

## مقدمة الفصل

بعد التطرق الى الجانب النظري الخاص بالسياحة و الصناعات التقليدية و الحرف سنتطرق في هذا الفصل الى الدراسة الميدانية الخاصة ببحثنا هذا من أجل اثراء هذه الدراسة من خلال دراسة و تحليل النتائج المتحصل عليها خصوصا تلك المتعلقة بمخرجات الاستبيانين ، ولقد خصص هذا الفصل لشرح طريقة الحصول على المعلومات و كذا كيفية ادارة الاستبيان ومختلف الاساليب المستعملة في التحليل ، بالإضافة الى الشرح المفصل والتعليقات عن مختلف اجابات عينة الدراسة عن جميع اسئلة الاستبيانين الى غاية الحصول على مختلف النتائج ، و التي تم استعمالها من أجل الاجابة على فرضيات الدراسة الأربعة التي تم الاشارة اليهم في بداية بحثنا هذا ، و على ضوء ما سبق ذكره قمنا بتقسيم هذا الفصل الى ثلاث عناصر تتمثل في :

المبحث الاول : تقديم الدراسة الميدانية

المبحث الثاني :تقديم الاستبيان الاول و الثاني و تحليل الاجابات.

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

### المبحث الاول : تقديم الدراسة الميدانية

- بغية الالمام بمختلف جوانب موضوع بحثنا هذا المتمثل في البحث عن كيفية تفعيل دور الصناعات التقليدية و الحرف في ترقية السياحة الجزائرية فقد تم التطرق الى العديد من الأدوات من اجل الحصول على مختلف المعلومات الازمة منها : المقابلة ، الوثائق و المطبوعات و الاستبيان .
- 1- **المقابلة :** من اجل الالمام الجيد بموضوع البحث و توضيح نقاط الغموض لدى الباحث فقد تم القيام بالعديد من المقابلات الشخصية مع العديد من الحرفيين الجزائريين و كذا العاملين في وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، أهمها المقابلة الشخصية مع السيد بن زعرور شكري المسؤول المباشر عن قطاع الصناعات التقليدية في وزارة السياحة و الصناعات التقليدية .
- 2- **الوثائق و المطبوعات :** من اهم المصادر التي ساهمت في تشكيل عناصر بحثنا هذا ، حيث تمثلت في مختلف الكتب و المراجع و المطويات ذات الصلة بموضوع بحثنا ، منها : مدونة الصناعات التقليدية و كذا تقارير و احصائيات مقدمة من طرف العاملين في هذا القطاع .
- 3- **الاستبيان :** من اجل تدعيم الجانب النظري و الوقوف على مدى صحة فرضيات البحث قمنا بإعداد استبيانين ، الاول موجه للسائحين و الثاني موجه للحرفيين الجزائريين .
- 4- **ادارة الاستبيان :**

تهدف ادارة الاستبيان الى تحديد مجتمع و عينة البحث او الدراسة بالإضافة الى طرق جمع المعلومات و الأساليب الاحصائية المستعملة في معالجة و تحليل الاستبيان من اجل الحصول على النتائج .

### المبحث الثاني: تقديم الاستبيان الاول و الثاني و تحليل الاجابات

في هذا المبحث سيتم تقديم الاستبيان الاول و الثاني و التعليق على الاجابات من طرف الباحث

1. **الاستبيان الاول :**

- 1- **تحديد مجتمع و حجم العينة :** بما ان هذا الاستبيان موجه لمختلف السائحين او السائحين المحتملين و غير المحتملين لمختلف مناطق الجزائر فانه لا يمكن حصر حجم المجتمع ، و لهذا فقد لجأنا الى اختيار عينة عشوائية تقدر ب 385 شخص .

## 2- صياغة الاستبيان :

لقد تم صياغة الاستبيان بما يتوافق مع متطلبات بحثنا ، و لقد قمنا بهيكله الأسئلة ووضعها بحسب الاهداف المرجوة منها . (انظر الملحق الاول )

### 3- هيكله الاستبيان: يحتوي الاستبيان على:

- أسئلة مغلقة ذات اجابة واحدة

-أسئلة مغلقة متعددة الاجابات

-أسئلة لقياس الاتجاهات

### 4- اهداف الاستبيان :

**الجزء الاول :** قياس مدى الاقبال على السياحة في الجزائر و انواع السياحة المفضلة فيها ، بالإضافة الى تحديد اسباب العكوف عن السياحة في الجزائر بالنسبة للذين يمتنعون عنها .

**الجزء الثاني :** معرفة مدى اهمية الصناعات التقليدية في اختيار الوجهة السياحية بالإضافة الى انواع منتجات الصناعة التقليدية المفضلة .

**الجزء الثالث :** تقييم سياسة الترويج و مختلف عناصر المزيج الترويجي الخاص بالصناعات التقليدية و الحرف .

**الجزء الرابع :** ملف تعريفى عن عينة الدراسة من خلال مختلف البيانات الشخصية لمختلف المستجوبين .

**5- طرق جمع المعلومات :** تم اعداد الاستبيان الكترونيا بواسطة خدمة غوغل و تم نشر الاستبيان و تداوله في مختلف وسائط التواصل الاجتماعى بدءا من 10 جانفي 2019 الى غاية نهاية شهر جوان من نفس السنة .

### 6- البرامج و الأساليب الاحصائية المستعملة :

**6-1- البرامج المستعملة :** من اجل تحليل البيانات التي تم تجميعها فقد تم استخدام برنامج "SPSS"

برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار 25 ، بالإضافة الى برنامج Microsoft

Excel 2010 من اجل مختلف الجداول و الاشكال التوضيحية .

3-2- الأساليب الاحصائية : من اجل تحليل نتائج الاستبيان تم الاعتماد على العديد م الاساليب الاحصائية منها :

❖ **مقياس ليكرت المتدرج لقياس الاتجاهات** : نظرا لكون المقياس يتعلق بالمتغير الذي يعبر عن خمسة خيارات بالترتيب فإن الارقام التي تدخل في البرنامج تعبر عن الاوزان بحيث : غير موافق ابدأ=1 ، غير موافق = 2 ، محايد =3 ، موافق = 4 ، موافق بشدة =5

و يتم حساب الوسط الحسابي من خلال قسمة 4 على 5 و الذي يعطينا نتيجة 0.8 التي بدورها تعبر عن طول الفترة ، وانطلاقا من هذا نجد :

[ 1 الى 1.80 ] فتمثل غير موافق تماما ، و ما بين [ 1.80 الى 2.60 ] فتمثل غير موافق ، و ما بين [ 2.60 الى 3.40 ] فتمثل محايد ، و ما بين [ 3.40 الى 4.20 ] فتمثل موافق، و ما بين [ 4.20 الى 5 ] فتمثل موافق بشدة .

❖ كما تم استخدام التكرارات و النسب المئوية و المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري ، وذلك قصد وصف و تحليل متغيرات الدراسة بالإضافة الى استعمال معامل كرامر من الحصول على اجابة لبعض فرضيات الدراسة .

#### 7- تحليل نتائج الاستبيان :

تم تحليل نتائج الاستبيان باستعمال عدة اساليب منها التكرارات و النسب المئوية

7-1- ملف تعريفى عن افراد عينة الدراسة : يتضمن هذا الجزء اجابات عناصر عينتنا عن مختلف الاسئلة الشخصية المتمثلة في : الجنس ، العمر، الدخل و المستوى الدراسي .

❖ **حسب الجنس** : تنقسم عينة دراستنا حسب الجنس كما هو موضح في الجدول التالي

الجدول رقم 4-1 : توزيع عينة الدراسة حسب معيار الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكر	241	62.6
انثى	144	37.4
المجموع	385	100

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-1: توزيع عينة الدراسة حسب معيار الجنس



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ بأن بان 241 من أصل مجموع العينة المتمثل في 385 شخص هم ذكور ، اي ما يعادل بالتقريب نسبة 63% ، اما الباقي فهم اناث .

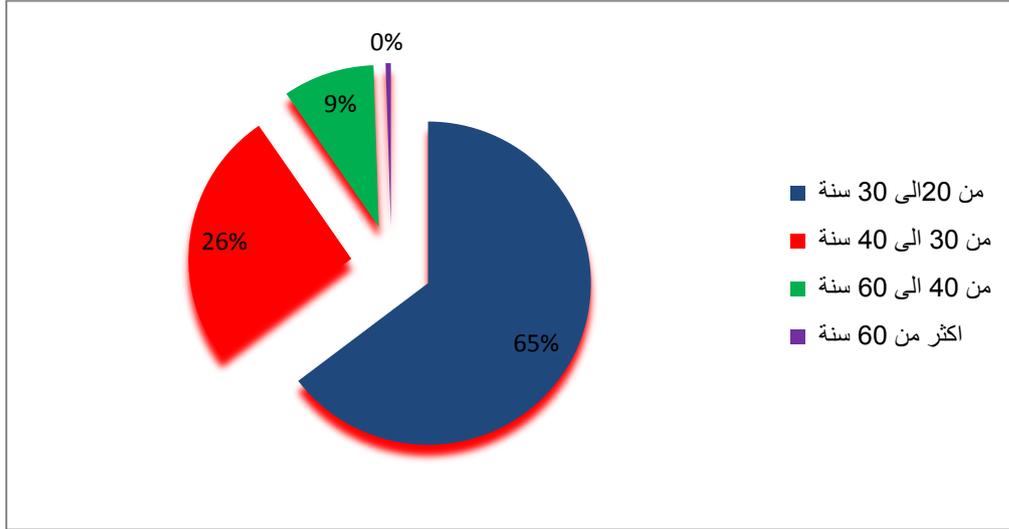
❖ حسب العمر : تنقسم عينة دراستنا حسب العمر كما هو موضح في الجدول و الشكل التاليين:

الجدول رقم 4-2 : توزيع عينة الدراسة حسب معيار العمر

السن	التكرارات
من 20 الى 30 سنة	249
من 30 الى 40 سنة	99
من 40 الى 60 سنة	35
اكثر من 60 سنة	02
المجموع	385

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-2 : توزيع عينة الدراسة حسب معيار العمر



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ بأن أغلبية افراد عينتنا تتراوح اعمارهم من 20 الى 30 سنة بنسبة 65 % مما يعادل 249 شخص من اصل 385 ، تليها فئة الاشخاص الذين تتراوح اعمارهم بين 30 الى 40 سنة بنسبة 26 % ، وفي المرتبة الثالثة نجد الفئة التي تتراوح اعمارهم بين 40 الى 60 سنة بنسبة 9 % ، و في الأخير الأشخاص الذين يتجاوز سنهم 60 سنة الذين يبلغ عددهم 2 من اصل 385

❖ حسب المستوى الدراسي : تنقسم عينة دراستنا حسب العمر كما هو موضح في الجدول و

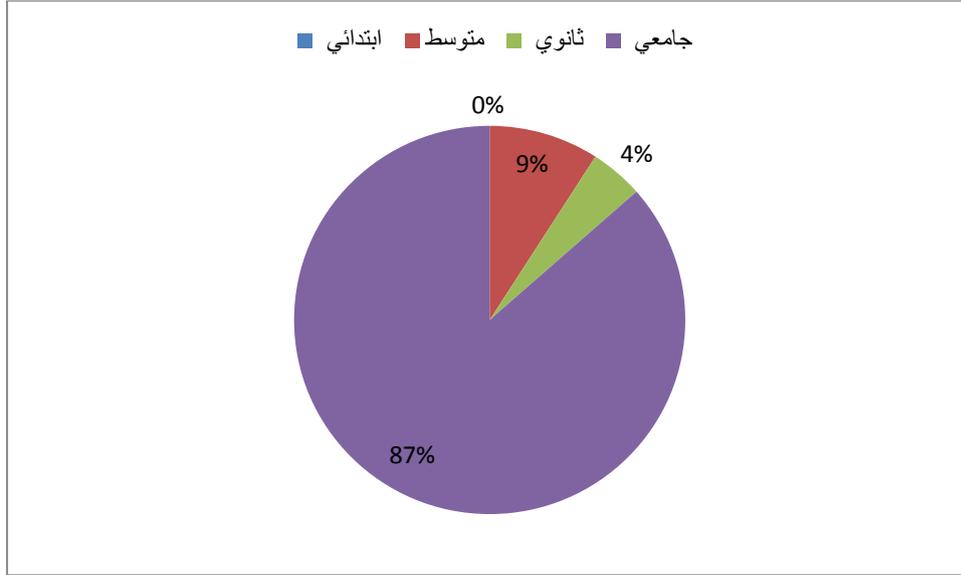
الشكل التاليين:

الجدول رقم 4-3 : توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي .

التكرارات	المستوى الدراسي
0	ابتدائي
35	متوسط
17	ثانوي
333	جامعي
385	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-3 : توزيع عينة الدراسة حسب معيار العمر .



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

انطلاقا من الشكل و الجدول نجد بأن أغلبية افراد عينتنا (87%) ذوي مستوى تعليم جامعي، اما نسبة 9 % فليدهم مستو تعليم ثانوي ، في حين نسبة 4 % من اصحاب مستوى تعليم متوسط.

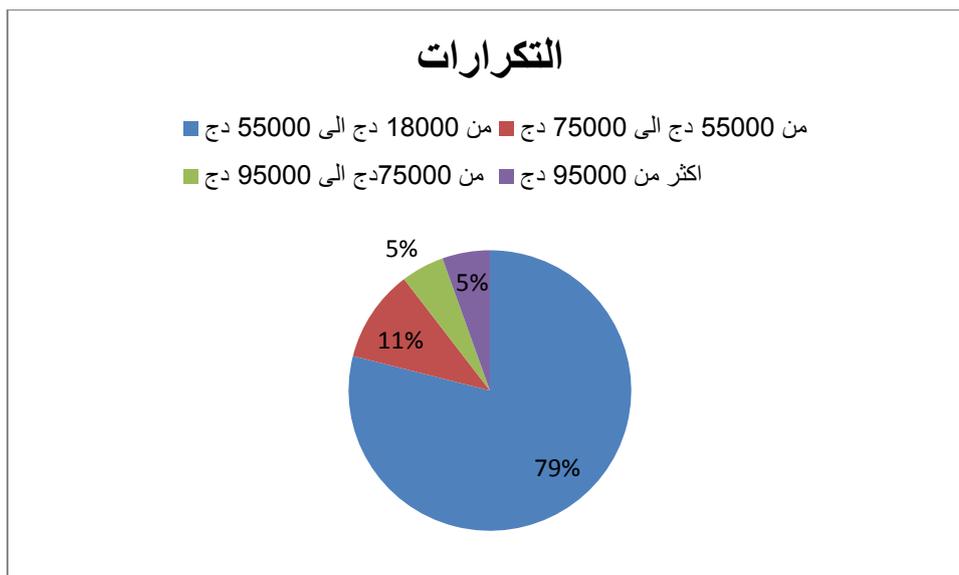
❖ **حسب الدخل :** : تتوزع عينة دراستنا حسب معيار الدخل كما هو موضح في الجدول و الشكل التاليين:

الجدول رقم 4-4 : توزيع عينة الدراسة حسب المستوى الدراسي

الدخل	التكرارات
من 18000 دج الى 55000 دج	304
من 55000 دج الى 75000 دج	41
من 75000 دج الى 95000 دج	19
اكثر من 95000 دج	21
المجموع	385

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-4 : توزيع عينة الدراسة حسب معيار العمر.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ بان 79 % من افراد عينتنا يتراوح دخلهم بين 18000 الى 55000 دج و نسبة 11 % من 55000 الى 75000 دج، في حين ان 5 % يتراوح دخلهم بين 75000 و 95000 ، بالإضافة الى 5% بالتقريب ايضا يتجاوز دخلهم 95000 دج شهريا .

2-7 مدى اهتمام الناس بالسياحة في الجزائر :

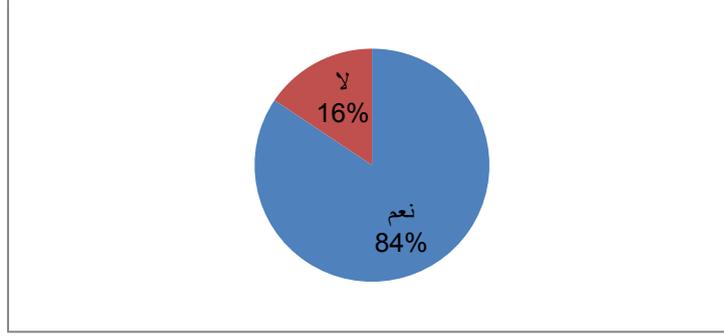
تتلخص اجابات افراد عينتنا عل هذا السؤال في الجدول و الشكل المواليين :

الجدول رقم 4-5 : نية السياحة في الجزائر

التكرارات	نية السياحة في الجزائر
325	نعم
60	لا
385	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-5 : نية السياحة في الجزائر.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

انطلاقا من الجدول و الشكل البياني نجد بأن 84% أي ما يعادل 325 من مجموع عينة بحثنا هذا المقدر ب 385 مهتمين بالسياحة في الجزائر و لديهم النية لذلك ، و بهذا فالسياحة في الجزائر لها طلب محتمل جيد جدا ، في حين ان 16 % (60 شخص فقط) من افراد عينتنا ليس لهم اهتمام و لا نية القيام بالسياحة في الجزائر لعدة اسباب سنتطرق اليها لاحقا.

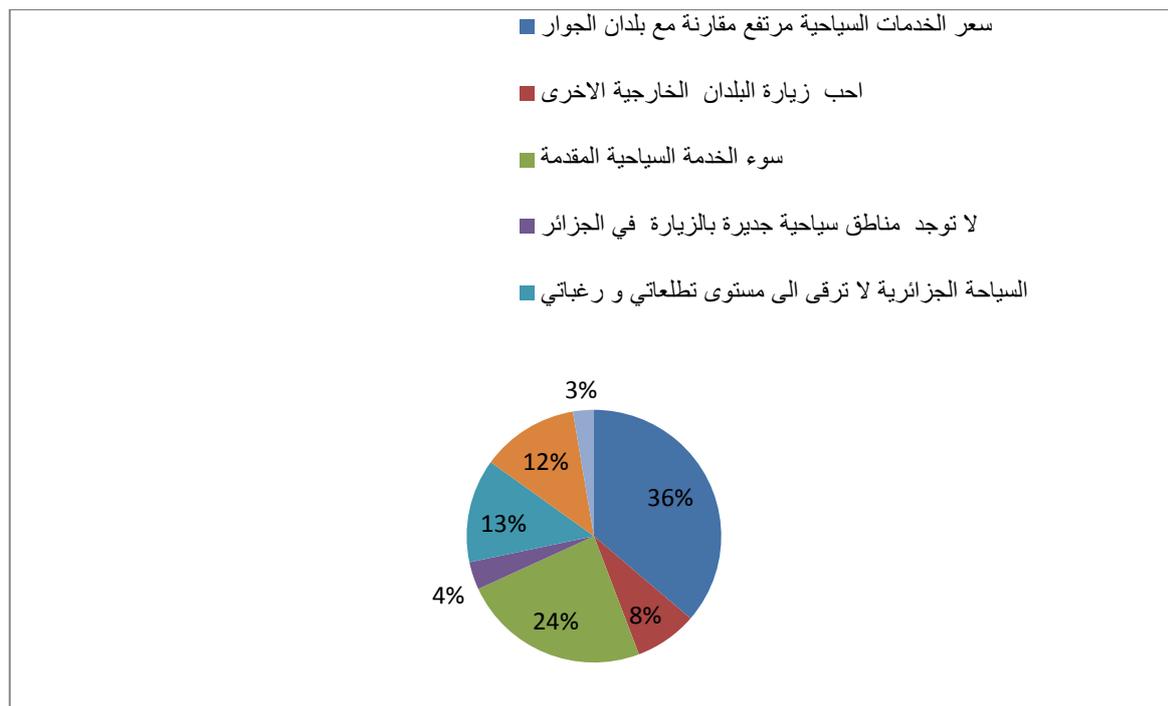
**3-7 معوقات السياحة في الجزائر :** هذه النتائج هي اجابات 60 شخص الذين ليست لديهم النية للقيام بالسياحة في الجزائر ، و تتلخص اجاباتهم كما يلي :

الجدول رقم 4-6 : معوقات السياحة في الجزائر

التكرار	معوقات السياحة
41	سعر الخدمات السياحية مرتفع مقارنة مع بلدان الجوار
9	احب زيارة البلدان الخارجية الاخرى
27	سوء الخدمة السياحية المقدمة
4	لا توجد مناطق سياحية جديدة بالزيارة في الجزائر
15	السياحة الجزائرية لا ترقى الى مستوى تطلعاتي و رغباتي
14	ليس لدي دخل كاف من اجل السياحة في المناطق الجزائرية و لا المناطق الاجنبية
3	أخرى

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-6 : معوقات السياحة في الجزائر.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال جدول و الشكل السابقين نجد بأن ابرز معوقات السياحة في الجزائر حسب هذا الجزء من عينة الدراسة ( 60 شخصا ) هي ارتفاع سعر الخدمات السياحية مقارنة مع دول الجوار ، اما ثاني اهم المعوقات بنسبة 24% فهي سوء الخدمة السياحية المقدمة في الجزائر ، تليها على التوالي عدم رقي السياحة و الخدمة السياحية في الجزائر الى مستوى تطلعات و رغبات السياح ، بالإضافة الى عدم سماح القدرة الشرائية للقيام بالسياحة سواء في الجزائر او غيرها من البلدان ، يليهم حب زيارة البلدان الخارجية الاخرى بنسبة 8 % ، متبوعة بعدم وجود مناطق جزائرية جديرة بالزيارة بنسبة 4%.

4-7 انواع السياحة المفضلة لدى السياح : تتلخص اجابات عينة دراساتنا كما يلي :

الجدول رقم 4-7 : انواع السياحة المفضلة لدى السياح

التكرارات	نوع السياحة المفضل
85	السياحة الصحراوية ( زيارة المناطق الصحراوية )
40	السياحة الحموية و العلاجية ( زيارة الحمامات المعدنية و المنتجعات السياحية العلاجية )
120	السياحة الشاطئية ( زيارة مختلف الشواطئ )

80	السياحة الثقافية (زيارة المواقع التاريخية و الثقافية و الأثرية )
----	--

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-7 : انواع السياحة المفضلة لدى السياح .



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ بان 37% من عينة بحثنا تفضل السياحة الشاطئية ، تليها في المرتبة الثانية السياحة الصحراوية(بنسبة 26%) و السياحة الثقافية(بنسبة 25%) ، و في الاخير نجد السياحة العلاجية بنسبة 23% ، و بهذا نستطيع القول بان السياحة الشاطئية و الصحراوية و الثقافية لديها طلب محتمل واسع في الجزائر .

5-7 أهمية وجود منتجات الصناعات التقليدية و الحرف في الوجهة السياحية : تتلخص اجابات عينتنا في الجدول التالي :

الجدول رقم 4-8 : أهمية وجود منتجات الصناعات التقليدية و الحرف في الوجهة السياحية.

السؤال	العدد	%	غير مهم اطلاقا	غير مهم	محايد	مهم	مهم جدا	المتوسط	التقييم
								الحسابي	
اذا قصدت منطقة سياحية ما مدى أهمية توفر المنتجات التقليدية في هذه المنطقة؟	2		30	20	115	158	4.22	موافق	
	0.62	9.23	6.15	35.38	48.62		بشدة		

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

## الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

نلاحظ أن 158 من أصل 325 أي ما نسبته 48.62% موافقون بشدة على ضرورة وجود منتجات الصناعات التقليدية في الوجهة السياحية، 35.38% من افراد عينتنا يجدون بأنها مهمة ، في حين 9.23% يجدون بأنها غير مهمة و 0.62% يجدون بانها غير مهمة بتاتا ، بالإضافة الى 6.15% من أفراد عينتنا محايدون ، و نظرا لكون المتوسط الحسابي يساوي بالتقريب 4.22 فهو يقع في المجال [ 4.20 الى 5 ] و الذي بدوره يمثل موافق بشدة .

و بذلك يمكننا القول بان منتجات الصناعات التقليدية تمثل عامل من عوامل الجذب السياحي باعتبارها عنصر أساسي في العرض السياحي الذي تقدمه المنطقة السياحية.

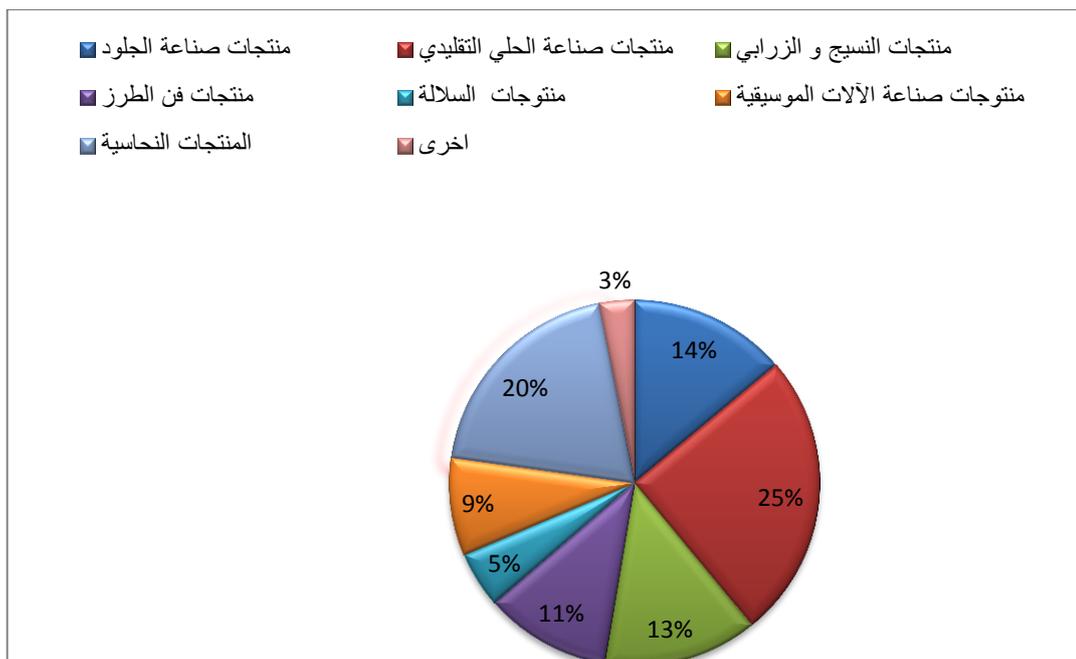
6-7 منتجات الصناعات التقليدية و الحرف التي تستهوي السياح في الجزائر : تتلخص تفضيلات عينة دراستنا بخصوص انواع منتجات الصناعات التقليدية و الحرف في ما يلي :

الجدول رقم 4-9: منتجات الصناعات التقليدية و الحرف التي تستهوي السياح في الجزائر.

التكرارات	انواع منتجات الصناعات التقليدية و الحرف
45	منتجات صناعة الجلود
82	منتجات صناعة الحلّي التقليدي
44	منتجات النسيج و الزرابي
36	منتجات فن الطرز
16	منتجات السلالة
28	منتجات صناعة الآلات الموسيقية
64	المنتجات النحاسية
10	اخرى

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-8 : منتجات الصناعات التقليدية و الحرف التي تستهوي السياح في الجزائر.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ بان 25% من عينة دراستنا يفضلون منتجات الصناعة الحلي التقليدي أما 20% فيفضلون المنتجات النحاسية ، و 14% تستهويهم منتجات الجلود التقليدية ، 13% يرغبون في الزرابي التقليدية و منتجات النسيج ، في حين ان 11% يفضلون منتجات فن الطرز ، 9% يفضلون الآلات الموسيقية التقليدية و 5% يرغبون في منتجات السلالة .

7-7 دوافع اقتناء منتجات الصناعات التقليدية و الحرف من طرف السياح : تتلخص هذه الدوافع في الجدول التالي :

الجدول رقم 4-10: دوافع اقتناء منتجات الصناعات التقليدية و الحرف من طرف السياح .

التقييم	المتوسط الحسابي	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا	ما هو سبب اهتمامك بمنتجات الصناعة التقليدية

الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

موافق بشدة	4.221	145	122	44	13	1	العدد	من أجل تاريخها و
		44.6	37.5	13.5	4	0.3	%	جمالها و معانيها
موافق بشدة	4.267	154	114	47	10	0	العدد	من أجل الذكرى (
		47.4	35.1	14.5	3	0	%	تذكار من المنطقة التي زررتها)
موافق	3.84	93	140	40	51	1	العدد	من أجل تقديمها
		28.6	43.1	12.3	15.7	0.3	%	كهدايا
موافق	3.895	101	140	36	45	3	العدد	من أجل استعمالها
		31.1	43.1	11.1	13.8	0.9	%	للزينة

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول نجد بأن دوافع اقبال السياح على المنتجات التقليدية هي بالترتيب كالتالي : من اجل الذكرى و الاحتفاظ بها كتذكار عن المنطقة السياحية(موافق بشدة) ، تليها القيم التاريخية و الجمالية لهذه المنتجات (موافق بشدة)، بالإضافة الى استعمالها للزينة (موافق) و اخيرا من أجل تقديمها كهدايا(موافق بشدة).

7-8 مدى قوة و نجاح عملية الترويج الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية و الحرف: يمكننا

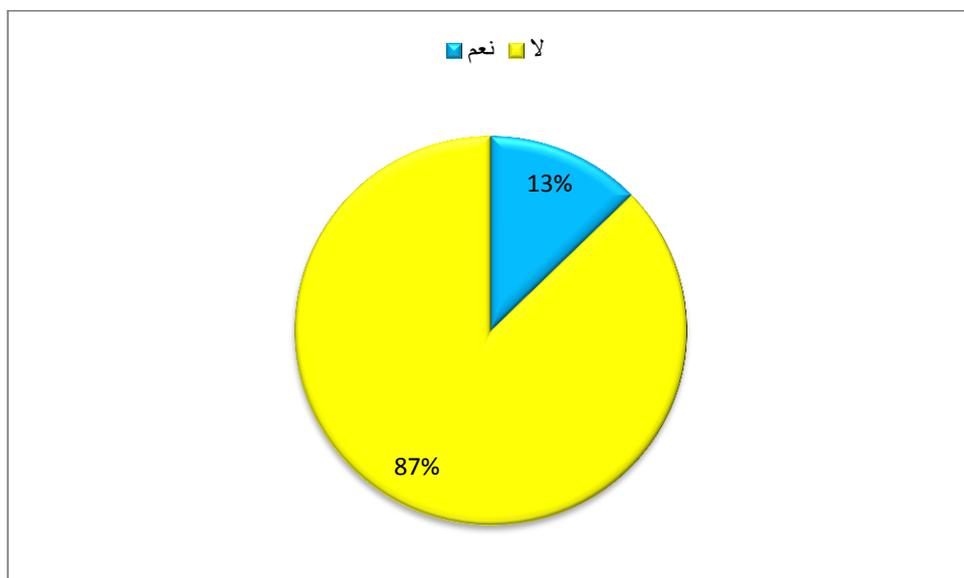
الحكم على مدى نجاح هذه العملية من خلال الجدول و الشكل المواليين :

الجدول رقم 4-11: مدى قوة و نجاح عملية الترويج الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية و الحرف.

التكرار	هل صادفت أي اعلانات و اشهارات تتضمن منتجات الصناعة التقليدية؟
49	نعم
336	لا
385	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-9 : مدى قوة و نجاح عملية الترويج الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية و الحرف.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ بأن عملية الترويج الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية ضعيفة جدا باعتبار 49 شخص من اصل 385 (اي ما نسبته 13 %) فقط صادفوا في حياتهم اليومية اشهارات و اعلانات ترويجية موضوعها منتجات الصناعات التقليدية ، اما 87 % من عينة بحثنا هذا فهي لم تصادف يوما هذه الاعلانات و الاشهارات . و بهذا يمكننا القول بأن سياسة ترويج منتجات الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر ضعيفة جدا.

7-9 عناصر المزيج الترويجي الخاص بمنتجات الصناعات التقليدية و الحرف : نوضحها في

الجدول و الشكل التاليين كما يلي :

الجدول رقم 4-12: عناصر المزيج الترويجي الخاص بمنتجات الصناعات التقليدية و الحرف.

التكرارات	اين صادفت هذه الاعلانات و الاشهارات
25	التلفزة
7	الراديو
9	الجرائد
28	مواقع الانترنت
12	من كلام الناس

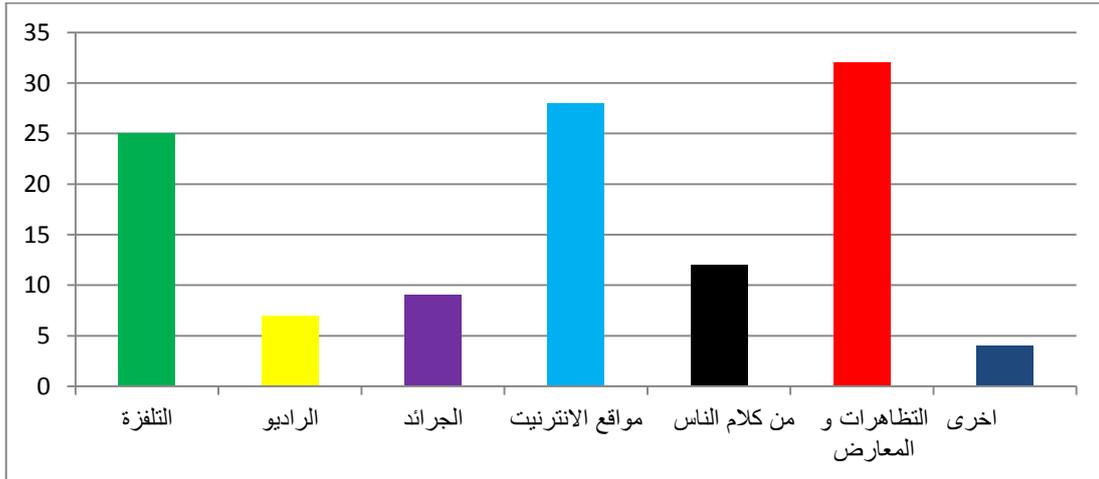
## الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

32	التظاهرات و المعارض
4	اخرى

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-10: عناصر المزيج الترويجي الخاص بمنتجات الصناعات التقليدية

و الحرف



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

تجدر الاشارة بان هاذ السؤال كان موجه للأشخاص الذين اجابوا بانهم صادفوا اشهارات او اعلانات (49 شخص) موضوعها منتجات الصناعات التقليدية ، من خلال الشكل نجد بان المعارض و التظاهرات هي التي تأتي في مقدمة المزيج الترويجي ، تليها مواقع الانترنت و التلفزة ، اما بقية عناصر الترويج فهي ضعيفة جدا، و منه يتم تأكيد فرضية ان منتجات الصناعات التقليدية تعاني من نقص اساليب الترويج .

### II. الاستبيان الثاني :

1- تحديد مجتمع و حجم العينة : بما ان الهدف من اجراء هذا الاستبيان هو الوقوف على مدى نجاح سياسة الدولة التشجيعية في تحسين واقع الحرفي الجزائري و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف عموما ، فقد كان مجتمع البحث هم فئة الحرفيين الجزائريين، حيث تم اختيار عينة عشوائية تقدر ب 17 حرفي متخصصون في مختلف انواع الصناعات التقليدية و الحرف.

## 2- صياغة الاستبيان :

لقد تم صياغة الاستبيان ككل من اجل قياس مدى استفادة الحرفيين من برامج و سياسات الدعم المقدمة من طرف الدولة ، و قد تضمن الاستبيان عدة أنواع من الاسئلة ( انظر الملحق 02) :

- أسئلة مغلقة ذات اجابة واحدة

-أسئلة مغلقة متعددة الاجابات

-أسئلة قياس الاتجاهات

## 3- اهداف الاستبيان :

-التعرف على مدى رضا الحرفيين الجزائريين على مجال عملهم

- معرفة مدى استفادة الحرفيين من مختلف برامج التكوين و المرافقة

- معرفة مدى استفادة الحرفيين من مختلف برامج الدعم المادية و المالية

- التعرف على اهم الصعوبات و المعوقات التي تواجه الحرفي الجزائري

3- طرق جمع المعلومات : تم طرح اسئلة الاستبيان على مختلف الحرفيين من طرف الباحث

وجها لوجه في ولاية الجزائر العاصمة

4- البرامج و الأساليب الاحصائية المستعملة : من اجل تحليل البيانات التي تم تجميعها فقد تم

استخدام برنامج Microsoft Excel 2010 من اجل مختلف الجداول و الاشكال التوضيحية ، كما

تم الاستعانة بالتكرارات و النسب المئوية .

## 5-تحليل نتائج الاستبيان :

### 5-1- تحليل تركيبة العينة حسب الحرفة المزاوله :

تتكون عينتنا من 17 حرفي موزعون حسب نوع حرفتهم كالتالي:

الجدول رقم 4-13 : تركيبة العينة حسب الحرفة المزاوله

المجموع	عدد الحرفيين	نوع الحرفة
17 حرفي	3	السلالة
	2	اللباس التقليدي و الطرز
	2	النحت على الحطب
	2	الضغط على النحاس
	2	النقش على النحاس و المنتوجات

		النحاسية
	3	المجوهرات التقليدية
	2	منتجات الجلود
	1	طرق الزجاج

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

2-5 رضا الحرفيين عن حرفتهم:

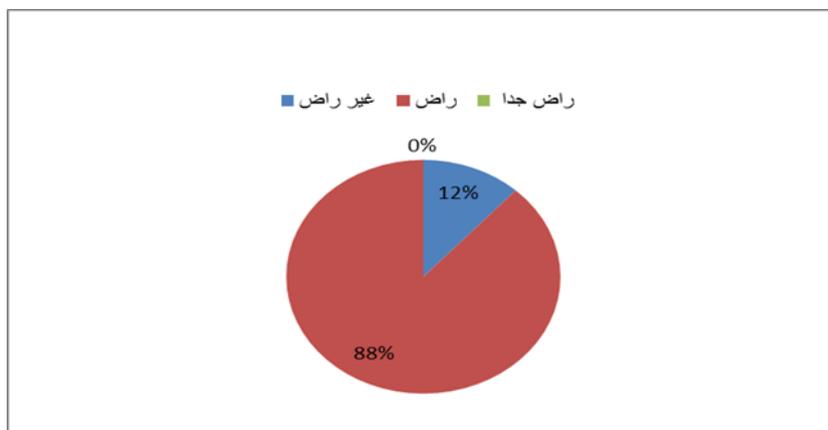
من أجل تبسيط قراءة نتائج الاستبيان تم تقديم الاجابات في الجدول الشكل المواليين :

الجدول 4-14: رضا الحرفيين عن حرفتهم.

غير راض	راض	راض جدا
2	15	0

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل 4-11: رضا الحرفيين عن حرفتهم.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نلاحظ بأن 88% من عينتنا راض على حرفته و يعود سبب الرضا حسبهم لتعلقهم بحرفهم رغم صعوبة العيش بهذه الحرف ، حيث اعرب هؤلاء الحرفيين على ان هذه الحرف تمثل جزءا من ماهيتهم و لا يمكن التخلي عنها رغم المشاكل الجمة التي يعاني منها القطاع و التي دفعت بالكثيرين الى التخلي عن حرفهم .

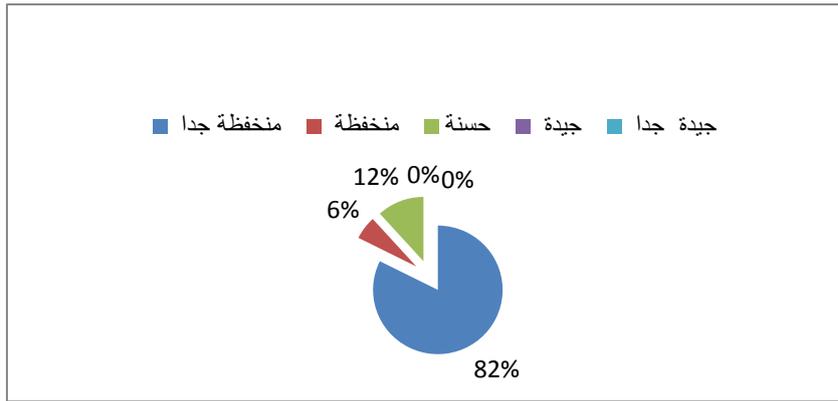
3-5- : تقييم حجم المبيعات : تتلخص اجابات عينة دراستنا في الجدول التالي:

الجدول رقم 4-15: تقييم حجم المبيعات.

كيف تقيم حجم مبيعاتك	منخفضة جدا	منخفضة	حسنة	جيدة	جيدة جدا
التكرارات	14	1	2	0	0

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل 4-12 : تقييم حجم المبيعات.



المصدر : من اعداد

الطالب بالاعتماد على

نتائج الاستبيان.

نلاحظ بأن نسبة 82%

من عينتنا تقيم حجم مبيعاتها على انها منخفضة جدا ، و يرجع السبب حسبهم الى عدم توفر فضاءات مساعدة لهم للبيع ، نقص الترويج ، و عدم القدرة على الانتاج في بعض الحرف بسبب غلاء او ندرة المواد الأولية

4-5 مدى استفادة الحرفيين من التكوين سواء في عملية الصنع او التسيير او التسويق

الاجابة بالإجماع كانت لا ، و السبب (حسبهم) انهم ليسوا بحاجة الى تكوين ، بالإضافة الى بعض العناصر التي اجابت بأن التكوين سيئ بسبب عدم الاختيار الامثل للمكونين في مراكز التكوين (المحسوبية في اختيار الاساتذة في عملية التكوين بدل معيار الخبرة و الكفاءة)

5-5 مدى انخراط الحرفيين في برامج التعاون و التشاور فيما بعضهم البعض

- الاجابة هنا ايضا كانت بالإجماع بأن جميع افراد عينتنا لم يتواجدوا في اي لقاءات أو جلسات من أجل التماور ومناقشة اوضاع الحرفة سواء بتأطير من الجهات المختصة او سواها .

5-6 ما مدى سهولة أو صعوبة الحصول على القروض المالية و اعانات الدولة

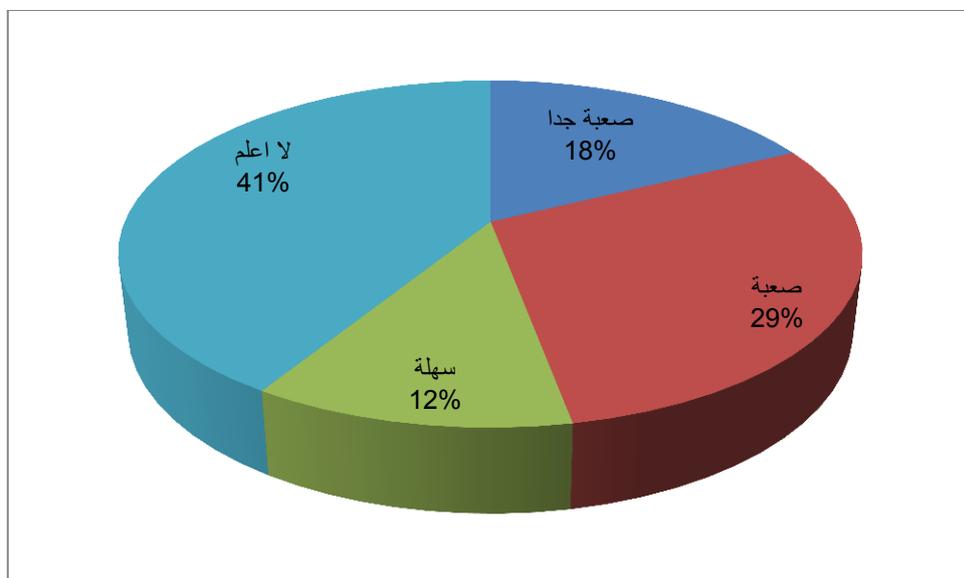
نتلخص اجابات الحرفيين في الجدول التالي

الجدول 4-16 : مدى سهولة أو صعوبة الحصول على القروض المالية و اعانات الدولة

السؤال	صعبة جدا	صعبة	محايد	سهلة	سهلة جدا	المتوسط الحسابي	التقييم
ما مدى سهولة أو صعوبة الحصول على القروض المالية و اعانات الدولة	العدد	3	5	7	2	0	محايد
	%	17.6	29.4	41.2	11.8	0	

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-13 : مدى سهولة أو صعوبة الحصول على القروض المالية و إعانات الدولة.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الحوار مع الحرفيين وجدنا بان 7 (محايدون) لأنهم لم يفكروا اصلا في قروض ، اما البقية فأغلبهم تتراوح بين صعبة و صعبة جدا نظرا لكثرة الوثائق المطلوبة و مختلف الاجراءات التي تتخذ

## الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

وقتا طويلا ، اما 2 من عينتنا فقد اجابوا بأنها سهلة ، كل هذه الاجابات كانت خاصة بالقروض ، اما فيما يخص الاعانات المالية ( بدون مقابل ) فهي حسبهم منعدمة .

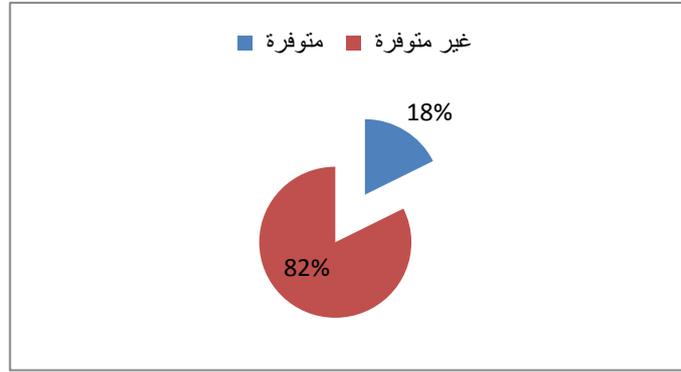
5-7 مدى توفر المادة الاولية :تتلخص اجابات عينتنا في الجدول التالي:

الجدول رقم 4-17: مدى توفر المادة الاولية

ما مدى توفر المواد الاولية	متوفرة	غير متوفرة
التكرارات	3	14

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-14: مدى توفر المادة الاولية



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

انطلاقا من الجدول نجد بان 14 من أصل 17 حرفي يعانون من عدم توفر المادة الأولية و هذا راجع الى عدة أسباب منها: عدم توفر هذه المواد الأولية في حالة صالحة لتصنيع المنتجات التقليدية ،أو عدم توفرها بتاتا .

5-8 تقييم الحرفي لأسعار المواد الاولية : من خلال الاستبيان الذي قمنا به اتضح لنا بأن اغلبية

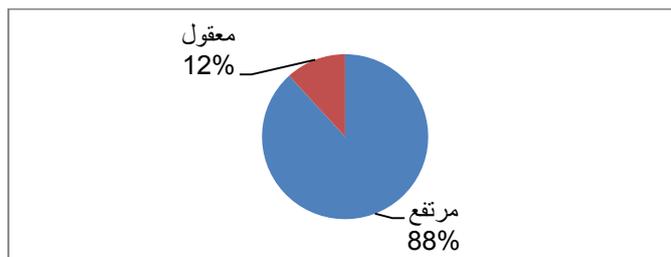
الحرفيين يشكون من ارتفاع سعر المواد الاولية ، و فيما يلي تلخيص لإجابات عينتنا بخصوص أسعار المواد الولية الخاصة بحرفتهم

الجدول رقم 4-18 : تقييم الحرفي لأسعار المواد الاولية .

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

سعر المواد الاولية	مرتفع	معقول
التكرارات	15	2

الشكل رقم 4-15: تقييم الحرفي لأسعار المواد الاولية .



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

- بالرغم من ان اهم ميزة في الصناعات التقليدية هي استعمال المواد الاولية المحلية الا اننا نجد بان

82% من عينتنا يشكون من عدم توفر المادة الاولية بالإضافة الى سعرها المرتفع في مقابل

12% من الحرفيين من تتوفر لديهم المواد الاولية بأسعار معقولة

9-5 اهم المشاكل التي يعاني منها الحرفي :

تتلخص اجابات عينتنا في الجدول التالي :من خلال الدراسة الميدانية استنتجنا اهم المشاكل التي

يعاني منها الحرفي الجزائري و التي تلخص في الجدول التالي

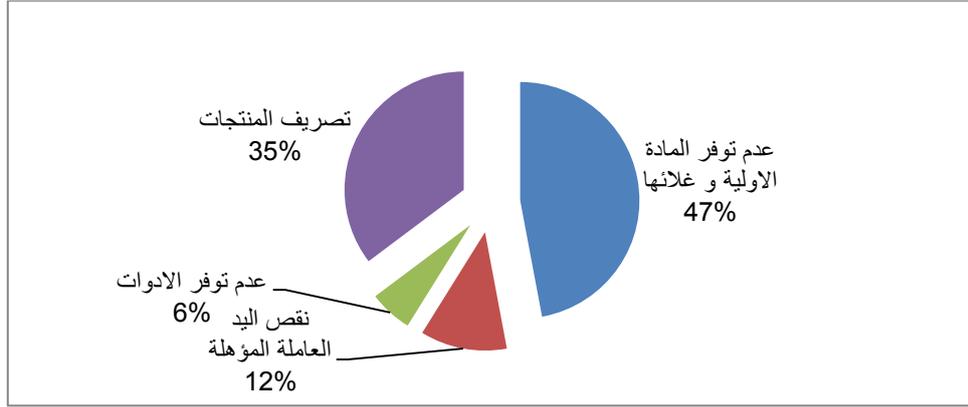
الجدول رقم 4-19: اهم المشاكل التي يعاني منها الحرفي .

المشاكل	عدم توفر المادة الاولية و غلائها	نقص اليد العاملة المؤهلة	عدم توفر الادوات	تصريف المنتجات
التكرارات	8	2	1	6

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الشكل رقم 4-16: اهم المشاكل التي يعاني منها الحرفي

## الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

- من اهم المشاكل التي يعاني منها الحرفيون حسب عينتنا محل الدراسة نجد على الترتيب : عدم توفر المواد الاولية و غلائها ، تصريف المنتجات ، نقص اليد العاملة المؤهلة و عدم توفر الادوات الازمة للعمل .

5-10 امكانية حصول الحرفيين على المشاركة في مختلف المعارض : تتلخص اجابات الحرفيين

محل الدراسة في الجدول التالي

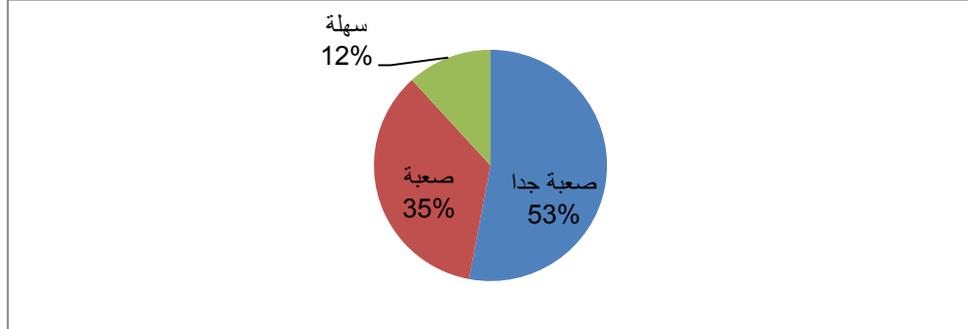
الجدول رقم 4-20: مدى سهولة او صعوبة حصول الحرفيين على المشاركة في مختلف

المعارض

السؤال	صعبة جدا	صعبة	محايد	سهلة	سهلة جدا	المتوسط الحسابي	التقييم		
								العدد	%
سهولة او صعوبة المشاركة في مختلف المعارض	9	6	0	2	0	1.71	صعبة جدا		
	52.9	35.3	0	11.8	0				

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل رقم 4-17 : مدى سهولة او صعوبة حصول الحرفيين على المشاركة في مختلف المعارض.



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

معظم الاجابات تدور بين صعبة و صعبة جدا و في المتوسط هي صعبة جدا ، و حسب عينتنا المدروسة فإن هذا راجع الى الشروط المالية المطلوبة من الحرفيين من اجل عرض منتجاتهم في الاماكن المخصصة للعرض حيث تتراوح عموما من 50000دج الى غاية 90000دج من جهة ، من جهة اخرى قلة المعارض المجانية و كثرة الطلب عليها ، بالإضافة الى انه في غالب الاحيان لا يتم الاشهار لهذه المعارض و لا الاعلام المسبق للحرفيين من اجل التحضير للمشاركة فيها .

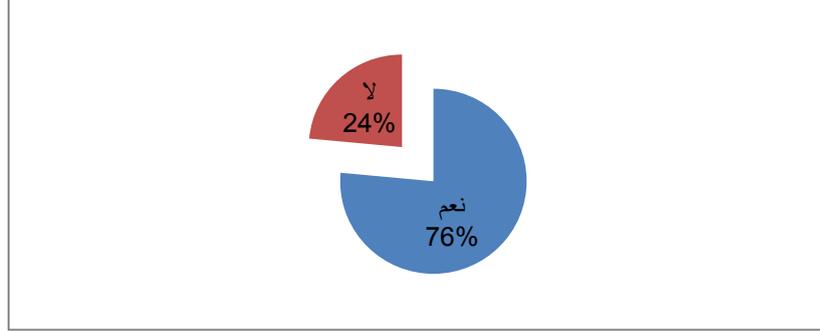
5-11 مشاركة الحرفيين في اليوم الوطني للحرفي : تتلخص اجابات الحرفيين بخصوص المشاركة في اليوم الوطني للحرفي كالتالي :

الجدول 4-21: مشاركة الحرفيين في اليوم الوطني للحرفي.

هل تشارك في يوم الحرفي	نعم	لا
التكرارات	13	4

المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الشكل 4-18: مشاركة الحرفيين في اليوم الوطني للحرفي



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ بأنه 76 % من عينتنا محل الدراسة يشاركون في اليوم الوطني للحرفي مما يدل على ان مثل هذه الايام تساعد الحرفي على الابداع و الاستمرار .

#### 5-12 تقييم الحرفي للنظام الضريبي الخاص بالحرفيين

الاجابة كانت بالإجماع على ان النظام الضريبي جيد و يساعد الحرفي الجزائري غير ان اغليبتهم اشتكى من مبالغ الاشتراك في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (casnos)

المبحث الثالث : فرضيات الدراسة :

بعد الانتهاء من تقديم الجانب النظري و التطبيقي من بحثنا هذا سنقوم بالإجابة على فرضيات الدراسة بالقبول أو الرفض حسب ما توفر لدينا من معطيات و احصائيات .

1- التذكير بفرضيات الدراسة : كما سبق و تم الذكر ، فإن فرضيات الدراسة هي كالتالي :

-الفرضية الاولى : نجاح مختلف سياسات الدعم من طرف الدولة في ترقية قطاع الصناعات التقليدية و الحرف

-الفرضية الثانية : تعاني منتجات الصناعات التقليدية و الحرف نقصا في عملية الترويج.

-الفرضية الثالثة : تعتبر الحرف و الصناعات التقليدية عامل جذب للسياحة الجزائرية.

-الفرضية الرابعة : هناك ارتباط بين انواع السياحة وانواع منتجات الصناعات التقليدية و الحرف .

2- الاجابة على فرضيات الدراسة :

2-1 - الفرضية الاولى ( نجاح مختلف سياسات الدعم من طرف الدولة في ترقية قطاع الصناعات

التقليدية و الحرف): هي فرضية مرفوضة ( غير صحيحة) بناء على نتائج الاستبيان الثاني حيث

يعاني الحرفيون العاملون في قطاع الصناعات التقليدية جملة من المعوقات اهمها عدم توفر المادة

الاولية بالإضافة الى اسعارها المرتفعة ، كما لاحظنا عموما بان مختلف البرامج و السياسات التشجيعية من طرف الدولة لم يتم الاستفادة منها من طرف الحرفيين عموما حسب دراستنا هذه .

2-2- الفرضية الثانية ( تعاني منتجات الصناعات التقليدية و الحرف نقصا في عملية الترويج): هي فرضية مقبولة ( صحيحة) بناء على المقابلة التي قام بها الباحث مع بعض العاملين على القطاع و بالإضافة الى اجابات السؤال السابع من الاستبيان الاول (هل صادفت أي اعلانات و اشهارات تتضمن منتجات الصناعة التقليدية؟) حيث وجدنا ان 87% من عينة دراستنا لم يصادفوا ولا مرة في حياتهم أي عملية ترويجية خاصة بالصناعات التقليدية ، و بهذا يمكننا القول بأن منتجات الصناعات التقليدية و الحرف تعاني نقصا في عملية الترويج.

2-3 الفرضية الثالثة ( تعتبر الحرف و الصناعات التقليدية عامل جذب للسياحة الجزائرية): هي فرضية مقبولة (صحيحة) بحكم نتائج السؤال الرابع (اذا قصدت منطقة سياحية ما مدى أهمية توفر المنتجات التقليدية في هذه المنطقة؟) حيث كان المتوسط الحسابي يدل على قيمة موافق بشدة ، أي ان السياح في الجزائر يجدون بأنه من الضروري وجود منتجات الصناعات التقليدية في الوجهة السياحية و بهذا يمكننا القول بأن منتجات الصناعات التقليدية و الحرف تمثل عامل من عوامل الجذب للسياحة في الجزائر .

-الفرضية الرابعة (هناك ارتباط بين انواع السياحة وانواع منتجات الصناعات التقليدية و الحرف) ، الهدف من هذه الفرضية هو معرفة اذا كان الاشخاص الذين يفضلون نوعا ما من سياحة يفضلون ايضا نوعا معينا من منتجات الصناعات التقليدية و الحرف ، من اجل الاجابة على هذه الفرضية نضع الفرضية الصفرية و الفرضية البديلة كالتالي :

◆ الفرضية الصفرية:  $H_0$

- لا توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع السياحة و منتجات الصناعات التقليدية و الحرف

◆ الفروض البديلة :  $H_1$ :

هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين نوع السياحة و منتجات الصناعات التقليدية و الحرف .  
من اجل قبول احدى الفرضتين قمنا باختبار احصائي بواسطة برنامج SPSS الاصدار 25 و كانت النتائج كالتالي :

❖ الاختبار الاحصائي : يتضح من خلال الشكل التالي

الشكل : 4-19 : العلاقة بين نوع السياحة و انواع المنتجات التقليدية المفضلة

## الفصل الرابع : الدراسة الميدانية للقطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

### Tableaux croisés

#### Récapitulatif de traitement des observations

	Valide		Observations Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
السياحة * منتجات	325	100,0%	0	0,0%	325	100,0%

#### السياحة \* منتجات \* Tableau croisé

Effectif

	منتجات صناعات الطود	منتجات صناعة الطلي	منتجات السج و الزرابي	منتجات				اخرى	Total
				منتجات في الطرر	منتجات السائلة	منتجات البلات الموسيقية	المنتجات الغذائية		
السياحة									
السياحة الصحراوية	15	22	11	10	4	10	15	4	91
السياحة المصنوعة و العائجة	10	20	8	10	2	7	20	3	80
السياحة التاطئية	9	21	15	7	4	8	9	2	75
السياحة الثقافية	11	19	10	9	6	3	20	1	79
Total	45	82	44	36	16	28	64	10	325

#### Mesures directionnelles

		Valeur	Erreur asymptotique standard <sup>a</sup>	T approximatif <sup>b</sup>	Signification approximative
Nominal par Nominal	Coefficient d'incertitude				
	Symétrique	,016	,007	2,157	,694 <sup>c</sup>
	السياحة	,019	,009	2,157	,694 <sup>c</sup>
	منتجات	,014	,006	2,157	,694 <sup>c</sup>

a. L'hypothèse nulle n'étant pas considérée.

b. Utilisation de l'erreur asymptotique standard en envisageant l'hypothèse nulle.

c. Probabilité Khi-carré du rapport de vraisemblance.

#### Mesures symétriques

		Valeur	Signification approximative
Nominal par Nominal	Phi	,226	,736
	V de Cramer	,130	,736
N d'observations valides		325	

المصدر : نتائج برنامج spss الاصدار 25 .

❖ التعليق :

بعد حسابنا لمعامل كرامر قمنا بحساب الدلالة الاحصائية لمعامل كرامر اعتمادا على كا2 حيث بلغت القيمة المتحصل عليها 3.28 ، و عليه تم مقارنة هذه النتيجة بالقيمة الجدولية عند مستوى الدلالة 0.01 و التي قدرت ب 38.9 و مع القيمة الجدولية عند مستوى الدلالة 0.05 و التي قدرت ب 32.67 . ما نلاحظه ان القيمة كانت اصغر من القيم الجدولية عند مستويي الدلالة 0.01 و 0.05 و بالتالي يتم قبول الفرضية الصفرية و نستنتج ان العلاقة غير دالة .

ثالثا : خاتمة الفصل :

كخاتمة لهذا الفصل نقول ان الجزائر بمقوماتها السياحية الكبيرة تحوز على طلب سياحي محتمل كبير جدا و يجب على الدولة الجزائرية ان تعطي هذا القطاع أولوية حقيقية من أجل استغلال هذه المقومات و تحقيق ميزة تنافسية تمكنها من دخول المنافسة السياحية مع دول الجوار التي تعرف انتعاشا سياحيا هاما , كما تعتبر الصناعات التقليدية عاملا مهما في جذب السياح ، كما تجدر الإشارة الى ان الدولة يجب عليها ترقية قطاع الصناعات التقليدية و الحرف من خلال الدراسة الحقيقية لمشاكل القطاع .