائل نقل حديثة ومرمجة عند التحوال |
| | | | | | التسعير السياحي |
| | | | | | 19 أسعار الخدمات السياحية تلائم ميزانية السائح . |
| | | | | | 20 أسعار الخدمات المقدمة للسياح معقولة . |
| | | | | | التوزيع السياحي |
| | | | | | 21 تقرب الوكالات السياحية السياح من أماكن توفر الخدمات السياحية |
| | | | | | 22 تقترح الوكالة السياحة على السياح عدة بدائل لزيارة الأماكن السياحية . |
| | | | | | الترويج السياحي |
| | | | | | 23 تعرفت على الاحتفال بالمولد النبوي عن طريق (الإعلان, الصحف, لانترنت, العلاقات العامة...) |
| | | | | | 24 تعرفت على الاحتفال بالمولد النبوي عن طريق الأصدقاء و الأقارب . |
| | | | | | 25 الإشهار عن خدمات السياحة فترة المولد النبوي كافية . |
| | | | | | الجمهور (الناس) |
| | | | | | 26 تتمتع المواطن التيميموني بثقافة جيدة لاستقبال والتعامل مع السياح . |
| | | | | | 27 توفير الأمن عامل جذب مهم لاستقطاب السياح إلى تيميمون |
| | | | | | الإجراءات |
| | | | | | 28 للوكالة دور مهم في استقبال السياح . |
| | | | | | 29 يستعين السياح بالمرشد السياحي في الحصول على الخدمات السياحية . |

| البيئة المادية | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| 30 تلعب المناظر الصحراوية دورا مهما في جلب السياح إلى المنطقة . | | | | | |
| 31 تتوفر منطقة تيميمون على معالم أثرية دفع السياح إلى زيارتها . | | | | | |

انتهى

الملحق II-02: قائمة الأساتذة المحكمين

| اسم الأستاذ المحكم | مجال التخصص |
|--------------------|-------------|
| د/ غريل مولود محمد | التسويق |
| إ/ بهاز لويزة | التسويق |
| إ/ بوداود بومدين | التسويق |
| إ/ أولاد حيمودة | التسويق |

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|--|-------------------|--------|
| 1 | صناعات, اكلات, اللباس, اغاني ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. All requested variables entered.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .640 ^a | .410 | .348 | .44055 | .410 | 6.597 |

a. Predictors: (Constant), صناعات, اكلات, اللباس, أغاني

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 5.122 | 4 | 1.280 | 6.597 | .000 ^b |
| | Residual | 7.375 | 38 | .194 | | |
| | Total | 12.497 | 42 | | | |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. Predictors: (Constant), صناعات, اكلات, اللباس, أغاني

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .477 ^a | .228 | .209 | .48520 | .228 | 12.082 |

a. Predictors: (Constant), اللباس

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 2.844 | 1 | 2.844 | 12.082 | .001 ^b |
| | Residual | 9.652 | 41 | .235 | | |
| | Total | 12.497 | 42 | | | |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. Predictors: (Constant), اللباس

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.852 | .648 | | 2.858 | .007 |
| | اللباس | .508 | .146 | .477 | 3.476 | .001 |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .453 ^a | .205 | .186 | .49211 | .205 | 10.603 |

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 2.568 | 1 | 2.568 | 10.603 | .002 ^b |
| | Residual | 9.929 | 41 | .242 | | |
| | Total | 12.497 | 42 | | | |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. Predictors: (Constant), اغاني

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.587 | .772 | | 2.055 | .046 |
| | اغاني | .562 | .173 | .453 | 3.256 | .002 |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .508 ^a | .258 | .240 | .47561 | .258 | 14.244 |

a. Predictors: (Constant), أكالات

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 3.222 | 1 | 3.222 | 14.244 | .001 ^b |
| | Residual | 9.275 | 41 | .226 | | |
| | Total | 12.497 | 42 | | | |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. Predictors: (Constant), اكالات

Coefficients

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.254 | .492 | | 4.582 | .000 |
| | اكالات | .420 | .111 | .508 | 3.774 | .001 |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .577 ^a | .333 | .316 | .45103 | .333 | 20.431 |

a. Predictors: (Constant), صناعات

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 4.156 | 1 | 4.156 | 20.431 | .000 ^b |
| | Residual | 8.341 | 41 | .203 | | |
| | Total | 12.497 | 42 | | | |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

b. Predictors: (Constant), صناعات

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.186 | .427 | | 5.120 | .000 |
| | صناعات | .463 | .102 | .577 | 4.520 | .000 |

a. Dependent Variable: السياحة الصحراوية

الملحق II-04 : الحاضرة الفندقية للمقاطعة الإدارية بتيميمون إلى غاية 201/12/31

| عدد الغرف والأسرة | | التصنيف | تاريخ بداية النشاط | اسم المؤسسة | الرقم |
|-------------------|------------|----------------------------|--------------------|----------------------|-----------|
| الأسرة | الغرف | | | | |
| 192 | 98 | مصنف 03 نجوم تصنيف قديم | 1973 | فندق قورارة | 01 |
| 70 | 35 | غير مصنف | 2011/05/08 | فندق مولاي الحسين | 02 |
| 46 | 22 | غير مصنف | 2003/07/12 | فندق اغرر | 03 |
| 88 | 44 | مصنف 03 نجوم بتحفظ | 2012/02/21 | فندق قصر ماسين | 04 |
| 396 | 199 | العدد الإجمالي | | | |

الملحق II - 05 : مخيمات المقاطعة الإدارية بتميمون 2016/12/31.

| عدد الغرف والأسرة | | التصنيف | تاريخ بداية النشاط | اسم المؤسسة | الرقم |
|-------------------|------------|-----------------------|--------------------|------------------|-------|
| الأسرة | الغرف | | | | |
| 24 | 06 | غير مصنف | 2012/10/16 | مخيم تينفراس | 01 |
| 97 | 30 | غير مصنف | 2015/03/23 | مخيم تيطاوين | 02 |
| 78 | 40 | غير مصنف | 2011/03/28 | مخيم وردة الرمال | 03 |
| 35 | 04 | غير مصنف | 2010/08/15 | مخيم النخيل | 04 |
| 234 | 110 | العدد الإجمالي | | | |

الملحق II-06 : النشاط السياحي خلال الفترة الأخيرة 2011 - 2016

| السنة | داخلي | خارجي | الإجمالي |
|---------|-------|-------|----------|
| 2011 | 12747 | 634 | 13381 |
| 2012 | 13602 | 1486 | 15088 |
| 2013 | 15121 | 660 | 15781 |
| 2014 | 14401 | 780 | 15181 |
| 2015 | 11901 | 973 | 12874 |
| 2016 | 15857 | 1553 | 17410 |
| المجموع | 83629 | 6086 | 89715 |

الملحق II-07 : قائمة الدواوين السياحية :

| الرقم | البلدية | اسم الديوان | أسم رئيس الديوان | رقم وتاريخ الاعتماد | العنوان |
|-------|---------|-----------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| 01 | أدرار | الديوان المحلي للسياحة أدرار | النواري محمد | رقم 409 في 1987/04/20 | بلدية أدرار |
| 02 | تمنظيط | الديوان المحلي للسياحة تمنظيط | بن حمو العربي | رقم 253 في 1988/03/13 | 160 مسكن تمنظيط |
| 03 | رقان | الديوان المحلي للسياحة رقان | أبا علال سالم | رقم 26 في 1988/10/19 | قصر النفيس رقان |
| 04 | أولف | الديوان المحلي للسياحة أولف | باسودي أحمد | رقم 254 في 1988/03/13 | مركز الصناعة التقليدية أولف |
| 05 | أقبلي | الديوان المحلي للسياحة أقبلي | نشاش محمد | رقم 19 في 2003/03/29 | مقر بلدية أقبلي |
| 06 | تيميمون | الديوان المحلي للسياحة تيميمون | السلخ إبراهيم | رقم 259 في 2003/03/29 | السوق المغطاة تيميمون |
| 07 | شروين | الديوان المحلي للسياحة | النعماوي محمد عبد الله | رقم 59 | القسم سابقا شروين |

| | | | | | |
|--|---------------------------|-------------------|------------------------------------|----------|----|
| | في 20/07/2003 | | شروين | | |
| قصر حماد بلدية تسايت | / | عزاوي مبروك | الديوان المحلي للسياحة تسايت | تسايت | 08 |
| بلدية تيمياوين دائرة برج باجي المختار | رقم 1454 في 2008/12/13 | مخطاري على | الديوان المحلي للسياحة تيمياوين | تيمياوين | 09 |
| بلدية أنجزمير | رقم 119 في 2008/07/15 | السعيدي محمد ناجم | الديوان المحلي للسياحة بأنجزمير | أنجزمير | 10 |
| بلدية تيمقطن | رقم 77 في 1998/10/20 | بسودي لحسن | الديوان المحلي للسياحة تيمقطن | تيمقطن | 11 |
| بلدية المطارفة | رقم 03 في 2013/08/05 | محفوظ مبارك | الديوان المحلي للسياحة المطارفة | المطارفة | 12 |

الملحق II-08: الوكالات المعتمدة:

| عدد العمال | الطبيعة القانونية | المسير | العنوان | تاريخ الإعتماد | البلدية | التسمية |
|------------|-------------------|--------------------|--------------------------------------|---------------------------|---------|--------------------------|
| 06 | خاصة | حمدي البركة | حي 80 مسكن كتلة ف رقم 02 ادرار | 04/636 بتاريخ 2003/09/28 | أدرار | تاكروم وجولات |
| 05 | عمومية | شلاي عبد الكريم | ساحة الشهداء أدرار | 99/0041 بتاريخ 2000/03/03 | أدرار | النادي السياحي |
| 04 | خاصة | قلوم أحمد | المركز التجاري أدرار | 92/121 بتاريخ 2000/10/09 | أدرار | ادرار جولات |
| 06 | خاصة | بلعقون محمد | شارع بوزيدي عبد القادر أدرار | 99/405 بتاريخ 1999/12/22 | أدرار | الهامل للسياحة والسفر |
| 06 | خاصة | ولد النصير احمد | شارع عبد القادر زيادي تيميمون | 15/14 بتاريخ 2015/05/12 | تيميمون | بحر الرمال |
| 06 | خاصة | السلخ إبراهيم | شارع النخيل تيميمون | 07/848 بتاريخ 2007/04/01 | تيميمون | تيقورارين ترك |

| | | | | | | |
|----|--------|---------------------|---|--|--------|--------------------------------------|
| 06 | خاصة | سلكة عبد المجيد | شارع العربي بن مهدي تميمون | 11/151 بتاريخ 2011/07/28 موافقة مبدئية 2014/03/12 | تميمون | نبكة للسياحة والسفر |
| 05 | عمومية | عادل مصطفى | طريق فندق قورارة تميمون | 92/21 بتاريخ 1992/02/14 | تميمون | الديوان الوطني الجزائري (ONAT) |
| 08 | خاص | جبايلي مصطفى | شارع النخيل تميمون | 2000/366 بتاريخ 2000/01/21 | تميمون | قورارة جولات |
| 02 | خاص | عكوشي خيرة | حي عيسات إيدير قسم 09 جزء مليكة رقم 86 أدرار | 2011//585 بتاريخ 2014/12/04 | أدرار | نصر الدين عبد الدايم للأسفار |
| 01 | خاص | عتيق عبد الرحمان | طريق همو الفار رقم 02 تميمون | 2012/249 بتاريخ 2012/04/23 | تميمون | بدو الصحراء للسفر والسياحة |

الملحق II-09: قائمة الجمعيات السياحية

| الرقم | البلدية | إسم الجمعية | أسم رئيس الجمعية | رقم وتاريخ الاعتماد | العنوان |
|-------|---------|--|------------------|--------------------------|---------------|
| 01 | تيميمون | جمعية العرق الغربي الكبير للتبادل السياحي | بلبالي بشير | رقم 049 2003/06/19 | بلدية تيميمون |
| 02 | تيميمون | جمعية أصدقاء تيميمون | السلخ عثمان | رقم 367 في 2004/02/09 | بلدية تيميمون |
| 03 | تيميمون | جمعية تين ميمون للحفاظ على الآثار والتراث المحلي | عماري محمد سالم | رقم 139 في 2009/06/29 | بلدية تيميمون |

الفهرس

| | |
|---|--|
| I | الإهداء |
| II | كلمة الشكر |
| III | الملخص |
| IV | قائمة المحتويات |
| V | قائمة الجداول |
| VI | قائمة الأشكال |
| VII | قائمة الملاحق |
| أ - هـ | المقدمة |
| الفصل الأول : الجانب النظري والدارسات السابقة | |
| المبحث الأول: الأدبيات النظرية | |
| 09 | المطلب الأول: البيئة التسويقية |
| 11 | المطلب الثاني: الاحتفالات الدينية في البلدان الإسلامية |
| 18 | المطلب الثالث: السياحة والسياحة الصحراوية |
| 28 | المبحث الثاني: الدارسات السابقة |
| 28 | المطلب الأول: الدارسات المحلية |
| 30 | المطلب الثاني: الدارسات العربية |
| 32 | المطلب الثالث: الدارسات الأجنبية |
| 34 | خلاصة الفصل الأول |
| الفصل الثاني: الدراسة الميدانية | |
| المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة | |
| 37 | المطلب الأول: طريقة الدراسة |
| 40 | المطلب الثاني: أدوات جمع وتحليل البيانات |
| 43 | المطلب الثالث: وصدق وثبات الاستبيان |
| 47 | المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة |
| 56 | المطلب الأول: عرض النتائج |
| 63 | المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة |
| 76 | المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة |

| | |
|----|--------------------------|
| 83 | خلاصة الفصل الثاني |
| 85 | الخاتمة |
| 90 | المراجع |
| 95 | الملاحق |