



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



تطوير عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة: من
منظور علم النفس السياحي

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماستر في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية

إشراف الأساتذة:

د. رؤوف هوشات

د. وديع مخلوف

إعداد الطالبة:

أميرة حمزاوي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
سليم قسوم	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
رؤوف هوشات	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
وديع مخلوف	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرف مساعد
بوقنور إسماعيل	أستاذ تعليم عالي	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2024-2025



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



تطوير عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة: من
منظور علم النفس السياحي

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماستر في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الأعمال السياحية

إشراف الأستاذ:

د. رؤوف هوشات

د. وديع مخلوف

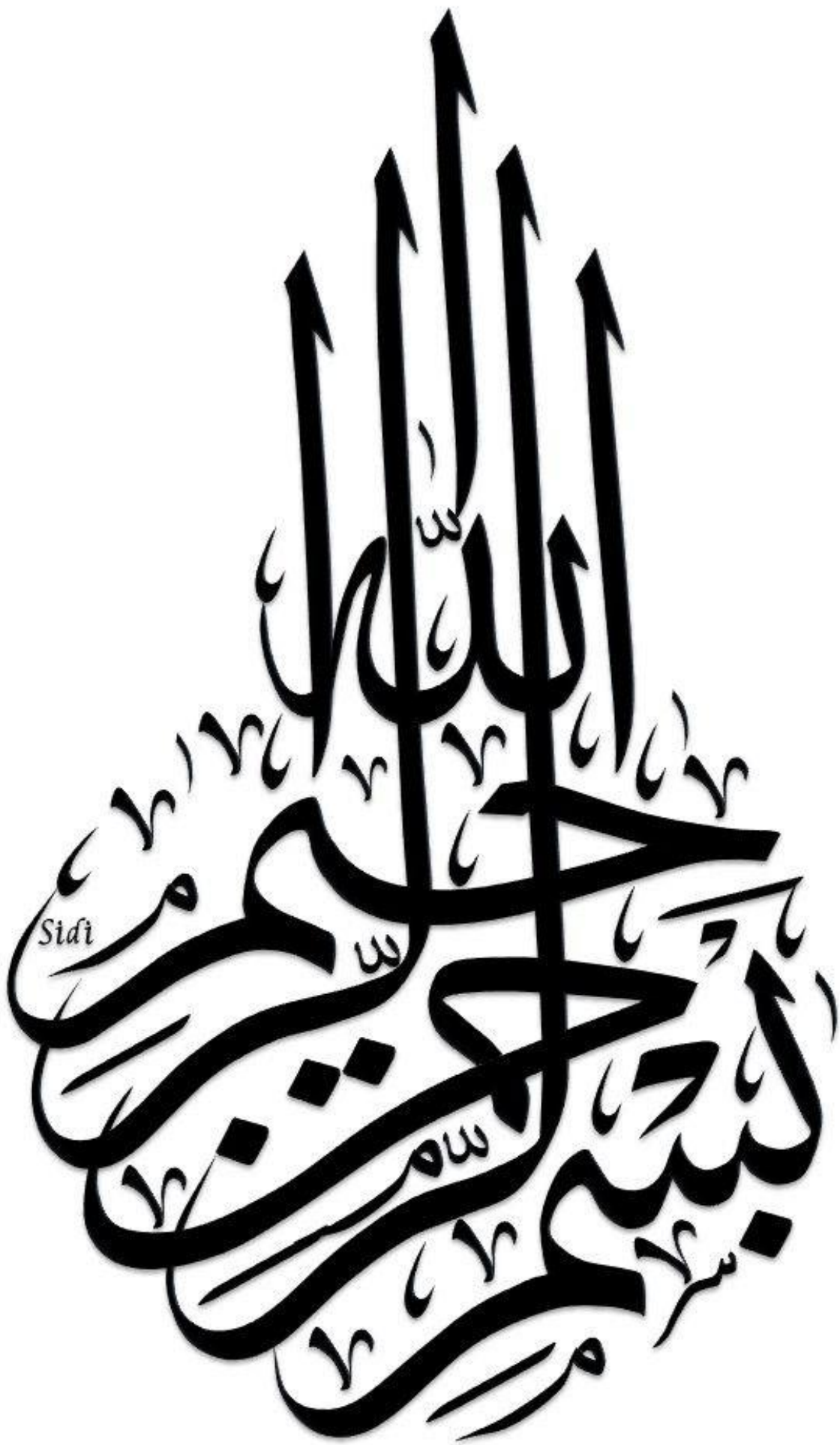
إعداد الطالبة:

أميرة حمزاوي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء	الصفة
قسوم سليم	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيسا
رؤوف هوشات	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
وديع مخلوف	أستاذ محاضر ب	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرف مساعد
بوقنور إسماعيل	أستاذ تعليم عالي	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2024-2025



شكر وعرفان

قال الله تعالى ﴿فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُون﴾
وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم
"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

حمدا لمن زين الانسان بالعلم والادب حيث كان
نحمد الله كل الحمد والشكر فهو الذي خص أحد نهج جنته لطلب العلم،
فنشكر الله عز وجل على توفيقه لنا وعونه
حيث رزقنا الصحة والعافية والصبر
واعاننا في نجاز هذا العمل المتواضع فلا حول ولا قوة الا به
ولا يسعنا في هذا المقام الا ان نتقدم بخالص
الشكر والتقدير الي أساتذتي الافاضل الكرام الدكتور " رؤوف هوشات"
"والدكتور مخلوف وديع"

اللذان لم يبخلا علينا بتوجيهاتهم وإرشاداتهم ونصائحهم السديدة
والقيمة التي كان لها بليغ الأثر لإنجاز واستكمال هذا العمل
كما أتقدم بخالص الشكر إلى كل الأساتذة الذين شاركونا
علمهم وخبراتهم خلال مشوارنا الأكاديمي
ولكل الطاقم الإداري كل باسمه
كما نتوجه بالشكر الجزيل الى السادة أعضاء لجنة المناقشة
على تكرمهم لقراءة ومناقشة هذه المذكرة العلمية
نسأل الله أن يبارك في هذا الجهد، وأن يجعله خالصا لوجهه الكريم،
نافعا للعباد، وأن يوفقنا وإياكم لما يحب ويرضى

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله وصحبه أجمعين أما بعد، فإنني أهدي ثمرة جهدي وعمل متواصل:

إلى التي طالما اشتاق اللسان إلى ذكرها.. إلى من كانت تتمنى رؤية نجاحي، لكن قضاء الله سبق فأخذها إلى جواره قبل أن ترى هذا اليوم.. إلى الروح الطاهرة التي اختارها الله تعالى لتكون في عليين.. إلى "أمي الحبيبة" رحمها الله وغفر لها وأسكنها فسيح جناته.

إلى من وهبه الله الهيبة والوقار.. إلى من علمني أن أعطي بلا حساب إلى من أحمل اسمه بكل فخر واعتزاز.. إلى والدي العزيز، أطل الله في عمره وحفظه بحفظه ورزقه الصحة والعافية.

إلى مدرستي الأولى التي ربّنتي وسهرت على تعليمي، وساعدتني في تذليل الصعاب.. إلى رفيقة دربي وشريكة حياتي.. إلى أختي العزيزة. إلى سندي ومسندي، ملاذي ورجائي بعد الله عز وجل.

إلى من شاركوني دفء الأسرة وبهجة الحياة.. إلى سندي وعوني في السراء والضراء.. إلى إخوتي الأعزاء.

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة وأصدقائي المخلصين.

إلى كل من علمني حرفاً أو وجهني بطريقة ما.

إلى كل من احتضنهم قلبي وإن نسي ذكرهم قلبي.

ولحمد لله رب العالمين

خطة الدراسة:

مقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للجذب السياحي وعلم النفس السياحي

المبحث الأول: السياحة وعوامل الجذب السياحي

المبحث الثاني: الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي

المبحث الثالث: العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي

الفصل الثاني: تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة

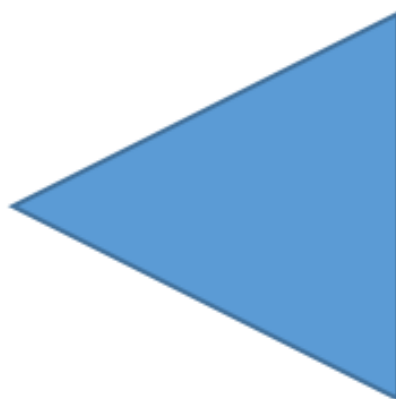
المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: تحليل وعرض البيانات واختبار الفرضيات

الخاتمة

مقدمة



مقدمة:

يشهد قطاع السياحة في العصر الحديث تطوراً متسارعاً وتحولات عميقة، حيث أصبح يمثل ركيزة أساسية في اقتصاديات العديد من الدول ومصدراً مهماً للدخل والتنمية المستدامة. وقد تجاوز مفهوم السياحة المعاصرة الأبعاد التقليدية المرتبطة بالترفيه والاستجمام، ليشمل أبعاداً ثقافية واجتماعية ونفسية متعددة، تعكس تطور احتياجات السائح وتغير دوافعه وتطلعاته، ومع هذا التطور برزت الحاجة إلى فهم أعمق للعوامل النفسية المؤثرة في السلوك السياحي، وكيفية توظيفها في تطوير عوامل الجذب السياحي وتحسين التجربة السياحية بشكل عام.

في هذا السياق ظهر علم النفس السياحي كأحد الفروع المتخصصة التي تسعى إلى دراسة وتحليل الجوانب النفسية المرتبطة بالسلوك السياحي، والدوافع الكامنة وراء اختيارات السائحين، والعوامل المؤثرة في تجاربهم وانطباعاتهم، حيث يقدم هذا العلم إطاراً معرفياً متكاملًا يساعد على فهم كيفية إدراك السائح للمقاصد السياحية، وآليات اتخاذ القرارات، ومستويات رضاه عن الخدمات المقدمة، وهو ما يمكن توظيفه بشكل فعال في تطوير استراتيجيات الجذب السياحي وتعزيز القدرة التنافسية للمقاصد السياحية.

إن عوامل الجذب السياحي، بمختلف أنواعها الطبيعية والثقافية والتاريخية والترفيهية، تمثل العناصر الأساسية التي تحدد قدرة المقصد السياحي على استقطاب الزوار وتلبية احتياجاتهم وتطلعاتهم. غير أن فعالية هذه العوامل وقدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة ترتبط بشكل وثيق بمدى فهم الأبعاد النفسية للسائح، وكيفية تفاعله مع هذه العوامل، والقيمة التي يدركها من خلال تجربته السياحية. وهنا تبرز أهمية المنظور النفسي في تطوير عوامل الجذب السياحي، من خلال فهم الدوافع والحاجات النفسية للسائحين، وتصميم تجارب سياحية تلبي هذه الاحتياجات وتحقق مستويات عالية من الرضا والإشباع.

في السياق ذاته تأتي ولاية قالمة كنموذج للمقاصد السياحية التي تمتلك مقومات جذب متنوعة، من موارد طبيعية خلابة ومعالم تاريخية وأثرية وتراث ثقافي غني والتي تؤهلها لأن تكون وجهة سياحية سياحية متميزة. غير أن الاستفادة المثلى من هذه المقومات تتطلب فهماً عميقاً للعوامل النفسية المؤثرة

في جاذبيتها، وكيفية تطويرها بما يتوافق مع احتياجات وتوقعات السائحين، وهو ما يمثل محور اهتمام هذه الدراسة.

أهمية الدراسة

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة نظرا لطابعها المتعدد الأبعاد الذي يجمع بين السياحة وعلم النفس والتنمية المحلية، في سياق يشهد اهتماما متزايدا بتطوير القطاع السياحي وتعزيز دوره في التنمية المستدامة. ويمكن تلخيص أبعاد أهمية هذه الدراسة في المحاورين التالية:

الأهمية العلمية

تتجلى في المساهمة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بعلم النفس السياحي وتطبيقاته في تطوير عوامل الجذب السياحي، خاصة في ظل محدودية الدراسات العربية في هذا المجال، كما تسعى الدراسة إلى تقديم إطار مفاهيمي متكامل يربط بين النظريات النفسية المختلفة (نظرية الاحتياجات لماسلو، نظرية الدفع والجذب لدان) وتطبيقاتها في مجال تطوير المقاصد السياحية، مما يساهم في تعزيز تعزيز الفهم النظري للعلاقة بين الجوانب النفسية والسلوك السياحي.

الأهمية العملية

تتبع من الحاجة الملحة لتطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز جاذبية المقاصد السياحية، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين الوجهات السياحية على المستويين المحلي والدولي، فتوظيف المنظور النفسي في تطوير عوامل الجذب السياحي يمكن أن يساهم في تحسين جودة التجربة السياحية، وزيادة مستويات رضا السائحين فضلا عن تعزيز ولائهم للمقصد السياحي، وبالتالي زيادة العائد الاقتصادي والاجتماعي للنشاط السياحي والذي يشكل دور محوري في القطاع السياحي من خلال مساهمته في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، خلق فرص العمل، تنويع مصادر الدخل، تحسين البنية التحتية، وتعزيز الترابط بين مختلف القطاعات الاقتصادية. في حالة ولاية قلمة تكتسب هذه الأهمية بعدا خاصا كونها تمتلك مقومات سياحية متنوعة يمكن أن تشكل رافدا مهما للتنمية المحلية إذا ما تم تطويرها وفق منظور علمي يراعي الأبعاد النفسية للسائحين.

مبررات اختيار الموضوع:

لقد تم اختيار هذا الموضوع بناء على جملة من الدوافع الذاتية والموضوعية التي تبرر أهميته وجدواه، ويمكن تلخيصها كما يلي:

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام العلمي والأكاديمي بمجالات السياحة وعلم النفس، والرغبة في استكشاف نقاط التقاطع بينهما وتطبيقاتها العملية.
- الارتباط الوجداني بولاية قالمة، والطموح في المساهمة في تطوير قطاعها السياحي وإبراز مقوماتها وإمكاناتها.
- الرغبة في البحث في موضوع يجمع بين الجوانب النظرية والتطبيقية، ويتيح فرصة للمساهمة في تقديم حلول عملية لتحديات واقعية.

الأسباب الموضوعية:

- تزايد الاهتمام العالمي بالأبعاد النفسية للسياحة، وظهور توجهات حديثة تركز على تصميم التجارب السياحية وفق احتياجات وتوقعات السائحين.
- الحاجة إلى تطوير استراتيجيات مبتكرة لتعزيز تنافسية المقاصد السياحية، خاصة في ظل التحديات التي تواجه القطاع السياحي على المستويين المحلي والدولي.
- أهمية توظيف المعارف والنظريات النفسية في تطوير القطاع السياحي، وتحسين جودة الخدمات والخدمات والمنتجات السياحية.
- الإمكانات السياحية الكبيرة التي تتمتع بها ولاية قالمة، والتي لم يتم استغلالها بالشكل الأمثل، مما يستدعي البحث في سبل تطويرها وتثمينها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والعملية، من أبرزها:

- تحليل الإطار المفاهيمي للسياحة وعوامل الجذب السياحي، وتحديد مقوماتها الأساسية ودورها في تطوير المقاصد السياحية.
- استكشاف الأسس النظرية لعلم النفس السياحي، وتحديد ميادينه وأهدافه، وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى.
- دراسة العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي، من خلال تحليل نظريات الدوافع والحاجات وتطبيقاتها في المجال السياحي.
- تقييم دور الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية.
- تحليل واقع عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة، وتحديد مقوماتها السياحية والخدمات المتاحة.
- قياس تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة، من خلال دراسة ميدانية تستهدف عينة من السائحين.
- تقديم توصيات واقتراحات عملية لتطوير عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة من منظور علم النفس السياحي، بما يساهم في تعزيز جاذبيتها وتحسين تنافسيتها.

مجال الدراسة:

في دراستنا اعتمدنا على ثلاثة مجالات نبرزها فيما يلي:

-المجال المعرفي: يعتمد أساسا على علم النفس في الجوانب المتعلقة بالبعد السياحي حيث وظفنا في بحثنا نظريتين في علم النفس والتي لها علاقة وثيقة بالبعد السياحي من ناحية المساهمة في عامل الجذب لدى السائح من خلال تحديد السلبيات والايجابيات في القطاع السياحي في ولاية قالمة قصد تطوير عامل الجذب السياحي في الولاية.

-المجال المكاني: يتمثل في قطاع السياحة في ولاية قالمة حيث اخترنا مؤسستين سياحيتين متمثلتين في فندق لالة ماونة ومركب الاخوة مساها حيث قمنا بتوزيع استبيان على كلا المؤسستين والذي من خلاله قمنا بإسقاط نظريتين في علم النفس السياحي من خلال الأسئلة التي طُرحت للمستجوبين.

المجال الزمني: تمثل في الفترة الممتدة من افريل 2025 الى بداية جوان 2025 ما يتوافق مع فترة العمل على المذكرة في قياسها للبعد السياحي ومدى الجذب بالاستعانة بعلم النفس السياحي.

إشكالية الدراسة:

بناء على ما تقدم، تتمحور الإشكالية الرئيسة لهذه الدراسة حول التساؤل الجوهري التالي:

الي أي مدى يسهم توظيف علم النفس السياحي في تطوير استراتيجيات جذب فعالة في ولاية قالمة؟

ويتفرع عن هذه الإشكالية المحورية مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تسعى الدراسة للإجابة عنها، ومن أبرزها:

- ما هو الإطار المفاهيمي للسياحة وعوامل الجذب السياحي، وما هي مقوماتها الأساسية؟
- ما هي الأسس النظرية لعلم النفس السياحي، وما هي ميادينه وأهدافه، وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى؟
- كيف يمكن توظيف نظريات الدوافع والحاجات (نظرية ماسلو، نظرية الدفع والجذب لدان) في تطوير عوامل الجذب السياحي؟
- ما هو دور الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية؟
- ما هو واقع عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة، وما هي مقوماتها السياحية والخدمات المتاحة؟
- ما مدى تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة من وجهة نظر السائحين؟
- الفروض العلمية:**
- سعيا للإجابة على الإشكالية الرئيسية، تنطلق الدراسة من الفرضية الأولية التالية:
- كلما اعتمدنا على علم النفس السياحي كلما ساهمنا في تحديد البعد النفسي لعامل الجذب لدى السياح في ولاية قالمة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لعلم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لفهم الاحتياجات النفسية للسائحين (وفق نظرية ماسلو) في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة.
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لتوظيف نظرية الدفع والجذب في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة.

- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية بولاية قالمة.

المنهج المتبع في الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع وتشعب جوانبه النظرية والتطبيقية، فقد اعتمدت هذه الدراسة على مقارنة منهجية متكاملة تجمع بين عدة مناهج، وهي:

المنهج الوصفي التحليلي:

لوصف وتحليل المفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياحة وعلم النفس السياحي وعوامل الجذب السياحي، واستعراض الإطار النظري للموضوع.

المنهج الإحصائي:

من خلال الاعتماد على نظام spss لتحليل البيانات التي قمنا بجمعها بواسطة الاستبيان الذي تم توزيعه على المؤسستين فندق لالة ماونة ومركب الاخوة بن مساهل.

منهج دراسة حالة:

لجمع البيانات ودراساتها وتحليلها، عن طريق توزيع استبيان على السياح بغرض معرفة رأيهم حول عوامل الجذب في ولاية قالمة ومدى تحقيقها لرغباتهم واحتياجاتهم.

الإطار النظري لدراسة

اعتمدنا في دراستنا على نظريتين في مجال علم النفس السياحي والتي نبرزها فيما يلي:

-هرم ماسلو والذي يعتمد على العناصر التالية:

1-الاحتياجات الفيزيولوجية

2-السلامة والأمان.

3-العلاقات الاجتماعية والانتماء

4-تقدير الذات

5-تحقيق الذات

نظرية الدفع والجذب لبيير دان والتي تعتمد على العناصر التالية:

1- الرغبة في الهروب.

2- البحث عن الراحة والاسترخاء.

3- المغامرة والاستكشاف.

4- الشعور بالوحدة.

5- التواصل الاجتماعي.

6- عوامل الجذب.

أدبيات الدراسة:

1 Sebastian Filep and Jennifer Laing، «Trends and Directions in Tourism and Positive Psychology»، Tourism Foundations Conceptual Articles, 2018.

يسعى مؤلفا المقال لتوضيح الأسس المعرفية للسياحة وأبحاث علم النفس السياحي بتقديم لمحة عن الاتجاهات والدراسات النفسية في ميدان السياحية سواء الحالية أم المستقبلية لهذا المجال بالتركيز على أوجه التشابه والاختلاف بين علم النفس كميدان عام وعلم النفس السياحي كميدان خاص لدراسة.

2 Eva Simkova، « Psychology and its Aplication in Tourism»، Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2013.

قدمت هذه الدراسة تحليلا لأهمية المبادئ النفسية في فهم دوافع السائحين وتحسين الخدمات السياحية. اعتمدت الدراسة على تحليل نظري لهرم ماسلو للاحتياجات، مع التركيز على كيفية تطبيقه في القطاع السياحي، حيث ربطت بين مستويات الاحتياجات (الфизиولوجية، الأمان، الاجتماعية، التقدير، تحقيق الذات) وتجارب السفر. كما أبرزت دور العوامل النفسية في تشكيل الصورة الذهنية للوجهات

ورضا العملاء. من أبرز انتقادات الدراسة: ضيق النطاق التطبيقي: اقتصر التوصيات على الشركات الكبرى والمؤسسات الإقليمية، متجاهلة تحديات المنشآت الصغيرة التي تشكل الغالبية في القطاع.

قصور المنهجية: افتقرت إلى بيانات ميدانية كافية لدعم النتائج النظرية، مع غياب تحليل كمي متعمق.

تعميم غير مدعوم: تجاهلت تأثير الاختلافات الثقافية والاجتماعية على سلوك السائحين، رغم ذكرها لأهمية التفاعل مع السكان المحليين. بينما تقدم الدراسة إطاراً نظرياً قيمياً، تبقى تطبيقاتها العملية محدودة، مما يستدعي أبحاثاً لاحقة تركز على أدوات مبسطة وقابلة للتطبيق في السياقات المتنوعة.

3 نيفين جلال إبراهيم عيد، " دور علم النفس في تحديد السلوك الإنساني وتأثيره على العمل السياحي بالتطبيق على شركات السياحة"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 2021.

تعد هذه الدراسة مصدراً مهماً لفهم الآليات النفسية التي تحكم سلوك الفرد، وتظهر كيف تسهم الدوافع الداخلية والعوامل الخارجية في تشكيل قراراته. وعلى الرغم من طابعها النظري، فإن أفكارها يمكن توظيفها بفعالية في مجال السياحة، خاصة في تحليل دوافع السائح وفهم تفاعله مع الوجهة السياحية.

صعوبات الدراسة :

- الحدود المكانية: قمنا بتحديد نطاق الدراسة على مستوى *فندقين فقط في ولاية قالمة، ويعود السبب في ذلك إلى الصعوبات المتعلقة بتغطية كافة جوانب الولاية من حيث الوقت والجهد والتكاليف المطلوبة . المطلوبة . -الحدود الزمنية: تعتبر الفترة الزمنية الممتدة من افريل حتى بداية شهر جوان مدة محدودة نسبياً بالنظر إلى عمق موضوع البحث والمساحات الشاسعة التي تغطيها ولاية قالمة. هذه المدة القصيرة القصيرة قد تسببت في تقليص فرص جمع البيانات والتحليل الشامل للعوامل المؤثرة في السياحة بالولاية بالولاية •

- الجانب النظري: تمت ملاحظة ندرة المصادر المتاحة باللغة العربية وأيضاً الأجنبية المتعلقة بموضوع بموضوع علم النفس السياحي، فضلاً عن غياب المراجع التي تربط بين هذا العلم وعوامل تطوير الجذب

الجذب السياحي. يظهر ذلك الحاجة الكبيرة إلى مزيد من البحث والدراسة في هذا المجال لتعزيز الفهم العلمي لعلاقة علم النفس السياحي بتطوير استراتيجيات الجذب السياحي .

- الجانب التطبيقي: واجهنا عدة عقبات، أهمها ان السياحة في ولاية قالمة تتسم بالموسمية، مما أدى الى محدودية عدد السياح خلال الفترة المحددة للدراسة. بالإضافة الي ذلك تم ملاحظة نقص الوعي لدى لدى السياح بشأن مفهوم "علم النفس السياحي" وأهميته في تعزيز تجربة السياحة. هذا الغياب في الفهم قد يؤثر سلبا على ادراكهم للعوامل النفسية التي تلعب دورا في تحسين تجاربهم السياحية وتفاعلهم مع مع الوجهات السياحية المختلفة .بالإضافة إلى ذلك، واجهتنا تحديات تتعلق بصعوبة التنقل بين مقر الإقامة الأصلي في بومرداس وولاية الدراسة، قالمة. هذه الصعوبات في التنقل أثرت على إجراء البحث البحث وجمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة .إحدى الصعوبات التي واجهتنا تتعلق بتعقيد وتشعب موضوع علم النفس السياحي، حيث يتضمن هذا المجال مجموعة من المتغيرات والأبعاد النفسية النفسية والسلوكية التي تتداخل فيما بينها.

تفصيل الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة والتحقق من فرضيتها، تم تقسيم البحث إلى فصلين رئيسيين، يسبقهما هذه المقدمة وتليهما خاتمة تتضمن أهم النتائج والتوصيات، وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول: الإطار النظري للجذب السياحي وعلم النفس السياحي

المبحث الأول: السياحة وعوامل الجذب السياحي

المبحث الثاني: الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي

المبحث الثالث: العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي

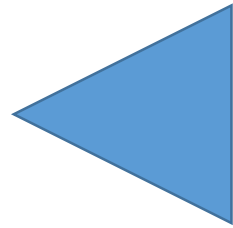
الفصل الثاني: تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة

المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

المبحث الثالث: تحليل وعرض البيانات واختبار الفرضيات

الفصل الأول:



الإطار النظري لعوامل
الجذب السياحي وعلم
النفس السياحي

تمهيد:

يشهد العالم المعاصر تطوراً متسارعاً في صناعة السياحة، حيث تحولت من مجرد نشاط ترفيهي إلى قطاع اقتصادي حيوي يساهم بشكل فعال في التنمية الشاملة للدول والمجتمعات، وفي ظل هذا التطور برزت الحاجة الملحة إلى فهم أعمق للعوامل النفسية والسلوكية التي تحرك السائح وتؤثر في قراراته واختياراته، مما أدى إلى ظهور علم النفس السياحي كحقل معرفي متخصص يسعى إلى دراسة وتحليل الجوانب النفسية المرتبطة بالسلوك السياحي.

إن فهم دوافع السائح واحتياجاته النفسية لم يعد مجرد رفاهية أكاديمية، بل ضرورة عملية تفرضها طبيعة المنافسة الشديدة بين الوجهات السياحية على المستويين المحلي والعالمي، فالسائح المعاصر لم يعد يبحث فقط عن الخدمات الأساسية والمرافق التقليدية، بل يسعى إلى تجارب سياحية متكاملة تلبي احتياجاته النفسية والاجتماعية والثقافية، وتحقق له مستويات عالية من الرضا والإشباع الشخصي.

يهدف هذا الفصل إلى وضع الأسس النظرية اللازمة لفهم العلاقة المعقدة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي، من خلال استكشاف المفاهيم الأساسية والنظريات المؤسسة في هذا المجال، ينطلق الفصل من تحليل مفهوم السياحة ذاته، باعتباره الإطار العام الذي تتحرك ضمنه جميع الأنشطة والعمليات السياحية، مروراً بدراسة عوامل الجذب السياحي بأنواعها المختلفة ودورها في تشكيل التجربة السياحية، وصولاً إلى التعمق في علم النفس السياحي كعلم يدرس السلوك الإنساني في السياق السياحي.

يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث حيث يتناول المبحث الأول ماهية السياحة وعوامل الجذب السياحي، ويقدم تعريفات شاملة للسياحة ويستعرض تطورها التاريخي وأهميتها المتعددة الأبعاد، كما يصنف أنواع السياحة المختلفة ويحلل عوامل الجذب السياحي ومقوماتها الأساسية، أما المبحث الثاني فيركز على الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي، من خلال تقديم تعريفات دقيقة لهذا العلم وتحديد مبادئه وأهدافه، وتوضيح علاقته بفروع علم النفس الأخرى والعلوم ذات الصلة.

يختتم الفصل بالمبحث الثالث الذي يدرس العلاقة التطبيقية بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي، من خلال تحليل نظريات أساسية مثل نظرية ماسلو للاحتياجات ونظرية الدفع والجذب لدان، وبيان كيفية تطبيق هذه النظريات في تطوير المنتجات والخدمات السياحية. كما يتناول هذا المبحث دور الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية.

ضمن هذا الفصل نسعى لتقديم فهم شامل ومتكامل للأسس النظرية التي تحكم العلاقة بين الجوانب النفسية للسائح وعوامل الجذب السياحي، مما يمهد الطريق للفصل التالي الذي سيطبق هذه المفاهيم النظرية على الواقع العملي من خلال دراستي حالة في ولاية قلمة.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الجذب السياحي:

يعتبر الجذب السياحي من الركائز الأساسية للنشاط السياحي، فهو العنصر الأول الذي من شأنه تحفيز الأفراد على التنقل والسفر نحو وجهات سياحية معينة دون غيرها، وهو كل ما من شأنه ان يثير اهتمام السائح ويدفعه الى زيارة مكان معين سواء كان طبيعياً، ثقافياً، تاريخياً، ترفيهياً او غيره.

في هذا المبحث سوف نحاول الإحاطة بكل ما يتعلق بالجذب السياحي من خلال ثلاثة مطالب، حيث يتضمن المطلب الأول ماهية السياحة، اما المطلب الثاني ماهية الجذب السياحي، والمطلب الثالث والأخير فهو حول مقومات الجذب السياحي.

المطلب الأول: ماهية السياحة

أولاً: تعريف السياحة

لا يوجد تعريف واحد شامل ومتفق عليه للسياحة، بل تعددت التعاريف وفقاً للمنظور الذي يتم تبنيه في تعريفها من مختلف جوانبها الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والحضارية، لذلك سنقدم فيما يلي بعض التعاريف التي قد تلم بمفهوم السياحة:

لم تكن السياحة ظاهرة اجتماعية حديثة، فهي قديمة قدم تاريخ الإنسان نفسه، حيث عرفها الإنسان منذ نشأته الأولى. وقد وردت السياحة في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وصنفت السائحون ضمن الفئات التي وعدّها الله سبحانه وتعالى بالجنة، حيث يقول الخالق عز وجل ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾¹. كما قال تعالى ﴿أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ﴾². وورد في الأحاديث الصحيحة قول الرسول الكريم "إن سياحة أمتي الجهاد في سبيل الله تعالى". وقال الإمام ابن تيمية: " ما يفعل أعدائي بي؟ إن قتلوني فقتلي شهادة، وإن حبسوني فحبسي خلوة، وإن نفوني فنفي سياحة"³.

¹القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية 113

²القرآن الكريم، سورة يوسف، الآية 109

³عبد الحميد البخاري، "اقتصاديات السياحة"، 2012، 04، من الموقع

<https://ia601703.us.archive.org> اطلع عليه بتاريخ 25 مارس 2025.

وقد ظهر مصطلح "السياحة" (Tourism) لأول مرة في عام 1943م للإشارة إلى التنقل بين الأماكن المختلفة، وهو مشتق من الكلمة الإنجليزية "tour" التي تعود بدورها إلى الأصل اللاتيني "tourno" بمعنى الدوران أو التجوال.¹

فالسّياحة هي "...غريزة نفسية واجتماعية فالانتقال من المكان الأصلي ثم العودة اليه هو احدى الطبائع البشر التي تحركها الدوافع منها دوافع نفسية واجتماعية وإنسانية فقد يحتاج الفرد الى وقت يروح فيه عن نفسه فيلجأ غريزيا الى التغيير اذ ينتابه الشعور بالقلق والتوتر فيعبر عنه بتغيير مكان عمله او موطنه لبعض الوقت..."²

والسياحة هي "...نشاط يعمل على انتقال فرد او مجموعة من الافراد من مكان الى اخر او من بلد الى اخر بغرض الزيارة او الترفيه، وإطلاع على ثقافات وحضارات شعوب أخرى والالتقاء بجنسيات متعددة..."³

كما عرفت المنظمة العالمية لسياحة على انها " ...انتقال الافراد من مكان لأخر لأهداف مختلفة ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة، وتقل عن سنة مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط..."⁴ من خلال التعاريف السابقة وجبت الإشارة الى ان ظاهرة السياحة لا تكتمل الا بتوفر شروط أساسية وهي:

- * الانتقال: وهي عملية الانتقال من مكان الإقامة الأصلي الى مكان اخر.
- * المدة الزمنية: يجب على عملية الانتقال ان لا تقل عن 24 ساعة، وان لا تزيد سنة مستمرة.
- * الهدف: ويقصد به الغرض من التنقل(السياحة)، ومن خلاله يمكن تحديد نوع السياحة.
- * الخدمات المتعلقة بالسياحة: تمثل احدى مكونات السياحة التي لا يمكن قيامها الا إذا توفرت بها وغيابها يسبب تراجع السياح عن الانتقال الي ذلك المكان او البلد.⁵

¹ شاهد الياس ودفور عبد النعيم، "الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسساتي"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات 01 (2016): 25.

² خليل محمد سعد، مبادئ السياحة، (الجنادرية للنشر والتوزيع، 2017)، 21.

³ خليل مصطفى غرابية، السياحة البيئية، (دار ناشري لنشر الالكتروني، 2012)، 103.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، (عمان: الورق للنشر والتوزيع، 2006)، 23.

⁵ مصطفى يوسف كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصال وعولمة السياحة، (الجزائر: منشورات الفا، 2017)، 24-25.

ثانياً: أهمية السياحة

- تحظى السياحة بأهمية كبرى في دعم اقتصاد الدول ودفع مسيرة تنميتها الشاملة، حيث تشكل رافداً مالياً مستداماً يساهم في تعزيز النمو. وتتجلى أبرز ملامح هذه الأهمية في الجوانب الآتية:¹
- التواصل الثقافي والتبادل المعرفي: تساهم السياحة في تعزيز الحوار بين الحضارات وتمكين التفاعل الاجتماعي، مما يثري المعارف ويوسع الآفاق عبر اكتساب تجارب متنوعة.
 - التنمية العمرانية والثقافية: تحفز السياحة تطوير البنى التحتية والارتقاء بالمظاهر الحضارية، مما ينعكس إيجاباً على مختلف مناطق البلاد.
 - إحياء التراث والحرف اليدوية: تدعم السياحة الصناعات التقليدية وتحافظ على الموروث الثقافي من خلال تشجيع إنتاج وتسويق المنتجات التراثية والتذكارية.
 - الاستثمار في القطاع الفندقي: يؤدي التوسع في المنشآت السياحية إلى زيادة القدرة الاستيعابية، مما يعزز جاذبية الوجهات السياحية ويزيد من أعداد الزوار.
 - توفير فرص العمل: يساهم القطاع السياحي في امتصاص البطالة عبر خلق وظائف متنوعة في مختلف التخصصات والمستويات.
 - تنويع مصادر الدخل: تمثل السياحة رافداً مالياً مستداماً يساهم في تنويع الاقتصاد الوطني وتقليل الاعتماد على المصادر الأحادية.
 - مكانة السياحة الاقتصادية: تحتل السياحة مرتبة متقدمة بين القطاعات الاقتصادية الرئيسية، حيث تلعب دوراً محورياً في تعزيز الميزان التجاري عبر جذب العملات الأجنبية.
 - التنمية الشاملة: يحفز القطاع السياحي العديد من الصناعات المرتبطة به، مثل الإنشاءات، والمواصلات، والخدمات الغذائية، مما يؤدي إلى تطوير متكامل للمرافق العامة والبنية التحتية.
 - التأثير الاجتماعي والسياسي: تعزز السياحة التماسك الاجتماعي وتقوي الانتماء الوطني على المستوى المحلي، بينما تساهم دولياً في بناء جسور التفاهم والتعاون بين الشعوب.
 - النهضة الحضارية: تدفع السياحة إلى تطوير المرافق العامة ورفع مستوى الخدمات، بما في ذلك تحسين شبكات النقل والاتصالات، وإنشاء المراكز الترفيهية والرياضية، مما يحسن جودة الحياة ويعزز جاذبية الوجهات السياحية.

¹ خالد بن عبد الرحمن آل دغيم، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، (الأردن-عمان: دار أسامة لنشر والتوزيع، 2014)، 24-26.

ثالثاً: أنواع السياحة

يعد تصنيف السياحة أداة منهجية تساهم في تحليل دوافع السفر وتحديد متطلبات الخدمات السياحية، مما يساهم في وضع السياسات والاستراتيجيات المناسبة لمواكبة تطلعات الزوار. وتتعدد أنماط السياحة وتصنيفاتها وفقاً لمعايير متنوعة، أبرزها:

- (1) حسب النطاق الجغرافي: منها السياحة الدولية وهي النشاط السياحي الذي يتم تبادله ما بين الدول والسفر من حدود دولة لدولة أخرى، والسياحة الداخلية وهي النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة.¹
- (2) حسب عدد الأشخاص المسافرين: تنقسم إلى سياحة أفراد مثل سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة، وسياحة مجموعات وتتضمن سفر مجموعة ترتبط ببعضها برباط معين (مدارس، جامعات، مؤسسات، نوادي، هيئات، وغير ذلك).
- (3) حسب الفئة العمرية لسائحين: مثل سياحة الصغار، سياحة الشباب، سياحة الناضجين، وسياحة كبار السن من المتقاعدين أو الشيوخ.
- (4) حسب وسائل المواصلات: تقسم إلى: سياحة بحرية أو نهريّة، سياحة جوية، وسياحة برية (للسيارات الخاصة، السكك الحديدية، ...الخ).
- (5) حسب الجنس: تقسم إلى: سياحة الرجال، وسياحة النساء.
- (6) حسب المستوى الاجتماعي أو مستوى الانفاق، ومنها سياحة الأثرياء، سياحة الطبقة المميزة، وسياحة الشعبية.
- (7) حسب مدة البرنامج السياحي: تنقسم إلى:
 - * سياحة لأيام: ويعد هذا النوع محدوداً، إذ عادة ما يستغرق أياماً محدودة يقضيها السائح في إطار برنامج معين، وليس له وقت محدد إذ يتخلل العام كله، مثل برامج الزيارات التي تتجه إلى المدن الكبرى الشاطئية أو التاريخية لزيارتها.
 - * سياحة موسمية: وترتبط في موسم سياحي معين لا يتم في غيره وإن كان يتكرر بتكرار الموسم كل سنة وله صفة دورية مثل: برامج السياحة خلال موسم الشتاء لتزحلق على الجليد.
 - * السياحة العابرة: وهي التي تأتي فجأة بشكل عابر دون تخطيط مسبق، مثل: قيام ركاب الترانزيت برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة أو مكان ما، أو أثناء انتظارهم الحصول على إذن دخول دولة أو مكان آخر.
- (8) حسب دافع السفر: وهي أهم الأنواع وأكثرها استخداماً بالنسبة لنشاط السياحي بصفة عامة، منها:

¹ مصطفى يوسف كافي، السياحة البيئية المستدامة تحدياتها وافاقها المستقبلية، (سوريا-دمشق-جرمانا: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2014)، 26.

- * السياحة الترفيهية: وتعني تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر.
- * السياحة الثقافية: وهي التي تهدف الى اشباع رغبة المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الحضارية والتاريخية لدى السائح وهي أساسا ذات طبيعة ذهنية.
- * السياحة العلاجية: تزامنت السياحة العلاجية منذ القدم مع تعرض الانسان لبعض الامراض كالروماتيزم الذي كان يتطلب الانتقال الى اماكن معينة ذات مناخ خاص، ثم اكتشفت بعد ذلك الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، لأهمية ذا النوع من السياحة بدأت تظهر المدن الطبية العلاجية والتي تحتوي على كافة المستلزمات الترفيهية والعلاجية
- * السياحة الدينية: هي التي يقصد بها زيارة الأماكن المقدسة لأداء بعض الواجبات الدينية.
- * سياحة المؤتمرات: وهو نمط من السياحة يستطب حركة ضخمة من السائحين المهتمين بحضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات العلمية او المهنية او السياسية وبعض المجالات الأخرى المماثلة.
- * السياحة الرياضية: وهو نمط من السياحة يستهدف اشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المفضلة المختلفة مثل: الغطس تحت الماء، والصيد، والتجديف، والتزلج على الجليد، والاشتراك في المسابقات الرياضية المختلفة.
- * سياحة رجال الاعمال: وهي التي تمثل نشاط رجال الاعمال لإتمام الصفقات التجارية والاشتراك في المعارض التجارية، وقد زادت أهمية هذا النوع من السياحة في السنوات الأخيرة وأصبحت تمثل 20% من حجم حركة السياحة الدولية.
- * السياحة بغرض التعليم والتدريب: أكثر أنواع السياحة نشاطا في الوقت الحالي، حيث تقوم به كثير من دول العالم لتنشيط السياحة لديها، ويعد توافر الجامعات والكليات والمعاهد العلمية ومراكز التدريب المختلفة مصدر جذب لعدد كبير من السياح بغرض التعليم والتدريب.
- * سياحة المشتريات: وهي أحد اهم البرامج السياحية شديدة النشاط، حيث تعمل الكثير من دول العالم على ان تصبح سقفا رائجة تعرض فيها جميع المنتجات بأسعار منخفضة بهدف جذب العديد من السياح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة والأجهزة.¹

¹ آل دغيم، الاعلام السياحي، 29-34

المطلب الثاني: ماهية الجذب السياحي:

أولاً: تعريف الجذب السياحي

تعددت واختلفت التعاريف حول الجذب السياحي، فيما يلي سنحاول عرض بعض التعاريف التي جاءت بصده:

■ عرف "المجلس السياحي الإسكتلندي" الجذب السياحي بأنه: "...مناطق القصد السياحي التي لها عمر محدد (دورة حياة المنتج السياحي)، الغرض الأساسي لاكتشافها أو خلقها، هو زيادة متعة الفرد وبهجته، أو زيادة ثقافته وإدراكه..."¹.

■ كما عرف الجذب السياحي على أنه "...مكان يضم مجموعة من الأنشطة والخدمات التكميلية والمنظمة، التي تستغل بطريقة صحيحة كقطب مهم في مجالات الثقافة والراحة والتسلية بهدف استقبال واستقطاب السياح..."².

■ بينما يرى الحيميري بأنه: "...جميع المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية والخدمات التكميلية المتوفرة ضمن الإقليم، وهي تشمل على خدمات البنى الفوقية البنى التحتية، بالإضافة الى خليط معقد من الخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السائح منذ مغادرته مكان مكوثه وحتى عودته اليها..."³.

■ وعرفت "...المنطقة السياحية الجذابة على أنها مكان جغرافي يقوم بعرض المنتجات السياحية أو مجموعة الخدمات المتنوعة المقدمة في مختلف النشاطات والتجارب لمختلف السياح الباحثين عن الجودة والذين يطمحون الى الأفضل..."⁴.

استنادا إلى ما سبق يمكننا استخلاص تعريف عام لعامل الجذب من وجهة نظر السائح، حيث يعرف على أنه كل عنصر مادي أو غير مادي (ظاهرة، تجربة، نشاط، شعور بالانتماء) يتفاعل معه السائح إدراكيا وانفعاليا في مواقع معينة، سواء كان بمقابل مادي أو مجانا، ويثير لديه دافعا نفسيا (شعور بالحاجة) للابتعاد عن محيطه المعتاد لتحقيق إشباعه الذاتي أو الاجتماعي أو المعرفي. ويعتبر عاملا أساسيا في اتخاذ قرار السفر، إذ أن غيابه يؤدي إلى تراجع الحافز السياحي أو انعدامه.⁵

¹ عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل درجة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: تسويق، جامعة تلمسان، 2009-2010، 114.

² Charles J Metelka, Dictionary of hospitalisy travel and tourism, New York, 1990, 154.

³ دواح، دراسة جاذبية المنطقة، 115.

⁴ نفس المرجع، 121.

⁵ Cecilia Ngwira, "what attracts tourists to a destination? Is it attractions?", African journal of hospitality, tourism and leisure, 7(2018): 02.

ثانياً: خصائص مناطق الجذب السياحي

تتلى مناطق الجذب السياحي ببعض الخصائص والمميزات التي تجعلها فريدة عن المناطق الأخرى وهي:

تتضمن مناطق الجذب السياحي العديد من الخدمات والتسهيلات المساندة والتي تكون مكملات للعرض السياحي الرئيسي حيث تسهم بشكل فعال الى دفع الفرد للاشتراك بالرحلة السياحية فمثلاً قد يكون الفندق ذاته يتميز بتصميم معماري فريد، او المطعم وطبيعة الوجبات المقدمة فيه التي قد تكون ذات طابع محلي او مبتكرة، او ان المشروع السياحي ضمن طبيعة خلابة هي بذاتها عنصر جذب سياحي.

وتتميز منطقة الجذب السياحي بامتلاكها لعلامة تجارية مميزة التي تجعل منتجاتها وخدماتها مختلفة ومتميزة عن باقي العروض السياحية الأخرى، حتى وان كانت في نفس المجموعة من المغريات. من الجدير بالذكر أن مناطق الجذب السياحي تختلف عن الفعاليات والأنشطة الترفيهية المكملات للعرض السياحي، حيث لا يمكن للفرد مزاوله الفعالية او النشاط الذي يرغب الاشتراك فيه الا من خلال¹ تواجده في منطقة الجذب السياحي. فمثلاً لا يمكن للفرد الاشتراك بفعالية الحمام الشمسي الا في منطقة جذب سياحية تسمى الساحل التي تتوفر فيها الشروط الطبيعية لهذا النشاط، ومن جانب آخر فقد تتزامن عدة فعاليات سياحية في نفس نقطة الجذب، مما قد يؤدي إلى حدوث تضارب بينها. فمثلاً هناك تضارب بين نشاط قيادة القوارب البخارية ونشاط صيد السمك، حيث لا يمكن جمع هذين النشاطين ضمن نفس الساحل، ولحل مثل هذا التضارب تلجأ إدارة الموقع السياحي الى استخدام الجداول الزمنية لكي يستطيع أكبر عدد ممكن من المشاركين مزاوله أكثر عدد ممكن من الأنشطة ضمن نقطة الجذب الواحدة.

إضافة إلى ذلك، فإن بعض مناطق الجذب السياحي قد نشأت وتطورت نتيجة مشاريع غير مخصصة أساساً لأغراض ترفيهية، فمثلاً ان الغرض الرئيسي لإنشاء البحيرات الاصطناعية وإقامة السدود والخزانات، هو تخزين الماء في موسم الفيضانات الى موسم قلة المياه، لاستعمالها في ري الأراضي الزراعية ولكنها تحولت بشكل تدريجي الى مواقع جذب سياحية، عن طريق استخدامها لجذب مجاميع سياحية بشكل عقلاني وبشرط الحفاظ على نظافتها وعدم العبث بالبيئة الطبيعية المحيطة بها.

وينطبق القول ذاته في الحالة العتبات الدينية المخصصة للأغراض الروحية والدينية حيث لا يمنع العرف الاجتماعي والديني العديد من الديانات، من مشاهدة الطقوس الدينية، بشرط احترام مشاعر وتقاليدها ذلك المجتمع، ومن جهة أخرى فإن زيادة حجم المجاميع السياحية الوافدة الى هذه العتبات نتيجة

¹ موفق عدنان الحميري ونيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون: منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة (عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2006)، 141-143.

لزيادة السكان قد أدى الى توسعها وتطوير المناطق المتواجدة فيها وازدحام خدمات وتسهيلات جديدة لتواكب المتطلبات العصرية للمجاميع الوافدة.

ثالثاً: معايير الجذب السياحي

لتقييم المناطق الجذاب السياحي يجب توفر مجموعة من المعايير، نذكرها ما يلي:
أ- درجة الجذب السياحي: وتنقسم الى:

- مناطق جذب رئيسية: تمثل الوجهات السياحية الأساسية التي قد تكون طبيعية (كالشواطئ والغابات) أو من صنع الإنسان (كالمتاحف والمدن الترفيهية). وتتميز هذه المناطق بتوفر البنية التحتية والخدمات السياحية المتكاملة، بالإضافة إلى الأنشطة المتنوعة التي تشجع السائح على إطالة مدة إقامته وتكرار الزيارة.
- مناطق الجذب الثانوية: تشمل المنشآت والأنشطة الترفيهية الواقعة على الطرق المؤدية إلى نقاط الجذب الرئيسية. تلعب هذه المناطق دوراً تكميلياً في تعزيز تجربة السائح من خلال تقديم عناصر تشويقية وترفيهية تحسن حالته النفسية قبل وصوله إلى الوجهة الأساسية.¹
- ب- قرب مناطق التأثير: حيث تكتسب منطقة الجذب السياحي شهرتها وشعبيتها من طبيعة وحجم المناطق المحيطة بها، حيث يكون التأثير فيها محلياً أو يأتي السياح إليها من منطقة بعيدة فيكون هنا التأثير إقليمياً، وهذا راجع لشهرة المكان وإنجازاته والاحداث التي تقع فيه. فنقطة الجذب السياحي تعتمد على المنطقة المتواجدة بها، فإذا كان التأثير الإقليمي واسع تدخل نقطة الجذب السياحي ضمن المنتجات السياحية الإقليمية، أما إذا كان التأثير صغير فتخصص لتسليّة والترفيه المحلي.
- ج- عدد السياح: يمكن تصنيف مناطق الجذب السياحية وفقاً لحجم التدفق السياحي السنوي، حيث تتفاوت أعداد الزوار بشكل كبير بين مختلف الوجهات. ففي حين تستقبل المتاحف بأنواعها (المفتوحة والمغلقة) بضعة آلاف من الزوار سنوياً، نجد أن بعض المعالم السياحية الكبرى تحقق أرقاماً قياسية في عدد الزوار. على سبيل المثال، تستقطب مدينة ديزني لاند الترفيهية ما يقارب 11 مليون زائر سنوياً، في حين يتجاوز عدد زوار برج إيفل الشهير حوالي 14 مليون سائح كل عام.
- د- السوق المستهدف: يعد التقسيم السوقي من المنهجيات الفعالة في إدارة المناطق السياحية، حيث يتم تصنيف الزوار إلى شرائح متجانسة بناءً على مجموعة من المتغيرات التصنيفية التي تشمل: المتغيرات الديموغرافية (الفئات العمرية، دورة حياة الأسرة)، المتغيرات الاقتصادية: (أنماط الإنفاق السياحي، معدل تكرار الزيارة، وسائل النقل المفضلة)، المتغيرات الاجتماعية: (المستويات التعليمية، الخصائص الثقافية).

¹ نفس المرجع، 138-140.

هـ- **المساحة:** تتباين المساحات الجغرافية لمواقع الجذب السياحي بشكل ملحوظ، حيث تبدأ من مساحات محدودة لا تتجاوز بضع مئات من الأمتار المربعة كما في المواقع التراثية والحرف التقليدية، وتمتد لتصل إلى آلاف الهكتارات في حالة المحميات الطبيعية والمنتزهات الإقليمية الكبرى.

و- **معرفة الوقت:** يعد العامل الزمني مقياساً أساسياً لتقييم أداء الوجهات السياحية، حيث لا تقاس كفاءة الجذب السياحي بعدد الزوار فحسب، بل بمدى قدرتها على إطالة مدة إقامتهم وزيادة معدلات إنفاقهم اليومي في المنطقة.

ز- **الموقع:** تختلف المنتجات السياحية والتسهيلات وفقاً لاختلاف مكان تواجدها، فنقاط الجذب السياحي الجبلية تختلف عن الساحلية وكذا الريفية عن الحضرية.

المطلب الثالث: مقومات وعناصر الجذب السياحي:

تلعب عناصر الجذب السياحي دوراً أساسياً في تحديد وجهة السياح، حيث تؤثر خصائص كل عنصر في تلبية دوافعهم واحتياجاتهم. وتنقسم هذه العناصر عموماً إلى نوعين: عناصر جذب طبيعية، مثل المناخ والتضاريس والبحار، وعناصر جذب من صنع الإنسان، مثل المنشآت السياحية والتسهيلات والمعالم التاريخية والأثرية. ومع تطور أنماط السياحة الحديثة، صنف بعض الباحثين هذه العناصر إلى مقومات تقليدية للجذب السياحي وأخرى حديثة، والتي تشمل:

أولاً: المقومات التقليدية للجذب السياحي:

المقومات التقليدية للجذب السياحي هي الأسس التي قامت عليها فكرة الجذب السياحي منذ ظهور السياحة كنشاط بشري منظم، حيث تعتمد بشكل أساسي على الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة دون الحاجة إلى تدخل الإنسان أو التقنيات الحديثة، وتشمل:

أ- **المقومات الطبيعية:** تشمل مختلف القيم الجمالية الطبيعية من طبيعة الأرض، وامتداد البحار والبحيرات والأنهار والسهول والصحراء والمراكز الصحية الطبيعية من مياه معدنية-عيون المياه الساخنة-حمامات الطين.¹

من أبرزها ما يلي:

- **الموقع الجغرافي:** يمثل الموقع الجغرافي بمختلف أنماطه أحد العوامل المؤثرة بدرجات متباينة في صناعة السياحة، إذ يلعب دوراً هاماً في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ، وأشكال النباتات ذات الجذب السياحي، ومن هذا المنطلق فإن الاختيار الموفق للموقع المراد عمل مشاريع سياحية فيه هو من أهم مراحل الدراسات الأولية لنجاح عمل التنمية السياحية المستدامة.

¹ ماهر السيسي، مبادئ السياحة، (مصر. القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2001)، 39.

- مظاهر المياه الجوفية: تتمثل في كل ما يخدم السياحة من ينابيع وعيون، ونافورات وتشكل هذه المياه عامل جذب سياحي هام وخاصة إذا كانت تستخدم في العلاج الإنساني أو مياه ساخنة والتي تنتشر في الكثير من مناطق الوطن العربي.
 - الأشكال الجيولوجية: اهتم الدارسين الذين لهم علاقة بصناعة السياحة بهذا العامل مؤخرًا لما له من جاذبية بصرية وعلمية مثل الصخور ذات الأشكال الفريدة وحفريات غريبة التكوين تعمل على جذب أعداد كبيرة من السياح الوافدين.
 - مظاهر السطح: تتباين مظاهر السطح المؤثرة في صناعة السياحة بشكل كبير، حيث تختلف في قدرتها على الجذب تبعًا لما تمتلكه من خصائص طبيعية وهي تضم المرتفعات الجبلية¹ والأودية والهضاب والجزر. وتعتبر الجبال من أهم مناطق الجذب السياحي لارتباطها بعناصر جمالية وبيئية مثل الغطاء النباتي الطبيعي والحياة الحيوانية الفطرية والمياه الجارية عليها والهواء النقي وطبيعة أشعة الشمس وتأثيرها الصحي المنعش لبعدها عن مصادر التلوث. فنجد أن الجبال تستغل في الشتاء لممارسة التزلج على الجليد وهي الأكثر شيوعًا في العالم وفي الصيف تستغل من أجل الاستجمام بفضل ما توفره من هواء نقي وهدوء وناخ لطيف.
 - المناخ: له تأثير مزدوج على صناعة السياحة إذ يؤثر بشكل مباشر في الأنشطة السياحية والترويج لها لما توفره من جذب سياحي بهدف التمتع بأشعة الشمس أو لاستفادة من نسيم الجبل والوادي، أو نسيم البر والبحر.
- كما يظهر التأثير غير المباشر للمناخ في الحد من النشاط السياحي وخاصة في فصل الشتاء في المناطق الباردة أو المعتدلة حيث تنخفض حركة السياح نتيجة التقلبات المناخية، وعليه يعد المناخ مجال استثماري كبير إذا أحسن استغلاله من خلال تطوير أنشطة تتلاءم مع التغيرات الموسمية من أجل تنشيط السياحة ومن هنا يتضح أن العلاقة وثيقة بين المناخ والسياحة.
- ب- المقومات الاقتصادية:** تعتبر العوامل الاقتصادية من بين أهم عوامل الجذب السياحي، إذ تقوم بعض الدول بتنظيم فعاليات ومبادرات سياحية حيث تقدم المنتجات والخدمات بأسعار مخفضة بهدف جذب المزيد من السياح، من منطلق أن التسوق أحد أبرز الأنشطة المرافقة لمعظم أنواع السياحة، حيث يحرص العديد من السياح على ممارسته كجزء من تجربة السفر والاستمتاع، وإشباع رغبة الشراء باعتباره نوع من أنواع الترفيه المتعلقة بالنشاط السياحي، ومن الدوافع الاقتصادية ما يلي:

¹ الموقع الإلكتروني، <https://almerja.com/reading.php?id=1860&id=1845&idm=33526>، اطلع عليه

. انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي الي دق الساح لتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل.

. فرق العملة في التحويل يؤدي الي تدفق السياح الى بلد ما انخفضت عملته، لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.

. السفر لغرض الاعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الاعمال.¹

ج- المقومات الاجتماعية الثقافية: المقومات الاجتماعية تعكس طريقة حياة الشعوب وسلوكها والتي تجمع بين الموروث التقليدي القديم والعريق والتطورات الحديثة المتقدمة، بإضافة الى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها.² كما تشمل هذه المقومات الروابط الإنسانية والاجتماعية والاسرية مثل علاقات الأقارب وصلات الرحم، ومن اهم الدوافع العرقية، ما يلي:

- زيارة بلد لتجديد الروابط الاسرية، كزيارة أماكن الميلاد او أماكن قضاء الطفولة او أماكن سكن الاهل، الاقرباء، الأصدقاء... الخ، وهذا الداع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم حافز قوي لزيارة بلدهم الام.

- الرغبة في زيارة أماكن سبق وان زارها الأصدقاء في بلد الام وتركت انطباع معين لديهم.³ فيما يرى البعض ان المقومات الثقافية لا تعد من العناصر الجاذبة لسياحة كالعناصر الأخرى، الا انه قد لوحظ ان العديد من دوافع السياح لزيارة بلد معين هو التعرف على عادات وتقاليد شعب في هذا البلد مثل أسلوب معيشتهم وملابسهم ومأكولاتهم، الى غير ذلك.⁴ بالإضافة الى ان هذا النوع من السياحة يهدف الى زيادة المعرفة الشخصية للفرد من خلال تشجيع حاجاته الثقافية للتعرف على المناطق والدول غير مألوقة له.⁵

د- المقومات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من المغريات السياحية المهمة، إذ تمثل نافذة على الحضارات القديمة والتاريخ الإنساني ويعتبر متعة ذهنية وثقافية رفيعة. فمشاهدة المعالم الأثرية لا يعد مجرد وسيلة للهروب من الحاضر أو التعلق بالماضي، بل هو وسيلة لفهم أعمق للهوية الإنسانية ومسار تطورها عبر الزمن. فمن خلال تأمل في إنجازات البشرية القديمة والتعرف على أنماط الحياة السابقة، ومن خلال هذا التطلع الواعي إلى الماضي، يصبح الفرد أكثر

¹ سفيان عرشوش وامال بن عشي، "مقومات الجذب السياحي"، مجلة القانون العقاري 7 (2021): 28.

² نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، (عمان-الأردن: دار الميسرة لنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2001)، 142.

³ عرشوش وبن عشي، مقومات الجذب، 28.

⁴ السيسي، مبادئ السياحة، 40.

⁵ عرشوش وبن عشي، مقومات الجذب، 29.

قدرة على فهم الحاضر واستشراف المستقبل، الأمر الذي يعزز من قيمة السياحة الثقافية بوصفها ركيزة أساسية في بناء الجسور بين الحضارات.¹

هـ - **المقومات الدينية:** تتمثل في زيارة المواقع الدينية، والمقصود بها السياحة من أجل زيارة الأماكن الدينية المقدسة والمزارات الدينية التي لها قدسية وروحانية معينة في وجدان الزائر أو المسافر، كزيارة المساجد والأضرحة أو أماكن العبادة. على سبيل المثال، فإن مناسك الحج والعمرة في المملكة العربية السعودية من أبرز الأمثلة على السياحة الدينية بالنسبة للمسلمين، ونفس الشيء في الفاتيكان مقر الكنيسة الكاثوليكية بروما إيطاليا بالنسبة للمسيحيين.²

ثانياً: المقومات الحديثة للجذب السياحي:

أصبحت التطورات الاجتماعية، والنفسية، والتكنولوجية، والاقتصادية تشكل عاملاً حاسماً في تحديد جاذبية الوجهة السياحية في العصر الحديث، حيث إن المقومات التي تعتمد على الابتكار، والتفاعل، والخدمة، والجوانب النفسية والسلوكية أصبحت تسهم في خلق تجربة فريدة ومميزة للسائح وبذلك تلعب دوراً محورياً في تميز الوجهات السياحية وجذب فئات جديدة من السياح، ومن أبرز هذه المقومات ما يلي:

أ- **السياحة العلاجية:** وهي سياحة العلاج من أمراض الجسد بالإضافة إلى الترويح عن النفس، وتعتمد السياحة العلاجية على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وطاقم طبي متخصص.

ب- **السياحة الاستشفائية:** تعتمد السياحة الاستشفائية على استغلال العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية، والرمال وأشعة الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية، حيث تعتمد على حمامات المياه المعدنية ومياه البحر والمصحات العلاجية.

ج- **الساحة الرياضية:** تعتبر السياحة الرياضية من أنماط السياحة التي تزداد شعبيتها يوماً بعد يوم ولها العديد من المشجعين والمشاهدين الذين يبحثون عن مثل هذه الأنشطة الرياضية ويهتمون بها وبمتابعتها بشكل مستمر ودائم، والسياحة الرياضية لا تختص بريضة واحدة بعينها، وإنما تمتد لتشمل الرياضات الجماهيرية ككرة القدم ورياضات الأثرياء كالجولف.

تنقسم إلى نوعين السالبة والموجبة، أما عن الموجبة فهي السفر والإقامة من أجل المشاركة الفعلية في الحدث الرياضي، وأما عن السالبة فهي السفر والإقامة فقط من أجل التشجيع.

¹ نعيم وسراب، مبادئ السياحة، 141-142.

² عرشوش وبن عشي، مقومات الجذب، 29.

د- **السياحة العلمية:** او السياحة البحثية وهي التي تشمل دراسات متنوعة، وقد ازدهرت هذه السياحة مع التطورات التي صاحبت المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية، فسياحة المؤتمرات تكون بعمل مؤتمر متنوع في مختلف البلدان، ويتوجه اليها الافراد لحضورها مع الترفيه، بحيث تكون مجهزة بأماكن للإقامة، وقاعات لحضور المؤتمرات، ووسائل اتصال، وخدمات كثيرة غيرها...تمثل سياحة المؤتمرات حاليا نسبة 15% من تقسيم اتجاهات السياحة الدولية، ولذلك أصبحت من اهم أنماط السياحة الواعدة.

هـ- **السياحة البيئية:** وهو مصطلح حديث نسبيا، جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة، الذي يمارسه الانسان محافظا على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها، ويمارس فيها نشاطه وحياته. وهي مرتبطة بالأماكن الهادئة غير المقلقة من اجل الاستمتاع بالطبيعة المحيطة...سياحة بدون عنف وبدون ارهاق او استنزاف للموارد، او الاعتداء على كائن طبيعي أراد الحياة.

ولقد شهدت السياحة البيئية نموا وازدهار ملموسا، بل انها تعد أكثر أنواع السياحة تزايدا واقبالا عليها "وهي تتجه الى المناطق ذات التنوع والاحيائي، وذات الصحة والسلامة البيئية، خاصة انها تقوم بدور هام في حماية البيئة الطبيعية، وتنميتها والمحافظة على التنوع البيئي القائم". عبر حماية المحميات الطبيعية من أي عدوان عليها وحماية البيئة الفطرية وصيانة نقائها، وصفائها وخلوها من التلوث.¹

و- **سياحة الاعمال:** غالبا ما تتركز في المدن الكبرى وبخاصة مدن وعواصم الدول الصناعية الكبرى او الدول المتقدمة حيث تتوافد كافة الخدمات والتسهيلات لرجال الاعمال لعقد صفقات كبرى. وتعتبر المناطق الريفية او المناطق البعيدة عن التنمية العمرانية اقل حظا او أهمية ... نظرا لبعدها عن العمران وعدم توفر الخدمات والتسهيلات التي تتمتع بها العواصم والمدن الكبرى.²

ز- **سياحة الاحداث الخاصة:** وقد ظهرت الاحداث الخاصة في السنوات الأخيرة كعنصر سياحي له أهمية ودوره في جذب أعداد متزايدة من الحركة السياحية الى الدولة التي تقع بها هذه الاحداث الخاصة...مثل تنظيم الأولمبيات او المعارض الدولية او تنظيم المهرجانات الى غير ذلك. وبالرغم من ان معظم الاحداث الخاصة قد ارتبطت بأغراض لا علاقة لها بالسياحة الا انه قد تم استغلال هذه الاحداث الخاصة في مجال السياحة.³

¹ نفس المرجع، 29-31.

² السيسي، مبادئ السياحة، 40.

³ نفس المرجع، 40-41.

ثالثاً: عناصر أخرى للجذب السياحي:

بالإضافة الى ما سبق، فإن مكونات العرض السياحي كذلك تعتبر من عناصر الجذب السياحي، والتي تتمثل في:¹

- البنية الأساسية (التحتية): من (مياه - صرف صحي - كهرباء....) والحاجات الأساسية للحياة المدنية من (بنوك - مدارس - مستشفيات). وتتمثل البنية الأساسية في السياحة في المنشآت الفندقية ومحال الإقامة والمنشآت السياحية ووكالات السياحة والسفر والمنشآت الترفيهية والأجهزة السياحية المختلفة.
- وسائل الوصول وتسهيلات النقل في المطارات، الموانئ، الطرق...الخ.
- البنية الفوقية وهي الخدمات الضرورية التي لا غنى لسائح عنها من مساح، ملاهي، مطاعم، سينما...الخ.
- أماكن الإقامة السياحية تشكل أهمية كبيرة للسياح وهي واحدة من اهم عناصر الجذب السياحي ويختلف السياح في اختيارهم باختلاف مستوى الخدمات وحسب الأسعار
- الطعام والمشروب: ويقصد به جودة الطعام والطريقة الجذابة عند تقديم الطعام ومنظر الشخص الذي يقدمه والمكان الذي يتم فيه تقديم لطعام وسعره الذي يناسب السائح وكذا عن المشروبات التي تقدم مع الطعام وفي بعض الفنادق او المطاعم يصاحب تناول الطعام الموسيقى الهادئة.
- الضيافة وحسن الاستقبال: وهي تعني الوعي السياحي لأبناء المنطقة السياحية والبشاشة في وجوههم وتقبلهم للسياح ومد يد المساعدة لهم عندما يحتاجون الى مساعدة ما.
- وقد اشتهرت بعض الدول بتقديم خدمات إقامة مريحة كاليابان في الدرجة الأولى ثم هونج كونج وهاواي...الخ، واهر من يدم طعاما مميزا بالجودة والتنوعية وفن التقديم هم النرويج، وسويسرا، والدانيمارك...الخ.

¹ نفس المرجع، 41.

المبحث الثاني: الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي:

يشكل البعد النظري والمعرفي أهم المنطلقات في دراسة المجال السياحي والذي يعتبر المحرك الرئيس لعجلة التنمية حيث اعتمدنا على علم النفس السياحي في دراستنا كمقاربة نظرية في دراسة البعد السياحي والذي نستهل دراسته في المطالب التالية

المطلب الأول: تعريف علم النفس السياحي:

- يعرف "العيسوي" علم النفس السياحي بأنه: "...العلم الذي يحدد المهارات والمواهب والقدرات التي يحتاج لها الموظف في ممارسة عمله وتكيف اداه وتدريبه لتحسين وزيادة انتاجه في العمل السياحي. وهو يدرس الانعكاسات النفسية للعاملين وتأثرها على أدائهم للأعمال، وكيفية تفهم سلوكهم والتنبؤ به والتحكم فيه، والتعامل مع دوافع العاملين وشخصياتهم والاتصال بهم وفهم العلاقات بينهم والتأثير فيهم، وتحليل المواقف الصعبة واستخلاص النتائج، واحتواء المواقف وتحديد المشاكل واكتشاف البدائل وتحليلها وتقييم وتحديد أسبابها..."¹
 - "...هو الدراسة العلمية التي تهدف الي تحقيق واشباع حاجات ورغبات السياح خلال انتقالهم الى البلد المضيف وتقبلهم في ذلك البلد..."
 - "...هو مجموعات العلاقات والتصرفات التي يقوم بها السياح خلال اقامتهم او ارتحالهم من اجل الترويح عن النفس والتخلص من ضغوط العمل..."
 - "...هو الذي يدرس المؤثرات والدوافع التي تجعل السائح يبادر ويتخذ قرار الشراء للخدمات التي تقدمها المؤسسات المحلية..."
 - "...هو العلم الذي يهتم بدراسة سلوك السياح ودوافعهم وشخصياتهم واذواقهم واتجاهاتهم وحاجاتهم المختلفة وردود افعالهم ومواقفهم إزاء ما يطرح من خدمات سياحية..."
- يتبين من خلال التحليل المفاهيمي السابق أن علم النفس السياحي يرتكز على عدة أسس رئيسية تتمثل في:

- (1) دراسة الجوانب النفسية والانفعالية التي تؤثر على تجربة السائح.
- (2) تحليل الدوافع النفسية والاحتياجات التي تقف وراء قرارات السائح الشرائية.
- (3) مدى تقبل المجتمع المضيف للوافدين وطبيعة التفاعل الثقافي بينهم.
- (4) البحث عن الهروب من ضغوطات الحياة العملية والمهنية.

¹ نيفين جلال إبراهيم عيد، "دور علم النفس في تحديد السلوك الانساني وتأثيره على العمل السياحي بالتطبيق على شركات السياحة"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة 4: 04،

(5) الرغبة في كسر الروتين اليومي والخروج عن المألوف.¹

المطلب الثاني: ميادين علم النفس السياحي وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى

لا يعتبر علم النفس السياحي علماً مستقلاً بذاته، بل يعتبر متعدد التخصصات ويتداخل مع العديد من الفروع النفسية الأخرى، مما يجعله شاملاً ويمكن من خلاله فهم سلوك السائح بهدف النهوض بالقطاع السياحي ككل. فيما يلي سنحاول توضيح هذه العلاقة من خلال تقسيمها إلى مجموعتين رئيسيتين:

يمكن وصف علم النفس السياحي بأنه حقل معرفي متعدد الأوجه يرتبط بتخصصات نفسية متنوعة، حيث لا يشكل فرعاً مستقلاً بحد ذاته، وإنما يمثل مزيجاً من النظريات والمفاهيم النفسية التي تساهم في تحليل وفهم السلوك السياحي. تبرز أهمية هذا التكامل المعرفي في كونه يوفر إطاراً شمولياً لفهم العوامل المؤثرة في صناعة السياحة، مما يساهم في تطوير هذا القطاع الحيوي. ولتوضيح هذه العلاقة، يمكن تصنيف الروابط بين علم النفس السياحي والفروع النفسية الأخرى إلى فئتين أساسيتين:

أ- الفئة الأولى: علاقة علم النفس السياحي بعلوم ذات صلة:²

1. علم النفس العام: يعد المدخل الأساسي لكل العلوم النفسية ويهدف إلى الكشف عن المبادئ والقوانين العامة التي تفسر سلوك الإنسان والتأكد من صحتها من خلال استخدام مختلف الوسائل العلمية والمنهجية بغض النظر عن فائدتها التطبيقية، فهو يهتم بتقرير العلم ونظرياته وهو أساس جميع فروع علم النفس الأخرى.
2. علم الإدارة: تعرف الإدارة أنها القدرة على الإنجاز، أي استخدام الإمكانيات المتاحة من أجل تحقيق إنجاز معين يخدم أهداف معينة، فهي تؤدي عدة وظائف متكاملة مع بعضها البعض مثل التخطيط والتنظيم والتوجيه والتمويل والتنفيذ والرقابة والمتابعة. وتركز على تحديد الأهداف كخطوة أولى والتي ستتنبثق عنها بقية الوظائف التي تحقق تلك الأهداف.
3. علم الاجتماع: يدرس عادات وتقاليد وسلوك الجماعات، ودور الأفراد في داخل هذه الجماعات، وثقافتهم وصياغة الاستراتيجيات التسويقية والاتصالية الموجهة للمستهلكين في الأسواق المقصودة من قبل الأفراد.
4. علم الاقتصاد: من العلوم التي أرست قواعد بحثية في السلوك الاقتصادي حول تنظيم سلوك المستهلك والمبادئ الاقتصادية في كيفية اتخاذ قرار الشراء، وتقييم بدائله وكيفية إنفاق مواردهم.
5. علم الإنسان: هو العلم الذي يهتم بانتقال وتطور الثقافات والمعتقدات والأنماط السلوكية من الأجداد والآباء إلى الأبناء.

¹ نبيهة صالح السامرائي، علم النفس السياحي مفاهيم وتطبيقات (عمان: دار زهران لنشر والتوزيع، 2017)، 14.

² مصطفى يوسف كافي، علم النفس السياحي (عمان: دار ومكتبة الحامد لنشر والتوزيع، 2016)، 34-35.

ب- الفئة الثانية: علاقة علم النفس السياحي بفروع علم النفس الأخرى¹

1. علاقة علم النفس السياحي وعلم نفس المستهلك: بما أن السياحة هي صناعة، اذن يجب التسويق لها، ويعرف التسويق بأنه عملية إشباع رغبات المستهلكين بأحسن كفاية ممكنة، يحرص العاملون في القطاع دائما على لإشباع الرغبات السياحية للمستهلكين، بل ويحاولون اكتشاف حاجات ورغبات جديدة وإثارتها بحيث تدفع المستهلك الى الشراء وهذا ما يقصد به التسويق، واما المؤسسات السياحية ورجال السياحة ينظرون الى نجاح مشاريعهم وتحقيق الربح من خلال الجذب او الطلب السياحي تسويقا للخدمات التي تقدم من قبلهم.

اما المجتمع فينظر الى السياحة من خلال الرغبة في زيادة الدخل القومي الذي يؤدي الى ارتفاع مستوى المعيشة، حيث ان المستهلك لديه رغبات ودوافع يسعى لإشباعها وفي الوقت نفسه يعاني من ضعف قدراته الشرائية مما يولد صراع نفسي، وإمكانية حصوله على السلع والخدمات التي تشبع هذه الرغبات، وهو مضطر الى ان يساير الآخرين ويتأثر بالبيئة الاقتصادية التي يعيش فيها. والمؤسسة او المنظمة تستفيد من هذا الجانب النفسي من خلال نشاطها التسويقي الذي يبدأ من المستهلك اذ لابد ان يجمع معلومات وبيانات عن عدد السياح على اعتبارهم وحدات استهلاكية (جماعية او فردية) وتوزيعهم حسب الجنس والعمر، وتوزيعهم على مناطق سياحية مختلفة والتعرف على حركة اتجاهاتهم الى الزيادة او النقصان في هذه المناطق، وهذا يحث الباحثين في السياحة الى التعرف على رغبات السياح وما يدفعهم الى الشراء (اتخاذ قرار السفر) مما يشكل أساسا لتخطيط لسياسة تسويقية لخدمات السياحية ، فالخدمات و السلع لا يمكن بيعها الا اذا كانت هناك حاجة حقيقية لها عند السياح، فالسوق السياحية لا تدرس المستهلك كنواة شرائية بل تدرسه كفرد له حاجات يتولد منها رغبات شرائية.

2. علم النفس السياحي وعلاقته بعلم النفس الإداري: هو العلم الذي يحدد المهارات والمواهب والقدرات التي يحتاج لها الموظف لممارسة عمله وتكيف أدائه وتدريبه لتحسين وزيادة انتاجه في العمل السياحي، وهو يدرس الانعكاسات النفسية للعاملين وتأثيرها على أدائهم للأعمال، وكيفية فهم سلوكهم والتنبؤ به والتحكم فيه، والتعامل مع دوافع العاملين وشخصياتهم والاتصال بهم، وفهم العلاقات بينهم والتأثير فيهم.

3. علاقة علم النفس السياحي بعلم النفس الصناعي: تتمثل في تطبيق مبادئ علم النفس العام في حل المشكلات المتعلقة بالعمل كمشكلات العمال والإدارة، واختيار العامل المناسب لعمل معين وتدريبه وتقويمه كما تستخدم الاختبارات النفسية لاختيار أصالح العمال ووضعهم في المهن المناسبة لاستعداداتهم العقلية والنفسية ويدرس كيفية الاستفادة من نظريات الاحتراق النفسي في تهيئة الأماكن

¹ نفس المرجع، 35-38.

- المناسبة للسياح وتوفير حاجاتهم للهدوء والراحة والتأمل وأماكن قضاء وقت الفراغ والساحات الخضراء وصالات الرياضية والاعتناء بساحل البحر لمزاولة الرياضة البحرية.
4. علاقة علم النفس السياحي بعلم النفس التجاري: وهو يهتم بدراسة دوافع الشراء وحاجات المستهلكين الغير مشبعة وتقدير اتجاهاتهم النفسية نحو الخدمات والسلع، كما يدرس طرق معاملة الزبائن وكيفية جذبهم لشراء الخدمات السياحية التي تقدمها المنظمات السياحية.
5. علاقة علم النفس السياحي بعلم النفس الاجتماعي: يهدف الى دراسة سلوك الافراد والجماعات السياحية في المواقف الاجتماعية السياحية المختلفة ويدرس الصور المختلفة للتفاعل الاجتماعي والتأثير المتبادل بين الافراد.

المطلب الثالث: اهداف علم النفس السياحي

يتمثل دور علم النفس السياحي في دعم المؤسسات السياحية من خلال تطبيق المبادئ النفسية لتحسين الأداء وتذليل العقبات التي تعترض الاستغلال الأمثل للموارد السياحية. ويوجه هذا الحقل المعرفي جهوده نحو معالجة التحديات التي تواجه كلا من العاملين في القطاع السياحي والزوار على حد سواء، وذلك عبر التركيز على المحاور التالية:¹

- تعزيز الرضا الوظيفي والنفسي لجميع الأطراف المعنية (السياح، العاملين، المجتمع المضيف).
 - تطوير استراتيجيات فعالة لزيادة الجاذبية السياحية وتحفيز الطلب.
 - الارتقاء بجودة الخدمات السياحية وتحديث البنية التحتية.
 - تحسين المواءمة بين الموظفين وبيئة العمل من خلال برامج تدريبية متخصصة.
 - معالجة شكاوى الزوار وتحسين تجربتهم السياحية.
 - تحليل متطلبات الوظائف واختيار الكوادر المناسبة بناء على المؤهلات النفسية والمهارية.
 - توظيف الأسس العلمية في عمليات الاختيار والتوظيف.
 - تقييم الحالة النفسية للعاملين وتحديد العوامل المؤثرة في أدائهم
 - تحديد معايير النجاح في العمل السياحي والعوامل المحفزة للإبداع الوظيفي
 - فهم الاختلافات الفردية بين السياح وتحليل أنماط سلوكهم وخصائصهم النفسية.
- تهدف هذه الجهود إلى تحقيق التكامل بين الجوانب النفسية والعمليات الإدارية، مما يسهم في النهوض بالصناعة السياحية بشكل شامل.

¹ عيد، دور علم النفس في تحديد السلوك الإنساني، 5-6.

المبحث الثالث: العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي

يعتبر علم النفس السياحي من العلوم الحديثة نسبياً التي تهتم بدراسة سلوك السائح ودوافعه واحتياجاته النفسية والاجتماعية، وكيفية تأثير هذه العوامل على قراراته السياحية واختياراته للوجهات السياحية. ومع تزايد المنافسة بين الوجهات السياحية على المستوى العالمي، أصبح من الضروري فهم الجوانب النفسية للسائح لتطوير عوامل الجذب السياحي بما يتناسب مع احتياجاته ورغباته.¹

تكمن أهمية دراسة العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي في كونها تساعد على فهم الدوافع الحقيقية وراء السلوك السياحي، وبالتالي تمكين المخططين والمسوقين السياحيين من تصميم منتجات وخدمات سياحية تلبي الاحتياجات النفسية للسائح، مما يؤدي إلى زيادة رضاهم وتحسين تجربتهم السياحية.²

في هذا المبحث، سنتناول نظريتين ومفاهيم أساسية في علم النفس السياحي وعلاقتها بتطوير عوامل الجذب السياحي، وهي: نظرية ماسلو للاحتياجات، ونظرية الدفع والجذب لدان، وسنحاول من خلال هذا المبحث توضيح كيف يمكن الاستفادة من هذه النظريات والمفاهيم في تطوير عوامل الجذب السياحي وتحسين جودة المنتج السياحي.

المطلب الأول: نظرية ماسلو للاحتياجات

تعد نظرية ماسلو للاحتياجات من أهم النظريات في علم النفس التي تفسر دوافع السلوك البشري، وقد قدمها العالم أبراهام ماسلو في ورقته البحثية "نظرية الدافع البشري" عام 1943 في دورية "المراجعة النفسية" العلمية. وتقوم هذه النظرية على أساس أن الإنسان لديه مجموعة من الاحتياجات المتدرجة في شكل هرمي، وأنه يسعى لإشباع هذه الاحتياجات بشكل تدريجي، بدءاً من الاحتياجات الأساسية في قاعدة الهرم وصولاً إلى الاحتياجات الأكثر تطوراً في قمة الهرم.³

أولاً: مضمون نظرية ماسلو للاحتياجات

يتكون هرم ماسلو من خمسة مستويات أساسية من الاحتياجات، تم ترتيبها بشكل هرمي يعكس التدرج الطبيعي في سعي الإنسان نحو الإشباع النفسي والسلوكي. تبدأ هذه الاحتياجات من المتطلبات

¹ جبر، سناء، "العوامل النفسية المؤثرة في السلوك السياحي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 10، عدد 2، 2020، ص. 156.

² موقع المنظمة العالمية للسياحة، "السياحة وتجربة السائح: أبعاد نفسية"، متاح على:

<https://www.unwto.org/tourism-and-psychology> تم الاطلاع عليه بتاريخ 01 جوان 2025

³ بوجلal، نسرین، "العوامل النفسية في اختيار الوجهات السياحية"، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر 2، كلية العلوم الاجتماعية، 2019، ص. 35.

الضرورية للبقاء البيولوجي، وتتصاعد تدريجياً نحو احتياجات أكثر تعقيداً وارتباطاً بالنمو الشخصي والروحي. وتتمثل هذه المستويات فيما يلي:

1. **الاحتياجات الفسيولوجية:** وهي تمثل القاعدة الأساسية للهرم، وتشمل الحاجات البيولوجية الضرورية لاستمرار الحياة، مثل الطعام والماء والهواء والنوم والمأوى. دون تلبية هذه الاحتياجات، لا يستطيع الإنسان التفكير أو السعي وراء أي نوع من الاحتياجات الأخرى، إذ يشكل إشباعها أولوية قصوى لضمان البقاء¹.

2. **احتياجات الأمان:** بعد إشباع الاحتياجات الفسيولوجية، ينتقل الإنسان إلى البحث عن الأمان والاستقرار، وتشمل هذه الحاجة الشعور بالأمان الجسدي من المخاطر، والأمن الوظيفي الذي يضمن له دخلاً ثابتاً، إلى جانب الأمان الصحي والنفسي والعائلي، وكذلك حماية الممتلكات من الأخطار والتهديدات².

3. **الاحتياجات الاجتماعية:** بمجرد أن يشعر الفرد بالأمان والاستقرار، يبدأ في البحث عن الانتماء والعلاقات الاجتماعية. وتشمل هذه الحاجة إقامة علاقات ودية وعاطفية مع الآخرين، مثل الحب، والصداقات، والانتماء إلى جماعة، والشعور بالقبول داخل المجتمع أو الأسرة. فالعزلة الاجتماعية أو الرفض قد تؤدي إلى الشعور بالوحدة والاكتئاب³.

4. **الحاجة للتقدير:** تتجلى هذه الحاجة في رغبة الإنسان في أن يحظى بالاحترام والتقدير من الآخرين، وكذلك في احترامه لذاته. وتشمل هذه المرحلة الثقة بالنفس، والشعور بالإنجاز، وتحقيق الأهداف الشخصية، بالإضافة إلى الاعتراف بقيمة الفرد داخل المجتمع، سواء من خلال المكانة أو الإنجازات⁴.

5. **الحاجة لتحقيق الذات:** وهي أعلى مستوى في هرم ماسلو، وتمثل ذروة النمو الإنساني، حيث يسعى الفرد في هذه المرحلة إلى تحقيق إمكاناته الكامنة، وتطوير نفسه فكرياً وعاطفياً ومهنياً.

¹ عبد الحميد، أحمد، "نظرية ماسلو للحاجات الإنسانية وتطبيقاتها في المجال السياحي"، مجلة العلوم النفسية والتربوية، مجلد 7، عدد 1، 2021، ص. 102.

² المرجع نفسه، ص 111.

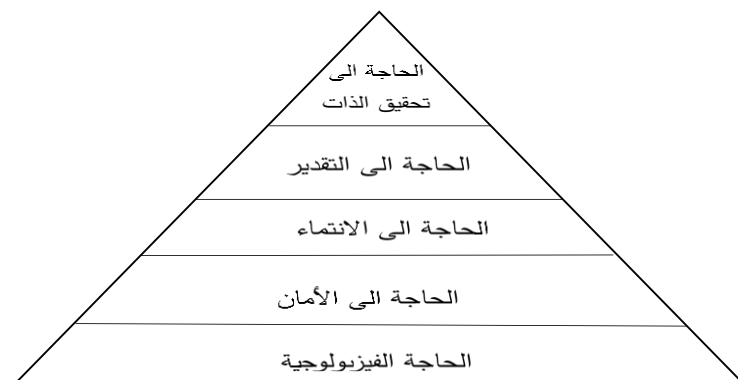
³ موقع Psychology Today، Maslow's Hierarchy of Needs، متاح على:

<https://www.psychologytoday.com/us/basics/maslows-hierarchy-needs> تم الاطلاع عليه

بتاريخ 02 جوان 2025.

⁴ عبد الحميد، أحمد، المرجع السابق، ص 106.

تشمل هذه الحاجة الإبداع، والابتكار، واكتشاف الذات، والبحث عن معنى أعمق للحياة من خلال تحقيق الأهداف الشخصية والروحية التي تعكس هوية الفرد الفريدة¹.
(الشكل 1-01): هرم ماسلو للاحتياجات



المصدر: نبيهة صالح السامرائي، علم النفس السياحي مفاهيم وتطبيقات (عمان: دار زهران لنشر والتوزيع، 2017)، 76.

ووفقا لماسلو، فإن الإنسان يسعى أولا إلى إشباع احتياجاته الأساسية، وهي الاحتياجات الفسيولوجية واحتياجات الأمان، لأنها تمثل الأساس الذي يبنى عليه السعي نحو المراحل الأعلى. وما إن يتم إشباع هذه المستويات الدنيا حتى يبدأ الفرد تلقائيا في السعي نحو إشباع الاحتياجات الأعلى²، أي أنه لا ينتقل إلى مستوى معين ما لم يكن قد حصل على قدر كاف من الإشباع في المستوى الذي يسبقه. وهذا التسلسل يعكس الطبيعة التدريجية لنمو الإنسان ودوافعه نحو تحقيق ذاته بصورة متكاملة.

ثانيا: تطبيق نظرية ماسلو في مجال السياحة وتطوير عوامل الجذب السياحي

يمكن تطبيق نظرية ماسلو للاحتياجات في مجال السياحة وتطوير عوامل الجذب السياحي من خلال فهم احتياجات السياح على مختلف المستويات وتصميم المنتجات والخدمات السياحية التي تلبي هذه الاحتياجات. ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

1. تلبية الاحتياجات الفسيولوجية للسياح

تعتبر الاحتياجات الفسيولوجية هي الأساس الذي يجب توفيره في أي وجهة سياحية، وتشمل توفير أماكن الإقامة المريحة، والمطاعم التي تقدم الطعام والشراب بجودة عالية، ودورات المياه النظيفة، والراحة الجسدية. وقد أشارت الدراسات إلى أن السياح يولون اهتماماً كبيراً لجودة

¹ مرزوق، سامي، "تحقيق الذات في ضوء نظرية ماسلو"، مجلة دراسات نفسية، مجلد 12، عدد 3، 2022، ص. 78.

² عبد الله، فاطمة، "تحقيق الذات كحاجة نفسية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بسكرة، مجلد 15، عدد 2، 2021، ص. 112.

الخدمات الأساسية في الوجهة السياحية، وأن عدم توفر هذه الخدمات بالمستوى المطلوب يؤدي إلى عدم رضا السياح وعدم رغبتهم في العودة إلى نفس الوجهة مرة أخرى¹.

2. تلبية احتياجات الأمان للسياح

بعد إشباع الاحتياجات الفسيولوجية، يبحث السائح عن الأمان في الوجهة السياحية، ويشمل ذلك الأمان الشخصي والصحي والمالي. ويمكن تحقيق ذلك من خلال توفير بيئة آمنة خالية من الجرائم، وخدمات صحية جيدة، وأنظمة دفع آمنة، وتأمين ضد المخاطر المحتملة. وقد أكدت الدراسات أن الشعور بالأمان يعد من أهم العوامل التي تؤثر على اختيار السائح للوجهة السياحية، وأن الوجهات التي تعاني من مشاكل أمنية تشهد انخفاضاً كبيراً في عدد السياح².

3. تلبية الاحتياجات الاجتماعية للسياح

بعد تلبية الاحتياجات الفسيولوجية واحتياجات الأمان، يبحث السائح عن إشباع احتياجاته الاجتماعية، ويشمل ذلك التفاعل مع السكان المحليين، والتعرف على ثقافات جديدة، والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تنظيم الفعاليات والمهرجانات الثقافية، وتوفير فرص للتفاعل مع المجتمع المحلي، وتشجيع السياحة الثقافية والاجتماعية.

4. تلبية احتياجات التقدير للسياح

يبحث السائح أيضاً عن إشباع حاجته للتقدير والاحترام، ويمكن تحقيق ذلك من خلال توفير خدمات شخصية ذات جودة عالية، والاهتمام بآراء واقتراحات السياح، وتقديم تجارب فريدة تعزز من شعورهم بالتميز والأهمية. وقد أشارت الدراسات إلى أن السياح يميلون إلى اختيار الوجهات السياحية التي تقدم لهم خدمات مميزة وتعاملهم باحترام وتقدير³.

5. تلبية احتياجات تحقيق الذات للسياح

في قمة هرم ماسلو، يبحث السائح عن تحقيق ذاته من خلال تجارب سياحية فريدة ومميزة تساهم في نموه الشخصي وتطوير مهاراته وتوسيع آفاقه. ويمكن تحقيق ذلك من خلال توفير فرص للتعليم والاكتشاف، وتنظيم ورش عمل ودورات تدريبية، وتشجيع السياحة البيئية والتطوعية والمغامرات⁴.

¹ مبارك، عبد القادر، "تحقيق الذات بين النظرية والتطبيق في علم النفس الإنساني"، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المركز الجامعي مغنية، عدد 10، 2023، ص. 61.

² مبارك، عبد القادر، المرجع السابق، ص 80.

³ الزغبى، حسن، علم النفس الإنساني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016، ص. 134.

⁴ عبد الله، فاطمة، المرجع السابق، ص 129.

وبشكل عام، يمكن القول إن فهم احتياجات السياح وفقاً لنظرية ماسلو يساعد في تطوير عوامل الجذب السياحي بشكل يلبي هذه الاحتياجات على مختلف المستويات، مما يؤدي إلى زيادة رضا السياح وتحسين تجربتهم السياحية، وبالتالي زيادة فرص عودتهم إلى نفس الوجهة مرة أخرى وتوصيتها للآخرين.

المطلب الثاني: نظرية الدفع والجذب لدان

تعتبر نظرية الدفع والجذب من النظريات المهمة في مجال السياحة وعلم النفس السياحي، والتي تفسر دوافع السفر والسياحة لدى الأفراد. وقد طورها الباحث جراهام دان في السبعينيات من القرن الماضي، حيث قدم تفسيراً للعوامل التي تدفع السياح للسفر والعوامل التي تجذبهم إلى وجهات سياحية محددة.

أولاً: مفهوم نظرية الدفع والجذب

تقوم نظرية الدفع والجذب على فكرة أساسية مفادها أن قرار السفر والسياحة يتأثر بنوعين من العوامل:

1. **عوامل الدفع:** وهي العوامل النفسية والداخلية التي تدفع الفرد للسفر والخروج من بيئته المعتادة، مثل الرغبة في الهروب من الروتين اليومي، والبحث عن الراحة والاسترخاء، والرغبة في المغامرة واكتشاف أماكن جديدة، والحاجة إلى التغيير والتجديد.¹
2. **عوامل الجذب:** وهي العوامل الخارجية المرتبطة بالوجهة السياحية والتي تجذب السائح إليها، مثل المناظر الطبيعية الخلابة، والمعالم التاريخية والأثرية، والمناخ المعتدل، والأنشطة الترفيهية المتنوعة، والخدمات السياحية المميزة.²

وفقاً للدراسات، فإن عوامل الدفع تمثل الدوافع الداخلية التي تحفز الرغبة في السفر، بينما تمثل عوامل الجذب الخصائص والسمات المميزة للوجهة السياحية التي تجذب السياح إليها. وتشير الدراسات إلى أن فهم هذه العوامل يساعد في تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة تستهدف تلبية احتياجات ورغبات السياح.³

ثانياً: تطبيق نظرية الدفع والجذب في تطوير عوامل الجذب السياحي

يمكن الاستفادة من نظرية الدفع والجذب في تطوير عوامل الجذب السياحي من خلال فهم الدوافع الداخلية للسياح وتصميم المنتجات والخدمات السياحية التي تلبي هذه الدوافع وتجذبهم إلى الوجهة السياحية. ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

¹ Crompton, J. L., "Motivations for pleasure vacation", Annals of Tourism Research, Vol. 6, No. 4, 1979, pp. 408

² Yoon, Y., & Uysal, M., "An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty", Tourism Management, Vol. 26, Issue 1, 2005, pp. 45

³ محمد، سامي، مرجع سابق، ص 131.

1. فهم عوامل الدفع لدى السياح المستهدفين

تمثل هذه العوامل دوافع نفسية داخلية تدفع الفرد إلى الرغبة في السفر والخروج من محيطه اليومي المعتاد. وتتعلق هذه العوامل بحاجات الإنسان النفسية والاجتماعية التي تسعى إلى تحقيق التغيير، مثل الرغبة في الهروب من ضغوط الروتين والملل اليومي، البحث عن الاسترخاء والراحة بعيدا عن ضغوط الحياة، وكذلك الرغبة في المغامرة واستكشاف أماكن جديدة. علاوة على ذلك، تعد الحاجة إلى التغيير والتجديد وتجديد النشاط الذهني والجسدي من أبرز دوافع الدفع التي تبرز تأثيرها على رغبة الفرد في السفر.¹

2. تطوير عوامل الجذب التي تلبي دوافع السياح

بالمقابل، تمثل عوامل الجذب تلك الخصائص الخارجية التي تميز الوجهة السياحية وتجعلها محط اهتمام السائحين. وتشمل هذه العوامل التنوع الكبير في المناظر الطبيعية الخلابة، مثل الشواطئ، والجبال، والوديان، بالإضافة إلى المواقع التاريخية والأثرية التي تحمل طابعا ثقافيا وتراثيا فريدا. كذلك يلعب المناخ المعتدل دورا هاما في جذب السياح، بالإضافة إلى وجود أنشطة ترفيهية متنوعة تلبي مختلف أذواق الزوار، مثل الرياضات المائية، الرحلات الاستكشافية، والمهرجانات الثقافية. كما لا يمكن إغفال جودة الخدمات السياحية وتوفر البنية التحتية المتطورة التي تضمن راحة السائحين وسهولة تنقلهم. تظهر الأبحاث والدراسات الحديثة أن عوامل الدفع تمثل المحرك الداخلي للسائح، فهي التي تولد الدافع النفسي لديه لاتخاذ قرار السفر، بينما تمثل عوامل الجذب القوة الخارجية التي تقنعه باختيار وجهة سياحية معينة دون غيرها. لذلك، يكمن سر النجاح في السياحة في قدرة الوجهات على تحقيق توازن بين هذين العاملين؛ حيث لا يكفي أن يشعر الإنسان بالرغبة في السفر فقط، بل يجب أن يجد في الوجهة كل ما يلبي هذه الرغبة ويحقق توقعاته.

وعليه، فإن فهم هذه العوامل بعمق يشكل أساسا قويا لوضع استراتيجيات تسويقية فعالة تستهدف الشرائح المختلفة من السياح، وتساعد في تصميم برامج سياحية مخصصة تلبي الحاجات المتنوعة للسائحين، ما يرفع من معدلات جذب السياح ويعزز من استدامة القطاع السياحي. ويعد هذا التوازن أيضا أداة مهمة لتطوير الوجهات السياحية من حيث تحسين البنية التحتية، وجودة الخدمات، وتنوع المنتجات السياحية بما يتماشى مع الدوافع النفسية والاجتماعية للسائح.²

¹ نوبري، عبد القادر، "تحديد دوافع السفر لدى السياح وتأثيرها على التسويق السياحي"، مجلة الدراسات السياحية والبيئية، جامعة سوق أهراس، عدد 9، 2021، ص. 89.

² Travel & Leisure, "Understanding Tourist Motivation: Push and Pull Factors," available at

: <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/tourist-motivation-push-pull> تم الاطلاع عليه

3. تسويق عوامل الجذب بطريقة تخاطب دوافع السياح

يجب تسويق عوامل الجذب في الوجهة السياحية بطريقة تخاطب دوافع السياح وتبرز كيف يمكن لهذه العوامل تلبية احتياجاتهم ورغباتهم. وقد أشارت الدراسات إلى أن الرسائل التسويقية التي تركز على تلبية دوافع السياح تكون أكثر فعالية في جذبهم إلى الوجهة السياحية.¹

4. تحقيق التوازن بين عوامل الدفع وعوامل الجذب

يجب تحقيق التوازن بين عوامل الدفع وعوامل الجذب في الاستراتيجية التسويقية للوجهة السياحية. فمن ناحية، يجب فهم وتلبية دوافع السياح (عوامل الدفع)، ومن ناحية أخرى، يجب تطوير وإبراز المميزات والخصائص الفريدة للوجهة السياحية (عوامل الجذب). وقد أكدت الدراسات أن الوجهات السياحية التي تنجح في تحقيق هذا التوازن تكون أكثر قدرة على جذب السياح والاحتفاظ بهم.²

5. تطوير تجارب سياحية متكاملة

يجب العمل على تطوير تجارب سياحية متكاملة تجمع بين مختلف عوامل الجذب في الوجهة السياحية، وتلبي مختلف دوافع السياح. فعلى سبيل المثال، يمكن تطوير باقات سياحية تجمع بين زيارة المعالم التاريخية والأثرية، والاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة، والمشاركة في الأنشطة الترفيهية المتنوعة، والتعرف على الثقافة المحلية والتراث الشعبي.³

وبشكل عام، يمكن القول إن نظرية الدفع والجذب تقدم إطاراً نظرياً مهماً لفهم دوافع السياح وتطوير عوامل الجذب السياحي بما يتناسب مع هذه الدوافع، مما يساهم في زيادة تنافسية الوجهة السياحية وجذب المزيد من السياح إليها.

المطلب الثالث: تأثير الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية

يعتبر الوعي السياحي من المفاهيم المهمة في مجال التنمية السياحية وتطوير عوامل الجذب السياحي، حيث يلعب دوراً محورياً في تحسين التجربة السياحية وزيادة رضا السياح. ويمكن تعريف الوعي السياحي بأنه إدراك وفهم أهمية السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكذلك معرفة كيفية التعامل مع السياح والحفاظ على الموارد السياحية وتمييزها.

¹ صبري، أحمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي للسياح، دار الثقافة للنشر، عمان، 2016.

² قشي، نسرین، "العوامل النفسية والتسويقية في جذب السياح: دراسة حالة الوجهات الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، عدد 9، 2022، ص. 45.

³ المرجع نفسه، ص 58.

أولاً: أهمية الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية

تكمن أهمية الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية من خلال عدة جوانب، أهمها:

1. تحسين جودة الخدمات السياحية

يسهم الوعي السياحي لدى العاملين في القطاع السياحي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للسياح، من خلال فهم احتياجاتهم وتوقعاتهم والعمل على تلبيتها بشكل يفوق توقعاتهم. وقد أشارت الدراسات إلى أن ارتفاع مستوى الوعي السياحي لدى العاملين في القطاع السياحي يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للسياح، مما ينعكس إيجاباً على رضاهم وتجربتهم السياحية.¹

2. تعزيز الصورة الإيجابية للوجهة السياحية

يلعب الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي دوراً مهماً في تعزيز الصورة الإيجابية للوجهة السياحية، من خلال حسن استقبال السياح والترحيب بهم، وتقديم المساعدة لهم عند الحاجة، والتعامل معهم باحترام وتقدير. وقد أكدت الدراسات أن السائح الذي يغادر البلد بعد زيارته يكون قد قام بتكوين انطباعات إيجابية عن معاملة الناس وكذلك العاملين بالقطاع السياحي، مما يساهم في تحسين صورة الوجهة السياحية وزيادة فرص عودة السياح إليها مرة أخرى.²

3. الحفاظ على الموارد السياحية وتنميتها

يسهم الوعي السياحي في الحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية والثقافية والتاريخية وتنميتها، من خلال نشر ثقافة الحفاظ على البيئة والتراث، ومكافحة السلوكيات السلبية التي تضر بالموارد السياحية. وقد أشارت الدراسات إلى أن الوعي السياحي يلعب دوراً مهماً في الحفاظ على الموارد الطبيعية وضمان صديانيتها بشكل مستمر، ومواجهة مظاهر التلوث، والحفاظ على التراث باعتباره مصدراً للجذب السياحي وتوليد المداخل.³

4. تعزيز التفاعل الإيجابي بين السياح والمجتمع المحلي

يسهم الوعي السياحي في تعزيز التفاعل الإيجابي بين السياح والمجتمع المحلي، من خلال تشجيع التبادل الثقافي والحوار بين الثقافات، وتعزيز التفاهم المتبادل واحترام الاختلافات الثقافية. وقد أكدت الدراسات أن السياحة والوعي عناصر غير قابلة للفصل في نجاح العملية السياحية واستدامتها، وأن

¹ الجمل، أحمد، "تأثير الوعي السياحي للعاملين على جودة الخدمات السياحية: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية، جامعة الجزائر، العدد 14، 2022، ص. 112.

² جبر، سناء، المرجع السابق، ص 130.

³ مصطفى، علي، "العوامل المؤثرة على جودة الخدمات السياحية في الجزائر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة سوق أهراس، العدد 11، 2019، ص. 55.

تعزيز الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي يساهم في تحسين التفاعل بين السياح والمجتمع المحلي، مما ينعكس إيجاباً على التجربة السياحية.¹

ثانياً: دور علم النفس السياحي في تعزيز الوعي السياحي وتحسين التجربة السياحية

يلعب علم النفس السياحي دوراً مهماً في تعزيز الوعي السياحي وتحسين التجربة السياحية، من خلال:

1. فهم السلوك السياحي ودوافعه

يساعد علم النفس السياحي في فهم السلوك السياحي ودوافعه، مما يمكن من تصميم برامج توعوية تستهدف تعزيز الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي والعاملين في القطاع السياحي. وقد أشارت الدراسات إلى أن علم النفس السياحي يساعد في فهم دوافع السياح وسلوكياتهم، مما يمكن من تطوير برامج توعوية تستهدف تعزيز الوعي السياحي وتحسين التجربة السياحية.²

2. تطوير استراتيجيات التسويق السياحي

يسهم علم النفس السياحي في تطوير استراتيجيات التسويق السياحي التي تستهدف تعزيز الوعي السياحي وتحسين الصورة الذهنية للوجهة السياحية. وقد أكدت الدراسات أن بناء الوعي السياحي يعتبر ركيزة أساسية لتسويق المنتجات السياحية، وأن علم النفس السياحي يلعب دوراً مهماً في تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة تستهدف تعزيز الوعي السياحي.

3. تصميم برامج تدريبية للعاملين في القطاع السياحي

يساعد علم النفس السياحي في تصميم برامج تدريبية للعاملين في القطاع السياحي تستهدف تعزيز الوعي السياحي لديهم وتطوير مهاراتهم في التعامل مع السياح. وقد أشارت الدراسات إلى أن البرامج التوعوية القائمة على الوسائط المتعددة تساهم في تنمية الوعي السياحي، وأن علم النفس السياحي يلعب دوراً مهماً في تصميم هذه البرامج بما يتناسب مع احتياجات الفئات المستهدفة.³

4. تعزيز الولاء للوجهة السياحية

يسهم علم النفس السياحي في فهم العوامل التي تؤثر على ولاء السياح للوجهة السياحية، وتطوير استراتيجيات تستهدف تعزيز هذا الولاء. وقد أكدت الدراسات أن الثقافة السياحية تلعب دوراً مهماً في تنمية ولاء السياح، وأن ذلك يتحقق من خلال تكرار الزيارة لنفس الوجهة السياحية بناء على التجارب الإيجابية السابقة.⁴

¹ World Tourism Organization (UNWTO), "Quality in Tourism Services," available at

<https://www.unwto.org/quality-in-tourism-services> تم الاطلاع عليه يوم : 2025/05/31

² عبد الله، سامي، إدارة جودة الخدمات السياحية: نظريات وتطبيقات، دار النشر العربية، القاهرة، 2019، ص 99.

³ الجمل، أحمد، المرجع السابق، ص 66.

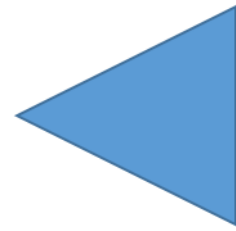
⁴ وزارة السياحة والآثار المصرية، "تحسين جودة الخدمات السياحية ودور التدريب في الارتقاء بالقطاع"، متاح على:

وبشكل عام، يمكن القول إن الوعي السياحي يلعب دورا محوريا في تحسين التجربة السياحية وتطوير عوامل الجذب السياحي، وأن علم النفس السياحي يقدم أدوات ومنهجيات مهمة لتعزيز هذا الوعي وتوظيفه في تحسين جودة المنتج السياحي وزيادة تنافسية الوجهة السياحية.

خلاصة الفصل الأول:

يؤسس الفصل الأول الإطار النظري للدراسة من خلال تحديد مفهوم السياحة كنشاط يتطلب الانتقال من مكان لآخر لفترة تزيد عن 24 ساعة ونقل عن سنة، مع توفر الخدمات المرتبطة بهذا النشاط. يصنف الفصل أنواع السياحة المختلفة حسب النطاق الجغرافي والفئة العمرية ودافع السفر، مؤكداً على أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في التنمية الشاملة. كما يعرف علم النفس السياحي بأنه العلم الذي يدرس سلوك السياح ودوافعهم وحاجاتهم النفسية، ويحدد علاقته بفروع علم النفس الأخرى مثل علم نفس المستهلك والإداري والاجتماعي. يركز الفصل على تطبيق نظريتين أساسيتين: نظرية ماسلو للاحتياجات التي تدرج الحاجات الإنسانية من الفيزيولوجية إلى تحقيق الذات، ونظرية الدفع والجذب لدان التي تفسر دوافع السفر من خلال عوامل داخلية تدفع السائح كالهروب من الروتين وعوامل خارجية تجذبه للوجهة كالمقومات الطبيعية والثقافية.

الفصل الثاني:



تأثير علم النفس السياحي في
تطوير عوامل الجذب السياحي

تمهيد:

يشكل علم النفس السياحي أحد الفروع المتخصصة التي تسعى لفهم العلاقة المعقدة بين السائح والبيئة السياحية، من خلال تحليل الدوافع النفسية، والانفعالات، والتصورات الذهنية التي تؤثر في اتخاذ القرار السياحي، ولما كان السائح يعد الفاعل الرئيس في العملية السياحية، فإن فهم احتياجاته ورغباته وتوقعاته يندرج ضمن الأولويات الأساسية لتطوير القطاع السياحي، خاصة على مستوى عوامل الجذب السياحي، التي لم تعد تعتمد فقط على المعطيات الطبيعية أو التاريخية، بل أصبحت تركز بشكل متزايد على البعد النفسي والإدراكي للسائح.

إن تطوير عوامل الجذب السياحي لم يعد يرتبط فقط بإعداد الأماكن وتنظيم الأنشطة، بل بات مرهونا بمدى قدرة الوجهات السياحية على التفاعل مع الجوانب النفسية للزوار، من خلال خلق بيئة متكاملة تلامس مشاعرهم وتحقق رغباتهم، وتوفر لهم تجربة سياحية مميزة تعزز من ولائهم وتشجعهم على العودة أو التوصية بالمكان للآخرين من هذا المنطلق، يتبين أن علم النفس السياحي يقدم أدوات تحليلية فعالة يمكن من خلالها توجيه السياسات السياحية بما يتماشى مع توقعات السائحين، وتحقيق أقصى درجات الرضا لديهم، سواء من خلال تحسين جودة الخدمات أو تصميم أنشطة ترفيهية تلبي حاجاتهم النفسية، أو حتى من خلال التسويق السياحي القائم على الإحياءات النفسية والجمالية.

في هذا السياق، تأتي أهمية دراسة ولاية قالمة كحالة ميدانية، نظرا لما تزخر به من مقومات طبيعية وتاريخية وثقافية تجعلها مؤهلة لأن تكون وجهة سياحية بامتياز. غير أن ما يعيق تطوير هذا القطاع في الولاية ليس فقط محدودية البنية التحتية أو ضعف التسويق، بل أيضا غياب مقاربة متكاملة تأخذ في الحسبان الأبعاد النفسية للسائح، عند تصميم العروض والخدمات السياحية. وبالتالي، فإن تحليل عوامل الجذب السياحي في قالمة من منظور نفسي يتيح فهما أعمق للعوائق والإمكانات، ويقدم مدخلا علميا لتطوير السياحة بالولاية انطلاقا من خصائص جمهورها المستهدف.

ويرتكز هذا الفصل على ثلاث مكونات رئيسية؛ حيث يعنى المبحث الأول بعرض شامل لعوامل الجذب السياحي بقالمة، انطلاقا من التعريف بالولاية، مروراً بمقوماتها السياحية، وصولاً إلى الخدمات المتوفرة فيها. بينما يتناول المبحث الثاني المنهجية المعتمدة في الدراسة الميدانية، من خلال تحديد المتغيرات، وخصائص العينة، وأداة جمع البيانات، مما يسمح بضبط الإطار العلمي للتحليل. أما المبحث الثالث، فيخصص لعرض وتحليل البيانات المحصلة، اعتمادا على نماذج نفسية معروفة، مثل هرم ماسلو للحاجات ونظرية الدفع والجذب، إلى جانب تحليل خصائص العينة الميدانية، وذلك بهدف الوقوف على كيفية تأثير الأبعاد النفسية في تشكيل التجربة السياحية بقالمة.

وبذلك يسعى هذا الفصل إلى تسليط الضوء على التفاعل القائم بين السائح والمحيط السياحي من زاوية علم النفس، عبر دراسة تطبيقي على ولاية قالمة، مما يساهم في الكشف عن مكامن القوة

والضعف في عوامل الجذب السياحي المحلية، ويوفر أرضية علمية لتطويرها في ضوء المعايير النفسية المعتمدة في السياحة الحديثة.

المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة

تعد ولاية قالمة واحدة من الوجهات السياحية المتكاملة التي تتميز بتنوع مواردها وخصائصها فمنها ما هو طبيعي من صنع الخالق مثل الجبال الينابيع المعدنية والمناظر الطبيعية ومنها ما هو مادي من صنع البشر مثل تراث التاريخي والحضاري والمواقع الأثرية والمعالم التاريخية والدينية إضافة إلى التراث الثقافي من صناعات تقليدية وحرفية. كل هذه المقومات إذا ما تم الترويج لها والتعريف بها واستغلالها بشكل جيد فإنها بلا شك ستشكل مصدر جذب قوي لفئات متعددة من السياح.

المطلب الأول: التعريف بولاية قالمة

في إطار التعريف بولاية قالمة كنموذج دراسي، سيتم تقديم لمحة تاريخية مختصرة عنها، إلى جانب عرض لموقعها الاستراتيجي.

أولا: نبذة تاريخية عن الولاية

تعتبر مدينة قالمة، التي عرفت في الفترة الرومانية باسم "كلاما (CALAMA)"، واحدة من أقدم المدن الجزائرية، إذ تحتضن العديد من المعالم الأثرية مثل المسرح الروماني والثكنة العسكرية... الخ. تأسست ولاية قالمة في عام 1984م في إطار التقسيم الإداري، وتضم 34 بلدية موزعة على 10 دوائر. حيث تتميز المدينة بمكانتها التاريخية ووجود عدد كبير من السكان يصل إلى نصف مليون نسمة، ويعود تاريخ سكان قالمة إلى قبيلة بني فوغال التي تمتد مناطقها من الخرازة شرقا حتى حمام الدباغ غربا، إضافة إلى وجود قبائل أخرى مثل أولاد ظافر وأولاد سنان وأولاد علي، وكذلك القبائل الحضرية الهلالية كأولاد دراج والنوائل وأولاد ماضي، بالإضافة إلى بعض الفئات من قبيلة هواة، مثل الفراجوة والشاوية، وقبيلة درغالي. كما تجدر الإشارة أيضا إلى أن قبيلة حريد نشأت نتيجة الاختلاط بين بقايا قبيلتي كتامة والهلاليين، فضلا عن الهلاليين من مرداس وبني صالح الموجودين شمال وشرق الولاية. في السبعينات، شهدت قالمة موجات من استقطاب البدو والرحل، وخاصة في منطقة بوروايح سليمان، وذلك عندما انتقل العديد منهم من المدن الجنوبية الجزائرية.¹

¹ محمد بوقومور ورفيق سلاوي، "الطلب والعرض السياحي بولاية قالمة: الواقع والمعوقات"، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية 02 (2022): 44.

ثانيا: الموقع

ولاية قالمة هي ولاية جزائرية عاصمتها بلدية قالمة، تقع في شمال شرق البلاد وسط سلسلة من الجبال الخضراء الضخمة، ومن أبرزها جبل ماونة، جبل دباغ، جبل بني صالح، وجبل هواره. وتبعد عن العاصمة الجزائرية بمسافة 537 كيلومترا، وأقرب الولايات إليها هي عنابة الساحلية، قسنطينة، وسوق أهراس.

تمتاز ولاية قالمة بطابعها الصناعي والزراعي والرعوي والغابي، مما يمنحها موقعا اقتصاديا واستراتيجيا هاما في الجزائر. كما أن للولاية مؤهلات سياحية كبيرة تحتاج إلى العناية والتطوير. تعتبر قالمة منطقة استراتيجية بفضل موقعها على ضفاف وادي سيبوس الخصبة، حيث تمر فيها المياه باستمرار على مدار السنة. كما أهدت قالمة للنورة والوطن أبطالا مثل سويداني بوجمعة وهواري بومدين. إن موقع أي ولاية مع مؤهلاتها السياحية يعتبر حافزا رئيسيا لتطوير أنواع مختلفة من المنتجات السياحية. وفي ولاية قالمة، يمكن تنشيط عدة أنواع من السياحة، منها السياحة الحموية، السياحة المناخية، السياحة التجولية، وسياحة الصيد.

تقع ولاية قالمة في شمال شرق الجزائر، تحدها عدة ولايات وهي كما يلي: من الشمال ولاية عنابة، من الشرق ولاية سوق أهراس، من الجنوب ولاية أم البواقي، ومن الشمال الغربي ولاية سكيكدة، ومن الغرب ولاية قسنطينة.¹

المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية قالمة

تتميز ولاية قالمة بتعدد مصادر جذبها السياحي، حيث تجمع بين عناصر طبيعية وثقافية وتاريخية تميزها عن غيرها من المناطق. نذكرها كما يلي:
أولا: المقومات الطبيعية

1. التضاريس: تتميز ولاية قالمة بتنوع تضاريسها التي تشمل الجبال والتلال. توزع هذه التضاريس على النحو التالي:

أ- الجبال: تشكل نسبة 37.82% من التضاريس، ومن أبرزها: جبل ماونة ببلدية بن جراح بارتفاع يصل إلى 1411 مترا عن سطح البحر. وجبل دباغ ويقع ببلدية حمام دباغ وارتفاعه يبلغ 1060

¹ويكيبيديا الموسوعة الحرة، " ولاية قالمة"، <https://ar.wikipedia.org/wiki/> . اطلع عليه بتاريخ 19ماي 2025

مترا. وجبل طاية الذي يتواجد أيضا في بلدية بوحمدان، بارتفاع يصل إلى 1208 مترا. وجبل هواره ببلدية عين بن بيضاء وارتفاعه 1292 مترا. وجبل الناظور بلدية بني مزلين ويبلغ ارتفاعه 737 مترا.

ب- السهول والهضاب: تشكل نسبة 27.22% من تضاريس الولاية.

ج- سفوح الجبال والتلال تمثل حوالي 26.29%.

د- وهناك أيضا تضاريس أخرى تشكل ما نسبته 8.67%¹.

2. المناخ:

منطقة قالمة تتميز بمناخ متباين نسبيا يختلف باختلاف المناطق الجغرافية داخل حدودها، حيث يكون مناخا شبه رطب في الأجزاء الوسطى والشمالية، بينما يميل إلى الطابع شبه الجاف في الجنوب. ويتميز هذا المناخ بأنه معتدل نسبيا في فصل الشتاء وحار جاف في فصل الصيف، حيث تتراوح درجات الحرارة بين ما يقارب -1,3°م و 28°م خلال الشتاء، وتتراوح بين 11,3°م و 47,7°م في فصل الصيف، فيما يصل المعدل السنوي لدرجة الحرارة إلى نحو 18,4°م. هذا النوع من المناخ مناسب للنشاط الزراعي وتربية المواشي، كما يعد عامل من عوامل الجذب السياحي.²

3. المياه

أ- الثروة الحمودية: تتمثل في المنابع والحمامات المعدنية المحيطة بها، والتي بلغ عددها وفقا لإحصائيات الجهات المختصة 15 منبعًا، بعضها مستغل والبعض الآخر لا يزال عذبا، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (01): توزيع الحمامات والمنابع المعدنية في ولاية قالمة

اسم المنبع	نسبة التدفق (ل/ثا)	الموقع	الخصائص العلاجية
عين شداخة	08	حمام دباغ	أمراض: الأعصاب، الاضطراب
عين بن ناجي	06		غددية، التنفس، النساء، الاذن،
عين الشفاء	13		الانف والحنجرة، الجلد.

¹ الموقع الرسمي لولاية قالمة، "الولاية بالأرقام"، <https://wilaya-guelma.dz> اطلع عليه بتاريخ 23 ماي 2025.

² الموقع الرسمي لولاية قالمة، المرجع السابق.

منبع رقم 1 المحطة رقم 1	20	حمام أولاد علي	أمراض: المفاصل، الاعصاب، الرئوية، الجلد، الانف، الحنجرة والأذن، النساء.
منبع رقم 2 المحطة رقم 2	08		
منبع رقم 3 المحطة رقم 3	08		
بئر حمام ولاد علي	25		
قرفة	11	عين العربي	أمراض: الروماتيزم، الشرايين، الجهاز البولي، الجلد، الاعصاب، النساء.
بلحناشة	11		
منبع حمام النبائل	06	حمام النبائل	أمراض: الروماتيزم، الاعصاب، الشرايين، النساء، الجلد، التنفس.
منبع المينة	/		
منبع عساسلة	20-15	بوحشانة	أمراض: التنفس، الجهاز الهضمي، الاعصاب، الروماتيزم، الجلد.
منبع رومية	20		
منبع بن طاهر	12-08		
منع النخلة	02		

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة.

ب-الموارد المائية: تشمل ولاية قالمة مجموعة من الموارد المائية التي تسهم في تعزيز الطابع الزراعي للمنطقة. ومن أبرز هذه الموارد نذكر ما يلي:

1. واد سييوس: يتواجد في سهل قالمة - بوشقوف، ويمتد على مسافة 45 كيلومترا من الجنوب إلى الشمال. ويعتبر هذا الوادي المصدر الأكثر أهمية في الولاية، حيث تصل قدرته السنوية إلى 408 مليون متر مكعب من المياه.
2. سد بوهمدان: ينبع هذا الوادي من بلدية بوهمدان، ويمتلك قدرة سنويا تقدر بحوالي 96 مليون متر مكعب.

3. واد المالح: يأتي هذا الوادي من الجهة الجنوبية الشرقية ويصل انتاجه السنوي إلى 151 مليون متر مكعب.

4. واد الشارف: ينبع من جنوب الولاية، وتصل قدرته السنوية إلى 107 مليون متر مكعب. حيث تساهم هذه الأودية في توفير المياه اللازمة للزراعة ودعم التنمية الاقتصادية في المنطقة.¹ تجدر الإشارة أيضا إلى وجود مقومات طبيعية أخرى مثل:

◀ الشلال الشامخ: يتواجد بحمام دباغ ويعد أحد أبرز المعالم السياحية بولاية قالمة، حيث يشكل ظاهرة جيولوجية استثنائية نتجت عن تراكم الترسبات الكلسية عبر آلاف السنين. يتميز هذا الشلال بارتفاع يصل إلى 8 أمتار مع واجهة عرضية تمتد على 40 مترا، تتدفق منها ينابيع مائية حارة تصل درجة حرارتها إلى 97° مئوية بمعدل 500 لتر/ثانية، مما يضعها في المرتبة الثانية عالميا من حيث درجة الحرارة بعد الينابيع الأيسلندية.²

◀ بير بن عصمان: يقع بالقرب من المعلم السياحي الشهير حمام الدباغ، يعود تاريخ تشكل هذه الظاهرة الطبيعية الفريدة إلى العام 1878 عندما أدت هزة أرضية إلى ظهور هذه البحيرة التي تتميز بمياهها العذبة والنقية. تبلغ أبعاد البحيرة 100 متر طولاً و 40 متر عرضاً، بينما يصل عمقها إلى 15 متراً. يمكن للزوار دخول البحيرة عبر ممر صخري ضيق، حيث تتاح لهم فرصة استكشاف هذا الموقع الطبيعي الفريد إما باستخدام القوارب الصغيرة أو من خلال السباحة في مياهه الصافية.³

◀ بالإضافة إلى مغارة الجماعة الواقعة في جبل طاية ببلدية بوهمدان وقد تم اكتشافها من قبل بعثة فرنسية في 23 مايو 1867. تتميز هذه المغارة بطول يصل إلى 1200م وأعماق تصل إلى 45 متر، كما تضم آثار كتابة تعود إلى القرن الثالث ميلادي. بالإضافة إلى ذلك، عثر فيها على عظام تعود إلى 5000 سنة قبل الميلاد. وقد تم تصنيف الكهف كموقع طبيعي عام 1927م (الجريدة الرسمية رقم: 07 المؤرخة في 1968/01/23).⁴

¹ ويكيبيديا، ولاية قالمة.

² مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، "المواقع السياحية"، اطلع عليه بتاريخ 23 ماي 2025، <https://guelma.mta.gov.dz/>

³ مديرية السياحة، المواقع السياحية.

⁴ توفيق بوزناشة، دليل الجمهورية: ولايات والبلديات (الجزائر: دار الحقائق، 2006)، 221.

◀ غابة بوعربيد للراحة والاستجمام تقع في منطقة جبل طاية بالقرب من نقطة التقاء حدود ولايات قالمة وقسنطينة وسكيكدة. يتميز هذا الموقع الطبيعي بجمال أخاذ مع مناظر بانوراميه خلابة وهواء نقي ينعش الأبدان، إضافة إلى مياه جارية عذبة تزيد من سحر المكان. تعتبر هذه الغابة الوجهة المفضلة للشباب الباحثين عن المغامرة والأنشطة الجبلية، حيث توفر بيئة مثالية للتخييم واستكشاف الطبيعة البكر، كما تتيح فرصا ممتازة لممارسة الرياضات الجبلية وسط أجواء طبيعية فريدة¹.

◀ غابة ماونة: تتميز غابة عين الصفراء للاستجمام بموقع استراتيجي على الطريق الوطني رقم 162 عند ممر بلدية بن جراح، حيث تحتل مساحة خضراء كثيفة ضمن جبل ماونة. يشكل هذا الموقع وجهة سياحية مميزة تجذب العائلات والشباب، كما يوجد به مخيم للأطفال والشباب إلى جانب أجواء طبيعية هادئة وهواء نقي ومناظر بانوراميه ساحرة. كما يتميز بوجود آثار محطة مناخية قديمة تعود للعقود الأولى من القرن العشرين على المنحدر الجبلي، والتي كانت مقصدا للأثرياء لقضاء عطلاتهم. تعرف هذه المنطقة "المركز الصيفي الممتاز" نظراً لمناخها المعتدل وطبيعتها الخلابة التي تجمع بين غابات متنوعة الأشجار ونباتات مياه عذبة منعشة².

ثانياً: المقومات المادية

1. المقومات التاريخية والثقافية

تحتل ولاية قالمة بعدد من المعالم التاريخية الهامة التي تعود إلى عصور قديمة. ومن بين هذه المعالم:

- 1 مدينة الأموات بالركنية: تشكل هذه المقبرة مكانا يحتوي على أكثر من 3000 نصب جنائزي منتشر على طول حوالي 2 كيلومتر على ضفاف جرف صخري. تعكس هذه المعالم الجنائزية وجود مجتمع بدائي كان له تأثير ملحوظ في المدن النوميديّة القديمة³.
- 2 المسبح الروماني في بلدية حمام برادع (هيليوبوليس): ويتميز بشكله الدائري وقطره 55م، كان يملأ قديماً بمياه الساخنة من منابع طبيعية، وتحيط به أحجار منحوتة وقاع مبلط⁴.

¹ مديرية السياحة، المواقع السياحية.

² نفس المرجع.

³ مديرية السياحة، المرجع السابق.

⁴ مديرية السياحة، المرجع السابق.

3 متحف المسرح الروماني: يتمتع المسرح الروماني بوجهين من حيث تصنيفه، وفقا لآراء علماء الآثار. يعتبر جزءا من التراث المادي التاريخي، حيث يتم تصنيفه أيضا كمتحف، ويعرف بمتحف المسرح الروماني. يعتبر هذا المعلم من أبرز عناصر التراث الثقافي والحضاري للولاية، حيث يضم مجموعة من التماثيل التي تعود للعهد الروماني، إضافة إلى عدد من القطع الأثرية والنقود وغيرها من المعروضات.¹

4 المسرح الروماني بقالمة: يعتبر هذا المسرح الذي بني في أواخر القرن الثاني وأوائل القرن الثالث الميلادي، واحدا من أهم المواقع الأثرية. يتسع لمسرح يتسع لـ 4500 مقعد، وقد تم تصنيفه كموقع أثري منذ عام 1900. يقع في وسط المدينة تحت إشراف الوكالة الوطنية للآثار، وهو يعتبر من أكبر وأجمل المسارح في منطقة البحر الأبيض المتوسط، ورمزا عمرانيا لولاية قالمة.²

5 الحديقة الأثرية "كالاما": تقع بجوار المسرح الروماني، وتعد متحفا مفتوحا يضم خمسة أروقة، من بينها رواق قالمة ورواق مداوروش وهما رواقان رئيسيان يعرض كل منهما مجموعة أثرية متميزة تشمل تيجانا معمارية بديعة، وأعمدة حجرية ضخمة، وقواعد أثرية تعود لعصور مختلفة، بالإضافة إلى توابيت حجرية منحوتة بدقة وتماثيل تعبر عن المعتقدات الدينية القديمة. كما تحوي المجموعات شواهد جنائزية وطاولات حجرية نقش عليها كتابات نوميدية وفينيقية ولاتينية، صنعت جميعها من مواد محلية كالرخام الأبيض والوردي والحجر الكلسي.³

6 المدينة الأثرية تيبليس في سلاوة: تعتبر مدينة تيبليس الأثرية (Thibilis) من أهم الشواهد التاريخية في ولاية قالمة، حيث تقع على هضبة عند سفح جبل عنونة ضمن بلدية سلاوة عنونة، على بعد 3 كم جنوب شرق مركز البلدية و27 كم غرب عاصمة الولاية. تمتد هذه المدينة الأثرية التي بناها الرومان في القرن الأول الميلادي على مساحة 25 هكتارا، وتضم بقايا متكاملة لمدينة رومانية قديمة تشمل الأسوار والأعمدة والقصور والساحات العامة والطرق المعبدة والمعابد الأثرية. يعود تاريخ الموقع إلى الحقبة الفينيقية، حيث كانت جزءا من مملكة

¹ بعوط لزهري، "الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية-حالة ولاية قالمة"، (مذكرة تخرج مقدمة

لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة قالمة، 2018) 52.

² مديرية السياحة، المواقع السياحية.

³ نفس المرجع.

ماسينيسا النوميديّة قبل أن تتحول إلى مدينة رومانية مزدهرة تابعة لسرتا، ثم بيزنطية لاحقا. يتميز الموقع بوجود أكثر من 1600 نقش وكتابة أثرية تعود للحضارات المختلفة التي تعاقبت على المنطقة، مما يجعله شاهدا حيا على تاريخ يمتد لأكثر من ألفي عام¹.

7 متحف المجاهد (مقام الشهيد): يرتبط هذا المتحف بالمتحف الوطني للمجاهد في الجزائر العاصمة، ويحتوي على بقايا أثرية تتعلق بوجه من وجوه الثورة التحريرية. يعكس هذا المتحف تاريخ النضال الوطني ويعتبر رمزا لتخليد ذكرى المجاهدين وأحداث الثورة الجزائرية.

تعتبر هذه المعالم جزءا أساسيا من التراث الثقافي والتاريخي لولاية قالمة، مما يسهم في تعزيز فهمنا للتاريخ الغني للمنطقة.²

2. المعالم الدينية في ولاية قالمة

كما تتميز ولاية قالمة بعدد من المعالم الدينية التي تعكس تاريخها الديني، ومن أبرزها:³

1 المسجد العتيق: أنشئ هذا المسجد في عام 1824م، ويقع في وسط مدينة قالمة، متربعا على مساحة تقدر بـ 1387 متر مربع. يعود تاريخه إلى نهاية العهد العثماني وبداية الاستعمار الفرنسي، حيث افتتح أبوابه في عام 1852م. يتمتع المسجد بطابع معماري يعكس التراث العثماني الإسلامي.

2 زاوية الشيخ الحفناوي: تقع هذه الزاوية في منطقة بديار بالناظور التابعة لبلدية بني مزلين، على بعد حوالي 22 كيلومترا شرق قالمة. أنشأت في عام 1869م على يد الشيخ عمارة بديار. تعتبر هذه الزاوية مركزا علميا هاما، حيث تقدم التعليم والتكوين في مجال حفظ القرآن الكريم وتعليم مبادئ الشريعة الإسلامية.

3. الصناعة التقليدية:

تعتبر الصناعة التقليدية نتاجا لعدد من الحرف الشعبية المتنوعة، مثل النسيج، والخياطة، والتطريز، وصناعة الحلي والفخار، وغيرها من الفنون. تعكس هذه الصناعات التنوع الثقافي الذي تتميز به كل منطقة في البلاد، مما يساهم في تعزيز الهوية المحلية. حيث تتمتع ولاية قالمة بمجموعة من

¹ مديرية السياحة، المرجع السابق.

² بعوط، الترويج للمقومات السياحية، 52.

³ مديرية السياحة، المواقع السياحية.

الصناعات التقليدية التي تلعب دورا مهما في التواصل بين الأجيال. ومن بين أبرز هذه الصناعات، نجد صناعة النسيج التي تشمل إنتاج الحايك القالمي، المعروف محليا بالحنبل. كما تبرز صناعة القشابية، وهي زي شتوي يرتديه الرجال. كما تشمل منتجات تقليدية مميزة أخرى كالخياطة التقليدية، التي تشمل تصميمات مثل قندورة الفتلة والمجبوذ، بالإضافة إلى صناعة الحلبي من الذهب والفضة، وهي من الحرف التي تشتهر بها المنطقة وتعتبر جزءا من تراثها الثقافي. تساهم هذه الحرف والصناعات التقليدية في الحفاظ على التراث والتقاليد المحلية، وتعزز من التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الولاية.¹

بناء على المعطيات السابقة، تتميز ولاية قالمة بتعدد أنواع من السياحة فيها، ومن أبرزها:

- ♦ **السياحة الحموية:** تعتبر ولاية حموية بامتياز، حيث تتميز بوفرة ينابيعها الحموية ذات الخصائص العلاجية الفريدة التي أثبتت فعاليتها في علاج مختلف الأمراض والاضطرابات الصحية.
- ♦ **السياحة الجبلية:** تتمتع ولاية قالمة بثروة طبيعية جبلية غنية، حيث تشكل سلسلة من المرتفعات والغابات الكثيفة نظاما بيئيا فريدا يجذب عشاق السياحة الجبلية. تتنوع التضاريس بين قمم شاهقة كجبل ماونة وجبل طاية، وغابات خضراء كغابة بني صالح، مما يوفر بيئة مثالية لممارسة الأنشطة الجبلية المختلفة.
- ♦ **سياحة ثقافية أثرية:** تحتفظ ولاية قالمة بشواهد أثرية مهمة تعود للحقبة الرومانية، حيث تنتشر عبر أراضيها العديد من المعالم التاريخية التي ظلت صامدة عبر القرون.
- ♦ **سياحة تاريخية:** كما هو معروف فإن قالمة هي مدينة ثورية، حيث تحتفظ بعدد من المواقع التاريخية البارزة التي شهدت أحداثا مهمة مثل مظاهرات 8 ماي 1945. ومن أبرز هذه المعالم الثكنة العسكرية القديمة، بالإضافة إلى مكان سقوط طائرة عسكرية فرنسية بجبل مرمورة، ومنزل الرئيس هواري بومدين في مجاز عمار، وموقعي كاف البومبة وفرن الجير بهيليوبوليس، التي تشكل بمجملها شواهد حية على النضال الوطني ضد المستعمر الفرنسي.²

¹ بعوط، الترويج للمقومات السياحية، 53-54.

² مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، "قطاع السياحة في ولاية قالمة"، مصلحة السياحة، مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، د.س.ن، د.ت.ن.

المطلب الثالث: الخدمات السياحية بالولاية

تعد الخدمات السياحية من الركائز الأساسية التي تحدد جودة التجربة السياحية ورضا الزائر. فمهما كانت عوامل الجذب الطبيعية والثقافية قوية، فإن نجاح القطاع السياحي يعتمد على مدى توفر خدمات سياحية متكاملة وفعالة. وتتضمن هذه الخدمات مجموعة من المكونات الأساسية مثل الإيواء السياحي، وكالات السفر، ووسائل النقل، والتي تشكل مع البنية التحتية اللازمة لاستقبال السياح وتحقيق راحتهم خلال زيارتهم.

أولاً: المؤسسات الفندقية على مستوى ولاية قالمة

تعتبر طاقات الإيواء أو القدرة الاستيعابية للفنادق من العناصر الأساسية التي تسهم في استقطاب السياح وتوفير خدمات مريحة لهم. كما تعد هذه الطاقات من المؤشرات الهامة التي تظهر مدى تطور القطاع السياحي في أي منطقة. في ولاية قالمة، توجد عدة مؤسسات فندقية تعد من أبرز عوامل جذب السياح وتعزيز التنمية السياحية. هذه المؤسسات تتوزع في مناطق مختلفة ضمن الولاية، مما يتيح خيارات متنوعة للزوار. وهي كما يوضحها الجدول الموالي:

الجدول (02): قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة على مستوى ولاية قالمة.

الرقم	اسم المؤسسة	نمط المؤسسة	التصنيف	سعة الاستقبال		العنوان
				عدد الغرف	عدد الأسرة	
01	المركب السياحي الشلالة	حموي	*2	170	625	بلدية حمام دباغ- قالمة-
02	نزل هواره	نزل	*2	26	38	بلدية النشماية- قالمة-
03	فندق الريان	حضري	*1	10	20	شارع 01 نوفمبر 54 بلدية بلخير
04	المركب السياحي بوشهرين	حموي	ثلاث نجوم *3	116	296	حمام أولاد علي هليوبوليس-قالمة

05	فندق التاج	حضري	بدون نجمة	21	30	شارع أول نوفمبر 54-قالمة-
06	فندق جيهان	حموي	نجمة واحدة * 1	79	125	بلدية حمام دباغ- قالمة-
07	المركب السياحي البركة	حموي	غير مصنف	150	369	حمام أولاد علي هليوبوليس-قالمة-
08	مؤسسة معدة للفندقة (بن ناجي)	حضري	هيكل معد للفندقة	21	54	بلدية حمام دباغ- قالمة-
09	مؤسسة معدة للفندقة(النجمة)	حضري	هيكل معد للفندقة	17	27	19 شارع سليمان عمار-قالمة-
10	مؤسسة معدة للفندقة(طارق)	حضري	هيكل معد للفندقة	14	30	05 ساحة عدي مبروك-قالمة-
11	مؤسسة معدة للفندقة(الكرامة)	حضري	هيكل معد للفندقة	12	16	24 شارع سليمان عمار-قالمة-
12	فندق دار المعلم	حضري	في طريق التصنيف	17	41	طريق عين العربي قالمة
13	فندق الفردوس	حضري	نجمة واحدة * 1	10	20	حي 61 مسكن بلدية بوشقوف- قالمة-
14	فندق النخيل	حضري	بدون نجمة	11	20	شارع بن رابع بغداد بوشقوف- قالمة-

15	فندق لالة ماونة	حضري	ثلاث نجوم *3	99	198	طريق الوطني رقم 21 بلدية قالمة
16	نزل المنظر الجميل	مناخي	نجمة واحدة *1	10	22	بلدية مجاز الصفاء
17	المركب السياحي بن مساھل	حموي	/	48	144	بلدية حمام دباغ
18	فندق مرمورة	حضري	*4	71	146	01 شارع علي شرفي - قالمة -
المجموع				902	2221	/

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، 22 ماي 2025.

استنادا الى معطيات الجدول أعلاه، يظهر القطاع الفندقي في قالمة وجود 18 مؤسسة بإجمالي سعة 902 غرفة و 2,221 سريرا، تصدرها المراكز الحموية العلاجية التي تمثل 28% من المنشآت وتستحوذ على 45% من السعة الإيوائية، حيث يأتي المركب السياحي الشلالة في المقدمة بسعة 625 سريرا، يليه المركب السياحي البركة (369 سريرا) وفندق لالة ماونة (198 سريرا). وتبرز تحديات مهمة تتمثل في ضعف التصنيفات، حيث أن 39% من المؤسسات إما غير مصنفة أو قيد التقييم، بينما لا يتجاوز تصنيف معظمها 3 نجوم (11%) مع غياب تام لفنادق 5 نجوم. كما يعاني القطاع من محدودية التنوع السياحي، حيث لا يوجد سوى نزل مناخي واحد بين المنشآت المسجلة.

ثانيا: وكالات السياحة والاسفار بولاية قالمة

تمثل وكالات السفر والسياحة عنصرا أساسيا في تنشيط القطاع السياحي محليا ودوليا، إذ يعتمد غالبية المسافرين على خدماتها المتكاملة في تنظيم رحلاتهم. حيث تسهم هذه الوكالات بشكل فعال في رفع أعداد السياح من خلال ترويجها للمقاصد السياحية وتقديم حزمة متكاملة من الخدمات التي تشمل التخطيط للرحلات وحجز التذاكر وتنظيم البرامج السياحية المتنوعة. كما تلعب دورا محوريا في تطوير الصناعة السياحية عبر التعريف بالمناطق السياحية وتسهيل تجارب السفر للزوار.¹

¹ سفيان عمراني، " واقع وأفاق صناعة السياحة الحموية في الجزائر - ولاية قالمة نموذجا، " مجلة التمكين الاجتماعي

حيث تشمل ولاية قالمة على 56 وكالة سياحية تعمل في مجال تنظيم الرحلات والسفر، تنتشر عبر مختلف أرجاء الولاية. تلعب هذه الوكالات دورا حيويا في تنشيط القطاع السياحي المحلي من خلال التعريف بالمقومات السياحية المتنوعة التي تتمتع بها المنطقة، وتسهيل وصول الزوار إلى مختلف الخدمات السياحية المتوفرة كالإقامة الفندقية وخدمات المطاعم والجولات السياحية. كما تقوم بدور أساسي في تأطير السياح وتوجيههم خلال زيارتهم للمنطقة، مما يسهم في تعزيز تجربتهم السياحية وترسيخ صورة الولاية كوجهة سياحية جاذبة.

ثالثا: شبكة الطرق والبنية التحتية للنقل في ولاية قالمة

تمتد شبكة الطرق في ولاية قالمة على طول إجمالي يبلغ 3.496,9 كلم، تشمل فيها 293 كلم كطرق وطنية، و421 كلم كطرق ولاية، بالإضافة إلى 1,781 كلم من الطرق البلدية. كما توجد 1.9 كلم من الطرق السريعة، و21 كلم من الطرق المزدوجة، إلى جانب 48 كلم من الطرق المزدوجة التي هي قيد الإعداد.¹

أما بالنسبة إلى البنية التحتية للسكك الحديدية فتمتد شبكة السكك الحديدية في ولاية قالمة على مسافة 37 كلم، وتحتاج هذه الشبكة، التي لا تستخدم حاليا، إلى إعادة تأهيل خاصة بالنسبة للسكة القديمة التي تربط عاصمة الولاية بمدينة قسنطينة.²

فيما يخص النقل تحظى ولاية قالمة ببنية تحتية ملائمة لاستقبال وسائل النقل، حيث تشمل:

- محطة حافلات من نوع أ بقالمة (في مرحلة الانجاز).
- محطة حافلات من نوع ب ببوشقوف.
- محطة حافلات في وادي الزناتي.
- محطة حافلات بتاملوكة.³

حيث تسهم هذه البنية التحتية في تحسين خدمات النقل والمواصلات بالولاية، مما يعزز من سهولة التنقل بين مختلف المناطق.

¹ وزارة الداخلية والجماعات المحلية، "الهيكل القاعدية"، اطلع عليه بتاريخ 19 ماي 2025،

<https://www.interieur.gov.dz/Monographie/>.

² نفس المرجع.

³ نفس المرجع.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

تشكل الدراسة الميدانية أداة أساسية في البحث العلمي، حيث تساهم بشكل فعال في تقديم الجانب التطبيقي للموضوع المدروس. تتمحور هذه العملية حول جمع البيانات والمعلومات من مجتمع الدراسة بهدف تحليل تلك البيانات وعرضها بطريقة مرئية، مثل الجداول والرسوم البيانية، إلى جانب استخدام مؤشرات إحصائية لإثبات أو نفي الفرضيات المطروحة. تهدف الدراسات الميدانية إلى توفير تفسيرات منطقية تساهم في فهم طبيعة الموضوع وأهميته. تشمل طرق جمع البيانات الاتصال المباشر بين الباحث وأفراد العينة عبر أدوات متنوعة مثل الاستبيانات، الملاحظات، المقابلات، أو التجارب.¹

ومع ذلك، تواجه الدراسة الميدانية العديد من المعوقات التي يمكن أن تعرقل مسار البحث. هذه المعوقات تشمل مجموعة متنوعة من الصعوبات التي تعترض الطلبة في تنفيذ أبحاثهم، بالإضافة إلى التحديات التي يواجهها المشرف التربوي في تحقيق أهدافه الإشرافية. قد تنشأ المعوقات من عوامل تتعلق بالطالب نفسه، مثل اختياره لموضوع البحث وتخصصه، أو ترتبط بالمشرف وتحديات الميدان، مما قد يؤثر سلبا على جودة التواصل مع الجامعة ويحد من فعالية الدراسة الميدانية ككل.²

المطلب الأول: تحديد متغيرات الدراسة

المتغير هو حدث أو ظاهرة تتغير نتيجة ارتباطها بمتغير آخر، لذا يمكن اعتبار البحث العلمي بمثابة دراسة للعلاقات الموضوعية بين مختلف المتغيرات، كما يعرف المتغير بأنه خاصية أو صفة يمكن ملاحظتها لظاهرة معينة، أو أنه حدث يتم التعبير عنه من خلال بنية ويتخذ قيما وصيغا مختلفة. حيث يشير المتغير إلى مصطلح يدل على صفة محددة تغطي مجموعة من الحالات أو القيم، ويتم تعريفه إجرائيا من خلال إجراءات البحث، حيث يمكن قياسه بشكل كمي أو وصفه بشكل كيفي. استنادا إلى هذين التعريفين، يمكن استنتاج ما يلي:

← المتغير هو خاصية يمكن ملاحظتها وقياسها.

← المتغير يتسم بتنوع القيم أو العناصر أو المستويات.

¹ جمال بوربيع وفريدة بوبكري، "الضبط المعرفي بين التعمق البحثي ومعوقات الدراسة الميدانية دراسة ميدانية على عينة من طلبة الدكتوراه"، مجلة المعيار 05 (2024): 688.

² نفس المرجع، 688-689.

← المتغير يعتبر خاصية تتيح للباحث جمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث، هذه الخاصية قد تتعلق بقدرة مثل الذكاء أو التحصيل العلمي، أو سمة مثل الانبساطية أو التوجه الاجتماعي، وقد تعبر أيضا عن اتجاهات وآراء أو ميولات مختلفة.¹

نعتمد في دراستنا على عديد المتغيرات التي لها علاقة بتفسير تأثير علم النفس السياحي في ولاية قالمة على أساس هرم ماسلو للاحتياجات ونظرية الدفع والجذب لبيار دان حيث تبرز لنا المتغيرات التي سنعتمد عليها لاحقا في تصميم الاستبيان قصد الوصول لبيانات تحليلية لمدى الجذب السياحي في ولاية قالمة على أساس الاعتماد على منطلقات علم النفس السياحي حيث تبرز متغيرات الدراسة فيما يلي:

◀ فيما يخص هرم ماسلو

1. الاحتياجات الفيزيولوجية: تشكل الخدمات الأساسية مثل الإقامة والماء والغذاء الدافع الأولي للسفر. كما يؤكد الباحثون أن "تلبية الحاجات البيولوجية تمثل الشرط الأساسي لأي تجربة سياحية ناجحة".²

2. السلامة والأمان: تؤثر عوامل الأمان بشكل مباشر على اختيار الوجهات. وفقا لأحدث الدراسات: "تشكل معايير السلامة 73% من اعتبارات المسافرين عند اختيار الوجهات".³

3. العلاقات الاجتماعية: تظهر الأبحاث أن "58% من السياح يعدون زيارة الأصدقاء والعائلة دافعا رئيسيا للسفر".⁴

4. تقدير الذات: يسجل الباحثون أن "ظاهرة السفر لغرض التباهي الاجتماعي ارتفعت بنسبة 40% في العقد الأخير".⁵

¹ الزهرة الأسود، "المفاهيم والمتغيرات في البحث العلمي"، مجلة المجتمع والرياضة 01 (2022): 277.

² Abraham Maslow, Motivation and Personality, (New York: Harper & Row, 1987), 56.

³ World Tourism Organization, Tourism Safety and Security (Madrid: UNWTO, 2018), 22, <https://www.unwto.org>2025last modified may31,

⁴ John Urry and Jonas Larsen, the Tourist Gaze 3.0 (London: SAGE Publications, 2011), 134.

⁵ Dean MacCannell, the Tourist: A New Theory of the Leisure Class (Berkeley: University of California Press, 2013), 78.

5. تحقيق الذات: تشير البيانات إلى أن "السياحة التطوعية تنمو سنويا بمعدل 15% كوسيلة للتنمية الشخصية".¹

◀ فيما يتعلق بنظرية الدفع والجذب

1. عوامل الدفع: تشير عوامل الدفع إلى الحوافز الداخلية التي تدفع الأفراد للسفر، كما يوضح دان: "هذه العوامل تتبع من حالات النقص النفسي أو الرغبة في التغيير".²

أ- الرغبة في الهروب: يسعى السياح للهروب من ضغوط الحياة اليومية، حيث سجل كرومبتون أن: "73% من المسافرين يذكرون الهروب كدافع رئيسي".³

ب- البحث عن الاسترخاء: تلاحظ دراسة لمنظمة السياحة العالمية أن "المنتجات الصحية تشهد نموا سنويا بنسبة 12% بسبب هذا الدافع".⁴

ج- المغامرة: سجل كوهين وجود "5 أنماط سياحية، أبرزها نمط المستكشف المغامر".⁵

د- التواصل الاجتماعي: وجد أوريلي أن "38% من السفر العائلي يهدف لتعزيز الروابط".⁶

2. عوامل الجذب: تمثل خصائص الوجهة التي تستقطب الزوار، كما يصنفها جو وجورسيك إلى أربع فئات رئيسية وهي: الجاذبية الطبيعية، البنية التحتية، العوامل الثقافية، والخصائص الاجتماعية.⁷

¹ Richard Sharpley, *Tourism, Tourists and Society*, 5th ed. (London: Routledge, 2020), 112.

² Graham M. S. Dann, "Anomie, Ego-enhancement and Tourism," *Annals of Tourism Research*, 4 (1977): 187.

³ John L. Crompton, "Motivations for Pleasure Vacation," *Annals of Tourism Research*, 4 (1979): 412.

⁴ World Tourism Organization, *Global Wellness Tourism Report* (Madrid: UNWTO, 2019), 15.

⁵ Erik Cohen, "Toward a Sociology of International Tourism," *Social Research*, 1 (1972): 164.

⁶ Kevin O'Reilly, "Tourism and Social Relationships," *Annals of Tourism Research*, 3 (2006): 735.

⁷ Jafar Jafari and Alenka Jursic, "The Fourfold Conceptualization of Tourism Attractions," *Annals of Tourism Research*, 3 (1988): 400.

أ- الجاذبية الثقافية: تشير أبحاث ماكنتوش إلى أن "السياحة الثقافية تمثل 37% من الحركة السياحية العالمية".¹

ب- المقومات الطبيعية: وفقا لبيانات المجلس العالمي للسفر، "تستقطب الوجهات الطبيعية 58% من السياح الدوليين".²

ج- جودة الخدمات: يؤكد باراسورامان، أن "جودة الخدمة تحدد 68% من قرارات العودة".³

د- الفعاليات: حسب جيتز "تزيد المهرجانات الموسمية من أعداد الزوار بنسبة 25%".⁴

كما يشترط ان تكون العينة تمثيلية للمجتمع الأصلي، مما يعني ان افرادها يحملون الصفات الموجودة في مجتمع الدراسة. بالإضافة الي ذلك يشترط منح فرصة متساوية لجميع افراد المجتمع الأصلي، بحيث يمكن لكل فرد ان يختار ليكون جزء من العينة، وذلك بدو أي تحيز او تمييز او تدخل من الباحث.⁵

المطلب الثاني: عينة الدراسة

أولاً: مبررات وشروط العينة

توجد عدة مبررات تدفع الباحثين إلى استخدام العينة بدلا من دراسة جميع عناصر المجتمع. من بين هذه المبررات:

- صعوبة إجراء الدراسة على كافة عناصر المجتمع: قد يكون من الصعب أو غير ممكن العمل على جميع العناصر بسبب تلف بعض هذه العناصر أو عدم توفرها.
- انتشار العناصر جغرافيا: في حال كان المجتمع متوزعا على مساحة جغرافية واسعة، يصبح من غير الممكن حصر جميع عناصره.

¹ Robert W. McIntosh and Charles R. Goeldner, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, (Hoboken: Wiley, 2015), 178.

² World Travel & Tourism Council, *Nature Tourism Trends Report* (London: WTTC, 2025, may 31 2021), last modified <https://wttc.org/>.

³ A. Parasuraman et al., "SERVQUAL Model," *Journal of Retailing* 64, no. 1 (1988): 12.

⁴ Donald Getz, "Event Tourism," *Tourism Management* 29, no. 3 (2008): 403.

⁵ نبيهة صالح السامرائي، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية-نموذج لكتاب أطروحة والدفاع عنها (عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2014)، 117.

- التكاليف المادية والجهد والوقت: يتطلب دراسة جميع عناصر المجتمع ميزانية مرتفعة ووقت وجهد كبيران، مما يجعل من الأفضل استخدام العينة.

تعتبر هذه الأسباب موضوعية ومقنعة، حيث يتعين على الباحث مواجهة قيود عدة، مثل وجود ميزانية محددة ووقت معين للوصول إلى النتائج. ومع ذلك، فإن هذا لا يعني أن دقة النتائج يجب أن تتأثر سلباً. وهنا تتجلى أهمية اختيار عينة ممثلة للمجتمع، بحيث تسمح بتعميم النتائج بشكل موثوق، مما يتطلب البدء باختيار نوع وحجم العينة بشكل مناسب للدراسة.

ثانياً: خطوات اختيار العينة

- تحديد مجتمع الدراسة بدقة: يجب أن يتم تحديد مجتمع الدراسة بوضوح من حيث التسمية والخصائص التي تميز أفرادها عن الآخرين. هذه العملية تساعد في معرفة حجم المجتمع ومدى تجانسه، وهو ما يؤثر بشكل مباشر على عدد ونوع الأفراد الذين سيتم اختيارهم كعينة.
- تعريف أفراد المجتمع الأصلي: ينبغي ترتيب أفراد المجتمع الأصلي في جداول باستخدام أرقام متسلسلة إن أمكن، مما يسهل اختيار عينة تمثل المجتمع بشكل أفضل.
- تحديد العدد المناسب لأفراد العينة: يعتمد ذلك على عدة معايير، منها:
 - أ- أسلوب البحث المستخدم: تحتاج الدراسات المسحية إلى عدد أكبر من الأفراد لتمثيل المجتمع، بينما يعتمد عدد أفراد العينة في الدراسات التجريبية على عدد المجتمعات التجريبية وخصائصها في البحث.

ب- تباين المجتمع أو تجانسه: كلما زاد تجانس الأفراد في المجتمع، يمكن أن يكون عدد أفراد العينة أقل. على العكس، حينما يزداد التباين، فإن الحاجة ستكون إلى عدد أكبر من الأفراد لتمثيل المجتمع.

ج- درجة الدقة المطلوبة: تزداد الحاجة إلى عدد أكبر من أفراد العينة كلما زادت درجة الدقة المطلوبة في النتائج.¹

¹ احمد فرج الله وعبد الكريم موسى، مقدمة في الإحصاء التربوي (عمان-الأردن: دار اليازوري، 2017)، 29.

ثالثاً: أنواع العينات حسب الطريقة

تنقسم العينات إلى نوعين رئيسيين بناء على أسلوب الاختيار: العينات الاحتمالية (العشوائية) والعينات غير الاحتمالية (غير العشوائية).

1. العينات الاحتمالية (العشوائية): هذه العينات تتكون من مفردات تم اختيارها دون أي تدخل من الباحث، مما يعني أن اختيار الأفراد لا يكون بتحيز أو بنية مسبقة لتضمنين أو استبعاد عناصر معينة. في العينة العشوائية، تتاح فرص متساوية لجميع أفراد المجتمع الأصلي مما يجعلها تعرف أيضاً بالعينة غير المتحيزة أو الاحتمالية. ومن أبرز أنواع العينات الاحتمالية: العينة العشوائية البسيطة، العينة الطبقية العشوائية، العينة المنتظمة، والعينة العنقودية.¹

2. العينات غير الاحتمالية (غير العشوائية): في هذا النوع من العينات، لا تتاح فرص متساوية لجميع أفراد المجتمع للاختيار. بشكل عام، لا يمكن تعميم نتائج هذه العينات على المجتمع الأصلي، كما أنه لا يمكن استعمال إحصائيات هذه العينات لتقدير معالم المجتمع. تشمل الأنواع الرئيسية للعينات غير الاحتمالية: العينة المقصودة، العينة العرضية، والعينة الحصصية.²

في دراستنا سنعتمد على العينة المنتظمة وهي نوع من العينات العشوائية تستخدم عند اختبار مجموعة من المجتمع الأصلي. على سبيل المثال، إذا كان لدينا مجتمع يتكون من 200 سائح ونريد اختيار عشرة سياح بشكل عشوائي منتظم، يمكننا حساب المسافة بين الأرقام عن طريق قسمة عدد أفراد المجتمع على حجم العينة المطلوب: $200 \div 20 = 10$. يمكننا بعد ذلك اختيار رقم عشوائي كبدائية، لنفترض أننا اخترنا الرقم 6، وبذلك ستكون العينة مكونة من السياح الذين يحملون الأرقام 6، 16، 26، 36، وهكذا. وتعتبر هذه العينة منظمة لأن المسافة بين كل رقم والرقم الذي يليه ثابتة.³

عناصر العينة ستكون كالاتي:

¹ عبد العزيز بركات، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الاعلام، (القاهرة: الدار المصرية، 2014)، 103.

² نفس المرجع.

³ عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، ادواته، اساليبه (عمان-الأردن: دار المجدلوي للشر والتوزيع، د س)، 115.

1. فنادق ولاية قالمة.

توجد في ولاية قالمة 18 مؤسسة فندقية بين ما هو حموي، حضاري، جبلي ومناخي في سياق عينة دراستنا فقد اعتمدنا على مؤسستين فندقيتين الأولى فندق لالة ماونة وهو منصف ضمن نمط الحضري والمركب السياحي بن ساهل وهو مصنف ضمن نمط الحموي حيث يرجع اختيارنا لعدة أسباب نذكر منها:

- عمال الوقت والذي لا يسمح لنا بطرح استبيان على 18 مؤسسة فندقية المتواجدة في تراب ولاية قالمة.

- عامل الإمكانات المادية ومدى تناسبها مع طبيعة وحجم البحث والتي تؤثر في مدى تضيق دائرة توزيع الاستبيان على 18 مؤسسة فندقية المتواجدة في ولاية قالمة.

2. الجنس ذكر/أنثى.

حيث تم تقسيمها بين 5 رجال و5 نساء في عينة مكونة من 10 أفراد.

3. الفئات العمرية.

اعتمدنا على أربع فئات عمرية

الأولى بين 20 سنة و30 سنة

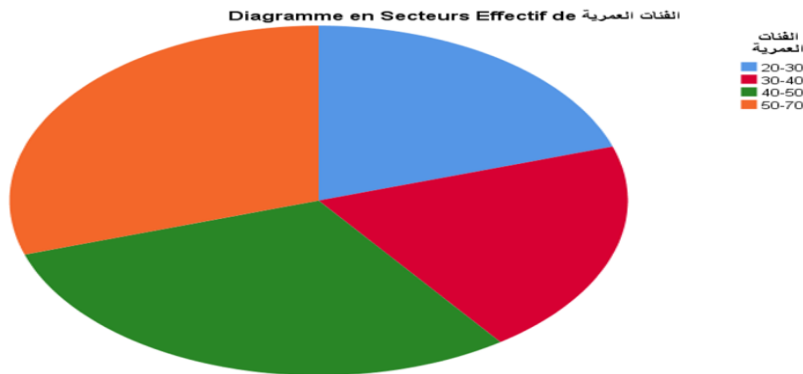
الثانية بين 30 سنة و40 سنة

الثالثة بين 40 و50 سنة

الرابعة بين 50 سنة و70 سنة.

والذي تبين لنا في العينة كما هو موضح في الدائرة البيانية التالية:

الشكل (II-02): الفئات العمرية



المصدر: من اعداد الطالبة في برنامج spss

المطلب الثالث: أداة جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

أولاً: تعريف الاستبيان وخصائصه

من الناحية اللغوية: تشتق كلمة "استبيان" من الفعل "استبيان الأمر"، والذي يعني توضيحه وتفسيره. بهذا المعنى، يشير الاستبيان إلى عملية التوضيح والتعريف بشيء ما، وهو مترجم من الكلمة الإنجليزية "questionnaire".

من الناحية الاصطلاحية: يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة مصممة لتتناسب مع محاور الظاهرة محل الدراسة، مما يساعد على الوصول إلى حقائق تتعلق بالواقع. كما يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، توضع في استمارة ترسل إلى الأشخاص المعنيين عبر البريد أو تسلم بشكل مباشر، استعداداً للحصول على إجابات حول الأسئلة الواردة. وبالمثل، يمكن تعريف الاستبيان على أنه نموذج يتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع ما، يوزع على المستهدفين بوسائل مختلفة ليقوموا بالإجابة عليها ثم تعاد إلى الجهة المشرفة على البحث¹.

كما تتميز الاستبيانات بعدة خصائص تجعلها أداة مميزة في مجال البحث، ومن أبرز هذه الخصائص:

- ان الاستبيان يساهم خاصة الاستبيانات الإلكترونية، في تقليل الحيز الجغرافي لعينة الدراسة.
- يتميز الاستبيان بانخفاض تكاليفه كما يوفر الجهد والوقت مقارنة بأدوات جمع المعلومات الأخرى.
- يتيح الاستبيان للأفراد الفرصة للإجابة بدقة على الأسئلة، خصوصاً عندما تتعلق المعلومات المطلوبة بمسائل شخصية أو حساسة.
- كما يمكن للأفراد ملء الاستبيانات في أوقات تناسبهم، مما يمنحهم حرية أكبر دون الالتزام بمواعيد معينة لجمع البيانات.
- يساعد الاستبيان في توفير دقة متناهية في صياغة العبارات وترتيب الأسئلة وتسجيل الاستجابات.

¹ أحمد حمزة والبار أمين، "الاستبيان كأداة لبحث العلمي وأهم تطبيقاته"، المجلة الجزائرية للعلوم والتنمية 03 (2023)،

- يمكن الاستبيان الأفراد من تقديم آرائهم ووجهات نظرهم بحرية دون خوف من معرفة هويتهم، خاصة فيما يتعلق بالمواضيع الحساسة أو المحرجة.¹

ثانيا: شروط الاستبيان

يتطلب بناء استبيان فعال الالتزام بمجموعة من المبادئ والشروط التي يجب على الباحث مراعاتها، سواء في صياغة الأسئلة أو في التصميم العام. يمكن تلخيص أهم هذه المبادئ في النقاط التالية:

- يجب أن تكون الجمل أو البنود واضحة، بحيث يسهل على المستجيبين فهمها.
- ينبغي أن تكون الأسئلة قصيرة ومباشرة، دون تعقيد، مع التركيز على الهدف من كل سؤال.
- يفضل الابتعاد عن الجمل المنفية، حيث إن استخدام النفي قد يؤدي إلى استجابات غير دقيقة.
- من المهم تجنب استخدام الكلمات أو المصطلحات الفنية التي قد تكون غير مألوفة للمستجيبين، لأنها قد تعيق فهمهم للأسئلة.
- يجب تجنب صياغة أسئلة قد تؤدي إلى إجابات تعكس ما يرضي الباحث، وكذلك الأسئلة التي قد تقبل أكثر من تفسير أو توشي بإجابة معينة.
- ينبغي صياغة الأسئلة التي تتطلب إجابات عديدة بدقة، مع توضيح الوحدة المستخدمة في القياس.
- يجب أن يتناول كل سؤال جانبا واحدا من الموضوع للحفاظ على دقة النتائج، مع تجنب دمج أكثر من استفسار في سؤال واحد.
- من المهم تنظيم الأسئلة بطريقة مرتبة تعكس العلاقة بينها، يفضل البدء بالأسئلة العامة التي لا تحتاج لتفكير عميق، مثل المعلومات الشخصية كاسم الفرد، العمر، والجنس، قبل الانتقال إلى الأسئلة التفصيلية الأكثر تخصصا.²

¹ نفس المرجع، 305.

² صابر بحري ومنى خرموش، "الاستبيانات كأحد أنواع جمع البيانات بين دواعي الاستخدام ومعوقات التطبيق في الدراسات الاجتماعية"، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية 04 (د.س.ن)، 346-347.

ثالثا: أسئلة الاستبيان

- 1-الاحتياجات الفيزيولوجية: ما هو تقييمكم لمستوى الاطعام والايواء؟
- 2-السلامة والأمان. ما هي نظرتكم لمدى توفير الأمن والسلامة لسياح؟
- 3-العلاقات الاجتماعية والانتماء: ما هو تقييمكم لتعاملات سكان ولاية قالمة؟
- 4-تقدير الذات: ماذا ستترك زيارتكم لمدينة قالمة من انطباع على شخصكم؟
- 5-تحقيق الذات: ماذا اكتسبتم من زيارتكم لولاية قالمة؟

◀ فيما يتعلق بنظرية الدفع والجذب

- الرغبة في الهروب: ماهي الاختلافات بين مدينتكم وبين مدينة قالمة؟
- البحث عن الراحة والاسترخاء: هل بقيتكم تفكرون في عملكم اثناء زيارتكم لمدينة قالمة؟
- المغامرة والاستكشاف: هل قمتم بزيارة واكتشاف مختلف المناطق الطبيعية المتواجدة في ولاية قالمة؟

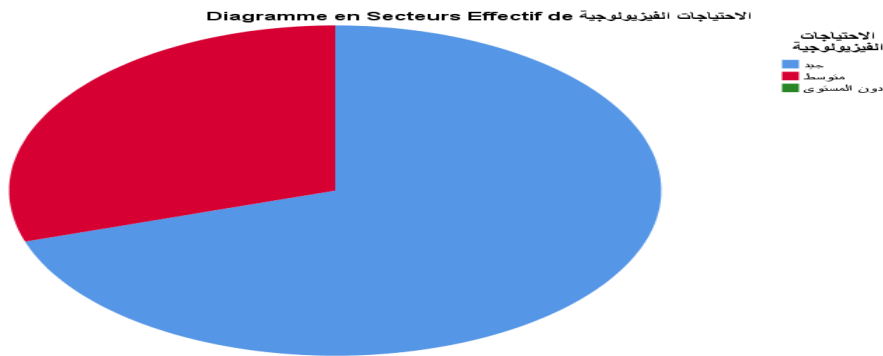
- الشعور بالوحدة: هل تعرفتم على أشخاص جدد في زيارتكم لولاية قالمة؟
- التواصل الاجتماعي: هل أنتم الي ولاية قالمة لزيارة أقاربكم؟
- عوامل الجذب: ما الذي اثار اعجابكم في زيارتكم لولاية قالمة؟

المبحث الثالث: تحليل وعرض البيانات واختبار الفرضيات

سنقدم في هذا المبحث عرض تحليل البيانات الاستبيان المقدم حسب هرم ماسلو ونظرية دان وعرض البيانات على مستوى عناصر العينة.

المطلب الأول: تحليل وعرض البيانات حسب هرم ماسلو

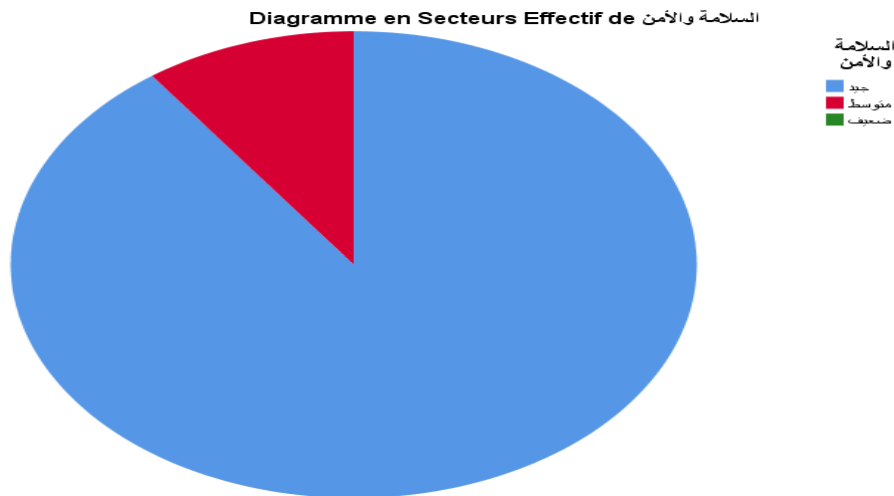
(03-II): الاحتياجات الفيزيولوجية



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في الإجابة المتعلقة بالاحتياجات الفيزيولوجية ضمن السؤال المطروح ما هو تقييمكم لمستوى الاطعام والايواء؟ فأغلبية عناصر العينة أجابوا أن مستوى الطعام والايواء في ولاية قالمة هو جيد ويرجع ذلك لثقافة الطبخ الغنية بالأطباق في ولاية قالمة والتي تشكل عامل إيجابي في الميدان السياحي فضلا عن الهياكل والمؤسسات الفندقية والتي توفر عديد المرافق السياحي كون فندق لالة ماونة والمركب السياحي بن مساهل هم مقارنة بباقي المؤسسات الفندقية في ولاية قالمة هم حديثي العهد أي ان افتتاحهم يعود ل 2024 بالنسبة لفندق لالة ماونة و 2024 أيضا بالنسبة لمركب بن مساهل ما يجعل الهياكل الفندقية في كل منها على درجة كبيرة من الحداثة والذي ينعكس على البعد السياحي لولاية قالمة ككل.

الشكل (II-04): السلامة والامان

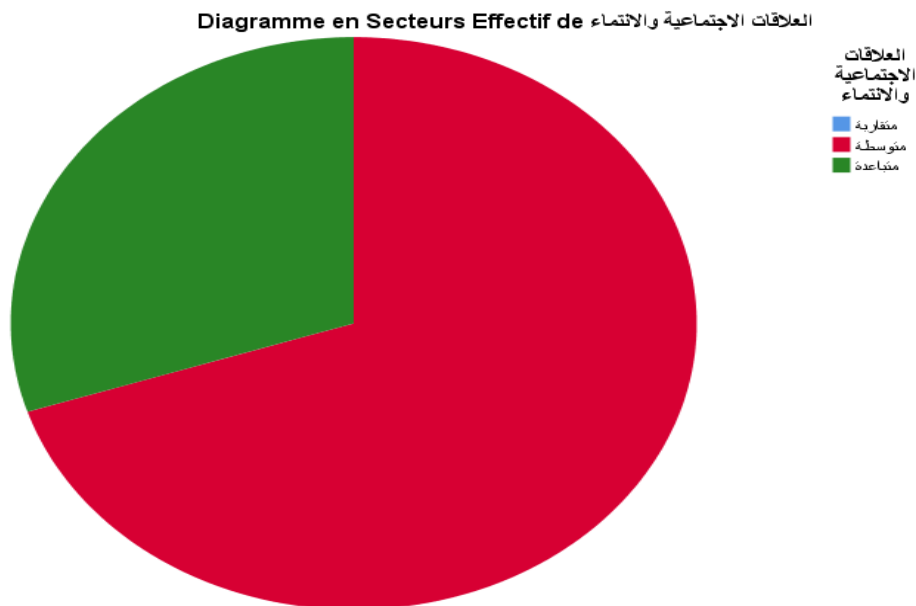


المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

فيما يخص السلامة والامن والاجابة على سؤال ما هي نظرتكم لمدى توفير الأمن والسلامة لسياح؟

أغلبية عناصر العينة كانت اجبتهم المتعلقة بالأمن جيدة حيث يرجع ذلك لمدى جاهزية الأجهزة الأمنية في ولاية قالمة فضلا عن البيئة في ولاية قالمة ذات التقاليد المتعلقة بحسن الضيفة في بيئة محافظة والتي تشكل عامل إيجابي في سياق البعد السياحي في ولاية قالمة.

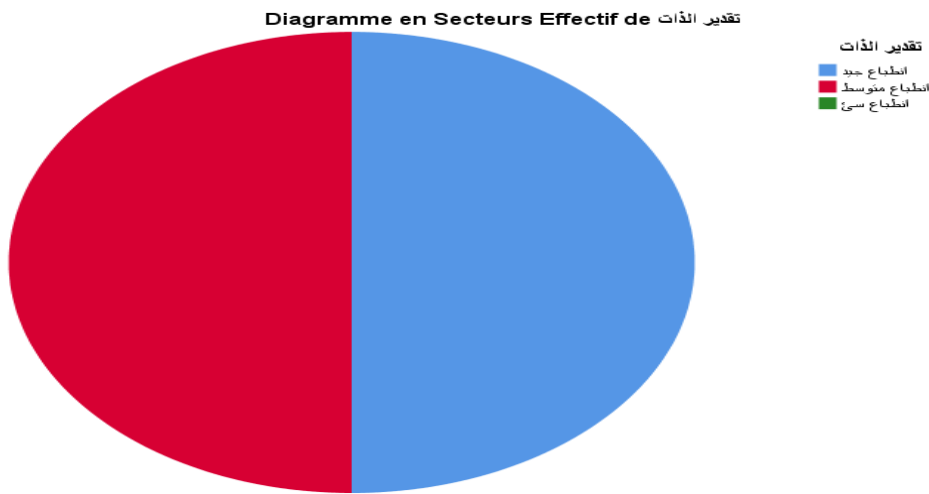
الشكل (II-05): العلاقات الاجتماعية والانتماء



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

فيما يخص العلاقات الاجتماعية والانتماء والاجابة على سؤال ما هو تقييمكم لتعاملات سكان ولاية قالمة؟ فالأغلبية كانت مع تقييم متوسط لهذه العلاقات كون المؤسسات السياحية المتمثلتين في فندق لالة ماونة والمركب السياحي بن مساهل مؤسستين مغلقتين توفران كل الاحتياجات ضمن نطاق نشاطهم داخل المؤسسة لذا يكون لتواصل مع خارج المؤسسات السياحية محدود للغاية ما يتعكس على محدودية التواصل وبناء علاقات اجتماعية مع سكان ولاية قالمة

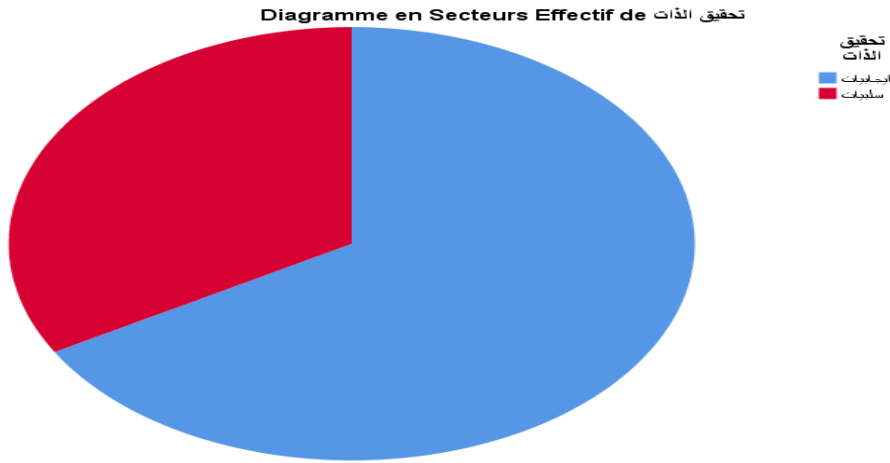
الشكل (06-11): تقدير الذات



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في متغير تقدير الذات وضمن الإجابة على سؤال ماذا ستترك زيارتكم لمدينة قالمة من انطباع على شخصكم؟ فقد كانت الإجابات تقريبا متساوية بين الانطباع الجيد والانطباع المتوسط والذي يرجع اكيد لمحدودية التواصل والاتصال الخارجي خارج المؤسسات الفندقية حيث يصبح الروتين اليومي سيد الموقف على التركيز على استكشاف ما تزر به ولاية قالمة من معالم اثرية وسياحية تترك انطباع جيد للأغلبية الزائرة لولاية قالمة.

الشكل (II-07): تحقيق الذات

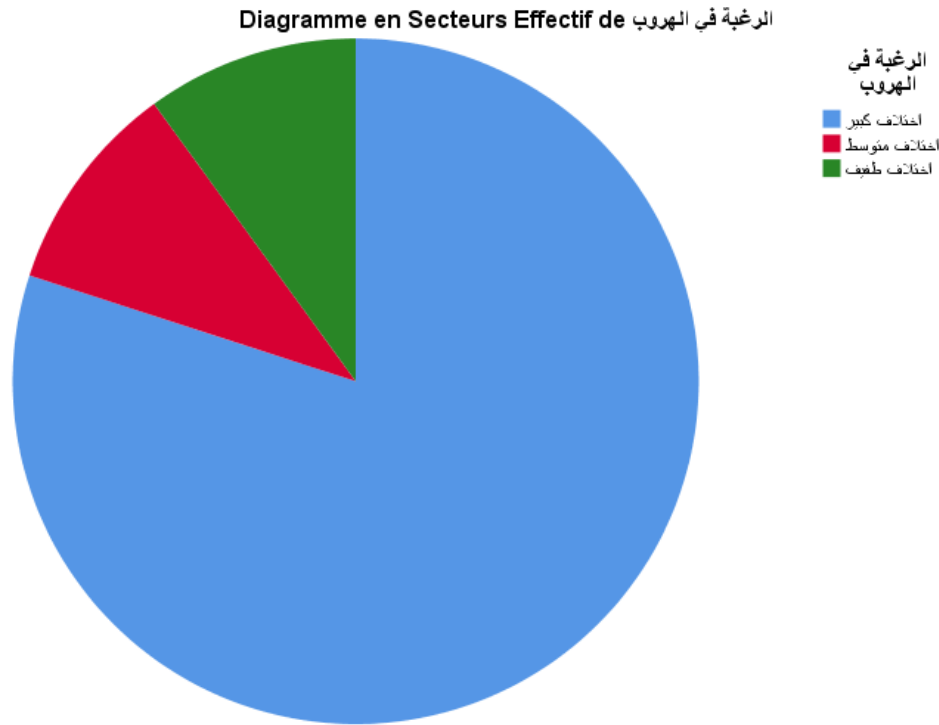


المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في متغير تحقيق الذات ضمن الإجابة على سؤال ماذا اكتسبتم من زيارتكم لولاية قالمة؟ فالأغلبية الساحقة كانت اجابته ايجابية والتي مردها ما ينعكس اكيد على البعد السياحي في ولاية قالمة. فيما يتعلق بالمتغير الفيزيولوجي فإن المستجوبين اجابوا ان عنصر الاطعام والايواء جيد في كلا المؤسستين السياحيتين، بالنسبة للأمن فالإجابة أيضا كانت جيدة كذلك الانطباع ومدى الاكتساب الإيجابي من الزيارة، غير ان التعاملات والبعد الاتصالي والاحتكاك مع السكان كانت تقييمه من طرف المستجوبين على أنه متوسط بمعنى أنه عامل سلبي ومرد ذلك عدم الخروج خارج المؤسستين السياحيتين فضلا عن عدم التركيز على إيلاء أهمية لما هو خارج المؤسستين السياحيتين من مناظر طبيعية ومختلف المرافق السياحية الأخرى.

المطلب الثاني: تحليل وعرض البيانات حسب نظرية الدفع والجذب لدان

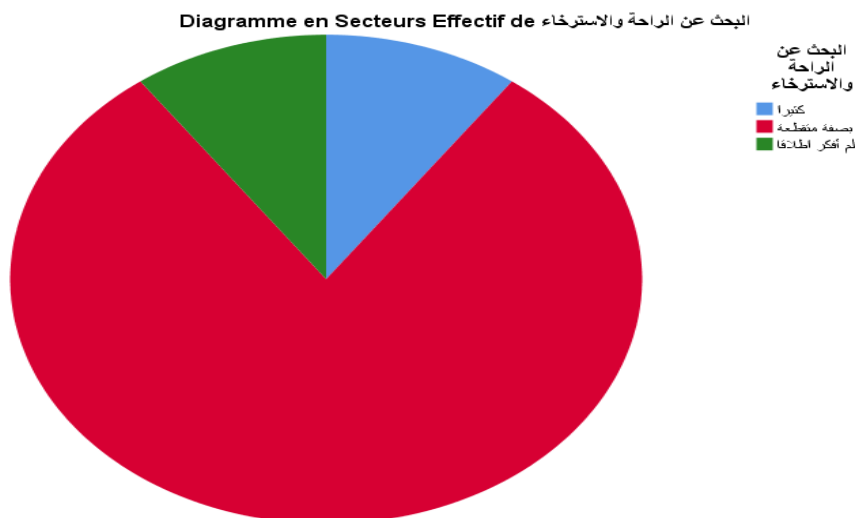
الشكل (II-08): الرغبة في الهروب



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في متغير الرغبة في الهروب وضمن الإجابة على سؤال ماهي الاختلافات بين مدينتكم وبين مدينة قالمة؟ فالأغلبية الساحقة اجابت ان لاختلاف كبير بين مدينتهم ومدينة قالمة وهذا راجع اكيد للاختلاف في نمط العيش اليومي وما يرافق من روتين يومي وبين زيارة سياحية في هياكل سياحية تسهر على حسن الايواء، الاستقبال وراحة السياح.

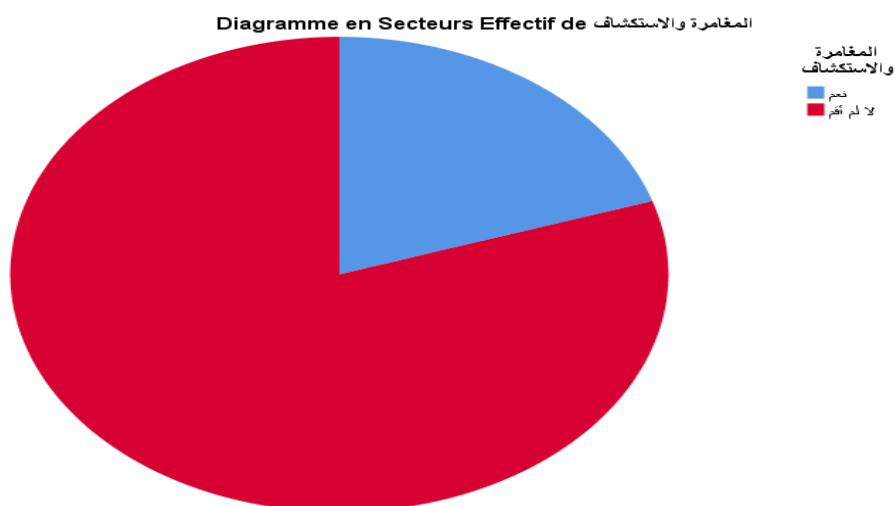
الشكل (II-09): البحث عن الراحة والاسترخاء



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في متغير البحث عن الراحة والاسترخاء وخلال الإجابة عن سؤال هل بقيتكم تفكرون في عملكم اثناء زيارتكم لمدينة قالمة؟ فالأغلبية كانت اجابتها لم أفكر اطلاقا ما يعكس إيجابية البيئة السياحية في كلا المؤسستين الفندقيتين لالة ماونة ومركب بن مساهل حيث ساهمت هذه البيئة في تغيير التفكير النمطي اليومي للسياح والمتعلق بالبعد المهني.

الشكل (II-10): المغامرة والاستكشاف

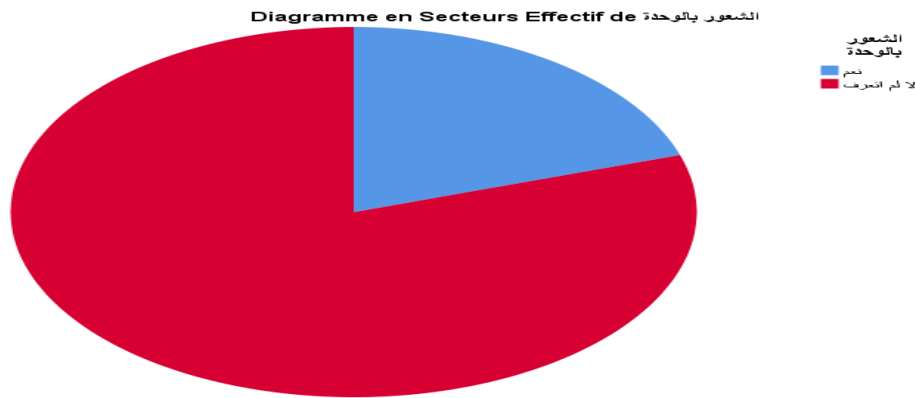


المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

في متغير المغامرة والاستكشاف وضمن الإجابة عن سؤال هل قمتم بزيارة واكتشاف مختلف المناطق الطبيعية المتواجدة في ولاية قالمة؟ فالإجابة كانت بأغلبية لا لم تقم بزيارة واستكشاف المناطق

الطبيعية كون المؤسسات توفر كل هياكلها داخليا دون التركيز على تنظيم فعاليات للتعريف بالمناطق الطبيعية التي تزخر بها ولاية قالمة.

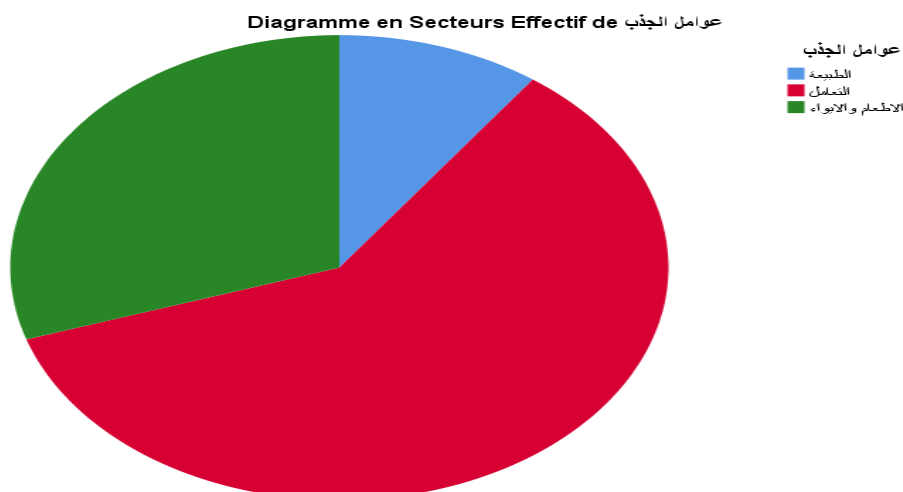
الشكل (II-11): الشعور بالوحدة



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

فما يخص متغير الشعور بالوحدة وسؤال هل تعرفتم على أشخاص جدد في زيارتكم لولاية قالمة؟ الأغلبية كانت الإجابة لا لم اتعرف ما يعكس كما سبق تحليله في باقي البيانات عدم تواصل واتصال مع البيئة الخارجية للمؤسسات الفندقية لالة ماونة وبن مساهل كأحد سلبيات البعد السياحي في ولاية قالمة.

الشكل (II-12): عوامل الجذب



المصدر: اعداد الطالبة في برنامج spss

فيما يخص متغير عوامل الجذب تبرز الإجابات على سؤال ما الذي اثار اعجابكم في زيارتكم لولاية قالمة؟ أن أغلبية المستجوبين كانت اجابتهم التعامل وتليها الاطعام والايواء وأخيرا الطبيعة ما يعكس ما تم ملاحظته في المتغيرات السابقة غياب تواصل وتفاعل خارج المؤسسات الفندقيتين لالة ماونة ومركب مساهل ما يبرز عدم انجذاب المستجوبين للطبيعة رغم ما تزخر به ولاية قالمة من طبيعة خلابة وهذا عنصر أيضا سلبي في البعد السياحي في ولاية قالمة.

المطلب الثالث: استخلاص النتائج من تحليل وعرض البيانات

بالتركيز على علم النفس السياحي ومن خلال الاعتماد على نظرية وهم ماسلو ونظرية الجذب لببير دان والتي قمنا بإسقاطها ضمن الاستبيان على فندق لالة ماونة ومركب بن مساهل فقط تبين لنا عديد النقاط الإيجابية والنقاط السلبية والتي نستخلصها فيما يلي:

-أولا: الإيجابيات

1-مستوى الايواء والطعام (احتياجات فيزيولوجية): كلا المؤسسات السياحيتين تحتوي على مرافق استقبال، إيواء واطعام في مستوى تطلعات السياح من مطاعم وكافيتيريا تلبي حاجيات السياح ورغباتهم ما ينعكس بالإيجاب على القطاع السياحي في ولاية قالمة ضمن البعد النفسي لسياح في اشباع واحتياجاتهم الفيزيولوجية من إيواء واطعام...الخ.

2-الأمّن (السلامة والامن): توفر عناصر السلامة من رجال أمن متوزعين في كامل الفندق، وكذا كمّرات المراقبة التي تغطي معظم الفندق فضلا عن الأجهزة الأمنية المتمثلة في جهاز الشرطة الذي يسهر على سلامة وأمن السياح.

3-انطباع متوسط وجيد بالتساوي (تقدير الذات): وجود تواصل جيد من طرف العمال اتجاه السياح سواء من طرف عمال الاستقبال او جميع مرافق الفندق وهذا نابع من التركيز على البعد البشري في توظيف العاملين فضلا عن التكوين الجيد الذي يتمتعون به.

4-إجابة إيجابية في ماذا كسبتم من زيارة قالمة (تحقيق الذات): زيارة مكان جديد واكتشاف سياحة حموية وحضرية متكاملة وتنوع أنواع السياحة من الاثرية والطبيعية الخ.

5-الاختلاف كبير (الرغبة في الهروب): كسر روتين المعيشة والرغبة في الهروب من حلقة الحياة اليومية. لما يتوفر من اختلاف في النمط المعيشي.

6-عدم التفكير في العمل (البحث عن الراحة والاسترخاء): الابتعاد النفسي والجسدي عن الحياة المهنية والارياح من ضغوطات العمل ما يشكل بعد إيجابي في تغيير الأجواء والابتعاد عن البيئة المهنية وكسر الروتين اليومي.

-ثانيا: السلبيات

1-تعاملات سكان قالمة متوسطة (العلاقات الاجتماعية والانتماء): نظرا لغياب الوعي السياحي لدى بعض السكان المحليين فالفرق بين العاملين ضمن الهياكل السياحية والسكان هو التكوين، التدريب والتأطير فضلا عن عدم التركيز على النشاطات خارج المؤسسات السياحية والاكتفاء بالتركيز داخل الهياكل لغرض الجدوى الاقتصادية.

2-عدم زيارة واستكشاف الطبيعة (المغامرة والاستكشاف): عدم توفر البنية التحتية ونقص خدمات النقل كما ان معظم وكالات السياحة والاسفار نشاطها يتمثل في السياحة الموفدة للسياح أي انها تعمل على تصدير السياح خارج الولاية وليس استقبالهم داخلها ولا تنظيم نشاطات لتعريف بالطبيعة المتنوعة لولاية قالمة ما يشكل بعد سلبي في جذب السياح.

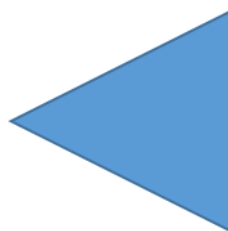
3-عدم التعرف على اشخاص جدد (الشعور بالوحدة) عدم التعرف على اشخاص جدد نظرا لنقص الاختلاط مع سكان المحليين وتركيز النشاطات السياحية داخل المركبات والمؤسسات السياحية فقط.

4-التعامل، الطعام والايواء قبل الطبيعة (عوامل الجذب) حسب نتائج الاستبيان فان الانجذاب للإطعام والايواء كان كثر من الانجذاب لطبيعة التي تزخر بها ولاية قالمة وهذا ما يستلزم تنظيم رحلات للتعريف بطبيعة ولاية قالمة.

خلاصة الفصل الثاني:

ينتقل الفصل الثاني إلى الجانب التطبيقي من خلال دراسة حالة ولاية قالمة، حيث يستعرض مقوماتها السياحية المتنوعة من ينابيع حموية علاجية ومواقع تاريخية وتراث ثقافي، إلى جانب بنيتها التحتية التي تضم 18 مؤسسة فندقية بسعة 2,221 سريرا و56 وكالة سياحية. يطبق الفصل منهجية علمية من خلال دراسة ميدانية على عينة من 10 سياح موزعين على فندق لالة ماونة والمركب السياحي بن ساهل، مستخدما استبياننا يقيس متغيرات هرم ماسلو ونظرية الدفع والجذب. أظهرت النتائج تقييما إيجابيا للاحتياجات الفيزيولوجية والأمان، وتقييما متوسطا للعلاقات الاجتماعية، مما يؤكد الفرضيات حول التأثير الإيجابي لعلم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب. خلص الفصل إلى توصيات عملية تشمل تطوير برامج الوعي السياحي، وتحسين البنية التحتية، وتنويع المنتجات السياحية، والاستثمار في التسويق السياحي لتعزيز مكانة ولاية قالمة كوجهة سياحية متميزة.

الخاتمة



الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع تطوير عوامل الجذب السياحي من منظور علم النفس السياحي، مع التركيز على حالة ولاية قالمة، يتضح لنا بجلاء أن العلاقة بين الجوانب النفسية للسائح وعوامل الجذب السياحي تمثل محورا أساسيا في تطوير المقاصد السياحية وتعزيز قدرتها التنافسية. فقد أظهرت الدراسة أن فهم الدوافع والاحتياجات النفسية للسائحين، وتوظيف هذا الفهم في تصميم وتطوير المنتجات والخدمات السياحية، يمكن أن يساهم بشكل كبير في تحسين جودة التجربة السياحية وزيادة مستويات رضا السائحين وولائهم للمقصد السياحي.

لقد حاولنا من خلال الفصل الأول استعراض الإطار النظري للجذب السياحي وعلم النفس السياحي، حيث تناولنا مفهوم السياحة وعوامل الجذب السياحي ومقوماتها، ثم انتقلنا إلى تحليل الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي من حيث تعريفه وميادينه وأهدافه وعلاقته بفروع علم النفس الأخرى. كما تطرقنا إلى العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي، من خلال دراسة نظرية الاحتياجات لماسلو ونظرية الدفع والجذب لدان، وتأثير الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية.

في الفصل الثاني، انتقلنا إلى الجانب التطبيقي للدراسة، حيث قمنا بتحليل واقع عوامل الجذب السياحي في ولاية قالمة، من خلال التعريف بالولاية ومقوماتها السياحية والخدمات المتاحة فيها. ثم عرضنا منهجية الدراسة الميدانية، من حيث تحديد متغيرات الدراسة وعينتها وأداة جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليلها. وأخيرا، قمنا بتحليل وعرض البيانات واختبار الفرضيات، للوصول إلى نتائج علمية دقيقة حول تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة.

بناء على ما تم عرضه وتحليله، يمكن القول إن الإشكالية الرئيسية التي طرحتها الدراسة، تجد إجابتها في التأكيد على أن هناك تأثيرا إيجابيا ذا دلالة إحصائية لعلم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بالولاية، وأن هذا التأثير يتجلى من خلال فهم الاحتياجات النفسية للسائحين، وتوظيف نظريات الدفع والجذب، وتعزيز الوعي السياحي لدى مختلف الفاعلين في القطاع.

تتمثل الأسس النظرية لعلم النفس السياحي في دراسة الجوانب النفسية المرتبطة بالسلوك السياحي، وتشمل ميادينه دراسة دوافع السفر، وعمليات اتخاذ القرار السياحي، وتقييم التجربة السياحية، وتهدف إلى فهم وتفسير السلوك السياحي وتحسين جودة التجربة السياحية.

يمكن توظيف نظريات الدوافع والحاجات في تطوير عوامل الجذب السياحي من خلال تصميم منتجات وخدمات سياحية تلبي مختلف مستويات الاحتياجات البشرية (وفق نظرية ماسلو)، وتراعي عوامل الدفع والجذب (وفق نظرية دان) التي تؤثر في قرارات السائحين واختياراتهم.

يلعب الوعي السياحي دورا محوريا في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية، من خلال تعزيز الثقافة السياحية لدى السكان المحليين، وتحسين جودة الخدمات المقدمة، وتطوير مهارات التواصل والتفاعل مع السائحين.

تتمتع ولاية قالمة بمقومات سياحية متنوعة، تشمل موارد طبيعية خلابة (كالحمامات المعدنية والغابات والجبال)، ومعالم تاريخية وأثرية (كالمواقع الرومانية والبيزنطية)، وتراث ثقافي غني، إضافة إلى بعض الخدمات السياحية كالفنادق والمطاعم ووكالات السفر، وإن كانت لا تزال بحاجة إلى تطوير وتحسين.

أظهرت الدراسة الميدانية وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية لعلم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة، من وجهة نظر السائحين والفاعلين في القطاع السياحي، مما يؤكد صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

أهم النتائج المتوصل إليها:

يلعب فهم الاحتياجات النفسية للسائحين دورا محوريا في تطوير عوامل الجذب السياحي، حيث يساعد على تصميم منتجات وخدمات سياحية تلبي مختلف مستويات هذه الاحتياجات، من الاحتياجات الفسيولوجية الأساسية إلى احتياجات تحقيق الذات.

تمثل نظرية الدفع والجذب إطارا مفاهيميا مهما لفهم دوافع السفر وعوامل اختيار المقاصد السياحية، حيث تساعد على تحديد العوامل الداخلية (الدفع) والخارجية (الجذب) التي تؤثر في قرارات السائحين، وبالتالي توجيه جهود التطوير والتسويق السياحي.

يؤثر الوعي السياحي بشكل كبير في تحسين التجربة السياحية وتعزيز جاذبية المقاصد السياحية، من خلال تعزيز الثقافة السياحية لدى السكان المحليين، وتحسين جودة الخدمات المقدمة، وتطوير مهارات التواصل والتفاعل مع السائحين.

تمتلك ولاية قالمة مقومات سياحية متنوعة وذات قيمة كبيرة، لكنها لا تزال غير مستغلة بالشكل الأمثل، بسبب ضعف البنية التحتية، ومحدودية الخدمات السياحية، وقصور استراتيجيات التسويق والترويج.

هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين توظيف مبادئ علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة، مما يؤكد أهمية المنظور النفسي في تعزيز جاذبية المقاصد السياحية.

تواجه تنمية القطاع السياحي في ولاية قالمة مجموعة من التحديات، أبرزها ضعف البنية التحتية، ومحدودية الاستثمارات، وقصور الخدمات السياحية، وضعف التسويق والترويج، وقلة الكوادر المؤهلة في مجال السياحة.

أهم التوصيات المقترحة:

- ضرورة تبني مقاربة شاملة لتطوير القطاع السياحي في ولاية قالمة، تأخذ بعين الاعتبار الأبعاد النفسية للسائحين، وتعمل على تلبية احتياجاتهم وتطلعاتهم، من خلال تصميم منتجات وخدمات سياحية متنوعة ومتكاملة.

- العمل على تطوير البنية التحتية السياحية في الولاية، من خلال تحسين شبكة الطرق والمواصلات، وتوفير مرافق الإقامة والترفيه، وتهيئة المواقع السياحية وتزويدها بالخدمات الضرورية.

- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي، من خلال تقديم تسهيلات وحوافز للمستثمرين، وتبسيط الإجراءات الإدارية، وتوفير التمويل اللازم للمشاريع السياحية.

- تطوير استراتيجيات تسويقية فعالة للترويج للمقومات السياحية للولاية، تستند إلى فهم عميق لدوافع واحتياجات السائحين المستهدفين، وتوظف وسائل الاتصال والتسويق الحديثة.

- تعزيز الوعي السياحي لدى السكان المحليين والفاعلين في القطاع السياحي، من خلال برامج التوعية والتكوين، وتنظيم الفعاليات والأنشطة الثقافية والسياحية.
- تطوير الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي، من خلال برامج التكوين والتدريب المستمر، وتعزيز المهارات اللغوية والتواصلية، وتنمية القدرات في مجال الضيافة وخدمة العملاء.
- إنشاء مرصد للسياحة على مستوى الولاية، يتولى جمع وتحليل البيانات والمعلومات حول النشاط السياحي، ودراسة اتجاهات السوق واحتياجات السائحين، وتقديم توصيات لتطوير القطاع.
- تعزيز التعاون والتنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي (القطاع العام، القطاع الخاص، المجتمع المدني)، لضمان تكامل الجهود وتحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- تطوير منتجات سياحية متخصصة ومبتكرة، تستجيب لاحتياجات وتطلعات مختلف شرائح السائحين، وتستثمر المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية للولاية.
- إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير وتسويق المنتجات والخدمات السياحية، من خلال إنشاء منصات رقمية للترويج السياحي، وتطوير تطبيقات للهواتف الذكية، واستخدام تقنيات الواقع الافتراضي والمعزز في تقديم تجارب سياحية مبتكرة.
- في الختام، نؤكد أن موضوع تطوير عوامل الجذب السياحي من منظور علم النفس السياحي يمثل مجالا خصبا للبحث والدراسة، نظرا لأهميته المتزايدة في ظل التحولات التي يشهدها قطاع السياحة على المستويين المحلي والعالمي. ويبقى التحدي الأكبر هو كيفية توظيف المعارف والنظريات النفسية في تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز جاذبية المقاصد السياحية وتحسين تنافسيتها، بما يساهم في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.



جامعة 8 ماي 1945-قالمة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



تخصص: إدارة الاعمال السياحية

الطالبة: حمزاوي اميرة

استبيان مذكرة ماستر بعنوان: تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب في ولاية قالمة

رجاء نلتمس منكم الإجابة على الأسئلة التالية

الأسئلة	الإجابات المقترحة
ما هو تقييمكم لمستوى الاطعام والايواء؟	☐ جيد ☐ متوسط ☐ دون المستوى
ما هي نظرتكم لمدى توفير الأمن والسلامة لسياح؟	☐ جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف
ما هو تقييمكم لتعاملات سكان ولاية قالمة؟	☐ متقاربة ☐ متوسطة ☐ متباعدة
ماذا ستترك زيارتكم لمدينة قالمة من انطباع على شخصكم؟	☐ جيد ☐ متوسط ☐ سيء
ماذا اكتسبتم من زيارتكم لولاية قالمة؟	☐ إيجابيات ☐ سلبيات
ماهي الاختلافات بين مدينتكم وبين مدينة قالمة؟	☐ كبير ☐ متوسط ☐ طفيف
هل بقيتكم تفكرون في عملكم اثناء زيارتكم لمدينة قالمة؟	☐ كثيرا ☐ بصفة منقطعة ☐ لم أفكر اطلاقا

☐ نعم ☐ لا	هل قمتم بزيارة واكتشاف مختلف المناطق الطبيعية المتواجدة في ولاية قالمة؟
☐ نعم ☐ لا	هل تعرفتم على أشخاص جدد في زيارتكم لولاية قالمة؟
☐ نعم ☐ لا	هل أنتمم الي ولاية قالمة لزيارة أقاربكم؟
☐ الطبيعة ☐ التعامل ☐ الاطعام والايواء	ما الذي اثار اعجابكم في زيارتكم لولاية قالمة؟

قائمة المراجع

أولاً: المصادر

القرآن الكريم:

القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية 113.

القرآن الكريم، سورة يوسف، الآية 109.

ثانياً: المراجع

أ. الكتب:

الأسود، الزهرة، "المفاهيم والمتغيرات في البحث العلمي"، مجلة المجتمع والرياضة، العدد 01، 2022.
آل دغيم، خالد بن عبد الرحمن، الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، الأردن-عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014.

بركات، عبد العزيز، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام، القاهرة: الدار المصرية، 2014.
بوزناشة، توفيق، دليل الجمهورية: ولايات والبلديات، الجزائر: دار الحقائق، 2006.

الحميري، موفق عدنان ونبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون: منهج وأساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2006.

الزغبى، حسن، علم النفس الإنساني، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2016.
السامرائي، نبيهة صالح، علم النفس السياحي مفاهيم وتطبيقات، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، 2017.

السامرائي، نبيهة صالح، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية-نموذج لكتاب أطروحة والدفاع عنها، عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2014.

سعد، خليل محمد، مبادئ السياحة، الجندرية للنشر والتوزيع، 2017.

السيسي، ماهر، مبادئ السياحة، مصر-القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2001.

صبري، أحمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي للسياح، دار الثقافة للنشر، عمان، 2016.

الطائي، حميد عبد النبي، أصول صناعة السياحة، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2006.

الظاهر، نعيم وسراب إلياس، مبادئ السياحة، عمان-الأردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2001.

عبد الله، سامي، إدارة جودة الخدمات السياحية: نظريات وتطبيقات، دار النشر العربية، القاهرة، 2019.

- عبيدات، ذوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه، عمان-الأردن: دار المجدلاوي للنشر والتوزيع، د.س.
- غرابية، خليف مصطفى، السياحة البيئية، دار ناشري للنشر الإلكتروني، 2012.
- فرج الله، أحمد وعبد الكريم موسى، مقدمة في الإحصاء التربوي، عمان-الأردن: دار اليازوري، 2017.
- كافي، مصطفى يوسف، السياحة البيئية المستدامة تحدياتها وآفاقها المستقبلية، سوريا-دمشق-جرمانا: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
- كافي، مصطفى يوسف، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصال وعولمة السياحة، الجزائر: منشورات الألفا، 2017.
- كافي، مصطفى يوسف، علم النفس السياحي، عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2016.
- ب. المقالات العلمية:
- بحري، صابر ومنى خرموش، "الاستبيانات كأحد أنواع جمع البيانات بين دواعي الاستخدام ومعوقات التطبيق في الدراسات الاجتماعية"، مجلة الباحث للعلوم الرياضية والاجتماعية، العدد 04، د.س.ن. بوربيع، جمال وفريدة بوبكري، "الضبط المعرفي بين التعمق البحثي ومعوقات الدراسة الميدانية دراسة ميدانية على عينة من طلبة الدكتوراه"، مجلة المعيار، العدد 05، 2024.
- بوقوم، محمد ورفيق سلاوي، "الطلب والعرض السياحي بولاية قالمة: الواقع والمعوقات"، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، العدد 02، 2022.
- جبر، سناء، "العوامل النفسية المؤثرة في السلوك السياحي"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 2، 2020.
- الجمال، أحمد، "تأثير الوعي السياحي للعاملين على جودة الخدمات السياحية: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم الاقتصادية والاجتماعية، جامعة الجزائر، العدد 14، 2022.
- حمزة، أحمد والبار أمين، "الاستبيان كأداة للبحث العلمي وأهم تطبيقاته"، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 03، 2023.
- عبد الحميد، أحمد، "نظرية ماسلو للحاجات الإنسانية وتطبيقاتها في المجال السياحي"، مجلة العلوم النفسية والتربوية، المجلد 7، العدد 1، 2021.
- عبد الله، فاطمة، "تحقيق الذات كحاجة نفسية لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة بسكرة، المجلد 15، العدد 2، 2021.

عرشوش، سفيان وأمال بن عشي، "مقومات الجذب السياحي"، مجلة القانون العقاري، العدد 7، 2021. عمراني، سفيان، "واقع وآفاق صناعة السياحة الحموية في الجزائر-ولاية قالمة نموذجا"، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 03، 2022.

عيد، نيفين جلال إبراهيم، "دور علم النفس في تحديد السلوك الإنساني وتأثيره على العمل السياحي بالتطبيق على شركات السياحة"، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، العدد 04. مباركي، عبد القادر، "تحقيق الذات بين النظرية والتطبيق في علم النفس الإنساني"، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المركز الجامعي مغنية، العدد 10، 2023.

مرزوق، سامي، "تحقيق الذات في ضوء نظرية ماسلو"، مجلة دراسات نفسية، المجلد 12، العدد 3، 2022.

مصطفى، علي، "العوامل المؤثرة على جودة الخدمات السياحية في الجزائر"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة سوق أهراس، العدد 11، 2019.

نويري، عبد القادر، "تحديد دوافع السفر لدى السياح وتأثيرها على التسويق السياحي"، مجلة الدراسات السياحية والبيئية، جامعة سوق أهراس، العدد 9، 2021.

الياس، شاهد ودفور عبد النعيم، "الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسساتي"، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، العدد 01، 2016.

ج. الرسائل الجامعية:

بعوط، لزهرة، "الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية-حالة ولاية قالمة"، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة قالمة، 2018.

بوجلال، نسرين، "العوامل النفسية في اختيار الوجهات السياحية"، مذكرة ماستر، جامعة الجزائر 2، كلية العلوم الاجتماعية، 2019.

دواح، عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل درجة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: تسويق، جامعة تلمسان، 2009-2010.

قشي، نسرين، "العوامل النفسية والتسويقية في جذب السياح: دراسة حالة الوجهات الجزائرية"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، العدد 9، 2022.

د. المواقع الإلكترونية والوثائق الرسمية:

الموقع الإلكتروني، <https://almerja.com/reading>، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2025/03/29،

الموقع الرسمي لولاية قالمة، "الولاية بالأرقام"، <https://wilaya-guelma.dz> تم الاطلاع عليه بتاريخ 23 مايو 2025

قائمة المراجع

- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، "المواقع السياحية"، <https://guelma.mta.gov.dz/> تم الاطلاع عليه بتاريخ 23 مايو 2025
- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية قالمة، "قطاع السياحة في ولاية قالمة"، مصلحة السياحة، مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، د.س.ن، د.ت.ن.
- موقع المنظمة العالمية للسياحة، "السياحة وتجربة السائح: أبعاد نفسية"، متاح على <https://www.unwto.org/tourism-and-psychology> : تم الاطلاع عليه بتاريخ 01 يونيو 2025
- موقع Psychology Today ، "Maslow's Hierarchy of Needs"، متاح على <https://www.psychologytoday.com/us/basics/maslows-hierarchy-needs> : تم الاطلاع عليه بتاريخ 02 يونيو 2025
- وزارة الداخلية والجماعات المحلية، "الهياكل القاعدية"، <https://www.interieur.gov.dz/Monographie/> تم الاطلاع عليه بتاريخ 19 مايو 2025
- وزارة السياحة والآثار المصرية، "تحسين جودة الخدمات السياحية ودور التدريب في الارتقاء بالقطاع"، متاح على <https://egymonuments.gov.eg/ar/article/> : تحسين-جودة-الخدمات-السياحية تم الاطلاع عليه بتاريخ 3 يونيو 2025
- ويكيبيديا الموسوعة الحرة، "ولاية قالمة"، <https://ar.wikipedia.org/wiki> تم الاطلاع عليه بتاريخ 19 مايو 2025
- "Understanding Tourist Motivation: Push and Pull Factors"، Travel & Leisure متاح على <https://www.travelandleisure.com/trip-ideas/tourist-motivation-push-pull> : تم الاطلاع عليه بتاريخ 2025/04/25.
- ثالثا: المراجع الأجنبية
- Cohen, Erik, "Toward a Sociology of International Tourism," Social Research, Vol. 1, 1972.
- Crompton, John L., "Motivations for Pleasure Vacation," Annals of Tourism Research, Vol. 4, 1979.
- Dann, Graham M. S., "Anomie, Ego-enhancement and Tourism," Annals of Tourism Research, Vol. 4, 1977.
- Getz, Donald, "Event Tourism," Tourism Management, Vol. 29, No. 3, 2008.

- Jafari, Jafar and Alenka Jursic, "The Fourfold Conceptualization of Tourism Attractions," *Annals of Tourism Research*, Vol. 3, 1988.
- MacCannell, Dean, *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Berkeley: University of California Press, 2013.
- Maslow, Abraham, *Motivation and Personality*, New York: Harper & Row, 1987.
- McIntosh, Robert W. and Charles R. Goeldner, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Hoboken: Wiley, 2015.
- Metelka, Charles J., *Dictionary of Hospitality Travel and Tourism*, New York, 1990.
- Ngwira, Cecilia, "What Attracts Tourists to a Destination? Is it Attractions?," *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 7, 2018.
- O'Reilly, Kevin, "Tourism and Social Relationships," *Annals of Tourism Research*, Vol. 3, 2006.
- Parasuraman, A. et al., "SERVQUAL Model," *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988.
- Sharpley, Richard, *Tourism, Tourists and Society*, 5th ed., London: Routledge, 2020.
- Urry, John and Jonas Larsen, *The Tourist Gaze 3.0*, London: SAGE Publications, 2011.
- World Tourism Organization (UNWTO), "Quality in Tourism Services," available at: <https://www.unwto.org/quality-in-tourism-services> (عليه يوم: 2025/05/31).
- World Tourism Organization (UNWTO), *Global Wellness Tourism Report*, Madrid: UNWTO, 2019.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Safety and Security*, Madrid: UNWTO, 2018, last modified May 31, 2025, <https://www.unwto.org>.
- World Travel & Tourism Council (WTTC), *Nature Tourism Trends Report*, London: WTTC, 2021, last modified May 31, 2025, <https://wttc.org/>.

Yoon, Y., & Uysal, M., "An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty," Tourism Management, Vol. 26, Issue 1, 2005.

فهرس المحتويات

البيان	الصفحة
الواجهة	/
البسمة	/
شكر وتقدير	/
الاهداء	/
خطة الدراسة	/
مقدمة	09
الفصل الأول: الإطار النظري لجذب السياحي وعلم النفس السياحي	
تمهيد	18
المبحث الأول: السياحة وعوامل الجذب السياحي	19
المطلب الأول: ماهية السياحة	19
المطلب الثاني: ماهية الجذب السياحي	23
المطلب الثالث: مقومات وعناصر الجذب السياحي	27
المبحث الثاني: الإطار المعرفي لعلم النفس السياحي	33
المطلب الأول: تعريف علم النفس السياحي	33
المطلب الثاني: ميادين علم النفس السياحي وعلاقته بفروع علم النفس الاخرى	34
المطلب الثالث: أهداف علم النفس السياحي	36
المبحث الثالث: العلاقة بين علم النفس السياحي وتطوير عوامل الجذب السياحي	38
المطلب الأول: نظرية ماسلو للاحتياجات	38
المطلب الثاني: نظرية الدفع والجذب لدان	42
المطلب الثالث: تأثير الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية	44
خلاصة الفصل الاول	48
الفصل الثاني: تأثير علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة	
تمهيد	50

فهرس المحتويات

52	المبحث الأول: عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة
52	المطلب الأول: التعريف بولاية قالمة
53	المطلب الثاني: المقومات السياحية بولاية قالمة
61	المطلب الثالث: الخدمات السياحية بالولاية
66	المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية
66	المطلب الأول: تحديد متغيرات الدراسة
69	المطلب الثاني: عينة الدراسة
73	المطلب الثالث: أداة جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
76	المبحث الثالث: تحليل وعرض البيانات واختبار الفرضيات
76	المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات حسب هرم ماسلو
80	المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات حسب نظرية الدفع والجذب
83	المطلب الثالث: تحليل وعرض البيانات على مستوى عناصر العينة
85	خلاصة الفصل الثاني
87	الخاتمة
91	قائمة الملاحق
93	قائمة المراجع
/	قائمة الاشكال والجداول
/	ملخص

قائمة الاشكال والجداول

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
(01-I)	هرم ماسلو للاحتياجات	40
(02-II)	الفئات العمرية	71
(03-II)	الاحتياجات الفيزيولوجية	75
(04-II)	السلامة والامان	76
(05-II)	العلاقات الاجتماعية والانتماء	76
(06-II)	تقدير الذات	77
(07-II)	تحقيق الذات	78
(08-II)	الرغبة في الهروب	79
(09-II)	البحث عن الراحة والاسترخاء	80
(10-II)	المغامرة والاستكشاف	80
(11-II)	الشعور بالوحدة	81
(12-II)	عوامل الجذب	81

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
(01-II)	توزيع الحمامات والمنابع المعدنية في ولاية قالمة	55-54
(02-II)	قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة على مستوى ولاية قالمة.	62-61

ملخص:

تتناول الدراسة دور علم النفس السياحي في تطوير عوامل الجذب السياحي بولاية قالمة الجزائرية، من خلال فهم الدوافع والاحتياجات النفسية للسائحين. يشمل الفصل الأول الإطار النظري، موضحاً أنواع السياحة (ترفيهية، ثقافية، علاجية...) ومفهوم الجذب السياحي، مع التركيز على نظريات ماسلو للاحتياجات ودان للعوامل الدافعة والجاذبة، ودور الوعي السياحي في تحسين التجربة السياحية.

أما الفصل الثاني فيستعرض المقومات السياحية لقالمة، مثل المنابع المعدنية، الشلال الشامخ، المواقع الأثرية (كالاما، تيبليس...)، ويحلل نتائج دراسة ميدانية تؤكد تأثير علم النفس السياحي في تطوير الجذب السياحي.

أظهرت النتائج تأثيراً إيجابياً ذا دلالة إحصائية، مما يدعم الفرضيات المطروحة. وتوصي الدراسة بتحسين البنية التحتية، وتعزيز الوعي السياحي، وتطوير منتجات سياحية متخصصة، واستخدام التكنولوجيا، وتعزيز التعاون بين الجهات الفاعلة لضمان تنمية سياحية مستدامة وتنافسية. الكلمات المفتاحية: علم النفس السياحي، عوامل الجذب السياحي، نظرية ماسلو، نظرية الدفع والجذب، الوعي السياحي، ولاية قالمة، المقومات السياحية.

Abstract:

The study examines the role of tourism psychology in developing tourist attractions in the Algerian province of Guelma by understanding the psychological motivations and needs of tourists.

The first chapter covers the theoretical framework, explaining types of tourism (recreational, cultural, therapeutic, etc.) and the concept of tourist attractions, with a focus on Maslow's hierarchy of needs, Dann's push-pull theory, and the role of tourism awareness in enhancing the visitor experience.

The second chapter highlights Guelma's tourism assets, such as mineral springs, the Chamoush waterfall, and archaeological sites (Calama, Tibilis...), and analyzes field study results confirming the impact of tourism psychology on improving tourist attractions.

The findings revealed a statistically significant positive effect, supporting the proposed hypotheses. The study recommends improving infrastructure, enhancing tourism awareness, developing specialized tourism products, leveraging technology, and fostering stakeholder collaboration to ensure sustainable and competitive tourism development.

Keywords: tourism psychology, tourist attractions, Maslow's theory, push-pull theory, tourism awareness, Guelma province, tourist experien.