

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: تسويق الخدمات

بمعنوان:

أثر البيئة المادية في جذب (إقبال) السياح

" دراسة ميدانية لمنتج اجداغ تور - ورقلة - "

إعداد الطالبة: عفاف مكاي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ/

رئيسا.

الأستاذة/ خليدة دهوم

مشرفا.

الأستاذ/

مناقشا.

الموسم الجامعي: 2019-2020

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم التجارية
التخصص: تسويق الخدمات
بعنوان:

أثر البيئة المادية في جذب (إقبال) السياح
" دراسة ميدانية لمنتجع اجداغ تور - بورقلة - "

إعداد الطالبة: عفاف مكاوي

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذ/

الأستاذة/خليدة دهوم

الأستاذ/

رئيسا.

مشرفا.

مناقشا.

الموسم الجامعي: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى اللذان قال فيهما الله عز وجل

"وقضى ربك إن لا تعبد إلا إياه وبالوالدين إحساناً"

إلى أفراد أسرتنا كل واحد باسمه

إلى كل الأعبة

ولكل من أثار لنا طريق في سبيل تحصيل ولو بقدر بسيط من المعرفة

إلى كل من يقدر العلم ويسعى لطلبه

ولا ننسى إهداء هذا العمل إلى جميع زملائي في الدراسة وخاصة إخوتي التي لم

تنجبهم أمي عزيزتي أسماء، بن دومة عبير، بودراح وداد، معمرى بثينة



الشكر والتقدير

الحمد لله كثيرا على نعمة التي أنعم علينا، والصلاة والسلام على ذاته
الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد سيد الخلق أجمعين، أما بعد:

"لا يشكر الله من لا يشكر الناس"

أتقدم بوافر الاحترام والشكر إلى الدكتوروة الفاضلة خديجة دلموم
لتفضلها قبول الاشراف على هذه المذكرة والتي لم تبخل علي
بتوجيهاتها البناءة وملاحظتها القيمة وأدعوا لها بدوام الصحة والعافية
والشكر والتقدير لأساتذتس الكرام، أعضاء لجنة المناقشة، وذلك
لتفضلهم قبول مناقشة هذا العمل، وكلي ثقة في أن مناقشتكم ستضيف
إلى هذه المذكرة قيمة أنا في أمس الحاجة إليها
كما لا يفوتوني أن أتقدم بالشكر الجزيل لإدارة كلية العلوم الاقتصادية
وعلوم التجارية وعلوم التسيير، ممثلة بعميد الكلية على كل ما يقدمونه
من اهتمام للدارس



المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير البيئة المادية في تحقيق جذب السياح بمنتجع اجداغ تور بمدينة ورقلة، من خلال أبعاد البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الأساسي)، حيث تم استخدام المنهج الوصفي واستخدام الاستبيان الإلكتروني وتمثل في 72 استبانة موزعة على السائحين. وعلى ضوء ذلك تم جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات عن طريق استخدام برنامج SPSS كأداة إحصائية، لتخرج الدراسة بعدد من النتائج تتمثل أهمها في:

- ✓ منتجع اجداغ تور يتوفر على عناصر البيئة وقد بشكل عالي وقد كان بعد الدليل المحيط أعلى من الدليل الأساسي؛
 - ✓ وجود علاقة بين عناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الأساسي) والجذب السياحي؛
 - ✓ توصلنا على أنه لا يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الجنس.
- الكلمات المفتاحية: بيئة مادية، دليل أساسي، دليل محيط، سائح، جذب السياحي.

This study aimed to know the extent of the impact of the physical environment on achieving attracting tourists in the resort of Igdag Tour in the city of Ouargla, through the dimensions of the physical environment (surrounding evidence, basic evidence), where the descriptive approach was used and the electronic questionnaire was used, which consisted of 72 questionnaires distributed among tourists.

In light of this, data were collected and analyzed, and hypotheses were tested by using the SPSS program as a statistical tool. The study came out with a number of results, the most important of which are:

- Agdag Tour Resort has the elements of the environment and has a high volume and the surrounding index dimension was higher than the basic evidence؛
- The existence of a relationship between the elements of the physical environment (surrounding guide, main guide) and attractions؛
- We found that there was no difference in the attitudes of the study sample individuals about attracting tourists due to the gender variable.

Key words: physical environment, basic guide, ocean guide, tourist, tourist attraction

قائمة المحتويات

III	الإهداء
IV	الشكر
VI	الملخص
VI	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
ب	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للبيئة المادية و جذب السياح	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الاطار المفاهيمي للبيئة المادية و جذب السياح
13	المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية للبيئة المادية والجذب السياحي
23	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة ميدانية لمنتجع اجداغ تور بمدينة ورقلة	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
30	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
44	خلاصة الفصل
46	خاتمة
49	المراجع
53	الفهرس
68	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
04	عناصر البيئة المادية للخدمة	(1/1)
19	الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	(2/1)
26	عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	(1/2)
28	مقياس ليكارت الخماسي	(2/2)
28	طريقة حساب المتوسط الحسابي المرجح	(3/2)
29	نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لكل محورين	(4/2)
30	نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ	(5/2)
31	تكرارات حسب متغير الجنس	(6/2)
31	تكرارات حسب متغير العمر	(7/2)
32	تكرارات حسب متغير المستوى التعليمي	(8/2)
32	تكرارات حسب متغير الوظيفة	(9/2)
33	تكرارات حسب متغير الحالة العائلية	(10/2)
33	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير المستقل (الدليل المحيط)	(11/2)
34	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير المستقل (الدليل الاساسي)	(12/2)
35	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير التابع (الجذب السياحي)	(13/2)
36	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الاساسي)	(14/2)
36	قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجذب السياحي	(15/2)
37	قيم معاملات الارتباط بين البيئة المادية والجذب السياحي	(16/2)
37	تباين خط الانحدار للبيئة المادية والجذب السياحي	(17/2)
38	قيم معاملات خط الانحدار للبيئة المادية والجذب السياحي	(18/2)
39	نتائج اختبار ANOVA للفرضية الرابعة	(19/2)
40	نتائج اختبار T-test للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الأولى	(20/2)
41	نتائج اختبار ANOVA للفرضية الفرعية الثانية، الثالثة، الرابعة، والخامسة للفرضية الخامسة	(21/2)
41	نتائج ANOVA للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الثانية	(22/2)
41	نتائج ANOVA للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الثالثة	(23/2)
42	نتائج ANOVA للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الرابعة	(24/2)
42	نتائج ANOVA للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الخامسة	(25/2)

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
09	تصنيفات السياح	(1-1)
27	العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل	(1-2)
31	تكرارات حسب متغير الجنس	(2-2)
31	تكرارات حسب متغير العمر	(3-2)
32	تكرارات حسب متغير المستوى التعليمي	(4-2)
32	تكرارات حسب متغير الوظيفة	(5-2)
33	تكرارات حسب متغير الحالة العائلية	(6-2)
39	خط الانحدار	(7/2)

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
53	استمارة أسماء الأساتذة المحكمين	1
53	استمارة الاستبيان النهائي	2
56	تكرارات المتغيرات الشخصية	3
57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبيان	4
57	تحليل معامل ألفا كرونباخ	5
58	العلاقة بين الدليل المحيط والدليل الاساسي	6
59	نتائج ANOVA للفرضية الرابعة	7
59	نتائج اختبار الفرضية الخامسة	8
60	تباين خط الانحدار	9
60	قيم معاملات خط الانحدار	10
61	صور منتجع اجداغ تور	11

مقدمة

- توطئة:

تمثل السياحة قطاعًا مهمًا لدى العديد من الدول، وأكبر الصناعة التي تعرف نمواً متسارعاً، فنجدها تمثل أكثر من ثلث إجمالي تجارة الخدمات في بعض هذه الدول، وهذا للأرباح الكبيرة التي تدرها عليهم، فهي تساهم في جزء كبير من الدخل الوطني من العملة الصعبة، ومصدر رئيسي لتوليد فرص العمل لا سيما في المناطق النائية.

تعتبر الجزائر من بين الدول التي أحباها الله بثروات طبيعية هائلة ومناظر طبيعية خلابة جعلتها قطب سياحي واعد فالصحراء الكبرى تعتبر من أهم قطاع الثروات نظرا لتوفر الأماكن الطبيعية (لتوفرها على إمكانيات سياحية هائلة)، حيث تحتل صحراء أكبر مساحة في الجزائر وهي بدورها تحتوي على أماكن توحى بالتراث وثقافة حيث تتميز كل منطقة بتراثها وأماكن تعبر عن ثقافتها وعاداتها وتقليدها أدت إلى الاهتمام بها، وتعتبر في وقتنا الحاضر قطاعا اقتصاديا واجتماعيا مربحا لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح، وهذا راجع للبيئة المادية الطبيعية التي يسعى للحفاظ عليها لأنها تعتبر تراث ثقافي للمنطقة من أهم عناصر الحفاظ على السياحة هيا نظفتها والاهتمام بالجمال الطبيعي في المناطق الصحراوية وهذا يكسبنا معادلة بين الجانب الاقتصادي والاجتماعي.

يعد منتجع اجداغ تور إحدى الاستثمارات السياحية المهمة التي نعمت بها مدينة ورقلة لتشجيع وتنشيط السياحة الصحراوية والترويج للصناعات التقليدية والثقافة الصحراوية وعليه جذب سياح من مختلف الدول، كما يعد المنتجع اجداغ تور احد الأنشطة البشرية التي تتأثر بملامح البيئة المحيطة والتي لها دور في توزيع مواقع الاستجمام والترفيه وفي تحديد مدة اقامتهم ومواسم زيارتهم، فالسياحة مترابطة بشكل وثيق مع البيئة المادية، فمعظم الأنشطة السياحية تجذب السياح إليها تعتمد على المشاهدة والاستمتاع بالمناظر الطبيعية والاصطناعية، وعلى الرغم من أن المبادئ الأثرية والتاريخية هي من أنجاز الحضارة الإنسانية والتي بمرور الزمن ستأثر بالعديد من السياح لمشاهدة والاطلاع عليها.

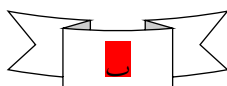
- طرح الإشكالية: مما سبق يمكن صياغة سؤال الإشكالية كما يلي:

إلى أي مدى تؤثر البيئة المادية في تحقيق جذب السياح بمنتجع اجداغ تور بورقلة؟

ولمعالجة هذه الإشكالية قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يتوفر منتجع اجداغ تور على مستوى عالي من عناصر البيئة المادية؟
- هل يوجد توافد للسياح لمنتجع اجداغ تور بدرجة عالية؟
- هل توجد علاقة بين البيئة المادية وجذب السياح؟
- هل تؤثر عناصر البيئة المادية للمنتجع على جذب السياح؟
- هل يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغيرات الشخصية؟

- فرضيات الدراسة: وللإجابة على هذه الأسئلة نضع لها الفرضيات التالية:



- يتوفر منتجع اجداغ تور على عناصر البيئة المادية بشكل عالي؛
- يتوافد السياح لمنتجع اجداغ تور بدرجة عالية؛
- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البيئة المادية وجذب السياح؛
- تؤثر عناصر البيئة المادية لمنتجع اجداغ تور على جذب السياح؛
- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

- مبررات اختيار الموضوع: تم اختيار الموضوع للاعتبارات الذاتية والموضوعية التالية:

1- الاعتبارات الذاتية: وتمثلت في:

- أ- الرغبة والميول لدراسة موضوع البيئة المادية وأثرها على جذب السياح؛
- ب- الفضول العلمي وروح الاكتشاف؛
- ج- الرغبة في التعرف على الأماكن الطبيعية والحضارية والمعالم الأثرية المتواجدة في المنتجع.

2- الاعتبارات الموضوعية: وتمثلت في:

- أ- قلة الأبحاث والدراسات المتعلقة بالبيئة المادية؛
- ب- التعرف على أثر عناصر البيئة المادية على جذب السياح.

- أهمية الدراسة:

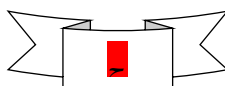
تمثل أهمية البحث من كونه يجمع بين متغيرين بالغين الأهمية في وقتنا الحاضر وهي البيئة المادية وجذب السياح التي أصبحت تشكل محورا هاما في مجال الدراسات بالنسبة للعديد من الباحثين، وحتى بالنسبة لمختلف الهيئات والمنظمات الدولية التي تدعو إلى ضرورة التوجه والاهتمام إلى البيئة المادية التي تهتم بالحفاظ على الموارد الطبيعية كبديل عن السياحة التقليدية، أما من الناحية العملية فالكل يسعى من حكومات ومنظمات إلى تجسيد مختلف التوصيات والبرامج المقترحة في سبيل تحقيق جذب السياح، والاستفادة من المزايا التي توفرها على مختلف المستويات الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية.

- أهداف الدراسة: نسعى من خلال قيامنا بهذه الدراسة إلى:

- 1) التعرف على البيئة المادية وعلى أهم عناصرها؛
- 2) معرفة كيف تساهم البيئة المادية في تحقيق جذب السياح؛
- 3) التعرف على الجذب السياحي وعلى أهم عوامله؛
- 4) المساهمة العلمية في التعرف على طبيعة العلاقة بين أثر البيئة المادية وجذب السياح؛

- حدود الدراسة:

- 1) المجال المكاني: الدراسة منتجع اجداغ تور للمستثمر " حليمي " الواقع بدائرة نقوسه التابعة لولاية ورقلة.
- 2) المجال الزمني: حددت مدة البحث من فيفري إلى مارس 2020 وتوقفت الدراسة بسبب كوفيد 19 ثم استأنفت العمل من جديد بداية من 25 أوت.



(3) الحدود الموضوعية: اقتصرَت الدراسة على تحديد الإطار المفاهيمي للبيئة المادية وجذب السياح وأهم عوامله.

- منهج البحث والأدوات المستخدمة:

لمعالجة الموضوع تم اعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي على أسلوب دراسة ميدانية للمركب السياحي عن طريق توزيع استبيان على سياحه وتحليل نتائجه باستخدام الحزمة الإحصائية المناسبة لهذا الموضوع.

- صعوبات الدراسة:

- يعترض أي بحث عراقل وصعوبات تجعل القائم به يفقد قليلا أو كثيرا من فرص إتمامه على النحو الذي يرغب فيه، حيث صادفتني عدة صعوبات أثناء إنجازي لعملي هذا، نذكر منها:
- صعوبة إيجاد المعلومات والإحصائيات المتعلقة بالبيئة المادية؛
 - صعوبة الحصول على المراجع وذلك بسبب غلق المكتبات العامة والجامعية في ظل هذه الظروف؛
 - صعوبة تطبيق الدراسة الميدانية في منتجع اجداغ تور بسبب غلقه؛
 - صعوبة في استرجاع الاستبيانات الموزعة؛
 - صعوبة إنجاز الجانب التطبيقي في الميدان بسبب جائحة كوفيد -19؛

- مرجعية الدراسة:

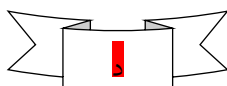
تم الاعتماد في الجزء النظري على مجموعة من المراجع والمصادر متمثلة في: الكتب، الرسائل الجامعية (ماجستير، دكتوراه)، الكتب الإلكترونية، المقالات في المواقع الالكترونية، أما في الجانب التطبيقي فيعتمد على آراء العينة حول المحاور في الاستبيان الموزع، وتوظيف الملاحظة الواقعية ونتائج الدراسات السابقة في المقارنة بين النتائج.

- هيكل الدراسة:

بهدف معالجة الإشكالية المطروحة واختبار فرضيات الدراسة، قمنا بتقسيمها على النحو التالي:

الفصل الأول: تناول الأدبيات النظرية والتطبيقية اثر البيئة المادية في جذب (إقبال) السياح إضافة إلى بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة.

الفصل الثاني: تناول الدراسة التطبيقية بالتعرف على البيئة المادية وأثرها على جذب السياح لدى سياح منتجع اجداغ تور محل الدراسة مع مناقشتها إحصائيا وحسب الواقع.



الفصل الأول: الأدبيات
النظرية للبيئة المادية وجذب
السياح

تمهيد

تعتبر البيئة المادية من أهم عناصر المزيج التسويقي الخدمي التي تهتم بها المؤسسات الخدمية وتتصدر اهتماماتهم، لكونها تقضي نوعاً ما على إشكالية الاملموسية في الخدمة فهي تستقطب زبائن باستمرار وتحدد قرارهم الشرائي. وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم البيئة المادية، أهميتها، تصنيفها، عناصرها، ثم نقوم بتوضيح ماهية الجذب السياحي وأخيراً إظهار الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة وقد قسم هذا الفصل كما يلي:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية وجذب السياح.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للبيئة المادية وجذب السياحي.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية وجذب السياح

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى ماهية البيئة المادية وذلك بعرض التعاريف التي وضعها الباحثين والكتاب وأهميتها وكيف تم تصنيفها، وكذا سيتم من خلال هذا المبحث تسليط ضوء على الجذب السياحي.

المطلب الأول: ماهية البيئة المادية:

من خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى مفهوم البيئة المادية وأهميتها إضافة إلى تصنيفها وعناصرها.

الفرع الأول- تعريف البيئة المادية:

1-عرفها christopher lovelock وآخرون: على أنها كافة التجهيزات والمستلزمات والمعدات والعناصر الملموسة، التي

تعطي للزبون مؤشرات حول جودة الخدمة؛¹

كما تطرقت المواصفات العالمية ISO ضمن مفاهيم الهندسة البشرية إلى مفردات بيئة العمل المادية والتي تشمل: المكائن، المعدات الأدوات، الأجهزة والمركبات وكل شيء مادي يساهم في العملية الإنتاجية؛²

2-عرفها زاهر عبد الرحيم عاطف: على أنها تتمثل في كافة الأشياء والعلامات الملموسة المستخدمة في تقديم الخدمة للعميل، أو

تعميق شعوره المادي بها كأجهزة الحسابات الآلية أجهزة التكييف، آلات التصوير المستندات، مولدات الطاقة الكهربائية، الانترنت؛³

بناء على ما سبق يمكن الاستنتاج أن البيئة المادية: هي المكان الذي يتفاعل فيه الزبون مع مقدم الخدمة إضافة إلى كافة اللوازم والمتطلبات الملموسة المستخدمة في خدمة الزبون.

الفرع الثاني: تصنيف البيئة المادية: يمكن تصنيف البيئة المادية إلى الدليل الأساسي ودليل محيط أو شكلي كما يلي:

(1) الدليل الأساسي essential evidence: يعرف على أنه الدليل لا يمكن امتلاكه ومع ذلك قد يكون له مهما

جدا في تأثيره على قرار شراء الخدمة حتى أنه يعد عنصرا هاما بحكم وضعه، فالمظهر الخارجي العام، وتصميم الفندق،

موديل السيارة المستأجرة ونوعها، نوع الطائرة المستخدمة من قابل الناقل كلها جميعا أمثلة على الدليل الأساسي.⁴

(2) الدليل المحيط perepheral evidence: يعد الدليل المحيط أو الشكلي جزءا فعالا يمتلك قيمة أساسية في

عملية شراء خدمة. فمثلا: تذكرة الدخول إلى المسرح وحدها ذات قيمة ما لم يتم قبولها واعتمادها، فهي تؤكد لحاملها

على خدمة فحسب ولكنها ليست بديلا عنها.⁵

¹ Christopher lovelock et autre, **marketing des services**, penrson education , France .6 edition .2008,p27.

² فواد يوسف عبد الرحمان، بيئة العمل المادية وأثرها في تحسين أداء العاملين دراسة استطلاعية في شركة عامة للصناعات الكهربائية، عملة الإدارة والاقتصاد، العدد 91، 2012، ص 10.

³ زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق خدمات، طبعة الأولى، دار الراءية للنشر وتوزيع، الأردن، 2011، ص 49.

⁴ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة السادسة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، (2015)، ص 418.

⁵ المرجع السابق، ص 419.

فالدليل المحيط يضاف إلى قيمة الدليل الأساسي للخدمة فقط في حالة تقدير العميل لدلائل تلك الخدمة.

مما سبق نستنتج أن الدليل الأساسي والدليل المحيط مقترنين مع صورة أخرى "مثال الأشخاص الذين يقدمون الخدمة" تشكل كلها عناصر تؤثر على جهة نظر العميل وحكمه على نوعية الخدمة، فعندما يحاول العميل الحكم على نوعية الخدمة قبل استعمالها أو شرائها فهو يستعين بهذه الأدلة المحيطة بتقديم الخدمة.¹

الفرع الثالث- أهمية البيئة المادية : تكمن أهمية البيئة المادية للمؤسسة في كونها تحقق مجموعة من المزايا تتمثل في:

- إضافة القيمة لخدمة الزبون؛
- تسهيل عملية الخدمة بتقديم المعلومات للزبون من خلال الرموز، اللافتات، الكتيبات للإرشاد والتثقيف، الأثاث، السيارات؛
- بناء التصور الذهني المطلوب لدى الزبون بالتأثير في إدراكه لتكوين تقييم يقلل من مستوى مخاطرة قرار الشراء لدى الزبائن المحتملين غير القادرين على الحكم عليها قبل استهلاكها ومستويات منفعة متفاوتة بعد الشراء لأنه عنصر مهم في تصميم الخدمة والعناصر الترويجية؛
- يحقق التعاون فيما بين مقدمي الخدمة من جهة وبين السياح من جهة أخرى.²

الفرع الرابع: عناصر البيئة المادية للخدمة:

تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق للخدمة: هي عبارة عن منفعة مدركة بالحواس قائمة بحد ذاتها أو متصلة بشيء مادي وتكون قابلة للتبادل ولا يترتب عليها ملكية وهي في الغالب غير محسوسة.³

والجدول الموالي يبين مختلف عناصر البيئة المادية:

الجدول رقم (1-1): يوضح عناصر البيئة المادية للخدمة

جوانب ملموسة أخرى	جوانب البيئة المادية للخدمة
- بطاقات الأعمال	➤ عناصر المظهر الخارجي
- الأدوات الكتابية	- التصميم الخارجي
- بيان الفواتير	- فالإيماءات والتلميحات
- التقارير	- موقف السيارات
- مظهر العاملين	- المجال الأرضي لمرفق الخدمة
- الزي الرسمي	- البيئة المحيطة بمرفق الخدمة
- صفحات الانترنت على الشبكة الدولية	➤ عناصر المظهر الداخلي

¹ نفسه، ص 419.

² فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، (الأردن)، 2009، ص 350.

فريد كورتل، تسويق خدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، (سكيداء)، 2009، ص 64³

	- التصميم الداخلي
	- المعدات
	- الإيماءات والتلميحات الداخلية
	- التصميم
	- جودة الهواء ودرجة الحرارة

المصدر: مرايمي أسماء، تأثير المظهر المادي للخدمات الفندقية في كسب رضا الزبون، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثالث عشر، 2018، ص 209.

➤ **المظهر الخارجي لمبنى الخدمات:** وتشتمل على عناصر مثل: التصميم الخارجي للمبنى، مواقف السيارات، الحدائق المحيطة، المنظر الطبيعي المحيط بالمكان؛

➤ **المظهر الداخلي لمبنى الخدمات:** ويشتمل على عناصر مثل: التصميم الداخلي والمعدات المستخدمة لخدمة الزبائن بصورة مباشرة أو المستخدمة لإدارة العمل، والتخطيط ودرجة الحرارة وجودة الهواء والديكورات والإضاءة؛

➤ **نقاط ملموسة أخرى:** تعتبر جزء من المظهر المادي للمؤسسة وتشتمل على عناصر مثل: بطاقات العمل، الأدوات المكتبية والتقارير، مظهر الموظف والزي الرسمي للموظفين، إعلانات المؤسسة؛

إن المدخل المادي الخارجي لمؤسسة الخدمة يمكن أن يؤثر على الزبون، فتركيب البناء المادي التي تتضمن الحجم والشكل والمواد المستعملة في البناء والموقع وعناصر الجاذبية مقارنة بالبنائات المجاورة لها عوامل تساهم في تكوين الصورة والانطباع لدى الزبائن.

إن التصميم الداخلي للمؤسسة وترتيب المعدات والمقاعد والمكاتب والإضاءة والألوان والستائر وأنظمة التكييف والتدفئة وجودة الدلائل المرئية كالصور والرسوم البيانية جميع تلك العوامل تشترك في خلق الانطباع والصورة الذهنية من أهم العناصر الرئيسية في الديكور الداخلي نجد: ¹

1- الألوان:

تساعد على خلق الانطباع الأولي لدى الزبائن وهي أقوى عنصر في جذب انتباه الزبائن وتخفيفهم، فالألوان مثل الأحمر والأصفر والبرتقالي تصنف على أنها ألوان دافئة بينما اللون الأخضر واللون البنفسجي هما من الألوان الباردة، فالألوان الدافئة تمنح الزبون الخدمة بطابع الدفء والبيئة خدمية مريحة، بينما الألوان الباردة تضفي الشكل الرسمي على بيئة الخدمة؛

¹ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، (2008)، ص 430.

2- الجو والشعور الداخلى:

إن الجو والشعور الداخلى بتسهيلات الخدمة تؤثر على الصورة الذهنية والانطباع لدى الزبائن، فالأجواء تتعلق بكيفية تأثير شعور الزبائن بالمؤسسة وخدماتها والتسهيلات التي تقدمها، وبالطبع تؤثر هذه الأجواء النفسية على العاملين وعلى الأشخاص الذين يأتون ويتصلون بالمؤسسة، فظروف العمل بهذا المنطق قد تؤثر على كيفية تعامل العاملين مع الزبائن؛

3- ظروف التكيف والتبريد:

تؤثر ظروف التكيف على نفسية العاملين والزبائن وهي تتضمن أشياء كدرجات الحرارة والإزعاج، والموسيقى ونقاء الهواء والروائح داخل المحل، إذا كانت درجة الحرارة داخل المحل باردة جدا سيشرح الزبون بعدم الراحة مما يجعله يختار محلا آخر أو يترك المؤسسة الحالية مبكرا، كما أن العاملين في مثل هذه الأجواء يصبحون سريعى الغضب ولن يقدموا الخدمة بالمستوى المطلوب؛

4- مظهر العاملين وسلوكهم:

إن مظهر مقدمى الخدمة سوف يؤثر على معتقدات الزبائن فيما يتعلق بجودة الخدمة التي سوف يحصلون عليها للتحكم بالصورة الذهنية لدى الزبائن عن العاملين فإن العديد من المؤسسات تلزم العاملين لديها بلباس رسمي موحد.

إن سلوك ومزاج العاملين سيكون له أيضا تأثير على الزبائن والعكس يمكن أن يحدث، فسلوك ومزاج الزبائن يمكن أن تؤثر على العاملين، فالزبون السيئ المزاج في العادة يصعب التعامل معه مقارنة بالزبون حسن المزاج، وبالمقابل العاملين يبذلون قصارى جهدهم لإرضاء الزبون ذو المزاج الحسن أكثر من الزبون السيئ المزاج، فسلوك العاملين ومزاجهم يؤثر على الزبائن، فالعامل العكر مزاجه سيكون جاف التعامل مع الزبائن بدون عاطفة أو حس مما يجعل الزبون يشعر بأن هذا العامل لا يهتم في خدمته ولا يحاول أن يحسن أداء وظيفته حتى ولو كان جزء من الخدمة من الناحية الفنية مكتمل وجيد إلا إن الزبون سيكون غير راض عن الجزء الوظيفي للخدمة.¹

المطلب الثاني: ماهية الجذب السياحي:

تتفاوت درجة وحجم المرتكزات السياحية من بلد إلى آخر، وذلك بسبب ما تنتجه الطبيعة من مناخ، موقع وتضاريس وما يحدثه الإنسان عليها من آثار تاريخ وحضارة، وهي ما تعرف بمناطق الجذب السياحي أو مقومات الجذب السياحي.

الفرع الأول: تعريف السياحة والسائح:

أولا: تعريف السياحة:

¹ المرجع السابق، ص 431.

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية إلى أخرى وفقاً لتطور الظاهرة نفسها، وقد ظهر العديد من التعاريف المختلفة لظاهرة السياحة وفقاً لاختلاف الميادين الذي تمت دراستها فيه.

تعريف السياحة من وجهات النظر المختلفة:

جرت عدة محاولات من قبل الباحثين لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة وكل باحث ركز في تعريفه على جانب معين أو على ظاهرة معينة:

تعريف السياحة من وجهة نظر اجتماعية : عرف الألماني جوير فرويلر عام 1905 "j.freuler" السياحة بأنها ظاهرة من الظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة، وهذا ثمرة لتقدم الاتصالات وكذلك تطور وسائل النقل¹. نلاحظ من هذا التعريف أنه اهتم فقط بالجانب النفسي الذي يكمن في الراحة النفسية والمتعة التي يشعر بها الفرد من خلال إقدامه على السياحة والجانب الاجتماعي الذي يجعل من المستهلك يقرب من شعوب أخرى بثقافات وحضارات غير التي يعرفها أو التي نشأ فيها.

➤ **تعريف السياحة من وجهة نظر اقتصادية:** عرف العالم النمساوي هيرمان فوسوليرون 1910 "herman von sholleron" السياحة على أنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصاً العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة.²

➤ **تعريف السياحة من وجهة نظر صناعية:** هناك عدة تعريفات تطرقت إلى السياحة من منظور صناعي وكانت كالتالي:
✓ السياحة هي صناعة تستثمر ثروتها عن طريق استيراد المستهلكين للمنتج في منطقة معينة بدلاً من تصدير المنتج النهائي للمستهلكين؛

✓ السياحة هي نشاط صناعي منتجه النهائي هو الراحة والاسترخاء والتعلم للمستهلكين من السياح الذين يتطلعون للاستمتاع خلال تجربتهم السياحية ويستخدمون في تحقيق ذلك التسهيلات التي توفرها الدولة المضييفة؛

✓ السياحة تتضمن التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطور وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السياح؛

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن السياحة هي عبارة عن صناعة يمكن أن تدخل بها الهيئات السياحية السوق وتنافس غيرها من المؤسسات إلا أنها تستطيع أن تدمر مواردها "الغائية ، المادية ، الأثرية" في حالة سوء استغلالها.³

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، الأردن، 2008، ص21.

² المرجع السابق، ص22.

³ دمان نواز، الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2010، ص4.

ثانياً: تعريف السائح:

➤ يعرف **Mieczkowski 1990** إن أول تعريف هو ما ذكر في القاموس العالمي للقرن 19م وبالتحديد سنة 1876م، حيث عرف السائح على " أنه الشخص سافر من أجل الفضول والتسيب "وبعد اختلاف شباب وجهات النظر لدى المنظرين وأهل الاختصاص حول المعايير التي يمكن من خلالها يمكن أن يعرف السائح، توصلت لجنة الخبراء الإحصائية سنة 1938م، والتابعة لعصبة الأمم آنذاك إلى تعريف نال قبولا واتفاقا واسعا بين مختلف الأوساط والذي اعتبر أن السائح هو "أي شخص يزور البلد غير البلد الذي اعتاد الإقامة فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة.¹

➤ يعرفها **الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمي**: تعريفه الخاص للسائح في المؤتمر المنعقد في روما سنة 1968م، والذي نال الثقة وموافقة منظمة السياحة العالمية حيث عرف السائح بأنه " أي شخص يزور بلدا غير التي يقيم فيها عادة لأي سبب غير السعي لأي وظيفة مدفوعة الأجر وبذلك يشمل: ²

✓ **السائح**: هو الفرد الذي يمكث مدة تفوق 24 ساعة في المنطقة أو الدولة محل السياحة؛

✓ **المنتزه**: هو الزائر المؤقت الذي يمكث أقل من 24 ساعة في المنطقة أو الدولة محل السياحة؛

ويعرف أيضا على أنه " الفرد الذي يتنقل بطرق مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامته الدائمة، لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة لأي هدف كان عدى الحصول على عمل³ يركز هذا التعريف على محورين أساسيين هما:

- أن انتقال السائح يجب أن يكون بطرق مشروعة.

- أن فترة الإقامة للسائح يجب أن تكون من 24 ساعة إلى سنة على أقصى تقدير.

➤ يعرفها **L,France** " أنه من القبول أن السائح وبعكس الزائر، هو شخص يبقى على الأقل 24 ساعة بعيدا عن البيت وإن كانت كل أصناف الزائرين يمكن أن تمارس أنشطة مماثلة، وبالرغم من أنه ليس هناك مدة زمنية قصوى مقبولة لزيارة سياحية غير أنه يفضل أن يتعد السائح عن بيته لفترة قصيرة نسبيا.

بينما هناك من يرى أن التعريف الشامل للسائح هو "الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي لأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أو داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) لفترة تزيد عن 24 ساعة وأن قلت عن ذلك فهو منتزه.⁴

ويصنف (chadwick, 1994) السياح حسب عدة معايير كما هو موضح بالشكل الموالي:

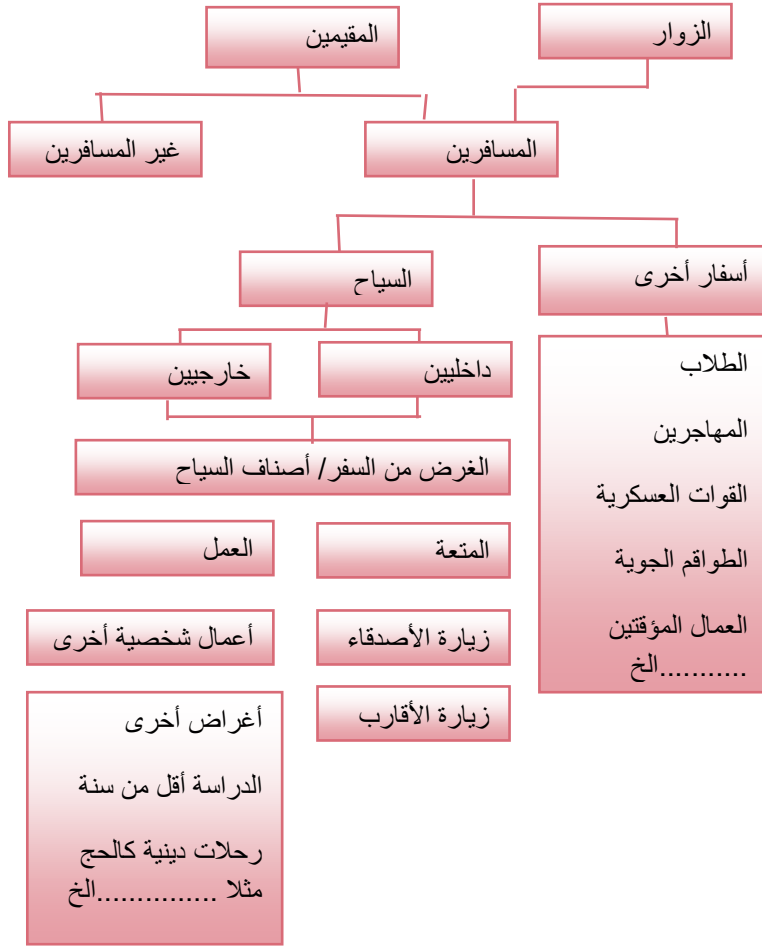
¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية " دراسة تفويجية للقرى السياحية " المكتب الجامعي الحديث"، بدون بلد نشر، ص85.

² المرجع السابق، ص87.

³ مثنى طه حوري وإسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة النشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص6.

⁴ المرجع السابق، ص8.

شكل رقم (1-1): تصنيف السياح



المصدر: مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي، مذكرة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص 14.

الفرع الثاني: تعريف الجذب السياحي:

للإلمام أكثر بتعريف الجذب السياحي وأخذ نظرة كافية عنه، سوف نتطرق إلى تعريف الجاذبية السياحية:

تمثل جاذبية المنطقة السياحية في القدرة على جذب السياح والمنشآت السياحية في مكان معين للتنقل على المستوى المحلي والدولي، ومن بين مفاهيمها كونها تشكل إحدى العناصر السياحية والتي بدورها يصبح هذا النظام غامضا، إذ يتكون من عناصر أساسية أولها العنصر الديناميكي المتمثل في الإنسان، أي السائح والثاني العنصر الثابت المتمثل في المكان أي الموقع السياحي والعنصر الثالث فهو طرق النقل أو وسائل الربط بين السائح والمكان.¹

¹ عائشة دوح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل درجة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، جامعة تلمسان، 2010 م، ص 113.

ولا يوجد تعريف متفق عليه يشمل جميع أصناف الجذب السياحي سواء الطبيعية، الاجتماعية، الحضارية... الخ وأهم التعاريف المتوصل إليها "؛

➤ يعرفه "ميدلتون" بأنها مواقع سياحية معروفة اشتهرت بتصميمها المميز يديرها جهاز إداري متخصص؛¹
 ➤ يعرفه "الحميري" بأنها جميع المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية، والخدمات التكميلية التي تشمل خدمات البنى الفوقية والتحتية، بالإضافة إلى مزيج من الخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السياح منذ مغادرة مكان إقامته حتى عودته إليه، إذ تشمل مناطق الترفيه والتسلية التي يبحث عنها السائح، والتي تؤدي إلى زيادة مستوى القناعة بالتجريبية السياحية
 2."

وهناك من يعرف الجذب السياحي من وجهتين مختلفتين:³

- **الوجهة الأولى:** الجذب السياحي هو خاصية طبيعية أو ثقافية لمكان معين يعتبره الأفراد والسياح بأنه قادر على ملء أوقات فراغه.

هذه الخصائص تختلف في طبيعتها من مكان لآخر مثل المناخ، الثقافة، النبات، المناظر..... الخ، كما يمكن أن تكون خاصة بمكان معين مثل: الفنادق، المتحف، المسرح.

- **الوجهة الثانية:** الجذب السياحي هو ميزات حسنة أو إيجابية لمنطقة ذات نشاط معين، أو وضع أنشطة كما يرغبها الزبون بما فيها نوعية الطعام، الديكور، النشاطات الثقافية.

من خلال ما سبق يمكن تعريف الجذب السياحي: بأنه مكان يضم مجموعة من النشاطات والخدمات التكميلية والمحددة والتي تستغل بطريقة صحيحة كقطب مهم للثقافة أو للراحة والتسلية بهدف استقبال السياح مثل: المواقع التاريخية، الحدائق العمومية، الحضائر الوطنية، الغابات، التظاهرات الثقافية.⁴

الفرع الثالث: عوامل الجذب السياحي:

يمثل المنتج السياحي نوعا خاصا مختلفا عن المنتجات الأخرى في كونه منتجا مركبا إذ يمثل تجربة خاصة يعيشها السائح من بداية استعداده لرحلته السياحية وحتى عودته منها، فالمغريات والموارد السياحية ومقومات الجذب السياحي سواء الدينية أو التاريخية أو الطبيعية تمثل إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة، وكل هذه تعتبر عوامل يحدد السائح من خلالها وجهته المقصودة، ولذلك تختلف هذه العوامل تبعا لطبيعة كل فرد، فهذه العوامل تتمثل في طبيعة المكان من حيث توافر الشمس

¹ المرجع السابق، ص 114.

² المرجع السابق، ص 115.

³ إلهام بوحناش و فاطمة الزهراء شريط ، تأثير عوامل الجذب السياحي على سلوك السياح، مذكرة ماستر، جامعة جيجل، 2013، ص 11

⁴ نفسه.

والرمال مثلاً أو الجبال والجليد أو الغابات والأنهار، وقد تكون هذه العوامل معالم أو منشآت سياحية كما قد تكون هذه العوامل أحداث سياسية، اجتماعية أو رياضية.....الخ.

1) العوامل الطبيعية للجذب السياحي:

تعرف عوامل الجذب الطبيعية بأنها: "تتمثل في الموارد الطبيعية من أراضي زراعية وصحرافية وجبلية ووديان وشلالات والطقس الذي يحيط بالمناطق والمراعي والحدايق والموارد المائية من بحار وأنهار وبحيرات".¹ كما تعد العمود الفقري لتطوير السياحة، خصوصاً في ظل الاهتمام الدولي بالنواحي البيئية والمحاولات المتكررة لحل مشكلات البيئة ومن بين هذه المقومات:

المناخ: يعد المناخ الداعم والمحرك لحركة السياح وذلك لتأثيره المباشر على حركة الإنسان ونشاطه، وتكمن جاذبية المناخ في تنوعه أو تباينه في الدولة، فبموجب هذه الخاصية تتاح الفرصة لتدفق السياح على مدار العام ويترتب على ذلك إحداهن معدلات نمو الواسعة في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومن أمثلة المناخ المعتدل سواحل البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر والمحيط الأطلسي؛

➤ **الشواطئ والمسطحات المائية:** لها وضع خاص في نفوس وخواطر عدد كبير من السياح كما لها من متعة وهدهوء للأعصاب، وهي تعتبر من أهم المكونات السياحية لعدد من الدول؛

➤ **الشمس:** تعد أشعة الشمس من المطلب المهمة للسياح نظراً لفائدتها الصحية وحاجة الناس إليها؛

➤ **النباتات الطبيعية:** أن للغابات والنباتات الطبيعية والحشائش أثراً عظيماً في نفوس السياح وتعتبر من وسائل الجذب الكبيرة التي تثير إعجاب محبي الطبيعة مما ساعد في الحفاظ عليها كثروة قومية تقلل من مخاطر التغيرات المناخية فضلاً عن تشكيل محميات تحافظ على الحياة البرية لنسل الحيوانات النادرة؛

➤ **الشعاب المرجانية ورياضة الغوص:** تعد من وسائل الجذب السياحي التي تلعب دوراً كبيراً في تطوير السياحة وهي متوفرة في كثير من الدول العربية خاصة في منطقة خليج العقبة ومنطقة شرم الشيخ وعلى خليج العرب؛

➤ **المياه الجوفية:** ويقصد بها المياه الجوفية التي تخدم السياحة كالينابيع والعيون والنفورات، وتشكل هذه المياه عاملاً مهماً للجذب السياحي وخاصة إذا كانت تملك الينابيع أو العيون مياه تستخدم في العلاج أو مياه ساخنة والتي تنتشر في كثير من مناطق الوطن العربي؛

➤ **المحميات الطبيعية:** لحمية عبارة عن مساحة من الأرض لها سمات معينة تتميز بالغنى والثروة الطبيعية والنباتية والحيوانية أو قيمة تاريخية، أو أثرية، وتكون لها حدود طبيعية تحميها من الأخطار مثل الجبال والأنهار والبحار.....الخ.²

¹ عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة بالأردن بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007م، ص 43.

² المرجع السابق، ص 44.

(2) العوامل البشرية للجذب السياحي:

إن العوامل البشرية المسئولة عن قيام سياحة لها أشكال متعددة كلها من صنع الإنسان، فالحياة الاجتماعية والثقافية والإرث الحضاري وطباع الشعوب وعاداتها حيث الفلكلور والصناعات اليدوية ذات الطابع المحلي والطقوس الدينية وألوان الأطعمة وألوان الفن من غناء وموسيقى ورقص ونماذج من السكن البدوي وتطوره الحضاري عوامل لها تأثير مباشر على السياحة إلا أن هذه العوامل جميعها تفتقر إلى عنصر المنافسة فيما بينها لتفوق العوامل الطبيعية على البشرية، فمعظم السياح يقصدون المواقع الطبيعية التاريخية في المقام الأول.

وتتمثل العوامل البشرية في التسهيلات التي يقيمها الإنسان سواء كانت ذات بعد تاريخي أو حديث، ولما كان الاختلاف في أذواق السائحين أكثر تعقيداً في هذا الزمان فإن هذه التسهيلات تسعى إلى التطوير المستمر من أجل جذب السياح.

وإذا ألقينا النظر على الإنسان قديماً الذي كان يمارس الزراعة والصيد وتربية الحيوان وقطع الأشجار والبحث عن المعادن، فالإنسان اليوم يسعى إلى إشباع رغباته في اقتناء الآثار واللوحات والتماثيل وطوابع البريد والعملات القديمة وغيرها من جوانب اهتمامات الإنسان في الوقت الراهن.¹

(3) العوامل التاريخية والحضارية للجذب السياحي:

من المعروف أن هذه العوامل تقاس بمدى حضارة هذا البلد على مرور الزمن، وبقدر ما يمتلكه من آثار حضارات وما تبقى منها من دور العبادة وقصور الملوك والمباني التذكارية والثروات الطبيعية حيث يعتبر كل ذلك انعكاساً مباشراً لحضارة هذا البلد، وتجذب هذه المناطق بآثارها طبقات وفئات معينة من السياح لأن المعرفة والرغبة في الثقافة هما المحور الأساسي في تنقل وسفر هؤلاء السياح، ويتجه هذا الكم من السياح إلى المتاحف والقصور والمساجد والمكتبات والمناطق الأثرية، ويشكل هذا النوع من السياحة قدراً ضئيلاً من السياحة الدولية إذ يقدر بحوالي 1 بالمائة فقط.²

(4) العوامل الاجتماعية والدينية للجذب السياحي:

وهي تتضمن أنماط وأساليب الحياة والتنظيمات الاجتماعية التي يتبعها فئات القبائل والشعوب في مجتمعاتهم حيث هناك اختلافات كثيرة في العادات والتقاليد والطرق والنظم التي يحييها هؤلاء الشعوب، وهنا نرى أن هذه الاختلافات وهذه الأنماط تمثل مقومات جذب لأفراد الشعوب الأخرى ومن هنا يبدأ التحرك لمعرفة هذه الأنماط وربما دراستها وتعتبر المقومات التي تتمثل فيما تمتلكه هذه البلدان من مناطق مميزة فريدة وخاصة بالمنطقة، وكذلك المزارات الهامة كالمساجد والأضرحة والمقابر والأماكن المقدسة وأماكن الاحتفالات الدينية، كل هذا يعتبر مقومات جذب هامة لدى فئات وأفراد معينة من مختلف شعوب العالم.³

¹ المرجع السابق، ص 45.

² نفسه.

³ نفسه.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للبيئة المادية والجذب السياحي

ستتطرق في هذا المبحث إلى الأبحاث الدراسات العلمية السابقة والمقالات التي تناولت موضوع البيئة المادية وجذب السياح وذلك بهدف معرفة النتائج المتوصل إليها والأدوات المستخدمة في التحليل إضافة إلى عملية المقارنة بينها وبين الدراسة الحالية.

المطلب الأول: الدراسات السابقة حول البيئة المادية وجذب السياحي:

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى بعض الدراسات المتعلقة بالبيئة المادية وجذب السياح:

الفرع الأول: الدراسات المتعلقة بالبيئة المادية:

➤ دراسات اللغة العربية:

1- دراسة فاتح العرعار بعنوان " أثر الدليل المادي على جودة الخدمات الصحية " (من وجهة نظر العاملين في

المؤسسة) 2018م.

تهدف هذه الدراسة الى معرفة اثر الدليل المادي على جودة الخدمات الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية رزيق البشير ببوسعادة، والوقوف على جودة الخدمات الصحية بهذه المؤسسة من وجهة نظر العاملين فيها، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي، والتحليلي توزيع استبانة على عينة قدرها 210 موظف، وتم معالجة بيانات الدراسة بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية، وتوصل الدراسة الى مجموعة من النتائج نذكر منها:

✓ كان التقييم العام من وجهة نظر العاملين للدليل المادي للمؤسسة العمومية الاستشفائية رزيق البشير

ببوسعادة محايد؛

✓ لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية نحو جودة الخدمة الصحية للعاملين في المؤسسة العمومية الاستشفائية

رزيق البشير ببوسعادة تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، الخبرة).¹

2- دراسة كريمة مدور بعنوان: " أثر البيئة المادية لرياض الأطفال في رضا الزبائن " (من وجهة نظر الأولياء) 2016

م.

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مدى الأهمية التي تحظى بها البيئة المادية لرياض الأطفال في المؤسسات عينة الدراسة من

وجهة نظر الأولياء ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة مكونة من 31، حيث تم اختيار منهم عينة مسيرة شملت 110

¹ فاتح العرعار، اثر الدليل المادي على جودة الخدمات الصحية (من وجهة نظر العاملين في المؤسسة)، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف، المدينة، 2008.

مفردة وبعد جمع البيانات تم تحليلها باستخدام عدد الأساليب الإحصائية المناسبة وذلك بالاستعانة ببرنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss-20 حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- ✓ أثبتت الدراسة أن عناصر الدليل المحيط في رياض الأطفال تؤثر في رضا زبائنها بينما عناصر الدليل الأساسي لا تؤثر في ذلك؛
- ✓ كما بينت الدراسة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البيئة المادية لرياض ورضا الزبون تعزى للمتغيرات الديمغرافية (طبيعة الولي، مهنة الأم، عدد الأولاد في الروضة، سعر الخدمات المقدمة في الروضة، الدخل بالنسبة للأولياء)؛
- ✓ البيئة المادية هي من احد الجوانب المهمة التي تستدل بها الزبون للحكم على مدى جودة الخدمة؛
- ✓ تقييم البيئة المادية تعتمد على إدراك الزبون لها من خلال عناصرها والمتمثلة في عناصر الدليل الأساسي والدليل المحيط.¹

3- دراسة عبير عدنان القزاز بعنوان: "احتياجات تطوير البيئة المادية في المدارس الابتدائية بمحافظة غزة في ضوء المعايير الدولية" 2014م.

هدفت الدراسة إلى عند احتياجات تطوير البيئة المادية في المدارس الابتدائية بمحافظة غزة في المدارس الابتدائية في محافظات غزة من وجهة نظر معلمي المرحلة ولتحقيق أهداف الدراسة اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من 600 معلما ومعلمة، وقامت الباحثة باستخدام أداتين للدراسة الاستبانة والمقابلة وتوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ وجود فروق ذات دلالة بين متوسط تقديرات عينة الدراسة حول محور فراغات المبنى المدرسي تعزى إلى جنس المدرسة وذلك لصالح مدارس الذكور.²

4- دراسة سميرة عباس مجيد، فؤاد يوسف عبد الرحمان بعنوان: "بيئة العمل المادية و أثرها في تحسين أداء العاملين" دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، 2012م.

هدفت الدراسة إلى معرفة بيئة العمل المادية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية وتأثيرها في تحسين أداء العاملين وقد طبقت الدراسة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية من خلال الوقوف على واقع عملها بالاستعانة باستبانة التي وزعت على 30 منتسبا ما بين مدير ومسؤول شعبة وقسم والتي مثلت عينة الدراسة القصدية وتوصلت إلى النتائج التالية:

¹ مدور كريمة، أثر البيئة المادية لرياض الأطفال في رضا الزبائن (من وجهة نظر الأولياء)، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرياح - ورقلة - 2017.

عبير عدنان قزاز، احتياجات تطوير البيئة المادية في المدارس الابتدائية بمحافظة غزة في ضوء المعايير الدولية، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2014.

✓ وجود ارتباط وتأثير معنوي لبيئة العمل المادية على تحسين أداء العاملين من خلال تطبيق لقواعد الهندسة البشرية ضمن المواصفات القياسية الدولية؛

✓ تقديم توصيات اللازمة بشأنها وأهمها تطبيق قواعد الهندسة البشرية فيما يخص بيئة العمل المادية وإعادة ترتيب صياغة أعمالها بما يساهم في رفع فاعلية الأداء لعاملها.¹

5- دراسة أريج الهويدي بعنوان: "دراسة واقع بيئة الروضة المادية والبشرية، ومدى تحقيقها لمهارات الأطفال الحركية الأساسية والدقيقة في الروضات الحكومية بمدينة الرياض، 2012م".

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع بيئة الروضة المادية والبشرية ومدى استغلالها عناصرها لدعم نمو المهارات الحركية الدقيقة والأساسية للطفل ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على عينة مكونة من 09 روضات حكومية تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية الطبقية ووزعت الاستبانة على معلمي الروضات البالغ عددهم 118 معلمة وتوصلت الدراسة إلى عدة النتائج منها:

✓ أن البيئة الروضة المادية ومدى تكاملها ومناسبتها لنمو الطفل جاءت في الترتيب الأول من حيث توفر، يليها العناصر التي تدعم نمو المهارات الحركية الدقيقة في الترتيب الثاني، وجاءت العناصر التي تدعم نمو المهارات الحركية الأساسية للطفل في الترتيب الثالث والأخير بدرجة توفر متوسطة.²

➤ دراسات اللغة الأجنبية:

1- دراسة Thushel Jayaweera بعنوان "Impact of work Environmental factors on Job Performance Mediating, Role of work Motivation :A Study of Hotel Sector in england 2015"

تأثير عوامل بيئة العمل في الأداء الوظيفي، والدور الوسيط لتحفيز العمل: دراسة القطاع الفندق في إنكلترا.

هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين عوامل بيئة العمل (المادية، النفسية والاجتماعية) والأداء الوظيفي، كون التحفيز للعمل، وسيط في هذه العلاقة بالاستعانة باستمارة الاستبانة التي وزعت على (254) عاملاً تم اختيارهم عشوائياً في خمسة وعشرين فندق ضمن سلسلة الفنادق في بريستول (إنكلترا) وتوصلت إلى النتائج التالية:

¹ سمية عباس مجيد، فؤاد يوسف عبد الرحمان، بيئة العمل المادية واثرها في تحسين أداء العاملين دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد the magazine of Economic Administration، العدد الواحد والتسعون، 2012، ص184.

² اريج الهويدي، دراسة واقع بيئة الروضة المادية والبشرية ومدى تحقيقها لمهارات الأطفال الحركية الأساسية والدقيقة في الروضات الحكومية بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2012.

✓ هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عوامل بيئة العمل والأداء الوظيفي، وأن التحفيز للعمل وسيط في هذه العلاقة، كما أن ظروف بيئة العمل تؤثر بشكل كبير في الأداء الوظيفي وهذا يعني أنه يجب على المديرين والمشرفين النظر في تحسين بيئة العمل المادية والنفسية، الاجتماعية، لتعزيز الأداء الوظيفي للعاملين.¹

2- دراسة Thangavelu Ramesh Babu .Komalanathan vimalanathan : بعنوان " The Effect of Indoor Office Environment on the Work Performance,Health and well-Being of Office Workers 2014

تأثير البيئة المكتبية الداخلية في أداء العمل والصحة ورفاه لعاملين المكتب.

تهدف الدراسة إلى تحسين صحة الإنسان وسلامته وتحسين أدائه، وذلك من خلال دراسة العوامل البيئية تمثل: درجة الحرارة في الأماكن المغلقة، والإضاءة في ثلاثة مستويات وتم استخدام الاختبار السلوكي العصبي NBT لتقييم أداء العاملين في المكتب ضمن مختبر ميداني أنشئ لمحاكاة مكتب العمل وأجريت الدراسة على عينة مكونة من عشرة طلاب هندسة في المرحلة الجامعية من الفئة العمرية نفسها (18 سنة) حيث تم تدريبهم للعمل ضمن مختبر ميداني، توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ هناك تأثير مستقل ومتفاعل بين درجة الحرارة والإضاءة في أداء العاملين في المكتب، وتأثير درجة الحرارة في الغرف المغلقة أكبر من تأثير الإضاءة.²

3- دراسة IGUE , PEACE : بعنوان " Physical evidence and marketing performance of commercial airlines in nigeria 2012

هدفت الدراسة إلى تحديد مدى تأثير البيئة المادية على الأداء التسويقي لشركات الطيران التجارية في نيجيريا، واعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها، حيث وزعت 110 استبيانات على مديري موارد الطاقم وموظفي صيانة الطائرات والطيارين والمحاسبين الماليين ومديري خدمة العملاء من 29 شركة طيران تجارية في نيجيريا وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

✓ أن أبعاد البيئة المادية (الأجواء، كفاءة الموظفين، تصميم أنظمة الخدمة) تؤثر على مقاييس الأداء التسويقي ، نمو المبيعات والحصة السوقية وربحية شركة الطيران.³

¹ Jayaweera .T.(2015) . Impact of work Environmental factors on job Performance .Mediating Role of work Motivation: A study of Hotel sector in England .**International journal of Business and Management** ,VOL .10(3),pp:271-278

² Vimalanathan Ramesh B.T(2014)Effect of Indoor Office Environment on the Work Performance,Health and well-Being of Office Workers **journal of enviroental Health science Engineerng**.www.inehse.com.

³IGUE,PEACE , **physical evidence and marketing performance of commercial airlines in Nigeria** ,American ,international journal of contemporary VOL .2n12,December2012p136

4. دراسة: علي وامين (2014) تحت عنوان

The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry¹

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير البيئة المادية على العواطف ورضا العملاء والنوايا السلوكية في صناعة الفنادق السياحية في الصين ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي، والتحليلي تم توزيع استبانة على مجموعه 500 موظف على عملاء فنادق والمنتجعات في أربع مدن مختلفة في الصين، وتوصلت الدراسة إلى نتائج التالية:

- ✓ الى ان البيئة المادية تؤثر على مشاعر العملاء ورضاهم ونواياهم السلوكية بشكل إيجابي وكبير؛
- ✓ أن العملاء الذين لديهم تصورات أعلى عن البيئة المادية هم أكثر عرضة لامتلاك مشاعر إيجابية، وزيادة رضا العملاء والنوايا السلوكية، وعليه تحتاج فنادق والمنتجعات الصينية إلى الاهتمام بتحديث مرافقها من أجل إثارة المشاعر الإيجابية والحفاظ على علاقتها برضا العملاء.

الفرع الثاني: الدراسات المتعلقة بالجذب السياح:

➤ دراسات اللغة العربية:

1- دراسة عمر غسان بعنوان " السياحة في محافظة نابلس " 2003م

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع الحركة السياحية في جنوب الضفة الغربية فلسطين وتشمل محافظات (القدس، بيت لحم) وكان من أهم أهدافها إبراز عوامل الجذب السياحي في جنوب الضفة الغربية، وتقييم دور المقومات الطبيعية والبشرية المتوفرة في المنطقة الدراسة كعوامل جذب السياحي والاستفادة منها في النواحي الاقتصادية، فقد تم توزيع استبانتين على عينتين مختلفتين، الأولى كان عددها (1003) استبانة كانت للسياح ركزت على الجنسية والعمر، المستوى التعليمي وهدف الزيارة ومصادر المعلومات، ومستوى رضاهم عن الزيارة بشكل عام أهم المشاكل التي واجهتهم أثناء الزيارة وأما الثانية فكانت موجهة إلى سكان منطقة الدراسة وبلغ عددها (500) استبانة وهدفها قياس مدى تجاوبهم مع السياحة، وتقييمهم لمستوى الخدمات المتوفرة في منطقة الدراسة، وأهم المشاكل التي تسببها السياحة للمواطنين، وتمت معالجة البيانات وتحليلها من خلال استخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ أن السياح الأوروبيين بنسبة 58% هم أكثر الجنسيات زيارة للمنطقة يليهم السياح الأمريكيون بنسبة 13% وقد أظهرت الدراسة أن السياحة الدينية هي السياحة الغالبة في المنطقة.²

¹Ali, F. & Amin, M. (2014). The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry. *Journal for Global Business Advancement*, 7(3), 249–266.

² غسان عمر، حركة السياحة في جنوب الضفة الغربية، فلسطين، 2009، مركز المشاوي للدراسات والبحوث.

2- دراسة عمر غسان بعنوان " الحركة السياحية في جنوب الضفة-الغربية "2009م

تهدف الدراسة إلى مناقشة واقع الحركة السياحية في محافظة نابلس، وكان من أهم أهدافها إبراز عوامل الجذب السياحي في المحافظة، ومعرفة كيف نشأت وتطورت السياحة فيها والتعرف على خصائص السياح من حيث أماكن قدومهم وتحليل خصائصهم الاقتصادية والاجتماعية الديموغرافية وأهم المشكلات التي واجهتهم خلال زيارتهم للمحافظة ومن ثم وضع الخطط المناسبة لتطوير المقومات السياحية في منطقة الدراسة والمحافظة عليها، ووضع الحلول المناسبة للمشكلات التي يتعرض لها السياح وقطاع الخدمات السياحية في منطقة الدراسة لتكون هذه الحلول عوناً للمسؤولين والمخطط في المستقبل، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ تفاوت نسب السياح القادمين إلى منطقة الدراسة حسب جنسياتهم؛
- ✓ ترتفع نسبة الحاضرين من الذكور إلى المدينة، فعند الفلسطينيين؛
- ✓ كانت المصادر الدينية هي الأكثر تأثيراً على السياح للمجيء إلى المحافظة؛
- ✓ أكثر المشكلات التي واجهت السياح خلال زيارتهم للمحافظة هي المشكلة الأمنية.¹

3- دراسة صالح، سميرة سعد: بعنوان "مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة"، 1414 هـ

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى تحديد إمكانيات الجذب السياحي الموجودة في مدينة جدة، والتركيز على مقومات الجذب السياحي المستغلة، وكيفية العمل على تنميتها وفي سبيل تحقيق أهداف الدراسة استخدمت الباحثة كأداة لتجميع بياناتها، وقد أجريت الدراسة على عينة من السياح القادمين إلى جدة سعوديين وغير سعوديين، وخلال إجازة الربيع في شهر شعبان لعام 1413هـ، وقد استخدمت الباحثة بعض الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان منها:

- ✓ أن عناصر الجذب السياحي غير المستغلة بالشكل المطلوب في مدينة جدة (كالبحر الأحمر) لا تمثل عاملاً طرد مع مرور الوقت ذلك أنها تعتبر من أهم مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة وأن 2,66% من سياح مدينة جدة يعدون موسم إجازة الربيع الموسم السياحي الأول لهم وقد وصلت الباحثة بالعمل على زيادة الاهتمام بعناصر الجذب السياحي الأخرى كما وكيف كزيارة المتاحف والمناطق الترفيهية.²

¹ عمر غسان، السياحة في محافظة نابلس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، الضفة الغربية، 2003.

² الصالح، سميرة سعد (1414هـ) مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.

المطلب الثاني: الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

من خلال استعراضنا لبعض الدراسات السابقة في مجال البيئة المادية وجذب السياح تم استخلاص بعض الاختلافات والتي سنعرضها كالآتي:

الجدول رقم(1-2): يوضح الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسات	زمن الدراسة	الهدف المدروس	العينة	الأداة المستخدمة	النتائج
الدراسة الحالية	2020	أثر البيئة المادية في جذب السياح (إقبال)	72 سائح	الاستبيان	منتجع اجداغ تور يتوافد إليه السياح بشكل عالي وبالتالي نقبل الفرضية الثانية؛ وجود علاقة بين عناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الاساسي) والجذب السياحي؛
فاتح العرعار	2018	أثر الدليل المادي على جودة الخدمات الصحية	210 موظف	الاستبيان	أغلبية العاملين في المؤسسة لهم مستوى تعليمي جامعي
كريمة مدور	2016	أثر البيئة المادية لرياض الأطفال في رضا الزبائن	110 مفردة	الاستبيان	تقييم البيئة المادية تعتمد على إدراك الزبون لها من خلال عناصرها المتمثلة في عناصر الدليل الأساسي والدليل المحيط
عبير عدنان القراز	2014	احتياجات تطوير البيئة المادية في المدارس الابتدائية بمحافظات غزة	600 معلما و معلمة	الاستبيان والمقابلة	وجود فروق ذات دلالة بين متوسط تقديرات عينة المدرسة حول محور فراغات المبنى المدرسي تعزى إلى جنس، المدرسة وذلك لصالح مدارس الذكور
سمية عباس مجيد ، فؤاد يوسف عبد الرحمان	2012	معرفة بيئة العمل المادية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية و تأثيرها في تحسين أداء العاملين	30 منتسب ما بين مدير والمسؤول	الاستبيان	وجود ارتباط وتأثير معنوي لبيئة العمل المادية على تحسين أداء العاملين من خلال تطبيق لقواعد الهندسة البشرية ضمن المواصفات القياسية الدولية
أريج الهويدي	2012	التعرف على واقع بيئة الروضة المادية والبشرية ومدى استغلال عناصرها	118 معلمة	الاستبيان	أن البيئة الروضة المادية ومدى تكاملها ومناسبتها لنمو الطفل جاءت في

الترتيب الأول من حيث توفر يليها العناصر التي تدعم نمو المهارات الحركية الدقيقة في الترتيب الثاني ،وجاءت العناصر التي تدعم نمو المهارات الحركية الأساسية ،للطفل في الترتيب الثالث والأخير بدرجة توفر متوسطة			لدعم نمو المهارات الحركية الدقيقة والاساسية للطفل		
هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين عوامل بيئة العمل والأداء الوظيفي	الاستبيان	254 عاملا	اختبار العلاقة بين عوامل بيئة العمل (المادية والنفسية، الاجتماعية) والأداء الوظيفي	2015	Thushel Jayaweera
أن العملاء الذين لديهم تصورات أعلى عن البيئة المادية هم أكثر عرضة لامتلاك مشاعر ايجابية وزيادة رضا العملاء و النوايا السلوكية وعليه تحتاج فنادق و المنتجعات الصينية إلى الاهتمام بتحديث مرافقها من أجل إثارة المشاعر الإيجابية والحفاظ على علاقتها برضا العملاء	استبانة	500 موظف	معرفة تأثير البيئة المادية على العواطف ورضا العملاء والنوايا السلوكية في صناعة الفنادق السياحية في الصين	2014	علي وامين
هناك تأثير متفاعل بين درجة الحرارة والإضاءة حيث تؤثر درجة الحرارة في الأماكن المغلقة ،بنسبة 38.56% في الأداء والمستويات من درجة الحرارة في الأماكن المغلقة هي 21 درجة مئوية وشدة الإضاءة المناسبة 1000 لوكس حيث ،تعمل على تحسين أداء العمل وصحة لعاملين في المكتب	استخدام الاختبار السلوكي العصبي NBT	عشرة طلاب هندسة في مرحلة الجامعية	تحسين صحة الإنسان وسلامته و تحسين أدائه	2014	Thangavelu Ramesh Babu . Komalanathan vimalanathan
أن أبعاد البيئة المادية تؤثر على مقاييس الأداء التسويقي نمو المبيعات والحصة السوقية وربحية شركة الطيران	استبيان	110مديري موارد طاقم ، موظفي صيانة الطائرات والطيارين والمحاسبين المالبين ومديري	تحديد مدى تأثير البيئة المادية على الأداء التسويقي لشركات الطيران التجارية في نيجيريا	2012	IGUE PEACE

		خدمة العملاء			
عمر غسان	2003	إبراز عوامل الجذب السياحي في جنوب الضفة الغربية وتقييم دور المقومات الطبيعية والبشرية	1003 سياح، 500	استبانتين	أن السياح الأوروبيين بنسبة 58% هم أكثر الجنسيات زيارة للمنطقة يليهم السياح الأمريكيون بنسبة 13%، وقد أظهرت الدراسة أن السياحة الدينية هي السياحة الغالبة في المنطقة
عمر غسان	2009	مناقشة واقع الحركة السياحية في محافظة نابلس	120 سائح	الاستبيان	أكثر المشكلات التي واجهت السياح خلال زيارتهم للمحافظة هي المشكلة الأمنية حيث وصلت إلى 27.6% لدى جميع الجنسيات
صالح، سميرة سعد	1414	تحديد إمكانيات الجذب السياحي في مدينة جدة	200 فرد	الاستبيان والمقابلة والملاحظات	أن عناصر الجذب السياحي غير المستعملة بالشكل المطلوب في مدينة جدة لا تمثل عامل طرد مع مرور الوقت ذلك أنها تعتبر من أهم مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة و أن 66.2% من سياح مدينة جدة يعدون موسم إجازة الربيع الموسم السياحي الأول

المصدر: من إعداد طالبة

تعد هذه الدراسة امتداداً للدراسات السابقة تباينت بين الدراسات العربية والأجنبية ولكن هناك ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة وهناك ما يتطابق معها:

- هناك تشابه كلي في الأداة المستخدمة وهي الاستبيان؛
- اختلفت الدراسات فيما بينها وتشابهت مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل وهي البيئة المادية وكان ذلك في دراسة: أريج الهويدي، فاتح العرعار، كريمة مدور، عيبر عدنان القزاز، سميرة عباس المجيد، فؤاد يوسف عبد الرحمان، وهناك بعض الدراسات التي توافقت مع المتغير التابع وهي: عمر غسان، صالح سميرة سعد حيث درست أهم عوامل الجذب السياحي بالرغم ان هذا المتغير ليس موجود بشكل واضح في الدراسات؛
- اختلاق واضح في زمن الدراسة كانت ما بين 2009-2018 إلا أن أغلبها كانت فوق 2014 وهذا يدل أهمية وحدائة الموضوع؛

➤ هناك اختلاف واضح في حجم العينة فهناك من تعدت 1003 سائح وهناك لم تتعدى 30 فرد أما الدراسة الحالية فكان 72 فرد.

خلاصة الفصل

اتضح في الفصل الأول من الجانب النظري أن البيئة المادية لها دورا فعالا بالنسبة للمؤسسة الخدمية ، وهذا راجع لقدرتها على التغلب على مشكلة عدم ملموسية الخدمة كما تم توضيح مفهوم البيئة المادية في المركب السياحي وإبراز تصنيفات وأبعاد البيئة المادية التي تساعد سائح الاهتمام بالسياحة في جذب أكبر عدد ممكن من السياح، وذلك من خلال عمليات تطويرها وتحسينها فعند اجتذاب السياح لمنطقة معينة هذا يساهم في تنميتها إقليميا واقتصاديا والذي يقوم بجذب السياح واستمالتهم كذلك أهم العوامل جذب السياحي.

حيث يتوجب على المركب السياحي السعي المستمر للمحافظة على زبائنها، وذلك من خلال العمل على معرفة متطلباتهم وتوقعاتهم.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية
لمنتج اجداغ تور بمدينة
ورقلة

تمهيد

بعد استعراضنا في الجانب النظري لأهم المفاهيم والجوانب الملزمة بموضوع البيئة المادية وجذب السياح، سنحاول من خلال هذا الفصل إيجاد علاقة تأثير عناصر البيئة المادية على جذب السياح، من خلال دراسة عينة من سياح منتجع اجداغ تور بمدينة ورقلة، وذلك بتقديم استبيان موجه لزبائن مؤسسة عينة الدراسة، وقد تم تقسيم هذا الفصل كما يلي:

➤ **المبحث الأول:** الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة؛

➤ **المبحث الثاني:** عرض نتائج الدراسة ومناقشتها.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تحديد المنهج المتبع في الدراسة الميدانية لهذا الموضوع، وتحديد الطريقة والأدوات المستعملة في الدراسة، من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة.

المطلب الأول: طريقة الدراسة:

نحاول من خلال هذا المطلب التطرق لمنهج الدراسة أولاً، ثم وصف مجتمع وعينة الدراسة، وبعدها شرح متغيرات الدراسة وكيفية قياس كل منها.

الفرع الأول: منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي من خلال إجراء المسح المكتبي، والاطلاع على الدراسات والبحوث النظرية والميدانية، وهذا لبلورة الفرضيات و المنطلقات الأساسية للدراسة، كذا الوقوف عند أهم الدراسات السابقة ونتائجها، أما في الجانب الميداني فقد اعتمدنا على تصميم استبانة وتوجيهها إلى عينة زبائن المركب السياحي بمدينة ورقلة، وبعدها قمنا بتحليل كافة هذه البيانات المجمعة من خلال الإجابة على هذه الاستبانة، وهذا باستخدام الطرق الإحصائية المناسبة لإثبات صحة أو عدم صحة فرضيات الدراسة مستعينين بالبرنامج الإحصائي SPSS الإصدار 22، ثم حاولنا تحليل وتفسير نتائج هذه الدراسة.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالية في جميع زبائن المركب السياحي بمدينة ورقلة، ونظرا لطبيعة الدراسة فقد اعتمدنا على العينة الميسرة لمفردات مجتمع الدراسة وعلى أسلوب المسح باستخدام العينات، والجدول التالي يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة:

جدول (1-2): يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

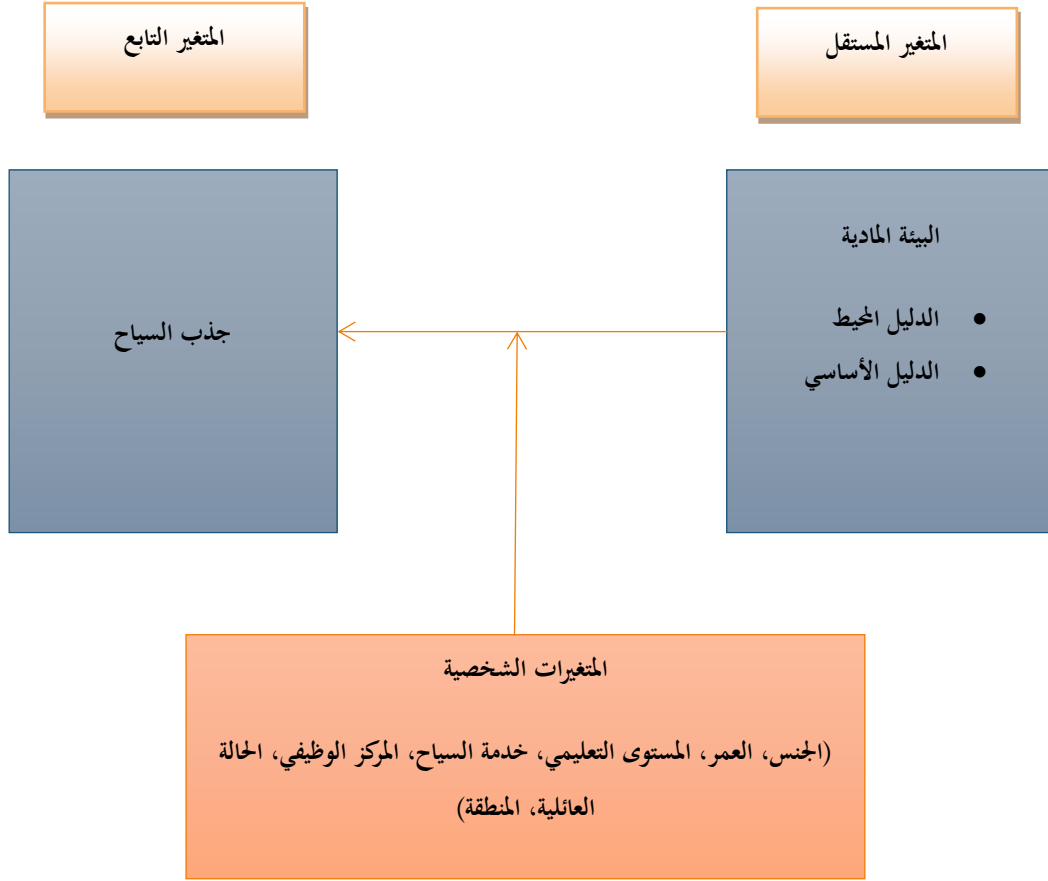
النسبة	العدد	البيان
51.84%	72	عدد الاستبيانات المسترجعة
46.8%	65	عدد الاستبيانات المقبولة
5.04%	7	عدد الاستبيانات الغير صالحة

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

المطلب الثاني: متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

تم تقسيم هذا المطلب لثلاث فروع أساسية، فخلال الفرع الأول سنعرض الأداة المستخدمة في هذه الدراسة، أما خلال الفرع الثاني ستم المعالجة الإحصائية، بينما سنخصص الفرع الثالث على كيفية التحقق من صدق وثبات هذه الأداة.

الشكل رقم (1-2): العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل



المصدر: من اعداد الطالبة

الفرع الأول: الأداة المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع بيانات الدراسة، وقد تم إعداد استبانة وفقا لمقياس ليكرت الخماسي (غير موافق، محايد، موافق، غير موافق بشدة، موافق بشدة) وقد قسمت الاستبانة إلى ثلاثة محاور تتمثل في:

المحور الأول: ويتضمن المتغير المستقل ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

- الجزء الأول: عناصر الدليل المحيط: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة من الاستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 01 إلى السؤال 06.

- الجزء الثاني: عناصر الدليل الأساسي: ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة من الاستبانة والمحدد بالأسئلة من السؤال 07 إلى غاية السؤال 14 سؤال.

المحور الثاني: ويتضمن المتغير التابع وهو جذب السياح ويتم قياسه بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على الأسئلة من 01 إلى 12 من الاستبانة.

المحور الثالث: البيانات الشخصية: ويتضمن هذا المحور المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سعر خدمات السياح، المركز الوظيفي، الحالة العائلية، الولاية أو المنطقة).

علما بأن إجابات أفراد العينة ستخضع لمقياس ليكارت الخماسي لبيان درجة موافقة.

الجدول رقم (2-2) يوضح مقياس ليكارت الخماسي

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مدخلات SPSS

الجدول رقم (2-3): يوضح طريقة حساب المتوسط الحسابي المرجح

درجة التقييم	المستوى الموافق له	مجال المتوسط الحسابي المرجح
ضعيفة جدا	غير موافق بشدة	من 1 إلى 1.8
ضعيفة	غير موافق	من 1.8 إلى 2.6
متوسطة	محايد	من 2.6 إلى 3.4
عالية	موافق	من 3.4 إلى 4.2
عالية جدا	موافق بشدة	من 4.2 إلى 5

المصدر: من اعداد الطالبة

حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي فتم من خلال حساب المدى (5 - 1 = 4) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (1.25 = 5/4) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي:

- ✓ من (1 - 1.8) درجة موافقة ضعيفة جدا.
- ✓ من (1.8 - 2.6) درجة موافقة ضعيفة.
- ✓ من (2.6 - 3.4) درجة متوسطة.
- ✓ من (3.4 - 4.2) درجة متوسطة.
- ✓ من (4.2 - 5) درجة متوسطة.

الفرع الثاني: أساليب المعالجة الإحصائية:

فمنا في هذه الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التحقق من ثبات أو صدق أداة الدراسة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة، حيث تم ترميز وإدخال المعطيات إلى الحاسوب باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (spss) نسخة 22 للتوصل إلى هذه الأساليب وهي:

1. التكرارات والنسب المئوية لمعرفة خصائص أفراد عينة الدراسة؛
 2. معامل الفاكرومباخ لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة؛
 3. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد أهمية الدراسة لآراء أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة؛
 4. مصفوفة الارتباطات بيرسون لمعرفة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة؛
 5. تحليل التباين (One Way ANOVA) وهذا لإثبات أو نفي صحة أنه توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين عناصر البيئة المادية وجذب السياح ؛
 6. تحليل T-test من أجل تحديد الفروق التي تعزى للمتغيرات الديمغرافية للدراسة؛
 7. تحليل الانحدار الخطي البسيط لبيان تأثير كل متغير من المتغيرات المستقلة بالنسبة للمتغير التابع.
- الفرع الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة:**

لقد تم إجراء عدد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته وثباته مستخدماً في ذلك تحكيم الاستبيان من خلال محكمين متخصصين في هذا الموضوع، بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقيق من الصدق والثبات¹.

أولاً : صدق الدراسة:

ولغرض معرفة مدى وضوح أسئلة الاستبيان فقد تم عرضها على الأستاذ المشرف للتعرف على توجيهاته وكذلك أساتذة متخصصين في هذا المجال، وبعد ذلك صياغة العبارات بشكل ملائم وأكثر وضوحاً وبساطة لتظهر في شكلها النهائي².

ثانياً : ثبات الدراسة:

لقد تم فحص أسئلة الاستبيان من خلال مقياس ألفا كرونباخ، الذي يدل على الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبيان ويعد معامل الفاكرومباخ قوي إذا تجاوزت نسبته 60% الموضح في الجدول الذي في الأسفل لحساب ثبات المقياس فلو حظ أن معامل الثبات لمنتج اجداع تور "ورقلة" نسبتها مقبولة، وتعد هذه النسبة ذات دلالة إحصائية عالية وتفي بأغراض الدراسة، لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها في البحث³.

الجدول رقم (2-4): يوضح نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ لكل محورين

المحور	α
البيئة المادية	0.93
جذب السياح	0.91

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.

¹ أنظر للملحق رقم 2

³ أنظر للملحق رقم 5.

الجدول (2-5) : يوضح نتائج اختبار معامل ألفا كرونباخ

عدد الأسئلة	α
26	0.95

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (5) يبين لنا أن قيمة ألفا كرونباخ أكبر من 0,6، ومنه فأداة القياس تتمتع بالثبات المقبول فيما يخص عينة الدراسة والتي قدرت ب 0.95 أي نسبة 95 % من العينة يعيدون نفس الإجابة في حالة استجوابهم من جديد وهي نسبة تعبر عن مدى مصداقية المستجوبين وبالتالي تعميم النتائج على مستوى الدراسة.

المبحث الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة

يقدم هذا المبحث عرض لمختلف نتائج الدراسة الميدانية التي تم التوصل إليها من خلال جمع البيانات وتحليلها ومناقشتها وللوصول إلى نفي أو ثبات الفرضية من خلال استنتاجات الدراسة.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة:

بعد التأكد من صدق وثبات الاستبيان في صورته النهائية وكونه صالح للتطبيق على عينة الدراسة الأساسية، يتم عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء كل من أهداف الدراسة، نبدأ بعرض الخصائص الشخصية، ثم تحليل تفصيلي للبيانات وعرض للنتائج من خلال المعالجات الإحصائية التي أجريت على عينة الدراسة ومن ثم تحليل ومناقشة النتائج.

الفرع الأول: تحليل البيانات الشخصية: سيتم من خلال هذا الفرع تحليل متغيرات الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، الحالة العائلية.¹

¹ أنظر للملحق رقم 3.

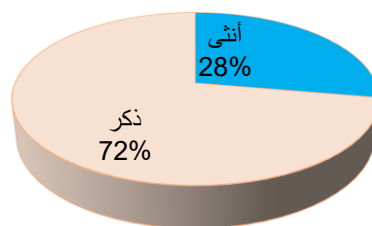
✓ تحليل متغير الجنس:

الشكل رقم (2-2): يوضح تكرارات حسب

الجدول رقم(2-6): يوضح تكرارات حسب متغير

متغير الجنس

الجنس



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
أنثى	18	27.7%
ذكر	47	72.3%
المجموع	65	100%

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS.

يظهر من خلال الجدول رقم (6) أن نسبة الإناث 27.7% من عينة الدراسة بتعداد 18 مفردة، أما 72.3% الذكور بتعداد 47 مفردة وهي نسبة مرتفعة بالمقارنة بنسبة للإناث، وهذا ما يفسر أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد بشكل كبير على الذكور أكثر من الاناث.

✓ تحليل متغير العمر:

الشكل رقم (2-3): يوضح التكرارات حسب متغير

الجدول رقم (2-7): يوضح التكرارات حسب متغير

العمر

العمر



العمر	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	54	83.1%
من 30 إلى أقل من 40 سنة	8	12.3%
من 40 إلى أقل من 50 سنة	2	3.1%
50 سنة و أكثر	1	1.5%
المجموع	65	100%

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .

نلاحظ في الجدول الموضح رقم (7) أن الفئة العمرية الأكثر تواجد هي التي تتراوح أعمارهم (أقل من 30 سنة) بنسبة (83.1%) بتعداد 54 مفردة، ثم تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 30 إلى 40 سنة) بنسبة 12.3% بتعداد 8 مفردات تم تليها المرتبة الثالثة الفئة العمرية (من 40 إلى 50 سنة) بنسبة (3,2%) بتعداد 2 مفردات، ثم تأتي في المرتبة الرابعة الفئة العمرية

التي تتراوح أعمارها من 50 سنة فما فوق بنسبة (1.5%) بتعداد مفردة واحدة، ومن هنا نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر تعاملًا مع منتج اجداغ تور هي الفئة التي تتراوح أعمارهم أقل من 30 سنة بنسبة 83.1% وتفسر هذه النتيجة كونها تدل على أن هم فئة الشباب، وبالتالي الشباب هي الفئة الأكثر من غيرها في البحث عن جذب السياح، كما أن هذه الفئة الحيوية تسعى أيضًا لإثبات القدرة والكفاءة من خلال التجاوب الكبير والتفاعل مع أسئلة الاستبيان والإجابة عنه.

✓ تحليل متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (2-8): يوضح تكرارات حسب

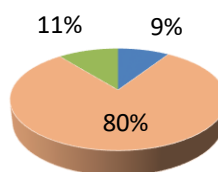
متغير المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	المستوى الدراسي
9.2%	6	ثانوي فأقل
80%	52	جامعي
10.8%	7	دراسات عليا
100%	65	المجموع

الشكل رقم (2-4): يوضح تكرارات حسب

متغير المستوى التعليمي

■ دراسات عليا ■ جامعي ■ ثانوي فأقل



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي كما يتضح من الجدول رقم (8) تدل على أن المستوى التعليمي لأغلب أفراد عينة الدراسة هو جامعي حيث كانت نسبته (80%)، وهذا مؤشر بالغ الأهمية يدل على المستوى العالي للكفاءات البشرية المتخصصة في هذا المنتج، وهذا ما يزيد من مصداقية الاستبيان كونها لفئة الأكثر استيعابًا للمصطلحات.

✓ تحليل متغير الوظيفة:

الجدول رقم (2-9): يوضح تكرارات حسب متغير

الوظيفة

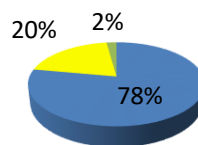
النسب المئوية	التكرارات	الوظيفة
53.8%	35	موظف
13.8%	9	عامل
1.5%	1	رجل أعمال
69.1%	45	المجموع

الشكل رقم (2-5): يوضح تكرارات حسب متغير

الوظيفة

الوظيفة

■ موظف ■ عامل ■ رجل أعمال



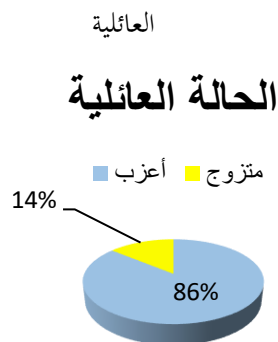
المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .

يظهر من خلال الجدول رقم (9) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة ، أن أعلى نسبة هي نسبة الموظفين حيث قدرت ب (53,8%) من إجمالي أفراد العينة وهو الملاحظ أن هاته الوظيفة هي أكثر لطرح الأفكار للحصول على جذب السياح، وتليها نسبة عامل بنسبة (13,8) من إجمالي أفراد العينة، وتليها نسبة رجل أعمال بنسبة (1,5) من إجمالي أفراد العينة.

✓ تحليل متغير الحالة العائلية:

الشكل رقم (2-6): يوضح تكرارات لمتغير الحالة العائلية

النسب المئوية	التكرارات	الحالة العائلية
%84.6	55	أعزب
%13.8	9	متزوج
%100	65	المجموع



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS .

نلاحظ من خلال الجدول (10) أكثر المستجوبين غير متزوجين بنسبة %86 تعداد 55 مفرد ، اما المتزوجين %14 بتعداد 9 مفردات.

الفرع الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالبيئة المادية والجذب السياحي:

نتناول في هذا الفرع اتجاهات أفراد العينة في كل من عناصر الدليل المحيط، عناصر الدليل الأساسي وجذب السياح.

أولاً: المتغيرات المستقلة:

المجال الأول: عناصر الدليل المحيط: تم قياس آراء أفراد العينة باستخدام 06 أسئلة بمقياس ليكرت الخماسي والجدول التالي

يوضح ذلك:¹

الجدول (2-11): قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير المستقل (الدليل المحيط)

الرقم	الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	اتجاه العينة
01	المظهر الخارجي لمنتجع اجداغ تور جذاب مبهر	3.76	1.071	3	عالي
02	تصميم منتجع اجداغ تور يبعث على الراحة	3.95	0.925	1	عالي
03	الألوان في منتجع اجداغ تور متناسقة و جذابة	3.78	0.992	2	عالي
04	الموقع الجغرافي للمنتجع بعيد عن أخطار سيارات ومركبات	3.64	1.052	5	عالي

¹ انظر للملحق رقم 4.

عالي	6	1.171	3.58	يتوفر المنتجع على ممرات خاصة بدخول وخروج ذوي الاحتياجات الخاصة	05
عالي	4	1.158	3.69	مواقف السيارات في المنتجع السياحي آمنة	06
عالي		1.061	3.73	المتوسط العام	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول (11) المتعلق بعناصر الدليل المحيط أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 3.73 بإنحراف معياري قدره 1.061 وقد احتلت الفقرة رقم 2 (تصميم منتجع اجداغ تور يبعث على راحة) المرتبة الاولى بمتوسط حسابي قدره 3.95 وبانحراف معياري قدره 0.92 لتحتل المرتبة الثانية الفقرة 3 (الألوان في منتجع اجداغ تور متناسقة و جذابة) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.78 وبانحراف معياري قدره 0.99 في حين جاءت الفقرة 5 (يتوفر المنتجع على ممرات خاصة بدخول وخروج ذوي الاحتياجات الخاصة) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 3.58 وانحراف معياري قدره 1.17 ، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية ما يدل على وجود اتفاق عالي لجذب السياح المبحوثين حول معظم الإجابات الخاصة بعناصر الدليل المحيط المحددة في الجدول.

المجال الثاني: عناصر الدليل الأساسي: تم قياس اتجاه أفراد العينة باستخدام 08 أسئلة بمقياس ليكرت الخماسي

والجدول التالي يوضح ذلك: ¹

الجدول (2-12): قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير المستقل (الدليل الاساسي)

الرقم	الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
07	التصميم الداخلي لمنتجع اجداغ تور يتميز بالهدائة	3.69	1.101	5	عالي
08	قاعة الاستقبال مريحة ومجهزة بكل متطلبات الراحة مثلا تلفاز، مكيف	3.60	1.173	7	عالي
09	نجد أن العاملين يتميزون في منتجع اجداغ تور بحسن المظهر	3.75	0.913	3	عالي
10	يحرص منتجع اجداغ تور على توفير كل الوسائل داعمة لراحة السائح	3.70	1.024	4	عالي
11	يتوفر منتجع اجداغ تور على أماكن الاستجمام	3.83	1.019	1	عالي
12	يتميز منتجع اجداغ تور بموقعه الاستراتيجي الجذاب والأثاث والديكور مرتب	3.66	1.023	6	عالي
13	يستخدم المنتجع اجداغ تور معدات والأجهزة حديثة في تقديم خدماته	3.78	1.045	2	عالي
14	وثائقي وممتلكاتي في أمان لدى المنتجع اجداغ تور	3.66	1.100	6	عالي
	المتوسط العام	3.70	1.049		عالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

¹ انظر للملحق رقم 4.

نلاحظ من خلال الجدول (12) المتعلق بعناصر الدليل الأساسي أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 3.70 بإنحراف معياري قدره 1.049 وقد احتلت الفقرة رقم 5 (يتوفر منتجع اجداغ تور على أماكن الاستجمام) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 83.5 وبنحرف معياري قدره 0.019 لتحتل المرتبة الثانية الفقرة 7 (يستخدم منتجع اجداغ تور معدات و الأجهزة حديثة في تقديم خدماته) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.78 وبنحرف معياري قدره 0.045 في حين جاءت الفقرة (قاعة الاستقبال مريحة ومجهزة بكل متطلبات الراحة مثلا مكيف ، تلفاز) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 3.60 وبنحرف معياري قدره 1.173، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية وهذا يعكس درجة عالية للدليل الأساسي.

ثانيا: المتغير التابع: تم قياس اتجاه أفراد العينة باستخدام 12 سؤالاً بمقياس ليكارت الخماسي والجدول التالي يوضح ذلك:¹

الجدول (2-13): قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعده المتغير التابع (الجذب السياحي)

الرقم	الأسئلة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
01	صفحة فيسبوك منتجع اجداغ تور تجيب على تساؤلاتي	3.79	0.932	2	عالي
02	يوفر المناخ المقدم في منتجع اجداغ تور عامل جذب السياحي للسياح	3.38	0.963	10	متوسط
03	يحتوي منتجع اجداغ تور على قاعة لعرض نشاطات للسياح	3.50	0.970	8	عالي
04	تساعد الإقامة في منتجع اجداغ تور على اكتساب معلومات ومعارف جديدة	3.47	0.867	9	عالي
05	يقع منتجع اجداغ تور في منطقة ذات إرث حضاري وثقافي تجذب السياح إليه	3.60	0.862	6	عالي
06	يعتبر منتجع اجداغ تور محطة لجذب السياح الباحثين عن الأمن والراحة النفسية	3.75	1.004	3	عالي
07	إن الأحداث الثقافية والفنية والدينية التي تقام ضمن نشاطات المركب السياحي تدفع بالسياح إلى تكرار الزيارة	3.80	0.851	1	عالي
08	يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة إليها بسبب السمعة الحسنة التي يتميز بها منتجع اجداغ تور	3.66	1.019	5	عالي
09	يشعر السياح الزائرون للمنتجع اجداغ تور بحالة جذب السياح لتوافر عدد كافي من الهياكل الثقافية ومنتجات الصناعات التقليدية	3.47	0.885	9	عالي
10	يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة للاستمتاع أكثر بالخدمات السياحية لمنتجع اجداغ تور	3.72	0.838	4	عالي
11	يحتوي منتجع اجداغ تور على بنية تحتية كافية لتلبية الاحتياجات الحضرية وتحقيق الرفاهية	3.55	0.901	7	عالي
12	يتميز منتجع اجداغ تور بعادات والتقاليد ذات طابع محلي أهله لأن يكون من الولايات الجاذبة للسياح	3.72	0.790	4	عالي

¹ انظر للملحق رقم 4.

عالي	0.983	3.92	المتوسط العام
------	-------	------	---------------

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول (13) المتعلق بالجذب السياحي أن المتوسط العام لفقرات المتغير بلغ 0.92. 3 بانحراف معياري قدره 0.983 وقد احتلت الفقرة رقم 7 (إن الأحداث الثقافية والفنية والدينية التي تقام ضمن نشاطات منتجع اجداغ تور تدفع السياح إلى تكرار الزيارة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره 3.80 وبانحراف معياري قدره 0.851. 0 لتحتل المرتبة الثانية الفقرة 6 (يعتبر المركب السياحي محطة لجذب السياح الباحثين عن الأمن والراحة النفسية) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.75 وبانحراف معياري قدره 0.004 في حين جاءت الفقرة 2 (يوفر المناخ المقدم في منتجع اجداغ تور عامل جذب السياحي للساح) في المرتبة الأخيرة لفقرات هذا المجال بمتوسط حسابي بلغ 38.0 وانحراف معياري قدره 0.963، كما يظهر هذا الجدول أن المتوسط الحسابي لفقرات هذا المتغير جاءت بدرجة عالية وهذا يعكس درجة عالية لجذب السياح.

الفرع الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها:

سيتم من خلال هذا الفرع اختبار الفرضيات ومناقشتها بواسطة الانحدار الخطي ومعامل بيرسون.

✓ الفرضية الأولى التي تنص "يتوفر منتجع اجداغ تور على عناصر البيئة المادية بشكل عالي":

الجدول رقم (2-14): يوضح قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل

الأساسي)¹

البيئة المادية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	مستوى الموافقة
الدليل المحيط	3.73	1.061	1	عالي
الدليل الاساسي	3.70	1.049	2	عالي

المصدر: إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (14) تمثلت النتائج في أن متغيري الدليل المحيط والدليل الاساسي لهما متوسط حسابي عالي، وجاء بعد الدليل المحيط أكبر من بعد الدليل الاساسي بمتوسط حسابي قدر ب 3.73، 3.70 على التوالي، وهذا يعني ان عناصر البيئة المادية متوفرة، ومنه يمكننا القول بأن منتجع اجداغ تور يتوفر على عناصر البيئة بشكل عالي، ومنه تقبل الفرضية.

✓ الفرضية الثانية والتي تنص "يوجد توافد للسياح لمنتجع اجداغ تور بدرجة عالية":

الجدول رقم (2-15): يوضح قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للجذب السياحي²

البيئة المادية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
جذب السياح	3.92	0.983	عالي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

¹ انظر للملحق رقم 4.

² انظر للملحق رقم 4.

من خلال الجدول رقم (15) تمثلت النتائج في أن متغير جذب السائح له متوسط الحسابي عالي قدر ب 3.92، وهذا يعني انه يوجد توافد بشكل كبير للمنتجع، ومنه يمكننا القول بأن منتجع اجداغ تور يتوافد إليه السياح بشكل عالي، ومنه نقبل الفرضية.

✓ الفرضية الثالثة والتي تنص "توجد علاقة بين البيئة المادية والجذب السياحي":

حيث تم استخدام معامل الارتباط بيرسون لمعرفة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة في المؤسسة عينة الدراسة والجدول التالي يوضح النتائج للمؤسسة محل الدراسة.

الجدول رقم (2-16): يوضح قيم معاملات الارتباط بين البيئة المادية والجذب السياحي.¹

مستوى الدلالة	الجذب السياحي	البيئة المادية
0.000	0.640	الدليل المحيط
0.000	0.742	الدليل الأساسي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (16) وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين الدليل الاساسي والجذب السياحي بمعامل بيرسون قدر ب 0.742، وجود علاقة موجبة متوسطة بين الدليل المحيط والجذب السياحي بمعامل بيرسون قدر ب 0.640.

الجدول رقم (2/17): تباين خط الانحدار للبيئة المادية والجذب السياحي²

مستوى الدلالة	المحسوبة F	معدل مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	مجموع مربعات الانحدار	تباين خط الانحدار للمحورين
Sig					
0.000	92.635	15.937	1	15.937	
		0.172	63	10.838	
			64	26.775	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن مستوى الدلالة SIG=0.000 مما يعني أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين البيئة المادية والجذب السياحي.

¹ انظر للملحق رقم 6.

² انظر للملحق رقم 9.

- مجموع مربعات الانحدار يساوي (15.937) ومجموع البواقي (10.838) ومجموع المربعات الكلي يساوي (26.775)؛
- درجة الانحدار (df) هي 1 ودرجة حرية البواقي هي (63)؛
- معدل مربعات الانحدار هو (15.937) ومعدل مربعات البواقي هو (0.172)؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو (92.635)؛
- الارتباط الخطي للمحورين:¹

الجدول رقم (18/2): قيم معاملات خط الانحدار للبيئة المادية والجذب السياحي

مستوى الدلالة	LOWER	UPPER	المتوسط الحسابي	درجة حرية الانحدار DF	T	البيئة المادية الجذب السياحي
0.000	3.5325	3.914	3.723	64	38.973	
0.000	3.456	3.776	3.616	64	45.081	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول رقم (18) أنه يمكن تحديد مقطع خط الانحدار وفق المعادلة التالية $Y=a+bx$

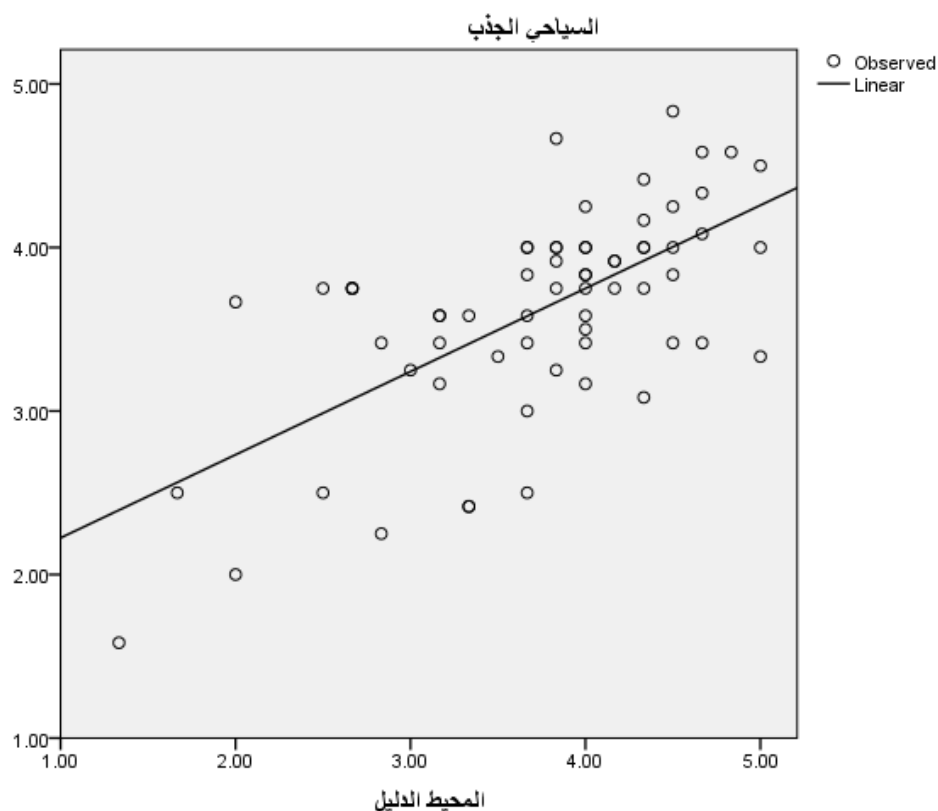
حيث نجد أنه عند مستوى الدلالة Sig قيمتي كل من الثابت والمتغير المستقل تساوي 0.000 للمتغير المستقل و هي أقل من مستوى المعنوية 5% وبأن نموذج الانحدار معنوي ومنه معادلة خط الانحدار هي:

$$X38.973+45.081=$$

والشكل الموالي يوضح خط الانحدار .

¹ انظر للملحق رقم 10.

الشكل رقم (2-7): يوضح خط الانحدار



المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

✓ الفرضية الرابعة والتي تنص "تؤثر عناصر البيئة المادية للمنتج على جذب السياح":

ولأجل قبول أو رفض الفرضية تم تحديد ما يلي:

- تقبل الفرضية: عندما يكون مستوى الدلالة أقل من 0.05.
- ترفض الفرضية: عندما يكون مستوى الدلالة أكبر من 0.05.

الجدول رقم (2-19): يوضح نتائج اختبار ANOVA للفرضية الرابعة¹

مستوى الدلالة Sig	المحسوبة F	معدل مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	مجموع مربعات الانحدار	تأثير عناصر البيئة المادية على جذب السياح
0.000	92.635	22.599	1	22.599	
		0.244	63	15.369	
			64	37.968	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

¹ انظر للملق رقم 7.

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن:

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 22.599 ومجموع البواقي 15.369 ومجموع المربعات الكلي 37.968؛
- درجة الانحدار DF هي 1 ودرجة حرية البواقي هي 63؛
- معدل مربعات الانحدار هو 22.599 ومعدل مربعات البواقي هو 0.244؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 92.635.
- مستوى الدلالة SIG=0.000 أقل من القيمة المعتمدة 0.05 وبالتالي تقبل الفرضية أي أن عناصر البيئة المادية للمنتجع تؤثر على جذب السياح، مما يعني أن هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمتغير البيئة المادية على الجذب السياحي.

✓ الفرضية الخامسة والتي تنص " لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى

المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، الحالة العائلية)¹

ولاختبار الفرضية تم تقسيمها إلى فرضيات جزئية كما يلي:

- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الجنس؛
- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير العمر؛
- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير المستوى التعليمي؛
- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الوظيفة؛
- لا يوجد اختلاف في اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الحالة العائلية.
- لأجل قبول أو رفض الفرضية تم تحديد ما يلي:
- تقبل الفرضية: عندما يكون مستوى الدلالة أقل من 0.05.
- ترفض الفرضية: عندما يكون مستوى الدلالة أكبر من 0.05.
- دراسة متغير الجنس:

الجدول رقم (20-2): يوضح نتائج اختبار (T-test) للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الاولى

الجنس	عدد افراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الحسوية	درجة حرية الانحدار	مستوى الدلالة
	65	1.7231	0.4509	30.805	64	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

¹ انظر للملحق رقم 8.

من خلال الجدول رقم (20) نجد أن قيمة الدلالة SIG أقل من المعتمدة 0.05 وبالتالي نقبل الفرضية وهذا يعني أنه لا يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الجنس، وقد بلغ المتوسط الحسابي 1.7231 بانحراف معياري 0.4509.

- دراسة المتغيرات الشخصية الأخرى: العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، الحالة العائلية:

الجدول رقم (21-2): يوضح نتائج اختبار (ANOVA) للفرضية الفرعية الثانية، الثالثة، الرابعة،

والخامسة للفرضية الخامسة

المتغير	مجموع مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار	معدل مربعات الانحدار	المحسوبة	مستوى الدلالة
العمر	1.062	1	1.062	3.269	0.075
المستوى التعليمي	0.511	1	0.511	2.582	0.113
الوظيفة	0.278	1	0.278	1.190	0.281
الحالة العائلية	0.058	1	0.058	0.471	0.495

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

• دراسة متغير العمر:

الجدول رقم (22-2): يوضح نتائج اختبار (ANOVA) للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الثانية

العمر	مجموع مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	معدل مربعات الانحدار	المحسوبة F	مستوى الدلالة Sig
	1.062	1	1.062	3.269	0.075

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) الانحدار الخطي يساوي 1.062 والذي يمثل a من معادلة الخط المستقيم، أما ميل خط الانحدار b يساوي 0.

أن مستوى الدلالة Sig-0.075 أكبر من القيمة المعتمدة 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية أي أنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغير العمر.

• دراسة متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (23-2): يوضح نتائج اختبار (ANOVA) للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الثالثة

المستوى التعليمي	مجموع مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	معدل مربعات الانحدار	المحسوبة F	مستوى الدلالة Sig
	0.511	1	0.511	2.582	0.113

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) أن مستوى الدلالة Sig-0.113 أكبر من القيمة المعتمدة 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية أي أنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

• دراسة متغير الوظيفة:

الجدول رقم (24-2): يوضح نتائج اختبار (ANOVA) للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الرابعة

مستوى الدلالة Sig	الحسوبية F	معدل مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	مجموع مربعات الانحدار	الوظيفة
0.281	1.190	0.278	1	0.278	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) أن مستوى الدلالة Sig-0.281 أكبر من القيمة المعتمدة 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية أي أنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغير المركز الوظيفي.

• دراسة متغير الحالة العائلية:

الجدول رقم (25-2): يوضح نتائج اختبار (ANOVA) للفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الخامسة

مستوى الدلالة Sig	الحسوبية F	معدل مربعات الانحدار	درجة حرية الانحدار DF	مجموع مربعات الانحدار	الحالة العائلية
0.495	0.471	0.058	1	0.058	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) أن مستوى الدلالة Sig-0.495 أكبر من القيمة المعتمدة 0.05، وبالتالي نرفض الفرضية أي أنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغير الحالة العائلية.

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة:

ستتطرق في هذا المطلب إلى مناقشة البيانات الخاصة بأفراد العينة وكذلك مناقشة اتجاهات آراء العينة حول متغيرات الدراسة وأخيرا مناقشة اختبار الفرضيات.

الفرع الأول: نتائج تحليل البيانات الشخصية:

✓ أغلب المستجوبين هم من الذكور وهذا ما يفسر أن المؤسسة محل الدراسة تعتمد بشكل كبير على الذكور أكثر من

الاناث؛

- ✓ أكثر فئة عمرية مهتمة بالسياحة للمنتجع هم أقل من 30 سنة؛
- ✓ أكبر زوار المنتج هم جامعيين وهذا راجع للملتقيات أو النشاطات التي يقوم بها المنتجع؛
- ✓ أكثر سياح للمنتجع هم موظفون؛

الفرع الثاني: نتائج الإجابات الخاصة بعبارات الاستبيان:

- ✓ ألوان المركب السياحي اجداغ تور تؤثر بالإيجاب على نفسية السياح وتبعث الراحة في نفوسهم وهذا راجع إلى الاختيارات الصحيحة للألوان المؤثرة على الراحة النفسية؛
- ✓ التصميم الداخلي والبسيط للمركب السياحي اجداغ تور مريح للسياح؛
- ✓ السياح راضون عن الخدمة التي يقدمها المركب السياحي اجداغ تور؛
- ✓ أجهزة المركب السياحي اجداغ تور حديثة؛
- ✓ توفر أماكن استجمام في اجداغ تور؛
- ✓ تعمل صفحة اجداغ تور على الإجابة على تساؤلات الزبائن ويدل هذا على الترويج وكسب رضاهم.

الفرع الثالث: نتائج اختبار الفرضيات:

- ✓ منتجع اجداغ تور يتوفر على عناصر البيئة وقد بشكل عالي وقد كان بعد الدليل المحيط أعلى من الدليل الأساسي، ومنه نقبل الفرضية الأولى؛
- ✓ منتجع اجداغ تور يتوافد إليه السياح بشكل عالي وبالتالي نقبل الفرضية الثانية؛
- ✓ وجود علاقة بين عناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الاساسي) والجذب السياحي؛
- ✓ عناصر البيئة المادية للمنتجع تؤثر على جذب السياح وبالتالي نقبل الفرضية الرابعة؛
- ✓ توصلنا على أنه لا يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الجنس ومنه نقبل الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الخامسة؛
- ✓ توصلنا على أنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغيرات الشخصية (العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، الحالة العائلية) وبالتالي نرفض الفرضية الفرعية الثانية والثالثة والرابعة والخامسة والسادسة للفرضية الخامسة؛

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذه الدراسة التطبيقية معالجة البيئة المادية في تحقيق جذب السياح وقد وقع اختيار مجال دراستنا التطبيقية في منتجع اجداغ تور بورقلة، وتسليط الضوء من خلال معرفة إلى أي مدى تؤثر البيئة المادية في تحقيق جذب السياح، حيث حاولنا الإجابة عليها من خلال الاعتماد على الدراسة الميدانية، حيث قمنا بتصميم استبيان موجه إلى السائحين ومن خلال إجاباتهم حاولنا اختبار فرضيات هذه الدراسة وتحليل نتائجها.

وفي الأخير يمكن القول إن هذه الدراسة لخصت إلى أن البيئة المادية لها دور فعال في تحقيق جذب السياح .

الخاتمة

خاتمة:

إن الهدف من وراء هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير البيئة المادية في تحقيق جذب السياح، وأخذنا كنموذج المركب السياحي اجداغ تور بورقلة، لمعرفة عناصر الدليل المحيط والأساسي وكيف يؤثران في جذب السائح، برغم من توفر عناصر بيئية وخدمات نالت رضا وراحة السواح إلا أن هناك بعض الخدمات التي ما إن تضاف أو تحسن يعود بذلك لجذب المزيد من السياح.

نتائج اختبار الفرضيات:

- ✓ تم إثبات صحة الفرضية الأولى وعليه فإن منتجع اجداغ تور يتوفر على عناصر البيئة بشكل عالي؛
- ✓ تم إثبات صحة الفرضية الثانية وعليه فإن منتجع اجداغ تور يتوافد إليه السياح بشكل عالي؛
- ✓ تم إثبات صحة الفرضية الثالثة وعليه فإنه توجد علاقة بين عناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الاساسي) والجذب السياحي؛
- ✓ تم إثبات صحة الفرضية الرابعة وعليه فإن عناصر البيئة المادية للمنتجع تؤثر على جذب السياح؛
- ✓ تم إثبات صحة الفرضية الخامسة للفرضية الفرعية الأولى وعليه فإنه لا يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى إلى متغير الجنس؛
- ✓ عدم صحة الفرضية الفرعية الثانية والثالثة والرابعة والخامسة للفرضية الخامسة وعليه فإنه يوجد اختلاف في اتجاهات افراد عينة الدراسة حول جذب السياح تعزى لمتغيرات الشخصية (العمر، المستوى التعليمي، الوظيفة، الحالة العائلية)؛

توصيات:

- ✓ توفير أساليب دعائية والإعلان السياحي وإنشاء موقع إلكتروني يمثل واجهة السياحة في ورقلة ويعرض كافة البرامج ومختلف المعلومات حول عناصر الجذب السياحي؛
- ✓ يجب العناية بالقطاع السياحي وإعطائه أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى؛
- ✓ تخصيص إمكانيات مادية وبشرية لتطوير المنتجع؛
- ✓ توفير وسائل الراحة والترفيه بالقرب من المنتجع؛
- ✓ الاهتمام بقطاع الصناعة التقليدية والعمل على تطويره؛
- ✓ تنظيف المحيط باستمرار والسهر على الحماية الجمالية لورقلة واعداد قوانين تلزم فرض النظافة على المواطنين والمنتجعات؛
- ✓ تحسين مستوى الخدمات السياحية والاعتماد على طرق أخرى وعدد الاقتصار على طريقة التسعير حسب التكاليف فقط؛ خاصة في الأوقات التي ينخفض الطلب على الخدمة للمنتجع؛
- ✓ ضرورة وجود مرشدين أكفاء متشبعين بثقافة السياحة الصحراوية،

✓ إنشاء بنك متخصص في تمويل الاستثمارات السياحية

آفاق الدراسة:

- ✓ تأثير الألوان على خدمة الإطعام؛
- ✓ دور الديكور في تحقيق رضا الزبائن؛
- ✓ الديكور التقليدي وآثره في جذب السائح؛
- ✓ دور عادات وتقاليد المنطقة في جذب السائح؛
- ✓ دور التصميم الداخلي في عملية الشراء،
- ✓ دور جودة الخدمات في جذب السياح؛
- ✓ تأثير الترويج على جذب السائح.

قائمة المراجع

- 1- أريج الهويدي، دراسة واقع البيئة الماديو والبشرية ومدى تحقيقها لمهارات الأطفال الحركية الأساسية في الروضات الحكومية بمدينة الرياض، مذكرة ماجستير، جامعة الملك سعود، جامعة المملكة العربية السعودية، 2012.
- 2- دمان نواز، الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق سياحة الداخلية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010.
- 3- زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق خدمات، طبعة الأولى، دار اليا لى للنشر وتوزيع، الأردن، 2011.
- 4- الصالح، سميرة سعد، مقومات الجذب السياحي في مدينة جدة، رسالة ماجستير، جامعة الملك، عبد العزيز، جدة، 1414هـ.
- 5- عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل درجة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق، جامعة تلمسان، 2010.
- 6- عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة بالأردن بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 7- عبير عدنان القزاز، احتياجات تطوير البيئة المادية في المدارس الابتدائية بمحافظات غزة في ضوء المعايير الدولية، مذكرة ماجستير، جامعة الإسلامية، غزة، 2014.
- 8- عمر غسان، السياحة في محافظة نابلس، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، الضفة الغربية، 2003.
- 9- غسان عمر، حركة السياحية في جنوب الضفة الغربية، مركز المناشوي للدراسات والبحوث، فلسطين، 2009.
- 10- فاتح العرعار، أثر الدليل المادي على جودة الخدمات الصحية (من وجهة نظر العاملين في المؤسسة).
- 11- فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

- 12- فؤاد يوسف عبد الرحمان، بيئة العمل المادية وأثرها في تحسين أداء العاملين دراسة استطلاعية في شركة عامة للصناعات الكهربائية، عملة الإدارة والاقتصاد، العدد، 2012.
- 13- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، الأردن، 2008.
- 14- مثنى طه حوري وإسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة النشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 15- مدور كريمة، أثر البيئة المادية لرياض الأطفال في رضا الزبائن (من وجهة نظر الأولياء) مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2017.
- 16- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
- 17- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة السادسة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 18- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية "دراسة تقويمية للقرى السياحية" المكتب الجامعي الحديث، بدون بلد نشر.

المجلات:

1. سمية عباس مجيد، فؤاد يوسف عبد الرحمان، بيئة العمل المادية واثرها في تحسين أداء العاملين دراسة استطلاعية في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، مجلة الإدارة والاقتصاد the magazine of Economic Administration، العدد الواحد والتسعون، 2012.

المقالات المحكمة:

- 1- فؤاد يوسف عبد الرحمان، بيئة العمل المادية وأثرها في تحسين أداء العاملين دراسة استطلاعية في شركة عامة للصناعات الكهربائية، عملة الإدارة والاقتصاد، العدد، 2012.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية

- 1- Christopher Lovelock et autre, **marketing des services**, Pearson Education, France 6 edition, 2008.
- 2- Jayaweera T (2015) **Impact of work Environmental factors on job Performance**, Mediating Role of work Motivation: A

- study of Hotel sector in England .International journal of Business and Management ,VOL.
- 3- IGUE,PEACE , **physical evidence and marketing performance of commercial airlines in Nigeria**, America, international journal of contemporary VOL .
- 4- Ali, F. & Amin, M (2014) **The influence of physical environment on emotions**.
- 5- **customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry**. Journal for Global ,Business Advancemen.



الملاحق

الملحق رقم 1: استمارة أسماء الأساتذة المحكمين:

الدرجة العلمية	اسم الاستاذ(ة)
أستاذ محاضر رتبة أ- جامعة ورقلة	بن تفات عبد الحق
أستاذ محاضر رتبة أ- جامعة ورقلة	خويلدات صالح
أستاذ محاضر رتبة أ- جامعة ورقلة	طواهير عبد الجليل
أستاذة مساعدة رتبة ب- جامعة ورقلة	كاهي فطيمة

الملحق رقم 2: استمارة الاستبيان النهائي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التجارية

استبيان

تحية طيبة وبعد : يشرفني أن أتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات إنجاز موضوع تحت عنوان " أثر البيئة المادية في جذب (إقبال) السياح "، وذلك استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر تخصص تسويق خدمات لذا رجاء منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان المرفقة بإبداء الرأي بكل دقة وموضوعية لكل عبارة من عبارات الاستبيان بما ترونه مناسباً، علماً بأن المعلومات المقدمة لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فقط .
نشكركم جزيلاً على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة و بصراحة تامة.
ولكم منا كل الشكر والتقدير . م. عفاف
[البريد الإلكتروني: fwfamkawy3@gmail.com](mailto:fwfamkawy3@gmail.com)

الرجاء وضع علامة (X) في الخانة التي ترى أنها مناسبة.

المحور الأول: البيئة المادية

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
	الدليل المحيط					
01	المظهر الخارجي للمنتج اجدغ تور جذاب والمبهر					
02	تصميم منتج اجداغ تور يبعث على الراحة					

					الألوان في المنتجع اجداغ تور متناسقة وجذابة	03
					الموقع الجغرافي لمنتجع اجداغ بعيد عن أخطار سيارات ومركبات	04
					يتوفر المنتجع على ممرات خاصة بدخول وخروج ذوي الاحتياجات الخاصة	05
					مواقف السيارات في المنتجع آمنة	06
الدليل الأساسي						
					التصميم الداخلي للمنتجع يتميز بالحداثة	07
					قاعة الاستقبال مريحة ومجهزة بكل متطلبات الراحة مثلا تلفاز ، مكيف	08
					يوجد نظافة في منتجع اجداغ تور	09
					يحرص منتجع اجداغ تور على توفير كل الوسائل داعمة لراحة السائح	10
					يتوفر منتجع اجداغ تور على أماكن الاستجمام	11
					يتميز منتجع اجداغ تور بموقعه الاستراتيجي الجذاب والديكور مرتب	12
					وثائقي وممتلكاتي في أمان لدى المنتجع	13

المحور الثاني : الجذب السياحي

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	صفحة فيسبوك منتجع اجداغ تور تجيب على تساؤلاتي					
02	يوفر المناخ المقدم في منتجع اجداغ تور عامل جذب السياحي للسياح					
03	يحتوي منتجع اجداغ تور على مسرح لعرض نشاطات للسياح					
04	تساعد الإقامة في منتجع اجداغ تور على اكتساب معلومات ومعارف جديدة					
05	يعتبر المركب السياحي منطقة ذات إرث حضاري وثقافي تجذب السياح إليه					
06	يعتبر منتجع اجداغ تور محطة لجذب السياح الباحثين عن الأمن والراحة النفسية					
07	إن الأحداث الثقافية والفنية والدينية التي تقام ضمن نشاطات منتجع اجداغ تور تدفع بالسياح إلى تكرار الزيارة					
08	يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة إليها بسبب السمعة					

					الحسنة التي يتميز بها منتجع اجداغ تور
					يشعر السياح الزائرون منتجع اجداغ تور بحالة جذب السياح لتوافر عدد كافي من الهياكل الثقافية ومنتجات الصناعات التقليدية
					يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة للاستمتاع أكثر بالمقومات الطبيعية منتجع اجداغ تور
					يحتوي منتجع اجداغ تور على بنية تحتية كافية لتلبية الاحتياجات الحضرية وتحقيق الرفاهية للسياح
					يتميز منتجع اجداغ تور بعادات والتقاليد ذات طابع محلي أهله لأن يكون من الولايات الجاذبة للسياح

المحور الثالث: معلومات شخصية عن الزبون (السائح):

		أنثى	ذكر	الجنس
50 سنة و أكثر	من 40 إلى أقل من 50 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	أقل من 30 سنة	العمر
	دراسات عليا	جامعي	ثانوي فأقل	مستوى التعليم
	رجل أعمال	عامل	موظف	الوظيفة
		متزوج	أعزب	الحالة العائلية

الملحق رقم 3: تكرارات المتغيرات الشخصية:

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	18	27.7	27.7	27.7
انثى	47	72.3	72.3	100.0
Total	65	100.0	100.0	

العمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من 30 سنة	54	83.1	83.1	83.1
من 30 إلى أقل من 40 سنة	8	12.3	12.3	95.4
من 40 إلى أقل من 50 سنة	2	3.1	3.1	98.5
50 سنة و أكثر	1	1.5	1.5	100.0
Total	65	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي فأقل	6	9.2	9.2	9.2
جامعي	52	80.0	80.0	89.2
دراسات عليا	7	10.8	10.8	100.0
Total	65	100.0	100.0	

الوظيفة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موظف	35	53.8	77.8	77.8
عامل	9	13.8	20.0	97.8
رجل أعمال	1	1.5	2.2	100.0
Total	45	69.2	100.0	
Missing System	20	30.8		
Total	65	100.0		

الحالة العائلي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أعزب	55	84.6	85.9	85.9
متزوج	9	13.8	14.1	100.0
Total	64	98.5	100.0	
Missing System	1	1.5		
Total	65	100.0		

الملحق رقم 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستبيان:

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
المظهر الخارجي لمنتج اجداغ تور جذاب مبهر	65	3.7692	1.07193
تصميم منتج اجداغ تور يبعث على الراحة	65	3.9538	.92586
الألوان في منتج اجداغ تور متناسقة و جذابة	65	3.7846	.99204
الموقع الجغرافي لمنتج اجداغ تور بعيد عن أخطار سيارات ومركبات	65	3.6462	1.05224
يتوفر المنتج على ممرات خاصة بدخول وخروج ذوي الاحتياجات الخاصة	65	3.5846	1.17117
مواقف السيارات في منتج اجداغ تور آمنة	65	3.6923	1.15816
التصميم الداخلي لمنتج اجداغ تور يتميز بالحدائثة	65	3.6000	1.10114
قاعة الاستقبال مريحة ومجهزة بكل متطلبات الراحة مثلا تلفاز ،مكيف	65	3.7538	1.17301
نجد أن العاملين يتميزون في منتج اجداغ تور بحسن المظهر	65	3.7077	.91384
يحرص منتج اجداغ تور على توفير كل الوسائل داعمة لراحة السائح	65	3.8308	1.02423
يتوفر منتج اجداغ تور على أماكن الاستجمام	65	3.6615	1.01976
يتميز منتج اجداغ تور بموقعه الاستراتيجي الجذاب والأثاث والديكور مرتب	65	3.7846	1.02305
يستخدم منتج اجداغ تور معدات والأجهزة حديثة في تقديم خدماته	65	3.5692	1.04537
وثائقي وممتلكاتي في أمان منتج اجداغ تور	64	3.7969	1.10093
صفحة فيسبوك منتج اجداغ تور تجيب على تساؤلاتي	65	3.3846	.96327
يوفر المناخ المعتدل في منتج اجداغ تور عامل جذب السياحي للسائح	65	3.5077	.97023
يحتوي منتج اجداغ تور على قاعة لعرض نشاطات للسائح	65	3.4769	.86797
تساعد الإقامة في منتج اجداغ تور على اكتساب معلومات ومعارف جديدة	65	3.6000	.86241
يقع منتج اجداغ تور منطقة ذات إرث حضاري وثقافي تجذب السياح إليه	65	3.7538	1.00048
يعتبر منتج اجداغ تور محطة لجذب السياح الباحثين عن الأمن والراحة النفسية	65	3.8000	.85147
إن الأحداث الثقافية والفنية والدينية التي تقام ضمن نشاطات منتج اجداغ تور تدفع بالسياح إلى تكرار الزيارة	65	3.6615	1.01976
يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة إليها بسبب السمعة الحسنة التي يتميز بها منتج اجداغ تور	65	3.7385	.92326
يشعر السياح الزائرون لمنتج اجداغ تور بحالة جذب السياح لتوافر عدد كافي من الهياكل الثقافية ومنتجات الصناعات التقليدية	65	3.4769	.88579
يرغب أغلبية السياح القادمين للولاية بالعودة للاستمتاع أكثر بالمقومات الطبيعية لمنتج اجداغ تور	65	3.7231	.83867
يحتوي منتج اجداغ تور على بنية تحتية كافية لتلبية الاحتياجات الحضرية وتحقيق الرفاهية للسياح	65	3.5538	.90192
يتميز ب منتج اجداغ تور عادات والتقاليد ذات طابع محلي أهله لأن يكون من الولايات الجاذبة للسياح	65	3.7231	.78078
Valid N (listwise)	64		

الملحق رقم 5: تحليل معامل ألفا كرونباخ:

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	64	98.5
Excluded ^a	1	1.5
Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	26

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	98.5
	Excluded ^a	1	1.5
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	14

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	12

الملحق رقم 6: العلاقة بين عناصر البيئة المادية (الدليل المحيط، الدليل الاساسي) والجذب السياحي

Correlations

		الجذب السياحي	الدليل المحيط
الجذب السياحي	Pearson Correlation	1	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	65	65
الدليل المحيط	Pearson Correlation	.640**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		الجذب السياحي	الدليل الاساسي
الجذب السياحي	Pearson Correlation	1	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	65	65
الدليل الاساسي	Pearson Correlation	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم 7: نتائج اختبار ANOVA للفرضية الرابعة

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الجنس السياحي ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: البيئة المادية
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.589	.49392

a. Predictors: (Constant), الجنس السياحي

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.599	1	22.599	92.635	.000 ^b
	Residual	15.369	63	.244		
	Total	37.968	64			

a. Dependent Variable: البيئة المادية
b. Predictors: (Constant), الجنس السياحي

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.401	.351		1.143	.257
	الجنس السياحي	.919	.095	.771	9.625	.000

a. Dependent Variable: البيئة المادية

الملحق رقم 8: نتائج اختبار الفرضية الخامسة

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
الجنس	30.805	64	.000	1.72308	1.6113	1.8348

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.062	1	1.062	3.269	.075 ^b
	Residual	20.476	63	.325		
	Total	21.538	64			

a. Dependent Variable: العمر
b. Predictors: (Constant), الجنس السياحي

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.511	1	.511	2.582	.113 ^b
	Residual	12.473	63	.198		
	Total	12.985	64			

a. Dependent Variable: المستوى التعليمي
b. Predictors: (Constant), الجذب السياحي

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.278	1	.278	1.190	.281 ^b
Residual	10.033	43	.233		
Total	10.311	44			

a. الوظيفية
b. الجذب السياحي
a. Dependent Variable:
b. Predictors: (Constant),

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.058	1	.058	.471	.495 ^b
Residual	7.676	62	.124		
Total	7.734	63			

a. الحالة العائلي
b. الجذب السياحي
a. Dependent Variable:
b. Predictors: (Constant),

الملحق رقم 9: تباين خط الانحدار

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15.937	1	15.937	92.635	.000 ^b
Residual	10.838	63	.172		
Total	26.775	64			

a. الجذب السياحي
b. البيئة المادية
a. Dependent Variable:
b. Predictors: (Constant),

الملحق رقم 10: قيم معاملات خط الانحدار

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
البيئة المادية	65	3.7233	.77023	.09554
الجذب السياحي	65	3.6167	.64681	.08023

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
البيئة المادية	38.973	64	.000	3.72333	3.5325	3.9142
الجذب السياحي	45.081	64	.000	3.61667	3.4564	3.7769

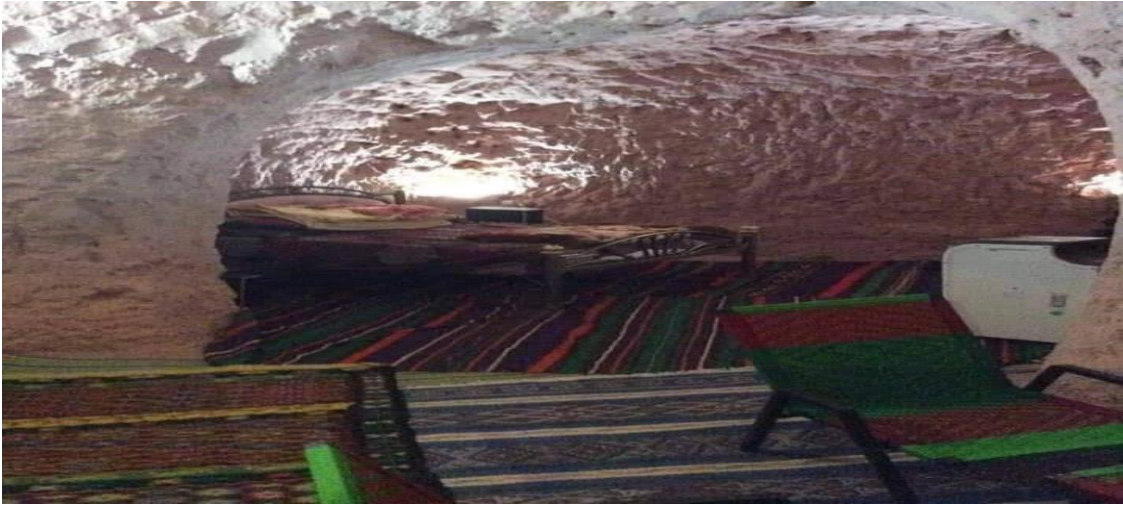
الملحق رقم 11: صور منتجع اجداغ اتور













الفهرس

الفهرس

IV	الإهداء
V	الشكر
VI	الملخص
VII	قائمة المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
ب	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للبيئة المادية وجذب السياح.	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية للبيئة المادية وجذب السياح
03	المطلب الأول: ماهية البيئة المادية
03	الفرع الأول: تعريف البيئة المادية
03	الفرع الثاني: تصنيف البيئة المادية
04	الفرع الثالث: أهمية البيئة المادية
04	الفرع الرابع: عناصر البيئة المادية
06	المطلب الثاني: ماهية الجذب السياحي
07	الفرع الأول: تعريف السياحة والسائح
09	الفرع الثاني: مفهوم الجذب السياحي
10	الفرع الثالث: عوامل الجذب السياحي
13	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للبيئة وجذب السياحي
13	المطلب الأول: الدراسات سابقة حول البيئة المادية وجذب السياحي
13	الفرع الأول: الدراسات المتعلقة بالبيئة المادية
17	الفرع الثاني: الدراسات المتعلقة بالجذب السياحي
19	المطلب الثاني: الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: دراسة حالة منتجع اجداغ تور بمدينة ورقلة	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
26	المطلب الأول: الطريقة المعتمدة في الدراسة
26	الفرع الأول: منهج الدراسة

26	الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
26	المطلب الثاني: متغيرات الدراسة وكيفية قياسها
27	الفرع الأول: الأداة المستخدمة في الدراسة
28	الفرع الثاني: أساليب المعالجة الإحصائية
29	الفرع الثالث: صدق وثبات اداة الدراسة
30	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة
30	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
30	الفرع الأول: تحليل البيانات الشخصية
33	الفرع الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالبيئة المادية والجذب السياحي
36	الفرع الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها
43	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الدراسة
43	الفرع الأول: نتائج تحليل البيانات الشخصية
43	الفرع الثاني: نتائج الاجابات الخاصة بعبارات الاستبيان
43	الفرع الثالث: نتائج اختبار الفرضيات
44	خلاصة الفصل الثاني
46	خاتمة
49	المراجع
53	الملاحق
68	الفهرس