

أثر الأزمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي

The impact of crises on the mental image of a tourist destination

عبد المجيد عايد¹، علي زيان بروجدة²¹ جامعة تيسمسيلت، مخبر تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات المحلية البديلة جامعة الشلف،

aid.abdelmadjid@univ-tissemsilt.dz

² جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة ، Ziane_berroudja@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/09/15

تاريخ القبول: 2024/09/08

تاريخ الاستلام: 2024 /07/25

ملخص:

تتعرض المقاصد السياحية الى العديد من المخاطر والأزمات التي قد تؤثر على صورتها السياحية، وقد جاءت هذه الدراسة بهدف اظهار أثر هذه الأزمات على الصورة الذهنية للمقاصد السياحية، واستهدفت الدراسة مجموعة من الوكالات السياحية الناشطة بولاية بسكرة. وخلصت الدراسة الى جملة من النتائج أهمها أن الصورة الذهنية للمقصد السياحي تتأثر بوقوع الأزمات مهما كان نوعها، وتحسين صورة المقصد أثناء و بعد الأزمة يساهم في رفع الطلب السياحي، كما أن صورة المقصد السياحي تلعب دورا مهما في عملية مفاضلة السياح بين المقاصد السياحية.

كلمات مفتاحية: الأزمات، الصورة الذهنية، المقصد السياحي، الوكالات السياحية.

تصنيفات JEL: JEL: ..., .., ...

Abstract :

Tourist destinations are exposed to many risks and crises that may affect their tourism image. This study came with the aim of showing the impact of these crises on the mental image of tourist destinations. The study targeted a group of active tourist agencies in the state of Biskra.

The study concluded with a number of results, the most important of which is that the mental image of the tourist destination is affected by the occurrence of crises, regardless of their type, and improving the image of the destination during and after the crisis contributes to raising tourism demand, and the image of the tourist destination plays an important role in the process of tourists comparing between tourist destinations.

Keywords: Crises; Mental image; Tourist destination; Tourist agencies.

Jel Classification Codes: ..., ..., ...

1. مقدمة:

يعتبر قطاع الخدمات مثله مثل القطاعات الاقتصادية الاخرى التي تتأثر بفعل الازمات، و بما أن القطاع السياحي هو جزء لا يتجزأ من قطاع الخدمات، فإنه ليس في منأى عن هذه الاحداث. يمكن أن يكون للازمات تأثير متنوع و متعدد الأوجه على المقاصد السياحية، بما في ذلك المشكلات المتعلقة بالبنية التحتية، وانخفاض جودة الخدمات، وسوء إدارة أماكن الجذب، والمخاوف الأمنية، والكوارث الطبيعية، والتدهور البيئي، والمخاطر الصحية. يمكن أن تؤثر هذه الاحداث على الصورة الذهنية للمقصد السياحي الذي يتميز تكوينها بالحركية والتفاعل الدائمين، وفي ظل هذا الوضع تسعى المقاصد السياحية للحفاظ على صورتها الذهنية التي تعتبر أحد العوامل الاساسية الاكثر شيوعاً للمفاضلة بين المقاصد السياحية و جذب السياح والحفاظ على ديمومة القطاع السياحي، حيث تلعب الأزمات دوراً كبيراً في تشكيل هذه الصورة، والتي يمكن أن تؤدي إلى تغييرات معمقة في تصورات الزوار الحاليين والمحتملين.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة الاشكالية التالية:

ما مدى تأثير الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي ؟

ومن خلال هذه الاشكالية نطرح مجموعة من الاسئلة الفرعية لغرض الاحاطة بكل جوانب الدراسة وهي:

- ما مفهوم الازمات ؟ وما هي أنواعها؟
- ما المقصود بالصورة الذهنية للمقصد السياحي؟
- هل تؤثر الازمات على صورة المقصد السياحي؟

أهمية الدراسة

- التعرف على أنواع الازمات التي قد تحدث للمقصد السياحي
- ابراز أهمية الصورة الذهنية للمقصد السياحي
- ضرورة وضع استراتيجيات مناسبة للحد من الاثار السلبية للازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى :

- توضيح أثر الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي
- محاولة لإحداث الوعي لأصحاب القرار في المقاصد السياحية والمسيرين لأهمية الحفاظ على الصورة الذهنية للمقاصد السياحية أثناء وبعد حدوث الازمات.

منهجية الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يناسب طبيعة الموضوع، أولاً تم استغلال المعلومات لبناء الخلفية النظرية للدراسة، وفي الدراسة الميدانية تم جمع البيانات المناسبة من الوكالات السياحية المعتمدة بولاية بسكرة ثم تحليلها ومن ثم استخلاص النتائج.

تمتوزيع مجموعة من استثمارات الاستقصاء على عدد من مسيري الوكالات السياحية لولاية بسكرة، حيث بلغ عدد الاستثمارات الموزعة 26 استثماراً، تم جمع كل الاستثمارات، و بالتالي فإن عدد الاستثمارات التي تم تحليلها بلغ 26 استثماراً بنسبة 100 %. تحوي الاستثمارات على اسئلة تكونت بناء من اطلاع الباحث على المراجع والدراسات السابقة.

2.الاطار النظري للازمة

يعد مفهوم الأزمة من المفاهيم الشائعة على نطاق واسع في عصرنا الحالي، حيث تتنوع التعاريف المتعلقة بها.

1.2 مفهوم الأزمة:

يشير مفهوم الازمة الى وضعية معينة لحظة حرجة تهدد مصالح المنظمة وصورتها الذهنية أمام الجمهور، مما يتوجب اتخاذ القرارات المناسبة لاسترجاع مساراتها الطبيعية، ويعتبر مصطلح الأزمة من أكثر المصطلحات تداولاً في عصرنا، إذ يعبر عن موقف يواجهه صانع القرار في الدول والمنظمات، تمثل الأزمة لحظة حرجة وحاسمة تؤثر على مصير الدولة أو المنظمة المتضررة، ما يضع صانع القرار أمام تحديات كبيرة تجعله في حيرة من امره. هذا ما يدفعه إلى التفكير بحزم في كيفية التعامل مع الأزمة بفعالية، بهدف تقليل آثارها السلبية والاستفادة إن أمكن من نتائجها الإيجابية(البادي، عبد الله مُجَد، و فهمي، 2021).

وقدم الباحثون عدة مفاهيم للازمة حيث تم ربطها بالمفهوم الاجتماعي والاقتصادي والسياسي و هي كما يلي:

-اجتماعيا: تشير إلى توقف الأنشطة المنظمة والمخطط لها وتذبذب الأنماط الاجتماعية التقليدية، ما يفرض وجوب التكيف السريع لاستعادة التوازن وانشاء عادات تتماشى بشكل أفضل مع الظروف الجديدة.(أبوفارة، 2009)

- سياسيا: تشير إلى أي حالة تؤثر على النظام السياسي وتتطلب اتخاذ قرار لمواجهةها والتعامل مع التحديات التي تفرضها، قد تكون هذه التحديات إدارية، أو سياسية، أو نظامية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو ثقافية. (البادي، عبد الله مُجَد، و فهمي، 2021)

- اقتصاديا: تشير الى توقف في مسار النمو الاقتصادي. (هلال، 2004).

- الأزمة السياحية:تعرف الأزمة السياحية على أنها أي حادثة تعيق النشاط السياحي وتهدد بقاء العمل في المواقع السياحية وتؤثر سلباً على صورة الوجهة السياحية، تكمن تأثيرات هذه الأزمة في جوانب الراحة و الامن. (غادة، 2015)

2.2 أسباب حدوث الأزمات:

هناك أربعة مجموعات اساسية للأزمات، وبمعرفة هذه المجموعات يمكن تجنب الأزمات أو التقليل من آثارها ، هذه المجموعات هي: (البادي، عبد الله مُجَد، و فهمي، 2021)

- أخطاء البشر؛
- اختلال أداء الآلات؛
- اضطراب وظائف الالكترنيات؛
- الكوارث الطبيعية.

3.2 أنواع الأزمات:

سعى العديد من الباحثين إلى تصنيف الأزمات بناء على عدة معايير، هذه المعايير تساهم في تنظيم وتصنيف الأزمات بشكل أكثر فعالية، وهي كما يلي: (أبوفارة، 2009)

1. تصنيف الأزمات من حيث معدل تكرارها: يعد هذا التصنيف من المبادئ الأساسية التي تساهم في التمييز بين أنواع الأزمات المختلفة، وفقا لهذا التصنيف يمكننا تحديد نوعين رئيسيين من الأزمات:

- أ. أزمات دورية: هي الأزمات التي تتميز بطابع التكرار والتوقع في بعض الأحيان، على الرغم من أن حجم وشدة الأزمة قد لا يكونان متوقعين بشكل دقيق. يتم التعامل مع هذا النوع من الأزمات من خلال معالجة الأسباب التي أدت إلى حدوثها. (الخضيري، 2003)
 - ب. أزمات غير دورية: هي الأزمات التي لا ترتبط بأسباب دورية متكررة، بل تنشأ بصورة عشوائية ويصعب التنبؤ بها، تستلزم هذه الأزمات جهازا إداريا يستخدم نظاما فعالا لتوقع الأزمات، مما يساهم في تقليل حدة تأثيرها. من أمثلة هذه الأزمات أزمات المالية، الأزمات المتعلقة بسوء الأحوال الجوية، الأزمات الناتجة عن البراكين و الزلازل، وفضائح السرقات المالية. (أبوفارة، 2009)
2. تصنيف الأزمات من حيث عمقها: وتنقسم إلى صنفين:

- أ. أزمات هامشية: تحدث بصورة فجائية و نهايتها سريعة، من خلال التعامل مع أسباب حدوثها غير العميقة، فهي أزمات لا تشكل خطورة شديدة. (قذري، 2008)
- ب. أزمات عميقة متجذرة: تعتبر من أخطر أصناف الأزمات، تتميز بالقساوة الشديدة لارتباطها بهيكل المنظمة الذي وقعت فيه، و حدوثها يؤدي إلى اختلال في أداء المنظمة أو شلل المنظمة بالكامل، وعادة ما تكون الأزمة شديدة العمق إذا ما وقع صدام فما بين متخذو القرار. (الخضيري، 2003)

3. تصنيف الأزمات من حيث شدتها: وفقا لهذا التصنيف تقسم الأزمات إلى نوعين رئيسيين:

- أ. أزمات عنيفة: هي أزمات تتميز بالشدّة والعنف الكبيرين، ما يؤدي إلى زعزعة استقرار المنظمة، هذا الصنف من الأزمات يصعب مواجهته بشكل مباشر، والحل الوحيد يكمن في فقدان الأزمة لقوة دفعها من خلال تقسيمها إلى عناصر، يتم التعامل مع كل عنصر

بشكل منفصل، مع منعها من إعادة التماسك أو اكتساب قوة جديدة للدفع، هذا النوع يؤدي إلى خسائر كبيرة للمنظمة وشلل كلي في قسم الإنتاج، ما يترتب عليه خسائر مادية أو معنوية. (الجديلي، 2006)

ب. **أزمات خفيفة:** هي الأزمات التي يكون تأثيرها على البيئة الداخلية والخارجية طفيفاً ومحدوداً، ويمكن علاجها بسرعة وسهولة بعد تحديد أسبابها الحقيقية، تجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من الأزمات قد تظهر أنماطية وشديدة، ولكن يتلاشى هذا الانطباع بمجرد فهم طبيعة و أسباب الأزمة. (أبوفارة، 2009)

4. تصنيف الأزمات من حيث التأثير والشمول: وتنقسم الى نوعين:

أ. **أزمات عامة:** هي الأزمات التي لا يمكن تجاهلها أو إهمالها ، لأن استمرارها قد يؤدي إلى نتائج وخيمة على المنظمة التي حدثت فيها، قد تؤدي هذه الأزمات الى خلق أزمات أخرى أكثر خطورة وفتكا. (الخضيرى، 2003)

ب. **أزمات جزئية:** هي الأزمات التي تقع على مستوى وحدات المنظمة، وبالتالي فإن تأثيرها عادة لا يمتد خارج الوحدات المتأثرة، هذا الصنف من الأزمات متعدد الأسباب والنتائج بسبب تنوع طبيعة الوحدات. (الجديلي، 2006)

5. تصنيف الأزمات من حيث موضوع الأزمة: هذا الصنف يقسم الى ثلاثة أنواع:

أ. **أزمات مادية:** هي أزمات مرتبطة بالجوانب مادية ملموسة يمكن دراستها وتحليلها والتعامل معها باستخدام أدوات التحليل المتعددة، من أمثلتها أزمة نقص أو زيادة عدد العمالة، تراجع المبيعات والنوعية، أزمة السيولة.

ب. **أزمات معنوية:** هي أزمات مرتبطة بالجوانب غير الملموسة للأفراد، يتم إدراكها والتعامل معها من خلال فهم معانيها وتأثيراتها النفسية و العاطفية.

ج. **أزمات مادية ومعنوية:** هي أزمات شائعة الحدوث ،تشمل الجوانب المادية والمعنوية معاً، هذا الصنف من الأزمات يجمع بين التأثيرات المادية الواضحة والعوامل المعنوية غير الملموسة. (الخضيرى، 2003)

6. تصنيف الأزمات من حيث المستوى: تصنف الى نوعين :

أ. **أزمات على المستوى القومي:** هذا النوع من الأزمات يؤثر على الدولة ككل، ويتأثر بها المجتمع بشكل كلي نظراً لارتباطه الوثيق بأداء الدولة، تتميز هذه الأزمات بشموليتها سواء من حيث الأسباب التي تؤدي إليها أو النتائج التي تترتب عليها.

ب. **أزمات على المستوى المحلي:** تقع هذه الأزمات ضمن نطاق المنظمات والشركات والمشروعات المختلفة، وعادة ما يكون حجمها وتأثيرها محدوداً ، قد تمتد الأزمة لتتجاوز نطاق المنظمة في حالات نادرة ،سواء من حيث الأسباب التي أدت إليها أو النتائج التي نتجت عنها. (قذري، 2008)

4.2. خصائص الأزمات: تتميز الأزمات بمجموعة من الخصائص وهي كما يلي: (جادالله، 2008)

1. **المفاجأة:** تحدث الأزمات بشكل مفاجئ ودون سابق إنذار، ما يعني ظهور أحداث غير متوقعة تؤدي إلى تدمير أو إلحاق الضرر بالمنظمة، هذا الوضع الجديد عادة ما يكون سيئا جدا.

2. **نقص المعلومات:** في الأزمات غالبا ما تكون المعلومات شحيحة، مما يزيد من صعوبة التعامل معها، خاصة إذا كانت الأزمة تحدث لأول مرة، يكون من الصعب تحديد المتسبب في الأزمة أو معرفة حجمها، ولا توجد أطر علمية واضحة للتصرف في مثل هذه الحالات.

3. **تصاعد الأحداث:** تسارع الأحداث يزيد من الضغط على الأفراد الذين يملكون بالأزمة وكذلك على صناع القرار، مما يصعب السيطرة على الوضع.

4. **فقدان السيطرة:** تتطور الأزمات غالبا خارج نطاق قدرة وتوقعات صانعي القرارات، ما يجعل التحكم في الوضع أمرا صعبا وتحديا كبيرا.

5. **حالة الذعر:** تصدر ردود أفعال قوية من كل الأطراف المرتبطة بالأزمة، وقد يلجأ المسؤولون إلى إقالة المعنيين أو التشاجر مع معاونيهم ومرؤوسيهم.

6. **غياب الحل الجذري:** لا تنتظر الأزمات حتى يتم التوصل إلى حل جذري، بل تهدد بسرعة كبيرة سمعة المنظمة المتضررة، في هذه الحالات يكون من الضروري اختيار الحلول الأقل ضررا من بين عدد ضئيل من الخيارات. (جادالله، 2008)

7. **التهديد:** يتمثل التهديد في الأفعال التي تصدر من فرد أو مجموعة أفراد أو نظام معين، سواء بالإشارة أو القول أو الفعل، من أجل تحقيق مطالب محددة، مع التلميح باستعمال القوة عند عدم الاستجابة، الأمر الذي يؤدي إلى بدء الأزمة.

8. **ضيق الوقت:** يتميز الحدث المفاجئ بضيق الوقت الذي لا يتيح الفرصة للرد والاستجابة الفعالة، يتطلب الوضع ردا سريعا نظرا لما يمثله من تهديد كبير للمصالح الوطنية. (مهنا، 2004)

5.2. مسببات وقوع الأزمات: مسببات حدوث الأزمات متعددة ومتنوعة لاختلاف أنواعها ونذكر منها ما يلي: (ماهر، 2006)

1. **سوء الفهم:** وهو يشير إلى خطأ في استقبال وفهم المعلومات المتاحة عن الأزمة ويرجع ذلك للأسباب التالية :

- شح المعلومات وإشارات الإنذار عن الأزمة؛
- سرعة المعلومات وتغيرها ما يؤدي لعدم الإلمام بها ؛
- عدم إمكانية جمع المعلومات؛
- تضارب المعلومات وتداخلها ؛

- عدم امكانية ربط المعلومات المتوفرة بالأزمة؛

- الخدع البصرية في تلقي المعلومات.

2. سوء الإدراك: يعد الإدراك إحدى المراحل الأساسية في عملية السلوك البشري، حيث يشمل استيعاب المعلومات المتاحة وتقييمها لإصدار الأحكام المناسبة، إذا كان الإدراك غير سليم بسبب عوامل التشويش سواء كانت طبيعية أو متعمدة، فإن هذا قد يؤدي إلى انفصام بين الأداء الفعلي للمنظمة والقرارات المتخذة، هذا الانفصام يشكل ضغطا كبيرا قد يؤدي في النهاية إلى خلق أزمة حادة. (الخضيري، 2003)

3. سوء التقدير والتقييم: يعتبر سوء التقدير والتقييم من أبرز أسباب وقوع الأزمات في مختلف المجالات، ينشأ سوء التقدير الأزموي من خلال جانبين أساسيين: أولهما المغالاة والإفراط في الثقة، وثانيهما سوء تقدير قدرات الطرف الآخر والاستخفاف به. (الخضيري، 2003)

4. اليأس: يعد من أخطر مسببات الأزمات شديدة الدمار، حيث يدفع الشخص اليأس إلى ارتكاب تصرفات متهورة تفوق كل الحدود والتصورات. (الخضيري، 2003)

5. الإشاعات: تعتبر من أهم مصادر الأزمات، فكثيرا تكون الأزمات ناتجة عن إشاعة تم نشرها بطرق مختلفة وتوظيفها بذكاء، ما ينتج عنها جملة من المعلومات الكاذبة ويعلن عنها في توقيت محدد ومدروس.

6. استعراض القوة: هذه الطريقة تستخدم غالبا من قبل المنظمات الكبيرة وتسمى أيضا بمصطلح ممارسة القوة، حيث يتم استغلال وضعيات التفوق على الآخرين لتحقيق مكاسب إضافية. (الصيرفي، 2007)

3. الصورة الذهنية للمقصد السياحي

1.3 مفهوم الصورة الذهنية للمقصد السياحي

تشير الصورة الذهنية للمقصد السياحي إلى الانطباع الكلي المتكون في ذهن السائح والهيئات السياحية، والذي يتشكل تدريجيا بمرور الوقت ويحوي مزيجا من المعلومات المعرفية والحسية المتعلقة بالمقصد السياحي وما يحتويه من عناصر جذب. وتعرف أيضا على أنها الانطباع العام الذي تشكل لدى الجمهور عن المقصد السياحي. (البادي، عبد الله محمد، و فهمي، 2021)

2.3 أهمية الصورة الذهنية للمقصد السياحي

تلعب الصورة الذهنية دورا أساسية في توجيه الرأي العام عبر وظائفها الاجتماعية والنفسية، حيث تعد مصدرا لسلوك الأفراد و آرائهم. ويكمن دور الصورة الذهنية للمقصد السياحي في كسب ولاء الجمهور وبناء جسور الثقة معه من خلال تشكيل صورة إيجابية مميزة للوجهة السياحية في عقولهم، ما يدفعهم لتدعمه من كل الجوانب. (المزاهرة، 2015)

وبناء على ما سبق فانه يجب على مسيري المقاصد السياحية أن يولوا اهتمام بدراسة مختلف جوانب الصورة التي يحملها المجتمع عن المقصد السياحي، يأتي ذلك بهدف وضع السياسات و الاستراتيجيات الملائمة بخلق صورة إيجابية تساهم في توجيه جمهور الرأي العام.

3.3 فوائد الصورة الذهنية للمقصد السياحي

للصورة الذهنية مزايا متنوعة و متعددة تصب في مجملها في توجيه الجمهور نحو المقصد السياحي، وتكمن في دعم المقصد السياحي لجذب الموظفين المؤهلين والموهوبين ما يرفع مستوى الخدمات المقدمة، و تساهم في بناء علاقات قوية ودائمة مع السكان المحليين والزوار الوافدين ما يقوي الشعور بالولاء والانتماء، كما تهدف لكسب دعم السلطات و إقناع الجمهور بأهمية السياحة في الرفع من جودة الحياة من خلال توضيح منافعها الاقتصادية والاجتماعية، ويساعد تحسين الصورة الذهنية في تشجيع الناس على التحلي بالصبر والتفكير الجدي قبل إصدار أحكام سلبية على المقاصد السياحية أثناء الأزمات ، وتساهم الصورة الذهنية في بناء جسور الثقة والتعاون مع المسؤولين الحكوميين ما يسهل تنفيذ المشاريع والسياسات السياحية، وتجعل الوجهة أكثر جاذبية للمستثمرين ما يساهم في جذب الاستثمارات المالية الضرورية للتطوير والنمو، كما تحسن فعالية الحملات التسويقية وتجعل الرسائل التسويقية أكثر إقناعاً للجمهور المستهدفة، كما تقلل الحاجة إلى الحملات الإعلانية المكلفة ما يؤدي إلى توفير الموارد المالية، وتساعد في تحقيق ولاء العملاء ما يزيد من احتمال عودتهم إلى المقصد السياحي حتى في أوقات الأزمات، وتساعد المقصد السياحي في كسب ثقة فئات متنوعة من الجمهور ما يعزز من مكانته ويزيد من فرص نجاحه. (المزاهرة، 2015)

4.3 أنواع أزمات المقاصد السياحية

تعرض السياحة لأزمات متعددة كما هو الحال لأي نشاط آخر، وتختلف هذه الأزمات في قوتها ونتائجها، ولكل نوع من هذه الأزمات طريقة خاصة للتغلب عليها، و تختلف طرق التعامل من نوعية إلى أخرى، ولكن الهدف النهائي هو الحفاظ على قوة الدفع التي يتمتع بها هذا القطاع، السياحة أصبحت بالفعل في صدارة أكبر الصناعات العالمية نشاطا من حيث الاستثمارات، والمردود الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وحجم العمالة، ويتعرض قطاع السياحة لنوعين من الأزمات: الأول ينبع من داخله، والثاني ينشأ نتيجة لأزمات حدثت في قطاعات أخرى. (عبد الحميد، 2015)

1.4.3 الأزمات السياحية من داخل القطاع: ونذكر منها: (البادي، عبد الله محمد، و فهمي، 2021)

- غياب الاسلوب الذي يحدد موقع النشاط السياحي وجعله ضمن أولويات المقصد السياحي، بالإضافة إلى تحديد الأهداف المتوقعة من هذا النشاط؛
- انخفاض الصورة الذهنية للمقاصد السياحية بسبب الممارسات غير الملائمة، مثل عدم الوفاء بالالتزامات المتفق عليها، أو عدم توافق السعر مع الخدمات المقدمة ؛
- ضعف التنمية السياحية، الامر الذي يجعلها غير قادرة على تلبية الطلب الكبير؛
- عدم وضع السياسات الكفيلة بتحقيق التوافق والتوازن بين العرض والطلب المطروحين ؛
- نقص التأطير البشري المؤهل للقيام بالوظائف الاساسية اللازمة للعمل في قطاع السياحة.

2.4.3 الأزمات السياحية الناتجة من خارج القطاع: تتنوع هذه الأزمات بين الكوارث الطبيعية والأزمات الناتجة عن النشاط البشري، وتشمل: (ملاحى، بوسعد ، و معاشو، 2015)

- الكوارث الطبيعية كالفيضانات والاعاصير والحرائق والزلازل.
- تدهور سمعة المقصد السياحي أو المنظمة.
- الكوارث الصناعية، مثل التسربات الغازية أو التلوثات الكيميائية.
- الجرائم المرتكبة ضد السياح أو الموظفين جرائم القتل والاغتصاب.
- التلوثات البكتيرية أو التلوث الجرثومي للأغذية.

4. أثر الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي (الدراسة الميدانية)

تم توزيع مجموعة من استمارات الاستقصاء على عدد من مسيري الوكالات السياحية لولاية بسكرة ،حيث بلغت الاستثمارات الموزعة 26 استمارة، تم جمع كل الاستثمارات، و بالتالي فإن عدد الاستثمارات المسترجعة 26 استمارة بنسبة 100 %، تحوي الاستثمارات على اسئلة تكونت بناءعلى اطلاع الباحث على المراجع والدراسات السابقة.

4.1 اختبار فرضية الدراسةتنص فرضية الدراسة على أن:

الازمات تؤثر سلباعلى الصورة الذهنية للمقصد السياحي؛

هناك علاقة إحصائية ذات دلالة معنوية بين الازمات والصورة الذهنية للمقصد السياحي.

جدول (1)

ينخفض الطلب على الحجوزات بمجرد وقوع أي أزمة

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	النسبة%
26	13	06	03	03	1	26
100	50	23.08	11.54	11.54	3.84	100

يتبين من الجدول أعلاه أن نحو 73.08% من العينة المختبرة موافقة على أنه بمجرد وقوع أي أزمة داخل المقصد السياحي ينخفض الطلب على الحجوزات بشكل كبير (50% موافقون بشدة . 23.08% موافقون)، تدل هذه النسبة على أن وقوع الازمات يخفض من الطلب على الحجوزات ، في حين نحو 15.38% غير موافقون (11.54% غير موافقون ، 3.84 غير موافقون بشدة) هذا يدل على أن وقوع أي أزمة داخل المقصد السياحي مهما كان نوعها يجعل بانخفاض الطلب السياحي على هذا المقصد.

جدول (2)

يغادر السياح المقاصد السياحية بوقوع الأزمة

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	النسبة%

التكرار	15	07	02	01	01	26
النسبة%	57.69	26.92	7.69	3.85	3.85	100

يتبين من الجدول اعلاه أن نحو 84.61% من العينة المختبرة موافقة على أن وقوع الازمات يؤدي الى مغادرة السياح للمقاصد السياحية (57.69% موافقون بشدة ، 26.92% موافقون)، في حين نحو 7.7% غير موافقون (3.85% غير موافق 3.85% غير موافق بشدة).

هذا يدل على أن وقوع الازمات أثناء تواجد السياح والزوار داخل المقصد السياحي يرفع من مخاوفهم مما يؤدي الى مغادرتهم هذا المقصد. لهذا لابد على مسيري المقاصد السياحية ادارة الازمة السياحية بفعالية من أجل تجنب تأثير السياح بها.

جدول (3)

يختلف تأثير الازمة على المقصد السياحي باختلاف نوع الازمة

	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع
التكرار	10	09	05	01	01	26
النسبة%	38.46	34.61	19.23	3.85	3.85	100

يتبين من الجدول اعلاه أن نحو 84.61% من العينة المختبرة موافقة على أنه يختلف تأثير الازمة على المقصد السياحي باختلاف نوع الازمة (57.69% موافقون بشدة ، 26.92% موافقون)، هي نسبة تدل على أن تأثير الازمة على المقصد السياحي يختلف باختلاف نوع الازمة، حيث 7.7% غير موافقون (3.85% غير موافقون 3.85% غير موافقون بشدة).

هذا ما يدل على أن نوع وطبيعة الازمة (أمنية ، طبيعية ، سوء التسيير الخ) تؤثر على المقصد السياحي بنسب مختلفة ، لذلك لابد على مسيري هذه المقاصد وضع الاستراتيجية المناسبة لتخفيف اثر الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي مع أخذ بعين الاعتبار نوع الازمة الواقعة.

جدول (4)

يرتفع الطلب السياحي بمجرد انتهاء أزمة المقصد

	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المجموع
التكرار	12	08	03	02	01	26
النسبة %	46.15	30.77	11.54	7.69	3.85	100

يتبين من الجدول اعلاه أن نحو 76.92% من العينة المختبرة موافقة على أن الطلب السياحي يرتفع بمجرد انتهاء أزمة المقصد السياحي (46.15% موافقون بشدة 30.77% موافقون) وهذه نسبة تدل على أن الطلب السياحي يزداد مع انتهاء أزمة المقصد السياحي، حيث حوالي 11.54% غير موافقون (7.69% غير موافقون ، 3.85% غير موافق بشدة). هذا يبين أنه بمجرد انتهاء أزمة المقصد السياحي يرتفع الطلب السياحي ، لهذا يجب على المؤسسات السياحية أن تعمل على انهاء الازمة بأسرع وقت ممكن حتى لا يتضرر المقصد السياحي.

جدول (5)

سوء ادارة الازمة تجعل السائح غير راضي

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار
26	18	07	01	00	00	
100	69.23	26.92	3.85	00	00	النسبة %

يتبين من الجدول اعلاه أن نحو 96.15% من العينة المختبرة موافقة على أن سوء ادارة الازمة تجعل السائح غير راضي حيث (69.23% موافقون بشدة 26.92% موافقون) وهذه النسبة تعتبر نسبة كبيرة تدل على أن سوء ادارة الازمة تجعل السائح غير راضي ، حيث أن العينة غير موافقة تماما 00% غير موافقون (00% غير موافقون ، 00% غير موافق بشدة). هذا يبين أن سوء ادارة الازمة يجعل السائح غير راضي على المقصد السياحي، لذا لابد على مسيري المقاصد السياحية من وضع الاستراتيجيات المناسبة لإدارة الازمة بكل احترافية.

جدول (6)

تأثير الصورة الذهنية للمقاصد السياحية بوقوع الازمات مهما كان نوعها

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	التكرار
26	15	08	01	02	00	
100	57.69	30.77	3.85	7.69	00	النسبة %

يتبين من الجدول اعلاه أن نحو 88.46% من العينة المختبرة موافقة على أن الصورة الذهنية للمقاصد السياحية تتأثر بوقوع الازمات مهما كان نوعها (57.69% موافقون بشدة، 30.77% موافقون) وهذه نسبة تدل على أن الصورة الذهنية للمقاصد السياحية تتأثر بوقوع الازمات مهما كان نوعها ، حيث حوالي 7.69% غير موافقون (7.69% غير موافقون ، 00% غير موافق بشدة). هذا يدل على أن الازمات مهما كان نوعها تؤثر سلبا على الصورة الذهنية للمقصد السياحي، لهذا يجب على المؤسسات السياحية أن تتجنب الوقوع في الازمات أو تستشعر و تترصد لهذه الازمات قبل وقوعها لتتجنبها أو للتقليل من آثارها.

جدول (7)

الصورة الذهنية السلبية للمقصد السياحي نتيجة وقوع أزمة تؤثر في قرارات السياح

المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
26	00	00	01	09	16	التكرار
100	00	00	3.85	34.61	61.54	النسبة %

يتبين من الجدول اعلاه أن 96.15% من العينة المختبرة وهي الغالبية المطلقة موافقة على أن الصورة الذهنية السلبية للمقصد السياحي نتيجة وقوع أزمة تؤثر في قرارات السائح (61.54 % موافق بشدة، 34.61 % موافق)، وهذه نسبة تدل على أن الصورة الذهنية السلبية للمقصد السياحي نتيجة وقوع أزمة تؤثر في قرارات السائح.

هذا يدل على أن الصورة الذهنية السلبية التي تشكلت لدى السياح نتيجة وقوع أزمة للمقصد السياحي تؤثر في اتخاذ السياح لقراراتهم، لهذا لابد على المؤسسات السياحية وضع الاستراتيجيات المناسبة للحفاظ على الصورة الذهنية للمقصد السياحي.

جدول (8)

تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بعد الازمة يساهم في رفع الطلب عليه

المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
26	00	00	01	10	15	التكرار
100	00	00	3.85	38.46	57.69	النسبة %

يتبين من الجدول اعلاه أن 96.15% من العينة المختبرة وهي الغالبية المطلقة موافقة على أن تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بعد وقوع أزمة يساهم في رفع الطلب السياحي (61.54 % موافق بشدة، 34.61 % موافق)، وهذه نسبة تدل على أن تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بعد وقوع أزمة يساهم في رفع الطلب السياحي.

هذا يدل على أن تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي بعد تعرضه للأزمة يساهم في زيادة الطلب السياحي، لهذا لابد على المؤسسات السياحية السهر على تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي.

جدول (9)

النجاح في ادارة الازمة يقلل من الآثار الجانبية على الصورة الذهنية للمقصد السياحي

المجموع	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
26	00	00	01	11	14	التكرار
100	00	00	3.85	42.30	53.85	النسبة %

يتبين من الجدول اعلاه أن 96.15% من العينة المختبرة وهي الغالبية المطلقة موافقة على أن النجاح في ادارة الازمة يقلل من الآثار الجانبية على الصورة الذهنية للمقصد السياحي (53.85% موافق بشدة، 42.30% موافق)، وهذه نسبة تدل على أن النجاح في ادارة الازمة يقلل من الآثار الجانبية على الصورة الذهنية للمقصد السياحي.

هذا يدل على أن ادارة الازمات يقلل من الآثار الجانبية للصورة الذهنية للمقصد السياحي، لهذا لابد على المؤسسات السياحية امتلاك فريق فعال لإدارة الازمات حتى لا يتضرر المقصد السياحي.

5. خاتمة

جاءت هذه الدراسة كمحاولة لتبيان أثر الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي، حيث تم مراجعة الادبيات المتعلقة بالازمات والصورة الذهنية وقد تم ضبط المفاهيم الرئيسية المتعلقة بهما، وقد تم اجراء دراسة تحليلية لآراء مجموعة من مسيري وكالات سياحية بولاية بسكرة بحكم طبيعة نشاطها، وهذا بهدف التحقق من مدى أثر الازمات على الصورة الذهنية للمقاصد السياحية، وقد خلصت الدراسة الى جملة من النتائج والتوصيات يمكن حصرها فيما يلي:

النتائج :

من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة الدراسة تم التوصل الى جملة من النتائج نوضحها كما يلي :

- أكد المبحوثين أنه بمجرد وقوع الازمة داخل المقصد السياحي ينخفض الطلب على الحجوزات.
- يغادر السياح المقاصد السياحية مباشرة بعد وقوع الازمة داخل المقصد.
- تتفاوت نسبة تأثير الازمة على المقصد السياحي باختلاف نوع الازمة.
- يزداد الطلب على المقصد السياحي بانتهاء الازمة.
- تتأثر الصورة الذهنية للمقاصد السياحية بوقوع الازمات مهما كان نوعها.
- الصورة الذهنية السلبية للمقصد السياحي نتيجة وقوع ازمة تؤثر في قرارات السياح.
- تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي أثناء و بعد الازمة يساهم في رفع الطلب عليه.
- النجاح في ادارة الازمة يقلل من الآثار الجانبية على الصورة الذهنية للمقصد السياحي.
- مسيرو المقاصد السياحية يدركون مدى خطورة الازمات.
- تلعب صورة المقصد السياحي دورا مهما في عملية مفاضلة السياح بين المقاصد السياحية.
- تؤثر الازمات سلباً على تكرار السياح زيارة المقصد السياحي

التوصيات:

من خلال النتائج المتحصل عليها نستخلص التوصيات التالية:

- نشر الوعي لدى مسيري المقاصد السياحية من خلال تدريبهم بإقامة البرامج الثقافية المتعلقة بإدارة الازمات والمخاطر السياحية.

- ضرورة ادارة الازمات من قبل موظفين مؤهلين ومدربين على مواجهة المخاطر.
- لابد على مسيري المقاصد السياحية من استغلال التكنولوجيا الحديثة للتنبؤ بالازمات من خلال البرامج المعلوماتية الحديثة والمتطورة.
- السهر على تحسين الصورة الذهنية للمقصد السياحي من خلال وضع استراتيجيات تسويقية فعالة.

6. قائمة المراجع

- أحمد ماهر. (2006). "تأليف ادارة الازمات". الاسكندرية: الدار الجامعية.
- محسن احمد الخضيرى. (2003). "ادارة الازمات منهج اقتصادي واداري لحل الازمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية". القاهرة: مكتبة مدبولي.
- المجديلي عبد القادر ربحي. (2006). "واقع استخدام ادارة الازمات في المستشفيات الحكومية الكبرى في قطاع غزة". غزة: الجامعة الاسلام كلية التجارة .
- محسن احمد الخضيرى. (2003). "ادارة الازمات". الطبعة الاولى. القاهرة: مجموعة النيل العربية للنشر.
- محسن الصيرفي. (2007). "ادارة الازمات". الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع.
- المزاهرة منال هلال. (2015). "ادارة العلاقات العامة وتنظيمها". عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- جبالله م. (2008). "ادارة الازمات". عمان: دار اسامة للنشر.
- رجب عبد الحميد. (2015). "استراتيجية التعامل مع الازمات والكوارث". القاهرة: دار الكتاب الجامعي.
- عبد القادر المجيد قدري. (2008). "اتصالات الازمة و ادارة الازمات". القاهرة: الجامعة الجديدة للنشر.
- عبد الله غادة. (2015). "الازمات في صناعة السياحة". الاسماعيلية: كلية السياحة و الفنادق جامعة قناة السويس.
- مُجد عبد الغاني هلال. (2004). "مهارات ادارة الازمات". القاهرة: مركز تطوير الاداء والتنمية.
- مُجد كمال عبد السلام البادي، غادة عبد الله مُجد، و امال فهمي. (2021). "أثر مضاربة الاسعار أوقات الازمات على الصورة الذهنية للمقصد السياحي المصري". المجلة الدولية للتراث والسياحة، 15(1).
- ملاحى رقية، نابت ابراهيم، ومعاشو داني الكبير. (2015). "أهمية ادارة الازمات في صناعة السياحة وتحقيق التنمية الاقتصادية تجارب الدول العربية". مجلة المالية والاسواق. 2(1).
- مهنّا مُجد نصر. (2004). "ادارة الازمات قراءة في المنهج". الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.
- يوسف احمد أبوفارة. (2009). "ادارة الازمات مدخل متكامل". عمان: اثراء للنشر و التوزيع.