

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فرع: العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير

قسم: العلوم التجارية

رقم:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب: محذب محمد

تحت عنوان

واقع السياحة وسبل تطورها

دراسة حالة: مديرية السياحة والصناعات التقليدية

- لولاية المسيلة-

لجنة المناقشة:

| | | | |
|-----------------|-------------|---------------|--------------|
| د. حجاب موسى | أستاذ محاضر | جامعة المسيلة | رئيسا |
| د. شريط حسين | أستاذ محاضر | جامعة المسيلة | مشرفا و مقرا |
| د. حسان بوبعاية | أستاذ محاضر | جامعة المسيلة | مناقشا |

السنة الجامعية: 2018/2019

الإهداء

نحمدك ربي حمدا يليق بجلال وجهك وعظيم سلطانك

إنه لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نهدي ثمرة جهدنا

إلى

من قال فيهما الله عز وجل ".... وبوالدين إحسانا...."

بحر الحنان ، ريحانة الدنيا ونور عيناى

أمى حفظها الله لى .

الذى لم يبخل على يومى ، الشمعة التى تضىء دربى

أبى العزىز .

محمد

كلمة شكر

نحمد الله عز وجل ونثني عليه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه،

أن أنعم علينا بنعمة العلم، وأن وفقنا إلى عملنا هذا.

والصلاة والسلام على حبيب الحق، وخير الخلق محمد ابن عبد الله

معلم الخلق أجمعين.

واحتكما إلى قوله - صلى الله عليه وسلم

(من لا يشكر الناس لم يشكر الله، ومن أهدى إليكم معروفا

فكافئوه، فإن لم تستطيعوا فادعوا له)

(الشكر قيد النعمة وسبب دوامها ومفتاح المزيد منها)

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد،

بقدر كبير أو بسيط، على انجاز هذا البحث، ونخص بالذكر:

السيد المشرف الأستاذ شريط حسين على جميل صبره، وسعة باله،

ونصائحه وتوجيهاته التي لم يبخل علينا بها.

وبالشكر والاحترام إلى كل أعضاء اللجنة المشرفين على المناقشة،

جزيل الشكر والعرفان والامتنان

الفهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| الصفحة | البيان |
|--|---|
| I | الإهداء |
| II | الشكر |
| IV-V | فهرس المحتويات |
| VI | قائمة الجداول |
| VII | قائمة الأشكال |
| VIII | قائمة الملاحق |
| أ- د | المقدمة |
| الفصل الأول: السياحة والتسويق السياحي | |
| 01 | تمهيد |
| 03 | المبحث الأول: ماهية السياحة |
| 03 | المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح، الأهمية والخصائص |
| 05 | المطلب الثاني: مقومات الجذب السياحي و أنواع السياحة |
| 10 | المطلب الثالث: فوائد وعيوب السياحة |
| 12 | المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر في ظل مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 |
| 12 | المطلب الأول: المقومات السياحية للجزائر |
| 14 | المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية |
| 16 | المطلب الثالث: الأقطاب السياحية |
| 19 | المبحث الثالث: التسويق السياحي |
| 19 | المطلب الأول: مفهوم التسويق السياحي وأهميته |
| 20 | المطلب الثاني: أهداف وخصائص التسويق السياحي |
| 24 | المطلب الثالث: المزيج التسويقي السياحي |
| 31 | خلاصة |

الفصل الثاني: إقع القطاع السياحي في ولاية المسيلة

| | |
|----|---|
| 33 | تمهيد |
| 34 | المبحث الأول: تقديم مديرية السياحة ومنظمات السياحة لولاية المسيلة |
| 34 | المطلب الأول: تقديم عام للولاية |
| 38 | المطلب الثاني: التعريف بمديرية السياحة و هيكلها التنظيمي |
| 41 | المطلب الثالث: الامكانيات(الهياكل) وأنماط السياحة لولاية المسيلة |
| 44 | المبحث الثاني: المقومات والإمكانيات السياحية ائراح سبل تطويرها |
| 44 | المطلب الأول: المقومات والمؤهلات الطبيعية والثقافية والمعالم الأثرية والدينية |
| 47 | المطلب الثاني: المناطق السياحية ومراحل التدفق السياحي |
| 55 | المطلب الثالث: اقتراح الإجراءات المتعلقة بالسياحة لتحسين الخدمات السياحية |
| 57 | المبحث الثالث: عرض الاستبيان و تحليل نتائج |
| 57 | المطلب الأول: عرض الاستبيان المعتمد في البحث الميداني |
| 67 | المطلب الثاني: معالجة بيانات الاستبيان و تحليل نتائج |
| 74 | المطلب الثالث: اختبار الفرضيات |
| 76 | خلاصة |
| 78 | الخاتمة |
| 82 | قائمة المراجع |
| 88 | الملاحق |

قائمة الجداول

قائمة الجداول

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|--|--------|
| 01 | الفرق بين التسويق السلعي والتسويق السياحي | 25 |
| 02 | عدد الفنادق بالولاية المسيلة | 39 |
| 03 | بيوت الشباب بولاية المسيلة | 40 |
| 04 | وكالات السياحة والإسفار بولاية المسيلة | 40 |
| 05 | التعريف بمديرية السياحة | 59 |
| 06 | الانتماء الإداري لمديرية السياحة | 59 |
| 07 | طبيعة التسيير لمديرية السياحة | 60 |
| 08 | طبيعة النشاط الرئيسي لمديرية السياحة | 61 |
| 09 | واجهة مديرية السياحة | 62 |
| 10 | عدد مصالح مديرية السياحة | 62 |
| 11 | مميزات موظفي مديرية السياحة | 63 |
| 12 | مهام مديرية السياحة في مجال السياحة | 64 |
| 13 | مميزات تطبيقات التسويق السياحي في مديرية السياحة | 66 |
| 14 | الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية | 66 |
| 15 | ماهية التسويق السياحي | 67 |
| 16 | عدد عناصر مزيج التسويق السياحي | 68 |
| 17 | عناصر المزيج التسويقي السياحي | 69 |

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|--|-------|
| 25 | خصائص التسويق السياحي | 01 |
| 38 | الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية المسيلة | 02 |
| 59 | التعريف بمديرية السياحة | 03 |
| 60 | الانتماء الإداري لمديرية السياحة | 04 |
| 60 | طبيعة التسيير لمديرية السياحة | 05 |
| 61 | طبيعة النشاط الرئيسي لمديرية السياحة | 06 |
| 62 | واجهة مديرية السياحة | 07 |
| 63 | عدد مصالح مديرية السياحة | 08 |
| 64 | مميزات موظفي مديرية السياحة | 09 |
| 65 | مهام مديرية السياحة في مجال السياحة | 10 |
| 66 | مميزات تطبيقات التسويق السياحي في مديرية السياحة | 11 |
| 67 | الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية | 12 |
| 68 | ماهية التسويق السياحي | 13 |
| 68 | عدد عناصر مزيج التسويق السياحي | 14 |
| 69 | عناصر مزيج التسويق السياحي | 15 |

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|---------------------------------|--------|
| 01 | الجريدة الرسمية العدد 60 | 79 |
| 02 | الجريدة الرسمية العدد 63 | 80 |
| 03 | الخريطة السياحية لولاية المسيلة | 82 |
| 04 | الإستبيان | 83 |

مقدمة

مقدمة

لقد كانت للتغيرات التي شهدتها الساحة العالمية في المجال الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والسياسي التأثير البالغ علي اقتصاديات البلدان مما استوجب علي الجزائر التوجه نحو اقتصاد السوق والذي بدوره فرض التنوع الاقتصادي، والتنمية في جميع المجالات.

وتعتبر السياحة من أحد أهم القطاعات الاقتصادية كما أنها تعتبر ظاهرة إنسانية ونشاط اقتصادي واجتماعي يؤثر في حياة المجتمعات، وأصبحت كثير من الدول توضع على أساسها خطط وبرامج تنموية لنهوض باقتصاديتها الوطنية، حيث أصبحت تحتل حيزا لا يستهان بيه في حياة الأفراد والدولة ككل على حد سواء، وهي مثل أي نشاط اقتصادي له أثر على البيئة الاجتماعية، وذلك كانت الحاجة لتنمية وتطوير هذا القطاع من أجل ضمان تحقيق استفادة منه كما أن السياحة لها أهمية خاصة تأثر على الاقتصاد الوطني فهي تؤثر على جميع الأنشطة الاقتصادية في الدولة وخارجها، من خلال حركة التجارة الدولية كما أنها وسيلة فعالة لزيادة مداخيل الدولة من النقد الأجنبي ولجلب العملة الصعبة، وهذا له أهمية بالنسبة للدول التي لها الإمكانيات، ومقومات سياحية طبيعية كما تتيح فرص عمل ومناصب شغل لامتناهات البطالة، لأنها نشاط يعتمد بالدرجة الأولى على اليد العاملة مما جعل العديد من الدول تولي اهتمام خاصا لهذا القطاع، وتقديم التسهيلات السياحية وإقامة البنية التحتية (إقامة طرقات، مطارات، موانئ، قرية سياحية، ...)، لجذب أكبر عدد من السياح.

نظر لتزايد عدد السياح على مختلف الدول والمناطق السياحية، وتوزيع المشاريع السياحية علي المناطق السياحية المختلفة تعمل على تطوير وتحسين مستويات المعيشة فيها، حيث تلعب السياحة دورا هاما في مجال الاقتصادية والاجتماعية في مجال التنافس.

وتعتبر الجزائر من بين اهم الدول التي لها من مقومات الجذب الطبيعي والتي تؤهلها لاحتلال مركز مهم ضمن أهم المقاصد السياحية في العالم، وكذا نموذجا سياحيا لتنوع أقاليمها والحضارات التي تعاقبت عليها إضافة إلى موروثها الثقافي والتاريخي. وحاليا تسعى الجزائر لنهوض بقطاعها السياحي من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مطلع عام 2030 الذي يشكل الإطار الاستراتيجي للسياسة السياحية للجزائر.

إشكالية الدراسة:

نظرا لاختلاف الرغبات والاحتياجات لدى الإنسان وبسبب التطور التكنولوجي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي ساهم في ظهور أنواع سياحية جديدة تحتاج إلى توفير خدمات وتسهيلات وعناصر جذب مختلفة فإنه كان لزاما استخدام سياسات وأمزجة تسويقية مختلفة.

ويمكن صياغة السؤال الرئيسي وفقا لمناقشة إشكالية الدراسة أعلاه كالآتي:

ما هو واقع السياحة في الجزائر وما هي سبل تطويرها؟

ويندرج ضمن هذا السؤال الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية والتي تصاغ كما يلي:

- ما هي العوامل لنهوض وتطوير قطاع السياحة؟

- ما هي مقومات السياحة بولاية المسيلة؟

- ما المقصود بالتسويق السياحي؟

- ما هو واقع و أفاق السياحة بولاية المسيلة ؟

وبناء على هذه الأسئلة يمكن تصور فرضيات الفرعية بكل سؤال على حدة.

فرضيات الدراسة:

- السياحة دور مهم في دفع عجلة التنمية.

- عدم استغلال المقومات السياحية بالجزائر.

- التسويق السياحي هو تجسيد لعناصر متكاملة هدفها الرفع من مستوى السياحة.

- لتسويق دور هام في تنشيط الخدمات السياحية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في كون القطاع السياحي بديل اقتصادي من شأنه المساهمة في الدخل الوطني وتوفير إيرادات بالعملة الصعبة خارج قطاع المحروقات، ضف إلى ذلك ما توليه الدولة الجزائرية لتنمية هذا القطاع،

أهداف الدراسة:

تتجلى أهداف الدراسة في الجوانب التالية:

- إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة.

- تسليط الضوء على المشاريع السياحية في الجزائر.

- اقتراح الحلول المناسبة لتطوير السياحة في الجزائر.

- علاقة للتسويق السياحي مع واقع السياحة.

منهج الدراسة:

بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها نتبع المنهجية التالية:
تم الاعتماد على المنهج الوصفي من اجل وصف جوانب الموضوع وتحليل مختلف النتائج المتوصل لها كما تم استعمال مصادر أولية تمثلت في دراسة حالة، الاستبيان، قاعدة الاستبيان وبرمجية معالجة البيانات ومراجع تمثلت في الكتب، أطروحات الدكتوراة، مذكرات الماجستير، القوانين والتشريعات الخاصة بالقطاع السياحي ومواقع انترنت.

حدود الدراسة:

- الحدود المكانية: يتم إجراء الدراسة بتوزيع الاستبيان في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة.
- الحدود الزمانية: لتحديد العينة المستهدفة بالدراسة تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة الزمنية الممتدة 2019/03/01 إلى 2019/05/01.
- الحدود الموضوعية: تحاول هذه الدراسة الربط بين واقع السياحة والمقاربة التسويقية خاصة في ما تعلق بأبعاد لها علاقة بالتسويق.

الدراسات السابقة:

- دراسة كواش خالد (2003-2004) بعنوان أهمية السياحة في التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه. تطرق الباحث فيها إلى توضيح مفهوم السياحة كمنشأ اقتصادي ومعالجة واقع السياحة من خلال تحليل مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر والوقوف على النقائص والمعوقات، وكذا دراسة وتحليل التجارب السياحية لبعض الدول.
- دراسة هدير عبد القادر (2005-2006) بعنوان واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، مذكرة ماجستير. تطرق الباحث فيها إلى مفاهيم عامة حول السياحة، وكذلك دور الاستراتيجيات التسويقية في ترقية الخدمات السياحية، والى واقع السياحة في الجزائر، وكذا دراسة وتحليل التجارب السياحية لبعض الدول.
- دراسة حواسني صليحة (2013-2014) بعنوان التطورات الجديدة في التسويق السياحي ودورها في خلق الجيوسياحة، مذكرة ماجستير. تطرقت الباحثة فيها الى تقديم مدخل في تسويق السياحة و مدخل في مفهوم الجيوسياحة من خلال مفاهيم حول السياحة وعلاقة التطورات الجديدة في التسويق السياحي بالجيوسياحة، وكذلك دوره في خلق الجيوسياحة من خلال دراسة حالة بولاية عين الدفلى.

تقسيمات الدراسة:

سوف يتم معالجة هذا البحث وفق فصلين إضافة إلى المقدمة والخاتمة، عالج الفصل الأول الجانب

لنظري للموضوع، والفصل الثاني الجانب الميداني وذلك كما يلي:

جاء الفصل الأول تحت عنوان " السياحة والتسويق السياحي " وقد تناولنا في المبحث الأول ماهية السياحة.

ثم تطرقنا في المبحث الثاني إلى واقع القطاع السياحي في الجزائر في ظل مخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية 2025. أما المبحث الثالث تناولنا فيه التسويق السياحي.

جاء الفصل الثاني تحت عنوان واقع القطاع السياحي في ولاية المسيلة تمت محاولة إسقاط المفاهيم

النظرية على مديرية السياحة لولاية المسيلة حيث تناول المبحث الأول تقديم مديرية السياحة ومنظمات

السياحية لولاية المسيلة ، وفي المبحث الثاني المقومات والإمكانات السياحية وقترح سبل تطويرها ، أما

المبحث الثالث عرض الاستبيان و تحليل نتائج.

الفصل الأول :

السياحة والتسويق السياحي

تمهيد:

إن السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية وإنسانية وقد تطورت تطور كثيرا خاصة في العصر الحالي وأصبحت من القطاعات الهامة في الازدهار الاقتصادي، ولهذا تعمل على تفعيل الموارد وإمكانيات السياحة المتوفرة لديها لإشباع وتلبية حاجات ورغبات السياح وذلك من خلال مفهوم التسويق السياحي الذي يسعى إلى إشباع حاجات السياح وذلك من خلال المزيج التسويقي سياحي مناسب يعمل على التعريف بالمقومات السياحية .

لذلك سوف نخصص هذا الفصل لتوسيع الفهم حول هذه المفاهيم النظرية من خلال التطرق للعناصر التالية:

- ماهية السياحة.
- واقع القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.
- التسويق السياحي.

المبحث الأول: ماهية السياحة

تعد السياحة من أكثر القطاعات استقطاباً وجذباً للمتعاملين الاقتصاديين حديثاً، إذ أصبحت صناعة راقية في العديد من الدول، وهناك العديد من الدراسات في الحقل السياحي التي أعطت مفهوماً للسياحة والسائح وفق وجهات نظر مختلفة ومتنوعة

المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح وأهميتها

أولاً- مفاهيم عامة حول السياحة:

- هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس منها الحصول على الاستجمام، وتغيير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الإنسان والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة.

- أو هي السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي، في الماضي سافر الناس، لأهداف مختلفة منها التعرف على العالم ودراسة اللغات الأجنبية.

- لقد عرفت السياحة في قبل العالم الاقتصادي النمساوي (هيرمان فون شولرا) عام 1910 بأنها الإصلاح الذي يطلق على أي عمليات، خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود، وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة، أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً¹.

- وتعريف (جوهر فرولر) على أنها (السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من الظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق مجال المشاهدات الطبيعية)².

- أما تعريف (بيكار) عام 1910 الذي يعتبر السياحة (مجموع الأجهزة ونظام عملها لا من وجهة نظر الشخص الذي ينتقل من مكان إلى آخر أي المسافر نفسه، ولكن بصفة رئيسية من وجهة نظر أولئك الذين يلتقي بهم في البلاد التي ينتقل إليها حاملاً حافظه نقوده الممتلئة، فيستفيدون مباشرة كالفنادق بالدرجة الأولى، أو بطريق غير مباشر، مما ينفقه لإشباع حاجته، سواء كانت لطلب العلم أو المتعة).

- في تعريف (روبنسن) على أنها (انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة، ونقل عن عام واحد على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى ترانزيتاً).

¹ إبراهيم فؤاد خوجه، التنمية السياحية في الاقتصاد الإسلامي، شركة كنوز المعرفة للنشر، جدة، سعودية، 2012، ص40.

² مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص24.

- أما تعريف (دي ماير) الذي يعتبر السياحة (مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها، والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه، تحقيقاً لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد).
- كما أن تعريف (ماثيوس) على أنها (حركة مؤقتة للسكان أو الناس لمناطق معينة خارج مناطق سكناتهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تمارس في مناطق الهدف، وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي يتم توفيرها لممارسة هذه النشاطات، والسياحة بهذا المفهوم نوع من أنواع السفر الذي يختلف عن رحلة العلم اليومية أو الهجرة أو التسوق أو الإقامة الدائمة).
- وفي تعريف (ليكوريش) الذي ينص على أن السياحة (ذلك الجزء من الاقتصاد القومي الذي يعني باستضافة المسافرين الذين يزورون أماكن خارج المواطن التي يقيمون أو يعملون فيها).
- وفي تعريف (ليتره) (الذي ينظر إلى السياحة على أنها زيارة بلد بدافع حب الإطلاع أو الفراغ).
- وكان تعريف (الأكاديمية الدولية للسياحة) International Academy of Tourism على أنها (مجموعة من التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها، والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه، تحقيقاً لرغبة الانطلاق والتغيير).
- كما عرفت على أنها (مصطلح يطلق على رحلات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع الحاجات للسائح)¹.
- أما تعريف الدكتور أحمد الجراد على أنها (تعبير عن مجموعة العلاقات والخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة في بيئة جديدة ومتميزة إيكولوجياً، بعيداً عن مقر إقامته المعتاد، بغرض إشباع حاجاته أو تحقيقاً لمصلحة ما طالما كانت هذه الإقامة لا تحقق ربحاً مادياً، هذا يعني أن السياحة نشاط إنساني متعدد الجوانب، يتضمن مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة فقط في مكان إقامة وبين الأشخاص الذين يقيمون بهذا المكان، ويتضمن كذلك العديد من الخدمات المقدمة للسائح، وهي متميزة إيكولوجياً، والسائح هو الشخص الذي يقيم إقامة مؤقتة بغرض إشباع حاجاته وتحقيق مصلحة ذاتية غير محققة للربح).
- كما قام العالم ليفيه نيزارول (leveill nizerolle)، بتعريف السياحة على أنها جميع الأنشطة غير المحققة للربح والتي يقوم بها الإنسان بعيداً عن مقر إقامته المعتاد.²

¹ زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، الطبعة الأولى، دار المعتمد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016، ص15-17.

² أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، طبعة الأولى، دار الوفاء الدنيا لطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2012، ص55.

- أما تعريف (صلاح الدين خربوطلي) على أنها (ظاهرة إنسانية تنبع عن طبيعة الإنسان، وتذوقه لمتعة السفر لإشباع حاجته وحببه للاستطلاع والتواصل والتغيير، ومع التطور المستمر في جوانب الحياة ووسائل الإنتاج والعمل والعلم والدخل، تسارع نمو السياحة كما وشكلا، وخاصة في النصف الأخير من القرن العشرين).

- يعرفها قاموس تشامبر الإنجليزي السياحة بصفة عامة تعريفا يشوبه شيء من الغموض، على أنها "النشاطات التي يقوم بها السائحون وأولئك الذين يلبون لهم متطلباتهم" مميزا وبشكل مباشر بين السياحة بوصفها ظاهرة الاجتماعية.¹

لقد ظلت هذه التعاريف السابقة الذكر مجرد محاولات للاهتمام إلى تعريف يجمع مقومات السياحة وعناصرها، وخصائصها من ضوء تطورها في الأعوام السابقة للحرب العالمية الثانية. إلا أن هناك تعريفا شاملا يمكن اتخاذه أداة للانطلاق والتحليل، وهو التعريف الذي أطلقه الأستاذ "هونزيكير" السويسري رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين.

وفي بحث نشر له بألمانيا عام 1959م والذي استقر معظم الباحثين في علم السياحة على أنه تعريف علمي غطى سمات السياحة الرئيسية والقواعد التي تقوم عليها السياحة، وهو مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب مع سفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي.

- أما التعريف الذي أقرته (منظمة السياحة العالمية) Organization World Tourism الذي ينص على أن السياحة (مجموعة العلاقات والخدمات الناتجة عن السفر والإقامة إلى ذلك الحد الذي لا يحتاج السائح إلى إقامة دائمة، ولا يترتب على سياحته أي نشاط بأجر مدفوع، وبصفة عامة فإن السياحة مصطلح شامل للعديد من المنتجات والخدمات المعروفة والمرغوبة التي يتلقاها السياح في مكان غير مكان الإقامة المعتاد، ومن هذه المنتجات والخدمات وسائل الإقامة والمطاعم والنشاطات والمغريات الطبيعية والصناعية ووكالات السياحة والسفر والمكاتب الحكومية ووسائل النقل حيث تتداخل هذه المنتجات والخدمات مع بعضها البعض وتكمل بعضها بعضا)، ولو أمعنا النظر في هذه التعاريف ودققنا فيها نجد أنها تشمل على ما يلي:

- أن معظمها ينظر إلى (السياحة) من وجهات نظر التخصصات العلمية التي عالجتها.
- أن بعضها يغطي جوانب مهمة من السياحة ويغفل جوانب أخرى.

¹ محمد طالب السيد سليمان، طلال نواف عامر، التنمية السياحية والبيئية ما بعد الاستدامة، دار الكتاب الجامعي العين، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2012، ص29.

- أنها تلازم التطورات الحاصلة في تركيب السياحة ومكوناتها والنمو الحاصل في جوانبها المتعددة بمرور الزمن.
- أن الأخيرة منها قد غطت واستوعبت (السياحة) بمعناها الحالي.
- أن المنظمات السياحية الدولية قد ساهمت إلى حد كبير في نضوج وبلورة ماهية (السياحة) ومفهومها.
- أن جوانب السياحة الرئيسية هي: حركة الأشخاص داخل البلد، وانتقالهم إلى خارجه حسب أوقات فراغهم وقدراتهم المالية، المدة شريطة أن تزيد على 24 ساعة وتقل عن عام واحد متصل، بدافع الترفيه عن النفس وحبا في التغيير... إلخ، ودون تحقيق للربح.¹
- أن السياحة لا تنطبق على: الدبلوماسيون Diplomats، الجنود الأجانب Foreign Troops، المغتربون، الأساتذة الجامعيون عند ارتباطهم بعقود عمل في الجامعات الأجنبية، الأفراد العاملون عند النقاط الحدودية، المواطنين العابرون (تقوم اسبانيا باحتسابهم كسياح مرة عند مجيئهم من أوروبا وعبورهم بسياراتهم ومرة عند عودتهم)، النازحون إلى ما وراء الحدود بسبب الكوارث الطبيعية والحروب، المسجونون والمقبوض عليهم خارج بلادهم، العمال الأجانب، الموظفون الدوليون، الأشخاص الذين يعملون على وسائل النقل الدولية جوية كانت أو برية أو بحرية.

ثانياً - مفهوم السائح:

هو ذلك الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية، أو الدراسة وعليه أن يصرف أموالاً وفرها في مكان آخر.²

كما جاء تعريف السائح الدولي على أنه كل شخص يكون موجوداً بشكل مؤقت في دولة أجنبية، ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال أربع وعشرين (24) ساعة أو أكثر، ويستدل من هذا التعريف على أن السائح هم:

- الشخص الذاهب للترفيه أو العلاج أو لأسباب أخرى.
- الشخص الذاهب لاجتماعات دولية أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها.
- الشخص الذاهب للدراسة أو التخصص في مجال معين.

¹ زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص 19.

² أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 25.

ومن هذا التعريف يستدل أيضا على أن الشخص لا يعتبر سائحا في الحالات التالية:

- الشخص الذاهب للعمل بدولة أجنبية، ويعمل بها بعقد أو بغير عقد.
- الشخص الذي يستوطن في المكان الذي ارتحل إليه وكان سائحا منه.

إن الهيئات الدولية قامت هي أيضا بتعريف السياحة، كمفهوم وظاهرة من خلال تعريف السائح، وهو الشخص المعني الرئيسي من السياحة، وهذا لأسباب إحصائية شاملة والصعوبات في تنوع التعاريف العديدة للاصطلاحات الهامة، فعرفت لجنة خبراء الإحصائيات التابعة لهيئة الأمم المتحدة عام 1937.

إن السائح هو أي شخص يزور بلدا ما غير تلك التي يقيم عادة فيها لفترة لا تقل عن أربعة وعشرين (24) ساعة وينقسم السياح إلى:

- الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة لأسباب عائلية، للأسباب الصحية...إلخ.
- الأشخاص الذين يسافرون لحضور الاجتماعات الدولية، لتمثيل بلادهم سواء علميا أو إداريا أو دبلوماسيا أو رياضيا.
- أرباب الأعمال الذين يسافرون، لأسباب تتعلق بأعمالهم.
- الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية، ولو كان مدة إقامتهم أقل من أربعة وعشرين (24) ساعة.

وفي هذا الصدد يرى مؤسس الأبحاث السياحي KARAPTE HUNSIKER أنها مجموعة من العلاقات والأعمال التي تكونت بسبب التنقل وإقامة الأفراد خارج مقر سكنهم اليومي، حيث أن هذا التنقل لا يدخل في إطار النشاط الإنساني المريح...إلخ.

ورغم صحة هذه التعاريف فإنها غير كاملة وغير شاملة للظاهرة السياحية، كما نراها في عصرنا الحالي، لأن هذه التعاريف لا تشمل سوى جوانب معينة في الظاهرة، كالسفر، والتنقل، والإقامة خارج السكن اليومي المعتاد وإشباع حاجات معينة داخل البيئة.

هنا يعرفها قاموس (Petit Robert) على أنها مجموع الأنشطة المتعلقة بالتنقل السياحي، وإقامتهم خارج سكنهم اليومي، وهي وفق هذا التعريف، تتمثل في الأعمال والأدوات التي تتعلق بإقامة السياح وتنقلهم ونشاطاتهم الترفيهية، فالسياحة إذ تشمل على عدة عناصر:

- وسائل النقل المختلفة، هياكل الإقامة، المطاعم، والملاهي، والمقاهي، والحدائق وغيرها، والوقت الحر، فهي بذلك تكون صناعة تختلف عن الصناعات الأخرى، نظرا لتداخل عدة قطاعات ونشاطات في تكوينها.

- أما المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي، فقد عرفها في قراره الصادر سنة 1972 بأنها فن تلبية وإشباع الرغبات الشديدة والتنوع التي تدفع الإنسان إلى التنقل خارج مجاله اليومي...إلخ. هذا التعريف يضيف شيئاً جديداً إلى التعاريف السابقة، وهو اعتبار السياحة فن يعني ذلك أنها قطاع مميز عن قطاعات النشاطات الاقتصادية الأخرى، بسبب طبيعتها ووظيفتها، وأسلوب وأدوات تطويرها واختلافها عن الخدمات الأخرى التي تقدمها الدولة للمواطن.

تعريف شامل للسائح:

هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصل أو الاعتيادي، ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة، سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي)، ولفترة تزيد عن (24) ساعة، وأن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للنزهة.

ويمكن أن نعرف المسافر لغرضين:¹

أ-السواح: الذين يزورون بلاد أو مدن لأكثر من (24) ساعة، وللأغراض التالية:

- ترفيهية: التمتع، الرحلة، عطله، صحة، دين، رياضة، ثقافة، تاريخ...إلخ.
- أعمال، مؤتمرات.
- عوائل (اجتماعية).
- اجتماعات، أعمال، مؤتمرات، ثقافة، فن...إلخ.
- أخرى.

ب-المتنزهين: الذين يزورون مناطق لأقل من (24)ساعة، وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السواح، وإنما يعتبرون متنزهين.

الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح:

- أعضاء الهيئات الدبلوماسية.
- أفراد القوات المسلحة الأجنبية.
- العاملون المؤقتون: ممن يرتبطون بعقود عمل في دولة أجنبية كأن يكونوا خبراء أو موظفون أو عمال أو أي عمل آخر بشكل مؤقت.
- الأشخاص المقيمين عند الحدود: ويعملوا في أراضي دولة أخرى.

¹ زيد منير عبوي ، مرجع سابق، ص22.

- من يقصد بلد ما بقصد التوطن: كالجائنين السياسيين أو الاستقرار والسكن في بلد ما، أو الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على إقامة دائمة.
- المسافرون العابرون: كمسافرين الترانزيت، طاقم الطائرة، الباخرة، سائقي القاطرات، الشاحنات ممن يعبرون البلد ويبقون فيه لفترة تقل عن (24) ساعة.
- ويمكن أن نقسم السياح تبعاً لبعدهم عن مكان السياحة:
- السائح العالمي: هو الذي يأتي من بلدان بعيدة عادة ويشكلون زخم سياحي عالمي وينشأ عادة من البلدان المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع.
- السائح القادم من البلدان القريبة أو المجاورة، وهؤلاء لهم مميزات وأصناف خاصة.
- السائح القادم من مدن أو مناطق قريبة من المكان السياحي المقصود، كأن تكون الزيارات في عطلة نهاية الأسبوع.
- سياح من مواطني البلد ينتقلون في بلدهم وهذا يمثل السياحة الداخلية.

ثالثاً- أهمية السياحة:

- تتبع أهمية السياحة، من كونها القطاع الذي يزيد من إيرادات الدولة، وذلك كما يلي:
- أن السياحة تمثل ظاهرة الانتقال المؤقتة التي يقوم بها عدد كبير من الناس، فيتركون مكان إقامتهم والتوجه إلى دول أخرى (السياحة الخارجية) أو ينتقلون إلى مدن داخل بلادهم (السياحة الداخلية) ولا شك أن المدة التي يستغرقها هذا الانتقال، تختلف بحسب رغبة السائح وتتوقف على مقدرة السائح المالية على الإنفاق في الخارج مدة طويلة أو قصيرة، وقوانين النقد في البلد التي يخرج منها، ومدى تأثير المحفزات السياحية في البلد الذي يزوره ومدى رخص تكاليف المعيشة فيه...إلخ.
- السائح في البلد السياحي يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل هذا البلد وتحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات (إقامة، طعام، شراب، بضائع، هدايا تسلية، وقود، مشروبات...إلخ)، وتتمثل في صورة خدمات ضرورية تهدف إلى راحته وإمداده بكل وسائل المعيشة السهلة الكاملة، وكذلك في صورة إمداده بالسلع المحلية لذا يحرص كل سائح عادة على شراء بعض المنتجات المحلية والهدايا من البلد السياحي، لكي تكون رمزا باقيا لزيارته لهذا البلد.
- تعود الأهمية الاقتصادية السياحة إلى ما تجذبه إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس أموال، وفي كثير من الدول تعتمد البيئة الأساسية للاقتصاد المحلي على صناعة السياحة وتعتبر هذه بمجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة، وتساهم بالتالي في تنمية

الاقتصاديات الدول، تعتبر صناعة السياحة سوق قابل للتوسع، بحيث تشمل كافة الصناعات الأخرى مثل التجارة والصناعة والزراعة... إلخ.¹

- تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم، والتي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي وينفق المستهلكون في الدول المتقدمة على السفر والسياحة، أكثر مما ينفقون على المواد الأخرى.
- تزداد أهمية صناعة السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات، وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة، وتحقيق صناعة السياحة صادرات غير منظورة.
- السياحة باعتبارها نشاط ديناميكي حركي ذات تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الاقتصادية في الدولة وخارجها، فهي تتأثر وتتوثر على نشاط الإنتاج، الاستهلاك، النقل، الرحلات، الاتصالات، الموانئ، المطارات، الفنادق، البنوك، وعمليات التجارة الداخلية والخارجية... إلخ.
- السياحة كصناعة لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بُنيان وأداء الاقتصاد القومي، والتي يمكن النظر إليها.²

رابعا- خصائص السياحة³:

تعتبر السياحة نشاط اقتصادي متميز ينطوي على عدد من الخصائص أهمها:

- السياحة ظاهرة متعددة الأبعاد لها نشاطات كثيرة ومتنوعة وتسهم كل منها في خدمة شاملة للسائح وتتطلب بالضرورة جهد وتعاون وتنسيق بين المراكز السياحية وأصحاب الفنادق ومنظمي الرحلات.
- تتسم السياحة بالدينامكية وتخضع لأفكار المتغيرة الجديدة ويتحكم في أوضاعها العملاء ويجب أن تكون على أعلى درجة من الجمال والتنظيم لكي تواءم طبيعة ظروف العملاء القادمين من أجل المتعة والترؤيج،
- قد تتميز بعض المناطق السياحية بأنها موسمية النمط وهذا يعني العمل طارئاً والبطالة موسمية وهما مظهرين مميزين لصناعة السياحة في المنتجعات.
- السياحة عبارة عن صادرات غير منظورة فهي لا تمثل في إنتاج مادي يمكن نقله، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها، وهي من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتجات بنفسه من مكان إنتاجه.

¹ زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الرياء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص16.

² أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص37-39.

³ عزوزي خديجة، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة قلمة، 2014/2015، ص 20.

- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي والموارد السياحية (الطبيعية، التاريخ، الآثار) لا تباع إلا من خلال السياحة، وهذا المنتج لا يباع إلا في وجود سلع وخدمات مساعدة تتمثل في الهياكل الأساسية.

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

المطلب الثاني : مقومات الجذاب السياحي و أنواع السياحة

أولاً-مقومات الجذب السياحي في الجزائر:

- إن الجزائر بلد شاسع يمكن اعتباره قارة، بمساحة تعادل (مساحة أوروبا الغربية بأكملها) تقدم عرضا سياحيا متنوعا وثريا جدا، وهي تملك مقومات كبيرة ترشحها لكي تكون من بين البلدان السياحية الكبرى في العالم.

- المقومات السياحية الطبيعية: تمتلك الجزائر مساحة شاسعة في القارة الإفريقية، وتعتبر الأولى إفريقيا، حيث تمتد من البحر الأبيض شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم، ويمنح الجزائر إطلالة حقيقية على البحر الأبيض المتوسط من خلال 552 شاطئ منها 364 مسموح للسباحة و 188 ممنوع وتتميز الجزائر بثلاثة أنواع من المناخ: مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا، مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات، كما تتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد، حيث تمتد أرض الجزائر على مساحة تقدر ب

- 2,381.741 كلم تميزها في الشمال سهول التل الجزائري، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية من الغرب إلى الشرق، و تندرج به عدة جبال كجبال تلمسان، تساله، بني شقران، الونشريس الأطلس البلدي، جرجرة، الحصنة....الخ

- تتخلل هذه الجبال منابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية رغبات هواة السياحة الترفيهية والجبلية. أما جنوب الجزائر

- فيمثلته الأطلس الصحراوي ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 % من المساحة الكلية للبلاد (2 مليون كلم) ويحتوي على واحات متناثرة تتميز بغابات

- النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية، وهضاب صخرية وسهول حجرية ومن هذه المناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانبيت، تمنراست... الخ
- كما يعتبر المنتج السياحي الصحراوي، من أكثر المنتوجات التي حظيت باهتمام السلطات الجزائرية، نظرا لثراء هذا المنتج وتنوعه.
- المقومات السياحية الحضارية والتاريخية في الجزائر: الجزائر هي الأرض التي احتضنت من مناطق الطاسيلي والأهقار وعين الجنش والتوات، تشهد عليها الرسوم " إنسان ما قبل التاريخ" الصخرية وبقايا الكائنات البشرية، والحيوانات التي تم اكتشافها كما أنها تحتضن أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق موجود في الصحراء الكبرى، وتعد الجزائر موطن الحضارات التي ما تزال بصمة كل منها خالدة من الحضارة النوميديّة التي خلفت آثار ونصب تذكارية حاضرة عبر كل المناطق إلى الحضارة الفينيقيّة التي ما تزال مقابرها منتشرة بكل من الكدية وتيبازة والحضارة القرطاجية والنصيب الأكبر من المدن الأثرية يرجع إلى الحضارة الرومانية بكل من تيبازة وشرشال وجميلة... الخ، أما الحضارة الإسلامية فتتمركز آثارها بنسبة 70 % بولاية تلمسان بالإضافة للعديد من المساجد والمدن العثمانية المنتشرة عبر كل المناطق الجزائرية، الأمر الذي جعل الجزائر تمتلك مواقع تاريخية ذات سمعة عالمية كما تتباهى الجزائر بموروث ثقافي محلي ثري وغني جدا، يبرز من خلال العادات والتقاليد المحلية على غرار الاحتفالات والأعياد المحلية السنوية¹.

ثانيا-أنواع السياحة:

يمكن تصنيف أنواع عديدة للسياحة وفقا لعدة أسس ومعايير معينة، حيث تختلف هذه الأنواع من بلد إلى آخر.

1 – تقسيم السياحة وفق للعد وتشمل:²

– سياحة فردية:

هي عبارة عن سياحة فردية وفي كثير من الأحيان غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص بزيارة بلد أو مكان.

¹ بودريالة رفيق، الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 6، 2016، ص 268.

² أحمد الطاهر عبد الرحيم، مرجع سابق، ص66.

- سياحة جماعية:

وهي سياحة للأفواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة وكل سفرة لها برنامج خاص ومحدد وسعر محدد.

2-تقسيم السياحة وفقا للغرض وتشمل:

- سياحة لغرض العمل المؤقت:

ينتشر هذا النوع من السياحة في ظروف الركود والكساد الذي يصيب بعض الدول وازدهار في الدول أخرى. ومعنى ذلك أن ينتقل السائح إلى مكان آخر أو دولة أخرى لغرض العمل المؤقت.

-سياحة لقضاء الإجازات الترفيه:

يعتبر من أهم أنواع السياحة شيوعا في كافة الدول، وهذا النوع مرتبط بأوقات الإجازات المدفوعة المرتب مثل إجازات نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو الأعياد الدينية.

-السياحة الصحة والعلاج:¹

تكون من خلال بقاء السائح في بلد معين لغرض علاجه من مرض معين يصيبه.

-سياحة التعليم والتدريب:

يعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع المهمة والقديمة للسياحة، فالسفر لغرض الدراسة والتعليم هو غرض قديم كان يمارس منذ زمن بعيد طلب العلم والو كان في الصين وكذلك تدل على رحلات ابن بطوطة وابن ماجد وهذا النوع من السياحة تركز الآن الدول عليه الدول المتقدمة علميا وصناعيا.

-السياحة الرياضية:

هذا السياحة تعتبر قديمة والتي كانت تشمل رحلات الصيد وفي الوقت الحاضر أصبحت سياحة للصيد الأسماك وركوب الخيل. أصبحت كثير من الدول العالمية تنافس لإقامة مباريات لكأس العالم أو دورة الألعاب الأولمبية ولذلك للحصول على المكاسب التي تحققها هذه المباريات الرياضية.

-سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:

يعتبر هذا النوع من السياحة من أهم أغراض السياحة، ومن السياحة التقليدية، وتتميز به دول معينة في العالم، وتعتبر هذا النوع من السياحة بالغ الأهمية بسبب تدفق أعداد ضخمة من السياح للبلد الذي يزورونه.

¹ زيد منير عبوي ، مرجع سابق، ص57.

-سياحة الهوايات:

هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة بالسياحة في الوقت الحاضر، وأخذت تستقطب أعداد كبيرة من السياح وخاصة في الدول المتقدمة، ويتم تنظيم سفرات سياحية لنوع معين، ومحدد من السياحة مثل زيادة المعارض الفنية أو حضور المزادات الدولية للتحف والأشياء النفيسة، ومعارض الكتب وهواية تسلق الجبال... الخ¹.

-سياحة المؤتمرات والاجتماعات:

هي الأنشطة السياحية المصاحبة لحضور المؤتمرات العالمية وتكون بالعواصم المختلفة حول العالم².

-سياحة ثقافية:

وهي لزيارة الندوات والدورات الثقافية والمعارض والمسابقات الثقافية مثل مسابقات الشعر والمسرح والموسيقى والتي تقدم في البلد الذي أقيمها مثل مهرجان بابل في العراق ومهرجان كان للسينما العالمية.

-سياحة الدينية:

هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع القديمة جدا والتقليدية أيضا، وتنفرد به دول معدودة في العالم تأتي في أولها المملكة العربية السعودية مشهور بالحج والعمرة والقدس في فلسطين ومناطق كربلاء والنجف في العراق لاحتوائها على مرقد الأئمة والصحابة، وكذلك الفاتيكان والصين والهند لبعض الأديان والطوائف.

-سياحة المشتريات :

هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة، حيث تسعى كثير من الدول التي تتخفف فيها كلفة اليد العاملة، ولديها وفرة في الإنتاج أن تصبح رائجا ورخيصا تعرض فيها جميع أنواع البضائع بأسعار رخيصة بهدف جذب أكبر عدد من السياح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة.

3-تقسيم السياحة وفقا للعمر³:

-سياحة الطلائع :

يتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية من 7-14 سنة⁴.

¹ زيد منير عيوي ، مرجع سابق، ص52.

² مصطفى يوسف كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصال وعولمة السياحة، ألفا للوثائق نشر، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص18.

³ - أحمد الطاهر عبد الرحيم، مرجع سابق، ص66.

⁴ زيد منير عيوي ، مرجع سابق، ص57.

-سياحة الشباب :

يتعلق بالمرحلة العمرية بين 15-21 سنة، وتمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية أو الاختلاط بالأخرى والاعتماد على النفس.

-سياحة الناجحين :

وتتضمن المرحلة العمرية 35-55 سنة وهي سياحة للاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني.

-سياحة المتقاعدين :

وهي سياحة للمتقاعدين وكبار السن قد تكون من أسبوعين إلى شهرين.

4-تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة:

- سياحة موسمية:

وهي مرتبط بموسم معين أي قضاء أي قضاء السائح في مكان ما لموسم معين أي فترة الإقامة تتراوح من شهر إلى ثلاثة شهور.

-سياحة أيام:

وهي عادة تستغرق أيام محددة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح.

-سياحة عابرة:

5- تقسيم السياحة وفقا للجنسية:

-سياحة الأجانب:

وتتضمن جميع الأجانب ماعدا مواطني أهل البلد.

-سياحة المقيمين خارج البلد(المغتربين):

وهي سياحة لهجرة المواطنين أي بلد ما لغرض الدراسة أو العمل.

-سياحة مواطني الدولة :

إن هذا النوع من السياحة هو السياحة الداخلية التي تنظم إلي زيارة مواطني الدولة في زيارة أماكن أثرية وتاريخية وحضارية في بلدهم نفسه.

6- تقسيم السياحة وفقا للمناطق الجغرافية:

- سياحة داخلية:

وهي انتقال الأفراد داخل البلد نفسه ويحتاج هذا النوع من السياحة إلي خدمات متنوعة وأسعار متنوعة.

-سياحة الخارجية : وهي انتقال السياح الأجانب إلي بلدهم.

المطلب الثالث: فوائد وعيوب السياحة

أولاً- فوائد السياحة:¹

تحقق السياحة فوائد كثيرة للمجتمع إذا وضعت في إطار إستراتيجية التنمية الوطنية، ووفرت لها الشروط اللازمة لتنميتها من هذه الفوائد ما يلي:

- تساهم في توفير العملة الصعبة للدولة لأن التجارب القائمة تشير إلى ارتفاع النسبة التي تشارك بها في تكوين إيرادات الدول من العملة الصعبة.
- تساهم في إنشاء مناصب عمل جديدة، فهي بذلك تعتبر قطاعاً مساعداً على محاربة البطالة، فمثلاً: أن إنشاء مركب سياحي أو فندق يؤدي إلى خلق مناصب عمل جديدة، فمثلاً إنشاء فندق لاس بالماس (LASPALMAS) بإسبانيا أدى إلى خلق 2500 منصب شغل جديدة.
- تساهم في زيادة الدخل الوطني، وفي تحسين ميزان المدفوعات، وذلك ليس فقط بمقدار ما ينفقه السياح والمسافرون أثناء رحلاتهم، بل عن طريق ما يطلق عليه في علم الاقتصاد بالمضاعف الاقتصادي لأن الاستثمارات السياحية تؤدي إلى سلسلة أخرى من الاستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة الدخل وهكذا.

- على المستوى الدولي فإنها تحقق الفوائد التالية:

تساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب (PASPORT DE PAIX LETOURISME).

في العالم، مما يؤدي إلى تكوين رأي عام دولي للسلام والأمن الدوليين، كما تساهم في التقارب الحضاري، والثقافي والرياضي بين شعوب العالم.

- تحقيق عملية التكامل الثقافي والاجتماعي والحضاري داخل المجتمع الواحد، لأنها عن طريق الخدمات التي تؤدي تلعب دوراً هاماً في التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للسكان، خاصة الشباب منهم.

حيث أن للسياحة آثاراً إيجابية وفوائد تعود على المجتمع، إذا ما اهتمنا بها ووفرنها لها كل المستلزمات التي تقوم عليها، ويمكن إدراج هذه الآثار فيما يلي:

- إحداث مناصب شغل عديدة، وبالتالي تقليص من حدة البطالة.

- الحفاظ على الآثار التاريخية وترقيتها.

¹-زيد منير عيوى، مرجع سابق، ص32-33.

- المساهمة في زيادة الدخل الوطني وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، وذلك بما ينفقه السياح أثناء إقامتهم، وكذلك تضاعف الاستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة نسبة المداخل.
- ترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي.
- استرجاع طاقات العمل لقوتها نتيجة لما توفره لها السياحة من راحة واستجمام.
- تدعيم العلاقات مع الشعوب عن التعارف والإطلاع على الثقافات والحضارات. عن طريق التبادلات والرحلات كما حدث بالجزائر شهر أوت سنة 2001 الملتقى العالمي للشباب، والذي أدى بدوره إلى عدة مزايا، وخاصة منها السياحة والتقارب الثقافي، وكذلك الرحلات بين مختلف مناطق البلاد.

ثانيا-عيوب السياحة:¹

إن عيوب السياحة هي ثلاثة أنواع:

- تؤدي الحركة السياحية، وخاصة منها الخارجية إلى اتصال مجتمع استهلاكي مع مجتمع نصف استهلاكي أو تحت استهلاكي (الدول النامية) إلى نشأة عادات استهلاكية في الدول المتخلفة خاصة، بحيث تكون هذه العادات غير مرتبطة بمستوى المعيشة في البلد المستقبل للسياح الأجانب، كما أن ارتفاع الأسعار يؤدي إلى إحداث التضخم، مثل تونس، المغرب، الجزائر.
- إن عدم التوازن في الأجور والحظوظ بين موظفي القطاع السياحي، والقطاعات الاقتصادية الأخرى، وكذلك الامتيازات فهذا القطاع يؤدي إلى هروب الإطارات من القطاعات الأخرى إلى القطاع السياحي الذي يتوفر فيه العامل على حظوظ أكثر من العامل في القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما أن تركيز الخدمات والمرافق السياحية في المدن الكبرى يؤدي إلى خلق النزوح الريفي، كما هو الحال في إسبانيا.
- كثرة الاعتماد على الاقتصاد السياحي (السياحة الخارجية) قد يخلق مشاكل غير متوقعة للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية، بسبب الأزمات الاقتصادية والسياحية والنزاعات الدولية التي قد توقف الحركة السياحية نحو البلد (حرب لبنان مثال على ذلك)، أو حرب الخليج، والتي تأثر بها العالم الإسلامي والعربي كله سنة 1991، وما نتج عنه من تأثيرات سلبية على قطاع السياحة، ثم تأتي سنة 2001 أي في 11 سبتمبر 2001 وما وقع في الولايات المتحدة الأمريكية، ثم رد فعلها وإعلانها الحرب على دولة أفغانستان، فتأثرت بها السياحة الدولية، وخاصة منها العربية والإسلامية،

¹ زيد منير عيوى، مرجع سابق، ص34.

وهذا يؤدي إلى التأثير سلبا على اقتصاديات العالم الإسلامي والعربي، وحتى العالم الغربي، والتأثير الأكبر هو بالنسبة للدول التي تعتمد على السياحة في اقتصادياتها.

ونذكر البناءات الفوضوية، بحيث يمكن إنشاء هياكل سياحية في مناطق غير متجانسة عمرانيا:

- إتلاف الطبيعة والأراضي الفلاحية، أي إنشاء هياكل سياحية في مناطق زراعية.
- تقسيم طبقي اجتماعي: تفرق السياحة بين ذوي المداخل المرتفعة والمداخل المنخفضة، وهنا يظهر نوعان من السياحة الرفيعة خاصة بالنوع الأول وسياحة دنيا، خاصة بالنوع الثاني من آفات اجتماعية منها السرقة والأمراض المعدية.
- التدهور المحتمل للمواقع السياحية، نتيجة إهمالها، وعدم صيانتها تؤدي الحركة السياحية، خاصة منها إلى اتصال المجتمع الاستهلاكي مع المجتمع نصف الاستهلاكي أو تحت المجتمع الاستهلاكي (الدول الفقيرة) مما ينتج عنه نشوء عادات استهلاكية في الدول النامية غير مناسبة مع مستوى معيشتها.

المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر في ظل مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 الاطار المرجعي والاستراتيجي الذي تتجسد من خلاله سياسات وإرادة الدولة لتطوير القطاع السياحي والنهوض به من اجل الوصول الى مصاف الدول السياحية المجاورة وحتى الكبرى.

المطلب الأول: المقومات السياحية للجزائر¹

أولاً- المقومات المادية:

تتمثل المقومات السياحية المادية في توفير الخدمة الفندقية تتناسب مع مختلف أحجام ومستويات السائحين، إلى جانب توفير البنية التحتية الملائمة على غرار الطرق السريعة، الموانئ البحرية والجوية، شبكة الاتصال وغيرها.

تتميز الجزائر بمستوى مقبول عموماً في مجال البنية التحتية، ومن المنتظر أن يعرف تحسناً أكبر في المستقبل، مع انتهاء إنجاز مجموعة من المشاريع الهامة على غرار مشروع الطريق السيار شرق -غرب، مشروع مترو الجزائر وعدة مشاريع أخرى. أما في مجال الخدمات الفندقية، فقد عرفت الجزائر نمواً مستمراً، حيث تطورة عدد الأسرة من حوالي 53812 سريراً في عام 1990م إلى حوالي 88694 في عام 2008م.

ثانياً- المقومات الحضارية والتاريخية:

تعاقب عدة حضارات على الجزائر جعلها تكون رصيذاً تاريخياً وثقافياً متراكماً، حيث أن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تتفرد بها الجزائر جعلتها مهداً لحضارة إنسانية وشاهداً على انتماء الجزائر للفضاء المتوسطي، الإسلامي، العربي والإفريقي، فقد عرفت الحضارة الفينيقية والرومانية التي لازالت معالمها شامخة في الجزائر من تيمقاد إلى جميلة وقالمة... إلخ، فضلاً على الحضارات الإسلامية سيما الخلافة الفاطمية وبنو حماد والمرابطون ختاماً بالخلافة العثمانية.

* من أهم المعالم الأثرية نجد: تيمقاد، جميلة، قلعة بني حماد، الطاسيلي (ويعتبر من أهم المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ويعود إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته في الحفريات وبقايا الحيوانات والنباتات التي يحتويها)، قصر ميزاب، تيبازة، القصبية.

¹ بوفليح نبيل وآخرون، "دراسة مقارنة لواقع السياحة في دول شمال أفريقيا، حالة الجزائر، تونس، المغرب، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والافاق"، جامعة البويرة، 11-12 ماي 2010.

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أحد مكونات المخطط التوجيهي للتهيئة الإقليمية الذي يبين كيف تعتزم الدولة في إطار التنمية المستدامة، ضمان التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية، الفاعلية الاقتصادية والدعم الإيكولوجي على مستوى كافة التراب الوطني لعشرين سنة القادمة¹. فهو يشكل جزءا مكملا للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، فهو الفعل الذي تعلن من خلاله الدولة لكل المتعاملين ولكل القطاعات ولكل المناطق، مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2025، وبذلك يكون هذا المخطط أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية، وكذا ترفيتها لتصبح من الوجهات المميزة في منطقة الأورو-المتوسطية، ويمنح التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة للبلاد بكاملها ولكل منطقة منها . كما أنه حصيلة ناضجة لمسار طويل من الأبحاث، التحريات، الدراسات، الخبرات والمشاورات، ودراسة واسعة تمت مع المتعاملين الوطنيين والمحليين الخواص منهم والعموميين، تم إثراءه علي مستوى جلسات جهوية تم عقدها خصيصا لذلك.

ويبقى الرهان الحقيقي هو مسايرة المخطط في كل مراحل تطوره (الإعداد، التنفيذ والمراقبة)

من قبل الفاعلين والمتعاملين المركزيين والمحليين للسياحة، وبمختلف رتبهم .

وقد قسم المخطط إلى 05 محاور أساسية أدرج كل محور منها في كتاب خاص مصنف كما يلي :

-الكتاب الأول: تشخيص السياحة الجزائرية .

-الكتاب الثاني : الحركات الخمسة وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية.

-الكتاب الثالث : أقطاب السياحة الامتياز و القرى السياحية للامتياز .

-الكتاب الرابع : المخطط العملياتي لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

- الكتاب الخامس: المشاريع السياحية ذات الأولوية .

¹ شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير ، جامعة الجزائر 2014، 2015/3، ص 190.

المطلب الثالث: الأقطاب السياحية¹

الأقطاب السياحية للامتياز من بين الأهداف الرئيسية التي يركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

أولاً- الأقطاب السياحية للشمال:

تتضمن المنطقة الشمالية ثلاثة أقطاب سياحية للامتياز وهي : القطب السياحي للامتياز شمال غرب، القطب السياحي للامتياز شمال وسط، و القطب السياحي للامتياز شمال شرق.

1-القطب السياحي للامتياز شمال شرق:

يتكون القطب السياحي للامتياز شرق من ست ولايات هي: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة، يمتد هذا القطب علي مساحة قدرها 80347 كلم²، ويحتضن عدد سكان يقدر بحوالي 3612000 ساكن، للقطب عدة مشاريع وهياكل كبرى نذكر منها:

- المطار الدولي رابح بطاط عنابة، المطار الدولي العربي التبسي.
- ميناء عنابة، وميناء عنابة سكيكدة، وشبكة سكك حديدية تغطي مجمل القطب.
- ويتضمن كذلك سلسلة من الفنادق والقرى السياحية.

2-القطب السياحي للامتياز شمال وسط:

يتكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من (06) ولايات هي : الجزائر، تيبازة، البليدة، بومرداس، الشلف، عين الدفلة، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية، مساحته الإجمالية 33877 كلم²، حيث يتمركز السكان يبلغ عددهم 11.131.000 ساكن، وفيما يخص المشاريع القائمة والجارية :

- المطار الدولي الهواري بومدين، مطار بجاية والشلف، المحطات البرية للجزائر، بجاية والشلف
- المحطة البرية للخروبة، طريق الجنوب، والطريق السيار للشرق، عدة موانئ ومخابئ للصيد.

3- القطب السياحي للامتياز شمال غرب:

يتكون هذا القطب من سبع ولايات هي وهران، عين تموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر، سيدي بلعباس، غيلزان، وتبلغ مساحة هذا القطب 35000 كلم²، وبه حوالي 6 مليون ساكن، ويتميز هذا القطب بالقدرات السياحية الطبيعية والصناعات التقليدية.

ثانياً- الأقطاب السياحية للجنوب:

تتضمن المنطقة الجنوبية الشمالية قطبين سياحيين للامتياز هما:

¹ شرفاوي عائشة، مرجع سابق، ص 199-202.

1- القطب السياحي للامتياز جنوب "شرق الواحات":

ويتكون هذا القطب من ثلاث ولايات هي: غرداية، بسكرة، الوادي، ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر بـ 160000 كلم² ويقدر عدد سكان بـ 1.5 مليون ساكن.

- ويضم مطاران دوليان بسكرة وغرداية، مطار الوادي، ومن الناحية المشاريع الكبرى يشهد القطب مشروع الطريق العابر للصحراء وإنشاء أقطاب (قصور الميزاب)، وترميم التراث السياحي.

2- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب "قوات القرارة".

يتكون القطب السياحي من ولايتين بشار وأدررا، وتقدر مساحته 603.000 كلم²، ويقدر عدد سكان بحوالي 900 ألف ساكن، وبالتالي لقطب إرث ذو بعد عالمي، وفضاء جديد ونشيط يستدعي الدعم، وهو قطب جديد ناشئ.

ثالثا- القطب السياحي للجنوب الكبير:

يتضمن المنطقة الجنوبية للبلاد كذلك على قطبين سياحيين للامتياز هما:

1- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير - طاسيلي ناجر.

يقع القطب أساسا في ولاية إيليزي، يمتد على مساحة قدرها حوالي 284.618 كلم² ويحتضن حوالي 40.000 ساكن.

2- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير - الأهقار.

تتمتع السياحة الصحراوية بالمزايا السياحية مقارنة بالشمال والمناطق السياحية التي تتميز بها تجعلها أقطاب سياحية حقيقية تجلب السياح أجانب ومصدر هام لإنشاء مناصب شغل يتمحور هذا القطب حول ولاية تمنراست، يمتد على مساحة تقدر بـ 456.200 كلم²، ويقطن به حوالي 137.175 ساكن.

المبحث الثالث: التسويق السياحي

يقصد بالتسويق السياحي ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمحتملة، والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها¹.

المطلب الأول: مفهوم التسويق السياحي وأهميته

أولاً- مفهوم التسويق السياحي²:

عرف كوندزور التسويق السياحي على أنه التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية سواء كانت عامة أم خاصة أو على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الوطني أو عالمي، لغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين وبما يحقق عائد ملائم.

-التعريف الشامل للتسويق السياحي هو عبارة عن عملية إدارية تقوم بها المنظمات السياحية والمشاريع السياحية من خلالها بتحديد مجموعاتها السياحية الفعلية والمتوقع الاتصال بهم لغرض التحفيز وإشباع رغباتهم ودوافعهم وتبني المنتج السياحي المطلوب من قبلهم. وذلك لغرض تحقيق الإشباع الأقل للسائح. وتحقيق أهدافه السياحية.

-وقد عرف المختص في مجال التسويق السياحي (BARTE) أن التسويق السياحي هو "عملية موجهة نحو السائحين وتهدف إلى تأمين وتلبية احتياجاتهم الاستهلاكية من خلال القنوات التوزيعية المختلفة المؤلفة من المنظمات والمؤسسات السياحية المختلفة والتي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط أو قيود البيئة الخارجية التي تتم فيها عملية التفاعل مثل : القيود الاقتصادية، والتكنولوجية والأخلاقية، والاجتماعية، والتي تهدف إلي تسهيل تدفق المبادلات إلى السوق المستهدف وبما ينعكس على تحسين عمليات التبادل والاستهلاك.

- وقد رأى (Jobber) بأن مفهوم التسويق السياحي يتطلب الاهتمام بثلاثة عناصر أساسية تتمثل في: التوجه نحو الزبائن وتوفر المنظمة التي تقوم بترجمة التوجه السابق وأخيراً تحقيق الرفاهية الاجتماعي لهؤلاء الزبائن علي المدى الطويل.

¹ Baretje R, Aspects économiques du tourisme, (Paris, presse universitaire de France, 1990), p. 25

² إبراهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، دار الإصدار العلمي، عمان، الأردن، 2010، ص 84-85.

- إن التسويق السياحي هو ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به الشركات السياحية داخل وخارج الدولة لتحديد أسواقها السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات السياحية .

ومن خلال هذا التعريف نستنتج العناصر التالية :

- انه عملية إدارية وفنية في وقت وحد.
- انه نشاط مشترك وليس نشاط مستقلا.
- انه نشاط متعدد الاتجاهات حيث انه يشمل العمل في الداخل وخارج الدولة.
- انه نشاط متعدد الاتجاهات الأهداف حيث انه يهدف إلى بيع البرامج السياحية وإشباع حاجات السائحين، والشهرة والسمعة، والنمو والازدهار.

ثانيا- أهمية التسويق السياحي ووظائفه:

العناصر التالية تبرز أهمية التسويق السياحي¹:

- التسويق يساعد على دراسة سلوك المستهلك فإذا تمكنا من دراسة سلوك مستهلك يصبح من سهل دراسة درجة أو مستو توقعهم.
- يساعد التسويق السياحي على زيادة حدة التنافس، إذا تلعب حدة التنافس بين المؤسسات السياحية دور كبيرا في تقديم خدمات مناسبة وبأسعار منافسة.
- يسهل التسويق السياحي عملية التخطيط للمنتج السياحي.
- يساهم التسويق السياحي في عملية تحديد الأسعار، وذلك من خلال جعلها أكثر مصداقية من خلال معرفة كاملة بظروف المتغيرة في السوق، كما يساهم في التطوير عمليات الترويج، حيث تلعب الإستراتيجيات التسويقية دورا هاما في التأثير على المستهلك، كما تلعب الإعلانات التجارية والحملات الدعائية أهمية كبيرة في التأثير على سلوك مستهلك.

يعمل التسويق السياحي على تحقيق ثلاثة وظائف هي:

- الاتصال: وهي عملية إقناع المستهلكين. بملاتمة الخدمات السياحية معا توقعاتهم ورغباتهم.
- التنمية: عن طريق التخطيط وتنمية المتاحات الجديدة.
- المراقبة: وتعمل على الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتوفرة.

¹ عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2013، ص37.

المطلب الثاني: أهداف وخصائص التسويق السياحي

أولاً- أهداف التسويق السياحي:

هناك عدة أهداف للتسويق السياحي وهي كما يلي:

1-الأهداف قصيرة الأجل :

هي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية، وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة أو سنتين.

2-الأهداف المتنوعة:

يقصد بهذا النوع من الأهداف تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى للوصول إليها المنشآت السياحية المختلفة، مثل تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها هذا بالإضافة إلى الأهداف التسويقية المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية كذلك يمكن أن يدخل ضمن الأهداف التسويقية التوسع وفتح أسواق سياحية جديدة.

3-الأهداف المشتركة:

وهي الأهداف التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات السياحية، مثل تحقيق سمعة سياحية طيبة أو توفير خدمات سياحية على درجات عالية من التقدم والتطور، وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية.

4-الأهداف الخاصة:¹

يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت السياحية بشكل خاص مثل احتكار سوق السياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميز بأسعار معتدلة إلى غير ذلك من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية.

ثانياً- خصائص التسويق السياحي:²

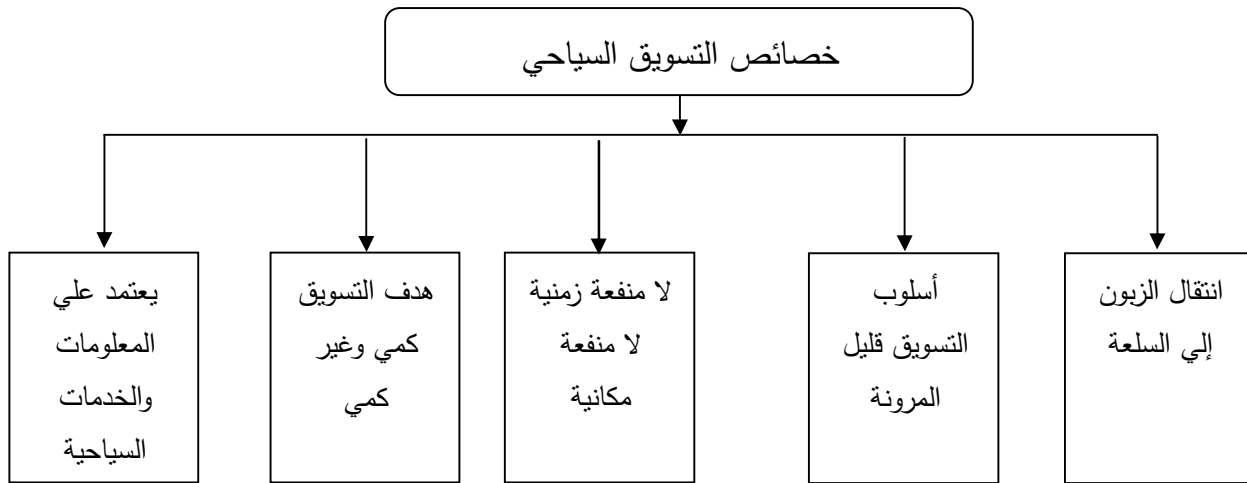
يتم إظهار أهم خصائص التسويق السياحي والتسويق السلعي من خلال الشكل التالي:

¹ إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سابق ، ص87.

² على فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل لصناعة السياحة والضيافة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2013، ص101.

الشكل رقم (1) : خصائص التسويق السياحي



المصدر: على فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل لصناعة السياحة والضيافة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص101.

جدول رقم (1): الفرق بين التسويق السلعي والتسويق السياحي¹

| الرقم | التسويق السياحي | الرقم | التسويق السلعي |
|-------|---|-------|--|
| 1 | يقوم علي إثارة الدوافع ولاتجاهات لتحقيق غرض سياحي معروف | 1 | يقوم على بحث ودراسة حاجات ودوافع المشتريين |
| 2 | يعتمد على العرض السياحي (عدم المرونة) | 2 | يعتمد على العرض (المرن والمطور بسهولة) |
| 3 | يهدف إلى زيادة معدل الحركة السياحية السنوية | 3 | تحقيق رقم محدد من المبيعات خلال زمن ما |
| 4 | التسويق السياحي مختلف لان العملية التسويقية تتم في اي وقت | 4 | تحقيق منفعة زمنية (لطبيعة السلعة) |
| 5 | لا يحقق منفعة الحيازة فكل شخص يستخدمها | 5 | تحقيق منفعة الحيازة |
| 6 | العلاقات المباشرة ضرورية | 6 | رغبة المشتري ضرورية |

المصدر: على فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل لصناعة السياحة والضيافة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص101.

¹-على فلاح الزعبي، مرجع سابق. ص100.

المطلب الثالث : المزيج التسويقي السياحي

أولاً- تعريف المزيج التسويقي السياحي:

- تعريف المزيج التسويقي السياحي: يعرف المزيج للتسويق السياحي على انه مجمل التغيرات التي يراقبها منتج السلع وخدمات، والتي تمكن من تطوير عرض منتجاته على الزبائن المستهدفين، ونقصد بذلك مجمل الوسائل العملية التي تطبق على السوق.

- كما يعرف المزيج التسويقي السياحي على انه برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات) والسعر والمكان (المكان السياحي) والترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على الآخر.

ثانياً- المزيج التسويقي السياحي يتكون من سبعة عناصر وهي:

1 - المنتج السياحي:

هو العنصر الأول من عناصر المزيج التسويقي السياحي وهو خليط من الظروف الطبيعية والجغرافية والبيئية والمناخية والدينية والاجتماعية والحضارية بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات السياحية مثل المرافق العامة الأساسية وهو مجموعة من العناصر المتوفرة في الدولة وتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة وتثير الطلب السياحي الخارجي.

2- التسعير السياحي :

ويعتبر التسعير السياحي أحد الأنشطة الهامة في العمل السياحي وعنصر هام من عناصر المزيج التسويقي السياحي لما له من تأثير على الحركة السياحية حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات متاحة، لذلك فإن سلوك وقرار السائح يرتبط دائماً بتسعير هذه الخدمات¹.

3- الترويج السياحي:

ويقصد به الجهود التي تبذل من مختلف وسائل الإعلام والاتصالات الشخصية والسمعية لتوضيح الصورة السياحية أمام السائحين وجذب انتباههم وإثارة اهتمامهم لشراء المنتج السياحي وذلك باستخدام

عناصر المزيج الترويجي السياحي والتي تشمل:²

أ- الإعلان.

ب- البيع الشخصي.

¹ محمد عبيدات، "التسويق السياحي، مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر، طبعة الأولى، عمان ، الأردن، 2000، ص85.

² على فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص116.

ج- الترويج المبيعات السياحية.

د- الدعاية والنشر.

هـ-العلاقات العامة.

أ-الإعلان السياحي :

يشكل الإعلان أهم عنصر من عناصر المزيج الترويجي وعرف بأنه وسيلة اتصال جماهيرية تستخدم من قبل منظم، فهو إشهار مدفوع الثمن ويحدد الشاري محتواه ووسيلته ويقدر ما يحتاج إليه وهو وسيلة مهمة في إخبار وإقناع المستفيدين حول المنتج السياحي أو الخدمة السياحية أو الفكرة.¹ وعرفته الجمعية التسويقية الأمريكية الإعلان بأنه الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل تقديم أفكار أو سلع أو خدمات من قبل منظم محدد.²

من خصائص الإعلان السياحي :

- يركز الإعلان السياحي حول موضوع محدد ومعين.

- أن تكون رسالته صادقة وحقيقية.

- الاستعانة بالطرق الحديثة للطباعة والألوان الزاهية والرسوم لجذب الانتباه.

- إن يفهم واقع ورغبات المستهلك السائح على العموم.

ب- البيع الشخصي:

أي جهد شخصي تقدمه قوة المبيعات لدى المنظمة بهدف إنجاز المبيعات لدى المنظمة بهدف إنجاز المبيعات لدى المنظمة بهدف إنجاز المبيعات وبناء علاقات مع السائح.³

ج- ترويج المبيعات السياحية:⁴

وهي مجموعة النشاطات التسويقية التي تهدف الى تنشيط عملية الشراء لدى السياح وفعالية البيع لدى البائع والمقصود بالبائع إدارة المرفق السياحي سواء فندق أو موقع سياحي.

وأهم أساليب التنشيط للمبيعات الهدايا والتذكارات والعينات الترويجية والتعديلات والتخفيضات أثناء مواسم الركود والتخصيص للمجاميع والأفواج السياحية أو الطلبة أو ذوي الاحتياجات الخاصة وهناك أساليب الترويج عبر نوافذ العرض الخارجية لشد انتباه السياح، والترتيب الداخلي للفندق والصالات والترويج عبر

¹ مثنى طه الحوري ، الإرشاد السياحي ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2013.

² منال رحال، إدارة المنشآت السياحية والفندقية، دار أمجد لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص137.

³ محمود جاسم الصميدعي وريدينة عثمان يوسف ، تسويق الخدمات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، الأردن ، 2014، ص297.

⁴ منال رحال مرجع سابق، ص141.

نوافذ العرض الخارجية لشد انتباه السياح، والترتيب الداخلي للفندق والصالات والترويج للمعارض والمهرجانات المحلية والدولية الاحتفالات الدنية والرسمية و الوطنية.

د- الدعاية والنشر :

تعريف الدعاية بأنها النشر المجاني لأمر تتعلق بأنشطة منظمة ما أو سياستها وتستهدف الدعاية حمل المعلومات المقنعة عن منظمة ما إلى ما إلى جماهير محددة سلفاً، ثم العودة بردود الفعل التي صاحبت ذلك.

هـ- العلاقات العامة:¹

تلعب العلاقات العامة بشقيها الداخلي والخارجي دور مهما في دعم التدفق السياحي للمواقع السياحية موضوع الاهتمام، ذلك أن الشق الداخلي من العلاقات العامة غالباً ما يركز على تنمية أواصر التعاون والتنسيق بين كافة المؤسسات الرسمية، أما الشق الخارجي للعلاقات العامة فيتمثل بإيجاد علاقات تعاون وتنسيق مع السفارات في البلدان في الأخرى ومنظمي الرحلات العالميين.

4-التوزيع السياحي :

إن قنوات توزيع الخدمات السياحية هي في أغلبها مباشرة ومزود الخدمة يعطي اهتماماً قليلاً جداً بوظائف التخزين والنقل والتحميل، وقد يكون هناك وسطاء وهذا يظهر في عمليات الأنترنت وأجهزة الصراف الآلي وبطاقات المالية.

ويمكن تحديد منافذ التوزيع في نقاط التالية:²

أ-قنوات توزيع مباشر: وهي الاتصال مباشر بين السائح ومقدم الخدمة.

ب-قنوات التوزيع الغير مباشرة وتتمثل في:

- وكالات السفر والسياحية.

- منظمو الرحلات.

- مندوبو مبيعات الفنادق.

- الاتحادات أو الجمعيات السياحية الحكومية.

¹ محمد عبيدات ، مرجع سابق، ص134.

² أحمد الطاهر عبد الرحيم ، مرجع سبق ذكره ، ص104.

5-الأفراد:

هو المحور الأساسي في كل أنشطة السياحة من تخطيط وتسويق وبيع وإدارة وغيرها وهو الذي يقوم بكل الخدمات السياحية من فنادق وشركات سياحية وشركات سفر وشركات نقل، فهو العنصر الإنتاجي الهام وعليه لابد من الإشراف عليه وتدريبه وحسن اختياره مع التركيز على المهارات والقدرات والخبرات التي يجب أن تؤثر في العاملين في قطاع السياحة.

ويعتبر العنصر البشري المحور الأساسي الذي يدور حوله النشاط السياحي في كل مراحله المختلفة التخطيطية والتسويقية والبيعية والإدارية...الخ.

6- العمليات:

مسار تقديم الخدمات السياحية من خلال الأنظمة التقنية والفنية التي تقدم من خلالها السلعة للسائح. هنا يتطلب عند تقديم الخدمة أن تقدم بزيادات منتظمة ومتساوية بحيث لا يطغى جانب على آخر، مثل سرعة الاستقبال وتقديم الطعام في المطعم السياحي، يجب أن يقابله إجراء مثل دقة الفاتورة وحالة المغادرة. أن يتلقى السائح من خلال استخدامه للبرنامج السياحي اهتمام ثابت خلال استفادة من البرنامج السياحي اهتمام ثابت خلا استفادة من البرنامج.¹

7- الدليل المادي :

كل ما يترك اثر أو ميول أو انطباع لمستخدمي البرامج السياحية ويظهر هذا الجانب من خلال الأشكال والمباني والأثاث في المرفق السياحي لذا علينا كإداريين إضافة أو إثارة الزبون من خلال إعطاء صفات ملموسة للخدمة السياحية ولمساعدة السائح على تقييم البرنامج السياحي.

¹ عمر جوايرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الطبعة أولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2008، ص92، ص95.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل، أردنا الإلمام بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياحة والتسويق السياحي والتطرق إلى الصعوبات الخاصة بتحديد تعريف موحد ودقيق للسياحة موضحين أن الاختلافات التي يمكن ملاحظتها في وضع وصياغة تعريف السياحة والتسويق السياحي ترجع بالدرجة الأولى إلى التخصص العلمي لكل باحث وللمنهج المتبع في الدراسة والهدف الذي يريد بلوغه.

كما يعرف الاقتصاديين السياحة على أنها نشاط اقتصادي يتعلق بإنتاج وتسويق واستهلاك الخدمات السياحية، أما لدى خبراء المحاسبة ، فالسياحة تعني عندهم حسابا ماليا وطنيا تسجل فيه إيرادات ونفقات الدولة من هذا النشاط وأذا بالنسبة للإحصائيين الذي يعتبرونها كتدفقات كمية، بشرية ومالية.

الفصل الثاني:

واقع القطاع السياحي في ولاية

المسيلة

تمهيد :

تعد السياحة أحد أهم القطاعات التي من شأنها تطوير أي منطقة ويكفي ذلك أنها تعد أكثر النشاطات جذبا للعملة الصعبة ويمكن اعتبارها أحد عوامل الاندماج العالمي.

إن الموقع والمساحة التي تمتاز بها ولاية المسيلة وتنوع الأقاليم المناخية والمناظر الطبيعية بين الجبلية والسهلية كما أنها تعتبر بوابة الصحراء لموقعها في الوسط بين الشمال والجنوب، فالولاية تزخر بمعالم دنية وثقافية وتنوع الحضارات متعاقب عليها يمكن أن تجعلها احدي أهم الولايات في قطاع السياحي وأن يكون لها دور فعال في التنمية الاقتصادية وكذلك النهوض بالقطاع علي متملكه من قدرات سياحية.

ولذلك سننطلق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية وذلك من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول: تقديم مديرية السياحة ومنظمات السياحة لولاية المسيلة.
- المبحث الثاني: المقومات والإمكانيات السياحية واقتراح سبل تطويرها.
- المبحث الثالث: عرض الاستبيان وتحليل نتائج.

المبحث الأول: تقديم مديرية السياحة ومنظمات السياحة لولاية المسيلة

تعد عملية الانتقال من المعالجة النظرية إلى المعالجة الميدانية لموضوع البحث المرحلة الحاسمة في كل بحث أو دراسة، لذلك يجب إتباع أسس البحث العلمي بدقة ووضوح بهدف الوصول إلى نتائج موثوقة ومضبوطة، نعرض في هذا المبحث تقديم عام لمديرية السياحة وعرض الاستبيان وتحليل النتائج.

المطلب الأول: تقديم عام للولاية

أولاً- الموقع والتضاريس:

1- الموقع:

تحتل ولاية المسيلة موقعا متميزا في الجزء الأوسط من شمال الجزائر بشكل عام فهي جزء من منطقة الهضاب العليا التي تمتد على مساحة 17518 كلم² سكانها يقربون 6692001 نسمة بكثافة سكانية تتجاوز 66 نسمة في كلم² ولقد أصبحت المسيلة ولاية وفقا للتقسيم الإداري لسنة 1974 تتكون الولاية من 47 بلدية مسيرة من طرف منتخبين محليين وتسمى المجالس الشعبية البلدية أما الدوائر فتضم واحدة إلى أربع بلديات لتشكيل محافظات إدارية وهي 15 دائرة.

يحدّها من الشمال ولاية برج بوعريّيج ومن الشمال الشرقي ولاية سطيف ويحدّها من الشمال الغربي ولاية البويرة ويحدّها من الشرق ولاية باتنة ومن الغرب ولاية المدية ويحدّها من الجنوب الشرقي ولاية بسكرة ومن الجنوب الغربي ولاية الجلفة . أما مدنها الأساسية فهي المسيلة، بوسعادة، سيدي عيسى.

2- التضاريس :

يعتبر إقليم الولاية محوريا ومنطقة عبور بين السلسلتين الجبلتين الأطلس التلي والصحراوي حيث أن التشكيل الجغرافية للإقليم الولاية هي كالتالي :

-المناطق الجبلية علي جهتي شط الحضنة.

-منطقة الوسط المتكونة أساسا من الهضاب والهضاب العليا.

-منطقة السبخة الممثلة بشط الحضنة في الوسط الشرقي والجزر الشرقي في منطقة الغرب الوسطي.

-منطقة الكثبان الرملية.

-أهم الأودية الدائمة السريان هي: واد القصب، وادي لقمان، واد اللحم، وادي مسيف، وادي امجدل، وادي

الشعير، وادي بوسعادة .

3-المياه:

أ-المياه الجوفية: هناك مياه جوفية بمياه غير صالحة للشرب لأنها مليئة بالملح وهناك مياه جوفية أخرى عميقة الأغوار من غير الممكن الوصول إليها مثل تلك متواجدة بالحصنة وفي سهل عين الريش.

ب- المياه السطحية:

النظام المتبع هو نظام يساير الأمطار المتساقطة بشكل غير منتظم فمجل الوديان لا تتوفر علي مياه جارية بشكل دائم إلا ما تعلق بوديان ثلاثة وهي :وادي القصب شمالا، وادي بركة شرقا، وادي مسيف جنوبا. الجزء الأكبر من الولاية يعتبر حوضا كبيرا يتلقى مياه مختلف الأودية التي تصب جميعها في شط الحصنة.

4-المناخ:

مناخ ولاية المسيلة مناخ قاري يتأثر بالمؤثرات الصحراوية الصيف حار وجاف إما الشتاء فهو بارد جدا علي مستوى الأمطار فالمنطقة الأكثر استفادة هي الشمال وتستقبل حوالي 480 ملم/سنويا (جبل الشوك - شط ونوغة) أما البقية المناطق الأخرى والأكثر جفافا فهي أقصى الجنوب ولا تتلقي إلا 200 ملم/سنويا الأمطار.

ثانيا- نبذة تاريخية عن منطقة الحصنة:

تعد منطقة الحصنة من المناطق الهامة من حيث وفرة المواقع الأثرية والمعالم التاريخية المتنوعة باختلاف الفترات التاريخية التي مرت بها بلدان المغرب العربي منذ عصر ما قبل التاريخ إلى العصر الحديث.¹

- عصر ما قبل التاريخ:

لا شك أن منطقة الحصنة كانت أهلة بالسكان منذ عصر ما قبل التاريخ بكل أقسامه من العصر الحجري الأسفل والعصر الحجري القديم الأوسط، والعصر الحجري القديم الأعلى إلى العصر الحجري الحديث، وهي المرحلة التي تؤرخ نهايتها بصورة تقليدية بحوالي 1200 سنة قبل الميلاد. ولقد خلفت لنا هذه الفترات التاريخية شواهد مادية لا تزال منتشرة عبر ربوع المنطقة كالكهوف والمغارات مثل مغارات كاف العسل بمنطقة حمام الضلعة ومغارة حوض المقري جنوب بلدية تامسة، والرسوم والنقوش الجدارية بالصخر والعرائس بمنطقة وادي الشعير ومقابر الدفن الجامعي بالحرزة ومقبرة سي الطيب غرب مدينة سيدي عيسى.

¹ لجلط محمد، الحصنة من خلال مواقعها الأثرية و التاريخية، في مجلة الحصنة، العدد 01، مارس 1995، تصدر عن ولاية المسيلة، الجزائر، ص

وقد تلا هذا العصر مباشرة العصر الفينيقي الذي لم تثبت لحد الآن وجود مواقع أثرية ترجع إلى هذا العصر وهذا ربما راجع لاهتمام الفينيقيين بالمنطقة الساحلية فقط، وبانتهاء هذا العصر ظهرت إلى الوجود ما يعرف بالعصر التاريخي الذي يستمر من الناحية الزمنية حتى عام 146 قبل الميلاد، ويتضمن هذا العصر مرحلة الممالك البربرية بصفة خاصة حيث كانت منطقة الحضنة تابعة لمملكة نوميديا الشرقية التي تعرف بالمصطلح الحديث الشرق الجزائري، ومن مميزات هذه الفترة هو اتصال التاريخ المغربي القديم بالشرق الأدنى القديم وغربي إفريقيا وأوروبا

– العصر الروماني:

احتل الرومان المغرب عند نهاية القرن الأول قبل الميلاد وتحول من منطقة تسودها السيادة القرطاجية إلى منطقة يتحكم فيها الرومان وقد ثار البربر ضد هذا الاحتلال، واستمرت المقاومة وكادت أن تؤدي إلى نتائج إيجابية، لكن بإنشاء المدن والحصينات المرتبطة بالطرق الرئيسية التي ساعدت على التحكم في منطقة المغرب العربي، وكانت منطقة الحضنة ضمن هذا المخطط حيث لا تزال آثار هذه المدن والطرق باقية إلى يومنا هذا.

– العصر البيزنطي:

احتل الوندال المغرب مدة قرن من الزمن هدامو أثنائها كل مباني أثناء العصر الروماني في طيلة

أربع قرون، وانتهى عصرهم على يد البيزنطيين سنة 534م.

واجه البيزنطيون صعوبات جمة للسيطرة على منطقة المغرب في بداية الأمر وذلك من جراء الثورات التي قامت بها قبائل البربر ولقد إتبع البيزنطيون في أثناء احتلالهم للمغرب سياسة تقوم على إعادة الإمبراطورية الرومانية إلى ما كانت عليه من اتساع حيث اعدوا بناء المدن والتحصينات الرومانية كبشيلقة وتارمونت ومقرة وغيرها من المدن الأخرى.

– العصر الإسلامي:

عرفة منطقة الحضنة كبقية بلدان المغرب العربي دخول الإسلام خلال النصف الثاني من القرن

السابع ميلادي ولقد لعبت المنطقة دور كبير في إرساء الحضارة العربية الإسلامية.

وقد تما تأسيس المدينة المحمدية (المسيلة) المسيلة حاليا 315هـ الموافق ل926-927م وقد بنيت المحمدية لكي تكون عاصمة إقليمية لإخماد الثورات التي كان يعرفها المغرب الأوسط.

وقيام حماد بن بلكين والذي اتخذ من القلعة التي تعرف بإسمه مقرا لحكمه سنة 1007م، كما توجد بمدينة المسيلة عدة قلاع وحصون نذكر منها : قلعة نيا ب الهلالي بمنطقة أولاد سيدي براهيم وحصن طليصلة والخروب جنوب منطقة بني فارس ودشرة السليمة ومواقع أخرى مختلفة.

– العصر الحديث:

دخلت منطقة الحضنة ضمن الإمبراطورية العثمانية في بداية القرن 16م، ودامت مدة أربع قرون حتا سقوط مدينة المسيلة على يد استعمار الفرنسي يوم 11 جوان 1841م وتلتها باقي المناطق .

المطلب الثاني: التعريف بمديرية السياحة وهيكلها التنظيمي

أولا-التعريف بمديرية السياحة:

نشأت تحت اسم مفتشية السياحة والصناعات التقليدية، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 1995/08/29، المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية. مديرية السياحة والصناعات التقليدية بموجب المرسوم 276-2000 المؤرخ في 2000/11/22 يعدل ويتم المرسوم رقم: 95-260 المذكور أعلاه.

مديرية السياحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 2005/06/11 ويتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية.

تعد مديرية السياحة للولاية من المصالح اللامركزية التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، حيث أنشأت على مستوى كل ولاية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010، والمتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها¹ والصادر بالجريدة الرسمية للعدد 63 المؤرخة في 26 أكتوبر 2010، ص 18.

بصدور القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2012 الذي يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب، تم تحديد تنظيم هذه المديرية في مصالح ومكاتب التابعة لكل مصلحة والصادر في الجريدة الرسمية عدد 60، المؤرخة في 31 أكتوبر 2012، الصفحة².

1-تنظيم مديرية السياحة:

تضم مديرية السياحة ثلاث مصالح، حيث تضم كل واحدة منها مكاتبين أو ثلاثة مكاتب، تتمثل في المصالح التالية:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20/10/2010 و المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 63، المؤرخة في 26/10/2010 ص 18،

2 –site <http://www.wilayadjelfa.dz> et <http://www.joradp.dz>(11/4/2019)

- مصلحة السياحة.

- مصلحة الصناعة التقليدية.

- مصلحة الإدارة والوسائل¹.

2- مهام مديرية السياحة

تعد مديرية السياحة للولاية من المصالح اللامركزية التابعة للوزارة تكلف بما يأتي:

أ- في مجال السياحة:

- إعداد مخطط سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.

- السهر على التنمية المستدامة من خلال العمل على تمتين القدرات المحلية.

- تنفيذ برامج وتدبير ترقية وتطوير النشاطات السياحية وتقويم نتائجها.

- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق قواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.

- مشاركة القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتحديد المعارف.

- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية

- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

ب- في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.

- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له²

- السهر على تطبيق و احترام القوانين والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة.

- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.

- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.

- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.

1 - site <http://www.mta.gov.dz/> navigué le (10/4/2019)

2 - site <http://www.mta.gov.dz/> navigué le (10/4/2019)

- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية¹.

3- الهيكل التنظيمي

حسب قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق لـ 20 مايو 2012، يحدد تنظيم مديرية السياحة للولاية في مكاتب المنشور في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 60 بتاريخ 15 ذو الحجة عام 1433، الموافق لـ 31 أكتوبر سنة 2012، فإن مديرية السياحة لولاية المسيلة تضم ثلاث مصالح: مصلحة السياحة ومصلحة الصناعة التقليدية ومصلحة الإدارة والوسائل².

تضم مصلحة السياحة مايلي:

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية.

- مكتب دعم تنمية السياحة والأسفار.

- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

تضم مصلحة الصناعات التقليدية ما يأتي:

- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف.

- مكتب الدراسات والإحصاء.

- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

وتضم مصلحة الإدارة و الوسائل ما يأتي:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

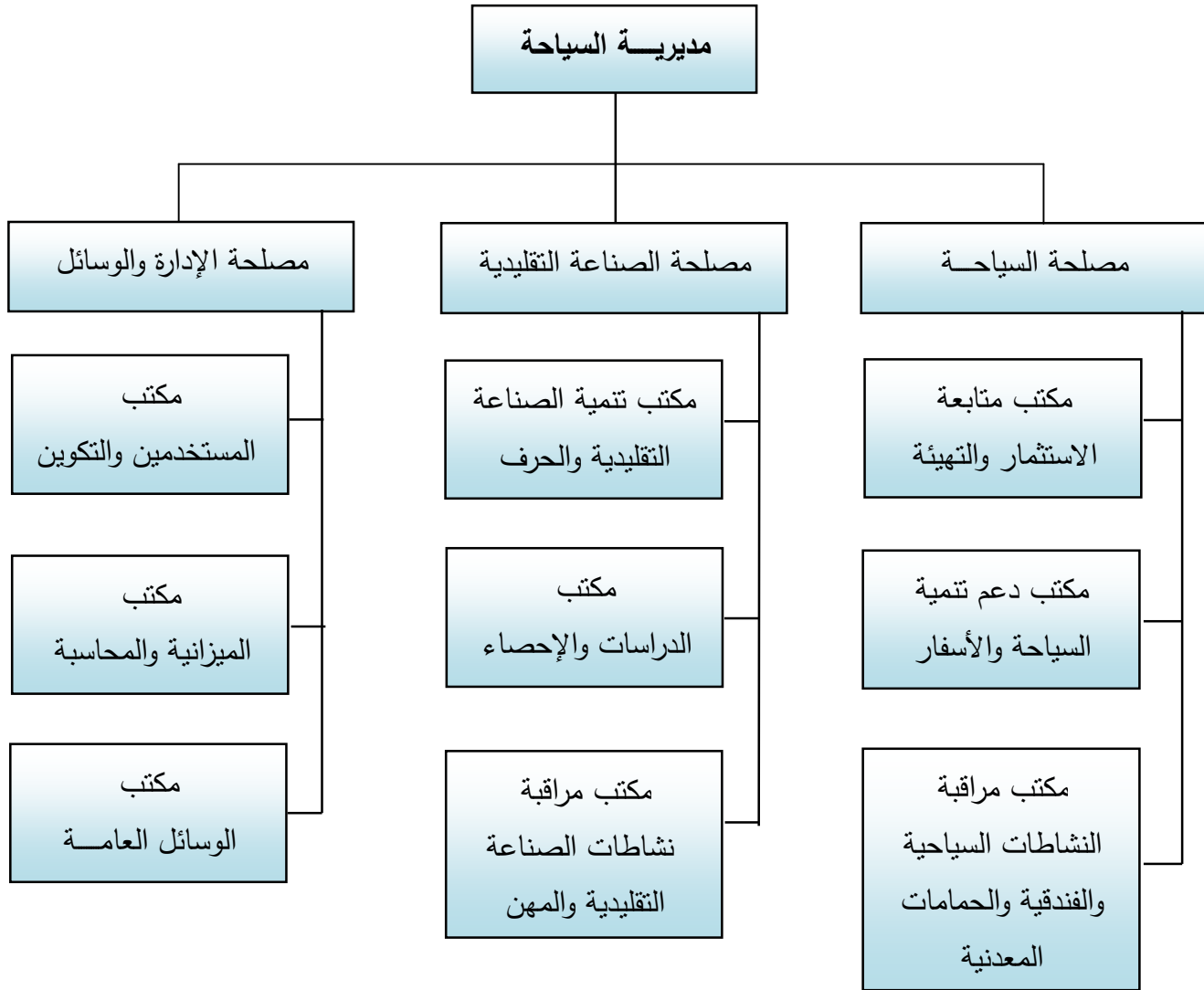
- مكتب الميزانية.

- مكتب الوسائل العامة³.

1 - site <http://www.mta.gov.dz/> navigué le (10/4/2019)

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/ العدد 60، المنشورة بتاريخ 15 ذو الحجة 1433، الموافق لـ 13 أكتوبر 2012.

و يوضح الشكل الموالي رقم (2) الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية المسيلة



المصدر: مديرية السياحة

المطلب الثالث : الإمكانيات (الهيكل) وأنماط السياحة لولاية المسيلة

أولاً- هياكل لإيواء:

1-الفنادق: إن قدرة الاستقبال الفندقية بالولاية لكل أنواع الفنادق المصنفة وهي المصنفة قد بلغت 935 سرير تحتويه 9 فنادق وأربعة مرقد بسعة 212 سريرا إلا أنه التي تمارس نشاطها حاليا وهي فندق القلعة بالمسيلة، كردادة، الفتح والنصر سيدي عيسى، وهي موزعة كالآتي:

جدول رقم (2) يوضح عدد الفنادق بالولاية المسيلة

| الفنادق المستغلة : | | | | |
|--------------------|--------------------|--|--------------------------------|-----------|
| الرقم | التسمية | اسم مالك الفندق | العنوان | التصنيف |
| 01 | القلعة | مؤسسة التسيير السياحي بسكرة | طريق برج بوعريريج ، ص . ب 1769 | *03 |
| 02 | حضنة Sarl مرحبا | لعزيري الطيب /بن طاهر عبد السلام | حي العرقوب مقابل ساحة الشهداء | *1 |
| 03 | كردادة | سلسلة فندق الجزائر | شارع الجمهورية ببوسعادة | مقترح 3 * |
| 04 | القائد | سلسلة فندق الجزائر | حي إيتيان ديني ببوسعادة | مقترح 4 * |
| 05 | الفتح | الحاج بلعمري | حي 05 جويلية سيدي عيسى | *1 |
| 06 | النصر | ورثة عائلة هندي | حي 05 جويلية سيدي عيسى | غير مصنف |
| الفنادق المغلقة : | | | | |
| 01 | الإقامة الطيبة | ملك للبلدية مستأجر من طرف أحد الخواص (ورثة بهلولي) | شارع الجمهورية ببوسعادة | غير مصنف |
| الفنادق المتوقفة : | | | | |
| 01 | جبل الناقة | بلقلاوي لعربي (خاص) | سيدي عيسى | غير مصنف |
| 02 | فندق القصب | ملك الولاية | بلدية المسيلة | غير مصنف |

المصدر : مديرية السياحة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 أن عدد الفنادق المستغلة هم 6 فنادق و 2 منها موقفة عن العمل وفندق مغلق مما يؤثر على طاقة الاستيعاب للسواح.

2-بيوت الشباب : الجدول رقم(3) يوضح بيوت الشباب بولاية المسيلة

| سعة الاستقبال | بيت الشباب |
|---------------|-------------------------|
| 50 سريرا | بيت الشباب بوسعادة |
| 50 سريرا | بيت الشباب جبل مساعد |
| 50 سريرا | جناح الإيواء بسيدي عيسى |

المصدر: مديرية السياحة للولاية المسيلة

ثانيا- المؤسسات السياحية:

1-وكالات السياحة والسفر

لقد تم إنشاؤها في إطار قانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 افريل 1999

جدول رقم (4) يوضح وكالات السياحة والإسفار

| الرقم | التسمية | العنوان |
|-------|------------------------------|--|
| 1 | فرع سياحة وأسفار الجزائر | المركز التجاري الشهيد براهيم محمد الطاهر بالمسيلة |
| 2 | حضانة سياحة | 48 نهج عميروش ولاية المسيلة |
| 3 | فرع الحضانة للسياحة | المركز التجاري الشهيد براهيم محمد الطاهر بالمسيلة |
| 4 | بوسعادة تور | المركز التجاري ، بوسعادة |
| 5 | الوافدين تور | حي 328 مسكن ، رقم : 25/353 ، أولاد دراج |
| 6 | خيمة الواحات للأسفار | طريق الجلفة القديم ، بوسعادة |
| 7 | الراية للسياحة والسفر | حي 12 مسكن ، شارع شنوف بلقاسم ، المسيلة |
| 8 | بلحطاب للسياحة والأسفار | طريق المستشفى القديم ، مقابل المركز المالي ، بوسعادة |
| 9 | فرسان العرب للأسفار والسياسة | حي الزاهر 300 مسكن ، المسيلة |
| 10 | جبل الناقة للسياحة والأسفار | حي 05 جويلية، سيدي عيسى |
| 11 | سيدي ثامر ترافل | طريق الجلفة الجديد بوسعادة |
| 12 | فرع الوافدين تور | حي 500 مسكن المسيلة |
| 13 | بن هداد للسياحة والسفر | الشارع الرئيسي - مقرة- |

| | | |
|---|---------------------------------|----|
| محل رقم 01 طابق الأول البناية الكائنة مقابل الشارع الرئيسي بلدية برهوم | فرع نجاح ترافل أجنبي برهوم | 14 |
| B الترقية العقارية 30 مسكن محل رقم 09 و 10 عمارة المسيلة | وكالة بن ماضي للسياحة والسفر | 15 |
| حي التجزئة رقم : 2 طريق ذراع الحاجة - المسيلة - | القاصد للسياحة والأسفار | 16 |
| مشروع 24 مسكن D محل رقم : 01 طريق الجزائر عمارة اجتماعي تساهمي بوسعادة | فرع الزعاطشة للسياحة والسفر | 17 |
| بجوار الفرع البلدي ل 100 مسكن المسيلة | فرع نجاح ترافل أجنبي | 18 |
| وسط المدينة محل رقم 01 برهوم | تواتيم للسياحة والسفر | 19 |
| حي طريق الجلفة الجديد رقم : 08 / 809 رمز أ - بوسعادة | لقاء للسياحة والسفر | 20 |
| محل رقم 1 حي الحبل مقابل محطة المسافرين بلدية حمام الضلعة | الشلالبة تور | 21 |
| الحبل محل رقم 03 بلدية حمام الضلعة | فرع مهام للسياحة والسفر | 22 |
| محل رقم 02 عمارة رقم 01 القطعة 02 و 03 مجموعة ملكية رقم 14 القسم رقم 56 المسيلة | بنسون ترافل | 23 |
| حي النصر طريق الجديدة جلفة رقم 06/132 بوسعادة | مصافي تور | 24 |
| الساحة العامة رقم 07 عين الملح ولاية المسيلة | نسور الصحراء سياحة | 25 |
| مفترق الطرق طريق 500 مسكن مقابل الجامعة | فرع وكالة أنوار الصباح | 26 |
| محل رقم 01 مقابل المحطة حمام الضلعة | وكالة ضوء النجم | 27 |
| القطعة رقم 01 مجمع س 5 حي المجاهدين رقم 22/422 (د) بوسعادة مسيلة | وكالة العنوان للسياحة و الأسفار | 28 |
| التجزئة الترابية 24 قطعة المسماة تجزئة حي النصر رقم 20 المسيلة | فرع وكالة ترافل تور | 29 |
| شارع خوجة A3 محل رقم 10/18 متر مربع من العمارة ابراهيم المنطقة السكنية الحضرية الجديدة بالمسيلة | فرع وكالة نوميديا ترافل سارفييس | 30 |
| تجزئة 511 قطعة المعدل 493 ، طريق الجلفة الجديد ، المنطقة العمرانية الحضرية الجديدة قطعة رقم 65 مجمع | فرع وكالة أنوار الصباح | 31 |

| | | |
|--|----------------------------------|----|
| س 03 الباب رقم 18/116 ، بلدية بوسعادة - المسيلة - | | |
| حي 50 مسكن بلدية أولاد عدي لقبالة دائرة أولاد دراج ، المحل رقم 02- المسيلة - | فرع وكالة الرابحة للسياحة والسفر | 32 |

المصدر : مديرية السياحة للولاية المسيلة

2-الدواوين المحلية للسياحة :

توجد في ولاية المسيلة ديوانين للسياحة هما الديوان المحلي للسياحة ببوسعادة والديوان المحلي للسياحة بالمعاضيد.

3-المعهد الوطني للفندقة والسياحة :

يعتبر هيكل التكوين في الفندقة والسياحة لبوسعادة مؤسسة عمومية تحت وصاية وزارة السياحة وهي تتوفر علي قدرة استقبال 150 مقعد بيداغوجي بالإضافة إلي هذا فان المركز يوفر لصالح المؤسسات السياحية أو شبة السياحية دورات تكوينية حسب الطلب إن هذا المركز يشكل فعلا عامل نجاح وتنمية لقطاع السياحة في المنطقة .

4-الهايكل الخاصة بالرياضة والألعاب:

بمقر ولاية المسيلة هناك قاعد متعددة الرياضات وبها مسبح وهناك أيضا أربعة ملاعب موزعة على المسيلة، بوسعادة سيدي عيسي، بن سرور .وهناك هايكل قاعدة جوارية موزعة علي مستوي كل البلديات ويوجد أيضا بالمسيلة ميدان الخيل .

5-الهايكل الثقافية:

- المتحف الاركيولوجي الحضنة بالمسيلة .
- المتحف الوطني نصر الدين الديني ببوسعادة.
- المتحف الايكولوجي لقلعة بني حماد ببلدية المعاضيد.
- وهناك 19مركزا ثقافيا موزع على مستوي بعض البلديات الكبيرة بالولاية .

ثالثا- أنماط السياحة في ولاية المسيلة

إن النشاط السياحي بصفة عامة متصل مباشرة بالإرث التاريخي والطبيعي فبمجرد سماعنا لكلمة طبيعي يتبادر لأذهاننا الوسط الأصلي الذي لم تمسها يد الإنسان بعد وعليه فان السياحة تلتزم وضع أجهزة من شأنها أن تستجيب لحجات السياح الطبيعية.

إن إمكانية السياحة في ولاية المسيلة كبيرة جدا فثراء المنطقة الثقافي والفني وارتها التاريخي الممتد من العهد الروماني وصولا إلى الإسلام ومرورا بكل الغزوات التي شاهدها المنطقة لأن الكثير من المواقع في جبالها وسهولها العليا وواحتها ورمالها وذلك بالتنوع بيئي فريد من نوعه خاصة المحمية الطبيعية للمرقب وشط الحضنة.

كما أن الينابيع المعدنية يشكلان إرث هاما في حال ما إذا تم أخذها بعين الاعتبار وعلى ضوء ما تقدم من جرد للثروات يمكن إدماج مختلف أنواع السياحة في هذه المنطقة ومنها :

1-السياحة البيئية:

هدفها الرئيسي هو استغلال البيئة والطبيعة وكل الأنواع الحيوانية والنباتية الخاصة بالمنطقة دون

تهديد أو إخلال بالنظام البيئي. يقوم هذا نشاط على التربية والتكوين اللذين من شأنهما أن يزيدا من الوعي على ضرورة حماية الرأس المال البيئي .

من الضروري على السياحة البيئية ألا يكون لها أضرار على البيئة كما انه ينبغي ان تراعي مصالح سكان المنطقة وتعد سياحة البيئية وسيلة قوية من اجل رد الاعتبار للتنوع البيئي.

2-السياحة الثقافية:

من أهداف هذه السياحة اكتشاف المواقع والمعالم الأثرية حيث يعمل هذا النوع من السياحة على حماية هذه المعالم ورد الاعتبار لها هذه السياحة تبلور الجهود القائمة من اجل الحفاظ وحماية الإرث وكذا بغرض الريح الثقافي والاجتماعي والاقتصادي لكل سكان المعنيين.

3-السياحة الحموية (المنابع المعدنية)

تستجيب الحمامات المعدنية لمتطلبات علاجية حيث يمكنها أن تؤثر على اقتصاد المحلي والمنطقة ومجاورها خاصة على الاقتصاد السياحي. ولكن لا يجب أن يتمحور هذا النوع من السياحة على استغلال المياه المعدنية فحسب بل يجب إظهار مؤهلات أخرى وعليه فمن الواجب أن نبدأ بدراسات هيدرو جيو لوجية على الينابيع المعدنية للحمام بالعربي وحمام الضلعة من اجل تقديم معدلها واستعمالها.

4-السياحة الريفية :

يكون هذا النوع من السياحة في المناطق الريفية خاصة لدى المزارعين هذا النشاط يمكن للمزارعين من تنوع مداخيلهم هذا النوع من السياحة هو عبارة عن سياحة محلية يشرف عليها أهل المنطقة بأنفسهم وهي سياحة تعارف وتقاسم وهي قائمة أساسا على غني المنطقة بمختلف الثروات وروح الترحاب المتوفرة لدى سكان المنطقة.

على هذا يمكن أن يدمج هذا النشاط السياحي في إطار إستراتيجية منتهجة من طرف السلطات العامة لاسيما تلك التي تدور حول المشاريع التنموية الريفية وهذا الإرث الريفي يشكل سحرا سياحيا من السكان والمعالم . المناظر الطبيعية والمنتجات وكل النشاطات والتظاهرات الاجتماعية والثقافية والإرث الريفي هو صورة الإقليم.

5- السياحة العلمية:

تتمثل في وجود جامعة محمد بوضياف بعاصمة الولاية بالإضافة إلى القطب الجامعي الجديد لتكونان صرحا علميا كبير يستقطب آلاف الطلبة من مختلف جهات الوطن وبعض الدول المجاورة كما تقام بها ملتقيات علمية في عدة تخصصات ينشطها أساتذة ومفكرين من مختلف العالم.

6-السياحة الريفية والرياضية:

بالولاية مناظر جبلية وغبية خلابة تساعد على إقامة أنشطة الصيد إضافة إلى مجموعة من الرياضة المقامة في الهواء الطلق كتسلق الجبال، ركوب الخيل والجمال، وخاصة الولاية تحتوي على مضمار لسباق الخيل.

7- سياحة الأعمال :

ولاية المسيلة بحكم موقعها الاستراتيجي الهام وحركتها المستمرة في الميدان الصناعي تستقبل رجال الأعمال والمستثمرين في جميع المجالات حيث يمكن أن تثير هذه الحركة اهتمام الزوار بالمواقع السياحية.

المبحث الثاني: المقومات والإمكانيات السياحية واقتراح سبل تطورها

نتطرق في هذا المبحث للتعريف بولاية المسيلة، وكذا التعريف بالمقومات والمؤهلات السياحية التي تتمتع وتزخر بها هذه الولاية وتنوع تراثها.

المطلب الأول: المقومات والمؤهلات الطبيعية والثقافية والمعالم الأثرية والدينية

تكتسب ولاية المسيلة إرثا ثقافيا وطبيعيا ثريا ومتنوع يمكنها من تشكيل عامل هام جدا لجذب السياح إليها.

أولا: المقومات الطبيعية

1- المحمية الطبيعية المرقب:

تقع هذه المحمية بولاية المسيلة وقد أنشأت سنة 1988 وهي تغطي مساحة 12500 هكتار توجد بالسهول العليا على بعد 160 كلم جنوب الجزائر يتسم مناخ هذه المنطقة بالحرارة المعتدل سنويا بحوالي 17 درجة وبأمطار تقارب 200 ملم/سنويا فيها فصل صيف جاف يدوم حوالي 7 إلى 8 أشهر من ماي إلى غاية ديسمبر يسود المحمية مناخ قاس نسبيا صيفا ومنعش شتاء وتجوب المحمية أنواع حيوانية أخرى أهمها غزال الجبال مما يدفع إلى حماية هذا النوع والقنفذ أجزائري والصحراوي وقط الصحراء والبعج المخطط وهناك عدد هام من الطيور التي تم إحصاؤها بمنطقة المرقب 83 نوعا فيها ما يقارب الخمسين نوعا مهاجرا.

2- شط الحضنة:

يصنف شط الحضنة ضمن قائمة المناطق الرطبة ذات الأهمية العالمية ينتمي إلى مجموعة الشطوط التي تجمع المياه الآتية من أطلس الصحراوي في الجنوب والأطلس التلي في الشمال ويقع الحوض في الطرف الشرقي الأقصى للهضاب محصور بين سلسلتين جبليتين تبلغ 1800 و1900م ارتفاعا من جهة الشمال و600 م إلى 900 م ارتفاع من جهة الجنوب وبذلك تشكل حوضا مائيا مغلق مساحته 26000 كلم مربع تصب فيه أكثر من 22 نهرا والعديد من الينابيع.

3- غابة جبل مساعد:

أن طبيعة هذا الجبل الهندسية وعلوه الشاهق تعطيه خاصيته المناخية فهو مغطي بأشجار من النوع المتوسطي علوه يتراوح بين 1200م الى 1600م معدل الأمطار فيه أكثر من 30ملم/سنة درجته البيو مناخية بين المتوسط الصنف جاف وشتاء البارد أشجار الغابة تتشكل من الصنوبر الحلبي قليل الكثافة تقارب 33500 هكتار.

4- السهوب:

هي أرضي بها نباتات قصيرة مشكلة أساسا من الحلفاء وهناك كذلك السهوب التي يغطيها الشيح الأبيض التي تنمو علي ضفاف الوديان ولها خاصية تمنح التربة قدر علي التمسك فهي تغطية بشكل يمنع الانجراف.

5- منبع حمام الضلعة:

يقع المنبع المعدني في شمال الشرقي للولاية ويبعد حوالي 29 كلم عن مقر الولاية يوجد داخل حدود بلدية حمام الضلعة يحضنه السهل بين أعالي جبل جدو غ جنوبا وكاف العسل شرقا وهذا بامتداد وادي لقمان وتجد منابع حموية تتميز بمياهها الحارة مستغلة بطريقة تقليدية والتي لها خاصية علاجية من أمراض الكبد والكلي ولأمراض الجلدية يمكن أن يصبح حمام الضلعة فرص استثمارية لتحقيق مشروع حمام معدني.

6- منبع حمام بالعريبي وسد القصب:

يقع علي بعد 10 كلم شمال ولاية المسيلة بناحية تسمى سد القصب وهذا المنبع يوجد علي الضفة يسرى من وادي القصب الذي يمنح أطارا رائع للاستجمام خاصة فيما يتعلق بسطحه المائي والاختضار الفاتن فضاء يمنح إمكانيات جمة للترفيه والاستجمام وماء الحمام ممزوج بالكبريت ذو سيل متوسط له خاصية علاجية أمراض المفاصل والجلد والأعصاب بإمكان استغلاله أن يضيف رباح معتبر.

ثانيا- التراث المعماري:

1- بلدة الهامل:

تعد هذه البلدة في حد ذاتها مكان يثير الفضول لأنها تقبع علي سطح صخري ولكن أهمية هذه البلدة تتبع من كونها تضم الزاوية المؤسسة من طرف سيدي محمد بن بالقاسم في وسط القرن التاسع عشر لها طابع معماري يقترب من الطابع البيزنطي ولا ننسي دورها في الإشعاع العلمي الإسلامي وتدريب الطلبة علوم الفقه والدين ويتخرج منها الخطباء والأمة.

2- المدينة القديمة لبوسعادة:

توجد في شمال التجمع السكاني أنها قرية لها طابع صحراوي وتحتوي سوقا يتوافد عليها حتي أهالي القرى المجاورة إن موقعها الجغرافي قد جعل منها عاصمة تجارية صغيرة حيث تنتظم فيها المبادلات الخاصة بكل منطقة كانت ملتقى العديد من القبائل البدو والرحل الذين يأتونها لبيع سلعتهم ولقد كانت بوسعادة احد أول اكبر المراكز السياحة الجزائرية حيث كان يأتي إليها السياح والكتاب بحثا عن الغرابة والالهام وكانت مسرحا لتصوير العديد من الأفلام .

ثالثا- المعالم أثرية:

يتجلى المعالم أثرية فيما يلي :

1- آثار العهود القديمة . وتوجد بمنطقة بوسعادة وهي التي يطلق عليها اسم "طبقة على طبقة " الماسورة في ركام رملي وهي معروفة تحت اسم "زكار" ،"السيار"إنها توجد عن طريق المؤدي إلي بسكرة علي بعد حوالي 10كلم تقريبا .

2 - النقوش الصخرية :

تنتشر بالمنطقة وكذا جبال أولاد نايل تشهد علي أن الإنسان قد أهلها منذ عصور بعيدة ونخص بالذكر منها:

- نقوش محطة خليل والعرايس :

تقع هذه النقوش بمحطة العرايس علي بعد 15كلم جنوب غرب بن سرور باتجاه عين الملح وتتربع علي قمة صخريتين مفتنتين جزئيا .

أما موقع الخليل فهو يبتعد 1كلم شمال غرب الموقع السالف الذكر في الجانب الأخر من الأخدود

- النقوش محطة ثامر :

يقع الصخر وادي الشعير علي بعد 7كلم جنوب غرب العرايس باتجاه برج الأغا بأعلي عين بن ميلود يوجد بها صخور عملاقة تمتد علي مسافة تتراوح من 3إلي 6 هكتارات تبدا كأنها مدينة مدفونة مجمل هذه الآثار تبدو في شكل قاعة محاضرات تنتمي إلى العهد القديم الليبي أو الروماني .

3- المدينة الدفينة القاهرة:

يوجد هذا الموقع بواد شعير علي الطريق المؤدي لبوملال علي بعد 2 كلم تحتوي المدينة الدفينة علي قنوات تمتد علي 8كلم من مرزاز وا لي القهرة ذو مساحة 8كلم يعود للعهد العثماني بأثاره المتناثرة.

4- فسيفساء أولاد سيدي يحي:

يعود تاريخها إلى القرن الثالث ولقد اكتشفت نهاية 2006خلال انجاز مشروع جماعي بناحية أولاد سيدي يحي بلدية دهاهنة، هاته الفسيفساء أنجزها فنانون رومانيون .

5-قلعة بني حماد:

تعتبر قلعة بني حماد معلما ثريا صنف ضمن آثار الإنسانية من طرف اليونسكو سنة 1980يقع علي بعد 35كلم شمال شرق المسيلة بناحية بشارة ببلدية المعاضيد علي ارتفاع 1000م وعلي جانب الجنوبي لجبل المعاضيد في سهل أولاد فراج.

هي أول عاصمة للحمادين والتي تم تأسيسها في 2007 من طرف حماد بن بكين بعد انتصاره على الزناتة استغرق بنائها سنوات عدة وكانت تتوفر على كل المستلزمات العاصمة فيها ثلاثة قصور مشيدة ومحاطة بأسوار حجرية عالية بها أبواب خشبية شاهقة تسمح بالمرور وهي مرقشة بالبرونز ولقد عرفت ازدهارا كبيرا .

6- طاحونة فيريرو:

تقع علي بعد 2 كلم من بوسعادة وهي بقايا طاحونة قديمة بناها انطوان فيريرو احد الايطاليين المولودين بمحافظة تورينو في 28 سبتمبر 1849 هاجر إلي الجزائر خلال 1867 ببجاية واشتغل بمختلف الطواحين ومنها انشأ طاحونة فيريرو ولقد تم بناؤها بالقرب من الشلال لأنه كان يدور أصلا بقوة المياه ولقد اشتهرت هذه الطاحونة على اثر تصوير فيلم في الموقع المتميز الذي يتمتع ب هبه فضول الزائرين الذين يقصدون مدينة بوسعادة وبعد ذلك استطاع امتلاك طاحونة الورود بالمسيلة.

7- معتقل الجرف:

يقع في دائرة أولاد دراج يبعد عن مقر ولاية ب18 كلم ثم بناءه بعد نهاية الحرب العالمية الثانية سنة 1949 وبدأ يستعمل كمعتقل في سنة 1955 للاعتقال والتعذيب كل من له صلة بالثورة التحريرية يعتبر هو الوحيد على مستوى الشرق الجزائري.

رابعا-المؤهلات الثقافية والدينية:

1-المتاحف :

- المتحف الوطني نصر الدين ديني :

لقد تم تأسيس المتحف عبر منشور سنة 1993 وذلك تخليد لذكرى أعمال الفنان التشكيلي نصر الدين وخلال سنة 1995 تم اقتناء أول لوحة للفنان وأدرجت في المتحف وهناك عدة لوحات للفنانين منهم ادوارد فيرشا فليت وللرسام محمد اسياخم ومحمد لوعيل هذه المجموعة جاءت لتثري مقتنيات وهبات جديدة حيث نجد أن المتحف قد عايش حدثا مهما إلا وهو استعادة 11 لوحة للفنان ديني اتيان.

- متحف قلعة بني حماد:

يقع المتحف بوقع قلعة بني حماد ولقد انشأ في نوفمبر سنة 1995 بغرض صيانة الأغراض الأركيو لوجية المكتشفة من خلال البعثات الاستكشافية والحفريات التي قادها لوسيا نقول لفين ورشيد بورويبة عرفن البناية التي تحتوي المتحف عدة تهيئات خلال سنة 2001 وهذا بغرض تمديد مساحته الى 400 متر مربع كل هذا في ديكور يوحي بالمعمار الحمادي.

- متحف الحضنة :

انشأ المتحف الحضنة 1993 ويقع في مقر بلدية المسيلة بمبادرة من السلطات الولاية للمسيلة وبمشاركة الوكالة الوطنية للاركيولوجيا وهذا طبعا بالنظر إلي الثراء الارث الثقافي ووفرة الأغراض الاركيولوجية حتى يتسنى الحفاظ على مختلف الموارد الأثرية للمنطقة.

2-المواقع الدينية

- المساجد

تتوفر ولاية على عدة مساجد ذات الصيت السياحي بسبب تاريخها ومعمارها ومنها نخص بالذكر:

المسيلة : مسجد الشيخ ابو الجمين

بوسعادة : مسجد المومنين أولاد أسيف مسجد الشرفة مسجد النخيل مسجد الشيخ الإبراهيمي .

- الزاوية الهامل :

تقع هذه الزاوية والتابعة للطريقة الرحمانية ببلدية الهامل التي تبعد ب12كلم عن بوسعادة أسسها الشيخ محمد ابن ابي القاسم الهاملي سنة 1848م ويجد في الزاوية متحف أثار تاريخية تعود لفترة الأمير عبد القادر والشيخ المقراني وكتبة مهمة تشمل أكثر من ألف مخطوطة قديمة بها تشمل جل فنون المعرفة لزاوية الهامل إشعاع على المستوى الوطني والجهوي والإفريقي .

- الحرف التقليدية .

إلى غاية ماض قريب كانت المجتمعات التقليدية تصنع وبشكل تقليدي الأغراض التي يستحقونها في حياتهم وهذا باستعمال المواد المحلية المتوفرة واليوم قد أصبحت الحرف التقليدية نشاطا يرافق السياحة فكما كان الغرض المعروض للبيع فانه يعكس ثقافة الشعب وقدراته الإبداعية أن هذا النشاط قد أعاد الحرف التقليدية إلى المستوى الذي يساهم في الاقتصاد الوطني خصوصا ما سيرافق إعادة بعث النشاط السياحي بالمنطقة .

المطلب الثاني: المناطق السياحية ومراحل التدفق السياحي

أولاً - المناطق السياحية:

أظهرت دراسة المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية منطقتين سياحيتين هامتين هما:

1 - المنطقة السياحية للحضنة

تتميز هذه المنطقة بسلسلة الممتدة علي طول جبال الحضنة يبلغ ارتفاع هذه السلسلة جبلية 1870 متر وتنحدر إلى ضواحي شط الحضنة بمسافة تقدر ب400 م رسم المركز الوطني للسياحة حدود المنطقة كمايلي :

- من الشمال (الحدود الشمالية للمسيلة وكل من ولاية البويرة وسطيف) من الشرق (دائرة مقرة) من الجنوب (شط الحضنة والحضنة) من الغرب (كل من دائرة حمام الضلعة ونوغة). تتربع المنطقة السياحية على مساحة تقدر ب2700 كم مربع وتغطي ثمانية دوائر .

- الجبال هي الغالبة على المنطقة الشمالية حيث تسود زراعة النباتات الجبلية أمافي الجنوب أين شط الحضنة فتسود زراعة الحبوب والنشاطات الرعوية والزراعة الكثيفة يتميز مناخ المنطقة بتباعد حراري شاسع وذلك حسب المناطق

-المعدل الحراري لشهر الأكثر حرارة جويلية /أوت:30.4 درجة مئوية.

-المعدل الحراري لشهر الأكثر برودة جانفي: 7.6 درجة مئوية.

-المعدل السنوي: 18 درجة مئوية.

-معدل الأمطار 226 ملل في السنة.

-عدد الأيام الممطرة: 41 يوم.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن الأشهر الأربعة والمتمثلة في جوان، جويلية، اوت سبتمبر تكون درجات الحرارة مرتفعة الشئ الذي يسمح بفصل رائع.

-أما في فصل الشتاء وبنفس عدد الأشهر يعتبر الفصل الأقل تفضيلا للولاية وهذا راجع علي أنها بوابة الصحراء التي تربط بطرق الوطنية الغربية والشرقية والشمالية والجنوبية للولاية لتوفير إمكانية الصناعة المرتكزة على صناعة الغذائية والحبوب من جهة وإنتاج المواد البناء والقطاع الخدماتي .

-إن التنوع الموجود في مختلف مناطق المسيلة وجمالها الخلاب وعمقها التاريخي والثقافي وجوده وغني منابعها المعدنية وتنوع نباتاتها وحيواناتها جعلها تفتك وبدون منازع مكانة خاصة موجهة نحو السياحة المتنوعة مثل السياحة المناخية، المعدنية، الثقافية، الطبيعية، وسياحة الأعمال.

- وعلى ما تحتويه من معلم اثر مصنف والمتمثل في قلعة بني حماد والتي تحمل بعدا عالميا والمرفقة بمتحف يسمح باكتشاف العديد من الأسرار القلعة . واليانبيع المعدنية بالعربي وحمام الضلعة وبقتها العلاجية ومواقعها الخلابة.

- وشط الحضنة الذي يمتد على طول سهول مائية تظهر أروع المناظر للنخيل والمواقع الطبيعية هو عبارة عن نموذج لمختلف أنواع التربة المناخ البيولوجي والتنوع البيولوجي والأصناف الحيوانية المهددة بالانقراض منها غزال دست وحبارة وهذه المنطقة تنقسم إلى ثلاثة أقاليم وهي:

- إقليم المسيلة وسد القصب.

- إقليم المعاضيد قلعة بني حماد.

- إقليم برهوم ومقرة و عين الخضرة.

2- المنطقة السياحية لبوسعادة :

من جهة نظر سياحة تتميز منطقة بوسعادة بتنوع الكبير حيث تجد في بضع أمتار الكثبان الرملية وغابات الصنوبر ذات الطابع المتوسطي وواحات ذات النخيل الوافر والتي ليست ببعيدة على الصخور المنقوشة.

وقد حدد المركز الوطني للسياحة هذه المنطقة السياحية كمايلي:

- من الشرق : بئر غلابة إلى دائرة سيدي عامر غربا.

- من الغرب : من سيدي عمور إلى حدود دائرة جبل مساعد ودائرة سليم.

- من الجنوب :تشمّل حدود مدينة عين الملح عين الريش إلى واد شعير.

- وتتميز هذه المنطقة بتضاريسها المترامية جنوبا وغربا كما انه يغلب على المنطقة الشرقية والشمالية لسهل الحضنة الطابع شبه الصحراوي يتراوح الارتفاع بين الجنوب والغرب بين 700 و1700م أين توجد غابة للصنوبر في دائرة جبل مساعد وسيدي عامر.

- المناخ شبه صحراوي والقاري هو السائد في المنطقة كما أن معدل تساقط الإمطار ضعيف حيث لا يتجاوز 300ملل في السنة إما درجة الحرارة فهي متباينة جدا حيث تبلغ في شهر جانفي 8 درجات وتصل إلى 48 درجة مئوية في شهر جويلية.

- تشمل المنطقة السياحية كل من بوسعادة، أولاد سيدي إبراهيم، الخبانة، مسيف وبن سرور ومن أهم نشاطاتها الاقتصادية: الرعي، الحرف التقليدية، الخدمات والسياحة.

- وتعتبر مدينة بوسعادة اكبر منطقة حضرية بعد مقر الولاية حيث تعبرها كل الطرق المؤدية للجزائر العاصمة كما أنها تعتبر بوابة الصحراء بسبب قربها من الجلفة وبسكرة حيث أن موقعها الجغرافي المتميز

وقربها من الجزائر العاصمة وشبكات الطرقات الهامة المتواجدة بها ووجود الهياكل الفندقية والمواقع الطبيعية والتاريخية والارث الثقافي المتنوع وحرارة استقبال هل المنطقة للضيف كل هذا الأسباب جعلت من بوسعادة قبلة سياحية أزيية.

- كما تندمج بوسعادة في معظم الأحيان مع ما تنظمه ولايات الجنوب الأخرى من نشاطات سياحية واهم ما يستقطب السياح في منطقة القصر القديم وضريح الرسام الديني مع المتحف الوطني نصر الدين الديني والمساجد الجميلة والعتيقة.

- وعلي بعد 02 كلم من مدينة بوسعادة تتواجد طاحونة فيريرو وهي عبارة عن طاحونة مائية قديمة موجودة قرب شلال.

- الكتبان الرملية المترامية تمكنا من لقاء نظرة شاملة على الفضاء الرملي الشاسع للجنوب وواحات رمانه المتواجدة على بضع كيلو مترات من شمال الطريق الوطني رقم 46 المؤدي إلى بسكرة ومدينة الهامل بمساجدها وزواياها وتنوعها الطبيعي.

-التميز الجغرافي لمنطقة بوسعادة وسيدي عامر وصخورها المنقوشة غير المعروفة غابة جبل مساعد منطقة بن سرور وواد شعير أين توجد العديد من النقوش والرسوم الصخرية.

- المنطقة الجنوبية لشط الحضنة المحفوفة بالنخيل على طول الخط المائي للشط والتي تمنحنا منظرا رائعا ممزوجا بالتنوع البيولوجي للنباتات والحيوانات.

تتكون هذه المنطقة من ثلاثة أقاليم:

- إقليم بوسعادة المكون من الهامل،الديس ورمانة.
- إقليم عين الملح والمكون من جبل مساعد،بن سرور وواد شعير.
- إقليم مسيف وشط الحضنة مع الجزء من بن سرور وشلال (المخطط العام للتهيئة السياحية لولاية الجنوب جوان 1980).

ثانيا- تقسم مراحل التدفق السياحي:

1 - الفترة الممتدة ما بين 1976-1980

على الرغم من محدودية القدرات الفندقية فقد تطور عدد الوافدين خلال هذه الفترة حيث تضاعف عددهم ثلاث مرات خلال تلك السنوات الخمس ففي سنة 1976 تم تسجيل 18706 سائح أما في سنة 1980 بلغ عددهم 55018 سائحا.

2- تطور الوافدين شهريا خلال فترة 1977-1979:

إن تحليل مراحل التدفق السياحي الشهري يوضح بأن شهر أوت وجانفي هما الشهران اللذان يسجلان أقل عدد من السياح في السنة حيث لم يتوافد سوى 1600 سائح بالنسبة للشهر جانفي يمثل هذا الوضع فترتين سياحيتين فارغتين في الجنوب وهذا بسبب المناخ وبالمقابل فإن شهر أفريل وماي هما اللذان تسجل فيهم الولاية المسيلة أكبر توافد للسياح وان ترتيب جنسيات السياح يجعل الفرنسيين في المرتبة الأولى متبوعين بالجنسية الايطالية ثم أوروبا الشرقية .

3-الفترة الممتدة من 2000 الى 2006:

لقد تطور بشكل محسوس وصل السياح الأجانب خلال هذه الفترة حيث انطلق من 1254 سائحا إلى وصل إلى 5598 أما عدد الليالي الممضات فقد كان بداية 1144 ثم وصل إلى 9791 وفيما يخص رقم الأعمال الخاص بالإيواء فإنه خلال هاته الفترة قد عرف تطورا ملحوظ .

المطلب الثالث : اقتراح الإجراءات المتعلقة بالسياحة وتحسين الخدمات السياحية

أولاً- اقتراح الإجراءات المتعلقة بالسياحة¹

1- دور الدولة في التنمية السياحية:

يعد الاستثمار العنصر الأساسي للنهوض بالتنمية السياحية في الجزائر .والتنمية السياحية لا تعني انجاز الوحدات والمركبات السياحية والفندقية فحسب بل تتعدى ذلك وتشمل كذلك إعداد الدراسات المستقبلية الشاملة والدراسات المتعلقة بالتهيئة السياحية وفك العزلة عن المناطق السياحية وانجاز البنى التحتية اللازمة لتهيئة وتحضير العقار السياحي وتجميل المحيط وتثمين الموارد السياحية والمحافظة عليها إلى غير ذلك. قد تتطلب التنمية السياحية في بعض الحالات انجاز طرق سياحية، وموانئ للتسلية والترفيه، ومطارات لاستقبال التوافد السياحي الأجنبي، وترميمها عادة تأهيل بعض الأحياء العتيقة التي تتمتع بطابع سياحي أو ثقافي أو تاريخي، أما تستلزم في حالات خاصة إنشاء مدن سياحية كاملة.

فهل يجب على الدولة التدخل في التنمية السياحية أو ينبغي ترك هذا المجال للقطاع الخاص وتتولى الدولة مسؤولية الرقابة والإشراف؟ وهل يتحمل القطاع السياحي وحده تكاليف تمويل هذه العملية أم ينبغي على الدولة تقديم تشجيعات وحوافز في هذا المجال باعتبار أن الاستثمار في قطاع السياحة يتميز بخصوصيات نوعية أنا قد تطرقنا إليها في الفصل السابق؟

بطبيعة الحال، تختلف نظرة السلطات العمومية في هذا الشأن من بلد لآخر، ومرجع هذا الاختلاف هو طبيعة الأنظمة السياسية والاقتصادية، القدرات والمؤهلات السياحية المتوفرة، مستوى تطور البلدان والأهمية التي يوليها كل بلد لمساهمة قطاع السياحة في اقتصاده الوطني.

وعليه، فإن اقتراح التدابير والإجراءات الواجب اتخاذها من أجل تنمية السياحة في الجزائر ستأخذ بعين الاعتبار خصوصيات الجزائر.

2- أدوات التنمية السياحية:

إعادة الاعتبار للوكالة الوطنية لتنمية السياحة:

لذا نرى أن أول اقتراح ينبغي تقديمه في هذا الشأن يكون متعلقا بإعادة الاعتبار للوكالة الوطنية لتنمية السياحة وذلك بدعمها ماديا وبشريا وتوجيهها إلى التكفل بالمهام التي أنشئت من أجلها.

¹ صالح موهوب، تشخيص واقع السياحة في الجزائر واقتراح سبل تطويرها، مذكرة ماجستير في فرع التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص 155.

أما الاقتراح الثاني فيتعلق بالتصنيف الإداري الحالي الوكالة الغير ملائم والذي لا يسمح بالنظر لضعف مستوى الأجور الممنوحة بموجبه بجلب الكفاءات وذوي الخبرة العالية لاسيما في مجال الدراسات التقنية. أما الاقتراح الثالث بشأن الإجراءات الواجب اتخاذها بخصوص الوكالة الوطنية لتنمية السياحة فيتعلق بسحب الدراسات من هذه الوكالات، عادة إنشاء مكتب دراسات متخصص ومستقل بذاته أو اللجوء إلى مكاتب وهيئات خارجية.

-استكمال انجاز المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية:

لقد شرعت الوزارة المكلفة بالسياحة في إعداد مخطط وطني توجيهي للتهيئة 03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 المتعلق - السياحة تنفيذا لأحكام القانون رقم 03 بمناطق ومواقع التوسع السياحي.

في هذا الإطار، أتخذ كمرجع أساسي لإنجاز هذه العملية، الدراسات الأولية للتهيئة السياحية التي أنجزت في بداية الثمانينات من قبل المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية المنحلة والتي شكلت آنذاك القاعدة الأساسية لرسم هذا المخطط. ولأسباب مختلفة، لم تتم دراسات التهيئة النهائية المتعلقة بهذه المناطق السياحية - تكوين احتياطات عقارية سياحية:

-طبقا لأحكام المادة 20 من القانون رقم 03 السياحي المتعلق بمناطق ومواقع التوسع تتشكل الاحتياطات العقارية السياحية من الأراضي الداخلة في المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية سواء كانت تابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة أو المملوكة من طرف الخواص.

ثانيا- اقتراح الإجراءات اللازمة لتحسين الخدمات السياحية¹

مما لا شك فيه أن نوعية الخدمات في السياحة الجزائرية لا تزال رديئة جدا ولا تستجيب لأدنى المعايير السياحية الدولية ويرجع هذا لعدة اعتبارات وعوامل

1- دعم التكوين السياحي:

يشكل العنصر البشري الضامن الأساسي لتحسين نوعية الخدمات السياحية. من هنا تبرز أهمية التكوين السياحي في إعداد الموارد البشرية اللازمة لتسيير المؤسسات السياحية والفندقية.

إن المنظومة التكوينية في قطاع السياحة لا تزال ضعيفة من حيث سعة الاستقبال إذ لا تتجاوز حاليا 480 مقعدا بيداغوجيا موزعة على ثلاث مؤسسات أنجزت في السبعينات على مستوى آل من الجزائر العاصمة، تيزي وزو، وبوسعادة وهي اليوم لا تستجيب لمتطلبات التكوين السياحي العصري بالنظر لقدم تجهيزاتها

¹ صالح موهوب ، مرجع سابق، ص 171.

ووسائلها البيداغوجية والعلمية من جهة ولاحتياجات القطاع الذي يتطلب تكوين ما لا يقل عن 30.000 فرد حسب الخطة التنموية التي اعتمدها الوزارة لتطوير السياحة في حدود سنة 2015 من جهة أخرى. هذه الوضعية تستدعي في نظرنا اقتراح اتخاذ الإجراءات والتدابير التالية:

- العمل على عصرنه الوسائل والتجهيزات البيداغوجية والعلمية وتحسين البرامج التعليمية بهدف جعلها تتماشى مع متطلبات السياحة العصرية وتكوين ورسكلة المكونين.
- انجاز مؤسسات تكوينية جديدة لأن وظيفة التكوين والتمهين تبقى بالأساس من صلاحيات الدولة.
- توسيع التعاون ما بين الوزارتين المكلفتين بالسياحة والتكوين المهني من اجل إدماج شعب وتخصصات في السياحة والفندقة والمهن المرتبطة بهما في منظومة التكوين المهني.
- دعم وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في التكوين السياحي تحت رقابة الوزارة الوصية عن طريق إعطائه التسهيلات اللازمة وتزويده بالبرامج البيداغوجية والعلمية المناسبة.
- توسيع التعاون الخارجي مع المؤسسات التكوينية المتخصصة في السياحة بهدف اخذ التجارب والخبرات العلمية الناجحة.

2- تقييس المهن والحرف السياحية والفندقية

من العوامل الهامة المساعدة على تحسين نوعية الخدمات السياحية تحديد معايير لبناء الفنادق والمرآبات السياحية يشترط فيها الطابع الجمالي للبنىات والاندماج التام مع المحيط الطبيعي والعمراني المجاور لها. أما يجب أن تبرز الهياكل الفندقية التراث الثقافي الجزائري من خلال الفن والزخرفة المعمارية واستعمال مواد البناء المحلية والصناعات التقليدية.

في هذا الصدد، وبخصوص تقييس المهن والأنشطة السياحية والفندقية، نعتقد أن المعايير المعمول بها حاليا والتي لا تختلف آثرا عن المعايير التي حددتها المنظمة العالمية للسياحة سنة 1982 قد تجاوزها الزمن ولم تصبح تستجيب للمتطلبات السياحية الحديثة ويقترح في هذا الإطار مراجعة وتحسين المعايير وشروط ممارسة المهن والأنشطة السياحية.

3- الخوصصة كعنصر لتحسين نوعية الخدمات السياحية

يعتمد تسيير الأنشطة والمؤسسات السياحية والفندقية بالدرجة الأولى على المبادرات الفردية التي تستدعي الإبداع والتجديد المستمرين في إعداد المنتجات السياحية وهذا ما يفتقر إليه اليوم القطاع السياحي العمومي بسبب نمط التسيير الإداري الغير محفز على اخذ مثل هذه المبادرات.

إن تغيير نمط التسيير الإداري يمر حتما بخصوصية المؤسسات السياحية العمومية قصد جعلها أكثر تنافسية ولأثر نجاعة. وفي تصورنا، لا يجب النظر إلى الخصوصية على أنها عملية تهدف إلى تخلي الدولة عن المؤسسات العمومية وكأنها تشكل عبئا عليها ينبغي التخلص منه بل يجب اعتبارها كوسيلة لاستحداث منافسة حقيقية في السوق السياحية يترتب عنها انخفاض الأسعار وتحسن في الخدمات السياحية. وحتى تحقق الخصوصية أهدافها، يتعين على السلطات العمومية وضع ضوابط تكون في شكل دفتر شروط ملزم للمستفيد من هذه العملية وتنص على الخصوص على ضرورة إعادة تأهيل المؤسسة واحترام المعايير المعمول بها وتطوير المهارات وتكوين اليد العاملة المتخصصة.

المبحث الثالث : عرض الاستبيان وتحليل النتائج

يتناول هذا المبحث عرض وتحليل بيانات الدراسة من خلال تحليل الجداول والأشكال واستعراض النتائج لاختبار الفرضيات التي جاءت في الدراسة.

المطلب الأول: عرض الاستبيان المعتمد في البحث الميداني

قصد التعرف على مديرية واستخدام المفاهيم الجديدة التي لحقت بمفهوم التسويق السياحي في سبيل تعزيز و تطوير وضعية السياحة كمنشآت اقتصادية فعال في السياسة الوطنية، بالاعتماد كلما كان ذلك ممكنا على التطورات الجديدة التي عرفها التسويق السياحي تم إجراء استبيان مكون من (13) سؤال و توزيعه على (15) موظفا بمديرية السياحة لولاية المسيلة التي تم اختيارها لإعداد هذه الدراسة، باعتبارها من المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، حيث من بين مهامها الأساسية المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز لتنمية مستدامة للنشاطات السياحية المحلية.

يتعلق هذا الاستبيان بما يلي:

- التعريف بمديرية السياحة.
- استخدامات التسويق السياحي.

المطلب الثاني: معالجة بيانات الاستبيان وتحليل النتائج

بعد التوصل للنتائج الاستبيان، يتم الآن استعراضها وتحليلها بالتركيز على التكرارات والنسب المؤوية الخاصة بإجابات الموظفين في المديرية بالاعتماد على نفس الترتيب الوارد في قائمة الاستبيان. إلى جانب ذلك سوف يشمل هذا الاستعراض، بالإضافة إلى المتغيرات المتعلقة بالفرضيات التي اعتمدت في هذه الدراسة والتي سوف يتم مناقشتها لاحقا، مختلف النتائج الإضافية .

لقد قسم هذا الاستبيان إلي النقاط الرئيسية التالية :

- التعريف بمديرية السياحة والصناعات التقليدية
- استخدام التسويق السياحي

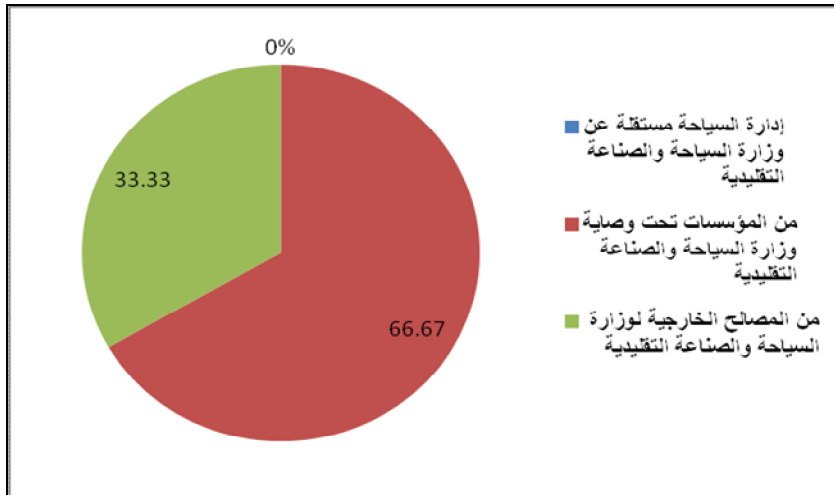
I- التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية:

س1- ما هي مديرية السياحة

الجدول (5): التعريف بمديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | التعريف بمديرية السياحة |
|---------|--|
| 0 | إدارة السياحة مستقلة عن وزارة السياحة والصناعة التقليدية |
| 66.67 | من المؤسسات تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية |
| 33.33 | من المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (3): التعريف بمديرية السياحة (النسب المئوية للإجابات)



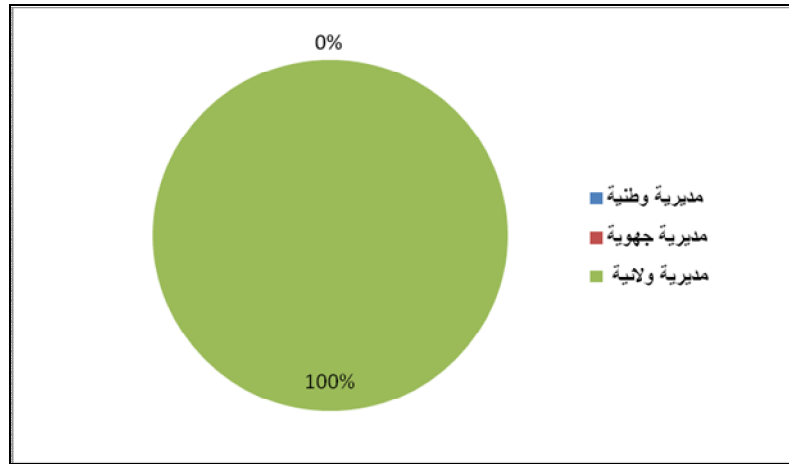
من خلال الجدول رقم (5) والشكل رقم (3) أعلاه يلاحظ بأن نسبة 66.33% يعدون مديرية السياحة والصناعة التقليدية من المصالح الخارجية، بينما يعتبرونها آخرون على أنها من المؤسسات تحت وصاية وزارة السياحة و الصناعة التقليدية و ذلك بنسبة 33.33% في حين لا يعتبرها أي أحد على أنها إدارة سياحية مستقلة عن وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

س2- هل مديرية السياحة هي عبارة عن؟

الجدول رقم (6): الانتماء الإداري لمديرية السياحة

| التكرار | الانتماء الإداري لمديرية السياحة |
|---------|----------------------------------|
| 0 | مديرية وطنية |
| 0 | مديرية جهوية |
| 100 | مديرية ولائية |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (4): الانتماء الإداري لمديرية السياحة (النسب المئوية للإجابات)

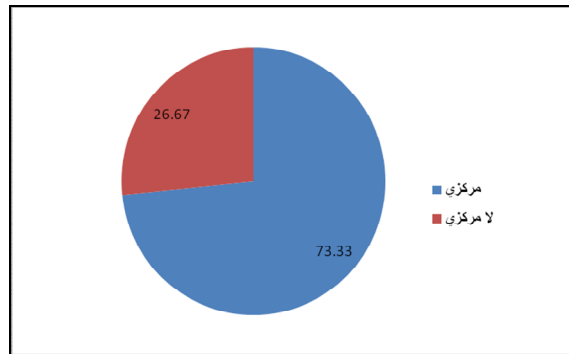


بالاعتماد على الجدول رقم (6) يتضح أن 100% يعتبرون أن المديرية مديرية ولائية بينما لا يعتبرها أي احد على أنها مديرية جهوية و لا يوجد من يعدها مديرية وطنية.
س3- ما هي طبيعة التسيير التي تخضع له مديرية السياحة؟

الجدول رقم (7): طبيعة التسيير لمديرية السياحة

| التكرار | طبيعة التسيير لمديرية السياحة |
|---------|-------------------------------|
| 73.33 | مركزي |
| 26.67 | لا مركزي |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (5) طبيعة التسيير لمديرية السياحة



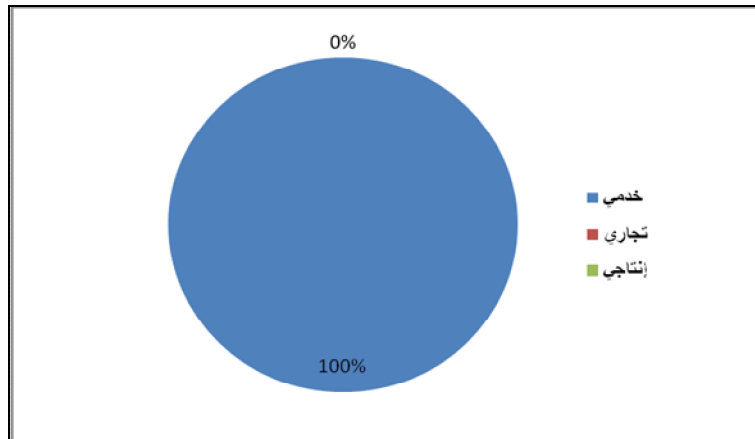
بالاعتماد على الجدول رقم (7)، يتبين أن 73.33% من الموظفين يعتبرون أن تسيير المديرية هو تسيير مركزي ونسبة 26.67% يعدونها تسييرها لا مركزي.

س4- ما هو النشاط الرئيسي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية؟

الجدول رقم (8): طبيعة النشاط الرئيسي لمديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | طبيعة النشاط الرئيسي لمديرية السياحة |
|---------|--------------------------------------|
| 100 | خدمي |
| 0 | تجاري |
| 0 | إنتاجي |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (6): طبيعة النشاط الرئيسي لمديرية السياحة (النسب المئوية)



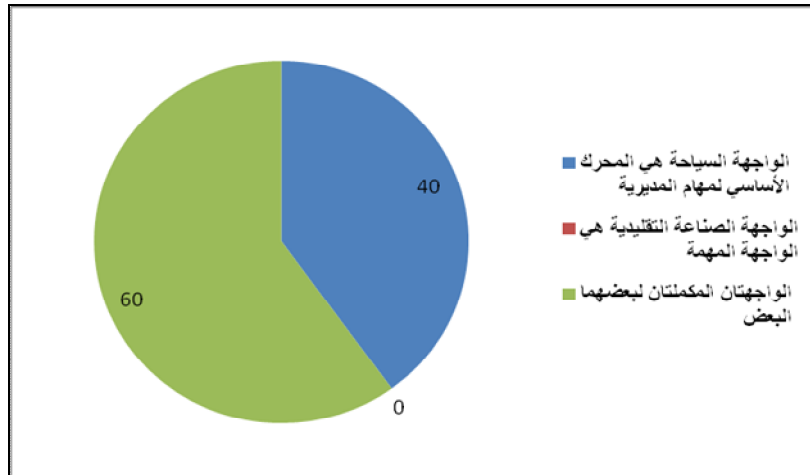
بالاعتماد على الجدول رقم (8) والشكل رقم (6) أعلاه يظهر ان 100% من الموظفين يعتبرون أن طبيعة النشاط الرئيسي للمديرية هو نشاط خدمي، بينما ولا يوجد منهم من يعد نشاطها الرئيسي نشاطا إنتاجيا أو تجاريا.

س5- للمديرية واجهتين الواجهة الأولى تتعلق بالسياحة والواجهة الثانية تتعلق بالصناعة التقليدية ولكل واجهة منهما خاصيتها المميزة؟

الجدول رقم (9): واجهة مديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | واجهة مديرية السياحة |
|---------|--|
| 40 | الواجهة السياحة هي المحرك الأساسي لمهام المديرية |
| 0 | الواجهة الصناعة التقليدية هي الواجهة المهمة |
| 60 | الواجهتان المكملتان لبعضهما البعض |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (7): واجهة مديرية السياحة (النسب المئوية للإجابات)



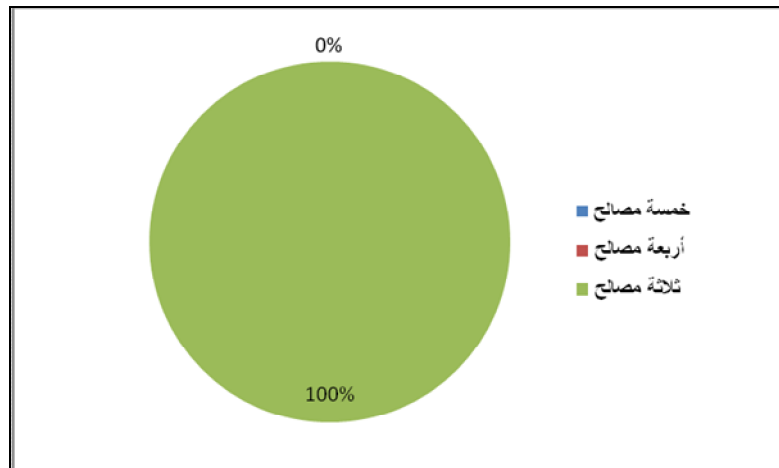
يتضح من خلال الجدول رقم (9) والشكل رقم (7) أعلاه، أن 60% من الموظفين يعتبرون أن واجهة السياحة وواجهة الصناعة التقليدية هما الواجهتان المكملتان لبعضهما البعض في المديرية بينما يعتبرها 40% من الموظفين الواجهة السياحية هي المحرك الأساسي لمهام المديرية .

س6- ما هو عدد مصالح مديرية السياحة؟

الجدول رقم (10): عدد مصالح مديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | عدد مصالح مديرية السياحة |
|---------|--------------------------|
| 0 | خمسة مصالح |
| 0 | أربعة مصالح |
| 100 | ثلاثة مصالح |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (8): عدد مصالح مديرية السياحة (النسب المئوية للإجابات)



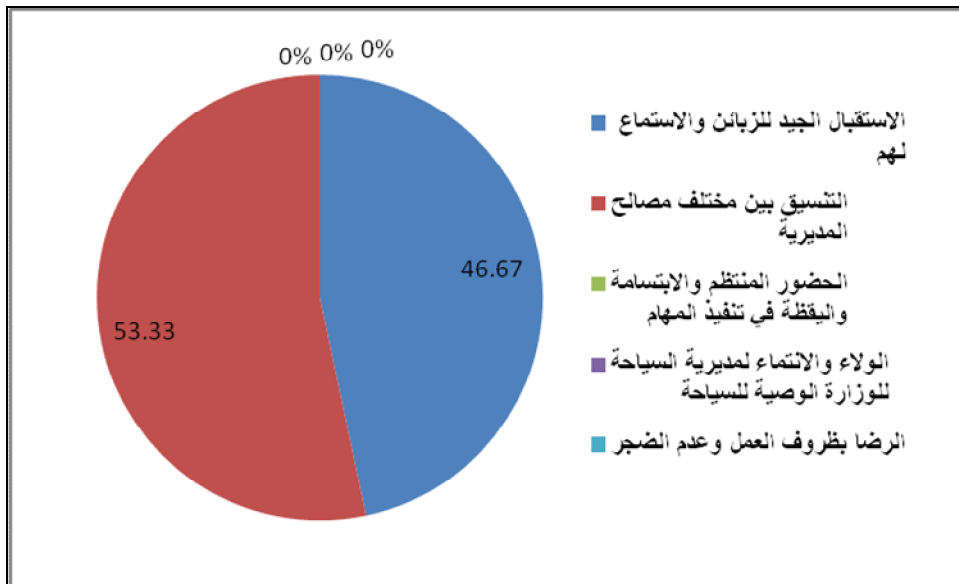
يظهر من خلال الجدول رقم (10) والشكل رقم (8) أعلاه، أن 100% من الموظفين يرون أن مديريتهم تضم ثلاث مصالح، بينما لا يوجد من يراها تضم خمسة أو أربعة مصالح.

س7/- ما هي مميزات موظفي مديرية السياحة؟

الجدول رقم (11) مميزات موظفي مديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | مميزات موظفي مديرية السياحة |
|---------|---|
| 46.67 | الاستقبال الجيد للزبائن والاستماع لهم |
| 53.33 | التنسيق بين مختلف مصالح المديرية |
| 0 | الحضور المنتظم والابتسام واليقظة في تنفيذ المهام |
| 0 | الولاء والانتماء لمديرية السياحة للوزارة الوصية للسياحة |
| 0 | الرضا بظروف العمل وعدم الضجر |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (9): مميزات موظفي مديرية السياحة (النسب المئوية للإجابات)



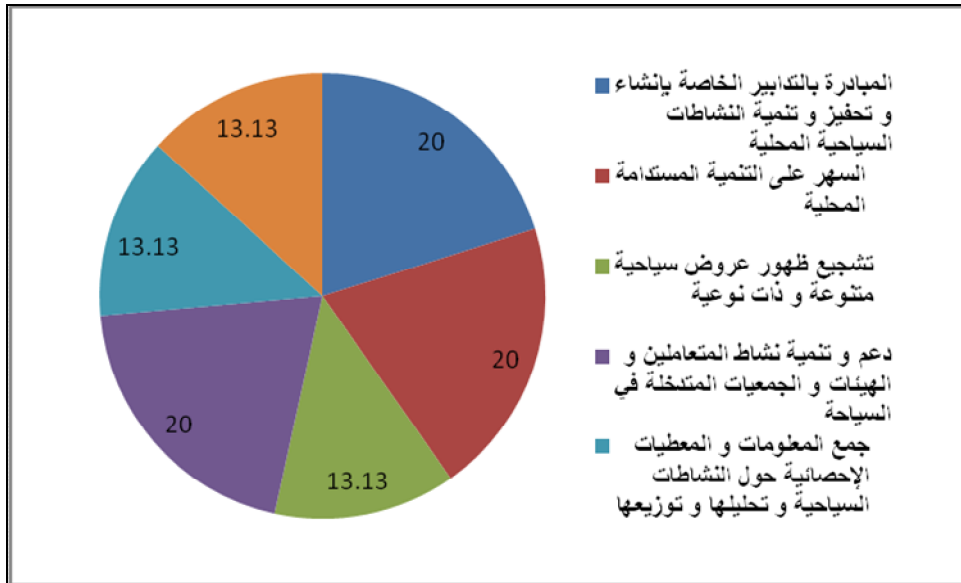
يتبين من خلال الجدول رقم (11) و الشكل رقم (9) أعلاه، أن 53.33% من الموظفين يمتازون بالتنسيق بين مختلف المصالح و 46.67% من الموظفين يرون أن موظفي المديرية يمتازون باستقبال جيد للزبائن و يسمعون لهم.

س8/- ما هي مهام المديرية في مجال السياحة؟

الجدول رقم (12): مهام مديرية السياحة في مجال السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | مهام مديرية السياحة في مجال السياحة |
|---------|--|
| 20 | المبادرة بالتدابير الخاصة بإنشاء و تحفيز و تنمية النشاطات السياحية المحلية |
| 20 | السهر على التنمية المستدامة المحلية |
| 13.33 | تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة و ذات نوعية |
| 20 | دعم و تنمية نشاط المتعاملين و الهيئات و الجمعيات المتدخلة في السياحة |
| 13.33 | جمع المعلومات و المعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية و تحليلها و توزيعها |
| 13.33 | إعداد بطاقات و وثائق تتعلق بالقدرات السياحية و الجهوية المحلية |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (10): مهام مديرية السياحة في مجال السياحة (النسب المئوية للإجابات)



يتبين من خلال الجدول رقم (12) و الشكل رقم (10)، أن 20% من الموظفين يجدون أن من مهام المديرية في مجال السياحة تتمثل في المبادرة بالتدابير الخاصة بإنشاء وتحفيز وتنمية النشاطات السياحية المحلية و نفس النسبة لموظفين آخرين يعتبرون أن مهمة المديرية هي السهر على التنمية المستدامة المحلية وأيضا نفس النسبة من الموظفين يعتبرون أن مهمة المديرية دعم و تنمية نشاط المتعاملين و الهيئات و الجمعيات المتدخلة في السياحة ، بينما نسبة 13.33% و هي تخص الفئات التالية ، الفئة الأولى ترى أن

مهمة المديرية هي تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية، أما الفئة الثانية تتمثل في جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها، أما الفئة الثالثة تظن أن مهمة المديرية الأساسية تتمثل إعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والجهوية المحلية.

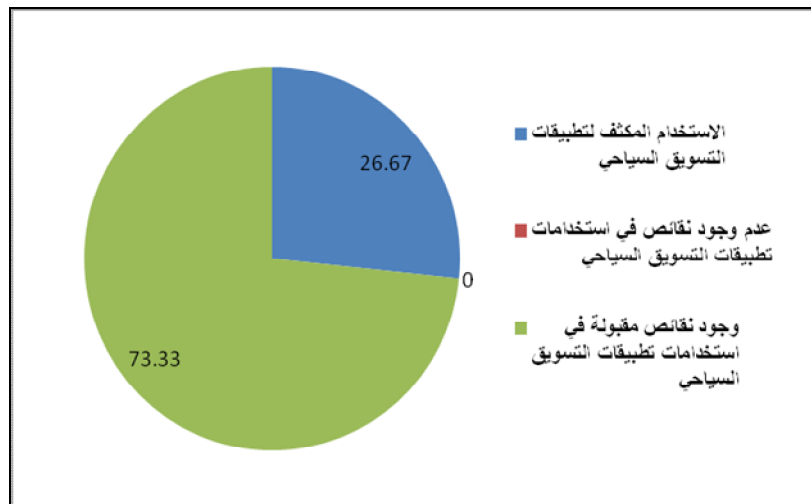
II- استخدامات التسويق السياحي:

س1/- تستخدم مديرية السياحة تطبيقات التسويق السياحي في تطوير السياحة المحلية فمن أهم ما يميز هذه التطبيقات في المديرية المعنية هو؟

الجدول رقم (13) مميزات تطبيقات التسويق السياحي في مديرية السياحة (عدد الإجابات)

| التكرار | مميزات تطبيقات التسويق السياحي في مديرية السياحة |
|---------|--|
| 26.67 | الاستخدام المكثف لتطبيقات التسويق السياحي |
| 0 | عدم وجود نقائص في استخدامات تطبيقات التسويق السياحي |
| 73.33 | وجود نقائص مقبولة في استخدامات تطبيقات التسويق السياحي |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (11) مميزات تطبيقات التسويق السياحي في مديرية السياحة



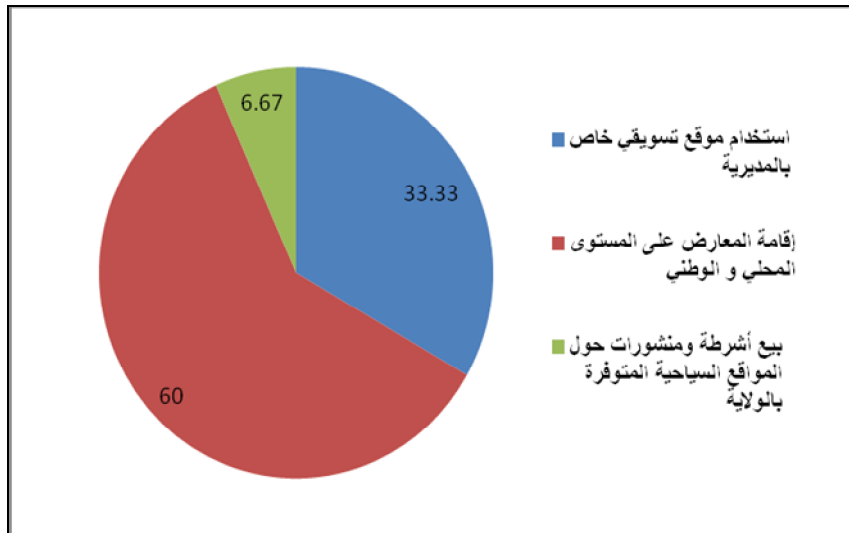
من خلال الجدول رقم (13) و الشكل رقم (11) أعلاه، يتبين أن ما نسبته بينما 73.33% من الموظفين ترى أن هناك ثمة نقائص مقبولة في استخدامات تطبيقات التسويق السياحي. بينما 26.67% من موظفي المديرية يجدون أن هناك استخدام المكثف لتطبيقات التسويق السياحي.

س2- ما هي الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية؟

الجدول رقم (14): الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية (عدد الإجابات)

| التكرار | الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية |
|---------|--|
| 33.33 | استخدام موقع تسويقي خاص بالمديرية |
| 60 | إقامة المعارض على المستوى المحلي و الوطني |
| 6.67 | بيع أشرطة و منشورات حول المواقع السياحية المتوفرة بالولاية |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (12): الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية (النسب المئوية للإجابات)



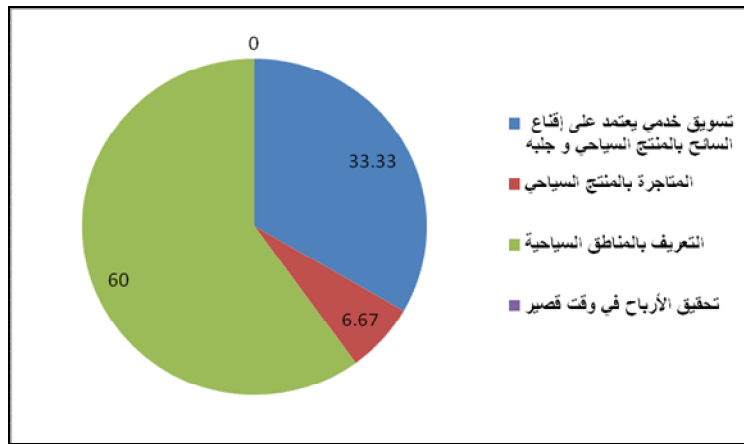
يظهر الجدول رقم (14) والشكل رقم (12)، ان ما نسبته 33.33% من موظفي المديرية يتعدون أن الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية تتمثل في استخدام موقع تسويقي خاص بالمديرية، إلى جانب نسبة منهم تقدر بـ 60% تعتبر أن إقامة المعارض على المستوى المحلي هي الوسيلة المتبعة في العمليات التسويقية، لكن فئة أخرى تقدر نسبتها بـ 6.67% ترى أن بيع أشرطة و منشورات حولا لمواقع السياحة المتوفرة بالولاية هي الوسيلة التسويقية.

س3- ما هو التسويق السياحي؟

الجدول رقم (15): ماهية التسويق السياحي (عدد الإجابات)

| التكرار | ماهية التسويق السياحي |
|---------|--|
| 33.33 | تسويق خدمي يعتمد على إقناع السائح بالمنتج السياحي و جلبه |
| 6.67 | المتاجرة بالمنتج السياحي |
| 60 | التعريف بالمناطق السياحية |
| 0 | تحقيق الأرباح في وقت قصير |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (13): ماهية التسويق السياحي (النسب المئوية للإجابات)



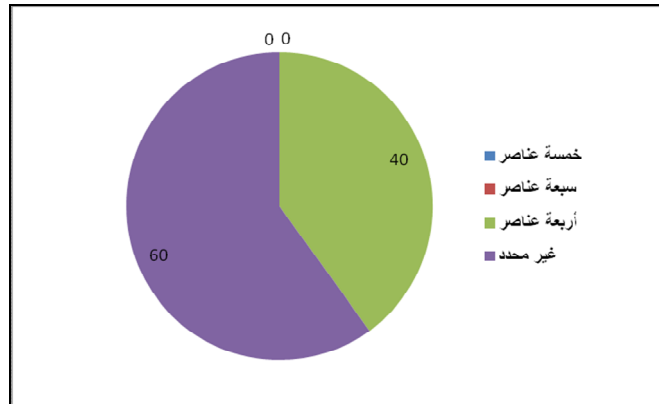
يتبين من الجدول رقم (15) والشكل رقم (13) أعلاه، أن ما نسبته 33.33% من الموظفين بالمديرية يظنون أن التسويق السياحي هو تسويق خدمي يعتمد على إقناع السائح بالمنتج السياحي وجلبه، بينما ترى نسبة الموظفين البالغة 6.67 أن التسويق السياحي إنما هو المتاجرة بالمنتج السياحي، كما أن الفئة الأخرى المقدرة نسبتها بـ 60% تعتقد أن التعريف بالمناطق السياحية هو التسويق السياحي.

س4- ما هو عدد عناصر المزيج التسويقي السياحي؟

الجدول رقم (16): عدد عناصر مزيج التسويق السياحي (عدد الإجابات)

| التكرار | عدد عناصر مزيج التسويق السياحي |
|---------|--------------------------------|
| 0 | خمسة عناصر |
| 0 | سبعة عناصر |
| 40 | أربعة عناصر |
| 60 | غير محدد |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (14): عدد عناصر مزيج التسويق السياحي (النسب المئوية للإجابات)



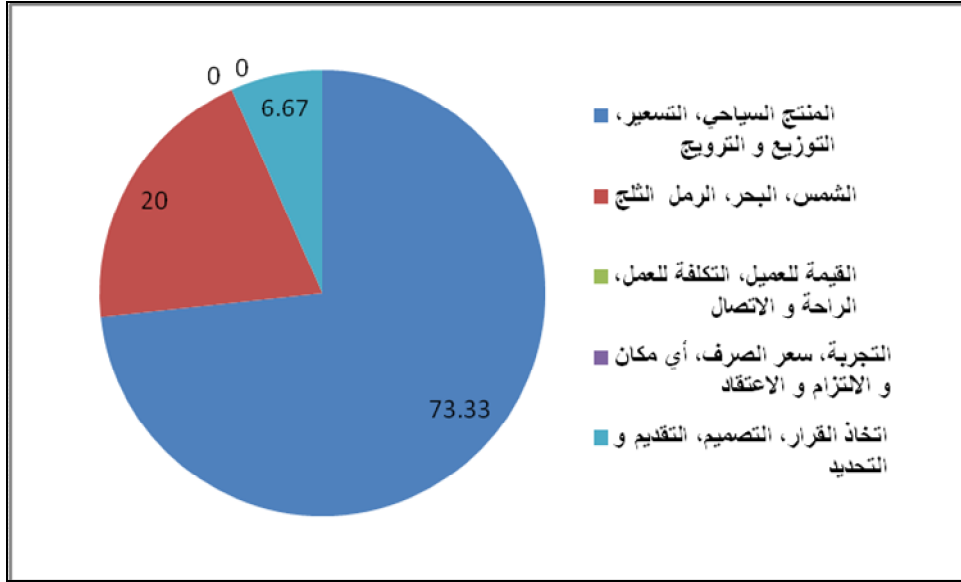
يظهر الجدول رقم (16) و الشكل رقم (14) أعلاه، أن نسبة الموظفين الذين يعتقدون أن عدد عناصر مزيج التسويق السياحي غير محدد هي 60%، بينما يرى البعض الآخر منهم و المقدرة نسبتهم بـ 40% يظنون أنها أربعة عناصر .

س5- ما هي عناصر المزيج التسويقي السياحي؟

الجدول رقم (17):عناصر مزيج التسويق السياحي (عدد الإجابات)

| التكرار | عناصر مزيج التسويق السياحي |
|---------|--|
| 73.33 | المنتج السياحي، التسعير، التوزيع و الترويج |
| 20 | الشمس، البحر، الرمل الثلج |
| 0 | القيمة للعميل، التكلفة للعمل، الراحة و الاتصال |
| 0 | لتجربة، سعر الصرف، أي مكان و الالتزام و الاعتقاد |
| 6.67 | اتخاذ القرار، التصميم، التقديم و التحديد |
| 100 | المجموع |

الشكل رقم (15): عناصر مزيج التسويق السياحي (النسب المئوية للإجابات)



يوضح الجدول رقم (17) و الشكل رقم (15) أعلاه، أن عناصر المزيج التسويقي السياحي حسب نسبة من الموظفين بلغت 73.33 تتمثل في المنتج السياحي، التسعير، التوزيع والترويج في حين أن هناك مجموعة أخرى منهم وصلت نسبتهم إلى 20% تعتقد أن الشمس، البحر، الرمل والثلج هي عناصر المزيج.

إلى جانب ذلك توجد نسبة 6.67% من الذين يرون أن عناصر المزيج التسويقي السياحي تتركز في أما اتخاذ القرار، التصميم، التقديم والتحديد.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

باعتبار السياحة واحدة من النشاطات التابعة لقطاع الخدمات اكتسبت أهمية رائدة في البناء الاقتصادي للمجتمع، لما تحققت من فوائد جمة تشمل العوائد المالية وتوظيف العمالة وتحقيق حركية مستمرة ونشطة على مستوى قطاعات أخرى.

الفرضية الأولى: تم إثبات الفرضية والمتمثلة في السياحة دور مهم في دفع عجلة التنمية.

من خلال ماسبق يتضح أن للسياحة دور فعال وتأثير وانعكاسا كبيرين على التنمية المحلية كونها تعد احد الموارد المالية الواعدة والتي يعول عليها بتجسيد مختلف البرامج التنموية . لاسيما في مجالات التشغيل والتدفقات السياحية .

الفرضية الثانية: تم إثبات الفرضية والمتمثلة في عدم استغلال المقومات السياحية بالجزائر .

إن إهمال وعدم تثمين المقومات والموارد السياحية المتاحة وعدم تطويرها وتنميتها من طرف القائمين على قطاع السياحة والفاعلين فيه ، وكذا عزوف المستثمرين عن الاستثمار في القطاع فتح الباب واسعا امام استغلال واستنزاف الثروات الأمر الذي أدى إلى عدم فعاليتها ومساهمتها في التنمية المحلية.

الفرضية الثالثة: تم اثبات الفرضية والمتمثلة في أن التسويق السياحي هو تجسيد لعناصر متكاملة هدفها الرفع من مستوى السياحة.

اتفق المسوقون على أن التطبيقات والأمزجة التسويقية تتغير بتغير الأزمنة والظروف، فالسياسات التسويقية وبالتالي التطبيقات والأمزجة التسويقية الخاصة بالممارسات السياحية لسنوات الخمسينات لا تصلح للوقت الحاضر الذي يعرف تغيرات متسارعة في جميع الميادين السياحية.

لذا فقد عرفت التطبيقات والأمزجة التسويقية الخاصة بالسياحة عددة تطورات، فبظهور الانترنت مثلا وما صاحبها من عوامل سرعة الانتشار واختزال الوقت، ظهر التسويق السياحي الالكتروني، كما أن الاهتمام المتزايد بالبيئة ومواضيع حمايتها والمحافظة عليها، أمكن من بروز مفهوم التسويق السياحي البيئي.

إلى جانب ذلك، عرفت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ثورة مكنت من سطوع مفهوم التسويق السياحي، أما بالنسبة لعناصر المزيج السياحي فقد تعدى مفهومها إلى أنواع كثيرة أخرى وذلك حسب الزاوية التي تعالج بها المسألة والظاهرة السياحية أو الطريقة التي ينظر بها إليها.

الفرضية الرابعة: تم إثبات الفرضية والمتمثلة في لتسويق دور هام في تنشيط الخدمات السياحية يلعب التسويق السياحي دورا هاما في تنشيط الخدمات السياحية، ذلك أنه عن طريق الخطط التسويقية الفعالة يمكن التأثير في توجه السياح على المستوى الوطني وتوجيههم إلى الولاية من خلال تحسين صورتها ومنتوجها السياحي وإبراز مميزاتة الإيجابية.

خلاصة الفصل :

تعد مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية المسيلة تعد من المصالح اللامركزية للوزارة الوصية بالسياحة في الجزائر، التي تعمل بشكل مستمر من جعل هذه الولاية مقصدا سياحيا يستقطب أكبر قدر ممكن من الزوار محليون كانوا أو أجانباً لما تتوفر عليه من مناطق الجذب وتبقى لحد الساعة غير معروفة. إن إتباع التسويق السياحي من شأنه أن يعود على هذه الولاية بالرفاهية الاجتماعية والاقتصادية كونه يسعى إلى تعزيز السياحة بالولاية بما تتوفر عليه من مقومات سياحية والطاقات وتعريف بالمناطق السياحية التي قدمها المخطط العام للتهيئة السياحية لولايات الجنوب واللتين تمنحان أوجه متباينة من جهة فإن منطقة الحضنة تتوفر على خصائص مادية تشبه خصائص الشمال والهضاب العليا بتنوع نشاطها السياحي المرتبط بثناء الذي تزدهر به المنطقة، وهناك المنطقة الصحراوية منطقة بوسعادة الواقعة في مدخل الجنوب التي تمنح فضولا سياحيا كبير .

الخاتمة

الخاتمة:

1- ملخص الدراسة:

من خلال هذا البحث الذي تناولنا فيه واقع السياحة وسبل تطويرها لولاية المسيلة، حيث صارت السياحة ظاهرة دولية لا يمكن تجاهلها وصناعة حديثة لها مكانة بارزة بين الأنشطة الاقتصادية الأخرى ولم تأخذ مكانتها الفعلية إلا بعد مطلع القرن العشرين وهذا نظرا لعدة عوامل منها الاستقرار الأمني والتطور في وسائل النقل والاتصالات.

وهي احد السبل لحل المشكلات الاقتصادية للعديد من الدول بالإضافة إلى أن السياحة نشاط متكامل مع القطاعات الاقتصادية الأخرى. وفي محاولة للإجابة على السؤال المطروح في الإشكالية وهو ما هو واقع السياحة في الجزائر وما هي سبل تطويرها؟

كان من الضروري التركيز على أهمية أكثر للقطاع السياحي لأنها تملك إمكانيات لا يستهان بها إلا أن طاقتها غير مستغلة بشكل كامل هذا ما جعل القطاع السياحي بالجزائر يتخبط في العديد من المشاكل بالرغم من قيام السلطات العمومية بعدة مبادرات لتطوير القطاع بدا من ميثاق السياحة ثم جاء بعدة مخططات الوطنية التي حققت نتائج يمكن وصفها بالإيجابية لكنها بقيت بعيدة عن المتطلبات السوق السياحية العالمية. كما خصصنا در استتا حول قطاع السياحة باعتبار أن خدمات السياحة تنفرد بمجموعة من الخصائص تتعلق بطبعة النشاط ومواجهة المنافسة في القطاع السياحي.

ولمعرفة واقع السياحة وسبل تطويرها لولاية المسيلة حاولنا تحليله من خلال عنصري التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية و استخدامات التسويق السياحي، وحتى نستطيع معرفة ذلك ارتأينا تطبيقها في مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية المسيلة.

2- نتائج الدراسة:

اعتمادا على التحليل النظري واقع السياحة وسبل تطويرها في ولاية المسيلة، ثم تأويل نتائج الدراسة الميدانية لتحليل أثر هذا الاستخدام على عينة من الموظفين بمديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية المسيلة وذلك بغرض اختبار الفرضيات، يمكن استنتاج جملة من النتائج على المستويين النظري والميداني، وذلك على النحو التالي:

على المستوى النظري: ممثلا في الفصل الأول والتي خلصت الدراسة من خلاله إلى ما يلي:

- تعتبر السياحة نشاطا فعال ومهم وذلك راجع للدور الكبير التي تلعبه في التنمية المحلية والوطنية على مستوى المناطق السياحية من خلال سياسات تنمية.
- تعتبر السياحة مصدرا مهما من مصادر الدخل في المجتمعات الحديثة.

- بروز دور التسويق السياحي في الدول من حيث انه يمكن من تنويع مصادر الدخل واستغلال الثروات الطبيعية والتاريخية وغيرها من مصادر الثروة استغلالا امثل يحقق اكبر عائد اقتصادي ممكن.
- التسويق السياحي نشاط إداري وفني تقوم به المؤسسات السياحية داخل وخارج الدولة لتحديد أسواقها السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية وتحقيق اكبر قدر من الإيرادات السياحية.
- تعتبر الخدمة قلب المزيج التسويقي ويجب النظر إليها من زاوية المنافع والمزايا، فضلا عن جودها ولها قدر من الشمولية في إشباع حاجات ورغبات المستهلك.
- إن تسعير الخدمات هو أصعب قرار، كونه أهم مؤشر للجودة في غياب الجوانب الملموسة وهو أيضا سلاح تنافسي مجدي.
- يضيف توزيع الخدمات للخدمة منفعة مكانية وزمنية سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- أما عن الترويج فخصائص الخدمات تؤثر على الترويج، ويزداد أهمية في قطاع الخدمات حيث يهدف إلى الإعلام والتذكير والإقناع ويختلف الاحتياج للمزيج الترويجي حسب مجموعة من العوامل المؤثرة أهمها الوضع الاقتصادي، دورة حياة الخدمة... الخ.

على المستوى الميداني:

- تعتبر مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة من المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، فهي تقوم بمهام موزعة بين السياحة والصناعة التقليدية على مستوى مختلف المناطق التابعة للولاية .
- مميزات موظفي مديرية السياحة التنسيق بين مختلف مصالح المديرية و الاستقبال الجيد للزبائن والاستماع لهم.
- تهتم المديرية في مجال السياحة المبادرة بالتدابير الخاصة بإنشاء وتحفيز وتنمية النشاطات السياحية المحلية و السهر على التنمية المستدامة المحلية و دعم وتنمية نشاط المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة.
- رغم وجود نقائص مقبولة في استخدامات تطبيق التسويق السياحي تعتمد المديرية في العمليات التسويقية على إقامة المعارض على المستوى المحلي والوطني مع استخدام موقع تسويقي خاص بالمديرية ضف إلى ذلك بيع أشرطة ومنشورات حول المواقع السياحية المتوفرة بالولاية.

- يتبين أن موظفي مديرية السياحة ليسوا مطلعين على مختلف التطورات التي عرفها التسويق السياحي ولا تتوفر لديهم المعطيات والمعلومات الكافية حول تطبيق هذه التطورات. تتجلى هذه الحقيقة من خلال جداول الإجابات والنسب المئوية.

الاقتراحات:

- تشجيع السلطات المعنية بالسياحة الاستثمارات في هذا المجال، وإعطاء أهمية خاصة للسياحة الغابية والصحراوية.
- ضرورة تكامل الجهود بين الهيئات السياحية المختلفة، وذلك من خلال عرض المنتجات التقليدية في الهياكل السياحية خاصة الفنادق والوكالات السياحية.
- تنشيط عمل الوكالات السياحية في دعمها للسياحة بالولاية بدلا من اقتصرها على الحج والعمرة.
- العمل على تخصيص هيئات خاصة تشرف على المحافظة على المعالم واستغلالها بالشكل الايجابي.
- نشر الثقافة السياحية في أوساط المجتمعات بمختلف فئاته من طرف المصالح المعنية، من خلال تفعيل دور المؤسسات الإعلامية.
- تدريب رجال الأمن تكوينا سياحيا وثقافيا خاصة أولئك الذين يعملون في المواقع السياحية.
- تحسين صورة السياحة المحلية من خلال الندوات والمعارض واستغلال الانترنت.
- تحسين الخدمات في الولاية من خلال توفير المرافق العمومية، زيادة وسائل الترويج للاماكن السياحية و الهياكل السياحية ورفع كفاءة الموظفين والمرشدين.

أفاق الدراسة:

- إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة بالجزائر.
- دور التسويق السياحي في ترقية السياحة الصحراوية.
- دور القطاع الخاص في تنمية السياحة المحلية.
- تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للأفاق 2025.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً- قائمة المراجع باللغة العربية:

1-الكتب:

- 1-إبراهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2010.
- 2-إبراهيم فؤاد خوجه، التنمية السياحية في الاقتصاد الإسلامي، شركة كنوز المعرفة للنشر، جدة، سعودية، 2012.
- 3-أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، طبعة الأولى، دار الوفاء الدنيا لطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر.
- 4-أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 5-زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 6-زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، الطبعة الأولى، دار المعترم للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016.
- 7- على فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل لصناعة السياحة والضيافة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 8- عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، الطبعة أولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2008.
- 9- مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 10- محمد طالب السيد سليمان، طلال نواف عامر، التنمية السياحية والبيئية ما بعد الاستدامة، دار الكتاب الجامعي العين، دولة الإمارات العربية المتحدة.
- 11- محمد عبيدات، "التسويق السياحي، مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر، طبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
- 12- محمود جاسم الصميدعي وريينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2014.
- 13- مصطفى يوسف كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصال وعولمة السياحة، ألفا للوثائق نشر، قسنطينة، الجزائر.
- 14- مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

15- منال رحال، إدارة المنشآت السياحية والفندقية، دار أمجد لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
2-المذكرات والأطروحات:

1. شرفاوي عائشة السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير ، جامعة الجزائر 2014، 2015/3.
2. صالح موهوب، تشخيص واقع السياحة في الجزائر واقتراح سبل تطويرها، مذكرة ماجستير في فرع التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2007.
3. عزوزي خديجة، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة قالمة، 2014/2015.
4. عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2005) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيه للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر.

3-المجلات والدوريات:

1. بودريالة رفيق، الوعي السياحي ودوره في تنمية القطاع السياحي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 6، 2016،
2. لجلط محمد، الحضنة من خلال مواقعها الأثرية و التاريخية، في مجلة الحضنة، العدد 01، مارس 1995، تصدر عن ولاية المسيلة، الجزائر.

4- القوانين والتشريعات

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20/10/2010 و المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية، الصادر بالجريدة الرسمية العدد 63، المؤرخة في 2010/10/26 .
 - 2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 60، المنشورة بتاريخ 15 ذو الحجة 1433، الموافق لـ 13 أكتوبر 2012.
- ثانيا- قائمة المراجع باللغة الفرنسية:

1- الكتب:

1-Baretje R, Aspects économiques du tourisme, (Paris, presse universitaire de France, 1990), p. 25

2-المواقع الالكترونية:

1. <http://www.joradp.dz>
2. site <http://www.wilayadjelfa.dz>
3. site <http://www.mta.gov.dz>

الملاحق

| 39 | الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 60 | 15 ذو الحجة عام 1433 هـ 31 أكتوبر سنة 2012 م |
|--|--|--|
| <p>يقرّون ما يأتي :</p> | <p>وزارة السياحة والصناعة التقليدية</p> | <p>قرار وزاري مشترك مؤرّخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب.</p> |
| <p>المادة 2 : تضم مصلحة السياحة ما يأتي :</p> | <p>إن الأمين العام للحكومة،</p> | <p>ووزير الداخلية والجماعات المحلية،</p> |
| <p>- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، - مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء، - مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.</p> | <p>ووزير المالية،</p> | <p>ووزير السياحة والصناعة التقليدية،</p> |
| <p>المادة 3 : تضم مصلحة الصناعة التقليدية ما يأتي :</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 10-149 المؤرّخ في 14 جمادى الثانية عام 1431 الموافق 28 مايو سنة 2010 والمتضمّن تعيين أعضاء الحكومة،</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم التّنفيذي رقم 94-247 المؤرّخ في 2 ربيع الأوّل عام 1415 الموافق 10 غشت سنة 1994 الذي يحدّد صلاحيات وزير الداخلية والجماعات المحلية، والبيئة والإصلاح الإداري،</p> |
| <p>- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف، - مكتب الدراسات والإحصاء، - مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم التّنفيذي رقم 95-54 المؤرّخ في 15 رمضان عام 1415 الموافق 15 فبراير سنة 1995 الذي يحدّد صلاحيات وزير المالية،</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم التّنفيذي رقم 03-190 المؤرّخ في 26 صفر عام 1424 الموافق 28 أبريل سنة 2003 الذي يحدّد صلاحيات المدير العام للوظيفة العمومية،</p> |
| <p>المادة 4 : تضم مصلحة الإدارة والوسائل ما يأتي :</p> | <p>- مكتب المستخدمين والتكوين،</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم التّنفيذي رقم 10-254 المؤرّخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 الذي يحدّد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية،</p> |
| <p>- مكتب الميزانية والحاسبة،</p> | <p>- مكتب الوسائل العامة.</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم التّنفيذي رقم 10-257 المؤرّخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 والمتضمّن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدّد مهامها وتنظيمها،</p> |
| <p>المادة 2 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.</p> | <p>حرر بالجزائر في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012.</p> | <p>- وبمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرّخ في 7 ربيع الثاني عام 1423 الموافق 18 يونيو سنة 2002 والمتضمّن تعيين الأمين العام للحكومة،</p> |
| <p>وزير المالية كريم جوي</p> | <p>وزير الداخلية والجماعات المحلية نحو ولد قابلية</p> | |
| <p>من الأمين العام للحكومة وبتفويض منه المدير العام للوظيفة العمومية بلقاسم بوشمال</p> | <p>وزير السياحة والصناعة التقليدية اسماعيل ميمون</p> | |

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 والمتضمن إنشاء مصالغ خارجية في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية.

- وبعد موافقة رئيس الجمهورية.

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء مديرية للسياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية ويحدد مهامها وتنظيمها.

المادة 2 : تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية المذكورة في المادة الأولى أعلاه بما يأتي :

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 ترقيّة وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقييم نتائجها.
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقيّة الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- 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.

المادة 9 : تشغل وظائف المفتش العام والمفتشين، المنصوص عليها في هذا المرسوم، وتصنف وتدفع مرتباتها حسب الشروط المنصوص عليها في التنظيم المعمول به والمتعلق بالوظائف العليا في الدولة.

المادة 10 : تلغى الأحكام المتعلقة بالصناعة التقليدية والسياحة المنصوص عليها في المرسومين التنفيذيين رقم 03 - 298 المؤرخ في 13 رجب عام 1424 الموافق 10 سبتمبر سنة 2003 ورقم 07 - 352 المؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1428 الموافق 18 نوفمبر سنة 2007 والمذكورين أعلاه.

المادة 11 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010.

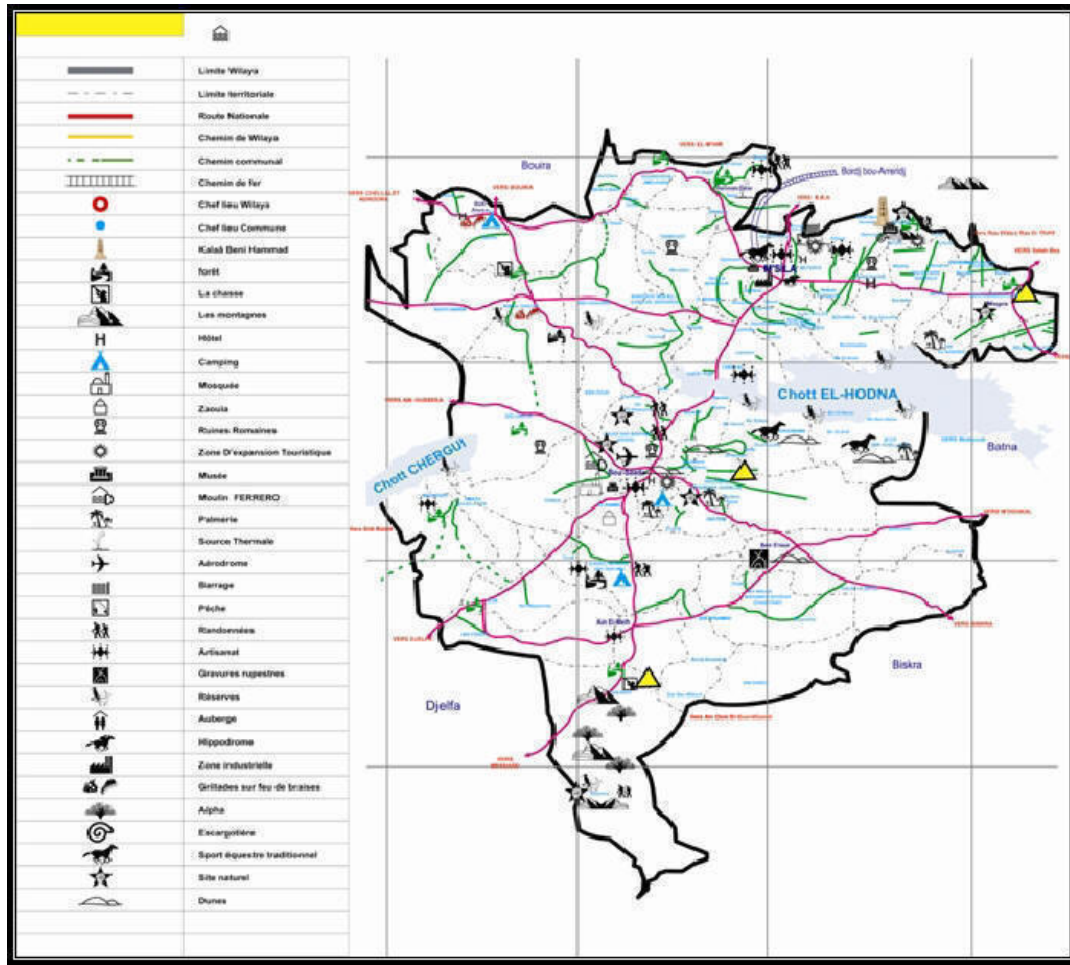
أحمد أويحيى

مرسوم تنفيذي رقم 10 - 257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير السياحة والصناعة التقليدية.
- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85 - 3 و125 (الفقرة 2) منه.
- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية، المتّم.
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99 - 240 المؤرخ في 17 رجب عام 1420 الموافق 27 أكتوبر سنة 1999 والمتعلق بالتعيين في الوظائف المدنية والعسكرية للدولة.
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 10 - 149 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1431 الموافق 28 مايو سنة 2010 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة.
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94 - 215 المؤرخ في 14 صفر عام 1415 الموافق 23 يوليو سنة 1994 الذي يحدد أجهزة الإدارة العامة في الولاية وهيكلها.

| 19 | الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 63 | 18 ذو القعدة عام 1431 هـ 26 أكتوبر سنة 2010 م |
|--|--|--|
| <p>- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية،</p> <p>- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها،</p> <p>- تاطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها،</p> <p>- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية،</p> <p>- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.</p> | <p>- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي،</p> <p>- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه،</p> <p>- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي،</p> <p>- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية،</p> <p>- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا،</p> <p>- تنشيط وتاطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي،</p> <p>- المشاركة، بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية،</p> <p>- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية،</p> <p>- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.</p> | |
| <p>المادة 3 : تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث (3) مصالح :</p> <ul style="list-style-type: none"> * مصلحة السياحة، * مصلحة الصناعة التقليدية، * مصلحة الإدارة والوسائل. <p>تضم كل مصلحة مكتبين (2) أو ثلاثة (3) مكاتب.</p> | <p>2 - في مجال الصناعة التقليدية :</p> <p>- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية ،</p> <p>- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية،</p> <p>- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له،</p> <p>- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية،</p> <p>- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية،</p> <p>- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا،</p> <p>- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية،</p> <p>- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها،</p> | |
| <p>يحدد تنظيم المصالح بموجب قرار مشترك بين وزير السياحة والصناعة التقليدية والوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالجماعات المحلية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.</p> | | |
| <p>المادة 4 : يحول مجموع المستخدمين والممتلكات التابعة لمديريات السياحة بالولاية وكذا المستخدمين والممتلكات المتعلقة بالصناعة التقليدية التابعة لمديريات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية إلى مديريات الولاية للسياحة والصناعة التقليدية المنشأة بموجب هذا المرسوم، طبقا للتنظيم المعمول به.</p> | | |
| <p>المادة 5 : تلغى جميع الأحكام المتعلقة بالصناعة التقليدية والسياحة المنصوص عليها في المرسومين التنفيذيين رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 ورقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمذكورين أعلاه.</p> | | |
| <p>المادة 6 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.</p> <p>حرر بالجزائر في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010.</p> | | |
| <p>أحمد أويحيى</p> | | |



الخريطة السياحية

الاستبيان

1. التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية:

س1- ما هي مديرية السياحة؟

- إدارة سياحية مستقلة عن وزارة السياحة والصناعة التقليدية
- من المؤسسات تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية
- من المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية

س2- هل مديرية السياحة هي عبارة عن؟

- مديرية وطنية
- مديرية جهوية
- مديرية ولائية

س3- ما هي طبيعة التسيير التي تخضع له مديرية السياحة؟

- مركزي
- لا مركزي

س4- ما هو النشاط الرئيسي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية؟

- خدمي
- تجاري
- إنتاجي

س5- للمديرية واجهتين الواجهة الأولى تتعلق بالسياحة والواجهة الثانية تتعلق

بالصناعة التقليدية ولكل واجهة منهما خاصيتها المميزة؟

- الواجهة الأولى هي المحرك الأساسي لمهام المديرية
- الواجهة الثانية هي الواجهة المهمة في المديرية
- الواجهتان المكملتان لبعضهما البعض

س6- ما هو عدد مصالح مديرية السياحة؟

- 5 مصالح

- 4 مصالح

- 3 مصالح

س7/- ما هي مميزات موظفي مديرية السياحة؟

- الاستقبال الجيد للزبائن والاستماع لهم
- التنسيق بين مختلف مصالح المديرية
- الحضور المنتظم والابتساماة واليقظة في تنفيذ المهام
- الولاء والانتماء لمديرية السياحة للوزارة الوصية للسياحة
- الرضا بظروف العمل وعدم الضجر

س8/- ما هي مهام المديرية في مجال السياحة؟

- المبادرة بالتدابير الخاصة بإنشاء وتحفيز وتنمية النشاطات السياحية المحلية
- السهر على التنمية المستدامة المحلية
- تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية
- دعم وتنمية نشاط المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها
- إعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية الجهوية المحلية

2- استخدامات التسويق السياحي:

س1/- تستخدم مديرية السياحة تطبيقات التسويق السياحي في تطوير السياحة المحلية

فمن أهم ما يميز هذه التطبيقات في المديرية المعنية هو؟

- الاستخدام المكثف لتطبيقات التسويق السياحي
- عدم وجود نقائص في استخدامات تطبيقات التسويق السياحي
- وجود نقائص مقبولة في استخدامات تطبيق التسويق السياحي

س2/- ما هي الوسائل المستخدمة في العمليات التسويقية؟

- استخدام موقع تسويقي خاص بالمديرية
- إقامة المعارض على المستوى المحلي والوطني
- بيع أشرطة ومنشورات حول المواقع السياحية المتوفرة بالولاية

س3- ما هو التسويق السياحي؟

- تسويق خدمي يعتمد على إقناع السائح بالمنتج السياحي وجلبه
- المتاجرة بالمنتج السياحي
- التعريف بالمنطقة السياحية
- تحقيق الأرباح في وقت قصير

س4- ما هو عدد عناصر المزيج التسويقي السياحي؟

- 5 عناصر
- 7 عناصر
- 4 عناصر
- غير محدود

س5- ما هي عناصر المزيج التسويقي السياحي؟

- المنتج السياحي، التسعير، التوزيع والترويج
- الشمس، البحر، الثلج، الرمل
- القيمة للعميل، التكلفة للعميل، الراحة والاتصال
- التجربة، سعر الصرف، أي المكان والالتزام والاعتقاد
- اتخاذ القرار، التصميم، التقديم والتحديد

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف على السياحة والتسويق السياحي، وإن السياحة هي نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فأصبحت من أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم وتقوم عليها اقتصاديات كثير من الدول. ويشكل التسويق السياحي العامل الرئيسي في تنشيط القطاع السياحي إذا يقوم بتعريف على المنتجات السياحية ودراسة رغبات السائح .

الكلمات المفتاحية: السياحة، التسويق السياحي، السائح، المزيج التسويقي، المخطط التوجيهي السياحي.

Study Summary:

The aim of this study is to introduce tourism and tourism marketing. Tourism is a human activity and a social phenomenon that prevails in societies. It is one of the most important economic activities of great importance in the world and is based on the economics of many countries are founded on.

Tourism marketing is the main factor in activating the tourism sector if it defines the tourist products and study the desires of the tourist.

Keywords: tourism, tourism marketing, tourist, marketing mix, tourism guideline.