

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الإتصال



عنوان المذكرة:

اتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف
إزاء دور صفحة مؤسستهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق
السياحي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: إتصال و علاقات عامة

إشراف:
- د. ولد جاب الله سعاد

إعداد الطالبتان :
- النعمي نور اليقين
- بونابي فطيمة الزهرة

لجنة المناقشة :

| اللقب و الإسم | الرتبة | الصفة |
|-------------------|-------------------|---------------|
| رقاد حنان | أستاذ مساعد - أ- | رئيسا |
| ولد جاب الله سعاد | أستاذ محاضر - ب - | مشرفا و مقررا |
| نايلي سهيلة | أستاذ مساعد - أ- | ممتحنا |

السنة الجامعية: 2017/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه

نشكر كل من قدم لنا يد العون في إنجاز هذه المذكرة

ونخص بالذكر الأستاذة المحترمة

- ولد جاب الله سعاد -

التي لم تبخل علينا بنصائحها و إرشاداتها

كما نتقدم بالشكر الخاص لعمال مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

بسطيف و نخص بالذكر كل من المفتشين

عيوز سامي و زيان زيدان

على حسن الاستقبال و الجهود المبذولة من طرفهما لمساعدتنا في

إنجاز الدراسة التطبيقية

إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام و الإتصال

الإهداء

إلى من كلله الله بالهبة و الوقار و إلى من علمني
العطاء بدون إنتظار من أحمل إسمه بكل إفتخار

أبي الغالي

إلى ملاكي في الحياة و إلى من كان دعاؤها سر نجاحي
و حنانها

وبلسم جروحي إلى من كانت السبب في إتمامي
دراستي

أمي الغالية

إلى رياحين حياتي في الشدة و الرخاء إلى من
تطلعتم

إلى نجاحي إخوتي و أخواتي

(سليمة ، كريمة ، عبد الرزاق ، سمير ،
وليد ، عمر)

إلى نور البيت و بسمته الكتكوتة (هاجر ذهبية)

و إلى كل أفراد العائلة كبيرا و صغيرا

إلى من شاركتها عملي أختي النعمي نور اليقين

إلى أختي التي لم تلدها أمي و من تميزت بالوفاء و إلى من
سكنت و حزننت معها ، من رافقتني في مشواري الدراسي ، حبيبتي
توحة

(بن ورخو فتيحة)

إلى صديقاتي (نسيمة ، شيماء ، عليا ، إسمهان)

أهدي هذا

بونابي فطيمة الزهرة

الإهداء

إلى اللذين قال الحق سبحانه و تعالى فيهما
(وقل ربي إرحمهما كما ربياني صغيرا))

والذي الكريمن أطل الله في عمركما

إلى إخوتي الأعزاء

(عزيزة، يونس، يعقوب ، أسماء،
فردوس، كوثر)

إلى أخي عبد اللطيف و زوجته وردة

إلى بهجة العائلة الكتكوت

(فخر الدين عبد الرحمان)

و إلى كل جميع أفراد عائلة نعمي و بن
شبحه

إلى زميلتي و أختي بونابي فطيمة الزهرة
وكل

أفراد عائلتها الكريمة

إلى صديقاتي

(فتيحة ، نسيمة، مريم ، شيماء)

إلى كل زميلاتي و زملائي في قسم
علوم

الإعلام و الإتصال

نور اليقين



* خطة الدراسة

* المقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- إشكالية
- التساؤلات
- أهمية الدراسة
- تحديد مفاهيم
- أسباب إختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- المدخل النظري للدراسة
- نوع الدراسة و منهجها
- أدوات جمع البيانات
- الأساليب الإحصائية المستخدمة
- مجتمع البحث
- الدراسات السابقة

الإطار التطبيقي للدراسة

* الفصل الأول: موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية

المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك

- المبحث الأول: التحليل الكمي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية لتسويقية المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك
- المبحث الثاني: التحليل الكيفي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية لتسويقية المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك
- النتائج

* الفصل الثاني : إتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على

الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

- المبحث الأول: التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

- **المبحث الثاني:** التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي .

- **النتائج**

***الفصل الثالث:**اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- **المبحث الأول :** التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- **المبحث الثاني :** التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- **النتائج**

***الفصل الرابع:**اتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك

- **المبحث الأول :** التحليل الكمي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك

- **المبحث الثاني:** التحليل الكيفي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك

- **النتائج**

***نتائج الدراسة**

***الخاتمة**

مقدمة

مقدمة

شهد العالم تطورا كبيرا في مجال التكنولوجيا الإعلام والاتصال هذا التطور نتج عنه إعلام جديد يختلف عن الإعلام التقليدي الذي يطلق على كل ما يمكن استخدامه وتبادلته من معلومات من قبل الأفراد والجماعات والهيئات على شبكة الانترنت ، و من بين مظاهر الإعلام الجديد و تجلياته مواقع التواصل الاجتماعي ، كوسائل اتصال فعالة ظهرت في السنوات الأخيرة وانتشرت بشكل واسع وسريع قياسا بوسائل التواصل السابقة ، هذه المواقع التي صممت في بداية الأمر بهدف التواصل بين الأفراد عرفت تطورات كبيرة مما أسهم في توسع مجالات استخدامها و تعدد وظائفها و لعل أهم هذه المواقع التي أخذت مكانة كبيرة واستقطبت جمهورا واسعا نجد موقع الشبكة الاجتماعية الفيس بوك الذي يعتبر أكثر مواقع الشبكة الاجتماعية استخداما في الجزائر، ولعل أكثر القطاعات المستفيدة من شبكات التواصل الاجتماعي هو القطاع السياحي وذلك من خلال تداول المعلومات و الصور و الفيديوهات لأهم المقومات السياحية للبلد ، لذلك بادرت بعض المديريات والمؤسسات والوكالات والفنادق بفتح صفحات ومجموعات على موقع الفيس بوك ، ذلك باعتباره أداة ذات أهمية بالغة في توزيع الخدمات السياحية و ترويجها .

وعلى هذا الأساس حاولنا من خلال دراستنا تسليط الضوء على موقع الفيس بوك و دوره في تدعيم التسويق السياحي في ولاية سطيف ، من خلال قياس ومعرفة إتجاه موظفي المديرية أنفسهم من إستعمال الفيس بوك كوسيلة للترويج السياحي بالمنطقة ومدى استفادة مديرية السياحة من هذا الموقع و الخدمات التي أتاحتها و الأنشطة التي يقدمها بالإضافة للأدوات التي يستعملها من أجل تحقيق أهداف مديرية السياحة بسطيف و تدعيم التسويق السياحي بها

مقدمة

فقد شملت دراستنا التي جاءت بعنوان: إتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف إزاء دور صفحة مؤسستهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي ، على إطار منهجي و إطار تطبيقي بالنسبة للإطار المنهجي للدراسة تناولنا فيه تحديد الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع أهمية و أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة ، المدخل النظري، منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات ، الأساليب الإحصائية المستخدمة ، مجتمع وعينة البحث وصولا إلى الدراسات السابقة .

أما الإطار التطبيقي فقد شمل تفرغ البيانات وتحليلها كميا و كيفيا واستخلاص النتائج .

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية

التساؤلات

أهمية الدراسة

تحديد مفاهيم

أسباب إختيار الموضوع

أهداف الدراسة

المدخل النظري للدراسة

نوع الدراسة و منهجها

أدوات جمع البيانات

الأساليب الإحصائية المستخدمة

مجتمع البحث

الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة :

تعتبر السياحة من المجالات التي عرفت اهتماما متزايدا حيث تشكل موردا من الموارد الهامة لتنمية الاقتصادية والاجتماعية ، والجزائر من الدول التي تسعى إلى النهوض بالقطاع السياحي نظرا للمقومات والإمكانيات التي تزخر بها أهمها السياحة الصحراوية و الجبلية ، الساحلية و الحماوية ، ولاستمرار هذا القطاع و التعريف به و جب الاعتماد على وسائل مختلفة من أبرزها مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استعمالا وتنوعا نجد الفيس بوك الذي تخطى الوظيفة التواصلية ليتطور إلى المشاركة في مختلف القرارات السياسية والاقتصادية وتحول من أداة نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية بصرية تزود أفراد المجتمع بمعلومات عن مناطق سياحية كانوا يجهلونها، وفي دراستنا اخترنا صفحة مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف، والتي من خلالها يمكن التواصل مع مختلف الجهات من مستثمرين ، حرفيين، جمعيات، طلاب وباحثين أكاديميين وغيرهم، لمعرفة كل ما يتعلق بقطاع السياحة بالمنطقة ، حيث نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة اتجاهات موظفيها إزاء الدور الذي تقوم به صفحة مؤسستهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي بولاية سطيف .

وقد تلخصت دراستنا في التساؤل الرئيسي التالي :

ما هي اتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف إزاء دور صفحة مؤسستهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي بالمنطقة ؟

التساؤلات :

- تسعى الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات تمثلت في :
1. ما هو موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحة المديرية على الفيس بوك ؟
 2. ما هو اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي ؟
 3. ما هو اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك ؟
 4. ما اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو النشاطات التي تقوم بنشرها صفحة المديرية عبر الفيس بوك ؟

أهمية الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الأهمية بما كان فهي تخص فئة الموظفين في مجال السياحة و معرفة توجههم نحو إستعمال الفيس بوك كوسيلة في عملهم ، حيث أن التسويق السياحي عن طريق الفيس بوك من المفاهيم الحديثة التي ظهرت مع التطور التكنولوجي ، ونظرا للأعداد الهائلة من الأفراد المشتركين فيه وتفاعلاتهم يمكن القول أنه أصبح أداة تسويقية فعالة من أجل الوصول إلى المستهلكين و توجيه أفكارهم.

تحديد مفاهيم الدراسة :

1- الاتجاه :

***إصطلاحاً**⁽¹⁾ : يعرفه بروفولد Bruvold على أنه رد فعل وجداني، إيجابي أو سلبي، نحو موضوع مادي، أو مجرد قضية مثيرة للجدل. كما عرفة أبو النيل محمد السيد: على أنه إستعداد نفسي تظهر محصلته في وجهة نظر الشخص حول موضوع من الموضوعات، سواء كان إجتماعيا أو إقتصاديا أو سياسيا، أو حول قيمة من القيم كالقيمة الدينية، أو الجمالية، أو النظرية، أو الإجتماعية، أو حول جماعة من الجماعات، ويعبر عن هذا الإتجاه تعبيرا لفظيا بالموافقة عليه أو عدم الموافقة. ***إجرائيا**: هو الميل النفسي المكتسب عند الفرد ، مرتبط بخبراته السابقة و تجاربه بحيث يكفل توجيه إستجابته نحو الموضوع بالقبول أو الرفض أو الحياد .

2- الدور:

***لغة**: يعرف الدور بأنه الحركة أي الفعل و العمل

***إصطلاحا** : الدور هو أحد مصطلحات علم النفس الاجتماعي، وهو وظيفة يقوم بها كل عضو داخل جماعة، فالأسرة مثلا جماعة تتكون من أب وأم وأولاد كل منهم له دور ووظيفة التي يجب أن يقوم بها ، وكل واحد منهم له مجموعة من الأدوار في حياته

(1) - جبارة كنزة ،إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية (رسالة ماجستير)، جامعة بسكرة ، 2013، ص18

فالإنسان يمكن أن يكون أب وزوج ومدرس وصديق في أن واحد. (1)

وهو كذلك نمط من الأفعال والتصرفات يقوم بها شخص ما يشغل مكانة معينة في موقف معين يتضمن تفاعلا وهي مهام الواجب القيام بها

***إجرائيا:** يقصد بالدور في دراستنا هذه الوظيفة التي تقوم بها صفحة الفيس بوك لمديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف كأحد أشكال وسائل الإتصال و الإعلام الجديد، في تدعيم التسويق للمناطق السياحية التي تحويها المنطقة ومختلف الخدمات السياحية المقدمة فيها .

3- التسويق السياحي :

***إصطلاحا :** هو ذلك النشاط الإداري و الفني الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة و خارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها و التأثير فيها ، بهدف تنمية الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات السياحية. (2)

ويعرف على أنه طريقة الإدارة واستخدام المعرفة الفنية التي تمكن الدولة أو المنشأة السياحية من تحديد الأسواق المصدرة للسياحة وأن تبني نظام اتصال مع هذه الأسواق بقصد التعرف عليها وتحديد رغبات ودوافع السائحين والأثير فيها مجليا وإقليميا وقوميا ودوليا وأن تحقق التلائم بين هذه الرغبات والدوافع بقصد الوصول إلى أقصى درجات الإشباع لهذه الأخيرة. (3)

***إجرائيا :** عبارة عن أسلوب إداري وفني تقوم به مؤسسات ومديريات وهيئات سياحية رسمية في الدولة وذلك بهدف تحديد الأسواق الحالية والمفترضة والتعرف عليها ودراستها ومعرفة رغبات واحتياجات السائحين من أجل زيادة النشاط السياحي و تدعيمه.

(1)- هبة محمد عبيد ، معجم مصطلحات التربية علم النفس(ط1 ؛ عمان: دار البداية ، 2008)، ص 97 .

(2)- صبري عبد السميع ، " الأسس العلمية للتسويق السياحي و الفندقية و تجارب بعض الدول" ، مجلة جغرافية المغرب، (2006)، ص14 .

(3)- أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية (ط1؛ الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2012)، ص5.

أسباب اختيار الموضوع :

يمكن تلخيص أسباب اختيارنا لهذا الموضوع فيما يلي :

1- الأسباب الذاتية :

- الاهتمام الشخصي بالبحث في مجال السياحة وطرق تطوير التسويق لهذا المجال
- الاستعمال الكبير لشبكات التواصل الاجتماعي كأداة تسويقية بناء على الملاحظة الشخصية .
- اختبار المعارف المنهجية السابقة وتطبيقها على معرفة توجهات العمال حول استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم التسويق السياحي خاصة الفيس بوك .
- الرغبة في معرفة كل ما يتعلق بدور مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) في تدعيم التسويق السياحي ببلادنا .

2- الأسباب الموضوعية :

- قلة الأبحاث على مستوى قسم علوم الإعلام و الإتصال التي تناولت موضوع التسويق السياحي عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، مما يجعله موضوع يستدعي التفكير فيه ودراسته .
- انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين مختلف الفئات لاسيما الفيس بوك
- أهمية التسويق السياحي في جذب الجماهير وتوجيهها .

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى قياس إتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف باعتبارهم الفاعلين في هذا المجال ، نحو دور الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي بالمنطقة وهل هذه الإتجاهات أقرب إلى الإيجابية أو السلبية ، وهل هناك أثر لصفحة المديرية على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي بالمنطقة ، بالإضافة إلى محاولة تقييم مدى حركية وتفاعلية هذه الأخيرة ومعرفة أهم الإتجاهات المتعلقة بها من طرف الموظفين.

المدخل النظري للدراسة:

النظرية هي مجموعة كم القضايا المترابطة منطقيا ومنهجيا أي أن الربط بينها هو السبيل إلى التواصل ، والنظرية لا يمكن أن تستمد عن طريق الاستقراء الدقيق وهذا هو الذي يؤدي إلى القول بأن بناء النظرية هو انجاز خلاق ، ونظريات عموما لا تقدم تفسيرات للأشياء الملاحظة فحسب ولكنها تصلح كذلك كمصدر مهم لفروض جديدة . (1)

وتم الاعتماد في دراستنا على النظرية البنائية الوظيفية

النظرية البنائية الوظيفية :

تشير البنائية الوظيفية إلى تحدي عناصر النظم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر وأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بتنظيم الكل وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي فيتحقق الثبات والالتزام من خلال توزيع الأدوار على العناصر في شكل متكامل وثابت (2)

كما أن النظرية الوظيفية ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار لنظام و أن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لاحتياجاتها(3)

حيث يمكن توظيف النظرية من خلال إعتبار الفيس بوك عنصر من العناصر المرتبطة بالمجتمع لما له من دور في المحافظة و المساهمة في تدعيم النشاط السياحي و هذا بالمحافظة على إستمرار الحركية بالقطاع و السعي على تنشيطه في حال ركوده ، ذلك أن الإتجاه البنائي الوظيفي ينطلق من مسلمة مفادها تكامل أجزاء النسق و الإعتماد المتبادل بين عناصر المجتمع كما أن النشاطات التي يقوم بنشرها الفيس بوك و المتكررة أصبحت ضرورية للإستمرار النشاط السياحي و تدعيمه .

(1) -سناء حسن الخولي ، الأسرة وحياة العائلية (ط1؛ عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2011)، ص108.

(2) -مي عبد الله ، نظريات الاتصال (ط1؛لبنان :دار النهضة العربية ، 2006)، ص 175.

(3) -محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط2؛ القاهرة:علم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة ، 2004)، ص41.

نوع الدراسة ومنهجها :

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية ، التي تهتم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة المعبرة عن ظاهرة مهمة ، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث ، ومحاولة تحليل وتغيير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث ، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة ، تساهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات أو الغموض الذي يكتنف بعض الظواهر من أجل تطوير الواقع و استحداث أفكار و معلومات و نماذج سلوك جديدة. (1)

وحتى يقوم الباحث بإجراء دراسة معينة ، يحتاج إلى منهج معين حيث يعتبر المنهج العمود الفقري لتصميم البحوث لأنه يسمح بتحديد المفاهيم وشرح المعاني. فالمنهج هو: عبارة عن جملة خطوات المنظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة. (2)

وبالنسبة لدراستنا فهي تنتمي للدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي لعمال مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف .

فالمنهج المسحي يعتبر أحد المناهج الرئيسية في البحوث الوصفية و ذلك لما يشتمل عليه هذا النوع من وصف دقيق للظروف الإجتماعية والثقافية و العلمي (3) ، فهو يقوم بدراستها على الطبيعة و دون تكييف لها، و يمكن الباحث من الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة في أقل وقت و جهد بما يساهم في الكشف عن العلاقة بين المتغيرات ، كما أنه يعالج الظواهر الآنية ، وهو ما نحتاجه في دراستنا- إتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف إزاء دور صفحة مؤسستهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي- حيث يسمح لنا بدراسة موقف

(1)-باتشو سهيلة ، دور الفيس بوك في التسويق السياحي (مذكرة ماستر) ، جامعة أم البواقي ، 2017، ص41.

(2)-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال (ط3؛الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، ص283.

(3)-عمار بحوش، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية (ط2 ؛ الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب)، 1990 ، ص30.

موظفي مديرية السياحة و اتجاهاتهم نحو الفيس بوك كوسيلة لتدعيم للتسويق السياحي بالمنطقة، و كل هذا إنطلاقا من ذكر الحقائق و معرفة الإتجاهات و وصف مختلف متغيرات دراستنا من أجل الإجابة عن التساؤلات التي تم طرحها .

أدوات جمع البيانات :

وهي الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع المادة العلمية اللازمة لموضوع الدراسة، بحيث يكون واضحا أن هناك أداة رئيسية يحددها الباحث تكون متوافقة مع المنهج والطريقة المنهجية المعتمدة عليها في الدراسة⁽¹⁾ ، ولكن هذا لا يمنع من الاعتماد على أكثر من أداة في جمع المادة العلمية .

1- استمارة استبيان:

في ضوء مشكلة البحث و أهدافه جمعت البيانات اللازمة بواسطة استمارة استبيان ، بإعتباره من أنسب وسائل جمع المعلومات عن موضوع الدراسة، حيث تم توزيعها على موظفي مديرية السياحة بسطيف .

ويعرف الإستبيان أنه :عبارة عن مجموعة أسئلة تدور حول موضوع معين تقدم لعينة من الأفراد للإجابة عليها ، وتعد هذه الأسئلة بشكل واضح بحيث لا تحتاج إلى شرح إضافي و تجمع في شكل إستمارة .⁽²⁾

كما عرف رشيد زرواتي استمارة الإستبيان على أنها مجموعة أسئلة تطرح لأفراد عينة البحث،و التي تعطينا إجابات قابلة للعرض والتحليل و التفسير و التعليل و التركيب للوصول إلى نتائج تجيب على تساؤلات الإشكالية، و فرضيات البحث ،كما تخدم هدف البحث .⁽³⁾

(1)-جمال محمد شنب،البحث العلمي المناهج و الطرق و الأدوات(الإسكندرية:دار المعرفة الجامعية)،2007، ص148.

(2)-عمار مصباح،منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام(الجزائر:ديوان المطبوعات الجامعية)،2008،ص147.

(3)-رشيد زرواتي،مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية(ط1؛الجزائر: دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع)،2007،ص220-221

وعلى هذا الأساس كان اختيارنا للإستبيان كوسيلة لجمع المعلومات والبيانات، لقياس الإتجاهات المختلفة لموظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى جزأين الأول شمل المعلومات الشخصية و الثاني شمل الأسئلة المتعلقة بمحاور الدراسة، بالإضافة إلى سؤالين مفتوحين يتعلقان بتقديم آراء و تقييم حول موضوع البحث.

تحكيم الإستمارة:

قمنا بعرض الإستمارة بصورتها الأولية على عدد من الأساتذة و بعض من الخبراء و المختصين و قد تم تعديلها بناء على توجيهات المحكمين⁽¹⁾ بالإضافة إلى تعديلات الأساتذة المشرفة قبل و بعد التحكيم ، وبعد ذلك تم توزيع الإستمارة على أفراد عينة البحث .

2- المقابلة :

هي تفاعل لفظي يتم عن طريق مواجهة يحاول فيها الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر.⁽²⁾ كما تعرف : هي أحد أدوات البحث الاجتماعي في جمع البيانات عن طريق اللقاءات الشخصية أو البيئية، بحيث يأخذ الباحث بيانات من المبحوث مباشرة ، وكل وحدة على حدي.⁽³⁾

حيث قمنا بإجراء مقابلة مع مفتشي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف

• السيد : عيوز سامي مفتش رئيسي في المديرية السياحة والصناعة التقليدية وأستاذ تسويق في جامعة سطيف .

• السيد : زيان زيدان مفتش رئيسي في المديرية السياحة والصناعة التقليدية .

(1) - الأستاذ يوسف عبد العالي ،الأستاذة براردي نعيمة،الأستاذة واضح خضراء.

(2) - رشيد زرواتي: المرجع السابق، ص 247.

(3) -عامر مصباح : مرجع سبق ذكره ، ص 137.

الأساليب الإحصائية المستخدمة :

تم اعتماد حساب التكرارات والنسب المئوية للاجابات، واستخراج المتوسط الحسابي لكل عبارة، كما اعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وإعطاء الأوزان التالية :

موافق بشدة (5)، موافق (4) ، محايد (3) ، معارض (2) ، معارض بشدة (1)

كما تم حساب طول الخلية أو مداها (الحدود الدنيا و الحدود العليا) كما يلي :

الحد الأعظم للمقياس هو (5) و الحد الأدنى هو (1) و الفارق بينهما هو (4) و يسمى المدى، ويقسم المدى على عدد درجات السلم $0.8=5/4$ (طول الخلية)، الذي نضيفه إلى الحد الأدنى لنحصل على بداية السلم الخماسي ليكرت ، لذلك فقد عد المدى من $(0 > 1.8)$ مؤشر على درجة موافقة ضعيفة جدا و المدى من $(1.8 > 2.6)$ مؤشر على درجة موافقة ضعيفة و المدى من $(2.6 > 3.4)$ مؤشر على درجة موافقة متوسطة و المدى من $(3.4 > 4.2)$ مؤشر على درجة موافقة قوية، المدى من $(4.2 > 5)$ مؤشر على درجة موافقة قوية جدا .

مجتمع البحث:

تعتبر من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الإجتماعية والإنسانية ، وهي تتطلب من الباحث الدقة حيث يتوقف عليها إجراء البحث وكفاءة نتائجه.

وعرف موريس أنجرس المجتمع على أنها مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا و التي تركز عليها الملاحظات. (1)

في دراستنا اعتمدنا على أسلوب الحصر الشامل أو دراسات المجتمعات الكلية ، والذي يتم فيه جمع البيانات من كل أفراد المجتمع الأصلي موضوع الدراسة دون إستثناء، وذلك كون مجتمع البحث و المتمثل في موظفي مديرية السياحة بسطيف مجتمعا مغلقا يمكن تعداد مفرداته و حصرها في 30 مفردة، حيث يقوم الباحث بدراسة كل مفردة للوصول إلى نتائج عامة حول المجتمع الكلي .

ويمكن تفصيل مجتمع الدراسة كالاتي :

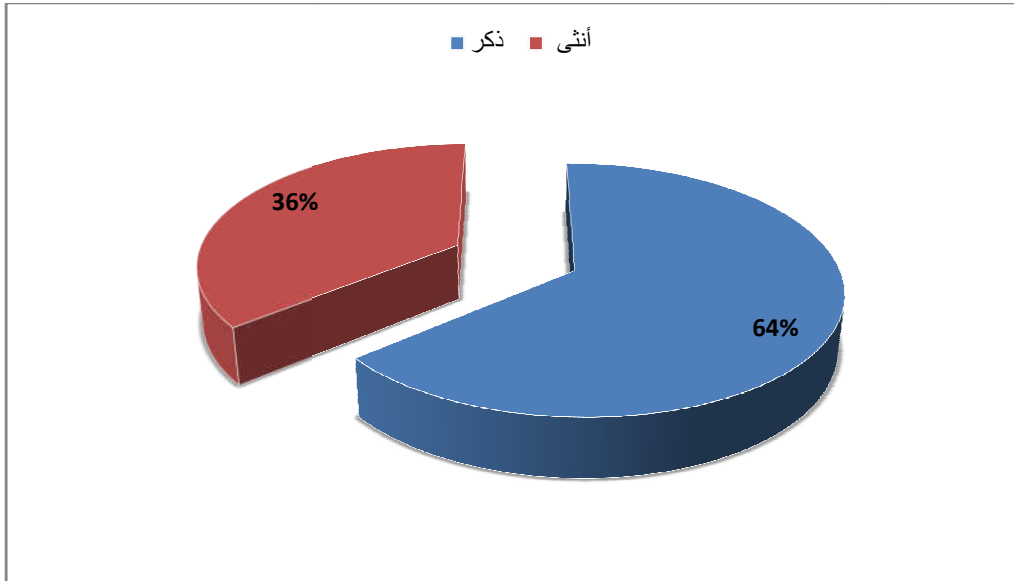
(1)-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ، تر: صحراوي و آخرون (ط1؛ الجزائر،الدار القصبية للنشر)،2006، ص298.

❖ مجتمع الدراسة وفق متغير الجنس

| النسبة المئوية | التكرارات | الجنس |
|----------------|-----------|---------|
| 64% | 19 | ذكر |
| 36% | 11 | أنثى |
| 100% | 30 | المجموع |

الجدول (1) مجتمع الدراسة وفق متغير الجنس

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن عدد الذكور أكبر من عدد الإناث في عينة الدراسة، حيث بلغت نسبة الذكور 63% ، ونسبة الإناث 37% .



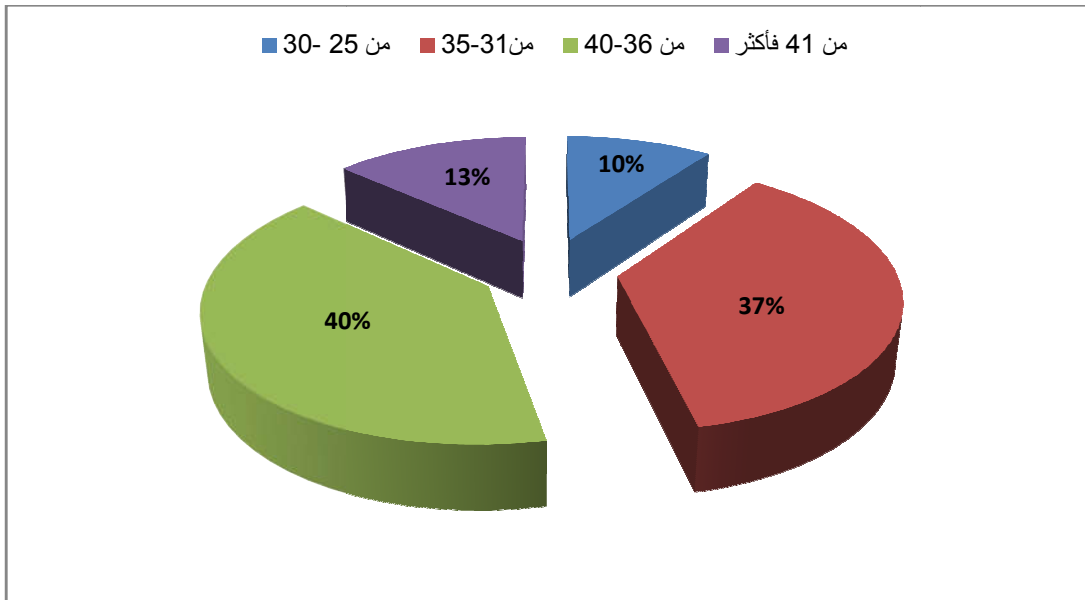
الشكل رقم (01) توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس

❖ مجتمع الدراسة حسب متغير السن

| النسبة المئوية | التكرارات | السن |
|----------------|-----------|-------------|
| 10% | 03 | من 25 - 30 |
| 37% | 11 | من 31 - 35 |
| 40% | 12 | من 36 - 40 |
| 13% | 04 | من 41 فأكثر |
| 100% | 30 | المجموع |

الجدول (2) مجتمع الدراسة حسب متغير السن

من خلال الجدول يتبين لنا أن أغلبية أفراد العينة من الذين يتراوح أعمارهم ما بين 35 - 31 سنة بنسبة 37% ومن 40 - 36 سنة بنسبة 40% ، ثم تليها فئة 41 سنة فأكثر بنسبة 13% وفي الأخير فئة 25 - 30 سنة بنسبة 10% .



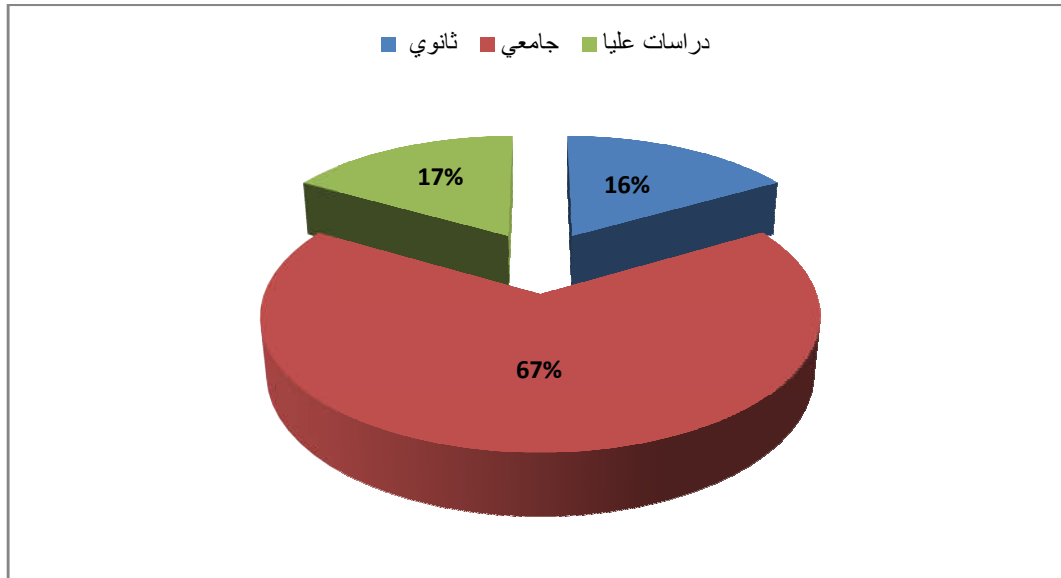
الشكل (2) توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير السن

❖ مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

| النسبة المئوية | التكرارات | مستوى التعليمي |
|----------------|-----------|----------------|
| 17% | 05 | ثانوي |
| 66% | 20 | جامعي |
| 17% | 05 | دراسات عليا |
| 100% | 30 | مجموع |

الجدول (3) مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة ذوي مستوى جامعي بنسبة 66% ، بينما نلاحظ تساوي النسبة بين المستوى الثانوي والدراسات العليا بمعدل 17% ، وهذا يدل على اهتمام المديرية بتعيين أصحاب الكفاءات .

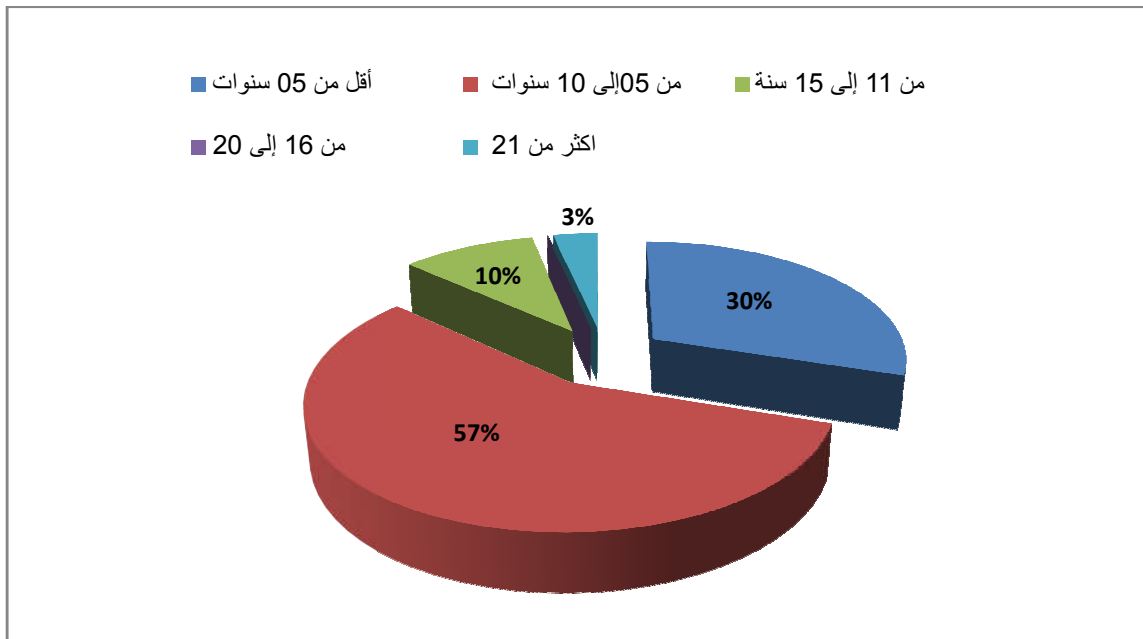


الشكل (3) توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

❖ مجتمع الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

| النسبة المئوية | التكرارات | سنوات الخبرة |
|----------------|-----------|----------------|
| 30% | 09 | أقل من 5 سنوات |
| 57% | 17 | من 5 - 10 |
| 10% | 03 | 11 - 15 |
| 00% | 00 | 16 - 20 |
| 3% | 01 | أكثر من 20 |
| 100% | 30 | المجموع |

يظهر من خلال الجدول، أن غالبية أفراد العينة من الذين تتراوح سنوات خبرتهم من 5 - 10 سنوات نسبة 57%، والذين تتراوح خبرتهم أقل من 5 سنوات بلغت نسبتهم 30%، ومن 11 - 15 سنة بلغت نسبتهم 10%، وأما فئة أكثر من 20 سنة بلغت نسبتهم 3%، و هذا يدل على اعتماد المديرية في مستوياتها الإدارية والاستشارية على من يمتلكون خبرات كافية .



الشكل (3) توزيع مجتمع الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

الدراسات السابقة:

1- الدراسة الأولى لمحمد فراج عبد السميع تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق مصر كمقصد سياحي دولي " (1)

أجريت هذه الدراسة سنة 2012 طرح الباحث إشكالية بحثه على النحو التالي: تعد شبكات التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي من أهم أدوات التسويق الالكتروني التي تساهم في الوصول إلى العملاء والتعرف على اتجاهاتهم والتواصل معهم وقد توقع تقرير المنتدى الاقتصادي الدولي بجنيف سنة 2009 أن تتجاوز أدوات التواصل الاجتماعي المهام التقليدية المعتمدة على النشر والتصفح وتبادل المعلومات بل وإن تمثل في المستقبل قوة جديدة قد تغير موازين القوى في العالم، ومن هنا صاغ الباحث مشكلة كالتالي : ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي ؟

وحدد الفرضيات التالية :

أ- عدم وجود فرق معنوي إحصائي بين آراء المبحوثين إذ تم تصنيفهم فئويا تجاه :

- مزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق
- المعلومات والموضوعات التي ينبغي طرحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- الأدوات والوسائل التي يجب أن تتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

ب- عدم وجود فرق معنوي احصائي بين آراء المبحوثين اتجاه الجهات التي يمكن أن تساهم في مهمة التسويق لمصر كمقصد سياحي دولي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج - عدم وجود فرق معنوي احصائي بين آراء المبحوثين اتجاه معوقات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي التسويق السياحي.

(1)- محمد فراج عبد السميع، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي "مقال صادر عن وزارة السياحة ، 2012 .

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الاستكشافي التمهيدي في المبحث الأول لتحديد المعارف والأطر التي تلقى الضوء على المشكلة واستخدام المنهج الوصفي في المبحث الثاني لوصف الدراسة نظريا من خلال جمع البيانات من مصادرها والتي تخدم الدراسة وتعطي إجابات نظرية لتساؤلات الدراسة ، كما تمت الاستعانة بالمنهج التحليلي في المبحث الثالث لتحليل البيانات المتحصل عليها من مصادرها الأولية ، كما استخدم المنهج التفسيري في المبحثين الرابع والخامس لتفسير وتوضيح العلاقات المختلفة بين العوامل المؤثرة في تحقيق أهداف الدراسة .

وقد حدد صاحب الدراسة مجتمع بحثه كالآتي:

أعضاء هيئة التدريس وخبراء وكبار الموظفين بوزارة السياحة وطلاب كلية السياحة والفنادق ، كما اعتمدت الباحث على عينة عشوائية التامة حيث وزع استمارة استبيان على أعضاء هيئة التدريس وخبراء السياحة وكبار الموظفين بوزارة السياحة وطلاب كلية السياحة والفنادق وبلغ عددهم الإجمالي 131 استمارة .

توصل الباحث من خلال دراسته لمجموعة من النتائج وهي :

*عدم وجود فرق معنوي احصائي بين آراء المبحوثين إذ تم تصنيفهم فنويا تجاه :

- مزايا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق

- المعلومات والموضوعات التي ينبغي طرحها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- الأدوات والوسائل التي يجب أن تتاح عبر مواقع التواصل الاجتماعي

* وجود فرق معنوي احصائي بين آراء المبحوثين اتجاه الجهات التي يمكن أن تساهم في

مهمة التسويق لمصر كمقصد سياحي دولي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

*وجود فرق معنوي احصائي بين آراء المبحوثين اتجاه معوقات استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي التسويق السياحي.

- تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في تناول دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي حيث ركزت على موقع الفيس بوك، وفي استخدام أداة من أدوات جمع البيانات وهي استمارة استبيان ، بينما اختلفت الدراستان في الجانب الميداني حيث إعتد الباحث في دراسته على تحليل بعض صفحات على موقع الفيس بوك ، أما في دراستنا فقد كانت عبارة عن قياس اتجاه موظفي مديرية السياحة نحو دور صفحة الفيس بوك ، حيث تم توزيع الاستمارة على المجتمع الكلي و المتمثل في موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بولاية سطيف بالإضافة إلى إجراء مقابلات مع مسؤولي الصفحة

وقد استفدنا من هذه الدراسة فيما يتعلق بالتسويق السياحي عبر مواقع التواصل الإجتماعي بالتحديد الفيس بوك .

2- لصفاء جواد عبد الحسين تحت عنوان " تسويق الخدمة الكترونيا و أثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية ، دراسة ميدانية على عينة من الشركات و المكاتب السياحية وشط مدينة عمان - مجلة كلية التربية ، المعهد الطبي التقني ، المنصور ، العدد السابع (1)

تمحورت الإشكالية حول التوجه الحديث في تسويق الخدمة هو الاعتماد بدرجة كبيرة على وسائل الاتصال الحديثة واستخدام شبكة الانترنت في التعاملات بين الشركات والاتصال مع الزبائن، لما يحققه من سرعه واختصار في الجهد والوقت وتقريب المسافات بين الدول، والبحث يطرح التساؤلات التالية:

1- ما حاجة الشركات السياحية لاستخدام وسائل الاتصال الالكترونية في تسويق الخدمة مع الشركات السياحية العالمية؟

2- ماذا يتحقق عند استخدام التقنيات الحديثة في الاتصالات وعند تقديم الخدمة عبر الانترنت بين الشركات السياحية دولياً ؟

3- ما طبيعة المحددات الفنية والقانونية والمتطلبات المادية والبشرية التي تحول دون اعتماد الشركات السياحية في تسويق الخدمة إلكترونياً مع الشركات العالمية ؟

(1) -صفاء جواد عبد الحسين ، " تسويق الخدمة السياحية الكترونياً وأثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية " ، مجلة كلية التربية ، المعهد الطبي التقني ، المنصور ، العدد السابع .

4- هل تسهم تقنيات الاتصال الحديثة في تحقيق تبادل المعلومات إلكترونياً والتعاون بين الشركات السياحية محلياً وإقليمياً ودولياً ؟
أما فرضيات الدراسة فهي :

• عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وجودة الخدمة السياحية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وجودة الخدمة السياحية.

• عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر المتطلبات الفنية والقانونية والموارد المادية والبشرية مع تقديم خدمة تسويقية إلكترونية من قبل الشركات السياحية.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين توافر المتطلبات الفنية والقانونية والموارد المادية والبشرية مع تقديم خدمة تسويقية إلكترونية من قبل الشركات السياحية.

• عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل اتصال الحديثة وتقديم الخدمة جيدة من قبل الشركات السياحية دولياً.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتقديم خدمة جيدة من قبل الشركات السياحية دولياً.

• عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وزيادة التعاون وتبادل المعلومات بين الشركات السياحية محلياً وإقليمياً ودولياً.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وزيادة التعاون وتبادل المعلومات بين الشركات السياحية محلياً وإقليمياً ودولياً .

شملت الدراسة الشركات والمكاتب السياحية وقد تم اختيار عينة عشوائية من 14 شركة ومكتبا سياحيا في وسط مدينة عمان، اما حجم مفردات العينة فهو 22 من العاملين في هذه الشركات.

- تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير تسويق السياحي إلكترونيا ، وفي نموذج الاستبانة (تضمن الجزء الاول منها مجموعة من المعلومات والخصائص الشخصية لافراد العينة والجزء الثاني اشتمل على 19 سؤالاً ركزت على قياس إتجاه العمال حول اثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة السياحية)، بالإضافة إلى إستخدامها نفس

الأسلوب و التحليل الإحصائي: تم اعتماد حساب التكرارات والنسب المئوية للإجابات، واستخراج الوسط الحسابي لكل عبارة لمعرفة درجة أهمية التسويق الالكتروني واستخدام الانترنت و تأثيره على جودة تسويق الخدمة السياحية. كما تم الاعتماد على نفس المقياس (ليكرت الخماسي) ، بينما اختلفت الدراستان في نوع العينة ، حيث كانت العينة في الدراسة عشوائية بينما في دراستنا اعتمدنا على عينة قصديه متمثلة في المجتمع الكلي أي جميع موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية سطيف . وقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في رسم الخطوات الأساسية لدراستنا ، كما ساعدتنا في الإطار التطبيقي للدراسة لاعتمادها لنفس الأسلوب و التحليل الإحصائي.

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول : موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك .

- المبحث الأول: التحليل الكمي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك

- المبحث الثاني : التحليل الكيفي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحاتهم على الفيس بوك

-النتائج

الفصل الثاني : إتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

- المبحث الأول: التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو فاعلية التسويق السياحي عبر الفيس بوك

- المبحث الثاني: التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو فاعلية التسويق السياحي عبر الفيس بوك

- النتائج

الفصل الثالث : اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- المبحث الأول : التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- المبحث الثاني : التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو

الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

- النتائج

الفصل الرابع : اتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفايس بوك .

- المبحث الأول: التحليل الكمي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفايس بوك .

- المبحث الأول: التحليل الكيفي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفايس بوك.

- النتائج

نتائج الدراسة

الفصل الأول: موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك .

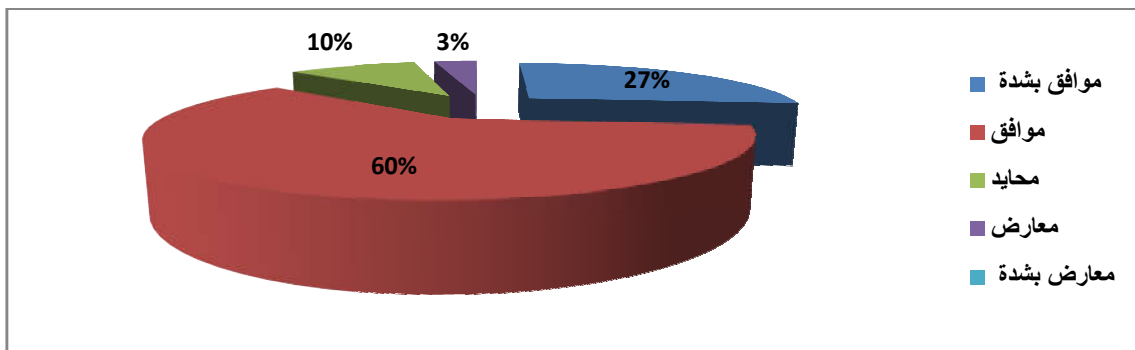
المبحث الأول : التحليل الكمي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية لتسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك
- موقف موظفي مديرية السياحة نحو مساهمة الصفحة المديرية في تدعيم السياحة بالمنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 08 | 27% |
| موافق | 18 | 60% |
| محايد | 03 | 10% |
| معارض | 01 | 3% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (05) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو مساهمة صفحة

المديرية في تدعيم السياحة بالمنطقة

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة 60% من أفراد العينة موافقون و 27% موافقون بشدة وبلغت نسبة الحياد 10% ونسبة المعارضون 3% .



الشكل رقم (05) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو مساهمة الصفحة المديرية في تدعيم السياحة بالمنطقة

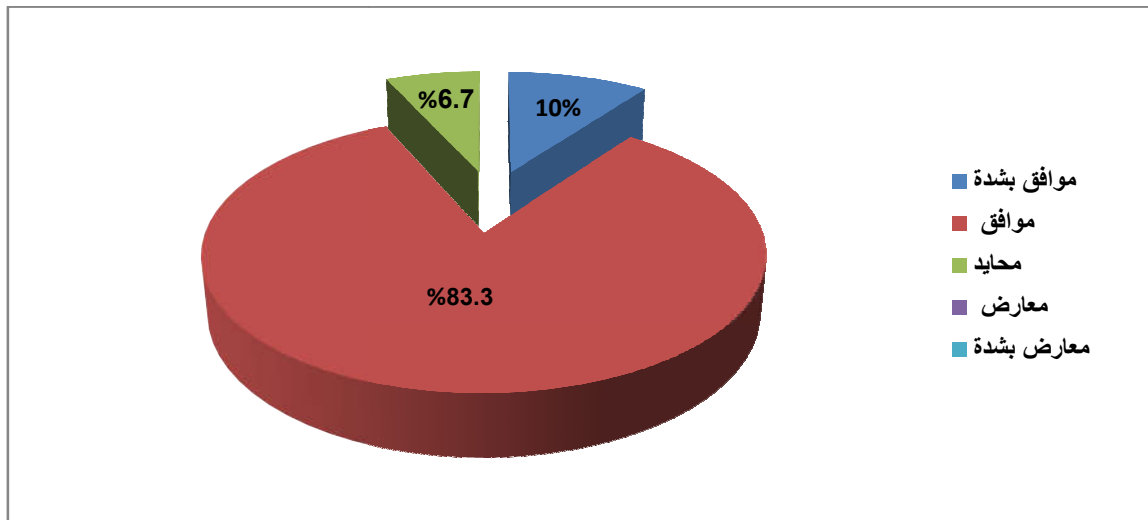
- موقف موظفي مديرية السياحة نحو إتباع إستراتيجية تسويقية من خلال منشورات الصفحة على فيسبوك

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 03 | 10% |
| موافق | 25 | 83.33% |
| محايد | 02 | 6.7% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (06) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو إتباع إستراتيجية

تسويقية من خلال منشورات الصفحة على فيسبوك

من خلال الجدول يتبين لنا أن نسبة 66.7% من أفراد العينة موافقون ونسبة 10% موافقون بشدة ، بينما بلغت نسبة الحياض 13.3% ، أما نسبة المعارضين بلغت 6.7% والمعارضون بشدة 3.3% .



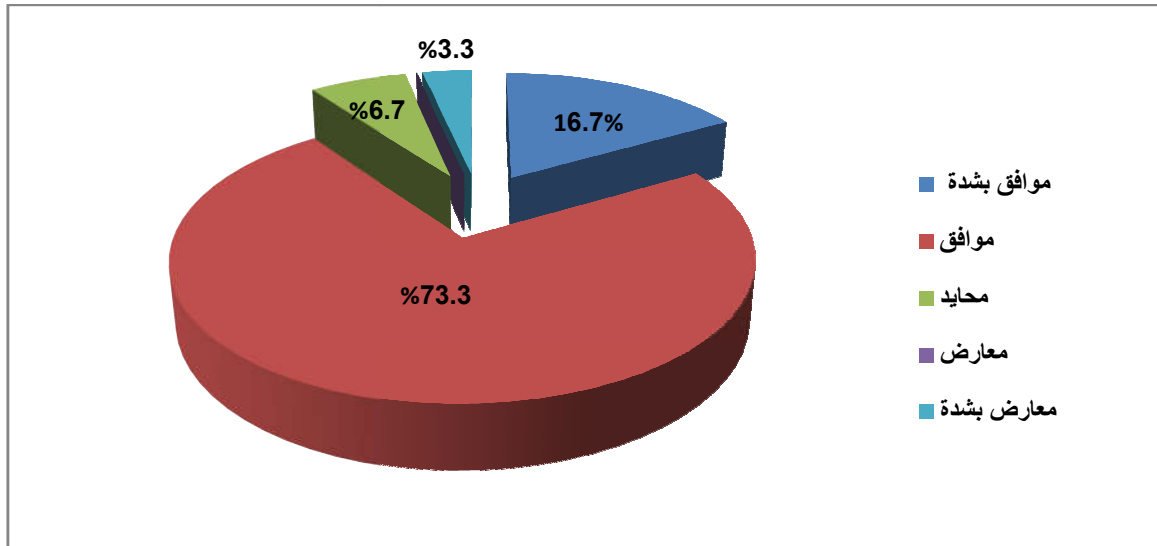
الشكل رقم (06) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو إتباع إستراتيجية تسويقية من خلال منشورات الصفحة على فيسبوك

الإطار التطبيقي

- موقف موظفي مديرية السياحة حول مساهمة المديرية على الفيس بوك في المحافظة على المركز التنافسي لها على المستوى الوطني

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 05 | 16.7 % |
| موافق | 22 | 73.3 % |
| محايد | 02 | 6.7 % |
| معارض | 00 | 00 % |
| معارض بشدة | 01 | 3.3 % |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (07) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة حول مساهمة المديرية على الفيس بوك في المحافظة على المركز التنافسي لها على المستوى الوطني من خلال قراءتنا للجدول أعلاه ، نلاحظ أن نسبة 73.3% من أفراد العينة موافقون و 16.7% موافقون بشدة ، بينما بلغت نسبة الحياد 6.7 % أما المعارضون فكانت 3.3% .



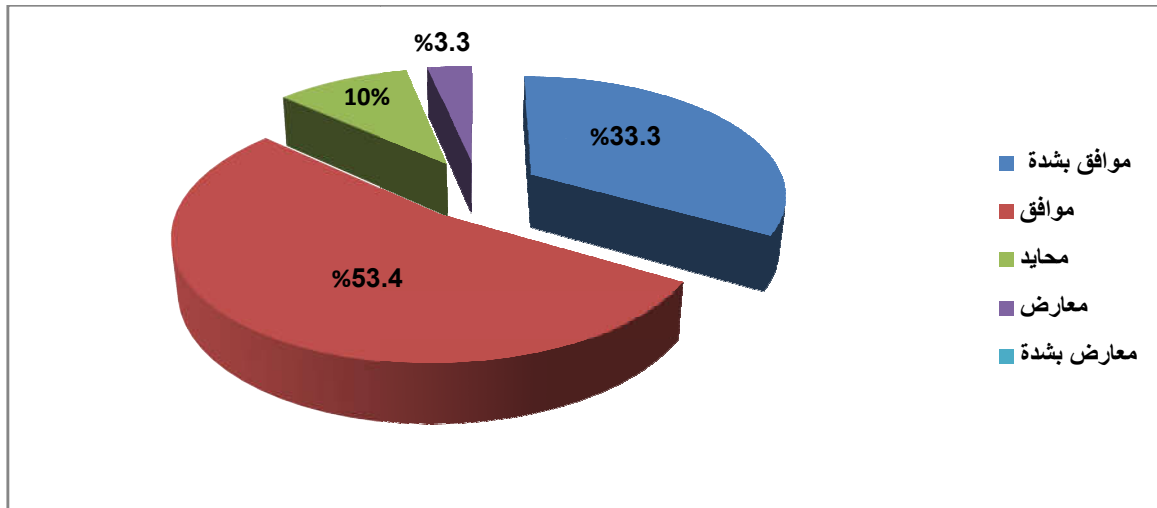
الجدول رقم (07) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو مساهمة المديرية على الفيس بوك في المحافظة على المركز التنافسي لها على المستوى الوطني

- موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها كوسيلة جديدة لتنشيط السياحة بالمنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 10 | 33.3% |
| موافق | 16 | 53.4% |
| محايد | 03 | 10% |
| معارض | 01 | 3.3% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (08) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها كوسيلة جديدة لتنشيط السياحة بالمنطقة

نلاحظ من خلال الجدول أن 53.4% من أفراد العينة موافقون و 33.3% موافقون بشدة ، بينما بلغت نسبة الحياد 10% اما المعارضون فكانت 3.3% .



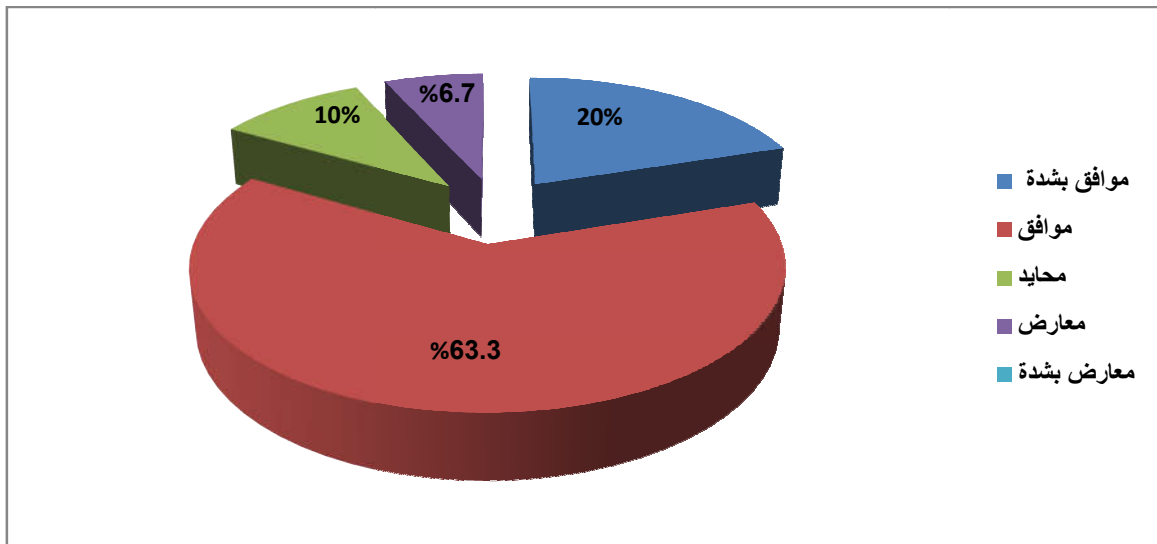
الشكل رقم (08) : يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك كوسيلة جديدة لتنشيط السياحة بالمنطقة

- موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لسرعة انتشاره

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 06 | 20% |
| موافق | 19 | 63.3% |
| محايد | 03 | 10% |
| معارض | 02 | 6.7% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (09) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لسرعة انتشاره.

يتبين لنا من خلال البيانات المحصل عليها في الجدول على أن نسبة الموافقين 63.3% أما الموافقون بشدة 20% ، بينما نسبة الحياذ كانت 10% من أفراد العينة أما المعارضون فكانت نسبتهم 6.7%.



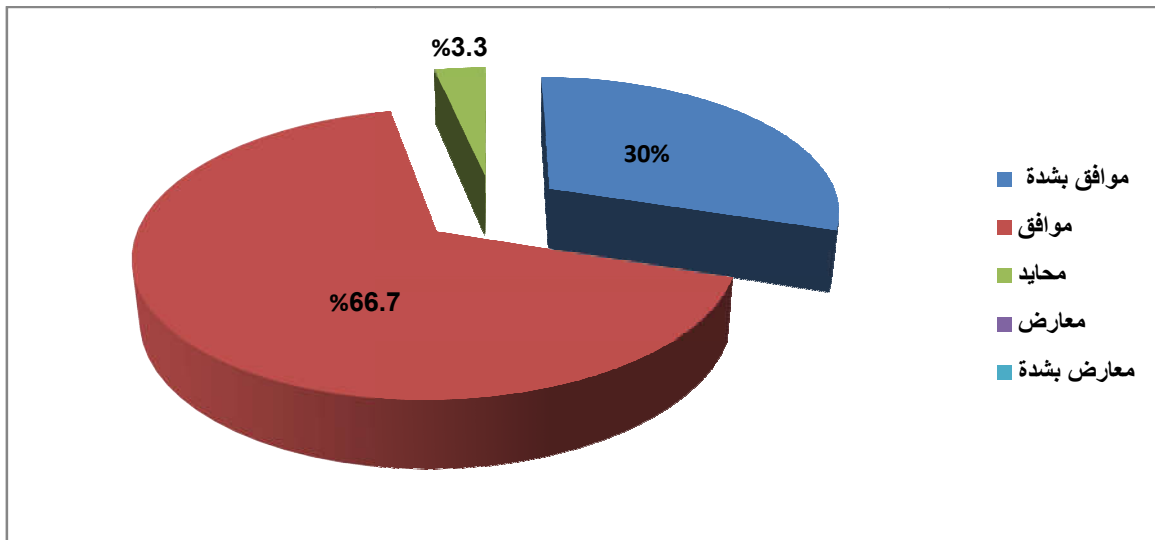
الشكل رقم (09) : يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لسرعة إنتشاره

- موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتكلفته المنخفضة

| الوحدت | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 09 | 30% |
| موافق | 20 | 66.7% |
| محايد | 01 | 3.3% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (10) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتكلفته المنخفضة

يتبين من خلال الجدول أن نسبة 66.7% من أفراد العينة موافقون ونسبة 30% موافقون بشدة ، أما نسبة الحياد فبلغت 3.3% ، بينما انعدمت نسبة المعارضون و المعارضون بشدة .



الشكل رقم (10) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتكلفته المنخفضة

- الجدول رقم (11) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لكثرة مستخدمي الفيس بوك

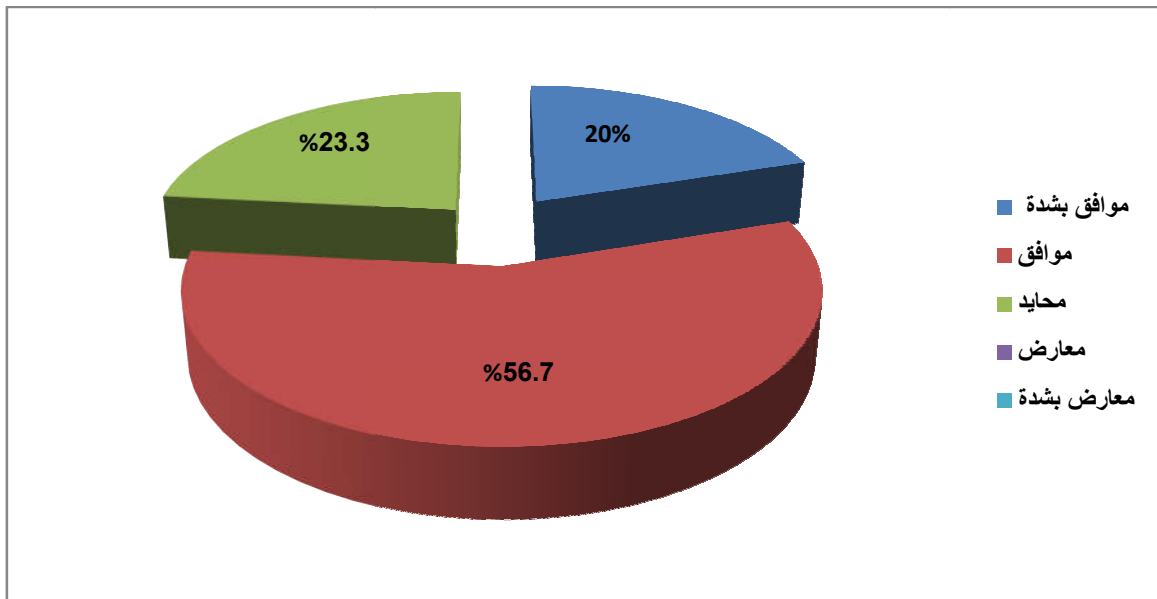
| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 6 | 20% |
| موافق | 17 | 56.7% |
| محايد | 07 | 23.3% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (11) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على

الفيس بوك للترويج السياحي لكثرة مستخدمي الفيس بوك

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 56.7% من أفراد العينة موافقون بينما

و 20% موافقون بشدة ، أما نسبة الحياد 23.3% .



الشكل رقم (11) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على

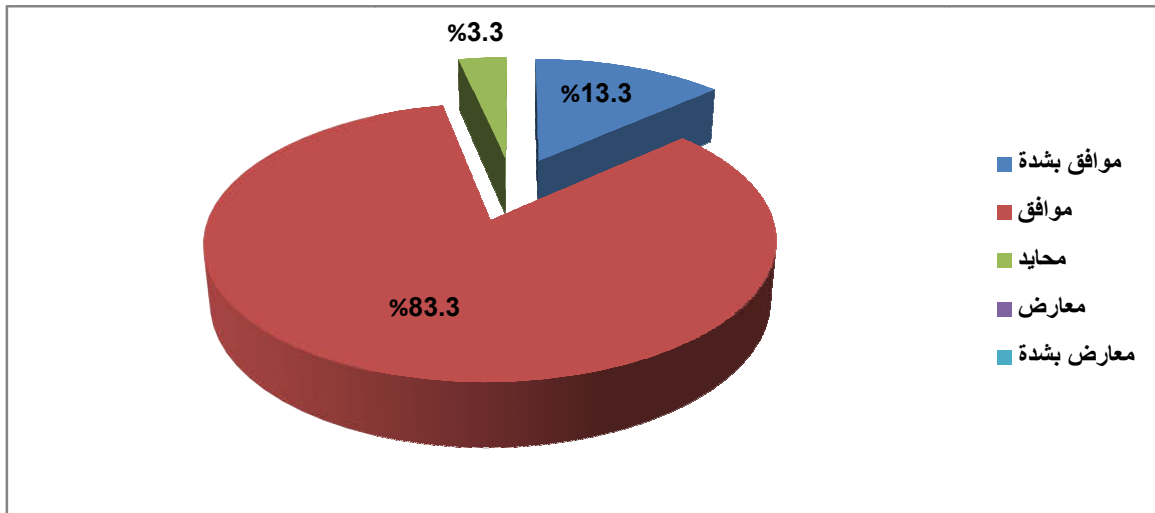
الفيس بوك للترويج السياحي لكثرة مستخدمي الفيس بوك

الإطار التطبيقي

- موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتجاوزه مشكلة العراقيل الجغرافية و الإدارية .

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 04 | %13.3 |
| موافق | 25 | %83.3 |
| محايد | 01 | %3.3 |
| معارض | 00 | %00 |
| معارض بشدة | 00 | %00 |
| المجموع | 30 | %100 |

الجدول رقم (12) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتجاوزه مشكلة العراقيل الجغرافية و الإدارية . من خلال الجدول يتضح أن نسبة الموافقة مرتفعة جدا ب %83.3، أما الموافقون بشدة فكانت %13.3، بينما نسبة الحياد %3.3 .



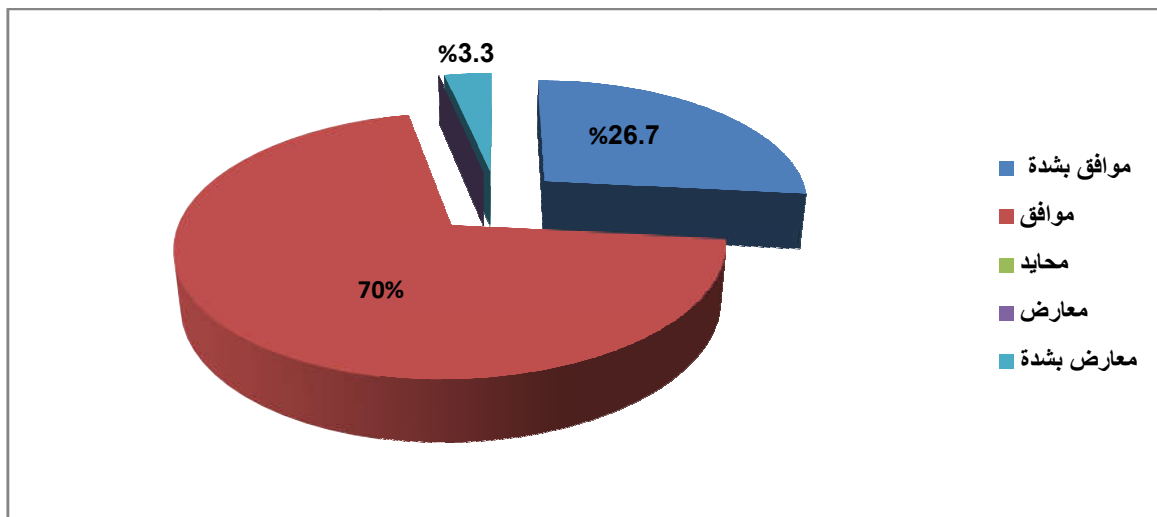
الشكل رقم (12) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتجاوزه مشكلة العراقيل الجغرافية و الإدارية

- موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك للترويج السياحي لأنه يفتح مجال أوسع و أوفر لمخاطبة العملاء و الزبائن.

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 08 | 26.7% |
| موافق | 21 | 70% |
| محايد | 00 | 00% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 01 | 3.3% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (13) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك للترويج السياحي لأنه يفتح مجال أوسع و أوفر لمخاطبة العملاء و الزبائن .

يتبين من خلال الجدول أن المجيبين بموافق بلغ 21 فردا بنسبة 70%، بينما بلغت نسبة الموافقين بشدة 26.7% ممثلة بـ 8 أفراد أما نسبة معارض بشدة فكانت 3.3%.



الشكل رقم (13) يوضح موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك للترويج السياحي لأنه يفتح مجال أوسع و أوفر لمخاطبة العملاء و الزبائن

الإطار التطبيقي

- الجدول رقم (14) يبين المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بموقف موظفي مديرية السياحة حول الإستراتيجية التسويقية المتبعة على صفحة المديرية على الفيس بوك

| شدة الإتجاه | المتوسط الحسابي | معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة | العبارة |
|-------------|-----------------|------------|-------|-------|-------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| موافقة قوية | 4.1 | 00 | 1 | 3 | 18 | 8 | إنشاء صفحة فيس بوك خاصة بالمديرية ساهم في تدعيم السياحة بالمنطقة |
| | 03.4 | 00 | 00 | 2 | 25 | 3 | منشورات صفحة المديرية على الفيس بوك تهدف إلى للترويج دون إستراتيجية محددة |
| | 4 | 1 | 00 | 2 | 22 | 5 | الهدف من إنشاء صفحة للمديرية على الفيس بوك هو المحافظة على المركز التنافسي للمديرية على المستوى الوطني |
| | 4.1 | 00 | 01 | 3 | 16 | 10 | الهدف من إنشاء صفحة للمديرية على الفيس بوك هو استخدام وسائل جديدة من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة |
| | 3.9 | 00 | 02 | 3 | 19 | 6 | تعتمد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لسرعة انتشاره |
| | 4.2 | 00 | 00 | 1 | 20 | 9 | تعتمد مديرية السياحة للترويج السياحي عبر الفيس بوك لتكلفة المنخفضة |
| | 3.9 | 00 | 00 | 7 | 17 | 6 | تعتمد مديرية السياحة للترويج السياحي عبر الفيس بوك لكثرة مستخدميه |
| | 4.1 | 00 | 00 | 01 | 25 | 4 | تعتمد مديرية السياحة للترويج السياحي عبر الفيس بوك لتجاوز مشكلة العراقيل الجغرافية والإدارية |
| | 4.16 | 01 | 00 | 00 | 21 | 8 | تعتمد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك أنه يفتح مجال أوسع وأوفر لمخاطبة العملاء والزبائن |

من خلال الجدول يتبين أن كل العبارات في المحور تبين التوجه الإيجابي للمبحوثين حول الإستراتيجية التسويقية المتبعة للصفحة ، حيث إعتاد مديرية السياحة للترويج السياحي عبر الفيس بوك لتكلفة المنخفضة جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.2) حيث بلغ عدد المجيبين بموافق 20 فردا و 9 أفراد موافقون بشدة ، أما الحياذ فقد مثله فرد واحد فقط ، ويتبين لنا أن عدد الأفراد الذين يعتبرون إعتاد المديرية السياحة على الفيس بوك للترويج للسياحة لأن هذا يفتح مجال أوسع وأوفر لمخاطبة العملاء والزبائن 21 فردا ، و 8 أفراد موافقون بشدة بمتوسط حسابي (4.16).

ثم تأتي كل من العبارات " إنشاء صفحة فيس بوك خاصة بالمديرية ساهم في تدعيم السياحة بالمنطقة " و " الهدف من إنشاء صفحة للمديرية على الفيس بوك هو استخدام وسائل جديدة من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة " وعبارة " تعتمد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لتجاوز مشكلة العراقيل الجغرافية والإدارية " في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.1) ، تليها العبارات " تعتمد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لسرعة انتشاره " ، " تعتمد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لكثرة مستخدميه " بمتوسط حسابي (3.9)، وفي الأخير نلاحظ أن عدد الموافقين على إعتبار منشورات صفحة المديرية على الفيس بوك تهدف إلى للترويج دون إستراتيجية محددة 20 فردا من العينة و بمتوسط حسابي (3.7) .

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك

من خلال تطبيقنا لمقياس ليكرت نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة إتجهت إلى الموافقة القوية حيث تراوح المتوسط الحسابي بين (3 و 4) وهذا يشير إلى أن أغلب إجابات المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي فعبارة إعتقاد مديرية السياحة للترويج السياحي عبر الفيس بوك لتكلفة المنخفضة أتت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.2) وشدة إتجاه موافقة قوية ، إذ أن الفيس بوك أتاح مجانية الاشتراك و التسجيل لكل الأفراد و إمكانية إمتلاك فضاء على الفيس بوك ، زيادة على ذلك الترويج السياحي على الفيس بوك لا يتطلب الأموال كما الحال في الترويج التقليدي الذي يكلف المال و الجهد هذا ما يساهم في زيادة الحركة السياحية و كذا السوق السياحية على حد سواء، ومن خلال التحليل الكمي الإتجاه العمال نحو عبارة إعتقاد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك أنه يفتح مجال أوسع وأوفر لمخاطبة العملاء والزبائن، فقد أعرب أغلب المبحوثين موافقتهم عليها بمتوسط حسابي (4.16) وبشدة إتجاه موافقة قوية ، ويرجع هذا لتميزه بخاصية العالمية بالإضافة لي توفير الفيس بوك لفضاء إعلامي تشاركي بين صفحة المديرية و صفحات الوكالات والفنادق من جهة والسياح من جهة أخرى . وفيما يخص فكرة إنشاء صفحة فيسبوك خاصة بالمديرية تساهم في تدعيم السياحة بالمنطقة ، فتمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية وبمتوسط حسابي (4.1) و التي جاءت في المرتبة الثالثة ، فحسب تصريح القائمين على الصفحة فإن فكرة إنشاءها جاءت تماشيا مع التطورات التكنولوجية وذلك من خلال إنشاء مكتبة الإعلام و التوجيه والإتصال من أجل رقمه قطاع السياحة بالجزائر، بالإضافة إلى أن صفحة المديرية على الفيس بوك تعتبر أداة ذات أهمية بالغة في توزيع الخدمات السياحية و ترويجها، حيث فعلت النشاط السياحي وزادت

من حركة السوق السياحية بسطيف ، وهذا ما لحظناه من زيادة في عدد المعجبين و المتابعين للصفحة منذ إنشائها سنة 2012 حيث بلغ عددهم لغاية شهر ماي 5000 متابع و 4000 معجب ، و إنعكاس ذلك على أرض الواقع خاصة فيما يتعلق بتقديم التراخيص لإنشاء الوكالات و الجمعيات (1).

كما بلغت شدة الإتجاه موظفي المديرية بالنسبة لعبارة " الهدف من إنشاء صفحة للمديرية على الفيس بوك هو استخدام وسائل جديدة من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة " موافقة قوية بمتوسط حسابي (4.1) ، وذلك لإعتبار الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الإجتماعي إنتشارا وهو الأمر الذي استدعي ضرورة استغلاله و إستثماره بغرض تحقيق الأهداف الترويجية و التسويقية المرجوة ، زد على ذلك فإن التسويق الإلكتروني أصبح ضرورة حتمية لاستجابة قطاع السياحة لمتغيرات الثورة التكنولوجية .

أما فيما يخص إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إعتقاد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لتجاوز مشكلة العراقيل الجغرافية والإدارية ، فلاحظنا الإتجاه الإيجابي لأغلب أفراد العينة ، حيث بلغ عدد الموافقين 25 فردا و عدد الموافقين بشدة 4 أفراد و بمتوسط حسابي (4.1) بموافقة قوية ، هذا يدل على أن صفحة المديرية ساهمت بشكل كبير في القضاء على مشكلة العراقيل الجغرافية و الإدارية خصوصا فيما يتعلق في التعرف على المناطق السياحية فقد إستطاع الفيس بوك بحركيته إلغاء العديد من الحواجز الجغرافية و المكانية ، حيث مكن الأفراد من التواصل فيما بينهم و كذا الأفراد و المؤسسات السياحية مما ساهم في تمكين المستهلكين من معرفة المتاح في الأسواق من المنتجات و الخدمات السياحية داخليا و خارجيا.

(1) -مقابلة مع السيد سامي عيوز، مفتش رئيسي في السياحة ، أستاذ جامعي ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف ، يوم الخميس 3ماي 2018 على الساعة 10.00 صباحا .

كما أعرب 24 فردا من موظفي مديرية السياحة على موافقتهم على أن المديرية تعتمد على الفيس بوك للترويج للسياحة لكثرة مستخدميه بشدة إتجاه موافقة قوية وبمتوسط حسابي (3.9)، حيث يعتبر الفيس بوك اليوم من أشهر المنصات الإجتماعية و أكثرها شعبية فقد إحتل المركز الأول من حيث عدد المستخدمين النشطين و الذي وصل حاليا إلى 1871 مليون مستخدم⁽¹⁾، هذا ما يجعل منه سوقا سياحية قائمة بحد ذاتها و المكان الأفضل للترويج السياحي للمختلف المناطق السياحية و الأثرية ، ولذلك أصبح الفيس بوك من مكونات المزيج الترويجي للمقاصد السياحية .

كما لاحظنا من خلال الإيجابيات التي تعكس إتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف حول إعتقاد مديرية السياحة للترويج عبر الفيس بوك لسرعة انتشاره قد جاءت إيجابية إذ أعرب 19 من أفراد العينة على موافقتهم و 9 من عدد المبحوثين وافقوا بشدة وذلك لأن السرعة من أهم خصائص الفيس بوك فالمؤسسة التي تستخدم الفيس بوك كوسيلة الترويج و التسويق تكسب زبائن و متعاملين كثر في أقل وقت ممكن و دون جهد يذكر ، أما بالنسبة للعبارة منشورات الصفحة تهدف للترويج دون إستراتيجية ومن خلال التحليل الكمي تبين لنا أنه 25 من أفراد العينة موافقون و 3 موافقون بشدة كما أن شدة الإتجاه تمثلت في الموافقة القوية بمتوسط حسابي (4.03)، وهذا يدل على مجال الترويج السياحي عبر الفيس بوك مازال ينقصه التنظيم ونقص الخبراء في الترويج و التسويق السياحي حيث نقلا عن مفتش السياحة سامي عيوز و القائم على الصفحة، فإنهم لا يتبعون إستراتيجية معينة أو طريقة علمية ممنهجة في النشر عبر صفحاتهم على الفيس بوك⁽²⁾

(1) -بوقنون نهاد و آخرون ، دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية (مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر

في الإعلام و الإتصال ،تخصص علاقات عامة)، جامعة قلمة ، 2017 ، ص 62 .

(2) -مقابلة مع السيد سامي عيوز، مفتش رئيسي في السياحة ، أستاذ جامعي ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف ، يوم الخميس

3 ماي 2018 على الساعة 10.00 صباحا .

- نتائج الدراسة على مستوى موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف

من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك

- لمست الدراسة إتجاه إيجابي بنسبة 87% من موظفي مديرية السياحة حول فكرة إنشاء صفحة فيس بوك خاصة بالمديرية و مساهمتها في تدعيم التسويق السياحي
- أظهرت الدراسة أن نسبة 66.7% من موظفي المديرية السياحة يتفقون على أن منشورات الصفحة لا تقوم على إستراتيجية معينة .
- بينت الدراسة تضارب في إتجاه موظفي المديرية فيما يخص مساهمة صفحة المديرية في المحافظة على مركز تنافسي لها على المستوى الوطني
- أظهرت الدراسة أن نسبة 86.7 % من موظفي مديرية السياحة يؤكدون على أن إعتقاد مديرية السياحة على الفيس بوك كأداة من أدوات الإتصال لسرعة إنتشاره.
- بينت الدراسة الاتجاه الايجابي لموظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك في الترويج السياحي لكثرة استخدامه بنسبة 96.7%
- بينت الدراسة أن نسبة 93.3% من موظفي المديرية لديهم اتجاه ايجابي نحو استخدام صفحة الفيسبوك كوسيلة جديدة لتنشيط السياحة بالمنطقة .
- وأظهرت الدراسة الموافقة القوية لموظفي مديرية السياحة في ان استخدام صفحة الفيس بوك يقضي على مشكلة العراقيل الجغرافية والادارية بنسبة 80%

الفصل الثاني : إتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

المبحث الأول: التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

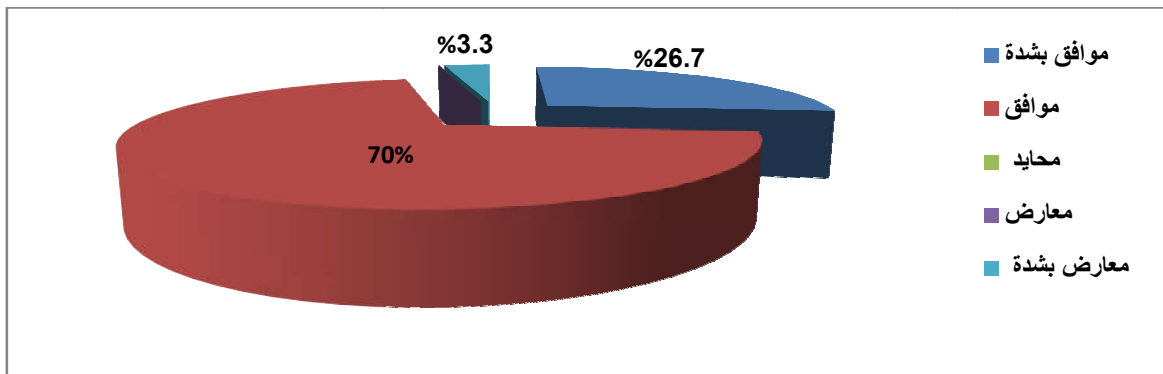
- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 8 | 26.7% |
| موافق | 21 | 70% |
| محايد | 00 | 00% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 01 | 3.3% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (15) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على

الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 70% من أفراد العينة موافقون ونسبة 26.7% من أفراد العينة موافقون بشدة وبلغت نسبة المعارضون بشدة 3.3% .



الشكل رقم (15) إتجاه عمال مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفيس

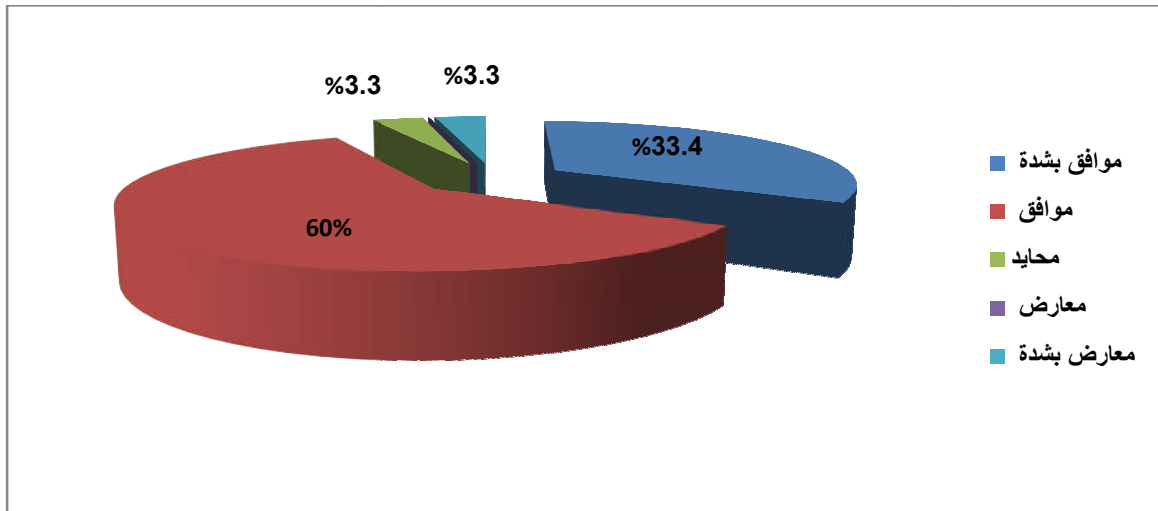
بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 10 | 33.4% |
| موافق | 18 | 60% |
| محايد | 01 | 3.3% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 01 | 3.3% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (16) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن المجيبين بـ موافق بلغ 18 فردا بنسبة 60% و الموافقون بشدة مثله 10 أفراد بنسبة 33.4% من العينة بينما تساوت نسبة المعارضون والمحايدون 3.3% .

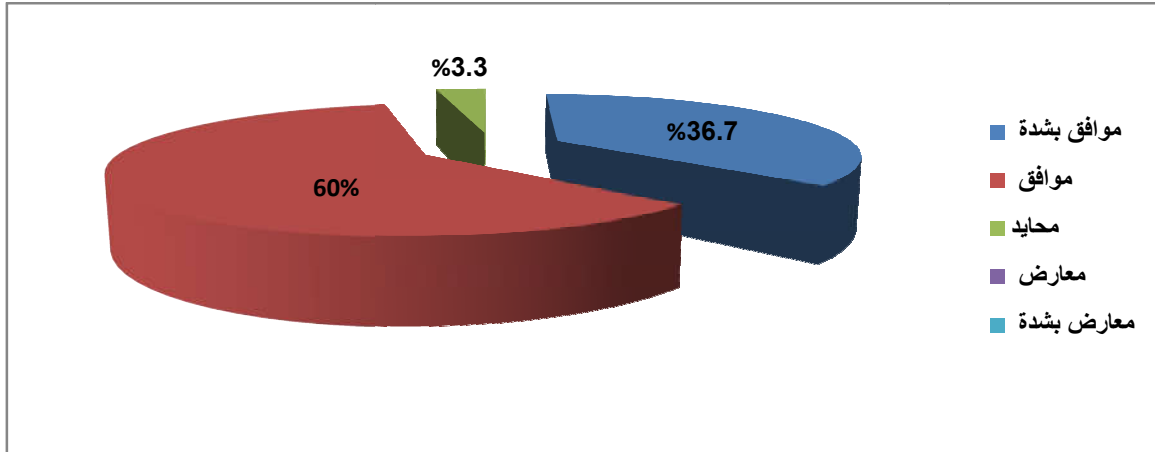


الشكل رقم (16) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 11 | 36.7% |
| موافق | 18 | 60% |
| محايد | 01 | 3.3% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (17) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف نلاحظ من خلال بيانات الجدول أن نسبة 60% من العينة موافقون و 36.7% موافقون بشدة ، بينما الحيادة 3.3% ، بينما انعدمت نسبة المعارضين و المعارضين بشدة .

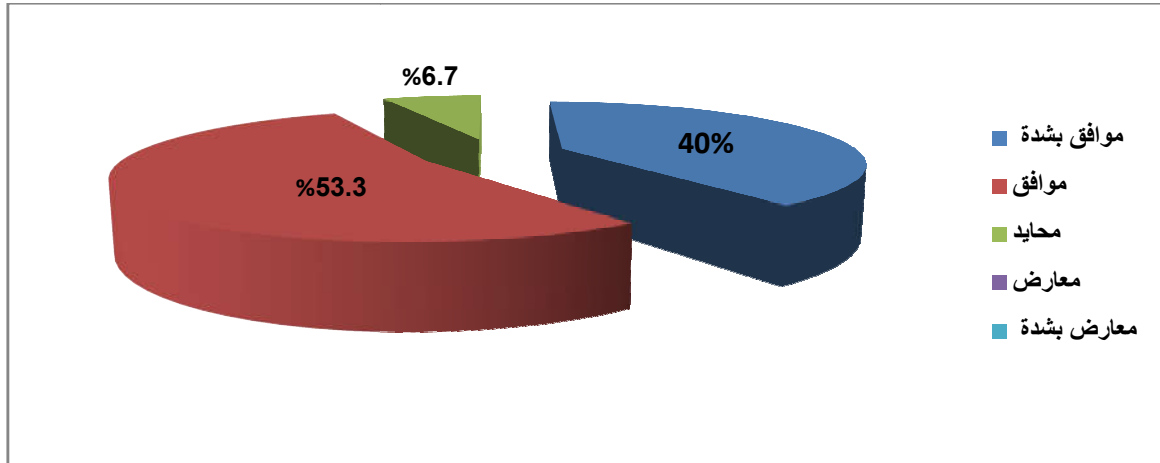


الشكل رقم (17) إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك بالتعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 12 | 40% |
| موافق | 16 | 53.3% |
| محايد | 02 | 6.7% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (18) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك بالتعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 53.3% من أفراد العينة موافقون أما 40% من أفراد العينة موافقون بشدة، بينما نسبة الحياد فبلغت 6.7% . بينما إنعدم نسبة المعارضين و المعارضين بشدة .



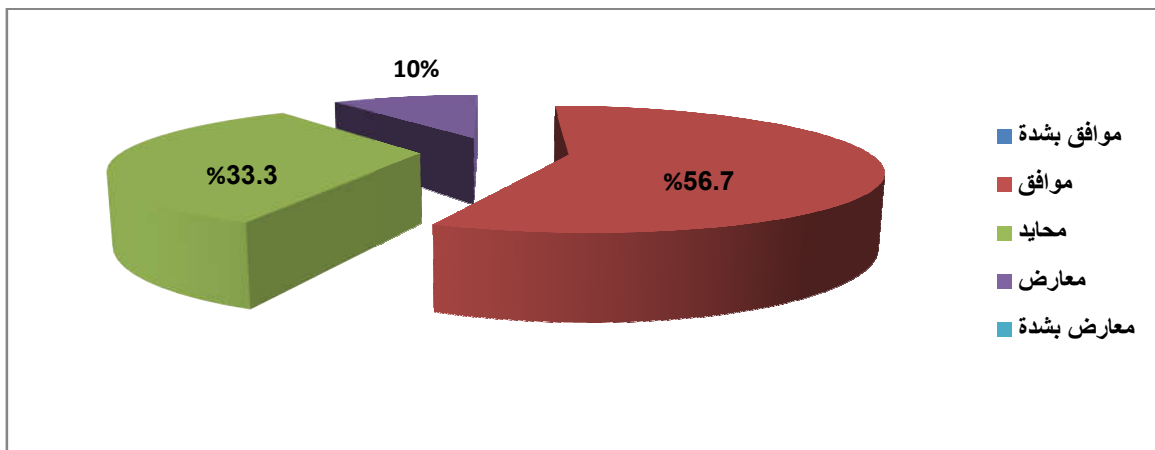
الشكل رقم (18) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك بالتعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول توفير الصفحة في الفيس بوك لخدمات
سياحية ذات جودة عالية

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 00 | %00 |
| موافق | 17 | %56.7 |
| محايد | 10 | %33.3 |
| معارض | 03 | %10 |
| معارض بشدة | 00 | %00 |
| المجموع | 30 | %100 |

الجدول رقم (19) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول توفير الصفحة في الفيس بوك لخدمات سياحية ذات جودة عالية.

يتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 56.7 من أفراد العينة موافقون بينما نسبة 33.3% من أفراد العينة محايدون ، المعارضون 10% هذا ما يدل على أن هناك تباين في إجابات المبحوثين فيما يتعلق في توفير التسويق السياحي عبر صفحة المديرية على الفيس بوك لخدمات سياحية ذات جودة عالية .



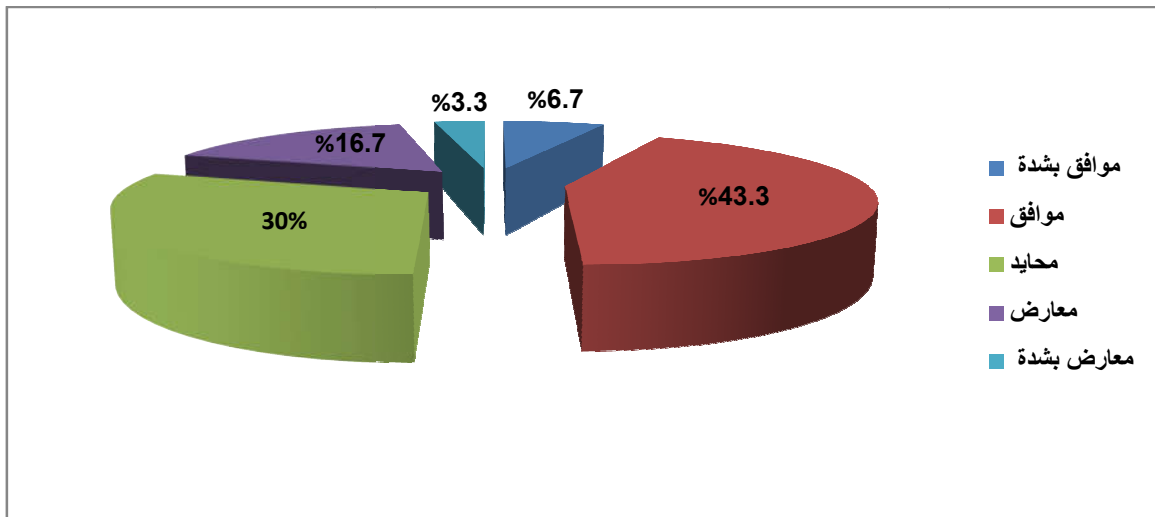
الشكل رقم (19) إتجاه موظفي مديرية السياحة حول توفير الصفحة في الفيس بوك لخدمات سياحية ذات جودة عالية.

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي.

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 02 | 6.7% |
| موافق | 13 | 43.3% |
| محايد | 09 | 30% |
| معارض | 05 | 16.7% |
| معارض بشدة | 01 | 3.3% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (20) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة الموافقين 34.3% و أن نسبة المحايدون 30% بينما بلغة نسبة المعارضون 16.7% ونسبة الموافقين بشدة 6.7% ، المعارضون بشدة 3.3% ، هناك تباين في إجابات الباحثين إتجاه دراسة سلوك المستهلك عبر صفحة المديرية .



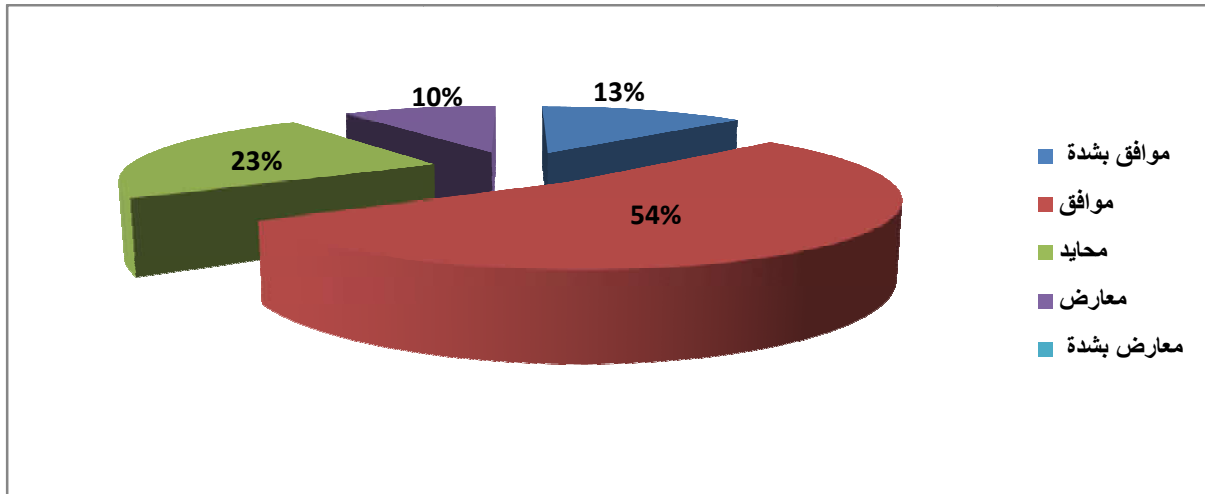
الشكل رقم (20) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي.

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفايس بوك في التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح.

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 04 | 13.4% |
| موافق | 16 | 53.3% |
| محايد | 07 | 23.3% |
| معارض | 03 | 10% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (21) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفايس بوك في التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 53.3% من أفراد العينة موافقون و 13.4% من أفراد العينة موافقون بشدة كما بلغت نسبة الحياد 23%، أما المعارضون 10% .



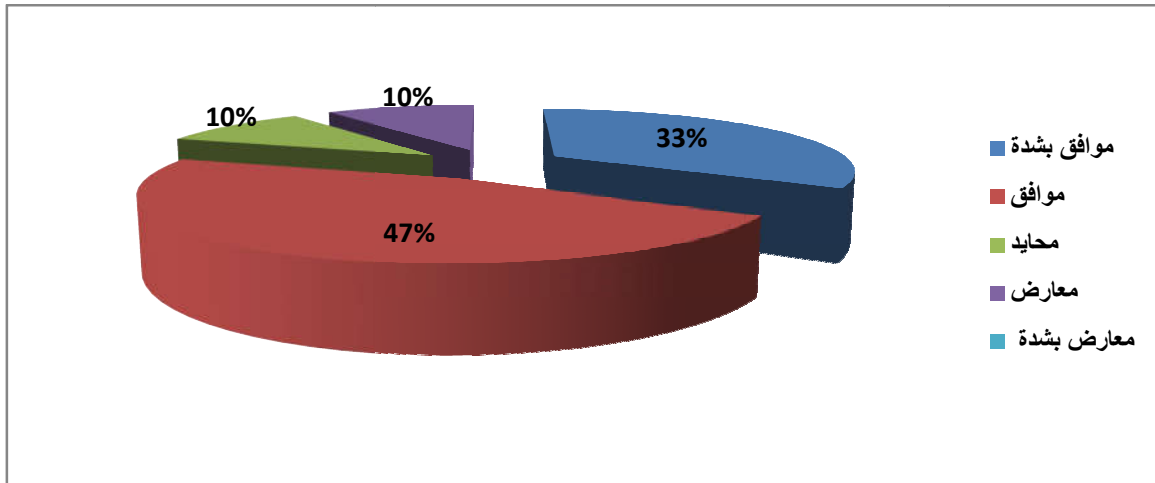
الشكل رقم (21) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحتها على الفايس بوك في التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح.

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إعتبار صفحتها عبر الفايس بوك أكثر فاعلية مقارنة مع الوسائط الأخرى

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 10 | 33.3% |
| موافق | 14 | 46.7% |
| محايد | 03 | 10% |
| معارض | 03 | 10% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (22) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إعتبار صفحتها عبر الفايس بوك أكثر فاعلية مقارنة مع الوسائط الأخرى

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 46.7% من أفراد العينة موافقون، أما 33.3% منهم موافقون بشدة ، بينما تساوت نسبة المحايدين و المعارضين ب 10% .



الشكل رقم (22) إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إعتبار صفحتها عبر الفايس بوك أكثر فاعلية مقارنة مع الوسائط الأخرى

الإطار التطبيقي

- الجدول رقم (23) يبين المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

| شدة الإتجاه | المتوسط الحسابي | معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة | العبارة |
|-----------------|-----------------|------------|-------|-------|-------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| موافقة قوية | 4.2 | 01 | 00 | 01 | 18 | 10 | تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة |
| موافقة قوية جدا | 4.33 | 0 | 00 | 01 | 18 | 11 | تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع |
| | 4.33 | 0 | 00 | 02 | 16 | 12 | تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف |
| موافقة قوية | 3.5 | 01 | 03 | 10 | 17 | 0 | تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة |
| موافقة متوسطة | 3.3 | 0 | 05 | 09 | 13 | 2 | صفحة المديرية في الفيس بوك توفر خدمات سياحية ذات جودة عالية |
| موافقة قوية | 4.23 | 0 | 03 | 07 | 16 | 4 | تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي |
| موافقة متوسطة | 3.36 | 0 | 03 | 03 | 14 | 10 | تساعد صفحة المديرية عبر الفايس بوك على التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح |

من خلال الجدول يتبين أن هناك تساوي بين العبارتين " تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع " و " تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف " بمتوسط حسابي (4.33) ثم تأتي " تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي " بمتوسط حسابي (4.23) حيث بلغ عدد المبحوثين الذين وافقوا على العبارة 16 بينما التزم 7 أفراد الحياد أما المعارضون فمثلهم 3 من المبحوثين ، كما نلاحظ أن 18 من أفراد العينة موافقون على فكرة مساهمة صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة وبمتوسط حسابي (4.2) أما 10 منهم موافقون بشدة بينما تساوى عدد المحايدون و المعارضين بشدة ب فرد واحد 1، تليها العبارة " تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تتركز بها المنطقة " بمتوسط حسابي (3.5)، تلتها عبارة " تساعد صفحة المديرية عبر الفيس بوك على التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح " بمتوسط حسابي (3.36) ، بينما تباين موقف العمال فيما يخص إمكانية توفير صفحة المديرية على الفيس بوك لخدمات سياحية ذات جودة عالية حيث بلغ عدد الموقفين 13 و الموافقون بشدة 2 أما المعارضون فكان عددهم 5 و إلترزم 9 أفراد الحياد وكان متوسط الحسابي ب (3.3).

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور

صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن إجابات المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي موافقتهم عليها ، و إنطلاقا من ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي ، تأتي في المرتبة الأولى كل من العبارتين التاليتين بمتوسط حسابي (4.33) ، " يساهم التسويق السياحي عبر صفحة المديرية في فيسبوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع " و " تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف " حيث تمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية جدا ، فالجماهير و من خلال تواصلهم عبر الفيس بوك لهم القدرة على تعظيم الصورة الذهنية للمقصد

السياسي و إمكانية قيامهم بالترويج له من خلال تفاعلهم مع الآخرين عبر شبكات التواصل الإجتماعي، لذلك تسعى المديرية من خلال صفحتها على الفيس بوك لنشر الوعي السياحي ، فالجمهور قد يشكل في حد ذاته عائق في حال غياب الوعي السياحي لديه ، هذا يؤكد أهمية و دور الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي وذلك من خلال الترويج للسياحة بالمنطقة والعمل على تثمين الوجهة السياحية .

أما في المرتبة الثانية فجاءت عبارة " تعمل صفحة المديرية في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي" بمتوسط حسابي قدره(4.23) و بشدة إتجاه موافقة قوية، حيث تسعى مديرية السياحة من خلال صفحتها على الفيس بوك، من خلال التواصل مع الزبون أو السائح ودراسة حالته ورغباته و هذا من أجل كسبه من خلال استخدامها لتقنيات التواصل التي توفرها من إعجاب وتعليق ومشاركة وبالتالي إستقطاب عدد أكثر من السائحين وفي الوقت نفسه تحقق تنشيط للحركة السياحية بالمنطقة وبالتالي تحقيق مداخيل وأرباح .

في المرتبة الثالثة تأتي عبارة "تساهم صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة" بشدة إتجاه موافقة قوية وبمتوسط حسابي (4.2) ، حيث أعرب 18 فردا من العينة على الموافقة و 10 أفراد على الموافقة بشدة ، حيث يساهم صفحة المديرية على الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة نظرا للخصائص التي يتميز بها الفيس بوك من عالمية و تفاعلية و تشاركية التي تعمل على زيادة التنمية السياحية المحلية ومن ثم التنمية الإقتصادية عن طريق فتح المجال لتكون جمعيات و إنشاء وكالات سياحية و غيرها من النشاطات وتقديم التسهيلات لذلك.

كما نلاحظ أن 17 من أفراد العينة موافقون على إعتبار أن صفحة مديرية السياحة تساهم في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة حيث كانت شدة الإتجاه موافقة قوية بمتوسط حسابي 3.5 ، ويمكن تفسير ذلك من خلال المضامين التي تنشرها الصفحة بشكل دائم، والمتمثلة في الصور

والفيديوهات التي تتناول التعريف بالمناطق السياحية التي تزخر بها سطيف من حمامات و مناظر طبيعية و أثرية متنوعة. (1)

أما بالنسبة للعبارة " تساعد صفحة المديرية عبر الفيس بوك على التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح " بمتوسط حسابي (3.36) وشدة إتجاه موافقة متوسطة، من خلال نتائج العبارة نفهم أن صفحة مديرية السياحة لا تسعى للتعرف على خصائص الطلب المتوقع للسواح بقدر ما تسعى لدراسة سلوك المستهلك السياحي ورغباته و إشباعها ، أما بالنسبة لعبارة " صفحة المديرية في الفيس بوك توفر خدمات سياحية ذات جودة عالية" فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.3) وبشدة إتجاه موافقة متوسطة ، حيث لاحظنا تقارب في الآراء بين المعارضين و المؤيدين للفكرة فأعرب 5 من أفراد العينة على معارضتهم للفكرة بينما ألتزم 9 منهم الحياد و 13 منهم موافقون هذا التباين ناجم عن واقع قطاع السياحة في الجزائر عموما بالإضافة لضعف خدمات الإنترنت و الإنقطاعات المتواصلة مما يعرقل عملها(2) ، و الذي بدوره يؤثر سلبا على النشاط السياحي ، أضف إلى ذلك أن إستعمال مواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر جديد و هو في بداياته خاصة في المؤسسات العمومية فهو مازال في بداية المشوار لذلك لم يصل بعد لتحقيق جودة في الخدمة خاصة في مجال السياحة مقارنة بالخدمات الأخرى.

(1)- سامي عيوز، مفتش رئيسي في السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف ، الخميس 3 ماي 2018 ، 10 صباحا

(2)-زيان زيدان مفتش رئيسي ، المديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف ، الخميس 3 ماي 2018 على الساعة 12.00 صباحا

- نتائج الدراسة على مستوى إتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو

دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي ؟

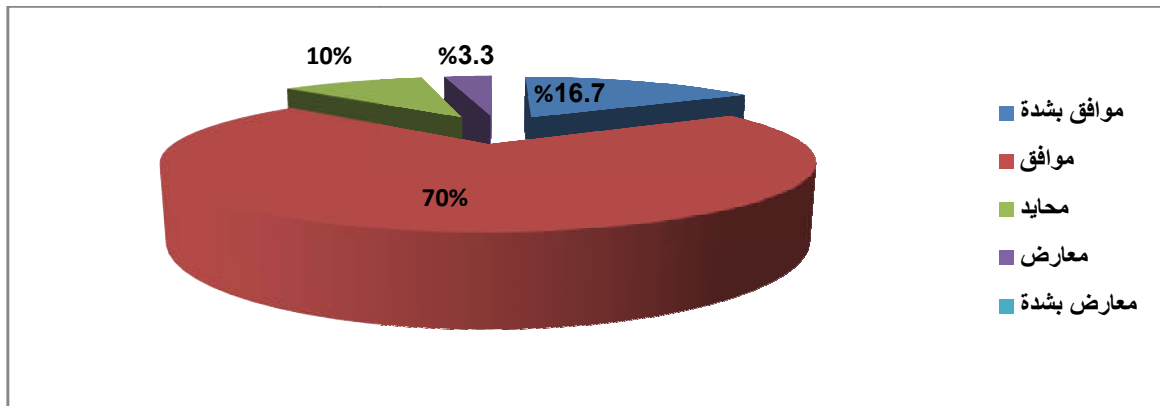
- بينت الدراسة الاتجاه الإيجابي لموظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف نحو إسهام صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة بنسبة 70 %.
- أظهرت الدراسة إتفاق 60 % من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف على مساهمة صفحة المديرية في الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع .
- أظهرت الدراسة أن نسبة 53.3% و 40% من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف لديهم اتجاه ايجابي نحو إسهام صفحة مديريتهم على الفيس بوك في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحموية و الأثرية بولاية بسطيف.
- بينت الدراسة أن نسبة 33.3% و 46.7% من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف لديهم اتجاه ايجابي نحو اعتبار صفحة الفيس بوك أكثر فاعلية مقارنة مع الوسائط الأخرى .

الفصل الثالث : اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

المبحث الأول : التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك
- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحتها بالفيس بوك في ترويج السياحة بها

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 05 | 16.7% |
| موافق | 21 | 70% |
| محايد | 03 | 10% |
| معارض | 01 | 3.3% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (24) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحتها بالفيس بوك في ترويج السياحة بها يتضح من خلال الجدول أن نسبة الموافقين هي أعلا نسبة إذ قدرة ب 70% تليها نسبة الموافقين بشدة 16.7% ، و تليها نسبة المحايدون 10% ، المعارضون 3.3% .

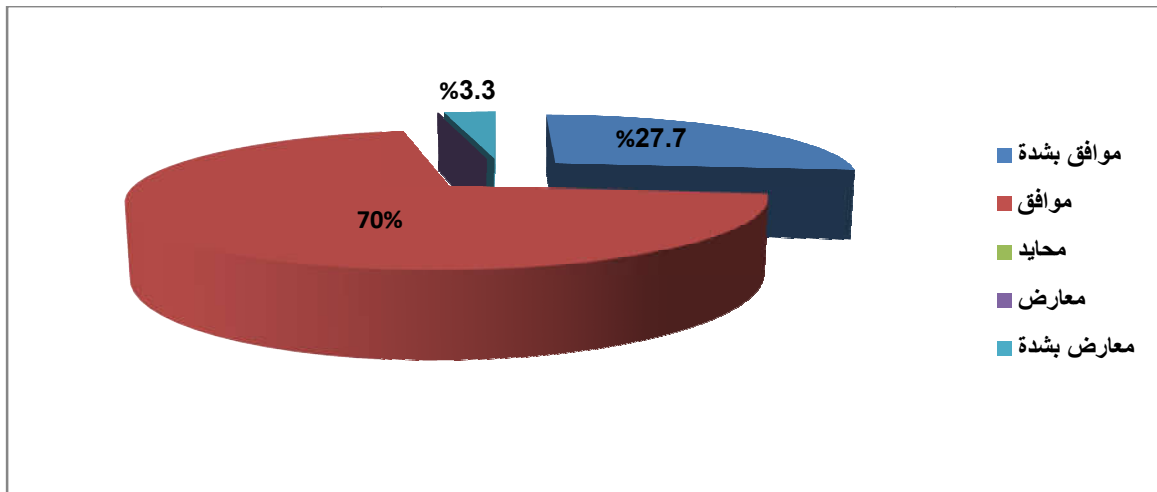


الشكل (24) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحتها بالفيس بوك في ترويج السياحة بها .

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحة مؤسستهم في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 08 | 26.7% |
| موافق | 21 | 70% |
| محايد | 00 | 00% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 01 | 3.3% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (25) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحة مؤسستهم في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 70% من أفراد العينة موافقون و 26.7% موافقون بشدة بينما المعارضون بشدة 3.3% ، ونجد نسبة المحايدون و المعارضون منعدمة .



الجدول رقم (25) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحة مؤسستهم في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة

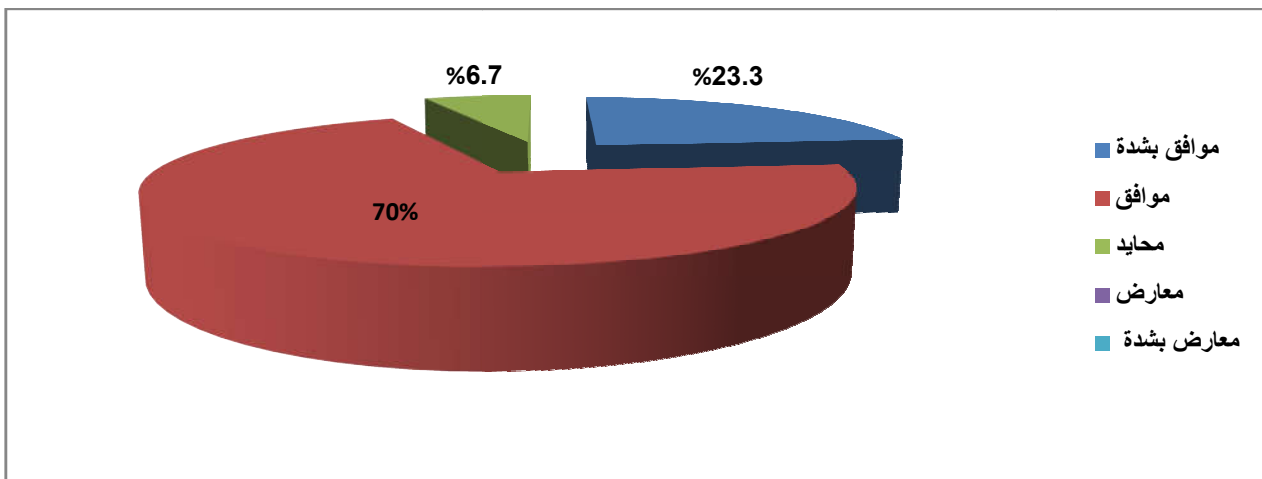
الإطار التطبيقي

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات و الخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك في تعزيز التسويق السياحي بولاية سطيف

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 07 | 23.3% |
| موافق | 21 | 70% |
| محايد | 02 | 6.7% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (26) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات و الخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك في تعزيز التسويق السياحي بولاية سطيف

يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة الموافقة مرتفعة بنسبة 70%، بينما الموافقون بشدة 23.3% ، المحايدون 6.7% .

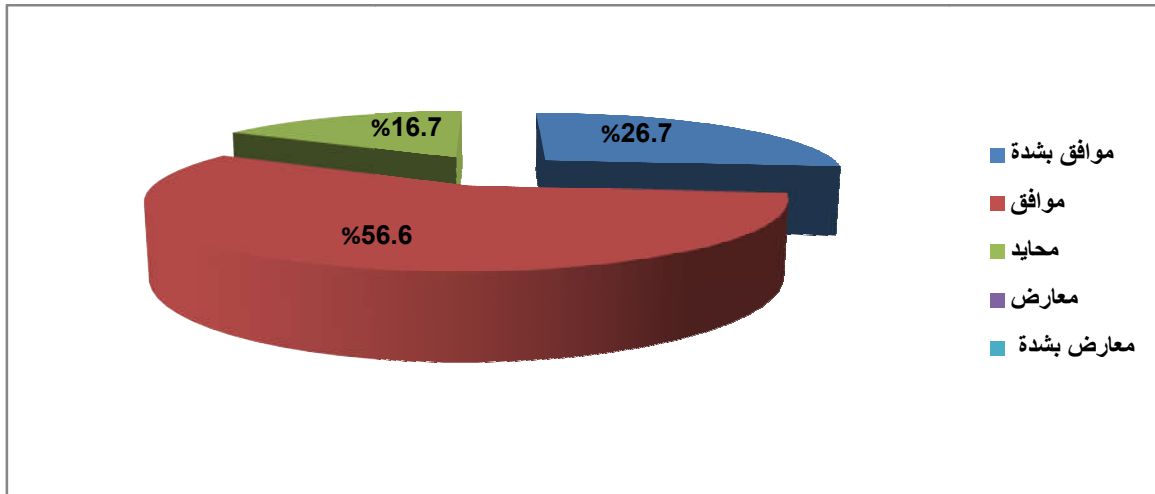


الشكل رقم (26) إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات و الخدمات على صفحة المديرية في الفيس بوك في تعزيز التسويق السياحي بولاية سطيف

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة وجود روابط الإلكترونية في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة .

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 08 | %26.7 |
| موافق | 17 | %56.6 |
| محايد | 05 | %16.7 |
| معارض | 00 | %00 |
| معارض بشدة | 00 | %00 |
| المجموع | 30 | %100 |

الجدول رقم (27) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة وجود روابط الإلكترونية في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 56.6% من أفراد العينة موفقون و 26.7% موافقون بشدة وبلغت نسبة الحياد 16.7% .



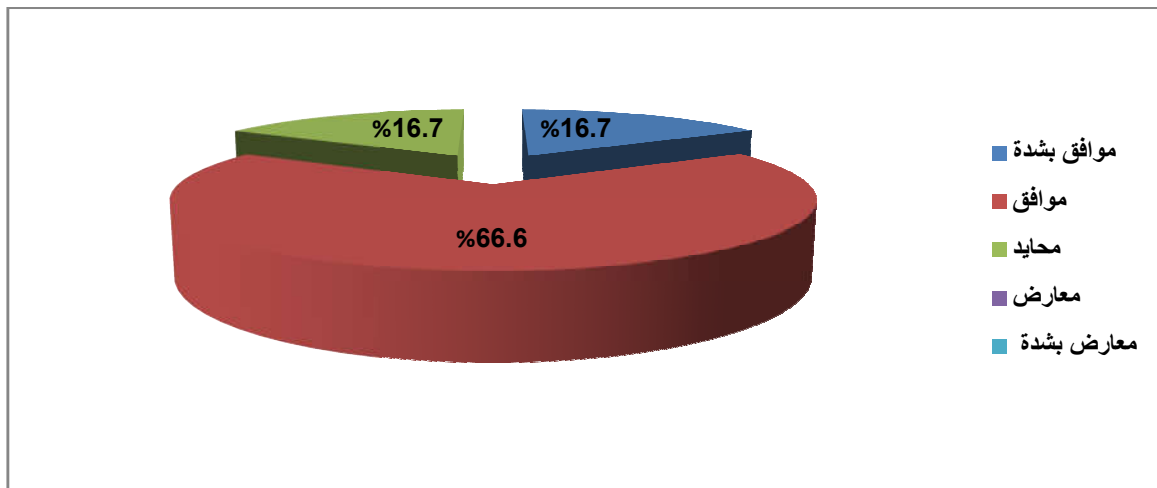
الشكل رقم (27) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة وجود روابط الإلكترونية في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة

- إتجاه موظفي مديرية السياحة دور الحملات الإعلامية المنشورة في صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في تنشيط التسويق السياحي بسطيف.

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 05 | 16.7% |
| موافق | 20 | 66.6% |
| محايد | 05 | 16.7% |
| معارض | 00 | 00% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (28) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة دور الحملات الإعلامية المنشورة في صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في تنشيط التسويق السياحي بسطيف

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 66.6% من أفراد العينة موافقون و16.7% موافقون بشدة ، بينما بلغت نسبة الحياد 16.7% .



الشكل رقم (28) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة أهمية الحملات الإعلامية المنشورة في صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في تنشيط التسويق السياحي بسطيف

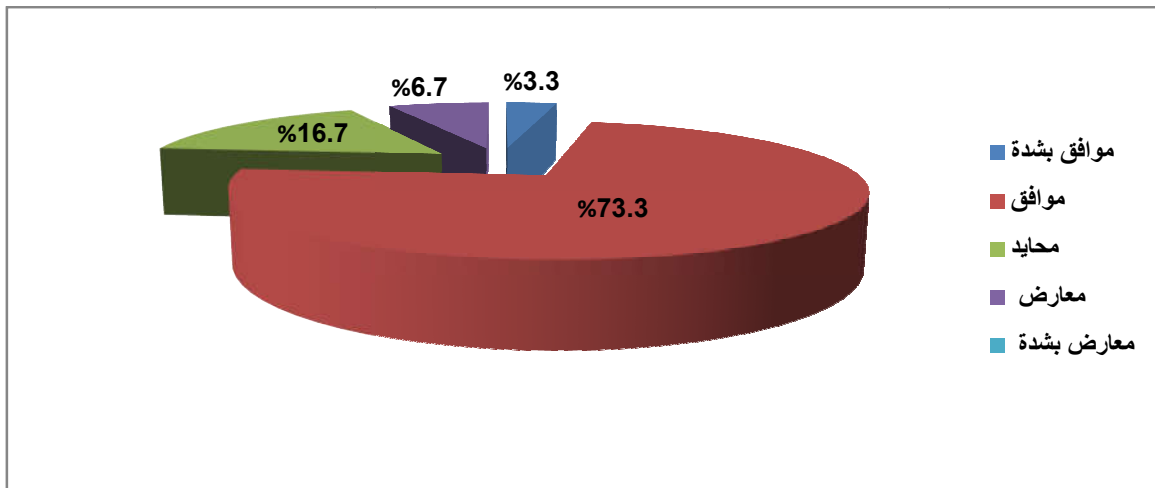
الإطار التطبيقي

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إرتباط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائط أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها و نشاطاتها كالتوتير و البريد الإلكتروني و غيرها

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 01 | 3.3% |
| موافق | 22 | 73.3% |
| محايد | 05 | 16.7% |
| معارض | 02 | 6.7% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

لجدول رقم (29) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إرتباط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائط أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها و نشاطاتها كالتوتير و البريد الإلكتروني و غيرها

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الموافقين هي أعلى نسبة 73.3% و الموافقون بشدة 3.3% ، بينما بلغت نسبة الحياد 16.7% و المعارضون 6.7% .



الشكل رقم (29) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إرتباط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائط أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها و نشاطاتها كالتوتير و البريد الإلكتروني و غيرها

الإطار التطبيقي

- الجدول رقم (30) يبين المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف حول الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

| شدة الإتجاه | المتوسط الحسابي | معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة | العبارات |
|-------------|-----------------|------------|-------|-------|-------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| موافقة ودية | 4.03 | 01 | 01 | 03 | 21 | 5 | إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحة المديرية بالفيس بوك يساهم في ترويج السياحة بها |
| | 4.16 | 01 | 00 | 00 | 21 | 8 | الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحتكم ساهمت في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة |
| | 4.16 | 0 | 00 | 02 | 21 | 07 | نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات والخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك يعزز التسويق السياحي بولاية سطيف |
| | 4.1 | 0 | 00 | 05 | 17 | 08 | وجود روابط إلكترونية ساهم في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة |
| | 4 | 0 | 00 | 05 | 20 | 05 | الحمالات الإعلامية المنشورة في الصفحة تزيد من فاعلية التسويق السياحي بسطيف |
| | 3.8 | 0 | 02 | 05 | 22 | 01 | ترتبط صفحة المديرية بوسائل أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها كالتويتر والبريد الالكتروني |

يتبين لنا من خلال الجدول أن 21 فردا من العينة موافقون على مساهمة استخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحة المديرية بالفيس بوك في ترويج السياحة بها ، بمتوسط حسابي (4.03) وبشدة إتجاه موافقة قوية ، وقد بلغ عدد الموافقين على إعتبار أن الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحة المديرية على الفيس بوك تساهم في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة ب 21 فردا، بلغت شدة الإتجاه موافقة قوية بمتوسط حسابي (4.16) ، أما فيما يتعلق بمساهمة نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات والخدمات على الصفحة المديرية في فيس بوك في تعزيز التسويق السياحي بولاية سطيف فتمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية وبمتوسط حسابي (4.16)، تأتي بعد ذلك عبارة وجود روابط إلكترونية ساهم في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة بمتوسط حسابي (4.1) وتمثلت شدة الإتجاه بالموافقة القوية ، أما فيما يتعلق بالحملات الإعلامية المنشورة في مديرية السياحة و إسهامها في زيادة فاعلية التسويق السياحي بولاية سطيف فكانت شدة إتجاهها الموافقة القوية و بمتوسط حسابي (4) ، و أخيرا نلاحظ أن 22 من أفراد العينة موافقون على فكرة أن إرتباط صفحة مديرية السياحة بسطيف بوسائل أخرى خاصة بها كالتويتر والبريد الإلكتروني يوفر معلومات أكثر عنها و هذا بمتوسط حسابي (3.8) وبشدة إتجاه موافقة قوية .

المبحث الثاني : التحليل الكيفي لإتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك

من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن إجابات المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي موافقاهم عليها ، و إنطلاقا من ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي ، تأتي في المرتبة الأولى كل من العبارتين التاليتين بمتوسط حسابي (4.16) " الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحتكم ساهمت في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة " و" نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات والخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك يعزز التسويق السياحي بولاية سطيف " حيث تمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية جدا ، فإستخدام الصور والفيديوهات في صفحة المديرية على الفيس للتعريف بالوجهة السياحية يخلق تصور مفصل وواضح لدى المستهلكين عن المنشأة أو البلد مما يسهل تدفق السائحين إليه و إقناعهم بالسفر لتلك الوجهة لذلك مديرية السياحة بسطيف ، و من خلال صفحتها على الفيس تقوم بنشر الصور و الفيديوهات للتعريف بالمنطقة بشكل يومي حسب تصريح القائم بالصفحة حيث يبلغ معدل النشر من موضوع إلى موضوعين في اليوم⁽¹⁾، بالإضافة إلى نشر للإعلانات عن التظاهرات الثقافية التي تميز المنطقة من أعياد و مناسبات ثقافية و معارض تقليدية و كذا مختلف الخدمات من إعلانات عن تظاهرات و تأجير للمحلات التجارية و غيرها ، باختصار تنوع المعلومات المتاحة عبر صفحة المديرية التي تجعل من السائح يتعلق بالصفحة .

أما بالنسبة لعبارة وجود روابط إلكترونية ساهم في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة ، فقد أعرب 17 من أفراد العينة على موافقتهم بينما 9 منهم وافقوا بشدة و هذا ما يفسر شدة الإتجاه الموافقة القوية ، وهذا يدل على أهمية الروابط في زيادة تفاعل و مشاركة الأعضاء داخل الصفحة .

كما جاءت إجابات أفراد العينة حول مساهمة إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحة المديرية بالفيس بوك في ترويج السياحة بها

(1) - سامي عيوز، مفتش رئيسي في السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف ، الخميس 3 ماي 2018 على الساعة 10.00 صباحا

بالموافقة وبلغ عدد أفراد العينة 21 فردا بينما إلتزم 3 منهم الحياد كما تمثلت شدة الإلتجاه بالموافقة القوية بمتوسط حسابي (4.03)، هذا ما يؤكد أن إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية للولاية عبر صفحة المديرية يساهم في ترويج السياحي بها وبالتالي زيادة الوافدين إليها ، وجاءت عبارة الحملات الإعلامية المنشورة في الصفحة تزيد من فاعلية التسويق السياحي بسطيف في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4) وتمثلت شدة الإلتجاه في الموافقة القوية ، ونلاحظ أن 20 من أفراد العينة موافقون على إعتبار الحملات وسيلة فعالة تساهم بشكل واضح في تنمية السياحة بالمنطقة وذلك من خلال تأثيرها على نفسية السائحين و إيقاظ الدوافع الكامنة فيهم ،أما في الأخير ومن خلال التحليل الكمي لإلتجاه عمال مديرية السياحة إرتباط صفحة المديرية بوسائل أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها كالتويتر والبريد الإلكتروني فكانت شدة الإلتجاه الموافقة القوية وبمتوسط حسابي (3.8) حيث أعرب 22 من أفراد العينة على موافقتهم لهذا الإلتجاه ، هذه الوسائل تعتبر إمتداد للتسويق الإلكتروني الذي يسعى من خلال هذه الشبكات إلى تسويق الخدمات و المنتجات بطريقة توجي لكل قارئ عبر الشبكة بأنها موجهة خصيصا له .

- نتائج الدراسة على مستوى اتجاه موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك:

- بينت الدراسة أن نسبة 70% من موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سطيف يعتبرون أن استخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحتها في فيسبوك يساهم في الترويج للسياحة بها.
- لمست الدراسة الاتجاه الايجابي الذي مثلته نسبة 70% و 23.3% من موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات والخدمات على صفحة المديرية يعزز التسويق السياحي بها.
- بينت الدراسة اتفاق تطابق في الآراء لدى موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو الصور و الفيديوهات المنشورة على صفحة المديرية في الفيس بوك ساهمت في التعريف بالمقومات السياحية .
- أظهرت الدراسة الاتجاه الإيجابي لموظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سطيف نحو ارتباط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائل أخرى خاصة بها كتوتير والبريد الالكتروني وغيرها يوفر معلومات أكثر عن نشاطاتها الترويجية من أجل تدعيم السياحة بالمنطقة بنسبة 70%

الفصل الرابع : اتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك .

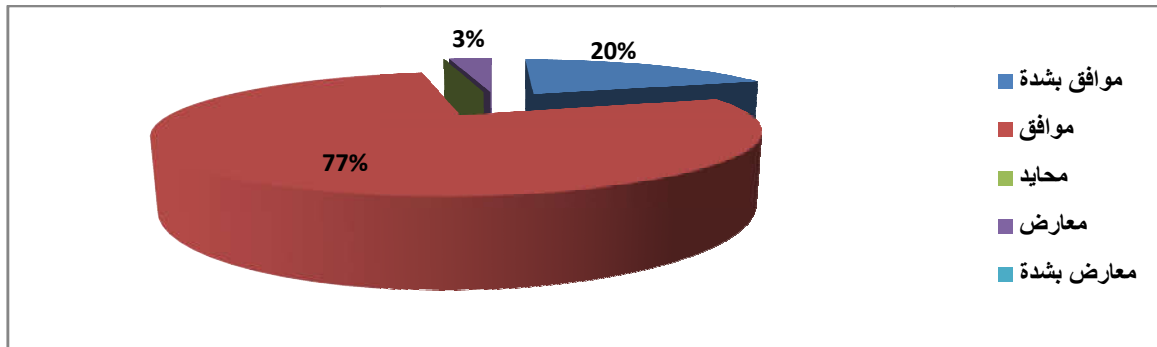
المبحث الأول: التحليل الكمي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك .

- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام المديرية عبر صفحاتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 06 | 20% |
| موافق | 23 | 77% |
| محايد | 00 | 00% |
| معارض | 01 | 03% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (31) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام المديرية عبر صفحاتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 77% من أفراد العينة موافقون و 20% موافقون بشدة ، أما المعارضون 3%.



الشكل رقم (31) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام المديرية عبر صفحاتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة

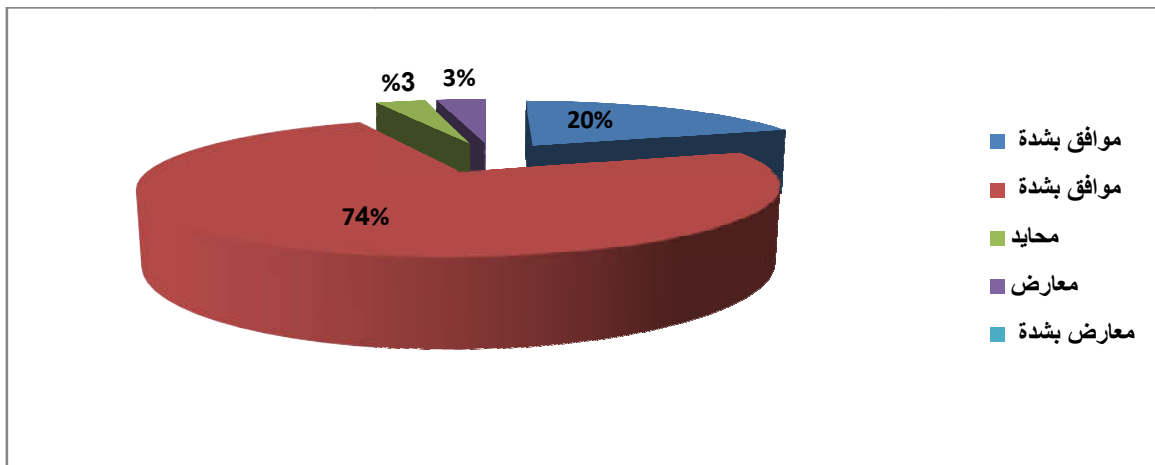
الإطار التطبيقي

- إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية على الفيس بوك في توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة .

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 06 | 20% |
| موافق | 22 | 74% |
| محايد | 01 | 3% |
| معارض | 01 | 3% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (32) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية على الفيس بوك في توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الموافقين 74% و 20% موافقون بشدة و تساوت نسبة المعارضون و المحايدون 3%.



الشكل رقم (32) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية على الفيس بوك في توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة

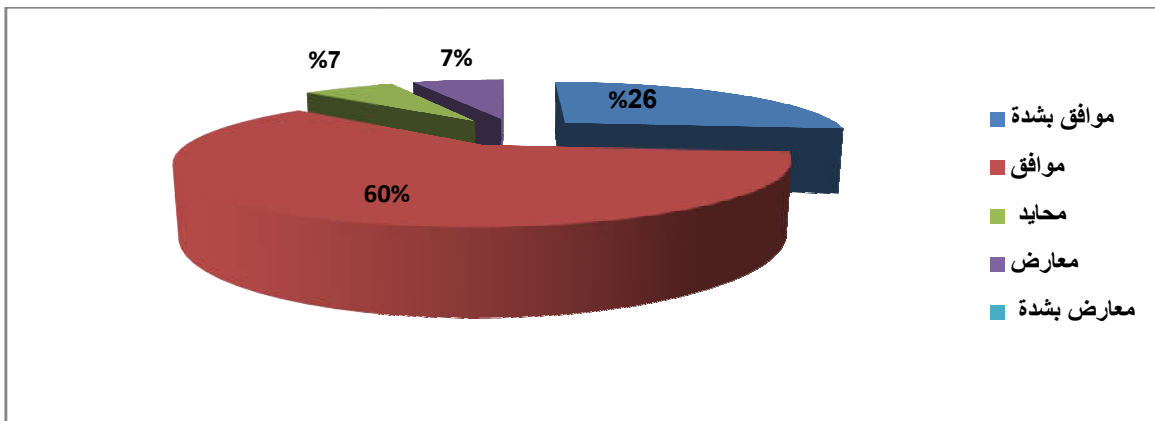
- إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بخدمة الإرشاد السياحي

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 08 | 26% |
| موافق | 18 | 60% |
| محايد | 02 | 07% |
| معارض | 02 | 07% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (33) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام صفحة

المديرية على الفيس بوك بخدمة الإرشاد السياحي

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 60% من أفراد العينة موافقون و 27% الموافقون بشدة ، و تساوت نسبة المعارضون و المحايدون 7% .



الشكل رقم (33) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بخدمة الإرشاد السياحي

الإطار التطبيقي

- إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية و الجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف

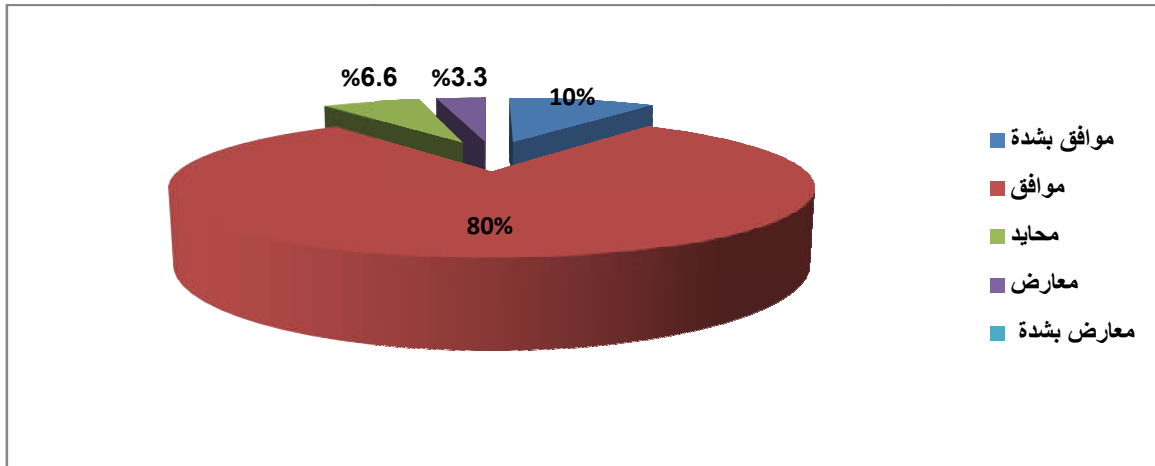
| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 3 | 10% |
| موافق | 24 | 80% |
| محايد | 2 | 6.6% |
| معارض | 01 | 3.3% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (34) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة مديرية السياحة

على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات

السياحية و الجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 80% من أفراد العينة موافقون أما الموافقون بشدة 10%، بينما بلغت نسبة المعارضون 3.3% والمحايدون 6.6%، يلاحظ أن نسبة الموافقة عالية جدا.



الشكل رقم (34) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة مديرية السياحة على

الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية و

الجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف

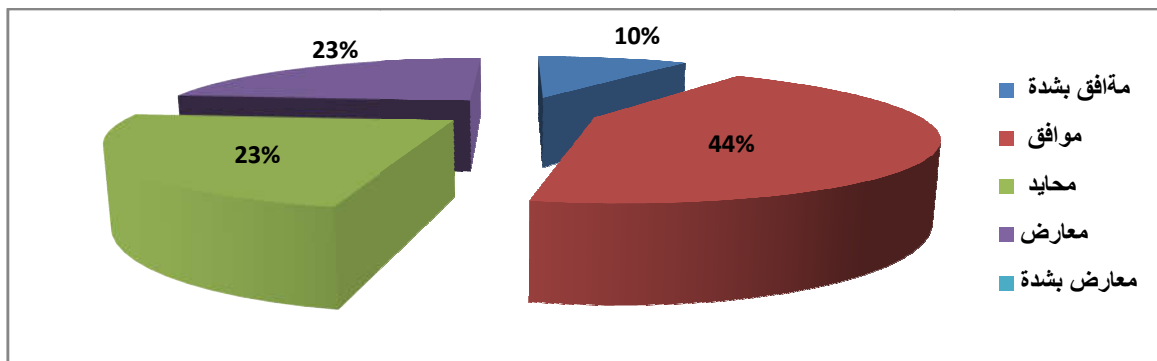
الإطار التطبيقي

- إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات.

| الوحدات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| موافق بشدة | 03 | 10% |
| موافق | 13 | 44% |
| محايد | 07 | 23% |
| معارض | 07 | 23% |
| معارض بشدة | 00 | 00% |
| المجموع | 30 | 100% |

الجدول رقم (35) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات

نلاحظ من خلال أعلاه أن نسبة 44% من أفراد العينة موافقون و 10% موافقون بشدة ، و تساوت نسبة المحايدون والمعارضون 23%، نلاحظ ان هناك تباين في إجابات المبحوثين حول نقل المديرية عبر صفحتها لنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات .



الشكل رقم (35) يوضح إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات .

الإطار التطبيقي

- الجدول رقم (36) يبين المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك .

| شدة الإتجاه | المتوسط الحسابي | معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة | العبارات |
|---------------|-----------------|------------|-------|-------|-------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| موافقة قوية | 14. | 0 | 01 | 0 | 23 | 06 | تقوم المديرية عبر صفحتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة |
| | 4.1 | 0 | 01 | 01 | 22 | 06 | تهدف الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على الصفحة المديرية في الفيس بوك على توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة |
| | 4.06 | 0 | 02 | 02 | 18 | 08 | صفحة المديرية على الفيس بوك تقوم بخدمة الإرشاد السياحي |
| | 93. | 0 | 01 | 02 | 24 | 03 | تقوم صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية والإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية والجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف |
| موافقة متوسطة | 3.4 | 0 | 07 | 07 | 13 | 03 | تقوم صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية والجمعيات في إطار تبادل المعلومات |

يلاحظ من الجدول أن المتوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من الوسط الفرضي (3) ، وهذا يشير إلى أن إجابات المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي أي موافقتهم عليها ، فجاءت عبارة تقوم المديرية عبر صفحتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة بمتوسط حسابي (4.1) حيث عبر 23 فردا من المبحوثين عن موافقتهم، و تأتي في نفس المرتبة عبارة تهدف الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على الصفحة المديرية في الفيس بوك على توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة بمتوسط حسابي (4.1) وشدة إتجاه موافقة قوية حيث كان عدد الأفراد الموافقون 22 فردا بينما عدد الأفراد الموافقون بشدة 6 أفراد، تليها ، ويتضح من خلال الجدول أن نسبة الموافقة على قيام مديرية السياحة بسطيف من خلال صفحتها على الفيس بوك بخدمة الإرشاد السياحي عالية فقد أعرب 18 فردا عن موافقتهم و 8 أفراد عن الموافقة كما تمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية بمتوسط حسابي (4.06) ، أما فيما يخص قيام صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية والإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية والجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.9) وبشدة إتجاه موافقة قوية حيث أن 24 من أفراد العينة موافقون و 3 منهم موافقون بشدة ، ولوحظ أن هناك تباين في إجابات المبحوثين حول قيام المديرية عبر صفحتها في الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات ، ف 13 من أفراد العينة موافقون و 3 موافقون بشدة بينما تساوت نسبة الحياد و المعارضة ب 7 أفراد لكل منهم .

المبحث الثاني: التحليل الكيفي الإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك .

من خلال التحليل الكمي نلاحظ أن إجابات المبحوثين نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي موافقتهم عليها ، و إنطلاقا من ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي ، تأتي في المرتبة الأولى كل من العبارتين التاليتين بمتوسط حسابي (4.1) " تقوم المديرية عبر صفحاتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة" و " تهدف الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على الصفحة المديرية في الفيس بوك على توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة" حيث تمثلت شدة الإتجاه في الموافقة القوية و بمتوسط حسابي (4.1)، من خلال نسبة الموافقة العالية نجد أن الإعلان عن الأحداث و الفعاليات السياحية من أهم النشاطات التي تنشرها المديرية على صفحاتها بالإضافة للمؤتمرات و المعارض كل هذا من أجل النهوض بالسوق السياحية وزيادة فاعليته فحسب تصريح سامي عيزو مفتش رئيسي للسياحة فإن المديرية من خلال صفحاتها على الفيس بوك تقوم بنقل وتتبع كل تطورات النشاط السياحي بالمنطقة من فعاليات و ندوات و معارض و حتى النشاطات الثقافية التي من شأنها المساهمة في زيادة حركة السوق السياحية ،كل هذا يزيد من مكانة سطيف باعتبارها من أهم الأقطاب السياحية في ، زد على ذلك الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية تقوم على توجيه و توعية أفراد المجتمع المحلي خاصة للحفاظ على المعالم و المكتسبات السياحية و للولاية فهو يعتبر واجهة المقصد السياحي لذلك مديرية السياحة بسطيف ومن خلال صفحاتها على الفيس بوك تسعى جاهدة لتوعيته و تتمية الحس السياحي لدي المواطنين .

كما نلاحظ ومن خلال التحليل الكمي للبيانات فإن أغلب أفراد العينة 26 من الأفراد يوافقون على إعتبار أن المديرية من خلال صفحاتها على الفيس بوك تقوم بالإرشاد السياحي ، حيث كانت شدة الإتجاه موافقة قوية وهذا راجع للخصائص التقنية التي يتميز بها الفيس بوك من تشاركية و فاعلية و عالمية حيث أصبحت الصفحة كمرشد سياحي يساعد المشتركين على تقديم كل المعلومات التي يحتاجونها حول

المقصد السياحي بكل سهولة . أما فيما يخص قيام صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية والإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية والجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف فقد اتجهت إجابات المبحوثين نحو الموافقة بـ 24 فردا وبشدة إتجاه موافقة قوية، فهي من المهام التي تقوم بها المديرية حيث تقوم بالإعلان عن كيفية إنشاء الوكالات مثلا أو كراء محلات تجارية للحرفيين و ذلك بنشر كل المعلومات المتعلقة بالإجراءات المتبعة لإتمام العملية ،و ذلك لتسهيل الإستثمار السياحي بالمنطقة وبالتالي المحافظة على سيرورة النشاط السياحي و حركيته ،أما بالنسبة لقيام صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية والجمعيات في إطار تبادل المعلومات " فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.4) وبشدة إتجاه موافقة متوسطة ، حيث لاحظنا تباين في الآراء بين المعارضين و المؤيدين للفكرة فأعرب 7 من أفراد العينة على معارضتهم للفكرة بينما ألتزم 7 منهم الحياد و 13 منهم موافقون هذا التباين ناجم حسب القائمين على الصفحة في قضية طبيعة العلاقة بين مديرية السياحة و الوكالات السياحية و الجمعيات ، فحسب طبيعة مديرية السياحة العمومية ، حيث أن نقلها لنشاطات وكالة على حساب أخري يعتبر تحيزا ، فعملها يكمن في الترويج للسياحة بالمنطقة بشكل عام دون تفضيل متعامل على آخر، حيث أن تنمية السياحة و تدعيم التسويق من خلال الترويج للمنطقة كمقصد سياحي هو الهدف الأساسي لوجودها كمؤسسة ، وكتقييم لدور صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في المساهمة و تدعيم التسويق السياحي بولاية سطيف أتت أغلب إجابات المبحوثين إلى أن هناك دور كبير تلعبه صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في المساهمة في تدعيم التسويق السياحي بسطيف، متمثلا في تهمين الوجهة السياحية من خلال تشجيع الإستثمار السياحي بها ، الترويج للمناطق السياحية بالمنطقة مما ساهم بشكل كبير في تنشيط التسويق السياحي بها، حلقة وصل بين مختلف المؤسسات السياحية و الوكالات و الفنادق و الجمعيات والتفاعل فيما بينها ، ادوار إعلامية ترويجية متنوعة ساهمت بشكل كبير في الحفاظ على المركز التنافسي للمديرية على المستوى الوطني وفق آراء المبحوثين كما قدم المبحوثين مقترحات لزيادة فاعلية الصفحة على الفيس بوك

- نتائج الدراسة على مستوى اتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك .

- لمست الدراسة إتجاه إيجابي لدى موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو تقديم صفحتها على الفيس بوك للمعلومات حول تنظيم مؤتمرات و معارض السياحة ، و كذا الإعلان عن الأحداث و الفعاليات المبرمجة حيث من شأنه المساهمة في زيادة الحركة السياحية بالولاية
- أظهرت الدراسة اتفاق لدى موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف الذي مثلته النسب التالية 60% و 27% بأن من أهم النشاطات التي تقوم بها صفحة المديرية هي خدمة الإرشاد السياحي.
- بينت الدراسة الاتفاق تطابق في إجابات لدى موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف بنسبة 77% نحو الاعلان عن الأحداث والفعاليات السياحية المبرمجة التي تقوم المديرية بنشرها عبر صفحة الفيس بوك من أحجل النهوض بقطاع السياحة
- بينت الدراسة الإتجاه الايجابي الذي مثلته نسبة 74% من موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو الهدف الذي تسعى إليه الحملات الاعلامية السياحية المنشورة على الصفحة في توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية
- أظهرت الدراسة بأن من أهم النشاطات التي تقوم بها صفحة المديرية على الفيس بوك الإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية و الجمعيات الثقافية بنسبة 60%

نتائج الدراسة :

- بينت الدراسة إتجاه إيجابي موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف حول فكرة إنشاء صفحة فيس بوك خاصة بالمديرية و مساهمتها في تدعيم التسويق السياحي
- بينت الدراسة تضارب في إتجاه موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف فيما يخص مساهمة صفحة المديرية في المحافظة على مركز تنافسي لها على المستوى الوطني
- أظهرت الدراسة أن موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف يؤكدون على أن إعتقاد مديرية السياحة على الفيس بوك كأداة من أدوات الإتصال لسرعة إنتشاره.
- بينت الدراسة الإتجاه الإيجابي لموظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو إسهام صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة
- أظهرت الدراسة إتفاق موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف على مساهمة صفحة المديرية في الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع .
- لمست الدراسة الإتجاه الإيجابي لموظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو إسهام صفحة هذه الأخيرة على الفيس بوك في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية والحموية والأثرية بولاية بسطيف .

- خلصت الدراسة إلى وجود تباين في إتجاهات لموظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف حول توفير الصفحة لخدمات سياحية ذات جودة عالية .
- أظهرت الدراسة أن موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف على إتفاق بأن صفحة هذه الأخيرة على الفيس بوك تساعد على التعرف على خصائص الطلب المتوقع من السياح.
- أثبتت الدراسة أن الصور والفيديوهات المنشورة على صفحة المديرية في الفيس بوك و كذا الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات والخدمات من أهم الوسائل والأدوات التي تزيد من فاعيلة الترويج للسياحة والتسويق لها.
- أكدت الدراسة على أن وجود روابط إلكترونية في صفحة مديرية السياحة بسطيف ساهم في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة، وتسهيل التعامل معها .
- لمست الدراسة إتجاه إيجابي لدي موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف نحو تقديم صفحاتها على الفيس بوك للمعلومات حول تنظيم مؤتمرات ومعارض السياحة، وكذا الإعلان عن الأحداث والفعاليات المبرمجة حيث من شأنه المساهمة في زيادة الحركة السياحية بالولاية .
- أظهرت الدراسة بأن من أهم النشاطات التي تقوم بها صفحة المديرية هي خدمة الإرشاد السياحي والإعلام عن الخدمات التجارية والإدارية الخاصة ببيع المحلات التجارية وإنشاء الوكالات السياحية.

الختامة

الخاتمة :

للسياحة أهداف من الممكن فهمها وإدراكها بسهولة ، فهي القطاع الأكثر جذبا للاستثمارات ، والقطاع الذي يساهم في تطوير القطاعات الأخرى فالسياحة بعض الدول تحتل مكانة كبيرة بين القطاعات الأخرى ، والجزائر من الدول التي تسعى إلى تطوير قطاع السياحة ، ونظرا للتطور الحاصل في وقتنا الحالي وجب الاعتماد على تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي أدت إلى ظهور نوع جديد من التواصل وهذا ما وفره موقع الفيس بوك ، لذا سعينا من خلال الدراسة التي قمنا بها ، إلى تكوين فكرة وإجابة عن الإشكالية الرئيسية حيث تبين لنا أن هناك اتجاه ايجابي لدى موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية إزاء دور صفحة مديريتهم على الفيس بوك في تدعيم التسويق السياحي ، حيث أن المديرية تسوق للوجهة السياحية عن طريق الفيس بوك بعبارة أخرى تباع شيء لا مادي لكي تتمكن مختلف المرافق منطقة من فنادق ووكالات وحمامات من بيع منتجاتها السياحية بمعنى إنها تثنى لوجهة سطيف عامة ، حيث تساهم في الترويج لمختلف المعالم السياحية التي تزخر بها المنطقة وتسهل المعاملات ، كما يتضح الدور الذي تلعبه صفحة الفيس بوك في ترويج السياحي كأسلوب فعال في زيادة نشاط السياحي بالمنطقة، باعتباره عنصر مهم لأنه مكمل لعناصر التسويق التقليدي وامتداد له بطريقة مستحدثة، فهذه الميزات والخصائص التي يتميز بها التسويق عبر موقع الفيس بوك تجعله الوسيلة الأنجع من بين الوسائل المستخدمة في العملية الترويجية المتطورة .

المراجع

أولاً: المعاجم :

1. هبة محمد عبيد ، معجم مصطلحات التربية علم النفس (ط1؛ عمان : دار البداية، 2008).

ثانياً: الكتب :

2. أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية (ط1؛ الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2012).

3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال (ط3؛ الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية).

4. جمال محمد شنب، البحث العلمي المناهج و الطرق و الأدوات (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2007).

5. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية (ط1؛ الجزائر: دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، 2007).

6. سناء حسن الخولي، الأسرة و حياة العائلية (ط1؛ عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع ، 2011).

7. عمار بحوش، دليل الباحث في المنهجية و كتابة الرسائل الجامعية (ط2؛ الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب، 1990).

8. عمار مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008).

9. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (ط2؛ القاهرة: علم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة ، 2004).

10. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية ، تر: صحراوي و آخرون ، (ط1 ؛ الجزائر ،الدار القصبية للنشر، 2006).

11. مي عبد الله، نظريات الاتصال (ط1؛ لبنان :دار النهضة العربية، 2006).

ثالثا: المقالات و المذكرات:

12. بوقنون نهاد و آخرون، دور مواقع التواصل الإجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية (مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في الإعلام و الإتصال ،تخصص علاقات عامة)،جامعة قالمة، 2017.
13. باتشو سهيلة ، دور الفيس بوك في التسويق السياحي (مذكرة ماستر) ، جامعة أم البواقي ، 2017.
14. جبارة كنزة ،إتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية (رسالة ماجستير)، جامعة بسكرة ، 2013 .
15. صفاء جواد عبد الحسين،" تسويق الخدمة السياحية الكترونيا وأثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية "،مجلة كلية التربية،المعهد الطبي التقني، المنصور،العدد السابع .
16. محمد فراج عبد السميع،" دور مواقع التواصل الإحتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي "مقال صادر عن وزارة السياحة ،2012 .
17. صبري عبد السميع ،" الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول"، مجلة جغرافية المغرب، (2006).

رابعا :المقابلات :

18. سامي عيوز، مفتش رئيسي في السياحة، مديرة السياحة والصناعة التقليدية بسطيف،يوم الخميس 3ماي 2018 على الساعة 10.00 صباحا .
19. زيان زيدان مفتش رئيسي،المديرة السياحة والصناعة التقليدية بسطيف،الخميس 3 ماي 2018 على الساعة 12.00 صباحا.

فهرس الجداول

و الأشكال

فهرس الجداول و الأشكال

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 13 | مجتمع الدراسة حسب متغير الجنس | 01 |
| 14 | مجتمع الدراسة حسب متغير السن | 02 |
| 15 | مجتمع الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي | 03 |
| 16 | مجتمع الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة | 04 |
| 24 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو مساهمة صفحة المديرية في تدعيم السياحة بالمنطقة | 05 |
| 25 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو إتباع إستراتيجية تسويقية من خلال منشورات الصفحة على فيسبوك | 06 |
| 26 | موقف موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحة المديرية على الفيس بوك في المحافظة على المركز التنافسي لها على المستوى الوطني | 07 |
| 27 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها كوسيلة جديدة لتنشيط السياحة بالمنطقة. | 08 |
| 28 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لسرعة انتشاره | 09 |
| 29 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لتكلفته المنخفضة | 10 |
| 30 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحتها على الفيس بوك للترويج السياحي لكثرة مستخدمي الفيس بوك | 11 |
| 31 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك للترويج السياحي لتجاوزه مشكلة العراقيل الجغرافية و الإدارية | 12 |
| 32 | موقف موظفي مديرية السياحة نحو استخدام صفحة الفيس بوك للترويج السياحي لأنه يفتح مجال أوسع و أوفر لمخاطبة العملاء و الزبائن | 13 |
| 33 | المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بموقف موظفي مديرية السياحة حول الإستراتيجية التسويقية المتبعة على صفحة المديرية على الفيس بوك | 14 |

فهرس الجداول و الأشكال

| | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 39 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها على الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة | 15 |
| 40 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها على الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع | 16 |
| 41 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف | 17 |
| 42 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك بالتعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة | 18 |
| 43 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول توفير الصفحة في الفيس بوك لخدمات سياحية ذات جودة عالية. | 19 |
| 44 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي. | 20 |
| 45 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة صفحاتها على الفيس بوك في التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح. | 21 |
| 46 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول إعتبار صفحاتها عبر الفيس بوك أكثر فاعلية مقارنة مع الوسائط الأخرى | 22 |
| 47 | المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة بإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو فاعلية التسويق السياحي عبر الفيس بوك | 23 |
| 52 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحاتها بالفيس بوك في ترويج السياحة بها | 24 |
| 53 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحة مؤسستهم في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة | 25 |
| 54 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات و الخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك في تعزيز التسويق السياحي بولاية سطيف | 26 |

فهرس الجداول و الأشكال

| | | |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 55 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول مساهمة وجود روابط الإلكترونية في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة | 27 |
| 56 | إتجاه موظفي مديرية السياحة دور الحملات الإعلامية المنشورة في صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في تنشيط التسويق السياحي بسطيف. | 28 |
| 57 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول ارتباط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائل أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها و نشاطاتها كالتوتير و البريد الإلكتروني و غيرها | 29 |
| 58 | المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة باتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف حول الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك | 30 |
| 63 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام المديرية عبر صفحتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة | 31 |
| 64 | إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية على الفيس بوك في توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة. | 32 |
| 65 | إتجاه موظفي مديرية السياحة حول قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بخدمة الإرشاد السياحي | 33 |
| 66 | إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية و الجمعيات الثقافية وكذا كراء المحلات للحرفين بولاية سطيف | 34 |
| 67 | إتجاه موظفي مديرية السياحة نحو قيام صفحة المديرية على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات. | 35 |
| 68 | المتوسط الحسابي و شدة الإتجاه الخاصة باتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك. | 36 |

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

| الموضوع | الصفحة |
|-----------------|--------|
| شكر وعرهان..... | |
| الإهداء..... | |
| خطة البحث..... | |
| مقدمة..... | 01 |

الإطار المنهجي

| | |
|--------------------------------------|----|
| • إشكالية | 04 |
| • التساؤلات | 04 |
| • أهمية الدراسة | 05 |
| • تحديد مفاهيم | 05 |
| • أسباب إختيار الموضوع | 07 |
| • أهداف الدراسة | 07 |
| • المدخل النظري للدراسة..... | 08 |
| • نوع الدراسة و منهجها..... | 09 |
| • أدوات جمع البيانات | 10 |
| • الأساليب الإحصائية المستخدمة | 11 |
| • مجتمع البحث..... | 12 |
| • الدراسات السابقة..... | 17 |

الإطار التطبيقي

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| الفصل الأول: موقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية التسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك | 24 |
| المبحث الأول: التحليل الكمي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية لتسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك | 24 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| المبحث الثاني: التحليل الكيفي لموقف موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف من الإستراتيجية لتسويقية المعتمدة في صفحة مؤسستهم على الفيس بوك | 35 |
| النتائج | 38 |
| الفصل الثاني : إتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي | 39 |
| المبحث الأول: التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي | 39 |
| المبحث الثاني: التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي | 48 |
| النتائج | 51 |
| الفصل الثالث: اتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك | 52 |
| المبحث الأول : التحليل الكمي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك..... | 52 |
| المبحث الثاني : التحليل الكيفي لاتجاه موظفي مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك..... | 60 |
| النتائج | 62 |
| الفصل الرابع: اتجاهات موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك | 63 |
| المبحث الأول : التحليل الكمي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك | 63 |
| المبحث الثاني: التحليل الكيفي لإتجاه موظفي مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحاتها على الفيس بوك..... | 70 |
| النتائج | 72 |
| نتائج الدراسة | 73 |
| الخاتمة | 76 |

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول موضوع

اتجاهات موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف
إزاء دور صفحة مؤسستهم على الفيسبوك في تدعيم التسويق السياحي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تتعلق هذه الإستمارة بموضوع دراسة أكاديمية علمية لذا نرجو من سيادتكم الإجابة على الأسئلة بكل صدق وموضوعية .

ملاحظة :

- ضع علامة (x) في الخانة المناسبة.
- عدم ترك أي خانة بدون إجابة.

إشراف الأستاذة :

* ولد جاب الله سعاد

إعداد الطلبتان :

- النعمي نور اليقين
- بوناوي فطيمة الزهرة

السنة الجامعية : 2018/2017

- البيانات الشخصية

| | | | | |
|--------------------------|--------------------|--------------------------|------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | أنثى | <input type="checkbox"/> | ذكر | الجنس : |
| <input type="checkbox"/> | 35 -31 | <input type="checkbox"/> | 30-25 | السن : |
| <input type="checkbox"/> | من 41 فأكثر | <input type="checkbox"/> | 40 -36 | |
| <input type="checkbox"/> | جامعي | <input type="checkbox"/> | ثانوي | المستوى التعليمي : |
| | | <input type="checkbox"/> | دراسات عليا | |
| <input type="checkbox"/> | من 05 إلى 10 سنوات | <input type="checkbox"/> | أقل من 05 سنوات | سنوات الخبرة : |
| <input type="checkbox"/> | من 16 إلى 20 سنة | <input type="checkbox"/> | من 11 إلى 15 سنة | |
| | | <input type="checkbox"/> | أكثر من 20 سنة | |

المحور الأول : موقف عمال مديرية السياحة لولاية سطيف من الاستراتيجية التسويقية المعتمدة في الصفحة

- إنشاء صفحة فيسبوك خاصة بالمديرية ساهم في تدعيم السياحة بالمنطقة .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- منشورات صفحة المديرية على الفيس بوك تهدف إلى التسويق دون إستراتيجية محددة .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تهدف مديرية السياحة من خلال التسويق السياحي عبر صفحتها بالفيس بوك ل:

* المحافظة على المركز التنافسي للمديرية على المستوى الوطني

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

* استخدام وسائل جديدة من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| معارض بشدة | معارض | محايد | موافق | موافق بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تعتمد مديرية السياحة بسطيف على التسويق السياحي عبر صفحتها في الفيس بوك لـ :

- * سرعة إنتشاره موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
- * تكلفته المنخفضة موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
- * كثرة مستخدمي الفيس بوك موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
- * تجاوز مشكلة العراقل الجغرافية و الإدارية موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة
- * يفتح مجال أوسع و أوفر لمخاطبة العملاء و الزبائن موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

المحور الثاني: إتجاهات عمال مديرية السياحة بسطيف نحو دور صفحة المديرية على الفيس بوك في تفعيل التسويق السياحي

- يساهم الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك في تشجيع الإستثمار السياحي بالمنطقة .

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- يساهم الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك في نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع .

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- يعمل الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك على تنمية السياحة الداخلية بولاية سطيف.

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- يساهم الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك في التعريف بالمناطق السياحية الجبلية و الحماوية والأثرية التي تزخر بها المنطقة .

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك يوفر خدمات سياحية ذات جودة عالية.

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- يعمل الترويج السياحي عبر صفحة المديرية في الفيس بوك على دراسة سلوك المستهلك السياحي.

- موافق بشدة موافق محايد معارض معارض بشدة

- يساعد الترويج السياحي عبر الفيس بوك على التعرف لخصائص الطلب المتوقع من السواح.

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

المحور الثالث : اتجاه عمال مديرية السياحة لولاية سطيف نحو الوسائل والأدوات المستخدمة في صفحة المديرية على الفيس بوك .

- إستخدام الخرائط الجغرافية عن المناطق السياحية بسطيف عبر صفحتها بالفيس بوك يساهم في ترويج السياحة بها .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- الصور والفيديوهات التي تنشرها صفحتكم ساهمت في التعريف بالمعالم و المقومات السياحية بالمنطقة .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- نشر الإعلانات عن التظاهرات والمسابقات و الخدمات على الصفحة المديرية في الفيس بوك يعزز التسويق السياحي بولاية سطيف .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- وجود روابط الإلكترونية ساهم في توصيل المستخدمين بصفحات الفنادق والوكالات السياحية بالمنطقة و .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- الحملات الإعلامية المنشورة في صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك تزيد من فاعلية التسويق السياحي بسطيف.

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- ترتبط صفحة المديرية على الفيس بوك بوسائل أخرى خاصة بها من أجل توفير معلومات أكثر عنها و نشاطاتها كالتويتر و البريد الإلكتروني و غيرها .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تتيح صفحة المديرية على الفيس بوك خدمة الدفع الإلكتروني في حالة الرحلات السياحية.

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

المحور الرابع : اتجاهات عمال مديرية السياحة بسطيف نحو أهمية النشاطات التي تقوم بنشرها عبر صفحتها على الفيس بوك .

- تقوم مديرية السياحة عبر صفحتها على الفيس بوك بالإعلان عن أحداث و الفعاليات السياحية و تنظيم المؤتمرات و المعارض من أجل تنشيط السياحة بالمنطقة .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تهدف الحملات الإعلامية السياحية المنشورة على صفحة المديرية على الفيس بوك إلى توجيه أفراد المجتمع للحفاظ على المعالم السياحية في المنطقة .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- صفحة المديرية على الفيس بوك تقوم بخدمة الإرشاد السياحي .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تقوم صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بالإعلام عن الخدمات التجارية و الإدارية الخاصة بإنشاء الوكالات السياحية و الجمعيات الثقافية وكذا بيع المحلات للحرفين بولاية سطيف

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- تقوم صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك بنقل مختلف النشاطات التي تقوم بها الوكالات السياحية و الجمعيات في إطار تبادل المعلومات .

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

- ما تقييمكم لدور صفحة مديرية السياحة على الفيس بوك في المساهمة و تدعيم التسويق السياحي بولاية سطيف؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- ما مقترحاتكم لتطوير و زيادة فاعلية صفحة المديرية على الفيس بوك من أجل العمل على النهوض بقطاع السياحة بالمنطقة وزيادة مكانته التنافسية على المستوى الوطني؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

أسئلة المقابلة :

س1 - متى تم إنشاء صفحة مديرية السياحة و الصناعات التقليدية على الفيس بوك ؟

س2 - ماهو الدافع من إنشاء صفحة للمديرية على الفيس بوك ؟

س3 - هل تعتمدون على مختصين في مجال التسويق السياحي من أجل النشر على الصفحة ؟

س4 - هل تتبعون إستراتيجية معينة للنشر على صفحة المديرية ؟

س5 -إفادتنا بمعلومات حول خصائص صفحة المديرية على الفيس بوك ؟

✓ النشر في الصفحة يكون: يوميا أسبوعيا شهريا حسب الحاجة

✓ معدل النشر في الصفحة : من موضوع إلى موضوعين حسب المستجدات

✓ لغة النشر على صفحتكم : عربية فصحي عامية لغة أجنبية عدة لغات

✓ هل تتيح صفحتكم إمكانية الرد الآلي ؟

✓كيف يتم الرد على تعليقات متابعيكم ؟ رسالة خاصة تعليق إعجاب مشاركة لا يتم الرد

س6 - كيف تقيمون فعالية متبوعي صفحتكم ؟ عالي متوسط ضعيف

س7- إلى أين وصل تعداد المتبوعي صفحتكم حاليا ؟

س8- هل تعتقد أن الفيسبوك يساعد مديريتكم على تجاوز المعوقات الموجودة في الممارسة العادية أو

بمعنى إستخدام الوسائل التقليدية ؟

س9- ماتقييمكم للنشاط السياحي بولاية السطيف قبل إنشاء صفحة المديرية على الفيس بوك و بعد

إنشائها ؟ و كيف لمستم ذلك على أرض الواقع (إحصاءات أرقام تقارير) ؟

أولا / نشأة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

لقد مرت مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بعدة مراحل إنشائية و هذا حسب المراجع القانونية التالية:

➤ المرسوم التنفيذي رقم: 260/95 المؤرخ في 29 أوت 1995 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة في خلال هذه الفترة تم إنشاء مديريات للسياحة على مستوى ولايات محدد قانونيا و معظمها ولايات ساحلية أما بالنسبة للولايات الداخلية فتم اعتماد مفتشيات للسياحة كما هو شأن ولاية سطيف فقد اعتمدت مفتشية للسياحة.

➤ المرسوم التنفيذي رقم: 2000/376 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000 المتضمن إنشاء على مستوى كل ولاية مديرية للسياحة و الصناعة التقليدية .

➤ المرسوم التنفيذي رقم: 216/05 المؤرخ في 11 جوان 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية.

➤ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 أوت 2007 الذي يحدد تنظيم مديرية السياحة بالولاية في مكاتب ، خلال هذه الفترة تم تغيير الوزارة من وزارة السياحة إلى وزارة التهيئة العمرانية و البيئة و السياحة.

➤ المرسوم التنفيذي رقم: 257/10 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و يحدد مهامها تنظيمها. من خلال هذا المرسوم تم إنشاء مديرية السياحة و الصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية حيث تم ضم الصناعة التقليدية للسياحة .

➤ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2012 الذي يحدد تنظيم مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بالولاية في مكاتب، من خلال هذا القرار تم تنظيم الهياكل الإدارية بالمديرية و هذا كالتالي:

ثلاث مصالح:

مصحة السياحة

مصحة الصناعة التقليدية

مصحة الإدارة و الوسائل

تظم كل مصلحة ثلاث مكاتب

- المجموع الكلي للموظفين : 30 موظف
- المجموع الكلي للعمال المتعاقدون : 07 عمال.

ثانيا/ مهام مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

بمقتضى المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم: 257/10 المذكور أعلاه تكلف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية للولاية بمايلي:

1/ في مجال السياحة:

- ✓ إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية
- ✓ المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية
- ✓ السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية
- ✓ تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية
- ✓ تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقييم نتائجها
- ✓ جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها
- ✓ إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي
- ✓ توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية
- ✓ السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال
- ✓ المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيّما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي ،
- ✓ السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه،

- ✓ تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي ،
- ✓ المشاركة، بالاتصال مع القطاعات المعنية ، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية .
- ✓ المساهمة في إعداد المخطط السنوي و المتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية .
- ✓ إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي .

2/ في مجال الصناعة التقليدية

- ✓ إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية
- ✓ المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له .
- ✓ السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات و المقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- ✓ تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات و الفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها ،
- ✓ المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية ،
- ✓ جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها ،
- ✓ تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها ،
- ✓ ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية ،
- ✓ إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية

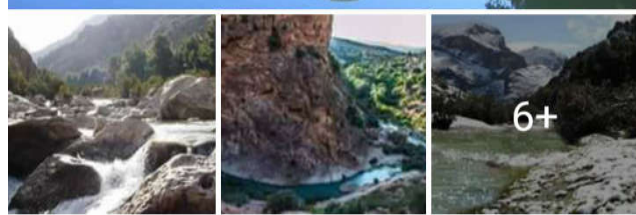
15 ماي، الساعة 13:10
سد الزايري فضاء جميل للعائلات



21 تعليقًا • 7 مشاركات 106

مشاركة تعليق أعجبنى

المناسبات مقاطع الفيديو الصور حول الصفحة الرئيسية



11 تعليقًا • 13 مشاركة 73

مشاركة تعليق أعجبنى

☆ ⬇️ 📞 🗨️



مشاركة تعليق أعجبنى

مديرية السياحة سطيف Direction du Tourisme Sétif
9 أفريل، الساعة 23:28

#Algeria #Sétif #Djmla



أنت و13 من الأشخاص الآخرين

مشاركة تعليق أعجبنى

مديرية السياحة سطيف Direction du Tourisme Sétif

1 ساعة • جميلة #مديرية_السياحة_سطيف



4 تعليقًا • 2 مشاركات أنت و24 من الأشخاص الآخرين

مديرية Direction du Tourisme Sétif السياحة سطيف

31 مارس، الساعة 16:38

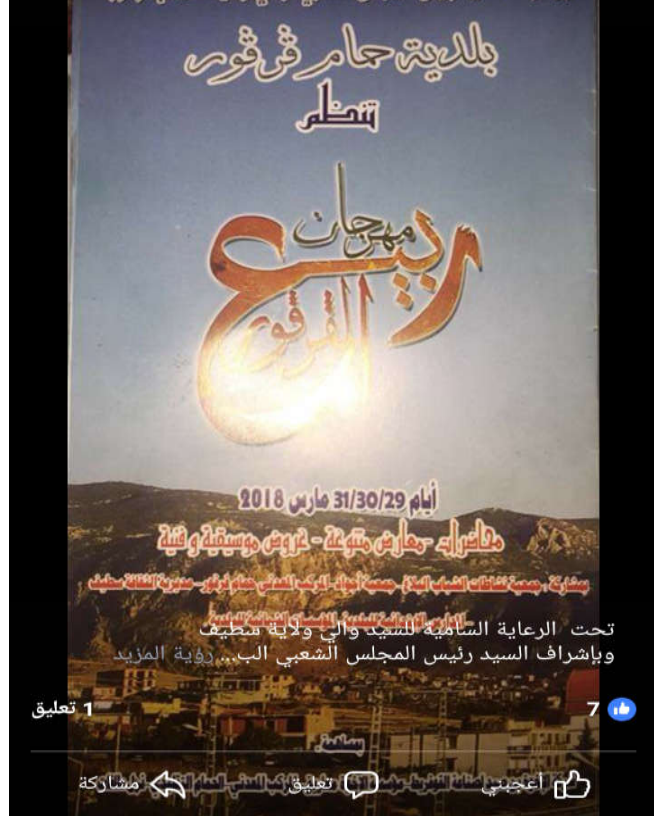
مهرجان ربيع الفرفور في طبعته الأولى.
شهد مهرجان ربيع الفرفور في طبعته الأولى حضورا قويا من طرف مواطني المنطقة وكذا زوارها. و الذي تزينت بابتسامتهم ب... متابعة القراءة



قام Direction du Tourisme Sétif مديرية السياحة سطيف إضافة 27 من الصور الجديدة.

3 ماي، الساعة 17:43

تغطية بالصور لفعاليات معرض التسوق الخاص بالصناعة التقليدية المقام في الهواء الطلق على مستوى المركز التجاري الرايس



30 مارس، الساعة 00:16

السلطات الولائية والمحلية المشرفة على إفتتاح مهرجان ربيع الفرفور في طبعته الأولى

24



قام مديرية Direction du Tourisme Sétif السياحة سطيف بإضافة 18 من الصور الجديدة.

30 مارس، الساعة 00:32



مهرجان ربيع الفرغور كم هي جميلة هذه الابتسامه على وجوه الاطفال العروض البهلوانية التي ابهجت صدورهم شكرا لكل من ساهم في زرع ابتسامه على وجوه الجميع....

2 تعليقات أنت وفاتي طيمة و 31 من الأشخاص الآخرين

مشاركة تعليق أعجبنى



مشاركة تعليق أعجبنى



الصفحة الرئيسية حول الصور مقاطع الفيديو المناسبات

قام مديرية Direction du Tourisme Sétif السياحة سطيف

10 مارس، الساعة 14:09



الصالون الدولي الثاني والعشرون للصناعة التقليدية... قريبا

تحت الرعاية السامية لفخامة رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة

وتحت إشراف معالي وزير السياحة والصناعة التقليدية

الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية تنظم

الصالون الدولي الثاني والعشرون للصناعة التقليدية



☆ 📍 📞 💬

قام مديرية Direction du Tourisme Sétif السياحة سطيف بإضافة 15 من الصور الجديدة.

30 مارس، الساعة 00:37



معرض لمختلف المنتجات المحلية للصناعة التقليدية لحرقي المنطقة بمهرجان ربيع الفرغور

فاتي طيمة و 16 من الأشخاص الآخرين

مشاركة تعليق أعجبنى



مشاركة تعليق أعجبنى



الصفحة الرئيسية حول الصور مقاطع الفيديو المناسبات

قام مديرية Direction du Tourisme Sétif السياحة سطيف بإضافة 5 من الصور الجديدة.

2 أبريل، الساعة 18:39



اشرف اليوم بالعاصمة ، معالي وزير السياحة والصناعة التقليدية برفقة معالي وزير الثقافة والسيد والي ولاية الجزائر، على إطلاق أشغال الندوة الوطنية حول... متابعة القراءة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الندوة الوطنية حول تطوير السياحة الثقافية و ترفيها
'السياحة للثقافة، شركة متداولة في خدمة وجهه الجزائر'

09:00x ٧٨٨٧٧ ٧٨٨ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧
٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧
٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧ ٧٨٨٧٧

فندق الأوراسي ، الاثنين 02 أبريل 2018

المعرض المشترك للصناعة التقليدية و التراث الثقافي

☆ 📍 📞 💬

Direction du Tourisme Sétif مديرية السياحة سطيف

25 أفريل، الساعة 11:20



فيديو ترويجي لولاية سطيف
video promotionnel sur notre belle region de Sétif

#مديرية_السياحة_والصناعة_التقليدية_سطيف



أنت و278 من الأشخاص الآخرين 14 تعليقًا • 424 مشاركة



Direction du Tourisme Sétif مديرية السياحة سطيف

25 مارس، الساعة 21:02



اعلان الى اصحاب المؤسسات الفندقية على مستوى ولاية سطيف نظرا لكم الهائل من السواح الوافدين على الولاية في هذه العطلة الربيعية سواء كانوا سواح اجانب أو ج...
متابعة القراءة



6 تعليقات • 1 مشاركة 74



Direction du Tourisme Sétif مديرية السياحة سطيف بإضافة 8 من الصور الجديدة.

4 ساعات



زيارة وفد سياحي من أستراليا للمتحف والموقع الأثري #جميلة :
2018/04/19

(OGEBC DJEMILA)

8 تعليقات • 4 مشاركات

49

مشاركة تعليق أعجبنى



أنت و1 من الأشخاص الآخرين

مشاركة تعليق أعجبنى

Direction du Tourisme Sétif مديرية السياحة سطيف بإضافة 7 من الصور الجديدة.

26 مارس، الساعة 08:38



عدد كبير من اخواننا التونسيين يتوافدون على الولاية في هذه الفترة فمرحبا بكم وإقامة طيبة بولايتنا



6 تعليقات • 1 مشاركة 74



الصفحة الرئيسية حول الصور مقاطع الفيديو المناسبات

مفتوح الآن
ساعات العمل 08:00 ص - 04:30 م

اقتراح تعديلات

عرض الكل

المجتمع

دعوة أصدقاؤك لتسجيل الإعجاب بهذه الصفحة

حاز هذا على إعجاب 4914 من الأشخاص

تتم متابعة هذا بواسطة 5007 من الأشخاص

تم تسجيل الإعجاب بهذا المكان أو الدخول إليه بواسطة فاتي طيمة



عرض الكل

الصفحة الرئيسية حول الصور مقاطع الفيديو المناسبات

<http://www.facebook.com/Direction.Tourisme.setif>

شركة سفر

يفتح يوم الأحد
ساعات العمل 08:00 ص - 04:30 م

اقتراح تعديلات

عرض الكل

المجتمع

دعوة أصدقاؤك لتسجيل الإعجاب بهذه الصفحة

حاز هذا على إعجاب 4188 من الأشخاص

تتم متابعة هذا بواسطة 4266 من الأشخاص

تم تسجيل الإعجاب بهذا المكان أو الدخول إليه بواسطة فاتي طيمة



قام مديرية السياحة سطيف بإضافة 23 من الصور الجديدة.
7 ماي، الساعة 20:34

بعض صور فندق four points by Sheraton الذي تم تدشينه اليوم من طرف معالي وزير الداخلية بطاقة استعاب تقدر ب 192 غرفة و382 سرير و حوالي 100 منصب شغل #مديرية_السياحة_سطيف

أنت وفاتي طيمة و 317 من الأشخاص الاخرين 67 تعليقا

أعجبني تعليق مشاركة



ملخص الدراسة :

تستهدف الدراسة قياس اتجاه موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بسطيف إزاء دور صفحة مؤسستهم في تدعيم التسويق السياحي باعتبارهم الفاعلين في هذا المجال وهل هذه الإتجاهات أقرب إلى الإيجابية أو السلبية ، وكذا تسليط الضوء على أهمية استثمار خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة في قطاع السياحة ، بالإضافة إلى محاولة تقييم مدى حركية وتفاعلية هذه الأخيرة ومعرفة أهم الإتجاهات المتعلقة بها من طرف الموظفين.

وتكمن أهمية الدراسة في أن التسويق السياحي عن طريق الفيس بوك من المفاهيم الحديثة التي ظهرت مع التطور التكنولوجي ، ونظرا للأعداد الهائلة من الأفراد المشتركين فيه وتفاعلاتهم يمكن القول أنه أصبح أداة تسويقية فعالة من أجل الوصول إلى المستهلكين و توجيه أفكارهم وتنطلق الدراسة في ايطارها النظري من النظرية البنائية الوظيفية من خلال الدور الذي تقوم به صفحة الفيسبوك في تعريف وترويج للمقومات السياحية ، وفي ايطار المنهج المسحي لموظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بسطيف والذي تمثل عددهم في 30 موظف ، من خلال أداة استبيان ، وخلصت الدراسة في الأخير إلى جملة من نتائج بينت الاتجاه الايجابي لموظفي المديرية نحو الدور الذي تقوم به صفحة مؤسستهم على الفيس بوك من أجل تدعيم التسويق السياحي.

Résumé de l'étude:

étude visant à mesurer la direction des travailleurs du tourisme et de l'artisanat Direction sur le rôle d'une page de leur organisation pour soutenir la commercialisation du tourisme comme des acteurs dans ce domaine et si ces tendances plus proches du positif ou négatif, ainsi que souligner l'importance de l'investissement dans les caractéristiques de la technologie de communication du secteur du tourisme moderne, en plus d'essayer d'évaluer l'ampleur de la L'importance de l'étude que le marketing du marketing par le biais de Facebook des concepts modernes qui ont émergé avec le développement technologique, et compte tenu du grand nombre d'individus impliqués dans le L'étude est basée sur le rôle théorique de la page Facebook dans la définition et la promotion des composantes du tourisme, et dans le cadre de la méthode d'enquête pour les travailleurs de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat Bastif, qui représente le nombre de 30 travailleurs, grâce à un outil de questionnaire, et conclu l'étude dans ce dernier à un ensemble de résultats a montré la tendance positive des travailleurs de la Direction vers le rôle joué par la page sur Facebook