جامعة محمد بن أحمد، وهران 2
كلية العلوم الاجتماعية
المدرسة الدكتورالية في الأنثروبولوجيا
اطروحة
لـــــنيـــــل شهادة **دكتوراه (علوم / الطور الثالث)**
في الانثروبولوجيا

السياحة الصحراوية في الجزائر بين الماضي و الحاضر: دراسة أنثروبولوجية للواقع السياحي بمنطقة بسكرة

من إعداد الطالبة:
قوراري منيرة

الأستاذ المشرف :
أ.د. مولاي حاج مراد

تشكيلة لجنة المناقشة :

الصفة	الاسم و اللقب	الرتبة	مؤسسة الانتماء
رئيسا	زرقة دليلة	أستاذة	جامعة وهران 2
مشرفا	مولاي حاج مراد	أستاذ	جامعة وهران 2
مناقشا	هرندي كريمة	أستاذة محاضرة أ	جامعة وهران 2
مناقشا	لبعير بلعباس	أستاذ	جامعة سيدي بلعباس
مناقشا	بن عطية حاج ميلود	أستاذ محاضر أ	جامعة معسكر
مناقشا	بن تامي رضا	أستاذ	جامعة تلمسان

الموسم الجامعي :
2026/2025

السياحة الصحراوية في الجزائر بين الماضي والحاضر :
دراسة أنثروبولوجية للواقع السياحي في مدينة بسكرة

الملخص :

يتناول هذا البحث الحديث عن أهم القطاعات الاقتصادية الفعالة في ازدهار أي بلد، ألا وهو القطاع السياحي وبما أن فعاليته لا تشمل فقط المدن الكبرى بل حتى المدن الصحراوية فهي أيضا تزخر بثروات طبيعية ومناظر طبيعية معبرة عن أصول البلد، وقد سلطنا الضوء على مدينة بسكرة التي هي من أهم الواحات الكبرى في الجزائر، ومدينة التمور والنخيل وهذا ما جعلها تسمى بعروس الزيبان وأصبحت مؤخرا مقصدا للسياح من كل مكان وتعتبر منطقة سياحية جد هامة لأصولها التاريخية وعراقة المنطقة منذ القديم وإلى يومنا هذا.

الكلمات المفتاحية : مدينة بسكرة – السياحة – التخطيط السياحي – الإرشاد السياحي

Le tourisme dans le désert en Algérie entre passé et présent : Étude anthropologique de la réalité touristique dans la région de Biskra

Résumé :

Cette recherche porte sur le secteur économique le plus important et efficace dans la prospérité de tout pays, à savoir le secteur du tourisme . Etant donné que son efficacité ne concerne pas seulement les grandes villes, mais même les villes du désert, elles regorgent également de ressources naturelles et de paysages qui expriment les origines du pays. Nous avons mis en lumière la ville de Biskra, qui est l'une des plus importantes oasis majeurs d'Algérie, et la ville des dattiers et des palmiers, ce qui lui a valu le nom de la mariée des Ziban. Elle est récemment devenue une destination pour les touristes de partout et est considérée comme une zone touristique très importante pour ses origines historiques et l'ancienneté de la région depuis l'Antiquité jusqu'à nos jours.

Mots clés : ville de Biskra – tourisme – planification touristique – orientation touristique

Desert tourism in Algeria between past and present : An anthropological study of the tourism reality in the Biskra region

Abstract :

This research deals with the most important economic sectors that are effective in the prosperity of any country, which is the tourism sector .

Since its effectiveness does not only include major cities, but even desert cities, it also abounds with natural resources and landscapes that express the origins of the country. We have shed light on the city of Biskra, which is one of the most important major oasis in Algeria, and the city of dates and palm trees, which is what made it called the bride of Ziaban. It has recently become a destination for tourists from everywhere and is considered a very important tourist area for its historical origins and the antiquity of the region since ancient times and to this day .

Keywords : Biskra city - tourism - tourism planning - tourist guidance

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى أما بعد :

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا العلمية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضله تعالى .

مهداة إلى روح الوالدين الكريمين رحمهم الله برحمته الواسعة ، كما أهدي هذا الإنجاز إلى كل أفراد أسرتي أخواتي اللواتي كانو سندا لي في حياتي حبيبة – سعاد–جميلة –مريم – وأخي مراد حفظهم الله ورعاهم .

وكل أساتذتي الأفاضل كل بإسمه فبفضلهم وصلت إلى ما وصلت إليه من نجاح وتفوق .

وأخص بالذكر أستاذي الفاضل والمحترم البروفيسور : مراد مولاي الحاج الذي كان عونا لي معنويا من مرحلة الماجستير إلى الدكتوراه جزيل الشكر والإمتنان أستاذي وأدام الله عطاءك العلمي ورزقك الله الصحة والعافية وطول العمر إنشاء الله .

وإلى كل من كان لهم أثر في حياتي، وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلمي .

شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين الذي منحنا القوة وساعدنا على إتمام هذا العمل والخروج به بهذه الصورة الممتازة وإيمانا بمبدأ أنه لايشكر الله من لايشكر الناس،

فإني أتوجه بالشكر الجزيل لأستاذي البروفيسور " مولاي الحاج مراد" الذي ساعدني كثيرا في مسيرتي العلمية لإنجاز هذا العمل وكان له دورا عظيما من خلال تعليماته ونقده البناء ودعمه الأكاديمي، وأقدم جزيل الشكر لأسرتي فردا فردا الذين صبروا وتحملو معي ومنحوني الدعم على جميع الأصعدة . وكل الأصدقاء والأحباب وكل من قدم لي الدعم المادي والمعنوي.كما أتوجه بشكر خاص للأستاذ " خضير محمد العربي " لمساعدتي في تدقيق المذكرة لغويا وأدبيا بإتقان .

وأتمنى أن تعود هذه الأطروحة بالفائدة لطلبة قسم العلوم الاجتماعية والأنثروبولوجية .

فهرس المحتويات

الإهداء	
شكر و عرفان	
مقدمة عامة	**1**
الفصل الأول : مدخل نظري للفعل السياحي	**9**
مقدمة	**9**
أولا : ماهية الفعل السياحي	**9**
ثانيا : دور الدراسات الأنثروبولوجية في فهم التغير الثقافي للمجتمعات	**18**
ثالثا : علاقة الأنثروبولوجية الاجتماعية و الثقافية في ابراز التراث المادي و الفكري للمجتمعات	**20**
خاتمة الفصل	**27**
الفصل الثاني : واقع السياحة في الجزائر: مدينة بسكرة نموذجا للسياحة الصحراوية	**28**
مقدمة	**28**
أولا: المسار التاريخي للسياحة الجزائرية	**28**
ثانيا: المقومات السياحية الجزائرية وأنواعها	**34**
ثالثا: السياحة الصحراوية ، مقوماتها ومساهماتها في التنمية المحلية	**44**
رابعا: متطلبات ترقية و تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر	**60**
خامسا: الإجراءات المتبعة للنهوض بالسياحة الصحراوية في الجزائر	**65**
سادسا: الآليات الخمسة لتفعيل النشاط السياحي في الجزائر	**83**
خاتمة الفصل	**89**
الفصل الثالث : دور النشاطات الثقافية و التظاهرات التقليدية في تفعيل الحركة السياحية بمدينة بسكرة	**90**
مقدمة	**90**
أولا : التظاهرات السياحية	**90**
ثانيا : التظاهرات و الإحتفالات التقليدية	**90**

ثالثا : الفعاليات السياحية	**90**
رابعا : الملتقيات الدولية	**91**
خامسا : المراحل الأساسية لتطوير عرض سياحي محلي مستدام	**92**
سادسا : الخصائص العامة للعرض السياحي المستدام في مدينة بسكرة	**98**
سابعا : اقتراح مشروع مركب حموي كمشروع رئيسي في مدينة بسكرة	**99**
خاتمة الفصل	**106**
الفصل الرابع : دور الجمعيات في التنمية السياحة الصحراوية بمدينة بسكرة	**107**
مقدمة	**107**
أولا : جمعية الديوان المحلي للسياحة بسكرة	**107**
ثانيا : جمعية ترقية الديوان المحلي لسياحة جمورة	**108**
ثالثا : جمعية كنوز الجزائر بسكرة	**110**
رابعا : الديوان المحلي للسياحة قنطرة	**116**
خامسا : جمعية حيزية للتراث و الترقية السياحية	**116**
خاتمة الفصل	**119**
الفصل الخامس : دور غرفة الصناعة التقليدية والحرف لمنطقة بسكرة في ترقية النشاط السياحي	**120**
مقدمة	**120**
أولا: تعريف الصناعة التقليدية	**120**
ثانيا: أهمية الصناعات التقليدية	**121**
ثالثا : خصائص الصناعات التقليدية	**123**
رابعا : الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT)	**125**
خامسا : أهداف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية	**126**
سادسا : مهام الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية	**126**

سابعا : دراسة تطبيقية في غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة	**127**
ثامنا : الموارد الطبيعية والمواقع السياحية في مدينة بسكرة	**134**
تاسعا : مناطق التوسع السياحي في بسكرة	**136**
عاشرا : مساهمة التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية في مدينة بسكرة	**139**
خاتمة الفصل	**148**
خاتمة عامة	**149**

الرقم	العنــوان	الصفحة
01	المواقع التراثية في الجزائر	38
02	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر	47
03	تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي للفترة 2005-2013	49
04	نسبة مساهمة السياحة في الصادرات (2005-2013)	50
05	تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري للفترة 2000-2013	51
06	تطور نصيب الفرد من الإيرادات السياحية للجزائر (2005-2013)	52
07	الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر .	53
08	توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي الصحراوي في الجزائر للفترة 1991-2011.	60
09	توزيع أقطاب الامتياز السياحية في الجزائر	73
10	خطة الأعمال بالأرقام لآفاق 2015	76
11	القرى السياحية الممتازة	77
12	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للإمتياز	78
13	نصيب الجنوب من المشاريع السياحية لفترة (2008-2015)	81
14	تطور عدد السياح بالقطب الكبير –الأهقار بين 1999-2008	81
15	حجم وتكاليف العمالة للمركب الحموي	102
16	إهتلاك القروض لمشروع المركب الحموي (الوحدة دج)	103
17	إهتلاك المباني والمعدات والتجهيزات (الوحدة 1000 دج)	103
18	التكاليف الكلية السنوية التقديرية لخمس سنوات مشروع مركب حموي (الوحدة دج)	103
20	حساب صافي الإيرادات المركب الحموي (الوحدة دج)	105
21	صافي القيمة الحالية للإيرادات الصافية للمركب الحموي (الوحدة دج)	105

الرقم	العنــوان	الصفحة
01	هيكل النظام السياحي حسب "Kaspar"	12
02	تمييز السائح عن مختلف المسافرين	16
03	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر	48
04	تطورميزان المدفوعات في القطاع السياحي الخاص بالأسفار	49
05	مساهمة السياحة في توفيرمناصب الشغل بالجزائر	51
06	الأهداف الإستراتيجية للعرض السياحي المستدام	92
07	الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة	130

مقدمة :

يعود تاريخ نشأت مدينة بسكرة إلى 3000سنة ماضية، شهدت خلالها حقبا نحت تاريخها من ما ورد إلينا بإسهاب ومنها بعض المنحوتات التي تدل عليها ، في الفترة الرومانية كان قد أطلق عليها " إدبسينام" ومعناها منبع الماء الصافي نسبة إلى حمام الصالحين ثم أصبحت فيسيرا وتعني همزة الوصل بين الشمال والجنوب ولتوسطها الطرق التجارية آنذاك غير أن هناك من يرى أن تسمية " فيسيرا" عربية وقع فيها دمج لإسمي قريتين قديمتين في المنطقة هما " سبة" و" كرة" وهناك من يرى أن التسمية قريبة من السكر نظرا لحلاوة تمور المنطقة . ومهما يكن من خلاف في التسمية فالأمر المؤكد هو عراقة هذه المدينة . حيث أن وجود مدينة بسكرة يعود إلى العهد الروماني حيث ذكر المؤرخ الإغريقي بلين " فيسيرا" في كتاباته كيفية إنضمامها إلى حكم الإمبراطور أغسطس مابين سنتي 19 و 30 قبل الميلاد وقد أكد المؤرخون وجودها أيضا في القرن الرابع للميلاد خلال سرد سير بعض القادة العظماء أمثال القائد عقبة إبن نافع الفهري وأبي المهاجر دينار وموسى بن نصير.

وقد خضعت في تلك الفترة لحكم خلفاء بني أمية ثم أصبحت في حكم الأغالبة ثم حكم الدولة الفاطمية ثم حكم الموحدين إلى أن إستحوذ عليها الحفصيون الذين إرتكزو في تونس وفي القرن السادس عشر للميلاد أخذها الأتراك من أيدي الحفصيين وبقيت تحت الحكم العثماني مثل سائر المدن الجزائرية مايربو عن ثلاثة قرون وفي 04 مارس 1844 سيطر الفرنسيون على بسكرة وبقيت البلاد تحت السيطرة الفرنسية إلى غاية 1962.

تعتبر ولاية بسكرة من المناطق ذات الأراضي الخصبة، ومهدا للحضارة والعلم والثقافة ومركزا للإشعاع الديني والسياحي الفاتن، ماجعلها تزدهر وتنمو في مجالات متعددة ، فمنذ الأزل كانت بسكرة همزة وصل بين الشمال والجنوب ومعبرا سياحيا جد هام ، إذ باتت تزخر بموقع إستراتيجي تألقت فيه ثرواتها ومؤهلاتها بسكرة بوابة الصحراء معبرا للثقافة والفكر عبر الأجيال ومسلك لأهم مناطق الجنوب، من هنا نشأ المفكرون ومن هنا بدأت العبقريات وتجلت في طبيعتها قدرة الخالق ..

وتشمل الحضيرة للولاية المنشآت الفندقية المعتبرة وكل حقوق الضيافة مضمونة حيث تتوفر على مايقارب 1421 سرير و6666 غرفة موزعة على 5 فنادق مصنفة و14 فندق غير مصنف ومن أشهر فنادق المنطقة " نزل الزيبان " وفندق " حمام الصالحين" كما تحضى الولاية بمطاعم مصنفة تعد أطباق شعبية مختلفة بشكل مميز وفريد . وتبقى مدينة بسكرة نجمة ساطعة في أفق الصحراء الشاسعة ..

تظهر أهمية الموضوع في كون السياحة نشاط ينقل حضارة الأمة وسموها ورفعتها والإرشاد السياحي يساهم في التفتح على الثقافات الأخرى من خلال نشرهذه الثقافات والتثاقف بين المجتمعات وتقوم على أسس وضوابط ومعايير هادفة لما لها من تأثير في حاضر الأمة ومستقبلها.

ومن بين الاسباب من وراء هذه الدراسة نجد، حاجة المجتمعات للتوعية بأهمية السياحة وكيفية التعامل مع السائح من أجل تبادل الثقافات والتفتح على مجتمعات أخرى. وكذا حاجة المستثمرين ورجال الأعمال إلى التوعية بأهمية السياحة في النشاط الإقتصادي وإزدهاره وبالتالي توسيع الاستثمار السياحي وتطويره من خلال تبادل الثقافات.

- إبراز أهم المناطق التاريخية والحضارية للصحراء الجزائرية وذلك بإختيار مدينة بسكرة كإحدى المدن الصحراوية الجزائرية التي إزدهرت في الآونة الأخيرة بعدة مرافق سياحية وتزخر أيضا بمواقع تاريخية وأثرية يقصدها السواح للتعرف على ماتملكه المدينة من تراث حضاري ومعالم تاريخية تعبر عن ثقافة المدينة.

ومن الدراسات التي أجريت عن الصحراء الجزائرية نذكر مجلة أرابيز التي أشارت إلى أن الجزائر تتطلع إلى أن تصبح قطبا سياحيا بعد أن خرجت من عزلتها ، حيث خصصت المجلة فقرات واسعة لتاريخ الجزائر القديم منذ العصر الحجري الأخير وتطرقت فيه إلى الإرث البشري.

أشارت المجلة أيضا إلى أن هذا الوضع بدأ يتغير منذ وضع إستراتيجية تنموية تهدف إلى بعث سياحة كبديل مولد لمناصب الشغل والثروات .

- المهرجانات والمنتديات الصحراوية (التجربة الجزائرية بعد عام 2003 للسياحة الصحراوية) . نشطت السياحة الصحراوية في الجزائر بعد عام 2003 في أثر إستتباب الأمن النسبي، لذا جرى إقامة كثير من هذه المهرجانات والمنتديات منها :

- مهرجان السياحة الصحراوي الأول في تمنراست (2005) والثاني في بسكرة (2006) والمهرجان الوطني الثالث للسياحة الصحراوية في تاغيت (2007).

المنتدى السياحي العربي في غرداية (2006)، كان هدفه التوفيق بين السياحة مع إحترام خصوصية المناطق، والحفاظ على الطابع الإيكولوجي وتراث الأماكن السياحية وقيم أهلها مع التركيز على سياحة الصحاري، وإختيرت مدينة غرداية مركزا له، لأنها أصبحت قبلة للمنظمات المهتمة بسياحة الصحاري، لما تتميز به من تراث وقيم وبإعتبارها بوابة الصحراء.

المهرجان السياحي الصحراوي في مدينة تامانغاست في الجنوب الصحراوي أوديسيا الصحراء أو ملحمة الصحراء . فيلم وثائقي للدكتور جيريي كينات ، تدور أحداثه في الصحراء الجزائرية، وتحديدا الأكثر جاذبية فيها (في المنطقة الممتدة من تمنراست إلى الطاسيلي) ، مدته **150** دقيقة يصور الروائع الطبيعية للصحراء الجزائرية ومفاتنها الأكثر جاذبية لعشاق الصحراء، ويبرز الموروث الحضاري للمنطقة الذي يعود إلى آلاف السنين، ويسهم في المحافظة على البيئة ليكون وسيلة إشهار وترويج سياحي، بخاصة في بلدان أروبا الشمالية، وفي جلب الإهتمام العالمي إلى ماتمثله الصحراء الجزائرية في الموروث الحضاري البشري.

كان هدف هذه المهرجانات والمنتديات إبراز المنتج السياحي الصحراوي وتفعيله مع التركيز على خصوصية الصحراء الجزائرية الطبيعية والبشرية والبيولوجية.

يتطلب تفعيل قطاع السياحي في الجزائر تحديد استراتيجيات واضحة و دقيقة ، و تتبع هذه الإستراتيجيات أساسا من معاينة نقاط القوة التي تتمتع بها ، و نقاط الضعف الحالية التي تعاني منها من جهة أخرى، و من خلال تحليل المفصل للسوق السياحي الجزائري فإنه يمكن الوقوف على عدة حقائق موضوعية تعبر عن أهم نقاط قوته ،و تتمثل هذه النقاط في تلك العوامل الداخلية التي يتمتع بها القطاع السياحي الجزائري و التي يمكن أن تزيد من تنافسيته إذا تم استغلالها أحسن استغلال من أجل النهوض به .

- تتوفر بالجزائر إمكانيات طبيعية واعدة كالموقع الجغرافي المتميز والذي ينطوي على إمكانية تنويع سياحتها، بالإضافة إلى أهمية الصحراء الجزائرية من حيث المساحة، إذ أنها تعتبر قارة لوحدها.، وأيضا قربها من عدة دول أوروبية، إفريقية، عربية وغربية مما يعني إمكانية تنويع زبائنها. وتنوع مناخها أيضا يساهم في تنوع المساحات السياحية وديمومتها على مدار السنة.

- وجود أقطاب سياحية هامة تسعى لتثمين السياحة الجزائرية سواء في الساحل، الداخل أو في الجنوب يمكن دعمها لتكون أقطاب عالمية، أولوية السياحة الساحلية على بقية الأنواع السياحية الأخرى، مما قد يفتح آفاقا كبيرا للإستثمار من أجل إنعاش السياحة الداخلية، وتشجيع الطلب السياحي الداخلي على مختلف الشواطئ الجزائرية ، كما تحتوي أيضا على بعض المحميات الدولية التي قد تصبح مزارات دولية، والتي تحتوي بعض النباتات النادرة، بالإضافة إلى حيوانات نادرة كذلك.

ومن الجوانب الاجتماعية والثقافية في السياحة الجزائرية **أن** هناك إقبال من طرف السياح على الجزائر بالرغم من إمكانياتها وظروفها، أغلبهم سياح وافدين من دول قريبة، والذين لديهم دوافع إجتماعية في أغلب الأحيان. كما تتوفر الجزائر على خدمات الصحة العمومية في معظم ولاياتها، وذلك بأسعار مجانية في أغلب الأحيان، وبأسعار رمزية أحيانا، مع سهولة الوصول إليها. إضافة إلى ذلك وفرة العمالة سواء كانت مؤهلة أو بسيطة لكون أن الجزائر من بين الدول التي تعتبر فيها نسبة البطالة مرتفعة.كما أن هناك مدارس تكوينية تشجع الدراسة والتكوين في هذا المجال الفندقي والسياحي.

أما الجوانب الهيكليّة في السياحة الجزائرية تظهر في أن هناك مكتسبات في النقل السياحي تمس عدة مواقع هامة يمكن إثراؤها سواء على صعيد شبكة الطرقات، أو شبكة السكة الحديدية أو المطارات ، كما تتوفر على الفنادق ذات ثلاث نجوم التي يمكن تأهيلها لإستقبال السياح على إختلاف أنواعهم، وتحسين مستوى الخدمات فيها. إضافة إلى وجود عدد معتبر من الوكالات

السياحية التي تتكفل بالرحلات السياحية لمختلف المناطق السياحية، والتي تطبق عليها معايير الجودةو إحتواءها أيضا على بعض الملاعب والمعارض والتي قد تحفز بعض التظاهرات والأحداث سواء كانت ذات طابع ثقافي أو رياضي أو غير ذلك و إنتشار شركات تأجير السيارات عبر ربوع القطر الجزائري. كذلك وجود بعض الإمتيازات والقوانين التي تحفز العمل والمشاريع الإستثمارية في المجال السياحي، ومن خلال التحليل المفصل للسوق السياحي الجزائري فإنه يمكن إكتشاف وتحديد العديد من نقاط ضعفه ومن أبرزها المستوى المتدني للنشاط السياحي الجزائري، وكذا نقص المواقع المهيكلة التي تجذب التدفق السياحي المرتفع، بالإضافة إلى النقائص المسجلة على المستويات التالية:[1]

منتجات السياحة الجزائرية : أغلب المواقع السياحية غير مثمنة بشكل كاف وأخرى بلا صيانة، إضافة إلى عدم وجود منتجات مثيرة للجاذبية وقادرة على التميز، وذلك بسبب نقص نوعية المنتوجات والخدمات السياحية الجزائرية وكذا نقص نظافة وصيانة الفضاءات العمومية والخاصة. ، بالإضافة إلى إرتفاع أسعار الخدمات بالنسبة للسكان المحليين من جهة، ومن جهة أخرى إنخفاض نوعيتها مقارنة بالمنافسة الدولية القريبة والبعيدة، وكذلك نقص النشاطات الموجهة لإبراز المنتجات المحلية.
وكالات السياحة والأسفار: تعاني الجزائر من عجز في طاقات الإستقبال والهياكل الفندقية والإطعام، فهي طاقات غير كافية وبنوعية سيئة، بالإضافة إلى أنها مرتفعة التكلفة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين، كما نسجل قلة الفنادق ذات المعايير الدولية . بالرغم من أهميتها إلا أنه لا يوجد تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة، وهي تعاني من غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية والطرق العصرية للتسيير الإلكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز والخدمات، وهذا ما أدى إلى خضوع إستقبال معظم السياح وخاصة في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.
نقص الإطارات الفنية وغياب الموارد البشرية المؤهلة القادرة على مراقبة ومتابعة القضايا البيئية[2]، إذ لازال هناك نقص في المدارس التكوينية في المجال السياحي وهذا ما تعمل الوزارة على تداركه بالتعاون مع وزارة التكوين المهني ووزارة التعليم العالي للقيام بتكوين يتماشى مع مستجدات السياحة ومتطلبات السائح التي تتغير باستمرار.
إضافة إلى البيروقراطية وعدم توافر الخدمات والمهارات الإدارية في الفنادق بالإضافة إلى نقص في تأهيل المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية وعدم ملائمتها مع متطلبات العرض السياحي بإمتياز.[3]

إن ضعف النقل في مختلف المواقع السياحية كما وكيفا أثر سلبا على الحركة السياحية، وكذا تسعيره غير المتكيف مع حجم الطلب السياحي، كما أن من أهم مشاكل النقل هو سوء الربط الجوي بين المواقع السياحية وخاصة الجنوب وسوء التنسيق في الرحلات الجوية باتجاه الخارج.[4]
الخدمات المالية في القطاع السياحي[5]وتظهر في نقص المخصصات المالية اللازمة لتوفير الحد الأدنى من عمليات التطوير والصيانة للمواقع السياحية، ونقص المخصصات المالية المتوفرة للتسويق والترويج السياحي في الأسواق العالمية والمحلية.و محدودية المخصصات المالية المتوفرة لمرافق وتسهيلات السياحة الداخلية بما فيها المنتزهات والبنى القاعدية. إضافة إلى سوء

---

[1]- وزارة تهيئة الإقليم، "**البيئة والسياحة**": المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص.6.

[2]- سفيان بوعياد: "**مشكلة السياحة الجزائرية في نقص اليد العاملة المؤهلة**": جريدة الخبر اليومية، العدد 4561، التاريخ: 26 نوفمبر 2005 الموافق ل 24 شوال 1426هـ الجزائر، ص. 6.

[3]- وزارة تهيئة الإقليم، "**البيئة والسياحة**": المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص. 54.

[4]- المرجع نفسه: ص.55.

[5]- منال خساف،"**دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية**"، رسالة ماجستير، تحت إشراف: د/طواهر محمد التهامي، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003، ص..98

توجيه الإستثمارات في قطاع السياحة، ونقص الحوافز المقدمة من إعفاءات ضريبية وجمركية ومساعدات مالية بما يخدم التنمية السياحية، نقص تمويل الدراسات الخاصة بالتهيئة السياحية مع سوء تنظيم سياسة هيئة السياحة في الجزائر ويبرز ذلك من خلال المشاريع الفوضوية المنفذة من طرف المستثمرين.

وعدم مراعاة خصوصية الإستثمارات السياحية في تمويل المشاريع السياحية والفندقية من حيث آجال الوصول إلى مرحلة مردودية المشروع، وهذا ما قد يخلق صعوبات مع القروض البنكية، كذلك عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح وعدم ملائمة تمويل الاستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار السياحي.

- كما تعاني السياحة الجزائرية من عدة سلبيات تسييرية وتنظيميةأبرزها :[1] غياب الهيكل المؤسسي لصناعة السياحة على المستوى الوطني والذي يلبي حاجات القطاع الخاص، وضعف التكاملية والشمولية في العلاقات السياحية، نقص الكوادر المؤهلة والأيدي العاملة الفنية القادرة على التعامل مع متغيرات قطاع السياحة.كذلك غياب القوانين والتشريعات والنظم السياحية وضرورة مراجعتها بعد وضعها بشكل دوري وتعديلها بما يتلاءم مع المستجدات في قطاع السياحة، غياب التخطيط في الدراسات السياحي وفي حقول الإستثمار السياحي وخلق البرامج والمشاريع وفق المعايير والأولويات السياحية ، عدم ضبط الإطار القانوني والتشريعي لإدارة النشاطات السياحية، فالجهود المبذولة خلال السنوات الأخيرة لتحديد وتعيين النشاطات السياحية في إطار تشريعي وقانوني يتعلقان خصوصا بالفنادق ووكالات السفر والنقل.

كما نجد عدم كفاية الفنادق بالنسبة للتوسع السياحي بالكمية والنوعية المطلوبة وإنخفاض مستوى خدمات النقل والرعاية الصحية والصرف الصحي غياب الإشراف المنظم لقطاع السياحة و عدم الوصول إلى نتائج دراسات التهيئة العقارية للمناطق السياحية، والتداخل بين الإختصاصات.بالإضافة إلى عدم إستخدام الوسائل العصرية في المتطلبات السياحية ، وخاصة في ظل غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي و المبالغة في إجراءات إستخراج التأشيرات والدخول.[2]

بالإضافة إلى ضعف تسويق الوجهة الجزائرية من حيث غياب أنشطة إعلامية، والمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج و ضعف الإتصال الداخلي والخارجي، مع صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيات الإعلام والإتصال في قطاع السياحة وعدم كفاية مواقع الأنترنت، بالإضافة إلى عدم التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة[3]، تتعدد المشاكل التسويقية في القطاع السياحي الجزائري، ومن أهمها [4] محدودية المعلومات التسويقية والترويجية للمنتوج السياحي الجزائري سواء بالنسبة للمنظمين من جهة والزبائن في الأسواق العالمية من جهة أخرى و كذلك غياب المعلومات المرتدة من السياح أنفسهم حول وجهة نظرهم في الخدمات المقدمة وأسعارها والمشاكل التي تواجههم أثناء تواجدهم بالمنطقة السياحية ، التركيز على الأسواق السياحية التقليدية وغياب الأدوات اللازمة للدخول لأسواق جديدة،غياب المشاركة الجزائرية وخاصة القطاع الخاص في المعارض والمؤتمرات السياحية العالمية ونقص ورش العمل والمحاضرات واللقاءات الكفيلة بالتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري في الدول المصدرة للسياح، إضافة إلى ضعف الجهود التسويقية والحملات الترويجية في الأسواق العربية،عدم ضبط

---

[1]- لرقط فريدة،"**المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح**": تحليل بعض المؤشرات التطبيقية في الوكالات السياحية بمدينة سطيف، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستيرتخصص: **تسيير المؤسسات** ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، السنة الجامعية 2000، 2001 .ص 17.

[2]- وزارة تهيئة الإقليم،" **البيئة والسياحة**": المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحريات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص. 55.

[3]- المرجع نفسه، ص. 56.

[4]- السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية، www.algeriantourism.com ، تاريخ الإطلاع 2010/04/11 ، توقيت الإطلاع 8.00 مساءا.

الأسعار في المهن السياحية ، مع عدم ميل الأفراد للخدمة في الفنادق والمطاعم إضافة إلى عدم إهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية السياحية داخل الدولة فيما يتعلق مثلا بتوضيح أهمية دور السياحة بالنسبة للتنمية الإقتصادية والإجتماعية وتعريف الجماهير بفرص ومناطق الجذب السياحي وكيفية الاستفادة منها وطرق التعامل مع السياح.

إن أي بحث سوسيولوجي أو أنثروبولوجي يحتاج لدراسة ميدانية تدعم بها صحة المعلومات التي وردت في الجانب النظري للدراسة وكل موضوع يحتاج مناهج و أدوات معينة تتناسب وطبيعة الموضوع المدروس .إن دراسة موضوع السياحة وخصوصا في المناطق الصحراوية يستدعي دراسة تطبيقية أكثر منها نظرية خاصة في الآونة الأخيرة مع ظهور إستثمارات عديدة في الصحراء الجزائرية في مجال السياحةوقدإخترنا مدينة بسكرة كإحدى المدن الصحراوية التي شهدت تطور كبير في المجال السياحي. ولتطوير هذا القطاع والنهوض به في أي دولة يجب تكثيف الجهود سواء من طرف الدولة او من طرف المهتمين والعاملين بالقطاع السياحي، فلايمكن لأي بلد أن يزدهر نشاطه السياحي إلا بإزدهار القطاع الإقتصادي و توفير الدعم المادي والوسائل الحديثة لتطوير النشاط السياحي ، فالجزائر مثلها مثل أي بلد في العالم لها ثروات طبيعية وموارد سياحية ومواقع تاريخية وأثرية تحتاج للدعم والإهتمام لتكون واجهة ثقافية تبرز من خلالها تراث وثقافة البلد أمام السياح والزائرين من مختلف العالم ، وفي الآونة الأخيرة إزدهرت السياحة الصحراوية وبرزت عدت مدن صحراوية تمتلك مناطق أثرية كما تم إنشاء عدة مرافق سياحية وفندقية ، كل هذه المنشآت تحتاج إلى إهتمام أكثر من طرف الدولة والمجتمع . فكيف يمكن النهوض بالسياحة في الجزائر بشكل عام والسياحة الصحراوية بشكل خاص، و كيف أصبحت مدينة بسكرة وجهة للسياح بامتياز؟

أولا: تحديد المجالات الثلاثة للدراسة (البشري والمكاني والزمني) :

1- العينة من حيث النوع و الحجم : ولدراسة هذ الموضوع تقيدنا باساليب منهجية مواتية لطبيعة الموضوع :

أ - نوعية العينة : العينة المستخدمة في هذه الدراسة هي **العينة العشوائيةالبسيطة** حيث يتم إختيار أفراد ممثلين للمجتمع الأصلي لكي تجرى الدراسة وفي هذه الحالة يكون المجتمع الأصلي معروف ومحدد. كما وقع الإختيار على العينة العشوائية البسيطة والتي تعرف بأنها: العينة التي يتم إختيارها بطريقة تعطي لكل فرد من أفراد مجتمع البحث إحتمال للظهور في العينة يمكن حسابه، بل أن هذا النوع من العينات لايعطي فقط كل فرد في المجتمع فرصة متساوية للظهور في العينة فحسب بل يعطي أيضا لكل مجموعة من المجموعات نفس الفرصة وهذا نظرا لخصائصها هذه ولصعوبة الحصول على العينة، والتحكم في ظروفها،ولا سيما المكانية خاصة وأن المناطق السياحية في مدينة بسكرة متشعبة وكثيرة لقد إزدهرت المناطق السياحية في الآونة الأخيرة في المناطق الصحراوية وبسكرة بشكل خاص.

ب - حجم العينة : لقد تم تحديد حجم العينة بمقتضى الإعتبارات الآتية :

-من خلال الملاحظة الميدانية ، لأهم المناطق السياحية البارزة في مدينة بسكرة فإنه لايمكن تحديد حجم العينة بطريقة كمية لهذا يمكن تحديد العينة بالتركيز على المناطق السياحية لمدينة بسكرة وضواحيها

2- **المجال المكاني للدراسة :** إن المجال المحدد لهذه الدراسة الميدانية تمثل خاصة في مدينة بسكرة وما جاورها حيث تم إختيارها كنموذج لأهم المناطق الصحراوية الأكثر تطورا في المجال السياحي.

3- **المجال الزمني :** لقد واجهت هذه الدراسة الميدانية صعوبة كبيرة في إختيار العينة المطلوبة، وهذا لعدم تواجدها في مكان معين وثابت فالمناطق السياحية مزدهرة ببسكرة وضواحيها ومتعددة من مرافق ومجمعات سياحية وغيرها منتشرة على كامل مناطق مدينة بسكرة وضواحيها، لذا فقد دام المجال الزمني لهذه الدراسة أكثر من سنة إبتداءا من مارس سنة 2020 إلى غاية سبتمبر 2021 طوال هذه الفترة تم فيها التجول والبحث عن كل مايخص السياحة والمناطق السياحية بمدينة بسكرة وضواحيها كما تم إجراء مقابلات مع عدة مديرين تنفيذيين لجمعيات سياحية وكيفية تنشيط السياحة في مدينة بسكرة.

ثانيا : تحديد نوع الدراسات والمناهج والأدوات المستخدمة في هذه الدراسة:

1- **نوع الدراسات :** لقد تم الإعتماد في هذه الدراسة على ثلاثة أنواع من الدراسات، وذلك وفقا لطبيعة الموضوع وأهدافه وهذه الدراسات كمايلي :

أ - الدراسة التاريخية : أن الدراسة التاريخية لهذا الموضوع تمثلت في الإطلاع على المراجع باختلاف أنواعها التي لها صلة مباشرة بمدينة بسكرة وخاصة تلك التي تحكي إستطلاعات المؤرخين والمؤلفين الذين كتبوا عن المدينة وتاريخها الثقافي والحضاري بحيث أفادت هذه المراجع في الإطلاع على كل مايتعلق بمدينة بسكرة قديما وحديثا وهذا مامكن من ربط الجانب النظري للدراسة بالجانب الميداني وبالمقارنة بين ماضي المدينة وحاضرها خاصة في مجال دراستنا عن السياحة الصحراوية فكانت مدينة بسكرة خير نموذج لتوضيح هذا التطور الملحوظ في المجال السياحي للصحراء الجزائرية .

ب - الدراسة الإستطلاعية (الإستكشافية) :

تعتبر الدراسة الإستكشافية جزءا مكملا لما جاءت به الدراسة التاريخية، حيث أن الدراسة الإستطلاعية من سماتها أنه يعوزها دائما، أن يجد الباحث دراسات سابقة مجالها، أو مجال دراستها بعض التعويض في النقص السائد في الدراسات الميدانية السابقة، حول موضوع السياحة والسياحة الصحراوية، وخصوصا مدينة بسكرة التي هي مجال دراستنا، حيث تساعد الدراسة الإستكشافية على الإطلاع أكثر على أهم المناطق السياحية في مدينة بسكرة وضواحيها.

جـ- السجلات والوثائق :

بعد إجراء المقابلة التي تمت مع رؤساء الجمعيات والمراكز تم الحصول على بعض البرامج المسطرة من طرف الجمعيات السياحية للتخطيط للنشاط السياحي بشكل جيد وتقارير عن أهم الفنادق والمركبات الحموية الحديثة.

د- الإخباريون :

تم التعاون مع عدد من أفراد مدينة بسكرة الذين لهم صلة بالنشاط السياحي بالمدينة ومن ذوي الخبرة والإطلاع والمعرفة بأحوال المدينة وتاريخها ومناطقها المشهورة وقد إعتمدنا على تصريحات مديرون المؤسسات السياحية ورؤساء الجمعيات في المقابلات التي أجريت معهم، والمقابلات مع مديرين الفنادق الحديثة والمركبات الحموية .

2- **المناهج المستخدمة في الدراسة :**

وبناءا على ما تقدم فقد تم اختيار **المنهج الوصفي التحليلي** حيث يساعد هذا المنهجفي وصف واقع الاستثمار السياحي في مدينة بسكرة في القديم والحديث وفي نفس الوقت نحلل كيفية تطورها وإزدهارها بين الماضي والحاضر.

فالمنهج الوصفي التحليلي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها كيفيا وكميا[1] .

كما يمكن استخدام **المنهج المقارن** حيث يظهر هذا المنهج في مقارنة التحول في القطاع السياحي في مدينة بسكرة بين الماضي والحاضر،أي كيف كانت نظرة هذا المجتمع للسياحة في القديم وكيف أصبحت في الوقت الراهن.

3- الأدوات المستخدمة في الدراسة :

يتوقف أداء الباحث على إختيار الأدوات اللازمة لجمع البيانات على عوامل كثيرة لعل أهمها طبيعة الموضوع قيد الدراسة وعليه تم إختيار الأدوات التالية:

1- **الملاحظة :** تعد وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات وهي محاولة منهجية يقوم بها الباحث بدقة وموضوعية وفق قواعد محددة . وقد عرفها البعض بأنها "توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن

[1] -بشيرصالح الرشيدي ،"**مناهج البحث التربوي**"،دارالكتاب الحديث،الكويت،2000 ، ص59.

صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جيدة عن تلك الظاهرة [1]" حيث نستخدم الملاحظة المباشرة لأهم المناطق السياحية ووصفها وصفا دقيقا .

2- **المقابلة :** تعتبر المقابلة هي الأخرى من الأدوات الرئيسية لجمع البيانات وأكثرها شيوعا وفاعلية وتعرف بأنها وسيلة تقوم على حوار أو حديث لفظي (شفوي) مباشر بين الباحث والمبحوث (المستجيب) ويرى (Durand) أن هذا الحوار يكون منظما بين المبحوث والباحث الذي يكون في أغلب الأحيان مزود بإجراءات ودليل عمل مبدئي لإجراء المقابلة [2].

وفي دراستنا هذه نستخدم المقابلة الشخصية مع الأشخاص المعنيين بالأمر بهدف معرفة المزيد عن الإستثمار السياحي في المنطقة المراد البحث فيها.

2- **الإستمارة :** وهي إحدى الوسائل الشائعة الإستعمال للحصول على معلومات وحقائق تتعلق بآراء وإتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف وتعرف بأنها"نموذج يضم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد[3] " حيث نستخدمها في دراستنا هذه من خلال تقديم مجموعة من الأسئلة .

ثالثا: أهم الصعوبات التي واجهت الدراسة الميدانية :

إن من أهم الصعوبات التي واجهت الدراسة الميدانية خاصة صعوبة تحديد حجم العينة، إذ أن طبيعة الموضوع تتطلب تحديد عينة من المجتمع المراد دراسته فكانت دراستنا عن السياحة الصحراوية في الجزائر وإخترنا مدينة بسكرة نموذج لمنطقة صحراوية من الجزائر ولقد واجهت هذه الدراسة صعوبة في تحديد مواعيد المقابلات مع مديرين المؤسسات السياحية ، خاصة في ظل جائحة وباء كورونا الذي كان عائقا كبير حيث شل حركة العالم كما واجهنا صعوبات كبيرة في التنقل من منطقة بسكرة إلى مناطق أخرى سياحية في ضواحي بسكرة، لأن هدفنا هو إبراز التطور الذي شهدته مناطق أثرية قديمة تم ترميمها وتجديدها مؤخرا فأصبحت مقصدا للسياح بإستمرار.

وبناءا على المعلومات و المعطيات التي تم جمعها نظريا و تطبيقيا إرتأينا أن تحتوي فصول الدراسة على العناصر التالية :

الفصل الأول : **مدخل نظري للتعريف بالسياحة :** وتناولنا فيه مفاهيم مختلفة للسياحة والسائح إضافة إلى أهمية السياحة وخصائصها وأنواعها وتطورها التاريخي وآثارها السلبية وبعض النقاط الأخرى المرتبطة بالثقافة ودور الدراسات الأنثروبولوجية في إبراز التراث والتغير الثقافي للمجتمعات.

أما الفصل الثاني : واقع السياحة في الجزائر مدينة بسكرة نموذج للسياحة الصحراوية وقسم إلى قسمين :

أولا: **و اقع السياحة في الجزائر :** و تناولنا فيه تطور السياحة الجزائرية منذ الإستقلال إلى يومنا هذا ثم أنواع السياحة في الجزائر ثم مقومات السياحة في الجزائر ثم نقاط قوة وضعف السياحة الجزائرية والآثار التنموية للسياحة في الجزائر ومعوقات السياحة في الجزائر ثم تطرقنا للسياحة الصحراوية في الجزائر وأهم مقوماتها وإستراتيجيات تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر ومتطلبات ترقيتها ثم الإجراءات المتبعة للنهوض بالسياحة الصحراوية في الجزائر.

---

[1]-عمار بوحوش وآخرون ،"**مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**" ،الطبعة الثانية ،ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،1999،ص81.

[2]- فضيل دليووآخرون ،"**أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية**"،دار البعث منشورات جامعة منتوري، قسنطينة ،1999،ص91.

[3]- مرجع سابق ، ص 91

ثانيا : السياحة بمدينة بسكرة تقديم مونوغرافيا لمدينة بسكرة واهم الأقطاب السياحية بالمدينة .

أما الفصل الثالث فتحدثنا فيه عن دور النشاطات الثقافية والتظاهرات التقليدية في تفعيل الحركة السياحية بالمدينة .

والفصل الرابع تناولنا فيه دور الجمعيات في التنمية السياحية الصحراوية بمدينة بسكرة .

أما الفصل الخامس و الأخير فتناولنا فيه دور غرفة الصناعة التقليدية والحرف لمنطقة بسكرة في ترقية النشاط السياحي .

أولا: ماهية الفعل السياحي

تعد السياحة من أكبر القطاعات نموا في العالم، لذلك أصبحت اليوم من أهم القطاعات الخدماتية والتجارية، ومصدرا للعملات الصعبة، وهي أكثر استيعابا لليد العاملة، وهدفا لتحقيق برامج التنمية المسطرة، وهي تمثل أيضا رسالة محبة وسلام بين مختلف الشعوب وجسرا للتواصل الحضاري والثقافات الانسانية.

تعود جذور السياحة إلى العصر القديم بمفهومها البسيط، المتمثل في تنقل الانسان من مكان لآخر من أجل البحث عن المأوى والمأكل وغيرها من ضروريات الحياة، ومع تطور الزمان تغير هذا المفهوم ليأخذ أبعادا أخرى اجتماعية، اقتصادية وكذا ثقافية، وأصبحت العديد من الدول تتجه إلى الاهتمام بالسياحة كصناعة نظرا لأهميتها الكبيرة في كافة مجالات التنمية، ومد جسور التعاون بين البلدان وتبادل الثقافات ونشر الأمن والسلم وسنحاول في بحثنا هذا التطرق إلى ذكر أهم التعاريف الأساسية المتعلقة بالسياحة والسائح وكذلك خصائصها وأنواعها، وأيضا بعض الجوانب الأخرى المرتبطة بها.

لقد إجتهد عدد كبير من العلماء والمختصين والباحثين في إيجاد تعريف شامل ودقيق للسياحة وكانت الآراء متباينة كل على حسب تخصصه أو ميوله، فبعضهم ينظر إليها كظاهرة إجتماعية يلتف حولها عدد كبير من الناس في الداخل والخارج ومنهم من ينظر إليها كظاهرة إقتصادية تحسن من المستويات الإقتصادية وترفع معدلات النمو في البلدان ومنهم من ينظر إليها كظاهرة ثقافية تؤدي إلى مزيد من مزج الثقافات والعادات والتقاليد بين الأمم ومنهم من إعتبرها أساس التواصل الدولي وربطا للعلاقات الدولية والإنسانية بين الشعوب.لكن بالنظر إلى التطور والتقدم الذي يحدث الآن في العالم برمته والإهتمام الكبير بالقطاع السياحي نرى أن هذا القطاع أصبح ذا أهمية بالغة في الإقتصاد العالمي وذلك لما يتميز به من خصائص الإستدامة وقله الكلفة ولتأثيره القوي في إزدهار القطاعات الأخرى المكملة لحلقة التنمية مثل قطاع النقل بأنواعه الثلاث " البري والبحري والجوي" والقطاع الزراعي بشقيه التقليدي والحديث وقطاع البنى التحتية من طرق معبدة وفنادق وقرى سياحية،وقطاع الصناعة سواء كانت الصناعة الحديثة في المدن أو الصناعات اليدوية والبدائية في الريف والبادية التي تمثل مصدر دخل لسكان الريف . وكثيرا ما يرغب السياح في الحصول عليها وتعكس جانبا من الثقافة. وأيضا للقطاع السياحي دور كبير في تطوير وسائل الإتصال التي تربط السائح ببلده أو أسرته فضلا عن هذه المعطيات فإن قطاع السياحة لايمثل مصدر تلوث للبيئة ولايؤدي إلى زيادة درجة الحرارة كما هو واضح في صناعة النفط والغاز بل على العكس يلعب دور هام في تلطيف الجو و ذلك لأن من متطلباته الإهتمام بالمقومات الطبيعية "كالغابات ".

فالاقتصاديين ينظرون إلى السياحة من جهة الطلب على المعروض من الخدمات السياحية مثل الفنادق والشقق المفروشة والمخيمات وكل وسائل الإقامة والترحيل. وعلماء الاجتماع ينظرون إلى السياحة على أنها رغبة في التعرف على أنماط أخرى من العلاقات الاجتماعية أو ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى . إن التطرق لمفهوم السياحة يقودنا إلى التعريف بأصل الكلمة اللغوي والاصطلاحي.

1-مفاهيم مختلفة للسياحة والسائح

1-1 مفهوم السياحة :

أ- **لغويا** : يعود مفهوم السياحة لكلمة « Tour»،المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno"وفي عام 1643م،ولأول مرة تم إستخدام المفهوم «Tourisme» ليدل على السفر أو التجوال من مكان لآخر ويتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين، كما أن السفر(الترحال)، يمكن أن يعتبر سياحة إذا كان مؤقتا وغير إجباري، بحيث لا يكون فيه البحث عن العمل

أو نشاطات ربحية، كما أن لفظ السياحة كان معروفا في اللغة العربية، حيث في مفهومه اللغوي نجد أنه يعني التجوال، وعبارة " ساح في الأرض " تعني ذهب وسار وجال على وجه الأرض[1].

وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضوع ففي سورة التوبة، الآية **01**،بعد قوله تعالى:"فسيحوا **في الأرض أربعة أشهر وأعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين "** بمعنى سيرو في الأرض سير السائحين آمنين لمدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد.

وفي نفس السورة من الآية 112،يقول تعالى: " **التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين** "،ومعنى السائحون هنا هم الصائمون، لقول رسول الله "ص" : "سياحة أمتي الصوم" إضافة إلى ذلك فإن فرائض الإسلام حج البيت لمن إستطاع إليه سبيلا،وهذا مايدخل ضمن السياحة الدينية [2] .

كما أن تعريف السياحة حسب قاموس لاروس، السياحة عبارة عن الترفيه عن النفس فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السواح .

ب- إصطلاحا :

لم يتبلور مفهوم السياحة بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث، بعد أن أصبحت حركة السفر إحدى ظواهر العصر الاقتصادية والاجتماعية حيث جرت عدة محاولات لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة، لأنها مفهوم متعدد الجوانب من الناحية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية، ويطلق عليها اصطلاحا بأنها صناعة القرن العشرين وغذاء الروح وبترول القرن الحادي والعشرين.

أي أنهم حاولوا أن يطلقوا على النشاط السياحي تسمية الصناعة الحديثة، كغيرها من الصناعات الأخرى التي تقوم على عناصر مهمة منها[3]: العمل – رأس المال – المادة الأولية – التنظيم –النقل- الدعاية والإعلان والترويج –البنية التحتية .

ومن أبرز التعاريف الخاصة بالسياحة نذكر مايلي:

يعرفها **فيغنر" Vegener "**على أنها جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، وبنفس الطريقة يعرفها **روبنسون " Robinson**على أنها انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة أربعة وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور لدولة أخرى، ومع أن هذا التعريف تعتمده الأمم المتحدة، إلا أنه اقتصر على السياحة الدولية (الخارجية) وأهمل السياحة الداخلية[4].

أما تعريف **بوركارت"Burkart"وميدليك "Medlik"** الذي نص على أن السياحة هي استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الاستجمام وأنها تشمل معظم أشكال السفر، حيث اعتبراها على أنها حركة مؤقتة للسكان والناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة وتشمل السياحة جميع النشاطات التي تمارس في المناطق المستهدفة و كذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات .

---

[1] -مصطفى يوسف كافي،" **أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة"**، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع،الأردن، 2014، ص22

[2] -ماهر عبد العزيز توفيق ، **صناعة السياحة** ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان -الأردن،1997 ، ص ص21 -22.

[3] - نعيم الطاهر وسراب الياس ، **منتدى السياحة** ، ط1 ، دار المسيرة، عمان، 2007 ، ص36 .

[4] -عثمان محمود ،" **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط سكاني شامل ومتكامل"** ، ط 2 ، دار صفاء للنشر والتوزيع الأردن ، 2003 ، ص23

أما **جلا كسمان،" Gluck sman"**فقد عرف السياحة عام1935 على أنها مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما ، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان ، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة.

كما أن هناك بعض الهيئات التي لها رؤية خاصة في تعريف السياحة، كما هو الحال بالنسبة للأكاديمية الدولية للسياحة، التي ترى بأن السياحة هي اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة واشباع لحاجات السائح.

أما تعريف الجمعية البريطانية للسياحة والذي ظهر عام 1981 ، فمفاده أن السياحة هي مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة والبقاء بعيدا عن المنزل، بينما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE)، فترى في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من حركة البضائع.

تنبثق عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والإستجمام وتغير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل .

أما العالم النمساوي "**Hermann Van Sholleron**" في عام 1910م فقد عرف السياحة بأنها " الإصلاح " الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة .

أما العالم السويسري "**R.Glacksman**" فقد عرف السياحة في عام 1986 على أنها (الإنتقال المؤقت للأشخاص إلى أي جهة خارج موطنهم الأصلي الذي يعملون فيه وكذلك الأنشطة التي يقومون بها خلال تلك الإقامة والخدمات التي تقدم لهم والتي تغطي حاجاتهم كسائحين.

نلاحظ أن بعض هذه التعاريف قد أغفل جانب السياحة الداخلية التي تعتبر ذات أهمية وخصوصية خاصة بالنسبة للمواطنين الذين لاتسمح لهم إمكاناتهم المادية وظروفهم الصحية بالسفر إلى الخارج . وقد أقر مؤتمر أوتاوا في عام 1991 أن مدخل تعريف السياحة يأتي من جهة الطلب، لتعريف الأنشطة السياحية بما يكفل مقارنتها مع الأنشطة الإقتصادية في الصناعات الأخرى فلذلك كان من الضروري وضع تعريف للسياحة من مدخل الطلب[1] .

- ✓ **تعريف "ROBERT Lanquard"** عرف السياحة كمايلي [2]:

" السياحة عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر، وصناعة تهدف إلى إشباع حاجات السائح..."

- ✓ **تعريف "krafeT Hunsiker"** المعروف بمؤسس البحث السياحي يعرف السياحة كمايلي[3]:

"هي مجموعة من العلاقات والأعمال التي تكونت بسبب التنقل، وإقامة الأفراد، خارج مقرات سكناتهم المعتادة، حيث أن هذا التنقل لايدخل في إطار النشاط الإنساني المربح..."

- ✓ **تعريف " joffre Dumazedier"** عرف السياحة على أنها[4] :

مجموعة الإنشغالات التي يتعاطاها الشخص من أجل الترفيه عن النفس،أو لتطوير معلوماته أو تكوينه ومشاركته الاجتماعية أو لتطوير قدراته الإبداعية الحرة، بعد تخلصه من واجباته المهنية، العائلية والاجتماعية ..."

---

[1] - هدى سيد لطيف، "**السياحة بين النظرية والتطبيق**"،الشركة العربية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،1994م، ص09.

[2]- Robert Lanquard :**Le tourisme international**, série que sais –je paris ,puf,1980,p1.

[3]-Ahmed Tissa :**Economie Touristique et aménagement de territoire** opu,alger,1994,p21.

[4]- G.wackermanne :**Tourisme international** ,paris,puf,1988,p06.

✓ **تعريف "j.L.michaud"**[1] جغرافي ومسؤول إداري في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي عرف السياحة كما يلي :" السياحة تضم مجموعة نشاطات إنتاج وإستهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها، خارج مقر السكن اليومي، ليلة على الأقل حيث سبب الخروج هو التسلية ، الأعمال،الصحة،إجتماعات مهنية،رياضية أو دينية .

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن السياحة تضم ثلاثة مهام رئيسية: الراحة، الترفيه عن النفس وتطوير الشخصية هذا من جهة وتضم من جهة أخرى التنقل وقضاء الليلة على الأقل خارج الإقامة المعتادة .

✓ **تعريف "S.Kafliotis"** يعرف السياحة كمايلي [2]:

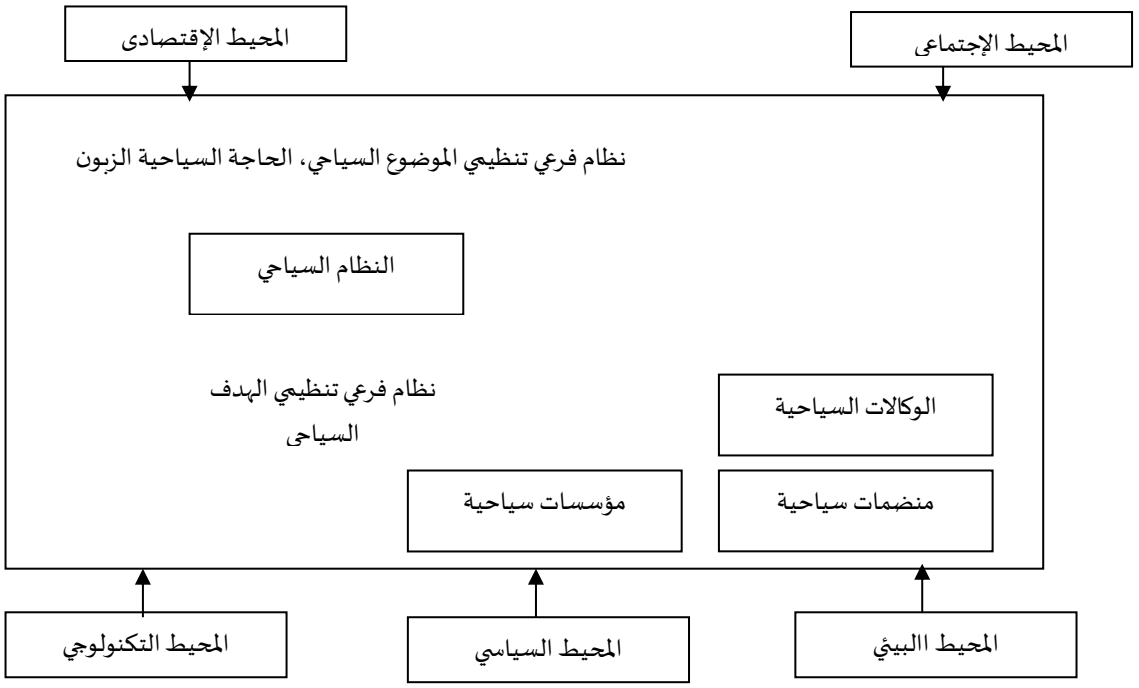
"تنقل مؤقت للأشخاص فرديا أو إجتماعيا من مقر سكناتهم، إلى إتجاه آخر للترفيه عن النفس وإشباع الرغبات الروحية ورفع المعنويات والحاجات الثقافية مما يؤدي إلى ظهور نشاط إقتصادي جديد".

من خلال هذا التعريف ومقارنته بالتعاريف السابقة نجد إضافة شيء جديد هو: إعتبار السياحة نشاط إقتصادي جديد" .

"السياحة مجموعة علاقات وظواهر ناتجة عن السفر وإقامة الأفراد حيث مكان الإقامة، ليس مسكنا رئيسيا وليس دائما وليس مكان عمل ".

هذا التعريف يعتبر التنقل والإقامة عنصران أساسيان في إثبات النشاط السياحي لكنه يضيف إلى الظاهرة السياحية في إطار علاقاتها مع محيطها: الإقتصادي، الإجتماعي ،السياسي، البيئي والتكنولوجي، ويسمى الظاهرة السياحية بالنظام السياحي،نظام فرعي الموضوع السياحي كما هو موضح في المخطط الموالي:

الشكل رقم (01): هيكل النظام السياحي حسب "Kaspar"



Source : R.christine ,le tourisme, publication universitaire d'etudes européennes, Genève, 1985,p1

ويقال السياحة الإجتماعية Social Tourism لذلك النوع من السياحة الذي يهتم بتنظيم رحلات لأسر الموظفين والعمال وذو الدخول المحدودة. ويمكن أن نعرف السياحة على أنها التنقل والحركة التي هي من خصائص الإنسان، الذي إعتاد على الإنتقال من مكان إلى آخر بغرض الإسترزاق أولا ثم الإستمتاع بمتع الحياة ومع مرور الزمن حدث تغير في عملية الانتقال،

[1]- j.p.Lozato :**Géographie du tourisme** :maison, parie :1990, p1.
[2]- G.wackermanne.op.cit,po7.

وأخذت ظاهرة السياحة أبعادا هي مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر إقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة وبحيث لاتتحول إلى إقامة دائمة وترتبط بعمل مأجور[1].

❖ **تعريف السائح :**

لتعريف السائح أهمية كبرى من نواحي عديدة كالناحية الإحصائية التي تهتم بجمع المعلومات والبيانات الإحصائية الخاصة بعدد السياح،أصنافهم، أغراضهم، مستويات إنفاقهم، أعمارهم، ومواهبهم،...إهتمام خبراء السياحة بتحديد تعريف السياحة جعلهم كذلك يهتمون بتحديد مفهوم السائح الذي بدونه لاوجود للسياحة، ففي البداية نجد أن عصبة الأمم في عام 1937 قامت بتحديد مفهوم السياح على أنهم الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو أسباب خاصة، وكذا الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات علمية، إدارية، سياسية،أو رياضية أو غيرها،هذا بالإضافة إلى المسافرين في رحلات بحرية حتى ولو قضوا مدة أقل من 24 ساعة . وتبعا لهذا التعريف فإنه لاينطبق على الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على إقامة دائمة في الدولة أو الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على عمل [2].

وقد قامت لجنة الإحصائيات بعصبة الأمم في 1937 بتحديد من هم السائحون على النحو التالي :[3]

1- الأشخاص الذين يسافرون للترويح عن النفس أو لأسباب عائلية أو لبواعث صحية .

2- الأشخاص الذين يسافرون لحضور الإجتماعات الدولية أو لتمثيل بلادهم أيا كان نوع التمثيل (علميا،إداريا،سياسيا أو رياضيا).

3- أرباب العمل الذين يسافرون لأسباب تتعلق بأعمالهم.

4- الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية حتى ولوكانت فترة إقامتهم أقل من 24 ساعة.

وقد أعيد تعريف السائح خلال المؤتمر الدولي للسياحة سنة 1963 فقد إعتبر السائح كل شخص يزور بلد غير البلد الذي يقيم فيه على على وجه الإعتياد لأي سبب من الأسباب من غير قبول وظيفة بأجرة في الدولة التي يزورها ويشمل هذا التعريف على مفهومين :-

-**المفهوم الأول**: - يشمل السياح الذين يمكثون مدة أكثر من 24 ساعة في البلد محل السياحة .

-**المفهوم الثاني** :-يشمل المتنزهون أو الزائرون المؤقتون الذين يمكثون أقل من 24ساعة في البلد محل السياحة ويشمل هؤلاء ركاب الرحلات البحرية .

وعرف المجلس الإقتصادي التابع لهيئة الأمم المتحدة السائح على أنه :-كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد خلال فترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن عام [4].

---

[1]-Dennison Nash, **Tourism as an Anthropological Subject and comments and Reply**,journal Article current Anthropology vol.22.N° 5 ,Published by the university of chicago press ,1981.

[2] -معهد التخطيط القومي: "**اقتصاديات القطاع السياحي في مصر و إنعكاساتها على الاقتصاد القومي،سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 124**"،جمهورية مصر العربية ،ديسمبر ،1998،ص09.

[3] - ماهر عبد العزيز توفيق ، "**صناعة السياحة** "، دار زهران للنشر،عمان ،2008،ص26.

[4] – هدى سيد لطيف،"**السياحة بين النظرية والتطبيق**"،الشركة العربية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،1994م، ص15.

كما أن السائح في البلد المضيف هو مستهلك وأن أنماطه الاستهلاكية المتنوعة والمتمايزة ينتج عنها زيادة في دخل البلد السياحي عن طريق الإقبال على الخدمات المقدمة له في كافة الأماكن التي ينتقل إليها في رحلته السياحية فضلا عن مشترياته من الهدايا والتذكارات عند عودته إلى موطنه الأصلي.[1]

الأطعمة للمسافرين للخارج وهذا هام جدا لأن بعض الأقطار تعتمد على تبادل المكاسب بطريقة أو بأخرى[2] .

❖ **و هناك تعريفات أخرى للسائح :**

إن السائح يجب أن ينتقل من مكان إقامته المعتاد إلى مكان أخر داخل الدولة مؤقتا،ومن يباشر نشاطا ترفيهيا يفعل نفس الشيء.

-و هناك شرطان أساسيان لتعريف السائح[3] :

1- شرط المسافة :

- ينطبق هذا الشرط على كل إنسان يقطع مسافة خمسة وعشرين ميلا (40كم) يعتبر سائحا أو زيدت هذه المسافة في بعض الدول إلى مائة ميل (160كم) .

2- شرط قضاء ليلة في المكان المزار:

وهذا الشرط مسلما به في السياحة الداخلية خصوصا وأن بعض الدول قد زيدت المسافة إلى مائة ميل شرط لإعتبار النشاط الذي يقوم به السائح نشاطا سياحيا،والسائح الداخل هو الشخص الذي يترك مكان إقامته المعتاد ليزور مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود الدولة التي يقيم فيها بحيث يقطع مسافة لاتقل عن أربعين كيلومتر ويقضي ليلة على الأقل في المكان المزار، ويشترط ألا يكون إنتقاله لغرض الكسب، حيث أن الغرض من السياحة الداخلية قد يكون الترفيه أو الإستجمام أو ممارسة الأنشطة الرياضية أو زيارة الأهل والأصدقاء أو العلاج أو حضور مؤتمرات وندوات ... إلخ .

تعريف اليوتو L.U.O.T.O للسائح :-وافق اليوتو على التعريف السابق الذي وضعته لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم، إلآ أنه أضاف التعديلات الآتية وذلك بعد إجتماعاته في برلين ولندن عام 1957 وهي :

- إعتبار الطلبة والشباب المقيمين بالخارج في بيوت الإقامة بالأجر أو في مدارس داخلية كسائحين .
- عدم إعتبار مسافري الرحلة السريعة EXCURSIONISTS أو المسافرين العابرين "Transit Travelers كسائحين .

و قد وضع عدة تعريفات لمفهومي مسافر الرحلة السريعة والمسافر العابر،كمايلي:

- مسافر الرحلة السريعة "EXCURSIONIST "

وهو الشخص الذي يسافر إلى دولة لايقيم فيها بصفة مستمرة من أجل المتعة لفترة تقل عن 24 ساعة ولايقوم بأي نشاط يحقق من ورائه ربحا .

- المسافر العابر Transit Traveler:-

هو أي شخص يسافر إلى دولة ما خلال فترة تقل عن 24 ساعة، بشرط أن أي وقفات يقوم بها الشخص تكون لفترة قصيرة ولأغراض أخرى غير السياحة .

---

[1] -حسن علي محمد حسن " **السياحة في جمهورية مصر العربية** " دراسة في الجغرافيا الإقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة ،1975، ص ص173،174.

[2]- Grober in corproted,An Encyclopedia Americana,1982 vol.26. p877.

[3] - صلاح الدين عبد الوهاب ، "**السياحة الداخلية**"، مجلة البحوث السياحية، مطبعة زهران، القاهرة،ط1،1991، ص198.

وبناء عليه يعتبر السائح هو كل شخص لديه وقت فراغ أو وقت حر قام خلاله برحلة إلى أماكن جديدة ليس بغرض الإقامة وإنما إقامة مؤقتة ويتحلل خلال هذه الرحلة من كل الأعباء اليومية المرتبطة بالعمل والأسرة ويصبح حرا ويعيش في حالة استرخاء وإستجمام وإستمتاع فهو يبحث عن بعض التغيير في حياته، وهنا يكون السائح مستهلكا لامنتجا وهو بهذا يكون ضيفا مرغوب في أغلب الأحوال لكثير من البلدان التي بها مقومات جذب سياحي لزيادة وارداتها من التدفق السياحي .

ونتساءل هل يشكل السائحون طبقة إجتماعية متميزة ؟ ويبدو أن السائحين مجموعة من الناس داخل نظام طبقي تتميز بمركز إجتماعي و إقتصادي متميز عن الفئات الأخرى في المجتمع ويضفي المركز الإجتماعي والإقتصادي على الفرد بعض المتطلبات الأساسية التي يفضل الحصول عليها في أثناء رحلته على أنه لم يعد السائح ذو المستوى الإجتماعي والإقتصادي المتميز هو الذي يقوم بالرحلة بل أصبح السائحون من جميع الطبقات الاجتماعية وليس من مستوى معيشي أعلى من المستوى العادي حيث أن السياحة أصبحت نوعا من النشاط الإنساني الذي يقوم به بعض الناس بدافع شخصي ولم تعد السياحة قاصرة على الأغنياء فقط بل أصبحت لمختلف الطبقات الإجتماعية ولكن من أهم السائحين كفئة عمرية ؟

لم تقتصر السياحة كفئة عمرية محددة بل جميع الأفراد من أعمار مختلفة يفضلون رؤية مختلف بلدان العالم أو تمضية إجازة سواء كانت الرحلة للشباب او الأطفال من خلال الرحلات المدرسية أو الجامعية أو رحلات الجمعية الخيرية أو رحلات الأسر أو الموظفين ذوي الدخول المحدودة أو من خلال المجموعات السياحية مع عدم الإلتزام طوال الوقت بالبقاء مع المجموعة أو كبار السن أو من يرغبون في السياحة من أجل العلاج أو الاستشفاء[1] . أما عن السائحين كفئة ثقافية فيأتي الفرد إلى المكان الراغب في زيارته ويكون ذو مستوى ثقافي محدد ويهتم بالتعرف على عادات وتقاليد الشعب في البلد الذي جاء إليه والتعرف على أنماط السلوك المختلفة وطرق الحياة ... إلخ وكذلك فإنه من الواجب تصنيف السائحين تصنيفا ثقافيا أي حسب مستواهم الثقافي، ففي بعض الأماكن مثلا يمكن التمييز بين السائحين تبعا لمعرفتهم لغة البلد أو عدم معرفتهم بها وتبعا لإمكانياتهم المادية ومطالبهم ومستواهم الإجتماعي والثقافي [2]. هذا وتلعب اللغة دورا هاما في التأثير على السياحة .

وقد تمثل اللغة حاجزا قد يعوق السائح عن الإستمتاع بالرحلة والتعبير عن طلب إحتياجاته المختلفة والإستفادة من المعلومات الثقافية المتاحة في البلد الذي يزوره لذلك لابد من توفير متخصصين يجيدون أكثر من لغة بهدف تنشيط السياحة، وقد وعت معظم الدول الأروبية لذلك فإستخدمت أشخاصا يتحدثون اللغة العربية لجذب السائح العربي ويفضلون أن يكونوا عربا لإشعار السائح أنه في بلده وبالأمان والإطمئنان وذلك لأنه يرى وجوها مألوفة لديه ويسهل تعامله أثناء الرحلة. ويتضح لنا الفرق بين السائح وغير السائح من إستعراض الشكل التوضيحي الذي وضعته الهيئة السياحية بجامعة الدول العربية كمايلي:-[3]

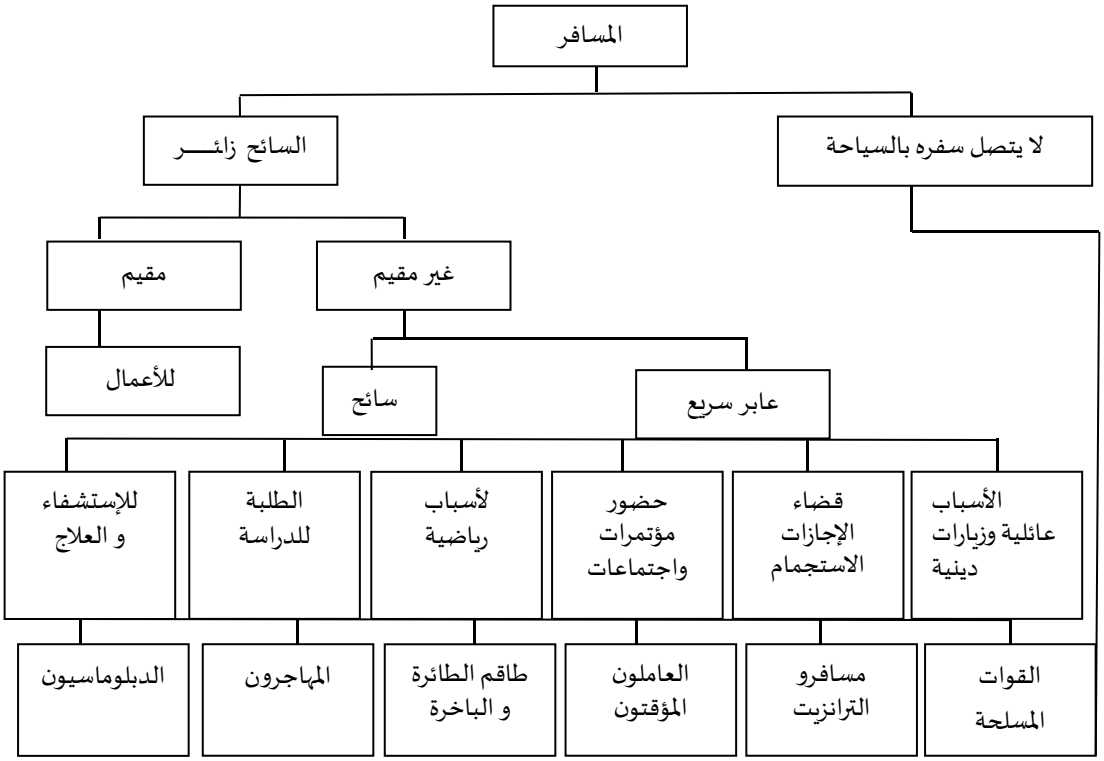
---

[1] - د.شوهدي عبد الحميد عبد القادر الخواجة ،"**التنمية السياحية في محافظة أسوان " دراسة جغرافية** " بحث مقدم للمؤتمر العربي "**تنمية المدن العربية في ظل الظروف العالمية الراهنة** "،القاهرة – جمهورية مصر العربية ،24-26 ديسمبر 2006م، ص13.

[2] -عبد الوهاب بوهديبة، "**السياحة الجماهيرية والتقاليد الثقافية**"، رسالة اليونسكو، العدد 237، أبريل 1981، ص 8.

[3]- Dennison Nash, Tourism as an anthropological subject, pp478-479.

الشكل رقم (02) :تمييز السائح عن مختلف المسافري



المصدر :يسرى دعبس :صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر،2021 ، ص341 .

وبالتالي فالسائح هو الذي يسافر ويبقى بعيدا عن وطنه من أجل أسباب مختلفة لفترة زمنية معينة لا تقل عن الأربع والعشرين ساعة، دون قصد الإقامة الدائمة أو ممارسة أي أعمال تجارية، ولا يمكن إعتبار الفئات التالية من الأفراد ضمن فئات السياح:[1]

- المسافرون إلى بلد ما بغرض الحصول على عمل بهذا البلد.
- الدارسون بمختلف المراحل التعليمية.
- الأشخاص القادمون للإقامة الدولية.
- المسافرون العابرون إلى بلد آخر ويغادرونه في نفس اليوم.
- الأفراد المقيمون في مناطق الحدود.
- الأفراد المقيمون في بلد ويعملون في بلد آخر مجاور.

ومن خلال ماسبق يمكن استنتاج سمات السائح:

تشمل دراسة السائح، من حيث الجنسية، والخصائص الاقتصادية والاجتماعية، والجوانب الشخصية الأخرى، وهنا ينبغي أن نميز بين القائمين بالإجازات ورجال الأعمال . بناءا عليه فإن السياحة ماهي إلا خليط من الظواهر والعلاقات، وأن هذه العلاقات والظواهر تتبع من حركة الأفراد وإقامتهم في أماكن مختلفة، ومن ثم يتمثل فيها عنصر الحركة (الرحلة)، والثبات

[1] -زيد منير عبوي :"**المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة**"، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن،2008 ، ص،145.

(الإقامة)، وأن ذلك يتم في منطقة للجذب ينتج عنها أنشطة تختلف عن تلك التي تمارس في مناطق الإرسال وأن الحركة مؤقتة إلى مناطق لاترتبط بعمل مدفوع الأجر .

2- مفهوم السياحة من وجهة نظر إجتماعية و إقتصادية :

1- المفهوم الإجتماعي :

في عام 1905 عرف الألماني جوبير فرولر(j.Freuller) السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والإستجمام وتغيير الجو و الإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة[1] .وهذا ثمرة لتقدم الإتصالات وكذلك تطور وسائل النقل، نلاحظ من هذا التعريف أنه إهتم فقط بالجانب النفسي الذي يكمن في الراحة النفسية والمتعة التي يشعر بها الفرد من خلال إقدامه على السياحة والجانب الإجتماعي الذي يجعل من المستهلك يقترب من شعوب أخرى بثقافات وحضارات غير التي يعرفها أو التي نشأ فيها .

2- المفهوم الاقتصادي :

في عام 1910 عرف العالم النمساوي هيرمان فوش وليرون (HERMAN VON SCHOLLERON) السياحة على أنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة [2]. كما عرفها الاقتصاديون على أنها دراسة العرض والطلب على أماكن الإقامة والخدمات الداعمة للمقيمين بعيدا عن موطنهم الأصلي والأنماط الناتجة عن الإنفاق والدخل والعمالة. ويتضمن مفهوم السياحة من وجهة نظر إقتصادية كل العمليات التي تدور حول إنفاق السائح لأمواله مقابل سلع مادية أو خدمات معنوية ثم عرضها من طرف الهيئات السياحية .

3- بعض المصطلحات السياحية :

تعد السياحة من أهم النشاطات الفردية، والمفهوم يتخذ بعدا إقتصاديا وإجتماعيا عندما يصل تعداد هؤلاء الأفراد الذين يعبرون حدود دولهم إلى دول أخرى بالملايين، إذ أنه من خلال حركة هؤلاء الأفراد تبدأ عملية تدويل السياحة وتفرض نوعا من التغيير على المستوى الدولي.

وهناك عدة مفاهيم ومصطلحات متداخلة مع مفهوم السياحة كوقت الفراغ، الإستجمام، السفر،الزيارة ، النزهة، حيث نورد مفاهيمها فيما يلي[3] :

- ✓ **وقت الفراغ :**

يعرف وقت الفراغ على أنه الوقت المتبقي بعد تأدية العمل والنوم، وبمعنى أدق هو كل ما يتبقى للفرد من وقت العمل والنوم وقضاء الحاجات الأساسية وخصوصا الأشغال المنزلية.

ونشير إلى أن مفهوم وقت الفراغ يشمل السياحة والإستجمام بأنواعه المختلفة، وذلك لأن هذه الأنواع جميعا تقوم على مبدأ إستغلال الإنسان لأوقات فراغه في نشاطات معينة، وبدوافع معينة، ولفترات زمنية تطول وتقصر حسب وقت الفراغ وحسب نوع النشاط والهدف منه.

---

[1] – ماهر عبد العزيز توفيق ، **صناعة السياحة** ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان -الأردن،1997 ، ص22

[2] - ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره ،ص23.

[3] –مروان السكر :"**مختارات من الإقتصاد السياحي**"، مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن،1997، ص .116

✓ **الإستجمام :**

يشمل جميع النشاطات التي يمارسها الشخص أثناء وقت الفراغ، بإستثناء العمل الإضافي، أو العناية بالأطفال أو آداء الوظائف المنزلية، وكذلك جميع أعمال الصيانة الخاصة بالمنزل.وينقسم الإستجمام إلى نوعين رئيسيين هما:

أ- الإستجمام القريب:

يتضمن الإستجمام القريب نوعين من الإستجمام،الأول هو الإستجمام الداخلي وهو الذي يتم داخل محل سكن الفرد أو في محيطه القريب، بحيث لا تستخدم فيه وسائل النقل بأشكالها المختلفة، وإنما يتم الوصول سيرا على الأقدام إلى المناطق المراد زيارتها، كما أن مدته الزمنية تتراوح غالبا بين الساعة الواحدة والثلاث ساعات.

أما النوع الثاني من الإستجمام القريب فيتمثل في الإستجمام المحلي، وهو الذي يحدث ضمن حدود التجمع السكاني للأفراد، حيث يستخدمون فيه في أغلب الأحيان وسيلة نقل معينة حسب بعد المنطقة محل الإستجمام، إذ تتراوح مدته عادة من ثلاث إلى ست ساعات.

ب- الإستجمام البعيد:

أما الإستجمام البعيد فهو يختلف نوعا ما عن الإستجمام القريب، وذلك لأن الإستجمام البعيد ينشط في المناطق السياحية والترفيهية التي تقع خارج التجمعات السكانية للأفراد، كما أن مدته الزمنية لا تزيد عن
يوم واحد، كما أنها لا يمكن أن تقل عن أربع وعشرون ساعة .

❖ **السفر:**

إن السفر هو نوع من أنواع حركة الأفراد خارج المنطقة التي يعيش فيها، متجها إلى منطقة أخرى، حيث أن المسافر هو ذلك الشخص الذي ينتقل من دولة إلى دولة أخرى، أو ينتقل من منطقة إلى منطقة أخرى داخل نفس الدولة التي يعيش فيها، حيث يكون سفره لأسباب مختلفة قد تكون سياحية أو غير سياحية.

❖ **الزيارة:**

تعرف منظمة السياحة العالمية الزائر، على أنه الشخص الذي يزور بلدا غير تلك التي يقيم فيها بشكل دائم، لأي سبب من الأسباب غير الحصول على وظيفة أو عمل بأجر في الدولة التي يزورها، ويشمل هذا التعريف مفهوم السائح والمتنزه.

❖ **النزهة:**

يعتبر المتنزه أو طالب النزهة زائرا مؤقتا، إذ أنه يمكث أقل من أربع وعشرون ساعة في بلد الزيارة، ولا يدخل ضمن هذا التعريف مسافروا الترانزيت حتى وإن قضوا بعضا من الوقت في الموانئ الجوية والبحرية أو المحطات البرية للبلد المضيف.وإنطلاقا مما سبق فإن مفهوم السائح يختلف عن مفهوم المستجم، المسافر، الزائر وعن المتنزه، وذلك لأن السائح هو زائر يمكث لليلة واحدة على الأقل في البلد الهدف(بلد الزيارة)، أي أن مدة الزيارة لا تقل عن أربع وعشرون ساعة وتكون لأي هدف بإستثناء الوظيفة أو العمل بأجر

ثانيا : دور الدراسات الأنثروبولوجية في فهم التغير الثقافي للمجتمعات

1- الثقافة وعناصرها المختلفة :

تشهد مسألة الثقافة،أو بالأحرى مسألة الثقافات، تجددا يجعل منها مسألة راهنة، سواء على االمستوى الفكري، بفعل الثقافتية الأمريكية، أو على المستوى السياسي.ففي فرنسا، على الأقل، لم يكن الحديث في الثقافة أوسع مما هو عليه اليوم

(بخصوص وسائل الإعلام) أو الشباب أو المهاجرين). وهذا االإستخدام للكلمة، مهما كانت حدود مراقبته، هو في حد ذاته، معطى إثنولوجي . مارك أوجي(Marc Augé)[1].

الثقافة هي من صلب تفكير العلوم الإجتماعية، إنه ضروري لها، بصورة ما، للتفكير في وحدة الإنسانية، ضمن التنوع، في غير معناها البيولوجي. يبدو أنه يوفر الإجابة الأكثر ترضية لمسألة الإختلاف بين الشعوب بإعتبار أن الإجابة "العرقية" تفقد صدقيتها بقدر ما يتقدم علم وراثة المجموعات الإنسانية .

الإنسان، جوهريا، كائن ثقافي. ولقد تمثلت، أساسيا، صيرورة الأنسنة التي إنطلقت منذ ماياهز الخمسة عشر مليون سنة في المرور من تأقلم وراثي مع المحيط الطبيعي إلى تأقلم ثقافي.

تعتبر من المقومات الإجتماعية المهمة، وفي مقدمها العادات والتقاليد والتراث والفلكلور الوطني والمهرجانات المعبرة على ذلك(مثل مهرجان جرش في الأردن، وقبلي ودوز في تونس،والجنادرية في السعودية، وتدمر في سورية، وصلالة في عمان، وقرناو في اليمن، وبابل في العراق وغيرها.*

1-1 - الأمن:

من أقوى مقومات البيئة الإجتماعية للسياحة،وبخاصة في المناطق الصحراوية، حيث تتباعد المسافات وتقل الرقابة الأمنية، وتعتبر السياحة من أكثر القطاعات حساسية وتأثرا بالأمن، ولذلك قامت بعض الدول العربية بعمل شرطة بيئية، وشرطة سياحية، كما في الأردن ومصر وغيرها .

1-2- الصناعات التقليدية:

سواء كانت ذات مصدر نباتي (أدوات زراعية وأطباق وصوان)،أو زراعي (الصابون وزيت الزيتون والحلويات وطحن الحبوب)،أو حيواني(من شعر الماعز أو من صوف الأغنام) والبسط، والسجاجيد، أو صناعات جلدية مختلفة،أو صناعات ذات مصدر معدني مثل الأدوات النحاسية .[2]

تزخر الصحاري العربية في هذه الصناعات التي كانت تعبر عن أسلوب الحياة للبدوي في الصحراء، والجدير بالذكر أن هذه الصناعات هي تعبير رائع لمفهوم إستثمار خامات البيئة وبما يتناسب ويتناغم معها، بعيدا من العبث والتلوث البيئي، ويمكن للدول العربية إعادة تأهيل هذه الصناعات بهدف تعزيز مايسمى التنمية المستدامة في السياحة sustainable (Development)،وبدأت بعض الدول العربية في الإهتمام بهذا الجانب مثل المغرب وتونس ومصر وسورية، وبعض الدول الخليجية .

---

[1] Marc Augé " **l'autre proche dans** : **l'Autre et le semblable :Regards(1) sur l'ethnologie des sociétés contemporaines**",CNRS plus,Textes de Maurice Agulhon,Gérard Althabe,Marc Augé,Guy Barbichon…(et al) rassemblés et introd. par Martine Segalen(paris) : presses du CNRS,1988,pp,19-34.

* –بدأت بعض الدول العربية بالإهتمام بإقامة المهرجانات السياحية الصحراوية بهدف الإطلاع على عادات وتقاليد وثقافة الشعوب الصحراوية،ويظهر ذلك من خلال مايسمى "مهرجان صحاري العالم" فعلى سبيل المثال في 16-22 نيسان /أبريل 2005،إفتتح ولي عهد دبي سمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم فاعليات مهرجان صحاري العالم، الذي أقيم في إطار فاعليات المهرجان الثاني لحضارات وثقافات شعوب صحاري العالم، والذي نظمته جائزة زايد الدولية للبيئة، كما تقام مهرجانات صحراوية عديدة في هذا المفهوم، من أبرزها مهرجانات الجنوب التونسي التي تقام في المدن الصحراوية التونسية في دوز وقبلي وتطاوين ....وغيرها.

[2] -خليف غرايبة،" **الجغرافية التاريخية للمنطقة الغربية من جبل عجلون"(إربد: مطبعة الروزنا، 1998)** ،ص146-157.

1-3- البنية التحتية :

مدى توافرها ونوعيتها في المواقع السياحية مثل: طرق المواصلات والماء والكهرباء،ونظرا إلى أهمية المواصلات(وسائل وأنواع) ظهر ما يسمى:" بلوغ المكان" في الأدب السياحي، بمعنى إمكانية بلوغ المكان السياحي بوسيلة مواصلات خاصة، أو عامة وشبكة ووسائل المواصلات، والدول العربية في مجال السياحة بعامة والصحراوية بخاصة لاتزال متخلفة في هذا المجال المهم.

1-4- الإستثمار السياحي :

يعتمد على عوامل عديدة منها: الموقع الإستراتيجي للدولة، والإستقرار السياحي والإقتصادي الموجه إلى السوق الحرة، والقوانين والتشريعات والأنظمة وما يصاحبها من الحوافز والإعفاءات، ووجود المناطق الحرة والمدن السياحية والصناعية، والصناعات التقليدية، ووجود مصادر بشرية منافسة ومؤهلة، والإتصالات، ونوعية حياة عالية للسكان[1] (Quality of life)،وتعاني الدول العربية ضعفا في الإستثمار السياحي، وذلك لضعف وإهمال الخدمات في المواقع السياحية .

1-5-سياحة الجذور:

نظرا إلى أهمية السياحة ظهر مؤخرا هذا النوع من السياحة، الذي يركز على القيم الإجتماعية وتنميتها وربط السائح المهاجر ببلده. ويمكن للدول العربية أن تبدع في هذا المجال على المستوى الداخلي، وذلك مع الذين هجروا الصحراء وإستقروا في الأرياف والمدن. وعلى المستوى الخارجي مع أولئك الذين هجروا أوطانهم وسافروا إلى أقطار غير عربية .

مع ذلك بدأت بعض وزارات السياحة في بعض الدول العربية، ووزارات الشباب والرياضة،أو وزارة المغتربين (كما في سورية)، بعمل برنامج إستضافة للمغتربين بهدف ربطهم ببلدهم، وعرض منجزاتهم ومستوى تقدمهم، لما لذلك من آثار سياسية(ولاء وإنتماء)،وآثار إقتصادية(دخل)،وإجتماعية (حنين وعاطفة)[2].

ثالثا: علاقة الأنثربولوجيا الإجتماعية والثقافية في إبراز التراث المادي والفكري للمجتمعات .

1- مسألة التغير الثقافي وعوامله:

إن الثقافة غير بطبيعتها في المجتمعات التي توجد فيها،إنها تختلف بين مجتمع وآخر، ومن عنصر إلى آخر. وإن هذا التغير يرتبط بمجموعة من العوامل والأسباب التي سنحاول في هذا المجال أن نكشف عنها ونحللها. ولهذا وجب أن نتساءل أولا ماهي الثقافة ؟ وماهي العوامل التي تؤدي إلى التغير الثقافي ؟

-قبل تحليل عوامل التغير الثقافي لابد أولا من أن نعرف الثقافة .

- **التعريف اللغوي والإيثنولوجي** :" إن كلمة ثقافة بالفرنسية (culture) مشتقة من اللاتينية (cultura) وتعني العناية بالأرض أو الزراعة " وفي المعجم العربي مأخوذة من ثقف –يثقف– ثقافة والجمع ثقافات، ومعنى ثقف أي وجد الشيء، وكما جاء في القرآن الكريم: "**و إقتلوهم حيث ثقفتموهم** "، أي إقتلوا مشركي مكة حيث وجدتموهم وهو إشارة إلى الكفار.

1-**التعريف الإصطلاحي** : الثقافة هي تكوين روحي من خلاله يتم تهذيب الذوق، الذكاء والشخصية من أجل الوصول إلى الكل، وهكذا فإن الإنسان المثقف هو الذي يملك القدرة على إصدار الأحكام .

1-1-**تعريف سوسيولوجي (خاص بعلماء الإجتماع)** : " هي ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعارف، التقنيات، العادات والتقاليد والتي تميز مجتمعا ما عن آخر،أو مجموعة بشرية عن أخرى.[3]

---

[1] -أنظر الموقع الإلكتروني: www.jordanianvestment/biodiversity.

[2] -أنظر الموقع الإلكتروني: www.discovalex.com

[3]-RUSS Jacqueline, " **Dictionnaire de philosophie"**,Bordas,2004,p(85-86).

ويعرفها الأنثروبولوجي الأمريكي المعاصر رالف لينتون، " الثقافة هي تجسيد لتلك السلوكات المكتسبة والموزعة والتي تنتقل وتتوارث من قبل أعضاء مجتمع ما" .[1]

وفي الكثير من الكتب الأنثروبولوجية أو الإثنولوجية نجد كلمة "ثقافة" مرادفة للكلمات التالية: قبيلة، مجتمع، حضارة وإثنية بمعنى (عرف). ويعتبر تيلور الأنثروبولوجي الإنجليزي المعاصر بأنه أول من أعطى تعريفا للثقافة عام 1871، وهو الذي أدرجناه سابقا في التعريف السوسيولوجي للثقافة . وقد وضع مصطلح علم الثقافة (culturologie) لتبيان أن الثقافة هي علم له موضوع، منهج وقوانين ككل العلوم الأخرى، وقد عرف " كروبر الأنثربولوجي " الأميركي المعاصر وتلميذ(بواس) علم الثقافة بأنه : "هو ذلك العلم الذي يسمح بفهم الظاهرة الإجتماعية" [2] .

- بعد أن إنتهينا من تعريف مصطلح ثقافة والعناصر المرتبطة به سنحاول الآن أن نعرف التغير الثقافي وعوامله .

1-2- **تعريف التغير الثقافي والإجتماعي** : يستعمل هذا المصطلح للإشارة إلى تلك التغيرات الثقافية التي تحدث في مجتمع ما، أو تجمع بشري أو إثنية ما، من دون إصدار أحكام قيمة حول معنى هذا التغير (الوصف والتحليل) ومن دون النقد والتقييم.

إن مفهوم التغير الثقافي والإجتماعي أنتج صعوبتين منهجيتين أساسيتين هما:[3]

أ- إن التغير الثقافي عندما يبحث في دراسة ما هو متغير (غير الثابت) فإنه يضيع في فضاء الظرفية والمؤقت ليعطي أهمية أكثر لما هو جديد في الظاهرة الثقافية ويهمل الأصل والثابت في الثقافة .

ب- إن التغير الثقافي عندما يحاول ويريد الكشف عن التغيرات العميقة والأسباب الخفية لذلك، فإنه ينتقل من المجالات العلمية إلى المجالات الميتافيزيقية والغيبية التي لا تمت بصلة إلى المجال الأنثربولوجي، بإعتباره علما وضعيا له موضوع، منهج وقوانين وهنا يخرج عن نطاق العلم لأن الأنثربولوجيا كعلم ملزمة بإحترام القواعد الموضوعية والعلمية .

نستنتج أن تحليل التغير الثقافي هو أكثر صعوبة من ضده وهو الثابت والدائم الثقافي والإجتماعي .

هذا بعد تعريفنا لمفهوم التغير الثقافي والإجتماعي و يجب أن نتساءل : ماهي أهم العوامل المؤدية إلى ذلك ؟

هناك عوامل عدة تحث على التغيرات الثقافية والإجتماعية من بينها :

1-2-1 الحداثة الصناعية والتكنولوجية :

إن التحديث الصناعي والتكنولوجي الذي وصل إليه الغرب أفرز قيما ثقافية جديدة أحدثت تغيرات في الثقافات الأصلية لهذه المجتمعات، مثلا سيطرة القيم المادية على القيم الروحية، تمزق العائلة وسيطرة الفردانية ...إلخ.

2-2-1 الهجرة والإدماج الثقافي :

تطرح هذه المشكلة بالخصوص في المجتمعات التي تتألف تركيبتها الثقافية والإجتماعية من عدة أجناس وكل ثقافة تريد أن تفرض نفسها وتسيطر على الأخرى، وهذا ما نجده في أوروبا وأميركا على سبيل المثال . ففي أميركا نجد سيطرة الثقافة الأنكلوساكسونية (ثقافة الدول الناطقة باللغة الإنجليزية) وهي التي تفرض نفسها على الثقافات الأخرى، فالمهاجر إلى هذا البلد يجب عليه أن يندمج في هذه الثقافة ويتعايش معها وإذا كان العكس فإنه سيهمش ويعزل .

3-2-1-اللاثقافة:

تسمى بالفرنسية :(l'acculturation) وقد وضع هذا المصطلح عالم الأنثروبولوجيا الفرنسية بلا نديي (Balandier). وهو يشير من خلاله إلى تلك التغيرات التي تحدث عندما تلتقي ثقافتان مختلفتان فتحصل تغيرات تفرضها ثقافة أجنبية على ثقافة محلية

[1]- Linton Ralphe, "**Le fondement Culturel de la personnalité"**, dunod,1975,p33.
[2]- Gresle François, "**panoff Michel"**, Dictionnaire des Sciences Humaines,Nathan,1994,p80.
[3]-- Linton Ralphe, "**Le fondement Culturel de la personnalité"**, dunod,1975,p33.

مثال: الإستعمار الفرنسي للجزائر هو إلتقاء بين ثقافتين مختلفتين حاولت الثقافة الفرنسية أن تفرض نفسها على الثقافة الجزائرية لتحدث تغيرات فيها، وفي هذه الحالة يمكن أن تسمى حالة اللاثقافة التي حدثت في الجزائر بمصطلح طمس الشخصية الوطنية .

1-2-4-التكيف :(l'adaptation) أو**(la survivance)** وهو عامل من عوامل التغير الثقافي ومعناه التكيف والتأقلم مع المتغيرات الجديدة التي تحدث في ثقافة ما .

1-2-5-العولمة: (la mondialisation) أو (la globalisation)

وبالعربية الكوكبية، لقد حاولت العولمة أن تحدث تغيرات في الثقافات المحلية وتفكيكها وجعلها تخضع لنموذج الثقافة الأقوى وهي الثقافة الأوروبية والأميركية .

إن التغير الثقافي في عالمنا المعاصر أصبح ظاهرة بديهية في عالم متغير غير ثابت، ففي كل لحظة هناك جديد وفي لحظة نشهد زوال عناصر ثقافية وظهور أخرى جديدة،ومادامت الثقافة الأميركية والأوروبية هي الثقافة المسيطرة في عالمنا، فإن قيمها هي السائدة .

❖ **أهم المقاربات بين الأنثروبولوجيا والإثنولوجيا :**

تكون الأنثربولوجيا مجموعة من العلاقات المنهجية والمعرفية مع علم الأجناس البشرية أو ما يسمى بالإثنولوجيا إذ تجمعهما الكثير من النقاط المشتركة والمتشابهة . هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك حاجة إلزامية وملحة من قبل الأنثربولوجيا للإثنولوجيا حتى تحقق الأنثربولوجيا أهدافها المتمثلة في النتائج والحقائق العلمية الدقيقة، والشيء نفسه ينطبق على الإثنولوجيا، ومن هنا وجب أن نتساءل : ماعلاقة الأنثربولوجيا بالإثنولوجيا؟ قبل أن ندخل في سبر عمق هذه العلاقة وجب أن نعرف الإثنولوجيا :

1- **تعريف الإثنولوجيا**: (Ethnologie)يعتبر العالم السويسري شافان (Chavannes) أول من إستعمل هذه الكلمة، وكان ذلك عام 1787م في كتابه: (محاولة حول التربية الفكرية مع مشروع علم جديد)، وإن كلمة إثنولوجيا كانت مرادفة لعلم تصنيف الأعراق أو الأجناس، وذلك في بداية (القرن 19) بمعنى أنها كانت في هذا القرن جزءا مما يسمى حاليا بالأنثربولوجيا البيولوجية، أما في (القرن 20) وبالضبط في منتصفه، فإنها أصبحت تعني مجموعة العلوم الإجتماعية التي تدرس المجتمعات البدائية أو ما يسمى بإنسان المستحثات .وهنا ومن خلال هذا المعنى فإن الإثنولوجيا لم تختلف عن الأنثربولوجيا بل هي نفسها الأنثروبولوجيا أو هي جزء منها، وفي معناها الضيق المعاصر فهي تعني الدراسات التركيبية والنتائج النظرية حول الإثنيات أو الأجناس من خلال الوثائق الإثنوغرافية التي تتجلى من خلال الحقائق التالية : إن الإثنولوجيا تدرس الأعراق من خلال ثقافتها، طرق التواصل لديها ومن خلال أصولها العرقية ومن خلال ماضيها من أجل إعادة بنائه، وفي هذا المعنى نجد الإنجليز قد ربطوا كلمة الإثنولوجيا بدراسة المشكلات العامة التي تكون الحقل الأساسي للأنثربولوجيا الثقافية والإجتماعية بمعنى أن الإثنولوجيا ما هي إلا أنثروبولوجيا إجتماعية وثقافية أي مرادفة لها، إن هذه المقاربة بينهما من طرف الدول

الأنكلو ساكسونية لم تقبل كلية في فرنسا .

وكما للأنثربولوجيا فروع كثيرة نجد الإثنولوجيا لها كذلك مجالات مختلفة وأشهرها .

1-1- إثنولوجيا التاريخ: هو فرع من الإثنولوجيا يبحث في إعادة تكوين المجتمعات التي إنقرضت أو فقدت ثقافتها وذلك من خلال أركيولوجيا ماقبل التاريخ أو الأرشيف أو الإستنتاجات المعتمدة على البراهين غير المباشرة : مثال : إثنولوجيا التاريخ لمجتمع الأنكا* ومجتمع الأزنك*.

2-1 - إثنولوجيا الفلاحة : يهتم هذا الفرع بدراسة التجمعات الفلاحية أو الزراعية داخل المجتمعات الصناعية.

4-1-إثنولوجيا المدينة : تهتم بدراسة الظواهر الإجتماعية بتجمعات ضيقة داخل المدينة مثال : بن ميزاب مثلا مدينة وهران، أو القبائل .

هذا وقد صدرت مجلة لها شأن حول الإثنولوجيا، وهي مجلة أميركية، وذلك عام 1962من طرف عالم الأنثربولوجيا الأمريكي موردوك (Murdok)، وطبعت من قبل معهد الأنثربولوجيا لجامعة بيتسبورغ (الولايات المتحدة الأمريكية) وهي تهتم بالظواهر الأنثروبولوجية والإثنولوجية .

❖ **تطورات واعدة في النظرية الأنثروبولوجية :**

بلغ الآن تراكم المعلومات الوصفية عن السلوك البشري، في الماضي والحاضر، نسبا تجعل من الممكن إحراز تقدم مهم في النظرية الأنثروبولوجية . فقد كان أحد أهم الموضوعات الدائمة في النظرية الأنثروبولوجية الأثيرة مسألة التطور الحضاري – البحث عن مراحل عامة أو أنماط منتظمة في تاريخ الحضارة الإنسانية. بعد أن ضعفت الثقة بنسخة التطور الحضاري في القرن التاسع عشر، تجنب معظم الأنثروبولوجيين –كنوع من التحريم الخارق للطبيعة –أي تمحيص حضاري . وفي الأزمنة الأحدث، جرت محاولات مهمة لبناء نظريات جديدة على أسس أفضل .

وقد دفع جوليان ستيوارد إلى الأمام نظرية دعاها تطور متعدد الخطوط . وبدلا من الإدعاء بأن طرائق الحياة في كل مكان تتقدم بسلسلة متعاقبة من التقدم من الهمجية إلى الحضارة فإن ستيوارد بحث عن مواقف أكثر تحديدا . ونظر ستيوارد وجماعة آخرون من الأنثروبولوجيين في نشوء الحضارة في بلاد الرافدين ومصر والصين وبيرو وأواسط أمريكا فلاحظ أن عمليات مشابهة تماما في النمو الحضاري حدثت في هذه الأماكن المتباعدة بصورة واسعة . وقد إتسمت " الحقبة التكوينية " في كل من هذه المناطق بتطور في التعدين ونمو السكان وتوسع في الحضارة السائدة وبناء منشآت واسعة وظهور منظمة "دولة" متعددة المجتمعات .

نظريات ستيوارد تبين أن تطور مجتمعات معقدة في أنواع أخرى من الظروف الطبيعية (مثلا أروبا الشمالية) ، تتوقع أن تتخذ أنماطا مختلفة من الأنماط التي وضعت الآن . هذا الإطار النظري يزعم أن العمليات الثقافية يجب أن تدرس بوصفها تفاعلا بين الظروف والمنظمة الإجتماعية والإختراعات التكنولوجية والأنماط الفكرية –مؤثر ومتأثر بعضها ببعض حين يتكيف الناس إلى ظروف معينة ويحاولون تحسين أحوالهم المعاشية .

كثير من التقارير الأنثروبولوجية عن شعوب خاصة قدمت من مجرد قوائم من تقاليد غريبة " مختلفة وجدت في مجتمع خاص مع قليل من المفاهيم عن كيفية إتصال هذه التقاليد بعضها ببعض أو كيف نظم المجتمع الذي يمارسها .

يستند ظهور نظرية أنثروبولوجية إلى فرضية عامة بأن السلوك والتقاليد المختلفة ضمن مجتمع معين مترابطة وظيفيا، وفضلا عن ذلك، يدعى الأننثروبولوجيون أن أي مجتمع من الناس يمكن أن يوصف بأنه منظم في نظام إجتماعي يؤدي فيه الأفراد

---

* –الأنكا: قبائل الهنود الحمر في أميركا اللاتينية وبالخصوص في المكسيك .

* -الأزنك: قبائل الهنود الحمر في أميركا الجنوبية .

والجماعات "أدوارا" متنوعة في مسرحية المعيشة . هذه الإدعاءات الأساسية يمكن إستخدامها في دراسة أي جانب من المنظمة الثقافية أو الإجتماعية .

2-التنمية السياحية كقاطرة لتنمية إقتصاديات العالم المعاصر:

❖ **التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية :**

من خلال ماتعرضنا لها فيما يخص السياحة والتنمية السياحية بأن التنمية السياحية جزء لا يتجزأ من التنمية المحلية بل نستنتج أن هناك علاقة طردية بين التنمية السياحية والتنمية المحلية أي إنما كل ماكانت التنمية السياحية،حيث أن تطوير المقاصد السياحية والخدمات المكملة لها محليا، هو جزء من الإستراتيجية العامة التي تتخذها السلطات المحلية للامركزية منها مديرية السياحة والجماعات المحلية البلدية .

3-الأهمية الإقتصادية غير المباشرة للسياحة :

من خلال التطرق للأهمية الإقتصادية نستنتج أن السياحة تعتبر كعامل للتوسع، لأنها تؤدي إلى تطور النشاط الإقتصادي وخلق مناصب شغل جديدة في مناطق فقيرة ومعزولة وإنشاء مشاريع سياحية فيها، إضافة إلى تطوير نشاطات أخرى بهذه المناطق والنهوض بها، وبالتالي تحقيق التوازن الجهوي ودعم الإقتصاد بشكل عام .

لهذا نجد أن للسياحة أهمية إقتصادية غير مباشرة من حيث:

أ- تحقيق التكامل الإقتصادي:

إن تحقيق التكامل بين القطاعات الإقتصادية يعني التوسع في إنشاء المشاريع السياحية، والذي يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة، حيث تمارس نشاطات إقتصادية معينة يزداد عليها الطلب نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي، كما يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الإقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة، وينجم عن ممارسة مختلف الأنشطة السياحية تحقيق عدة منافع إقتصادية مباشرة أو غير مباشرة مثل[1]:

- زيادة إيرادات الدولة وبالتالي القدرة على تمويل المشاريع التنموية .
- تشجيع رأس المال الوطني على الإستثمار في مشاريع جديدة .
- إستغلال الموارد الطبيعية والبشرية للدولة .
- جذب الإستثمارات الأجنبية .

ب- زيادة الرواج الإقتصادي:

إن المبالغ التي تدخل قطاع السياحة تدور في حركة الإقتصاد الوطني، فالإستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تتحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة .

ومن جهة أخرى فإن الأموال التي تدخل للدولة من السياحة تستخدم في غالب الأحيان لتنمية هذا القطاع، وبالتالي تدخل ضمن الدورة الإقتصادية للدولة،إضافة إلى أن الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وكذا المدخول من إعادة بيع المنتوج السياحي إلى المستهلكين وأصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة، وبالتالي تؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي .

[1]- Ministére du tourisme horizon 2010.op-cit,p9.

ج- تسويق بعض السلع الأخرى:

غالبا ما يقدم السياح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلة، وطبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتوجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي، فكلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زادت الصادرات لمثل هذه السلع[1].

د - تطوير البنى التحتية :

يحتاج القطاع السياحي إلى بنى تحتية متنوعة كالطرق ومشروعات الصرف الصحي، ومياه الشرب، وسائل النقل المختلفة، بالإضافة إلى مطارات وموانئ مناسبة، وأنظمة التخلص من النفايات والإتصالات، إضافة إلى التطوير العمراني للمناطق الرئيسية من أجل الجذب السياحي، وبالتالي فإن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي، من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة .[2]

إذ أن هذه البنى التحتية تحتاج إلى أموال لبنائها وإقامتها، حيث أن السياحة تعتبر عامل هام لزيادة قدرة الدولة من العملة الصعبة للقيام بذلك .

هـ- زيادة الإستثمار الوطني والأجنبي:

تتضمن السياحة مجالات مختلفة للاستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، القرى السياحية،شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل، وبالتالي ترتفع الإستثمارات في هذا المجال .

كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الإقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية والإستثمارات فيها.[3]

4-الأهمية الإجتماعية والثقافية للسياحة :

إن إهتمام الدول بالسياحة الإجتماعية والثقافية يدفعها للنهوض بمختلف المناطق السياحية والإهتمام بها وتهيئتها بإستمرار خدماتيا وحضاريا .

أ- الأهمية الإجتماعية للسياحة :

تساعد السياحة المجتمع من تعلم ثقافة مختلف المناطق والدول التي يأتي أفرادها لطلب مختلف الأنواع السياحية المتاحة في البلد السياحي وذلك من خلال الإحتكاك بهم وملاحظتهم، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والإحترام وتلاقي القيم والعادات قبولا بين البلد السياحي ومختلف السياح وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات، وتقريب المسافات الثقافية بينهم، وبناء الصورة الذهنية الإيجابية عند السياح الأجانب واللازمة لذلك. إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الإتصال والتواصل فيما بينهم، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم .

ب- الأهمية الثقافية للسياحة : توفر السياحة الدوافع والحوافز و تساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية، والتي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستتعرض للدمار والتدهور، وبالتالي إلى ضياع التراث التاريخي للمنطقة السياحية،

[1] -خالد كواش: "**أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر،2007م ،ص87.

[2] -المرجع نفسه،ص.87.

[3]- Ministère du tourisme horizon 2010.op-cit,p.9

كما تبرر السياحة الثقافية عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، على إعتبار أنها تحافظ على عناصر الجذب السياحي من حيث[1]:

- المحافظة على التراث التاريخي والثقافي،ومختلف الأنماط المعمارية المعاصرة المميزة للمناطق السياحية للبلد السياحي .
- إحياء التظاهرات والفنون والمناسبات التقليدية والصناعات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.
- تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف و المرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية .
- دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات وبالأخص بين السياح وسكان البلد السياحي .

ج- الأهمية البيئية والعمرانية للسياحة :

تمكن السياحة من تحقيق إستغلال أمثل للموارد الطبيعية المتنوعة، وتدفع الأفراد للمحافظة عليها وعدم إساءة إستخدامها، على إعتبار أنها ثروة وطنية، كما تساهم النشاطات السياحية في تنظيم وتخطيط وتحديث إستخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة، مع الإهتمام بالبيئة بأبعادها الجمالية للمعطيات، سواء كانت طبيعية أم من صنع الإنسان، وتبرز هذه الأهمية خاصة من حيث:

✓ **تحسين المعطيات العمرانية :**

تساعد السياحة على تبرير تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة، كتطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق الوطنية والإقليمية، والبنايات ذات الطابع الجمالي وذلك لكونها عناصر جاذبة للسياح، كما أن الدخل السياحي يساهم بدوره في نفقات أخرى تساهم ليس فقط في السياحة، بل في كل الجوانب الاقتصادية للدولة كالنقل، شبكات الصرف الصحي وغيرها[2] .

✓ **المحافظة على البيئة :**

توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث، الضجيج، معالجة النفايات، كما تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع، والتصاميم الإنشائية المناسبة،إستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني[3].

---

[1]Ministère du tourisme :op cit,horizon2010,p8.

[2] -خالد كواش:"**أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**"، مرجع سابق، ص87.

[3] -السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية،**www.algeriantourism.com**،تاريخ الإطلاع 2010/04/11،بتوقيت الإطلاع 8:00 مساءا.

خاتمة الفصل :

نستنتج مما ورد في هذا الفصل أن ظاهرة السياحة قد شهدت تطورات سريعة و مستمرة تبعا لتطور الحياة وأساليبها ونظمها، والتطور العلمي والتكنولوجي، مما أدى إلى إتساع نطاقها وتعدد جوانبها و إزدياد أهميتها، حتى أصبحت اليوم من أكبر الصناعات في العالم، فهي عبارة عن نشاط مركب يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة المعتاد لأسباب متعددة، وتتميز بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من الأنشطة، وهي تشترط توفر مجموعة من المقومات والموارد الطبيعية والبشرية التي من خلالها تتعدد أنواعها وأنماطها .

أصبحت السياحة اليوم من أهم الصناعات التي يجب الإهتمام بها لما لها من أهمية كبيرة في دعم عملية التنمية الشاملة،فقد أدركت معظم الدول أهمية السفر والسياحة لأنها تشكل أحد الموارد الإقتصادية المهمة التي تعين الدولة في إقتصادياتها، وبالتالي أصبحت تعمل على تنظيم زيارة الأجانب وتقديم كافة الإمكانيات لخدمتهم وإنتقالهم ومتعتهم للإستفادة المادية من وراء زيارتهم، حيث تستطيع السياحة أن تشكل قطاعا إقتصاديا يساهم في التنمية الإقتصادية والإجتماعية، وتساهم في تمويل الإقتصاد الوطني، وخلق مناصب عمل مباشرة وغير مباشرة، وكذا تشجيع الإستهلاك والإنفاق، وتنشيط القطاعات الإقتصادية والإجتماعية المرتبطة بها، وقد ظهرت عدة منظمات سياحية محلية وعالمية حكومية وغير حكومية لدعم السياحة وتسهيل حركة السياحة العالمية بين الدول المختلفة .

أولا : المسار التاريخي للسياحة الجزائرية

1-واقع السياحة في الجزائر:

للسياحة أهمية كبيرة اليوم في تمويل اقتصاديات الدول الكبيرة، وهي تلقى الكثير من الاهتمام في المخططات والمشاريع التنموية والاستثمارية، فهي أكثر المظاهر المعبرة عن تقدم الدول ورفاهيتها . تشكل السياحة في الجزائر اهتماما متزايدا في إطار البحث عن مصادر جديدة بديلة للتمويل بدل المحروقات، وهي التي تزخر بطاقة سياحية لا يستهان بها بمختلف أنماطها، إذ أن الكثير من الدول استثمرت في السياحة بشكل يغنيها عن موارد الثروات الأخرى، والسياحة الصحراوية في الجزائر أحد أنواع السياحة التي تزخر بها الدولة، وهي التي تشكل بها الصحراء 80% من إجمالي مساحتها، غير أن واقع هذه السياحة لم يرق بعد إلى الاهتمام وتجنيد مشاريع تنموية تأخذ بتنمية هذه السياحة، فالصحراء الجزائرية غنية عن كل تعريف بما تحويه من ثروة سياحية تجعلها فضاء من فضاءات السياحة في الجزائر والعالم ككل .

السياحة كسلوك بشري وحركة سفر، ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، وبالتالي من الصعب تحديد البداية الحقيقية لها، وإن كانت كظاهرة قد أخذت تتبلور كمفهوم اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة في المجتمعات الأوروبية، وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات، أما بروز السياحة في الجزائر فإنه يعود إلى الحقبة الاستعمارية، وكان تطورها عبر عدة مراحل تاريخية.

2- نشأة السياحة الجزائرية وتطورها التاريخي :

2-1- السياحة في الجزائر قبل الاستقلال سنة 1962:

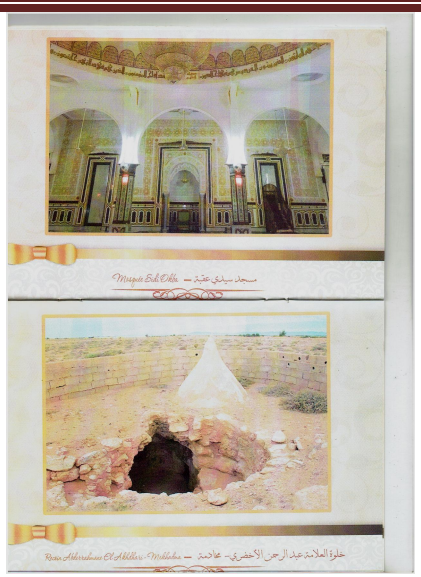
خلال فترة الاستعمار، قبل الحرب العالمية الأولى، وقبل أن تكتشف الثروات، عرفت الجزائر قدوما للعديد من السياح الأجانب لاكتشاف مناظرها الطبيعية والبحث عن أماكن معتدلة في فصل الشتاء، مما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في وضع هياكل قاعدية تلبي حاجات هؤلاء الزبائن، ومن هنا اكتسبت الجزائر شهرة بين البلدان التي تمتاز بسياحة شتوية، حيث أنشأت اللجنة الشتوية الجزائرية التي عن طريق دعايتها وإشهارها تمكنت من تنظيم قوافل ذات أسعار محددة نحو الجزائر، كما أخذت السياحة الصحراوية بالتطور التدريجي حيث كانت هذه الفترة مرحلة التحولات الكبرى نحو الصحراء الشاسعة[1].

أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد برز زبائن جدد يتميزون بالعدد الكبير والدخل الضعيف حيث نتج عن هذا التغيير، ظهور نوعان من السياحة : سياحة تحول وسياحة إقامة[2].

---

[1]- خالد كواش: "مقالة مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، **مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد01/2004** ، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص.213.

[2]- المرجع نفسه، ص.213.



مسجد سيدي عقبة – خلوة العلامة عبد الرحمان الأخضري – مخادمة - بسكرة -

2-2- السياحة في الجزائر خلال الفترة: 1962-1966 :

أصبحت الجزائر بعد الاستقلال مباشرة، دولة جديدة تبحث عن إكتشاف مناطق سياحية جديدة، على إعتبار أن ثرواتها الطبيعية عديدة ومتنوعة، إضافة إلى وجود آثار حضارية غير مستغلة، فهذه الموارد الأولية السياحية وجب استغلالها، حيث اعتمدت الجزائر في هذه المرحلة على السياحة الساحلية والحضرية بنسبة 50% و 40% على الترتيب[1].

ومن ثم بدأ التجنيد في إعادة تنظيم الاقتصاد الوطني بصفة عامة، حيث بادرت الدولة الجزائرية في تسيير الهياكل الموروثة عن الاستعمار الفرنسي ووضع برنامج خاص بمناطق التوسع السياحي، إذ تم خلال هذه الفترة .

إنشاء عدة هياكل سياحية تتمثل في الديوان الوطني للسياحة سنة 1962، ثم وزارة السياحة سنة 1964 والوكالة السياحية الجزائرية سنة 1964 .

حيث تعتبر سنة 1966 حدثا تاريخيا هاما في تاريخ السياحة الجزائرية، وذلك لأنها السنة التي تبنت فيها أول سياسة سياحية في تاريخ الجزائر، حددت فيها قواعد النشاط الإقتصادي على المدى البعيد .

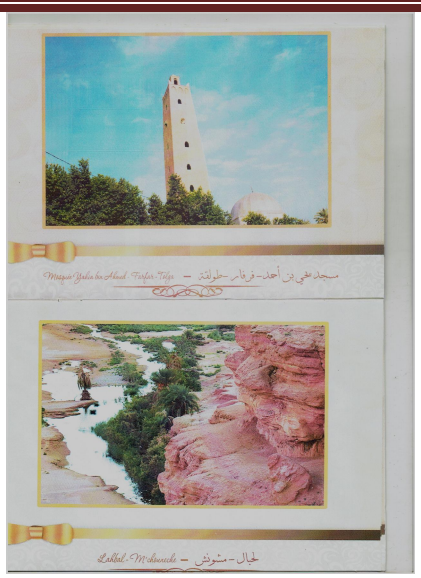
وكانت ترمي هذه السياسة إلى تنمية السياحة المتواجدة آنذاك، وحددت التوجهات الأساسية التالية:[2]

- يعمل النشاط السياحي على الحصول على العملة الصعبة، خلق مناصب شغل وإدماج الجزائر في السوق السياحية الدولية .
- مركزية الإستثمارات السياحية.
- وضع جهاز يخص التكوين الفندقي والسياحي.

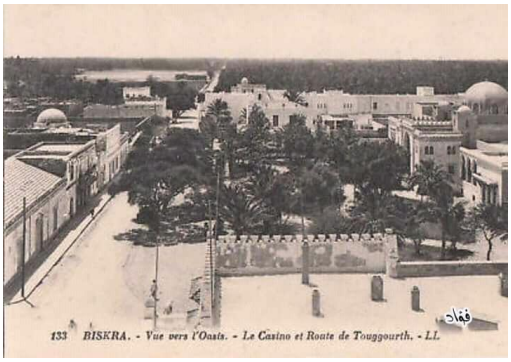
---

[1]- د. أحمد الشهب: "السياسة السياحية بالجزائر (1962-1982)"، **رسالة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف: جبايلي محل العين**، معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، 1985، ص. 96.

[2]- أ. خالد كواش: "**أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**"،دار النشر الجزائر ، الجزائر، 2003 ، ص.124.



مسجد يحي بن أحمد فرفار – طولقة - لحبال – مشونش -



واحات بسكرة - كازينو طريق تقرت

3- السياحة في الجزائر خلال الفترة: 1967-1978

تميزت فيها الإستثمارات السياحية بمركزية الدراسات وإنجاز وإستغلال الوحدات السياحية، كما كان للدولة دورا كبيرا في إنجاز الإستثمارات العمومية، حيث نجد في هذه العشرية المخططات التالية:[1]

- **المخطط الثلاثي: 1967-1969**: أعطت السياسة السياحية أكبر إهتماماتها للسياحة الساحلية والصحراوية تليهما الأنواع الأخرى من السياحة .

- **المخطط الرباعي الأول: 1970-1973**: إهتم بجانب التكوين والذي من أهدافه إشباع حاجيات القطاع السياحي من عمال مؤهلين وأكفاء، وتضخيم أعدداهم حتى يتمكن من تحقيق مختلف برامج التنمية، حيث ظهرت العديد من المدارس للفندقة والسياحة في كل من تيزي وزو، المسيلة (بوسعادة)، الجزائر العاصمة، وهران .

- **المخطط الرباعي الثانى: 1974-1977**: خصص لإتمام التوجهات التي وضعت في إطار المخططات السابقة كتوسيع شبكة الفنادق الصحراوية، إنجاز سلسلة من الفنادق الحضرية لمحمل التجمعات السكانية التي تلبي المتطلبات

[1]- بديعة بوعقلين :"الإستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر"، **أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر**،2006،ص57.

الجديدة، بالإضافة إلى الإهتمام بالسياحة الداخلية فيما يخص الترفيه والتسلية ذات التكلفة المنخفضة والموجهة لذوي المداخيل الضعيفة .

وعقب هذه المخططات، وفي ظل تغير المعطيات الإجتماعية، الإقتصادية والسياسية، الوطنية منها والدولية، أصبح من الضروري إعادة النظر في القطاع السياحي، حيث تبلور ذلك في العشرية الموالية .

4- السياحة في الجزائر خلال الفترة: 1980-1989:

تميزت هذه العشرية بلامركزية الإستثمارات، مع بروز دور القطاع الخاص بعدما كان مهمشا، وذلك عن طريق إنجاز بعض المشاريع السياحية .

وتم تحديد في هذه العشرية المخططين التاليين:[1]

4-1- المخطط الخماسي الأول: 1980-1984: بلغت الإستثمارات المقترحة لهذه الفترة نحو 3.400 مليون دج، حيث أخذ بعين الإعتبار هذا المخطط إحداث مناصب شغل، المساهمة في إنعاش السياحة الداخلية وزيادة المداخيل من العملة الصعبة من خلال تنمية السياحة الخارجية .

ويمكن تجسيد ذلك من خلال العناصر التالية :

- إحداث برامج للفنادق الحضرية مخصصة للمدن التي لم تشملها الإستثمارات السابقة وتوسيع الفنادق الصحراوية وبرنامج للمياه المعدنية .
- تحديد المنشآت السياحية وجلب العتاد المتنقل .
- متابعة سياسة توسيع المخيمات السياحية .
- تهيئة نموذجية لبعض مناطق التوسع السياحي، لتكون مثالا للجماعات المحلية أو القطاع الخاص .

4-2- المخطط الخماسي الثاني 1985-1989: بلغت الإستثمارات المخصصة في هذه الفترة3.500 مليون دج، كما أن الأعمال التي تقرر إنجازها في المجال السياحي خلال هذه الفترة هي ما يلي:

- متابعة سياسة التهيئة السياحية .
- تطوير محطات المياه المعدنية والسياحة المناخية .
- لامركزية الإستثمارات وتنويع المتعاملين .
- مضاعفة المساحات المخصصة للمخيمات لتلبية حاجات الشباب بأقل تكلفة .

[1]- بديعة بوعقلين ، المرجع نفسه، ص58.



مقام سيدي خالد-بسكرة- مشونش –بسكرة- الزاوية العثمانية –طولقة-

5- السياحة في الجزائر خلال الفترة من 1990- إلى الآن :

وجدت الجزائر صعوبات لترسيخ السياسات السياحية من خلال المخططات التنموية السابقة، لهذا برزت عدة توجهات جديدة في القطاع السياحي هي :

5-1- القطاع العام :

يهدف القطاع العام والذي تشرف عليه وزارة السياحة، إلى اقتراح السياسة الوطنية في المجال السياحي بمختلف أبعاده، كالحمامات المعدنية، الصناعات التقليدية، مع ضمان المتابعة والمراقبة وفقا للنصوص القانونية السارية المفعول، إضافة إلى وضع إستراتيجيات وسياسات القطاع السياحي والصناعات التقليدية وإقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية ومراقبة النوعية للمنتجات السياحية وذلك لحماية الإرث السياحي الجزائري.[1]

كما يتم رفع التقارير فيما يخص نتائج العمل والنشاطات المختلفة إلى مجلس الحكومة ومجلس الوزراء[2]، أما فيما يخص مؤسسات القطاع السياحي الجزائري فحاليا يتكون من [3]:

- الديوان الوطني للسياحة.
- الوكالة الوطنية للصناعات التقليدية.
- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية.
- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية.
- الديوان الوطني الجزائري السياحي.

[1]- خالد كواش: "أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر"، مرجع سابق ، ص.124.

[2]- المرجع نفسه، ص.124.

[3]- مؤسسات السياحة في الجزائر، **وزارة السياحة الجزائرية**، www.mta.gov.dz ، تاريخ الاطلاع: 11/04/2010، بتوقيت 8.00 مساءا.

- النادي الوطني السياحي الجزائري.
- 17 مؤسسة مختصة في التسيير السياحي.
- 03 مؤسسات تكوينية.
- 500 وكالة سفر معتمدة من الديوان الوطني للسياحة.

2-5- القطاع الخاص:

إن الإستثمار الوطني الخاص لم يستثمر في قطاع السياحة إلا مؤخرا، حيث كانت الإستثمارات الضخمة مسيرة من طرف القطاع العام الذي يشمل المؤسسات العمومية والجماعات المحلية، وبدأت وضعية القطاع الخاص بالتطور على مدى السنوات المتتالية، ليصبح في نهاية سنة 1989 تحت تصرف القطاع الخاص 22.460 سرير، وفي إطار تدعيم القطاع الخاص، وضعت الوزارة برنامجا لتحقيق مشاريع سياحية تابعة لهذا القطاع في مختلف ولايات الوطن إلى غاية سنة 2000، على أن تسمح بتوفير طاقات إيواء مستقبلية تقترب من طاقات الإيواء في القطاع العام وتتجاوزه في المدى الطويل[1].

ولم يستطع القطاع السياحي أن يعطي للجزائر مكانتها في السوق الدولية للسياحة، إذ سجلت في سنة 1992 حوالي 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة عمومية إقتصادية للتسيير الفندقي والسياحي عجزا ماليا، وقد تم اللجوء إلى خوصصة القطاع السياحي وذلك لأن أسعار الخدمات الفندقية والسياحية مرتفعة مقارنة بالنوعية، كما شكلت الصيانة والنظافة أهم العوامل سلبية في السياحة والفندقة الجزائرية[2].

ولهذا كانت خوصصة المؤسسات الإقتصادية السياحية ضرورة حتمية تفرضها متطلبات السوق العالمي للسياحة، ومن أهم أهداف الخوصصة في المجال السياحي نذكر ما يلي [3]:

- تهيئة وحماية المواقع ومناطق التوسع السياحي التي لها أولوية في الإستثمار، وذلك بتوفير الشروط اللازمة التنمية طاقات فندقية جديدة وتنويع المنتوجات السياحية .
- تدعيم طاقات التكوين وتأهيل العمال في مختلف أعمال السياحة، وهذا عن طريق الإصلاح التنظيمي والبيداغوجي للهياكل المتوفرة، وإستغلال الإمكانيات المتاحة في مجال التكوين المهني .
- تحسين وضعية المحيط السياحي وخاصة خدمات وسائل النقل والاتصال، والأمن على مستوى المواقع السياحية، النشاطات الثقافية وترقية الصناعات التقليدية .
- تكثيف الجهود في مجال الإتصال والتسويق، وإتجاه السياح والمستثمرين، وذلك لتحسين وضعية السياحة الوطنية وإعطائها شكلا جديدا.
- تطبيق وإثراء القوانين لضمان مراقبة فعالية المؤسسات السياحية وخدماتها، مع مركزية حماية المستهلكين.

3-5- **الإقتصاد المختلط:** رغم بقاء تدخل المستثمرين الخواص الأجانب مهمشا لمدة طويلة، إلا أن هذا لم يمنع الشركات المتعددة الجنسيات من إنجاز عدة مشاريع سياحية في إطار الشركات المختلطة، التي توسعت أنشطتها في فروع

---

[1]- بديعة بوعقلين: الإستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر"، **أطروحة دكتوراه**، جامعة الجزائر،2006،ص58

[2]- الأمر رقم 95-22 المؤرخ في 26 أوت 1995 والمتعلق بخوصصة المؤسسات.

[3]- بديعة بوعقلين: مرجع سابق، ص. 58

الإقتصاد الوطني المختلفة ومن ضمنها السياحة، ففي هذا الإطار أنشأت على الأقل ثماني شركات منذ 1986 تجمع بين رأس المال الخاص الجزائري مع متعاملين أجانب إيطاليين، فرنسيين، كويتيين وصينيين، وتمحورت الخطوط العريضة لوضع إستراتيجية الإقتصاد المختلط في[1]:

1- رفع مستوى نشاط القطاع السياحي.
2- تنمية السياحة الداخلية والخارجية بشكل متوازي.
3- السماح بوضع سياسة شاملة ومنسقة مبنية على قرارات وأعمال محددة ومركزة من طرف الدولة.
4- إنشاء محلات تجارية وإستغلالها، وترقية الخدمات الخاصة بالسياحة.
5- إمتلاك براءات الإختراع والرخص والعلامات التجارية، وإستغلالها وتحويلها والتنازل عنها.
6- القيام بالعمليات التجارية والصناعية والمالية والعقارية التي تتماشى مع الأهداف الإجتماعية التي أنشأت من أجلها.

ثانيا : المقومات السياحية الجزائرية و أنواعها :

1- أنواع السياحة الجزائرية:

يتوفر هذا النوع من السياحة في الجزائر على إمتداد الشريط الساحلي المطل على البحر الأبيض المتوسط والذي يقدر طوله بحوالي 1.644 كلم، حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق إستراتيجية من الناحية البيئية، وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية والتي أساسها الإستحمام والإستلقاء على الرمال، وبالتالي فهي تضم سياحة علاجية معدنية وأخرى مناخية.[2]

وتضم السياحة الساحلية في الجزائر بدورها الأنواع التالية:[3]

1-1 السياحة الترفيهية:

وتضم جميع النشاطات السياحية التي تمارس على الشاطئ، والمتمثلة أساسا في الإستلقاء تحت الشمس وفوق الرمال لأغراض علاجية أو تحميلية، وكذا مختلف الألعاب الشاطئية التي تمارس من طرف الأفراد للترفيه والتسلية أمام البحر .

وكذا نوادي ومخيمات الأطفال وجميع النشاطات المتنوعة التي يمكن أن تنشأ وتمارس على الشاطئ .

2-1 سياحة الأنشطة الرياضية:

ويقصد بها جميع الممارسات الرياضية التي تمارس على الشاطئ، ومن أمثلتها كرة طائرة الشاطئ وكرة القدم كذلك، بالإضافة إلى رياضات أخرى تمارس في البحر كركوب السفن الشراعية، الغطس والصيد البحري .

---

[1]- المرجع نفسه، ص. 58.

[2]- السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية /www.algeriantourism.com ، تاريخ الإطلاع11/04/2010 ، توقيت الإطلاع8.00 مساءا

[3]- وزارة تهيئة الإقليم،" البيئة والسياحة": **المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:** المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، د. س ، ص.11.

3-1 سياحة العروض المائية:

ويقصد بالعرض المائي العديد من النشاطات الرحلات البحرية المتنوعة وتأجير السفن للأفراد، بالإضافة إلى عروض السفن في المرافئ .

بالإضافة إلى حضيرة قورايا التي تتوفر على مناظر رائعة، وحضيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحضيرة الوطنية للشنوا .

إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر أجليس وجزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة .

4-1 سياحة البيئة السلطية:

ويقصد بسياحة البيئة الساحلية الإقتراب من البيئة الساحلية ومنها طرق إكتشاف تلال الرمال، بالإضافة إلى التعرف على الأسماك والنباتات التي تنشأ في تلك المناطق دون غيرها، وكذا مختلف الحيوانات البحرية التي تعيش فيها .

كما يحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكثبان رملية، مناطق ساحلية قرب الغابات، تمتد من الشرق إلى الغرب منها على سبيل المثال المنطقة الغابية التي تجمع بين منطقة بيئية مناخية رطبة وسط نظام غابي وبحري تحتوي على ثروة حيوانية وغابية هائلة، كما تحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان .

2-مقومات السياحة في الجزائر:

شرعت الجزائر في عملية إحصاء لثرواتها السياحية، بغية استغلالها وجعلها تساهم إلى جانب القطاعات الأخرى في عملية التنمية، كان ذلك مباشرة بعد صدور الميثاق السياحي سنة 1966، الذي بموجبه تم تحديد الأهداف والوسائل الضرورية للتنمية السياحية، وتزامن ذلك مع التحظير لأول مخطط تنموي الذي شرع في تنفيذه بداية من سنة 1967، حيث ظهرت السياحة ضمن بيانات الاستثمار في إطار مختلف المخططات التي شهدتها عملية التنمية في الجزائر .

2-1 -المقومات السياحية: تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية والأساسية، تتمثل هذه الشروط في المادة الخام (الموارد السياحية، والإمكانات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية، تتمثل الموارد أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة، الترفيه، الجبال، الأنهار، الشواطئ والغابات، الصحاري بالإظافة إلى الموارد (الآثار التاريخية المعمارية، الدينية والصناعات التقليدية، الفلكلور، الفنون الشعبية المختلفة، العادات والتقاليد. وتعتبر هذه الموارد أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي .

2-2- المقومات الطبيعية للجزائر: تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل لجذب السياح إلى أي إقليم سياحي، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السائح. وتمتاز الجزائر بترابط هذه العوامل وتكاملها في موقع استراتيجي جغرافي يربط بين الشمال والجنوب، ويمتاز بمناخ معتدل يساعد على استمرار الموسم السياحي على مدار السنة .

▪ **المعطيات الجغرافية السياحية في الاقتصاد الجزائري:** تقع الجزائر[1] شمال القارة الإفريقية، مربوطة بكثير من المدن الأوروبية بخطوط جوية مباشرة وتتمتع الجزائر بمساحة كبيرة تجعلها البلد الثاني في إفريقيا من حيث المساحة تمتد الجزائر على 2376000 كلم وتتمتع بشريط ساحلي طوله 1200 كلم، تضاريس الجزائر تمثل :

- السلسلة الساحلية للتل .

- الهضاب العليا .

- السلسلة الجبلية للأطلس الصحراوي .

3-2 - أنواع المناخ في الجزائر: تعرف الجزائر بمناخ متنوع و تتمثل في المناخات التالية: المناخ المتوسطي : سائد على الشريط الساحلي ومتوسط درجة الحرارة السنوية هو18 درجة مئوية .

- **مناخ الهضاب العليا** : يسوده فصل بارد ورطب .

- **المناخ الصحراوي** : يسود الجنوب الجزائري، وتصل فيه درجة الحرارة إلى 40 درجة . المنتوجات السياحية الجزائرية : تنقسم المنتوجات السياحية الجزائرية إلى خمسة أصناف هي : المنتوج الصحراوي، المنتوج الجبلي، المنتوج البحري، المنتوج الحضاري، والمنتوج الصحي .

3- المناطق السياحية في الجزائر: يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية[2]:

- منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمال : تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين وأثار تعود إلى العصور القديمة .

- منطقة السلسلة الأطلسية : والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال " لالا خديجة بـ 2308م، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، سلسلة جبال موزاية للسواحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحة عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية، كالتزحلق، التسلق، الصيد ...

- منطقة الهضاب العليا: والتي تتميز بمناخها القاري وبمواقعها الأثرية وبصناعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

- منطقة الأطلس الصحراوي: وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى التي يمكن، فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد ...

- منطقة واحات شمال الصحراء، والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل ارتفاعا من درجات الحرارة بالصحراء الكبرى وبها تتمركز الواحات بنخيلها، وبحيراتها، وبتوفر صناعات تقليدية .

- منطقة الصحراء الكبرى: وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار والطاسيلي) وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية .

---

[1]- هواري معراج، سليمان جردات، "السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري"، **مجلة الباحث، العدد 01/2004** ص ص 24 25. متوفر على: تاريخ الاطلاع: 2009/06/26.

[2]- خالد كواش، "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، **مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول**، 2004/07/01، ص222.

4-الحمامات المعدنية[1] :

تزخر الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية، تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة لـ «سياحة حمامات معدنية»، تجذب السياح المحليين وخصوصا الأجانب .

ويتوفر بالجزائر ما يفوق 200 منبع للمياه الحموية الجوفية، السواد الأعظم منها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق 1200 كلم، لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر. لكن المتخصصين في مجال السياحة، يبدون نوعا من التشاؤم بخصوص قدرة قطاع السياحة والصناعات التقليدية على استغلال المخزن الحموي بشكل كامل، قياسا إلى قلة الاعتمادات المالية التي رصدتها الدولة للقطاع. وباستثناء 7 محطات حمامات معدنية ذات طابع وطني، ومركز واحد للعلاج بمياه البحر، يوجد ما يقارب 50 محطة حموية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية. وبالنسبة للحمامات المعدنية، فهي حمام بوغرارة بولاية تلمسان (500 كلم غرب)العاصمة القريبة من الحدود مع المغرب، وحمام بوحجر بولاية عين تيموشنت (400 كلم غرب) وحمام بوحنيفية بمنطقة معسكر، مدينة مؤسس الدولة الجزائرية الحديثة الأمير عبد القادر الجزائري، وحمام ريفة بولاية عين الدفلى (170 كلم غرب) الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار. وفي الشرق، يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة (500 كلم شرق العاصمة) وحمام قرقور بولاية سطيف (300 كلم شرق العاصمة) وحماما الصالحين بولاية بسكرة (450 كلم شرق)العاصمة وولاية خنشلة. ويمكن للسائح والأشخاص الذين يعانون أمرضا جلدية أو التهاب المفاصل. أما عن محطة العلاج بمياه البحر، فهي منشأة كبيرة تقع بمدينة سيدي فرج (30 كلم غرب) العاصمة المعروفة بتاريخها. ويتردد على محطة سيدي فرج الآلاف من الجزائريين والأجانب على مدار السنة للاستفادة من خدمات فريق طبي متخصص عالي الكفاءة. وتمثل المنابع الحموية غير المستغلة التي لا تزال على حالتها الطبيعية، ما يفوق 60 في المائة من المنابع المحصاة، وتشكل مخزونا وافرا يسمح بإقامة ما يسميه أهل الاختصاص عرضا سياحيا حمويا تنافسيا». ويجري على مستوى الحكومة حديث عن «دراسة تحيينية للحصيلة الحموية»، بناء على طلبات استثمار رفعها مستثمرون أجانب لوزارة الاستثمار. ويتعلق الأمر بجمع كافة المعطيات عن المخزون الحموي. وبالنسبة للمنابع الحموية المستغلة تقليدية التي تفوق 50 منبعا، فهي مؤجرة من البلديات لخواص عن طريق المزاد العلني من دون الحصول على حق الإمتياز القانوني الذي تمنحه وزارة السياحة .

5- المقومات التاريخية والأثرية:

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الامازيغيون س كان الجزائر آنذاك. خضعت الجزائر في القرن السابع ق.م لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 ق.م وفي عام 682م بدأ عصرها العربي الإسلامي[2].

---

[1]- بوعلام غمراسة، "**الحمامات المعدنية بالجزائر.. مقصد السياح من كل مكان، (على الخط)**"، متوفر على: **http://www.aawsat.com/details.asp?section=41 article=404131 issueno** تاريخ الاطلاع 29/6/2009.

[2]– السياحة الدينية والتاريخية، الجزائر. أيضا: "**منهل الثقافة التربوية، قسم ثقافة الدول**"، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، على الخط، متوفر على، تاريخ الاطلاع: 2009/08/23.



مسجد سيدي عبد المومن بسكرة



موقع بادس التاريخي زريبة الوادي- بسكرة-

بالرجوع إلى قائمة التراث العالمي world heritage List المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو في مواقع التراث الدولية، التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعي كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنايات والمدن .

الجدول رقم (02): المواقع التراثية في الجزائر

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ ادراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تسالي ناجير	مختلط	1982
تيمقاد	ثقافي	1982
تيبازا	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992

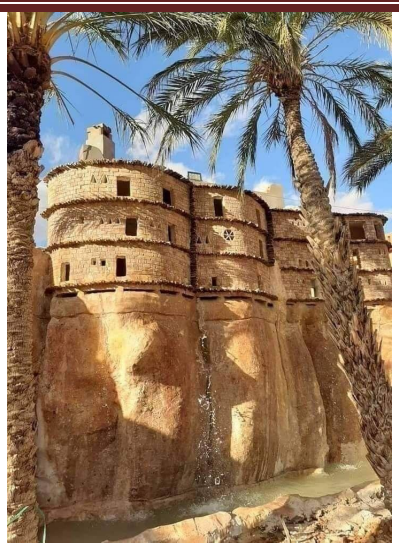
Source : UNESCO, World Heritage List, URL: http://whc.unesco.org/en/list

بالرغم من كل هذه المقومات إلا أن ترتيب الجزائر في مؤشر تنافسية السياحة العالمي لعام 2008 كان في المرتبة 102 بدرجة 3.5 بينما تونس حققت المرتبة 39 بدرجة4.41[1].

[1] - World Economic Forum, **The travel and tourism Competitiveness Report 2008**: Balancing Economic Development and Environmental Sustainability Ed By, J:Blanke and the chiesa . Geniva.2008.



منطقة جمينة الأثرية تحفة فنية



قلعة توخريبت بانيان- مشونش-

توخريبت –هاقليعت : تحفة معمارية مبنية على صخرة من طابقين الطابق الأول يضم 48 غرفة وهذه القلعة هي مخزن لسكان المنطقة وهذه التحفة المعمارية كانت مطبوعة في عملة نقدية مئة دينار[1] .



مشونش (همسونين)-بسكرة-



مشونش (همسونين)-بسكرة-

بسكرة مشونش همسونين

مشونش بلدية بولاية بسكرة . تقع على حافة الصحراء . المعروف عنها أنها مليئة ببساتين النخيل الواسعة والمناظر الطبيعية الصحراوية الجميلة في هذه المنطقة . يمر عليها اغزر أملال .

التاريخ لا ترويه فقط صفحات الكتب أو القطع الأثرية المحفوظة في المتاحف، بل نقرأه كذلك من خلال الطبيعة، خاصة: النبات، الصخور، المياه.. ومن خلال ملامح وجه إنسان كل منطقة، في فرحه أو حزنه.

[1]- روبورتاج قناة –الشروق-2022

نستطيع تغيير قدرنا التراجيدي المحتوم؛ المتمثل في زوال ثقافتنا الشفوية وذلك بتدوينها. كل شبر من هذا الوطن يزخر بتاريخ طويل وحافل، فقط علينا بحسن الاستماع والتسجيل، وفي هذا الإطار لم لا نستمع لما ترويه شعاب، جبال، منازل، بساتين، أغاني، نساء. بلدة مشونش بجنوب الأوراس من حكايات. مشونش، الاسم الحديث لبلدية تقع بين الأوراس والزيبان، بها يمر الوادي الأبيض قبل وصول مياهه إلى سد فم الغرزة بدائرة سيدي عقبة (بسكرة)، فهذا الوادي يعتبر شريان الحياة بالنسبة للبلديات التي يمر بها، والواقعة بين جبل شيليا والسد المذكور آنفا، وهي: إينوغيسن، إيشمول، آريس، تيغانمين، تكوت، غسيرة، مشونش .

مشونش هي التسمية الإدارية للبلدية التي يفضل سكانها التسمية القديمة "همسونين" ومعناها **الجنات** تابعة للولاية بسكرة

وقف سكان هذه المدينة ضد الاحتلال الفرنسي في عديد المناسبات :

مساندة الحاج أحمد باي لما لجأ إلى جبل أحمر خدو بجنوب الأوراس (1845 . 1848)

ثورة الزعاطشة (1849)، ثورة سي الصادق أوالحاج (1858)، ثورة اللحالحة (1879)

وهي مسقط رأس العقيد عبد الرزاق حمودة "سي الحواس"، أول قائد للولاية السادسة (الصحراء) ورفيق العقيد عميروش في الاستشهاد بجبل ثامر (بوسعادة) . منزل سي الحواس بالبلدية حوّل إلى متحف خاص بالشهيد .

الجنرال ديغول زار المدينة سنة 1957 في إطار الترويج لسياسته الاستعمارية. مقاومة سكان المدينة للاحتلال الفرنسي خلّدها الرسام الفرنسي رافيه؛ حيث رسم لوحة تشكيلية لمعركة مشونش التي وقعت بتاريخ: 15 مارس 1844، و".. يظهر فيها النقيب "اسبيناس" مصابا بطلقتين ناريتين، والسكان يواصلون المعركة بالوسائل المتوفرة البسيطة (الحجارة والعصي)"...

وقد ذكر ذلك المؤرخ الجزائري عبد الحميد زوزو في كتابه: ثورة الأوراس 1879، الصادر بالجزائر سنة 1986 عن المؤسسة الوطنية للكتاب. مشونش جنة أو جنات خلابة وهي واحة دائمة الاخضرار خاصة بنخيلها ومشمشها، وتدل المنازل المبنية بالطراز المعماري البربري . خاصة القلاع . على قدم وجود الإنسان بهذا المكان .

وبها تم تصوير عدة أفلام سينمائية كان آخرها فيلم "مسخرة" للمخرج الشاب: إلياس سالم. ولشباب المدينة تجربة في فيديو الهواة من خلال فيلم "فولياز" أي المشعوذ، وأفلام أخرى أبدع فيها هؤلاء الشباب .

نذكر منهم الفنان التشكيلي المتعدد المواهب برزاق. في بانيان (إحدى قرى مشونش) كانت توجد قلعة مشكّلة من ثلاثة طوابق شيّدت على صخر مشرف على الوادي، تعرضت للحرق سنة 1957، وبالقرب من موقع القلعة لا تزال بقايا ساقية منقوشة في الصخر.

تربة مشونش طيّبة تنتج أشهى أنواع التمور والفواكه كما تصلح لصناعة الفخار، إذ توجد وحدة خاصة بصناعة الفخار بالمدينة. تساقط الأمطار بغزارة في فصلي الخريف والربيع فرصة لأطفال المدينة للعب في الوادي بعد هدوء وصفاء مياهه، وهي أيضا مناسبة لرؤية قوس قزح على قمم الجبال وهو أشبه بالشاش الذي تضعه المرأة الأوراسية على رأسها، مع العلم أن بعض ألوان الملحفة الشاوية مستلهمة من ألوان قوس قزح .

تتربع بلدية مشونش على مساحة قدرها ، يقدر 504.40 كلم2 عدد سكانها حوالي 10آلاف نسمة موزعين على القرى المداشر التالية :

التجمع الرئيسي (حي ميوري- حي مريشي- حي قرارة- حي السوق- حي قرن عباس- حي الرمل) ،

التجمع الثانوي (بانيان : الديسة – بانيان – الحمام) ،بالإضافة إلى المناطق المبعثرة،يحدها بلدية منعة شمالا ، بلدية تكوت شرقا وشمالا، بلدية سيدي عقبة وزريبة الوادي جنوبا ، بلدية شتمة وجمورة من الجهة الغربية.

تعتبر بلدية مشونش من البلديات التي تمتاز بالطابع الفلاحي وتتربع على مساحة كبيرة من الأراضي الزراعية و الفلاحية حيث تتوفر البلدية على أربعة محيطات زراعية كبرى وهي بعيدة عن مقر البلدية بحوالي 70 كلم جنوب شرق البلدية وهي محيط النولية ، محيط قرارة الرومية ، محيط علب غانم ، محيط الولجة، تتربع على مساحة شاسعة من زراعة النخيل في كل من بانيان ومشونش ولحبال حيث تتوفر على 88650 نخلة منها 22283 من نوع دقلة نور ويعادل مردود النخلة الواحدة بـ 80 كلغ/ن ، بالإضافة إلى زراعة الحبوب والخضراوات والأشجار المثمرة .



قلعة الكاهنة تاجموت-بسكرة-



تاجموت –بسكرة -

تاجموت بسكرة Tajmoute Biskra من أهم مناطق السياحة في بسكرة وهو قصر من قصور الصحراء يوجد في الجزائر بالسفوح الجنوبية وتحديداً في جبال عمور، وهو من الأماكن الهامة التي توجد على مقرُبة من ولاية الأغواط كما أن تاجموت كان له أهمية تاريخية كبرى فقد كان قديماً بمثابة مركز لعبور التجار من الشمال إلى الجنوب والعكس وفقا لموقع رحلاتك.

تجد في تاجموت قلعة الكاهنة جميلة ويُمكنك الصعود إليها من خلال شق يوجد بداخلها من أسفل لأعلى حتي تصل إلى قمتها لرؤية أجمل المناظر لمدينة بسكرة من أعلى.[1]

مشروع الحضيرة الفندقية –غوفي- باتنة –

ستشمل الحظيرة الثقافية المزمع إنشاؤها بموقع غوفي ببلدية غسيرة (باتنة) بعض المناطق من ولاية بسكرة المجاورة، حسب ما أفاد به ، المدير المحلي للثقافة والفنون .

وأوضح ذات المسؤول أن هذه الحظيرة الثقافية التي أعلنت عنها وزيرة الثقافة والفنون، مليكة بن دودة من شرفات غوفي خلال زيارتها الأخيرة إلى ولاية باتنة ستشمل الرقعة الواقعة ما بين الوادي الأبيض المعروف محليا باسم إغزر أملال و وادي عبدي على مسافة تقدر بحوالي 100 كلم عرضا .

فمن جهة وادي عبدي تنطلق من مشونش ببسكرة وتمتد إلى غاية منطقة تبادونت الواقعة على بعد حوالي 15 كلم من بلدية آريس (باتنة)، ثم تتواصل في الجهة المقابلة إلى بوزينة وثنية العابد إلى غاية وادي عبدي باتجاه منعة ثم تيغرغار وأمنطان العلوي وأمنطان السفلي وصولا إلى قرية بني سويك بجمورة بولاية بسكرة .

[1] https://ar.wikipedia.org/

وحسب المتحدث، فإن هذه هي تقريبا المعطيات التي أسفرت عنها إلى حد الآن لقاءات اللجنة التي شكلتها وزيرة الثقافة والفنون لهذا الغرض وجرت بالجزائر العاصمة بين الأطراف التي لها علاقة بهذا الملف من كل جوانبه بما فيها التراثية والمعمارية والثقافية وفقا للقانون 92/04 المادة 40 المتعلقة بالحظائر الثقافية .

وأكد مدير الثقافة والفنون أن جهودا ستبذل من خلال إنشاء الحظيرة الثقافية بغوفي من أجل "المحافظة على كل ما له علاقة بالعنصر البشري في هذه الرقعة الجغرافية من عادات وتقاليد وتراث مادي ولا مادي وكذا مقومات طبيعية وإيكولوجية وثقافية والمساهمة في رفع المستوى المعيشي للساكنة في إطار التنمية المستدامة ".

و أردف بأن القيام بزيارات ميدانية لهذه الجهة لإحصاء مقوماتها بدقة من طرف لجان تقنية والوقوف على ما تزخر به بالإضافة إلى تنظيم حملات تحسيس واسعة في وسط الساكنة بأهمية هذه الحظيرة وإنشائها بهذه الرقعة الجغرافية وما يمكن أن يحمله لهم هذا المشروع من فوائد لاسيما و أن المناطق التي تشملها حظيرة غوفي لها خصوصيات من عدة جوانب منها السياحة والصناعات التقليدية والنمط العمراني وكذا العادات والتقاليد . وتشتهر منطقة غوفي الساحرة بشرفاتها المنحوتة في الصخور وقلاعها أو "ثيقليعث" ذات النمط المعماري المحلي الأصيل[1].

[1] https://www.aps.dz/ar/culture/104886-2021-04-08-14-23-11



VERNACULAR ARCHITECTURE
AND KSOURS

INTRODUCTION :

Vernacular architecture is characterised by its reliance on needs, construction materials and traditions specific to its particular locality. It is a type of architecture which is indigenous to a specific time and place and not replicated from elsewhere. Historically, vernacular architecture has incorporated the skills and expertise of local builders as opposed to formally-trained architects.

DEVELOPEMENT OF VERNACULAR ARCHITECTURE :

The development of vernacular architecture centres on the functions that the building type is required to perform. The design then generally evolves over time, becoming more refined and tailored to the contexts in which it exists, including:

- The availability of resources, skilled workforce, and so on.
- Local technology.
- Climate: The amount of sunshine, humidity, rain, wind, temperature profiles
- Local culture: The way of life of the occupiers greatly influences the building form.
- This can include the size of families, the way the building is used, social conditions, local customs, religious values
- Environment: Whether it is located near water, woodland, desert or mountainous terrain
- Economic conditions.
- Historical influences.

HISTORICAL CONTEXT :

As a concept, the term 'vernacular' became commonly used in the 1800s, at a time when western colonial powers were exploring the new worlds that were being discovered. It is sometimes used as a derogatory term, suggesting something that may be quaint, but is derivative and has not been 'properly' designed by a professional.

BENIFITS OF VERNACULAR ARCHITECTURE :

- Capitalising on local knowledge and traditions.
-Taking advantage of local materials and resources, meaning that they are relatively energy efficient and sustainable
-Providing a vital connection between humans and the environment in which they live.
-They can be designed specifically with the local climatic conditions in mind, and often perform well

Ksours :

Ksar or qsar (Maghrebi Arabic: قصر qṣer, plural qṣur; Berber: ⵜⵅⵕⵉ aghrem or ighrem, plural: igherman), plural ksars, qsars, ksour or qsour, is the North African term for "fortified village," from Arabic qaṣar (قَصَر), itself possibly loaned from Latin castrum. The term generally refers to a Berber fortified village.

Ksour in the Maghreb typically consist of attached houses, often having collective ghorfa (granaries) and other structures like a mosque, bath, oven, and shops. Ksour / igherman are widespread among the oasis populations of North Africa. Ksars are sometimes situated in mountain locations to make defense easier; they often are entirely within a single, continuous wall. The building material of the entire structure is normally adobe, or cut stone and adobe.

Ksar Ait Benhaddou :

Aït Benhaddou (Berber languages: ⴰⵢⵜ ⴱⵏⵃⴰⴷⵓ; Arabic: آيت بن حدّو) is an ighrem along the former caravan route between the Sahara and Marrakech in present-day Morocco. Most citizens attracted by the tourist trade live in more modern dwellings in a village on the other side of the river, although there are four families still living in the ancient village. Inside the walls of the ksar are half a dozen kasbahs, or merchants' houses. Ksar Aït Benhaddou is a great example of Moroccan earthen clay architecture and has been a UNESCO World Heritage Site since 1987

Ksar Ouled Soltane :

Ksar Ouled Soltane (Arabic: قصر أولاد سلطان) is a fortified granary, or ksar, located in the Tataouine district in southern Tunisia. The ksar is spread out over two courtyards, each of which has a perimeter of multi-story vaulted granary cellars, or ghorfas.
Like other ksour (plural of ksar) built by Berber communities Ksar Ouled Soltane, is located on a hilltop, to help protect it from raiding parties in previous centuries.

Ksar Lichana :

The ksar Lichana is located in Lichana, Tolga, west of Biskra, is oval in shape with a radioconcentric structure originally equipped with 4 doors oriented along the four cordial points
This city was a training camp for the Roman military. The arrival of Islam in the 7th century, changed the history and the image of the region, this Roman fortress then became an Arab-Muslim city, In 1969, the region was ravaged by torrential rains and enormous damage affected the city. Only a few constructions survived the natural disaster and the ksar started to fall apart till now.

القصور الموجودة بمنطقة بسكرة وضواحيها رمز للعمران وتراث المدينة



جبال منعة –الزريبة -بسكرة



الدشرة الحمراء-قنطرة-بسكرة

ثالثا : السياحة الصحراوية مقوماتها و مساهمتها في التنمية المحلية :

1- تعريف السياحة الصحراوية :

إن المتتبع لمسار سياسة الاستثمار السياحي بالجزائر عموما و الصحراء على وجه الخصوص ،يدرك أنه رغم اهتمام الذي أولته الدولة لقطاع السياحة منذ الإستقلال و تبنيها في السنوات الأخيرة كمخطط توجيهي للتهيئة السياحية كجزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم آفاق 2030 ، فإن الاستثمار السياحي بقي يواجه عديد المعيقات لاسيما بالمناطق الصحراوية .

حيث تمتع الجزائر بصحراء شاسعة تزيد مساحتها على 02 مليون كم [2] مصنفة من بين أجمل الصحاري في العالم تمتد على مساحة تقدر ب 80 % من المساحة الكلية للجزائر بكتلتها الرملية و بهضابها الصخرية وسيولها الحجرية لتقف شاهدا على التنوع والتميز الذي تزخر به الجزائر و لتشكل متحفا طبيعيا . هذا بالإضافة إلى الزخم الهائل من التقاليد و العادات و الثقافات التي يمكن أن تشكل في مجملها دعما لمنتوج سياحي صحراوي واعد من شأنه أن يؤهلها لتقديم منتوج سياحي مميز، ولأن تكون وجهة سياحية ومقصدا للسياح من الدرجة الأولى إذا ما تم إستغلالها إستغلالا أمثلا و لن يتأت ذلك إلا من خلال النهوض بالاستثمار السياحي بالمناطق الصحراوية و تذليل العقبات التي تعترضه بما من شأنه النهوض بالسياحة الصحراوية و المساهمة في دعم موارد الجماعات المحلية .

تعتبر السياحة الصحراوية من أنواع السياحة التي تهدف إلى زيارة المناطق الصحراوية والأثرية، و التعريف على المحميات الطبيعية وثقافة المجتمعات المحلية لهاته المناطق المتواجدة في الصحراء ، لذا فهي تجذب فئات معينة من السائحين الذين يرغبون في زيارة هاته المناطق[1] .

ويرتبط هذا النوع من السياحة سياحة السفاري و التجوال ومراقبة حركة الكثبان الرملية و الجبال الصحراوية ، و أيضا غروب الشمس، و أهم ما يميز هذا النوع من السياحة قدرته العالية على احتكاك السياح بالسكان المحليين و سهولة التعرف عن بعض [2].

- **السياحة الصحراوية المستدامة** : فهي تعبر عن الاستغلال العقلاني و الأمثل للمناطق السياحية الصحراوية المتاحة . و تمثل نقطة التلاقي بين احتياجات السياح وتعمل على الحفاظ على المواقع السياحية التي تزخر بها الصحراء وتزيد من فرص العمل على الحفاظ للمجتمع المحلي وتنمية الوعي البيئي لديهم ، إضافة إلى ذلك فهي تقوم بإدارة جميع الموارد الاقتصادية و الاجتماعية و الطبيعية و الجمالية ، وتقوم بالحفاظ على التوازن البيئي الصحراوي بهدف تحقيق الاستدامة [3].
- **التنمية السياحية الصحراوية المستدامة[4] :** وتشمل جميع الخطط و الإستراتيجيات المعدة من طرف الدولة بغرض تنمية السياحة الصحراوية وتحقيق استدامتها .

ومن أجل استدامة السياحة الصحراوية ، لابد من الاعتماد على العديد من المبادئ نذكر منها :

أ- دمج السكان المحليين بالمناطق الصحراوية و توعيتهم وتثقيفهم بيئيا و سياحيا .

---

[1] -حامد نور الدين ، " السياحة الصحراوية المستدامة بالدول العربية " ، **مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي :" دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية "**، جامعة بسكرة ، مارس 2012 ، ص 02

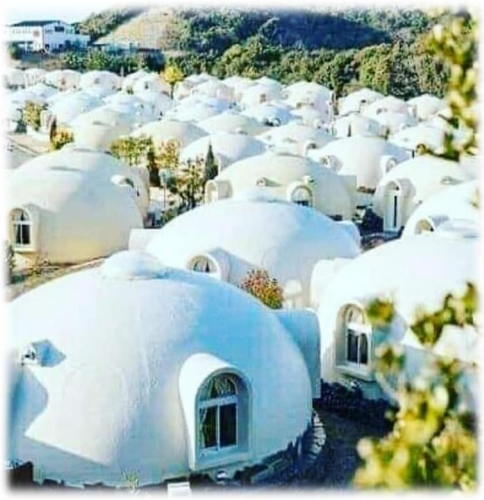
[2] - مرزوق عايد القعيد و أخرون ، " **مبادئ السياحة** " ط1 ، دار إثراء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 84 .

[3] - عبد الرحمان السيحابني ، "**الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي** "، جامعة الدول العربية ، 2002 ، ص 10 .

[4] - حامد نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 04 .

ب - ضرورة بناء إدارة سياحية سليمة للموارد الطبيعية و البشرية في المناطق السياحية الصحراوية من أجل المحافظة على هذه الثروات للأجيال المستقبلية .

ج - تحديد الطاقة الإستيعابية للمنطقة السياحية الصحراوية من أجل تفادي الضغط وتفادي تضرر البيئة الطبيعية و الإجتماعية بهاته المنطقة .





Villages Touristiqueالمنتجع السياحي" قرية النمل"

كثيرة هي الفنادق على مختلف أنواعها بالجزائر، لكن من النادر أن تجد فندقاً غريباً وفريداً في هندسته المعمارية .
على بعد 470 كيلومتراً غربي العاصمة، يقع أغرب فندق بالجزائر، وتحديداً في منطقة "بوزجار" التابعة لولاية "عين تيموشنت"، ويأتي على شكل "بيوت النمل ." الفندق لا يعلم عنه الجزائريون الكثير، بل إن كثيرا منهم "كذّب "صوره المتداولة عبر منصات التواصل، وأرجعوا وجوده إلى دولة أخرى، إلا أن الحقيقة أنه فندق جزائري وبهندسة معمارية مزجت بين العمارة الإسلامية والعالمية .

الفندق عبارة عن قرية سياحية تبلغ مساحتها 30 هكتاراً تقع بين محافظتي عين تيموشنت ووهران، يطلق عليها بعض التسميات، بينها "عش النمل" و"قرية النمل ، وهي التسميات التي لم يخترها صاحب المنتجع مكي إبراهيم من درجة انبهار الزبائن بالمنتجع، أطلقوا عليه تلك المسميات مستمدين ذلك من البرامج الوثائقية والرسوم المتحركة العلمية التي تصور تجمعاً لبيوت النمل بذلك الشكل .
انجر مشروع المنتجع السياحي "بوزجار" عام 2016، ليكون نموذجاً سياحياً فريداً في الجزائر وأفريقيا، اختار صاحبه موقعاً استراتيجياً جاذباً للسياح، إذ يتوسط سلسلة جبلية " لا تغيب عنها الثلوج" خلال فصل الشتاء .
ولم يكن صدفة اختيار ذلك الموقع، فقد سعى مكي إبراهيم لاستنساخ ذات التجربة في سويسرا ليطبقها في بلاده، إذ صنف التصميم الأولي على أنه "براءة اختراع" معترف بها دولياً، ليحصل على حق إنشاء فندق مشابه له بالجزائر.

ويعود سبب موافقة المهندس الفرنسي "جراتالو" على منح رخصة إنشاء فندق مماثل بالجزائر إلى أن إبراهيم مكي كان طالباً .عنده، وكانت ثقته الكبيرة في طالبه بمحلها، بأن أضفى على تصميمه الطابع المعماري العربي الإسلامي.

ويعمل صاحب المشروع على توفير امتيازات أخرى للسياح، بإنشاء حديقة ألعاب مائية، ومركز خاص للعلاج بمياه البحر، مستفيداً من اقتراب شاطئ " بوزجار" الخلاب، كما يوفر لزواره حوض سباحة وملعباً لكرة القدم .

واهتم الفندق أيضا بتكوين عماله في الفندقة والإعلام السياحي والطبخ الجزائري و الغربي، ليجمع بكل ذلك خصوصيات مستوحاة من البيئة الجزائرية وثقافتها وأصالتها ومحيطها الأورو متوسطي.

قد "يرتبك" زائر المنتجع السياحي للوهلة الأولى وهو يدخل تلك المنطقة، فقد يخيل له أنه سيضيع بين تلك المنازل الصغيرة، ويستغرب إن كان في فندق أو مجموعة فنادق، لاحتوائه على 180 غرفة متناثرة بشكل منظم ، فقد صمم الفندق بغرف مستقلة تشبه بيوت النمل، بفضاء دائري في الداخل، وبه أيضا عدد 2 مطبخ، كل منهما تم تجهيزه بكل عتاده، وأحدهما مفروش بـ"جلسة جزائرية" لمن يريد الجلوس حول مائدة الغداء أو العشاء كما في منازل الجزائريين .

ووضع صاحب المشروع غرف الفندق تحت تصرف زبائنه بين الفردية والثنائية والمخصصة للعائلات، وخصص بكل واحدة فيها شرفة كبيرة تمنح للزائر إطلالة تأمل على جمال المنطقة، تزيد من استرخائه وراحته وتمكن المنتجع السياحي في العامين الماضيين من جلب مئات الزبائن والسياح، لدرجة وصلت إلى تعليق الحجز لفترات نتيجة التوافد الكبير للجزائريين على "[1]فندق عش النمل"، بينهم مغتربون .

ومن أشهر الفنادق أيضا نذكر فندق ميوري -مشونش- بسكرة وهذه بعض الصور التي تمثل الفندق:









[1]– يونس بورنان **الجزائر – العين الإخبارية** السبت 12/9/2020 05:42 م بتوقيت أبوظبي






2- الآثار التنموية للسياحة في الجزائر :

تتباين الآثار الناجمة عن قطاع السياحة سواء كانت اقتصادية أم اجتماعية أو بيئية حسب المقومات والأنماط السياحية المتاحة لكل بلد، ولهذا سنحاول في هذا المبحث إبراز مختلف الآثار المترتبة عن السياحة في الجزائر حسب أهميتها.

2-1- الآثار الاقتصادية للسياحة :

أولت الجزائر اهتماما معتبرا لقطاع السياحة، باعتبارها أحد القطاعات التنموية التي تساهم في تطوير النشاط الاقتصادي، وتحقيق معدلات نمو ايجابية، ويمكن قياس الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر من خلال مجموعة من المؤشرات أهمها :

- ✓ مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .
- ✓ وتتضح مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من خلال الجدول التالي :

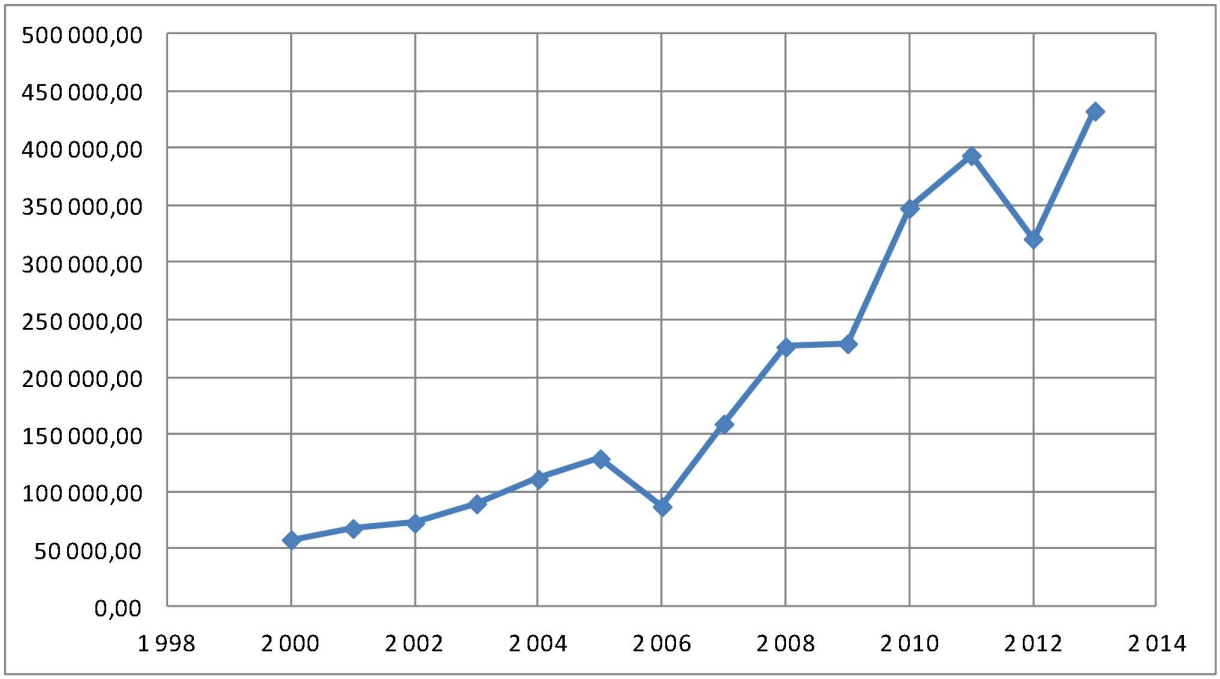
جدول رقم (03) مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
القيمة مليون دج	57729.19	67633.8	72364.37	89289.45	110684.1	128553.73	86716.68	158999.06	226395.92	229264.58	347755.35	393890.36	320932.22	432739.61
المساهمة %	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7	2.05	2.3	2.9	2.7	1.98	2.6

المصدر: وزارة السياحة، مديرية الاحصائيات.

يشير التقرير الصادر عن عدد كبير من الخبراء أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10% من الناتج المحلي الإجمالي، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد كبير من الدول من بينها الجزائر التي يبقى فيها القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالإمكانيات والفرص المتاحة، وتقع الجزائر في المرتبة 147 عالميا من حصة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من مجموع 174 دولة،[1] وأرقام الجدول تبين أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تبقى ضئيلة بحيث لم تتعدى نسبة 03 بالمائة إلى غاية نهاية سنة 2013 والشكل التالي يبين ذلك .

شكل رقم (03) مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر:



يظهر الشكل البياني أن حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ظلت مستقرة لعدة سنوات مع ارتفاع طفيف، ومع ذلك سجلت نموا إيجابيا سنة 2008 بـ 2.05 % و 2.3 % سنة 2009، لتصل إلى حدود 2.6 % خلال سنة 2013، بالرغم من عديد الأنشطة التي لا تدخل في احتساب حصة السياحة في الناتج المحلي مثل أنشطة وكالات السفر أو ذات صلة مثل النقل، ولكن مع ذلك تبقى مساهمة السياحة الجزائرية ضعيفة كثيرا مقارنة مع الدول المجاورة، وهذا يعكس مكانة السياحة في الجزائر بين قطاعات الاقتصاد الوطني .

2-2- مساهمة السياحة الجزائرية في ميزان المدفوعات :

حسب الاحصائيات المسجلة فقد بلغت إيرادات السياحة في ميزان المدفوعات سنة 2005 حوالي 2505.6 مليون دولار من الخدمات و 184.3 مليون دولار من الأسفار، وفي سنة 2007 وصلت الإيرادات المسجلة في ميزان المدفوعات حوالي 2837.1 مليون دولار من الخدمات و 218.9 مليون دولار من الأسفار لتبلغ في سنة 2013، مقدار 4512.1 مليون دولار من الخدمات، مقابل 321.7 مليون دولار من الأسفار أما النفقات السياحية في ميزان المدفوعات فكانت أكبر بكثير من الإيرادات، مما يعكس العجز المتتالي لميزان المدفوعات في قطاع السياحة، ولمزيد من التوضيح الجدول التالي يبين في قطاع الإيرادات والنفقات لميزان المدفوعات الخاص بقطاع السياحة .

[1]- عبد الحق عباس، "**السياحة في الجزائر**"، فرص غير مستغلة تختزل نصيب الوطن من السياحة الى 01 بالمائة على الموقع:
www.annabaa.org/nbanews/60/253.htm(2010).

جدول رقم (04): تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي للفترة 2005-2013

الوحدة (مليون دولار)

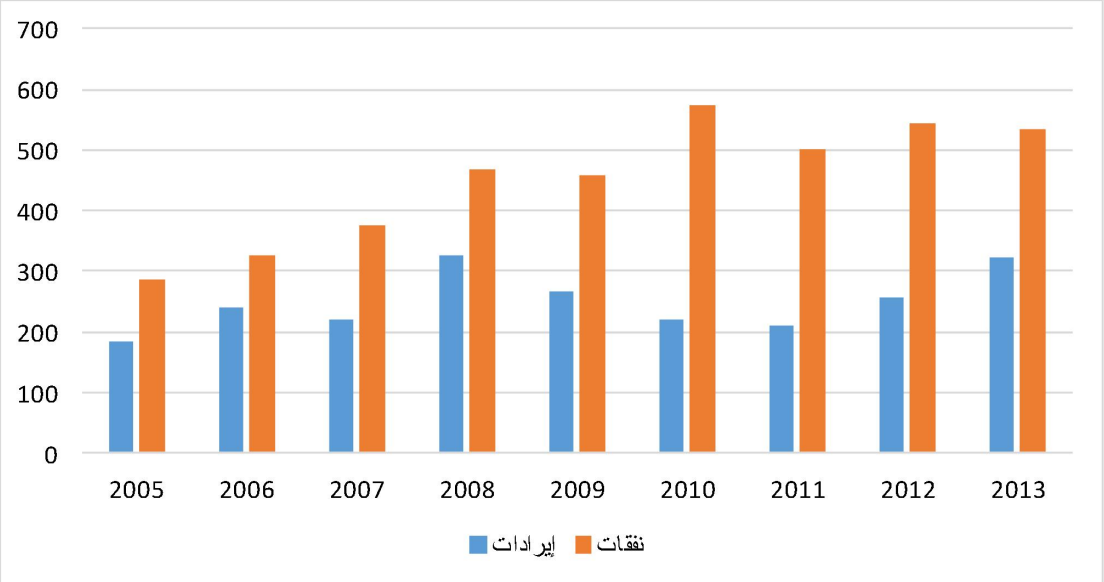
السنوات		2005	2006	2007	2008	2009
الخدمات	الايرادات	2505.5	2884.4	2837.7	3487.1	2986.6
	النفقات	4221.5	5871.2	6930.4	11075.9	11681.1
	الرصيد	1715 -	3286.8 -	4092.7 -	7588.8 -	8694.5 -
الأسفار	الايرادات	184.3	241.2	218.9	324.5	266.4
	النفقات	287.1	325.6	376.7	468.6	456.6
	الرصيد	102.8 -	84.4 -	157.8 -	144.1 -	190.2

السنوات		2010	2011	2012	2013
الخدمات	الايرادات	3613	3909.8	4205.6	4512.1
	النفقات	11856.1	11972.2	12165	15326.2
	الرصيد	8243.1 -	8062.4 -	7959.4 -	10814.1 -
الأسفار	الايرادات	219.1	208.3	254.6	321.7
	النفقات	574.3	501.7	543.2	532.5
	الرصيد	355.2 -	293.3 -	288.6 -	210.8 -

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات.

والشكل التالي يوضح تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي الخاص بالأسفار للفترة 2005-2013.

شكل رقم (04): تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي الخاص بالأسفار



والملاحظ من خلال الشكل أن النفقات السياحية خلال كامل الفترة كانت أكبر من الايرادات السياحية، ولهذا السبب كان رصيد ميزان المدفوعات دائما بالسالب أي عجز متتالي، ويعود هذا العجز إلى أن ما ينفقه الجزائريين خارج الوطن في مجال السياحة، أكبر مما ينفقه الأجانب في الجزائر، ففي سنة 2007 مثلا، أنفق الجزائريون في الخارج ما قيمته 376.7 مليون دولار و بالمقابل أنفق الاجانب في الجزائر حوالي 218.9 مليون دولار .

ونفس الملاحظة حتى بالنسبة للسنوات الأخيرة التي عرفت فيها السياحة تطورا ملحوظا، إلا أن العجز المتكرر في ميزان المدفوعات بقي يلازمها .

2-3- مساهمة السياحة في الصادرات

إذا ما قارنا حجم الامكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر فإننا نجد أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الصادرات الجزائرية (قيمة الايرادات / قيمة الصادرات الوطنية) تعد ضعيفة جدا، ولا ترقى إلى النهوض بالقطاع السياحي على المدى القريب وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (05) : نسبة مساهمة السياحة في الصادرات (2005-2013)

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
مساهمة السياحة في الصادرات (%)	0.98	0.69	0.52	0.58	0.79	1.12	1.86	2.23	2.56

المصدر: وزارة السياحة.

الملاحظ من خلال القيم المسجلة في الجدول أن نسبة مساهمة السياحة في الصادرات تبقى جد ضعيفة بالرغم من تطورها إلا أنها لم تتجاوز نسبة 03% على العموم، حيث حققت ما يقارب نسبة 2.56% في سنة 2013 وإذا ما قورنت بدول الجوار، تونس 20.3% سنة 2013، والمغرب 38.4% سنة 2013، فإنها تبقى جد بعيدة .

وتعود الأسباب الاقتصادية التي حالت دون تطور القطاع السياحي في الجزائر إلى :

- سوء تسيير المرافق السياحية وندرة الخدمات التي يحتاجها السائح.
- ضعف المنتج السياحي للجزائر، وعدم قدرته على جذب السياح المحليين فما بالك بالسياح الأجانب.
- غياب استراتيجية فعالة لتسويق المنتج السياحي الجزائري داخل وخارج البلاد.

3- الآثار الاجتماعية للسياحة :

تعتبر السياحة واحدة من أهم القطاعات التي تساهم بشكل مباشر في خلق مناصب الشغل والقضاء على ظاهرة البطالة، حيث يعتبر معدل خلق الوظائف في قطاع السياحة أكثر سرعة من المعدلات السائدة في القطاعات الأخرى بنحو 1.5 مرة،[1] وتبرز أهمية السياحة في الجوانب الاجتماعية في النقاط التالية:[2]

- استيعاب قطاع السياحة لجزء من العمالة سواء كان استيعاب مباشر داخل القطاع السياحي أو استيعاب غير مباشر في القطاعات الأخرى .
- اعتبار السياحة وخاصة الداخلية أداة لرفع معنويات المواطنين مع زيادة انتمائهم للجزائر مما يؤدي للحد من الظاهرة الجديدة في السوق السياحي الجزائري، وهي السياحة المضادة .

[1]- وفاء عبد الباسط: "**التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجيات والتحديات العالمية المعاصرة**"، (دار النهضة العربية، القاهرة، 2005)، ص95.

[2]- الشاهد الياس، مرجع سابق، ص195.

- وعلى اعتبار أن البعد الاجتماعي للسياحة أحد مكونات المنتوج السياحي في البلدان السياحية، وأيضا كعنصر أساسي في عملية التنمية، وما يترتب عنها من آثار قد تكون ايجابية أو سلبية على المجتمعات المضيفة، وسنحاول في هذا المطلب قياس الآثار الاجتماعية للسياحة من خلال مؤشر مهمين هما : التشغيل والمستوى المعيشي .

1-3- مساهمة السياحة في التشغيل :

يساهم قطاع السياحة بشكل كبير في توفير مناصب الشغل، بالرغم من المعوقات التي يعاني منها، والإحصائيات المقدمة في الجدول التالي توضح عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري .

جدول رقم (06) : تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري للفترة 2000-2013

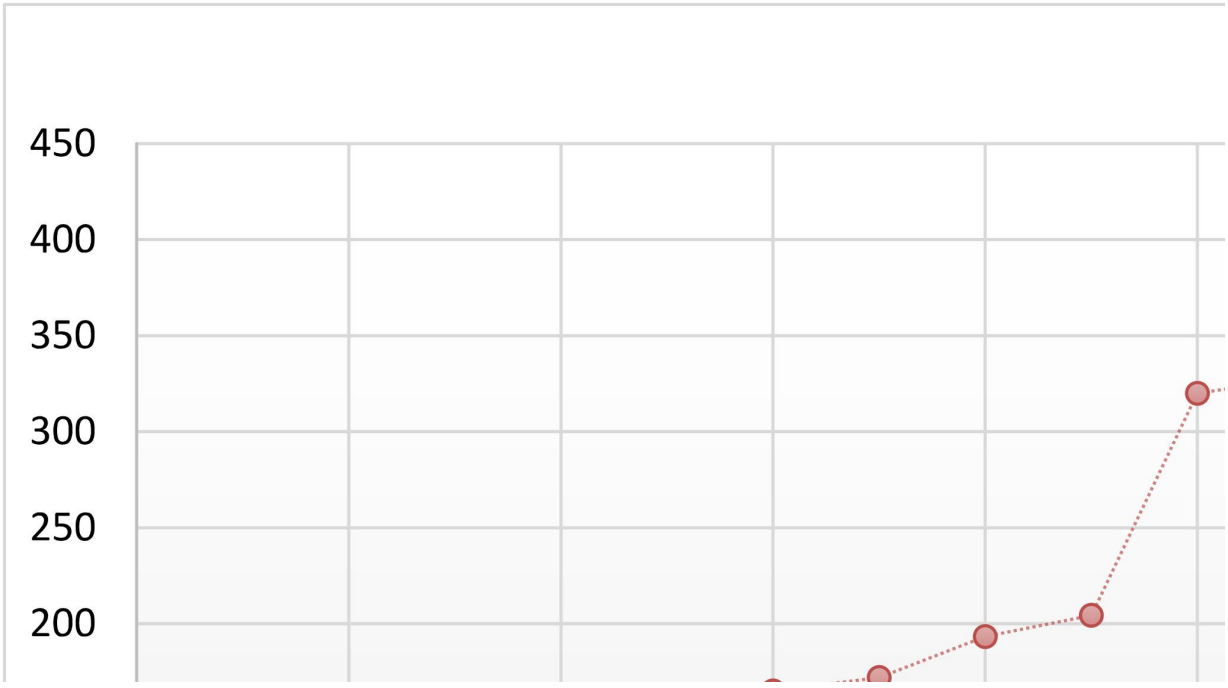
الوحدة (ألف عامل)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
عدد العمال	82	89	95	103	165	172	193.3
معدل التغيير (%)	-	8.53	6.74	8.42	8.42	4.24	12.8
السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد العمال	204.4	320	328	333.5	344	356.2	388.5
معدل التغيير (%)	5.41	56.55	2.5	1.67	07.5	3.54	9.06

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على معطيات وزارة السياحة.

والشكل المرافق يوضح بشكل أكبر تطور عدد العمال في قطاع السياحي .

شكل رقم (05): مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل بالجزائر.



يظهر من خلال الجدول والبيان أن العمالة في قطاع السياحة بالجزائر تزايدت بشكل نسبي خلال فترة الدراسة، حيث كانت في سنة 2000 تقارب 82 ألف عامل، لتصل إلى حدود 388 ألف عامل مع نهاية سنة 2013، أي بزيادة تقدر بـ 306 عامل وبمعدل نمو قارب 28.70% ، وترجع أسباب هذه الزيادة المتتالية في عدد العمال إلى جملة السياسات التي اتخذتها الدولة لتشجيع قطاع السياحة من خلال إنشاء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المقاهي والمطاعم التابعة للقطاع السياحي وأيضا الفنادق و المركبات السياحية الجديدة المستخدمة خلال هاته الفترة، ولكن بالرغم من ذلك فإن هذا النمو المسجل في قطاع السياحة بالنسبة للتشغيل يعد ضئيلا مقارنة بالطاقات السياحية الغير مستغلة من طرف الدولة .

وتشير التقديرات الواردة باستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر إلى حدود 2013، أنه سيتم انجاز حوالي 115000 سرير، مما يسمح بزيادة التوظيف بهذا القطاع حسب التقديرات لتبلغ مناصب الشغل المباشرة 57700 منصب و172500 منصب شغل مباشر، ليصبح العدد الإجمالي لمناصب الشغل في قطاع السياحة لسنة 2013، ما يقارب 230000 منصب شغل جديد.[1]

2-3-آثار السياحة على المستوى المعيشي للسكان :

تؤثر السياحة بشكل مباشر على المستوى المعيشي لسكان البلدان السياحية، إذ يؤدي النشاط السياحي إلى تحسين المستوى المعيشي لبعض فئات المجتمع، التي يرتبط نشاطها بالسياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكذلك زيادة مستوى دخلهم الفردي، الذي ينعكس في الأخير على زيادة الطلب الكلي للاقتصاد الوطني ككل .

وبالنظر إلى المؤشرات المحققة في القطاع السياحي الجزائري فقد بينت ضعف القطاع و تهميشه ضمن المخططات التنموية للبلاد، مما أدى بالضرورة إلى انخفاض نصيب الجزائر من السياحة الدولية، وبالتالي تدني مستوى الدخل الفردي السياحي. ونظرا لصعوبة القياس الكمي لهذا النوع من الآثار، سنحاول التركيز في هذا الفرع على إبراز آثار السياحة على مستوى المعيشي للفرد من جانب انعكاسات عائدات السياحة (الايرادات) على مجتمعات الدول السياحية والجدول التالي يوضح تطور نصيب الفرد من الايرادات السياحية (الايرادات السياحية / مجموع السكان) في الجزائر للفترة 2005-2013.

جدول رقم (07) : تطور نصيب الفرد من الايرادات السياحية للجزائر (2005-2013)

الوحدة: دولار

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
نصيب الفرد من الايرادات	5.60	6.43	6.30	8.66	7.50	6.08	5.70	6.80	8.40

المصدر: من اعداد الطالب بناء على معطيات صندوق النقد العربي. التقرير الاقتصادي الموحد 2013.

والملاحظ من خلال قيم الجدول تدني متوسط نصيب الفرد من الايرادات السياحية المحققة، فبالرغم من نموه في السنوات الأولى لفترة الدراسة لتصل إلى حدود 8.66 دولار كأقصى قيمة سنة 2008، ليعاود بعدها الهبوط في السنوات الأخيرة ليصل إلى حدود 5.70 دولار سنة 2011، ثم يعاود بعدها الارتفاع ليصل إلى قيمة 8.40 دولار في سنة 2013.

[1]- الشاهد الياس، مرجع سابق، ص195.

وتعود أسباب هذا التدني المستمر لنصيب الفرد من الايرادات السياحية إلى التهميش الدائم لقطاع السياحة على حساب قطاعات اقتصادية أخرى، كقطاع المحروقات، والبناء والأشغال العمومية وغيرها من القطاعات التي ضخت لها الدولة أموالا كبيرة ضمن مخططاتها التنموية، طبعا كل ذلك كان على حساب قطاع السياحة الذي ظل يحتل المراتب الأخيرة في التمويل .

4- الآثار البيئية للسياحة: تكمن الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:[1]

- الوعي المتزايد بأهمية البيئة و ضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة و ممارسات الشركات و المصانع من جهة أخرى . وبالتالي بدأ الوعي والعمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة واستدامها للأجيال القادمة، وتجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية، وعليه فإن السياحة البيئية لها أهمية اكتسبتها من كونها تعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف، وفي نفس الوقت تستمد أهميتها من ذاتها، ويمكن التعرف عليها من خلال العناصر التالية:[2]

- المحافظة على التوازن البيئي وعلى حماية الحياة الطبيعية .

- وضع ضوابط الترشيد السلوكي في استهلاك المواد أو في استعمالها، أو استخراجها بما يحافظ على الصحة والسلامة العامة، وتجدد الموارد وعدم هدرها .

- توفر السياحة البيئية الحياة السهلة البسيطة البعيدة عن الانزعاج والقلق .

والجزائر كغيرها من الدول كان لزوما عليها أن تعطي الاهتمام البليغ بالبيئة السياحية بما يخدم مصلحة هذا القطاع، ويهدف إلى ترقيته وتطويره، ومهما كان نوع المشاكل والآثار البيئية التي تعاني منها الجزائر، فإنها تؤثر على الجانب السياحي، باعتبار أن السياحة جزء من البيئة وأن الأوضاع البيئية تؤثر في سلوك السائح .

وفيما يلي يبين الجدول التالي الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر.

جدول رقم (08): الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر.

	القيمة السنوية الكلية (مرتفعة)	القيمة السنوية الكلية (منخفضة)
الخسائر الاقتصادية للسياحة بسبب تدهور الشواطئ	180.000.000	60.000.00
خسائر بسبب الفرص الضائعة في السياحة	16.666.667	16.666.667
خسائر دورية بسبب الشواطئ المغلقة	200.000.000	120.000.000
خسائر كلية مباشرة في تسيير السياحة الشاطئية	396.000.000	196.000.000

المصدر: سالمي رشيد، أثر تلوث البيئة على التنمية الاقتصادية في الجزائر، **أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير**، جامعة الجزائر، 2006، ص 221.

[1]- صليحة عشي،" الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر"، تونس والمغرب، **مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد التنمية**، جامعة باتنة، 2004/2005، ص 28.

[2]- عبير عطية، **"التنمية السياحية"**: على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الاسكندرية، دون سنة نشر، ص 183.

ويتضح من خلال الجدول أن مجمل الخسائر الاقتصادية للسياحة بالتركيز على نوع السياحة الشاطئية كانت بالملايير، ناهيك عن الأنواع الأخرى للسياحة، وتعود أسباب الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر إلى :

- سوء تسيير النفايات وقلة المنافذ الشواطئ .
- تلوث مياه الشواطئ كان سببا في تراجع الاستثمارات في السياحة الشاطئية .
- التلوث السياحي كان سببا في تراجع عدد السياح في المؤسسات الفندقية .

وغيرها من العوامل البيئية الأخرى كالمخلفات الصناعية الملوثة للهواء، ودرجة الوعي البيئي للمجتمع، التي كانت سببا في تدهور البيئة السياحية الجزائرية .

4- معوقات السياحة في الجزائر :

عرفت الطاقات السياحية الجزائرية تطورا كميا معتبرا منذ الاستقلال إلى يومنا هذا بحيث مرت طاقات الاستقبال من 2000 سرير عام 1962 إلى 64900 سرير سنة 1997 وبإجمالي عدد الفنادق 1034 سنة 2005 .

كما أعلن[1] وزير السياحة الجزائري عن مشروع إنشاء بنك للاستثمار السياحي بالتعاون مع وزارة المالية لإعادة إحياء قطاع السياحة في الجزائر. وأوضح الوزير أن هذا الأسبوع شهد توقيع عقود مع عدد من المؤسسات السياحية الدولية مثل شيراتون" و"هيلتون" بهدف ضمان مراقبة نوعية الخدمات التي تقدمها الفنادق والمنتجعات السياحية. وقد أعلنت وزارة السياحة في وقت سابق عن توقيع 80 عقدة مع رجال أعمال جزائريين سيتم بموجبها إنجاز 80 فندقا شرق وغرب ووسط البلاد فضلا عن حوالي عشرة فنادق بالصحراء الجزائرية في انتظار التوقيع في المستقبل القريب على ما يقارب 60 عقدا آخر مع رجال أعمال جزائريين ثم مع آخرين أجانب .

تتضمن السياسة السياحية الجزائرية تحديد وتوزيع المهام في المجال السياحي على كل من القطاعين الخاص والحكومي والمرمى من هذه السياحة في إنشاء صناعة سياحية حقيقية يرجى منها آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية، لذلك تم توزيع المهام في المجال السياحي كما يلي : يتحمل القطاع الخاص الاستثمار، تكوين منتوج سياحي تنافسي قانوني التنظيم والإدارة بينما تتحمل الدولة مهام وضع إطار واضح و ملائم للاستثمار و نمو صناعة سياحية عن طريق تحديد خطة تتمثل في :

- بذل جهود ترقوية متميزة ومتزايدة باتجاه السياح والمستثمرين عن طريق جهاز الدولة للترفيه، وتحسين محيط القطاع السياحي .

- غاية السائح بوضع أنماط وقوانين تلزم هياكل الاستقبال خدمته بنوعية .

- التكوين والرسكلة لعمال وموظفي القطاع لرفع مستوى أدائهم.

- الحفاظ على مناطق التوسع السياحي .

[1]- شبكة الصحافة غير المنحازة www.voltairenet.org بنك للاستثمار السياحي في الجزائر، (على الخط)، متوفر على: ، تاريخ الاطلاع: 2009/08/23.

ولكن بالرغم من وفرة المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر إلا أنها مازالت بعيدة كل البعد عن ما وصل إليه جيراننا، حيث نجد أن تونس بالرغم من أنها لا تملك المقومات البيئية والأثرية التي تملكها الجزائر إلا أن إحصائيات سنة 2005 تبين أنها استقبلت 6378 ألف سائح بمعدل نمو سنوي 4.5% بنسبة 63.6 من عدد سكانها. بينما استقبلت المغرب الشقيقة 5843 ألف سائح في نفس السنة بمعدل نمو سنوي 8.4 %، وبنسبة من عدد سكانها 18.8. أما الجزائر فقد استقبلت 1443 سائح بمعدل نمو سنوي 10.7%، وبنسبة من عدد السكان 4.4 فقط.[1]

يطرح التساؤل في ظل هذه المقومات والمؤشرات المنعكسة بالمقابل لهذه المميزات، ما هي المعوقات التي أدت إلى عدم انعكاس النتائج على أساس ما تتوافر عليه الجزائر من مقومات سياحية ؟

هناك جملة من العوائق تقف أمام تطور السياحة بالجزائر متفاوتة الصعوبة فيما يخص تجاوزها في أجال متفاوتة الأهمية . حيث تم إحصاء مجموعة من المعوقات أو النقائص التي تعاني منها السياحة الجزائرية من خلال الزيارات والمسح للمواقع الذي قامت به مصالح وزارة السياحة وتم حصرها في الآتي :

أ- غياب نظرة واضحة لمنتجات السياحة الجزائرية :

- مواقع بلا صيانة وغير مثمنة بصورة كافية .

- غياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التميز .

- غياب التشاور والتنسيق حول الأمور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة .

ب- ضعف نوعية المنتوج السياحي :

➢ **ضعف نوعية الخدمات** : ويتضح هذا الضعف من خلال ما يلي:

- تديني للنظافة والصيانة في الفضاءات العمومية .

- خدمات مرتفعة السعر وذات جودة أقل مقارنة بدول الجوار .

- غياب خدمات جذابة .

- غياب مجهودات وأعمال لإبراز المنتجات المحلية .

- عدم توفر سوق خاص بالحرفيين لعرض منتجاتهم، وهذا ما يجعل من غرفة الصناعة التقليدية والحرف مركزا مهما لعرض منتجات الحرفيين .

➢ **إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة :**

- عجز في طاقات الاستقبال .

- هياكل إيواء متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة للسكان المحلين أو مقارنة بمستوى جودتها .

[1]- جامعة الدول العربية، "**النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي**"، العدد السادس، 2007.

- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية .

➢ **ضعف نوعية النقل :**

- عدم القدرة على توفير خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، مع تسعير مبالغ فيه مقارنة مع شركات النقل الجوي لدول الجوار .

- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب (نحو المقاصد السياحية، الأهقار، وحظيرة الطاسيلي) .

ج - ضعف أداء وكالات الأسفار و نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين :

➢ **ضعف آداء وكالات الأسفار :**

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحة الدولية .

- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الالكتروني من حجز وخدمات .

- خضوع استقبال السياح بالجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم .

- غياب مخطط للتكوين المستمر .

- عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة .

- أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة إلى الخارج (80% عمرة وأسفار نحو الخارج 10% استقبال لوكالات الجنوب) و10% حجز التذاكر.

➢ **نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين :**

- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية .

- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي .

د- تغلغل ضعيف لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في السياحة :

- عدم كفاية مواقع الانترنيت مع التركيز و ترقية السياحة الصحراوية والاكتشاف الثقافي .

- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة .

هـ -خدمات مالية، تسيير وتنظيم غير متكيف مع القطاع السياحي :

➢ **بنوك وخدمات مالية غير متكيفة مع القطاع :**

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسياح .

- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج .

- تعارض في طريقة تمويل الاستثمار السياحي مع طبيعة النشاط .

➢ **تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية :**

- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات .

- غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي .

و -غياب الأمن وعجز في الترقية والتسويق :

➢ **غياب الأمن :**

- مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، اضطرابات واختطاف السياح) .

➢ **عجز في الترقية و التسويق :**

- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية .

- ضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة للتعريف بالوجهة السياحية الجزائرية .

- وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث .

- غياب أنشطة إعلامية، كالمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج .

وفي ظل هذه الظروف غير الملائمة كان من الضروري على الجزائر أن تعمل على وضع إستراتيجية متكاملة للنهوض بالقطاع السياحي وتصحيح الصورة الخاطئة لدى السائحين في الدول الأخرى عن الوجهة الجزائرية وإعادة بناء تصور جديدة عن الجزائر السياحية، وهذا ما تجسد من خلال مخطط ترسيخ الوجهة الجزائرية الذي جاء ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 الذي يضع الطريقة المثلى لتسويق المنتج السياحي الجزائري في السنوات المقبلة بما يتماشى مع المعطيات الاقتصادية العالمية .

4- المميزات الطبيعية للصحراء الجزائرية :

تتميز الطبيعة الصحراوية بثلاث سمات رئيسية :

- ✓ النسيج الواسع للهضاب الأرضية التي تسمى الحمادة و الذراع .
- ✓ ثلاث أحواض كبرى محاطة بالكثبان الرملية ، العرق الشرقي ، العرق الغربي وعرق الشاش .
- ✓ طبيعة الهقار الجبارة التي توجد بها أعلى قمة في الجزائر و هي قمة " طاهات" 3003 م [1].

و في الواقع تنقسم الصحراء إلى قسمين أساسيين : [2] صحراء الشمال الغربي بسلاسل الطلس المتموجة ، و صحراء الجنب الشرقي ابتداء من الواحات إلى الهقار و الطاسيلي المشهور الجدارية و النحوت الصحراوية ، و تتجلى الطبيعة الصحراوية من خلال :

- ➢ الرق الذي هو عبارة عن مساحة واسعة من الحصى و الحجارة .
- ➢ العرق الذي هو عبارة عن رمال شاسعة تمثل خمس الصحراء .

---

[1] - **الدليل الإقتصادي و الإجتماعي** ، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار ، الجزائر ، 1998 ، ص 15 .

[2] - خالد كواش ، "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر" ، **مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا** ، العدد الأول ، 2004 ، ص 219.

- الحمادة التي هي مساحة كبيرة من الحجارة الكلسية .
- الجبال التي مصدرها بلوري وشفاف ذات تكوين بركاني .
- السبخات أو الأحواض المغلقة التي تنمو حولها النباتات و الغلال .

4-1- المناخ :

يتميز مناخ المنطقة الصحراوية بالجفاف الذي يتسم بموسم حار و طويل يمتد من شهر ماي إلى شهر سبتمبر بدرجات حرارة تتراوح بين 40° إلى 45° مئوية ، و أحيانا تصل إلى حدود 50° مئوية ، و تشتد الحرارة في النهار و تنخفض جدا في الليل تصل إلى حدود (0 درجة) في فصل الشتاء ، تعتبر الأرض قاحلة جدا بسبب انخفاض معدل تساقط المطار ، لا تتجاوز 1500 مم في السنة الواحدة [1].

5- أشهر المناطق السياحية في الصحراء الجزائرية :

يمكن حصر 03 مناطق رئيسية للمواقع السياحية في الصحراء ، تبعا لموقعها الجغرافي [2]:

5-1-منطقة الأطلس الصحراوي : وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا و الصحراء الكبرى ، و تتميز بنمط المناخية ، المعدنية ، الصيد ...

5-2- منطقة الواحات (شمال الصحراء) : وتتميز باعتدال درجات الحرارة ، فهي أقل ارتفاعا من درجات الحرارة بالصحراء الكبرى ، و تتمركز بها الواحات بنخيلها و بحيراتها ، و تتوفر بها صناعات تقليدية مميزة .

5-3- منطقة الصحراء الكبرى : وهي المنطقة المعروفة بالجنب الكبير (الهقار و الطاسيلي) ، و تتميز بالمساحات الشاسعة و الجبال الشامخة و بالحرارة المعتدلة طوال فصل السنة ، و التي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية .

6- أبرز الأقطاب السياحية في الصحراء الجزائرية :

6-1- الواحات الصحراوية : تحصى الجزائر مالا يقل عن مائتي (200 واحة) ، تتوزع عبر إثني عشر ولاية جنوبية هي : الأغواط ، غرداية ، ورقلة ، الوادي ، بسكرة ، أدرار ، اليزي ، جانت ، تمنراست ، بشار ، البيض ، النعامة ، و تتميز منطقة الواحات بكثرة نخيلها ، وتتنوع تمورها التي من أشهرها تمر "دقلة نور " الذي يعد علامة تجارية مسجلة يصدر إلى الخارج ،

و كذا إنتاج الفول السوداني بما يعرف بـ" الكوكاو" ، وتحتل الواحات موقعا استراتيجيا وسط نمط طبيعي خلاب منحها خصوصية وجاذبية سياحية [3].

إلا أن البيئة الصحراوية لهاته المناطق لم تسلم من التدهور الذي بات يهدد الكثير من واحات النخيل و يرهن مستقبلها ، متمثلا في موت العديد من أنواع النخيل و صعود المياه في بعض المناطق و الحرارة القياسية الشديدة التي تؤثر على جودة تمورها .

---

[1] خالد كواش ، نفس المرجع ، ص 220

[2] - نفس المرجع ، ص 223

[3] -بنوناس صباح ، " مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر و استراتيجيات تطويرها" ، **مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي** : "**دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية و الإجتماعية**" ، جامعة بسكرة ، مارس 2012 ، ص 04 .

2-6- القصور القديمة : و تعتبر من أهم المناطق السياحية الصحراوية جذبا للسياح نظرا لطابعها العمراني المتميز ، و تراثها التاريخي القديم ، و نذكر هنا بعض أهم هاته القصور :

- **قصر تماسين** : و يقع في منطقة وادي ريغ (بلدية تماسين ولاية ورقلة) ، و يعتبر عمارة فنية ذات طابع إسلامي متميز ، شاهد على عبقرية إنسان المنطقة في تلك الحقبة التاريخية رغم بساطة الظروف ، بحيث يراعي فيه كثير من الجوانب الأمنية و قوانين العرف و التقاليد التي تتماشى و الدين الإسلامي .
- **قصر كوردان الأثري** : و يعود تاريخ بناء هذا القصر إلى سنة 1883م بإشراف من السيد أحمد عمار التيجاني ، و يمثل تحفة معمارية رائعة في الصحراء الجزائرية ، وهو مزيج من الطراز الأوروبي و المغربي ، مزخرف كليا في جدرانه و أسقفه .
- **قصر التويوت بالنعامة** : و يعد شكلا من أشكال العمارة المغاربية ، ويتمنى إلى مجموع القصور الواقعة في الجزء الغربي من الأطلس الصحراوي الجزائري ، و يوجد في الصحراء الكثير من القصور القديمة الأخرى ، وعلى سبيل الذكر لا الحصر نجد : قصر بني ونيف ، ومغرار التحتاني ، وقصر أبي سمغون ، والقصر العتيق بتميمون ... و غيرها من القصور الكثيرة الخرى .
- **المتاحف الطبيعية** : ويتجسد مفهومها في مجموع المحميات الطبيعية ، و المسطحات الخضراء و الصحاري ، و الينابيع و الأنهار و الجبال ، وما تحويه من حيونات و نباتات ، بالإضافة إلى المكونات الصخرية أو الترابية و الرملية ، ونذكر من بينها :
  - المناطق الرطبة (بأولاد سعيد بتيميمون) .
  - الغابات المتحجرة (منطقة تيوت) .
  - الصخور المنقوشة (بمنطقة الأطلس الصحراوي) .

- **الحظيرة الوطنية الجزائرية بالأهقار**[1] : و تكتسي أهمية بالغة ذات أبعاد متعددة ، لما تزخر به من الكثير من الشواهد الطبيعية الحية ، و عن أسرار الوجود الإنساني و الحيواني و النباتي ، حيث يعود البعض منها إلى ما قبل 12 ألف سنة ، و تصنف من أكبر الحظائر المفتوحة عبر العالم ، و تمتد على مساحة تقدر بـ 500 ألف كلم ^{2} ، و على بعد 200 كلم من محيط الأهقار ، توجد سلسلة الطاسيلي و التي صنفت أيضا كتراث عالمي عام 1982 ، و تبلغ مساحتها 10 ألاف هكتار. و تضم أنواع متعددة من النقوش الصخرية وصور مطاردة الغزال و القصور المبنية بالصلصال و الخزف .

7- بعض مؤشرات السياحة الصحراوية في الجزائر : تعتبر السياحة الصحراوية في الجزائر سياحة واعدة ، مع تزايد الإقبال عليها في السنوات الأخيرة ، وتنامي نموذج السياحة البيئية ، حيث يشهد الموسم الشتوي وكذا الربيعي توافد العديد من السياح الأجانب الذين يفضلون قضاء عطلة رأس السنة في المناطق الصحراوية ، نظرا لمناظرها الطبيعية الخلابة ، وكذا مناخها المعتدل ، وحسب المنظمة العالمية للسياحة فإن عدد السياح الأجانب الذين زاروا الجنوب الجزائري في 2009 بلغ 11,6 ألف سائح ، وقد تم تسجيل زيادة 10 % ، خلال سنة 2010 .[2]

جدول رقم 09 : توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي الصحراوي في الجزائر للفترة : 1991-2011 .

---

[1] - **الدليل الإقتصادي و الإجتماعي** ، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار ، الجزائر ، 1998 ، ص 25 .

[2] - مناصرية اسماعيل ، "الترويج السياحي كوسيلة فعالة لتنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر" ، **مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني** : "**دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية**" ، جامعة بسكرة ، مارس 2012 ، ص 08

السنوات	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد الفنادق	-	-	-	161	161	161	157	57	57
طاقة الإيواء	7615	9000	4431	11639	11639	11639	11649	3770	3770
الإجمالي الوطني	62000	77242	83895	84869	85000	85876	86383	92377	92737
النسبة %	**12,28**	**11,65**	**5,28**	**13,71**	**13,70**	**13,55**	**13,50**	**4,08**	**4,06**

المصدر:الديوان الوطني للإحصائيات ، توزيع طاقة الإيواء حسب المنتج السياحي .

و الملاحظ من خلال الجدول أن تطور طاقات الإيواء للمنتج الصحراوي السياحي تمثل نسبا متباينة ، فبينما كانت نسبا متزايدة تقدر بك 12,28 % حتى سنة 1995 ، انخفضت بشكل ملحوظ سنة 2005 إلى حدود 5,28 % ، ويعود هذا الانخفاض إلى حالات الاختطاف السياح الأجانب التي شهدتها المنطقة ، ثم عاودت بعد ذلك نسب الإيواء في الزيادة لتصل إلى أدنى مستوياتها في سنة 2011 بنسبة 4,06 % ، و يبقى الهاجس الأمني على حدود المناطق الصحراوية هو العامل الرئيسي لانخفاض عدد السياح بشكل مطرد و متزايد ، بالإضافة إلى انخفاض حجم طاقة الإيواء و نوعيتها وجودة خدماتها ، بحيث تبقى غير كافية ودون المستوى المطلوب في تقديم الخدمات بالشكل الذي يرضى رغبات السياح الأجانب و يجعلهم أكثر إقبالا على هذا المنتج .

8- استراتيجيات تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر و شروط استدامتها :

8-1-أهمية تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر:

تعرف التنمية السياحية على أنها الارتقاء و التوسع بالخدمات السياحية و احتياجاتها ، و هي عملية مركبة تهدف إلى تعظيم الإمكانيات المتاحة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح و الحفاظ على البيئة و مصادرها الطبيعية التي تشكل رأس مال التنمية السياحية المستدامة .

و تكتسي السياحة الصحراوية في الجزائر أهمية متزايدة نظرا لدورها البارز في الاقتصاد الوطني ، لأنها تضمن موارد مالية إضافية للسكان ، و تعمل على تحسين ميزان المدفوعات و تعمل على حل بعض المشكلات الاقتصادية و التي من أبرزها مشكلة البطالة ، أين تساهم في خلق مناصب عمل جديدة ، علاوة على دورها في تنمية و تثقيف المجتمعات المحلية و نشر الوعي البيئي الذي يضمن المحافظة على الموارد الطبيعية بغرض تحقيق استدامتها [1].

و لأجل هذا كله قامت الجزائر بوضع خطة إستراتيجية استشرافية بهدف النهوض بقطاع السياحة و ضمان استدامته على مدى البعيد .

رابعا : متطلبات ترقية و تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر

وردت كلمة إستراتيجية أول المر في مجال العسكري إذ تطورت بتطور العصر لتشمل جميع القطاعات الأخرى ، و أصل هذه الكلمة يوناني **" استراتيجوس"** ومعناها فن القيادة[2].

[1] - برحومة عبد الحميد ، " تفعيل الشركة بين الحكومة ، القطاع الخاص و المجتمع المدني في تنشيط و صناعة السياحة الصحراوية "، **مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني : دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية** ، جامعة بسكرة ، مارس 2012 ، ص 11 .

[2] -السيدة عليوة ، **إستراتيجية الإعلام العربي** " هيئة الكتاب ، القاهرة ، 1978 ، ص 90 .

1-تعريف الإستراتيجية :

الإستراتيجية هي مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التي يضعها مديرو البرامج في شكل خدمات و سياسيات وخطط عمل ".[1]

كما يمكن اعتبار الإستراتيجية أنها المنهج العام المحدد لأي نشاط من الأنشطة الذي يتضمن الأهداف العامة له و الأساليب المختلفة لتحقيقها و تتحدد الإستراتيجية بصورة عامة في ضوء السياسة العامة للدولة أو المنطقة.

2-متطلبات وضع الإستراتيجية التسويقية السياحية :

يعتمد وضع و اختيار الإستراتيجية التسويقية السياحية الملائمة على عدد من الاعتبارات أهمها :

1- **الإستراتيجيات المنافسة** : لكي يمكن وضع إستراتيجية مثلى للتسويق السياحي يجب دراسة وفهم الإستراتيجيات التسويقية الأخرى التي تسير عليها الدول السياحية المنافسة و كذلك إستراتيجية كل شركة أو منشأة سياحية منافسة و هذا يعني أن الإستراتيجية التسويقية تتم بواسطة الدولة ككل في مواجهة إستراتيجيات الدول الأخرى و نفس الشيء بالنسبة للشركات السياحية وذلك لتنظيم إستراتيجية تسويقية سياحية مضادة للإستريتجيات الأخرى بناءا على تقييم سليم للموافق واتخاذ القرارات السريعة لمواجهتها .

2- **الإستراتيجيات البديلة :** يقصد بها إمكانية إحلال إستراتيجيات تسويقية مكانة أخرى ظل ظروف طارئة معينة بدون أن يؤثر هذا التغير على الهدف النهائي لتسويق السياحي بوجه عام .

جـ - **التكامل بين عناصر الإستراتيجية التسويقية** : يؤدي التكامل بين العناصر المختلفة للإستراتيجية التسويقية السياحية إلى تحديد الإستراتيجية المثلى الملائمة لمختلف جوانب العملية التسويقية ، فالمنتج الجيد يرتبط بالدعاية السياحية الفعالة و الإعلان المؤثر يرتبط بحركة سياحية متزايدة وهكذا .

3- تحديد الإستراتيجية التسويقية للسياحة المثلى :

يعتبر هذا العمل من الأعمال أو القرارات الصعبة التي يواجهها مديري التسويق في المنشآت السياحية المختلفة لأنه يتوقف عليها إتباع إستراتيجية التسويقية معينة فإما أن تكون ناجحة و إما أنها لا تحقق الأهداف المطلوبة و بالتالي لابد على مدراء التسويق السياحي من دراسة و تحليل الظروف و المتغيرات المختلفة الموجودة في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين و المستقبلة لهم .

بصفة عامة هناك ثلاث أنواع من الإستراتيجيات التسويقية السياحية التي يمكن المفاضلة بينها لاختيار الأنسب منها و هي [2]:

أ- **الإستراتيجيات التسويقية الدفاعية** : تهدف هذه الإستراتيجيات إلى المحافظة على المركز التنافسي للمنشأة السياحية من خلال المهادنة و عدم الدخول مع شركات سياحية أخرى في منافسات قوية أو صراعات تسويقية خصوصا مع شركات الكبرى التي تتمتع بسمعة و شهرة كبيرة و قدرات مادية و بشرية عالية ، و العمل على إنشاء علاقات طيبة بينها و بين هذه المنشآت للمحافظة على نصيبها من السوق السياحي عوض المخاطرة و الخروج منه .

---

[1] - فؤادة عبد المنعم البكري ، "**التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات** "، عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 ، ص 91.

[2] -المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني ، " **تسويق سياحي** "، الرياض ، د.س ،ص 80

و تشمل الإستراتيجيات التسويقية الدفاعية على عدة أنواع أهمها[1] :

- **الإستراتيجية السعرية** : تقوم المنشأة السياحية بتخفيض أسعار برامجها السياحية التي تقدمها و لكن مع تخفيض مستوى الخدمات التي تشتمل عليها ، و ذلك بهدف تحقيق أكبر حجم من الحركة السياحية خصوصا من الأسواق التي تهتم كثيرا بمستوى أسعار البرامج السياحية ، و هذه الإستراتيجية لا تؤثر بشكل كبير على الشركات الكبرى لأنها تتمتع بسمعة وثقة كبيرة من عملائها ، حيث تتمكن المنشآت السياحية التي تستخدم هذه الإستراتيجية بأسلوب عملي مدروس و تخطيط سليم من تحقيق الأهداف المسطرة .
- **الإستراتيجية التابعة** : تعتمد هذه الإستراتيجية على متغيرين أحدهما مستقل و تمثله الشركات السياحية العملاقة و الأخر تابع و تمثله الشركات السياحية الصغيرة ، لذلك فإن الشركات التي تتبع هذه الإستراتيجية تكون في موقف التابع للشركات السياحية الكبرى حسب ما تسمح به هذه الشركات من حصة أو نصيب في السوق السياحي و لا تلجأ الشركات الصغرى إلى الدخول في منافسة قوية مع الشركات الكبرى التي تهدد وجودها و نجاحها ، و يتحدد نصيبها في السوق السياحي إما حسب شرائح سوقية أو طبقة اجتماعية معينة أو منطقة جغرافية .
- **الإستراتيجية القدرة أو المحاكاة :** يقصد بهذه الإستراتيجية هو قيام بعض الشركات ذات الإمكانيات المادية و البشرية المتواضعة بتقليد بعض الشركات السياحية التي حققت نجاحا كبيرا في هذا المجال من حيث أنشطتها و أعمالها المختلفة و البرامج السياحية التي تقدمها و السياسات التسويقية التي تتبعها كسياسة التسعير و سياسة التنشيط وذلك بتصميم وعرض نفس هذه البرامج التي لاقت إقبالا كبيرا من السائحين دون أن تتكلف مشقة و تكلفة الدراسة السوقية و بحوث الدوافع التي قامت بها الشركات الأخرى .
- **الإستراتيجية المضادة :** نتيجة لتوفر عامل المرونة في وضع الإستراتيجية التسويقية السياحية و التحول المحتمل في تطبيق أحد الإستراتيجيات المختلفة (الدفاعية ، الهجومية) فقد تلجأ بعض الشركات إلى إتباع إستراتيجية هجومية يترتب عليها التأثير في نصيب شركة أخرى في السوق السياحي فتضطر هذه الشركة إلى استخدام إستراتيجية مضادة لإستراتيجية الشركة الأخرى دفاعا عن نفسها وحفاظا على سمعتها و تواجدها في السوق .

ب- الإستراتيجية التسويقية الهجومية : تهدف الإستراتيجية الهجومية إلى تقوية مركز ووضع الشركة السياحية في السوق السياحي بشكل يحقق الاستفادة الكاملة من مختلف الفرص التسويقية المتاحة في السوق ، كما تهدف أيضا إلى زيادة قوة المنشأة السياحية و التوسع في نصيبها في السوق وزيادة حجم الطلب السياحي منه ، و يعتمد تطبيق هذه الإستراتيجية على المبادرة التي تقوم بها الشركات السياحية وقوة تأثيرها في السوق بما تمتلكه من إمكانيات مادية و تنظيمية وبشرية كبيرة و التي تساعد على تطبيق هذه الإستراتيجية و ما يترتب عنها من استراتيجيات تسويقية مضادة من طرف الشركات السياحية الأخرى . ويمكن أن نميز بين عدة أنواع من الإستراتيجيات التسويقية الهجومية وهي [2]:

- **الإستراتيجية التوسعية :** و هي العمل على التوسع في مختلف الأنشطة التي تقوم بها الشركة و قد يكون هذا التوسع خارجيا أي بالاتجاه نحو أنشاء فروع لهذه الشركات بالخارج لتحقيق الأتي :
  - التوسع في إجراء التعاقدات السياحية .

[1] -كريم قاسم ، " ترقية السياحة في الجزائر" ، **رسالة ماجستير ، المدرسة العليا للتجارة** ، جامعة الجزائر ، 1998، ص 100 .

[2] - كريم قاسم ، **مرجع سبق ذكره** ، ص 98

- إثارة دوافع الطلب السياحي في الأسواق الخارجية .
- اختراق أسواق سياحية جديدة وزيادة الحركة السياحية الدولية .

كما يمكن أن يكون التوسع داخليا بإنشاء فروع و مكاتب جديدة تابعة للشركة السياحية بمناطق مختلفة داخل الدولة لتنمية السياحية الداخلية و تقليل السياحة المنتهجة إلى الخارج .

➢ **إستراتيجية السيطرة على السوق** : يتم من خلال تطبيق هذه الإستراتيجية فرض السيطرة على السوق السياحي بواسطة شركة أو مجموعة من الشركات السياحية ذات الإمكانيات السياحية الكبيرة بحيث تحتكر السوق السياحي لصالحها و لا تستطيع الشركات الأخرى أن تستمر في العمل السياحي مع هذه السيطرة المحكمة على السوق و يتم ذلك بإتباع الأساليب التالية :

- تقديم البرامج السياحية المتميزة التي يزداد الطلب السياحي عليها بشكل مكثف .
- التوسع في إجراء تعاقدات طويلة الأجل مع مختلف الجمعيات و النقابات المهنية المختلفة و بالتالي تسيطر على السوق لفترة طويلة عن طريق هذه التعاقدات .
- تخفيض أسعار البرامج السياحية إلى أقل قدر ممكن لا تستطيع معه الشركات الأخرى أن تخفض أسعارها إلى هذا الحد .

➢ **الإستراتيجية الإبتكارية** : و يقصد بها ابتكار وسائل تنشيطية جديدة لم تكن مستخدمة من قبل بواسطة الشركات السياحية الأخرى ، للتأثير في نفسية السائحين و إيقاظ الدوافع الكامنة فيهم ، و هذا سوف يؤدي إلى جانب أكبر عدد ممكن من السائحين من كافة أنحاء العالم و لكن هذا يتطلب بدوره قدرات مالية و إدارية عالية ومهارة فنية في توجيه و قيادة النشاط التسويقي السياحي .

➢ **الإستراتيجية التنافسية** : تقوم هذه الإستراتيجية على المنافسة الشديدة بين الشركات السياحية حيث تتكافأ تلك الشركات مع بعضها من حيث الإمكانيات المالية و التسويقية بشكل يجعل المنافسة بينهم تزداد حدة و قوة ، و كل شركة تريد أن تحصل على اكبر نصيب في السوق السياحي و تحقق نجاح كبير في أسرع وقت ممكن ويتم ذلك من خلال :

- تقديم البرامج السياحية الجيدة التي تحقق أعلى درجة من الإشباع .
- حسن استغلال الفرص التسويقية المتاحة في السوق السياحي .
- استغلال نقاط الضعف في الخطط التسويقية في الشركات السياحية المنافسة .

✓ **الإستراتيجية التسويقية العامة** : و تشمل هذه الإستراتيجية التسويقية الأنواع التالية[1] :

➢ **الإستراتيجية التسويقية المغلقة** : يعتمد وفق هذه الإستراتيجية على تسويق برنامج سياحي واحد على جميع السائحين المستهدفين في الأسواق السياحية المختلفة دون الاهتمام بخصائص كل شريحة من شرائح السوق وهذا يعني أن هذه الإستراتيجية ترتبط برنامج سياحي مغلق موجه إلى جميع السائحين، وتناسب هذه الإستراتيجية الشركات السياحية ذات الإمكانيات المحدودة .

[1] -المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، " **تسويق سياحي** "، الرياض ، د .س ، ص 84

➢ **الإستراتيجية التسويقية المفتوحة :** و هي عكس الإستراتيجية السابقة حيث تعتمد على تصميم و إعداد برامج سياحية متنوعة تبعا لرغبات و اتجاهات شرائح السوق المختلفة مع الاعتماد على أكثر من أسلوب توزيع لتلك البرامج بدلا من الاعتماد على برنامج واحد ووسيلة توزيع واحدة ، مما يعطي فرصة تسويقية أكبر أمام الشركات السياحية التي تعتمد على هذه الإستراتيجية ، على الرغم من التكلفة المادية الكبيرة و الجهود التسويقية المطلوبة لتنفيذ هذه الإستراتيجية .

➢ **إستراتيجية الانكماش :** تلجأ بعض الشركات السياحية إلى تقليل حجم نشاطها في السوق السياحي نظرا لتعرضها لبعض الظروف المؤثرة مثل انخفاض السيولة أو نقص كبير في القوى العاملة لديها ، فتدخل الشركة نتيجة لذلك في مرحلة الانكماش بالانسحاب الجزئي من السوق بطرق مختلفة أهمها :

- **الانكماش النوعي :** إعادة النظر في البرامج السياحية التي تقدمها الشركة و دراسة جدواها و ذلك للاكتفاء بالبرامج السياحية التي يقبل عليها السائحون وتحقق درجة كبيرة من الربحية .
- **الانكماش الجغرافي :** وهو إغلاق بعض فروع الشركة في السوق الداخلي أو الخارجي التي لا تحقق أهدافها التسويقية .
- **الانكماش السوقي :** و هذا بتركيز النشاط التسويقي على بعض الأنماط السياحية دون غيرها و التي تزداد منها الحركة السياحية .

تبعا لإستراتيجية بعيدة المدى محورها ترقية عدة أقطاب سياحية، والارتقاء بمردود المنتوج السياحي، توسعت الدولة في استغلال الصحراء كمعطى سياحي وثقافي، نظرا لما تتوفر عليه من قدرات هائلة من شأنها أن تساهم بشكل فعال في دفع عجلة التنمية بالمناطق الصحراوية التي عانت لسنوات طويلة من الإهمال والتهميش و يمكن تلخيص متطلبات ترقية السياحة الصحراوية وتنشيطها في الجزائر من خلال[1]:

- إدماج السياحة الصحراوية ضمن فضاءات التعاملات الاقتصادية والاستثمار والمداومة على العناية بها .
- اعتماد ميكانيزمات لتمويل الاستثمار السياحي الذي يفتح فرصا ذهبية في الصحراء الجزائرية .
- تفعيل دور الوكالات السياحة وإشراكها في مختلف الجهود المرتبطة بتنمية قطاع السياحة، باعتبارها أحد الأطراف الفاعلة، وضرورة مرافقة هذه الوكالات وبشكل أفضل من قبل المسئولين عن القطاع.
- إنشاء بنك للمعلومات حول مرافق الاستقبال المتواجدة على طول الطرق المؤدية إلى المناطق الصحراوية .
- العمل على بعث ديناميكية جديدة لاسترجاع نشاط الحركة السياحية بالجنوب من خلال تكثيف الزيارات الإعلامية لفائدة الصحافة الوطنية والأجنبية .
- إعداد برامج للسياحة الداخلية بالتنسيق مع الجهات المعنية، وتشجيع المواطنين للتوجه إلى هذه المناطق .
- تشكيل فرق مكونة من ممثلي الوكالات السياحية لوضع برامج وخطط اتصال مع المتعاملين الأجانب .
- إعادة الاعتبار للأعياد والمهرجانات المحلية والعمل على تحسين نوعية الصناعات التقليدية .
- ترقية نشاط النقل الجوي نحو المناطق الصحراوية المفضلة للسياح وربطها بمطارات الدول الأوروبية .

[1] - bayt4.com/vb/showthread.php?t=74594. consulté le 5/12/2019

- الهياكل و المرافق السياحية والتي تعتبر من الأولويات التي لا غنى عنها لترقية السياحة الصحراوية وتنشيطها وجعل الاستفادة من عائداتها أمرا ممكنا، وتتضمن خدمات الإيواء والإطعام مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمخيمات والمطاعم والاستراحات ... و يشترط أن يراعى في تصاميم بنائها إبراز الطابع الصحراوي لجذب السياح .

- الخدمات السياحية ذات الجودة العالية من حيث نوعية الإقامة، النظافة، توفير المياه الصالحة للشرب، توفير وسائل الاتصال والنقل، تنوع الأكل و ملاءمته من ناحية الكم و الكيف و السعر، و هناك أنواع أخرى من الخدمات التي تترك آثارا إيجابية لدى السائح كتوفر مراكز المعلومات السياحية، مراكز صناعة وبيع المنتجات التقليدية، البنوك، المراكز الطبية، البريد، الأدلاء السياحيين، أماكن ممارسة الألعاب الرياضية .

- الأمن حيث يحتاج السائح إلى ضمان أمنه وسلامته وهذا شرط أساسي، وأي إخلال به سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار بليغة بقطاع السياحة، وللإشارة فإنه تم تسجيل سنة 2011 تراجع مقلق في عدد السياح بالصحراء الجزائرية، الذين تواجدوا بكثافة في السنوات الماضية، بسبب تردي الأوضاع الأمنية وتسجيل عدد من حالات اختطاف السياح الأجانب بعد رحلات عبر الأسكرام، الهقار والطاسلي وتهريبهم نحو الحدود الجنوبية و طلب فديات بشأنهم، مما دفع العديد من السياح الأجانب إلى إلغاء سفرياتهم وتحويلها إلى دول أخرى[1].

- الترويج السياحي ، إن الواقع يثبت أن نشاط الترويج السياحي في الجزائر يتميز بالضعف والمحدودية، وعدم قدرته على إبراز الصورة الحقيقية للمقومات السياحية النادرة خاصة التي تنطوي عليها صحراء الجزائر، التي لا تزال صورتها في الخارج تعاني من التشويه بسبب الأحداث التي مرت بها البلاد وتردي الأوضاع الأمنية، مما انعكس سلبا على قدرتها على استقطاب السياح خاصة من الدول الأجنبية . إن هذا الوضع يفرض على الجهات المسؤولة القيام بالدور الإيجابي اللازم لتغيير الصورة الذهنية لدى العالم الخارجي حول الصحراء الجزائرية بأنها غير آمنة و إبراز عناصر الجذب فيها، والتعريف بمقوماتها، من خلال تبني إستراتيجية تسويق فعالة محورها الترويج السياحي، الذي يمكنه أن يلعب دور أساسي في إعادة بناء صورة الجزائر في الخارج، تتوافق أنشطته مع طبيعة الأسواق السياحية المستهدفة والفئات السياحية المختلفة، وذلك باستخدام الأساليب الترويجية الملائمة والأنماط الاتصالية التي تهيئ لإقامة جسور العلاقات بين الهيئات والوكالات السياحية الجزائرية والأسواق المصدرة للسياح.[2]

خامسا : الإجراءات المتبعة للنهوض بالسياحة الصحراوية في الجزائر

يعتمد نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية التي تضعها الشركة أو الدولة السياحية على بعض الاعتبارات الهامة أهمها :

❖ **توفر المعلومات :** تعتبر المعلومات بالنسبة لواضعي الإستراتيجية التسويقية هي الأساس الذي يقوم عليه بناء هذه الإستراتيجية و ترتبط هذه المعلومات بالجوانب الاقتصادية ، السياسية ، الاجتماعية و التطورات التكنولوجية المرتبطة بالنشاط السياحي العالمي ، لذلك فإن الإدارة في حاجة دائمة إلى معلومات عن :

- البيئة التسويقية (الأسواق المصدرة للسائحين) .
- القدرة التسويقية للشركة السياحية .

[1] www.eldjoumhouria.dz/article.php.id=8646. consulté le 21/11/2018
[2] www.elanin.com/vb/archive/index.php/t-25019.html. consulté le 21/11/2019

- المنتج السياحي بالدولة السياحية .
- الأسواق السياحية المنافسة و الإستراتيجيات التسويقية المستخدمة بها .

❖ **الشمول** : يقصد بالشمول هنا أن تكون الإستراتيجية المختارة شاملة لمختلف مراحل العملية التسويقية التي تقوم بها المنشأة أو الدولة السياحية ابتداء بالمنتج السياحي ، التسعير السياحي ، التنشيط السياحي ، وصولا إلى بيع البرامج السياحية .

❖ **البعد الزمني** : يدل البعد الزمني على الوقت المحدد لتطبيق الإستراتيجية التسويقية التي تم اختبارها لأن التحديد الزمني لها بدرجة الاهتمام بها و ضرورتها في تحقيق الأهداف التسويقية و أهميتها في مرحلة زمنية معينة ، مما ينعكس على الدقة الكبيرة في تطبيقها و تحقيق الأهداف المحددة من خلالها .

❖ **سلطة اتخاذ القرار** : يرتبط نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية بسلامة اتخاذ القرار الذي يحدد إتباع هذه الإستراتيجية ، فكلما كان القرار صادرا من الإدارة العليا للشركة السياحية كلما كان أكثر نجاحا ، لأنها صاحبة السلطة في اتخاذ القرارات ، و هي الجهة القادرة على فهم و استيعاب جميع الجوانب الهامة المرتبطة بتحديد الإستراتيجية المثلى التي تكون أكثر فعالية و إيجابية لتحقيق أهداف الشركة أو الدولة السياحية [1].

❖ **تنفيذ الإستراتيجية** : كلما كان تطبيق الإستراتيجية دقيقا وسليما حسب المراحل الزمنية المحددة لها كلما تحققت الأهداف التسويقية المحددة ، لأن طريقة تطبيق الإستراتيجية التي تم الاستقرار عليها يعتبر من العوامل الهامة التي يتوقف عليها نجاحها ، فالتخطيط بلا تنفيذ سليم و دقيق لا يحقق نتائج إيجابية .

❖ **الاختيار السليم** : يعتبر الاختيار السليم للإستراتيجية التسويقية السياحية المبني على معايير سليمة ظروف واقعية و أسباب منطقية و دراسة تحليلية للسوق السياحي و تشخيص دقيق للقدرات و الإمكانيات التسويقية للمنشأة السياحية هو أحد العناصر الرئيسية التي تلعب دورا هاما في نجاح هذه الإستراتيجية .

❖ **أدوات التنشيط السياحي :**

هناك عدة وسائل يعتمد عليها في عملية التنشيط السياحي و يمكن أن نصنفها إلى نوعين :

1- أدوات التنشيط التقليدية : و هي الأدوات المتعارف على استخدامها في عملية التنشيط بشكل عام سواء كان سياحي أو سلعي و الأدوات التقليدية فاعليتها و لكن تختلف هذه الفاعلية وفقا للاستخدام الأمثل لها، و تنقسم هذه الأدوات التقليدية إلى ثلاث أنواع هي :

1-1- الدعاية : تعتبر الدعاية أحد أهم الوسائل التقليدية المستخدمة في مجال التنشيط السياحي ، و تهدف إلى تحقيق الالتقاء بين العرض السياحي و الطلب للسياحي بتوجيه الطلب السياحي إلى مناطق العرض السياحي بتقديم المعلومات و

[1] – اسعد حماد أبو رمان ، أبي سعيد الربوة " **التسويق السياحي و الفندقي**"، الحامد للنشر والتوزيع ، ط1 ،عمان، 2000 ، ص .86

البيانات الوافية عن طبيعة و ظروف و كذا مكونات العرض السياحي في الدولة المستقبلية للسياح ، ومن خصائص الدعاية أنها غير مدفوعة القيمة عكس الإعلان[1] ، و تنقسم وسائل الدعاية السياحية إلى :

- **الدعاية المكتوبة** : مثل النشرات الدعائية التي تنشر في مختلف الدول حيث توضح هذه النشرات المقومات السياحية و مناطق الجدب السياحي و الخدمات و التسهيلات السياحية في كل منطقة ، و قد تحتوي هذه النشرات على صور و رسومات توضيحية لهذا الغرض ، كذلك هناك الكتيبات التي تحتوي على معلومات تفصيلية أكثر من النشرة حيث توضح النظام النقدي ، أسعار العملات ، أنواع الفنادق مستوياتها و أسعارها بالإضافة إلى وسائل النقل و غيرها من المعلومات ، و يجب أن تختلف الدعاية المكتوبة تبعا لكل سوق أو دولة من حيث اللغة و التأثيرات المراد إبرازها في السوق السياحي .
- **الدعاية المصورة** : و تعتمد على الصورة بشكل أكثر من الكلمة لما لها من تأثير كبير في الجوانب العاطفية للسائحين ومن أمثلتها الملصق الذي يعتبر من أقدم الوسائل الدعائية التقليدية التي استخدمها دول سياحية كثيرة حيث تعتمد على الصورة و الكلمة المكتوبة في آن واحد و توضح هذه الملصقات في أماكن عديدة كنوافذ العرض في شركات السياحية و السفر و شركات الطيران و الميادين العامة و النوادي و الجمعيات ، كما تضم الدعاية المصورة أيضا المجلات السياحية التي تصدرها الأجهزة السياحية الرسمية في الدولة و بعض الهيئات السياحية الخاصة و التي لها تأثير كبير على المستهلكين السياحيين لإثارة دوافع السفر لديهم ، كما يشمل هذا النوع من الدعاية الأفلام الدعائية السياحية المصورة مثل الأشرطة المصورة و الأفلام السينمائية و التلفزيونية المصورة التي تعتمد على الكلمة المسموعة إلى جانب الصورة الناطقة بعدة لغات أجنبية .
- **الدعاية المسموعة** : تقوم هذه الدعاية على الكلمة المسموعة سواء في الأحاديث الإذاعية أو التلفزيونية المتصلة بالسياحة أو من خلال المحاضرات العلمية و الثقافية وتعتبر من أقل الوسائل تأثيرا .

1-2- الإعلان : يعرف كوتلر " **Kotler** " الإعلان بأنه " عملية اتصال غير شخصي يتم تنفيذها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع بهدف التأثير على سلوك المستهلك "[2].

كما يعرف الإعلان بأنه " المساحة المدفوعة القيمة في الصحف اليومية أو المجلات الأسبوعية و الشهرية العامة و المتخصصة و كذلك في الشوارع و الميادين العامة بالإضافة إلى أنه يمثل الوقت المدفوع الأجر بالنسبة للإذاعة التلفزيون لتحقيق هدف معين ."[3]

و تنبع أهمية استخدام الإعلان في التنشيط السياحي من الأهداف التي يحققها و المتمثلة أساسا في :

- التعريف بمقومات النشاط السياحي و خدماته في الدولة السياحية .
- تحفيز الطلب وزيادة المبيعات .
- التصدي للإعلانات المنافسين .

---

[1] - د عبيد العبدلي ، " **الفرق بين الدعاية و الإعلان** "، على الموقع :
http://www.dralabdali.com/difference-btwn-ads-and-publicity/ :(يوم : 2009/04/23)

[2] - Philipe Kotler et Bernard Dubois **, Marketing management"**, 11 éme édition ,Pearson éducation, Paris , 2004 , p 634

[3] - المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، مرجع سابق ذكره ، ص 9 .

- تذكير العملاء و تعزيز القوة البيعية و التقليل من التقلبات في المبيعات .

ومن أهم الوسائل الإعلانية المستخدمة في التنشيط السياحي مايلي :

➢ **التلفزيون :** يأتي التلفزيون في الوقت الحالي في المرتبة الأولى من بين الوسائل الإعلامية الأخرى ويشهد الإعلان التلفزيوني نموا متزايدا و تطورا مع مرور الأيام نتيجة للبث الفضائي و تعدد القنوات التلفزيونية الفضائية ، و أصبح الإعلان التلفزيوني اليوم يصل إلى كل أنحاء العالم و التي يتم من خلالها بث ومضات إعلانية و برامج خاصة بالسياحة بأنواعها المختلفة . و يمكننا إظهار مزايا و عيوب الإعلان التلفزيوني من خلال مايلي [1]:

- **مزايا الإعلان التلفزيوني :**

- إظهار الصورة و الصوت و الحركة في عرض واحد و هذا يجعل الإعلان في التلفزيون أكثر فاعلية و استجابة .
- الرسالة الإعلانية في التلفزيون يمكن أن تصل إلى أكبر عدد ممكن من المشاهدين في وقت واحد .
- إمكانية بث و توجيه رسالة إعلانية محددة إلى فئة معينة من خلال بث الإعلانات خلال البرامج التي تهمهم .

- **عيوب الإعلان التلفزيوني :**

- ارتفاع تكلفة المادة الإعلانية و هذا أدى إلى تقديم إعلانات قصيرة لتجنب التكلفة المادية المرتفعة .
- في حالة ما يتم مجموعة من الإعلانات على نحو متتابع فإن ذلك يولد لدى المشاهد حالة من عدم الاهتمام و بذلك تفشل الشركة أو الدولة في إيصال الرسالة الإعلانية إلى الشرائح السوقية المستهدفة .
- كثرة و تنوع القنوات التلفزيونية يقلل من فرص مشاهدة الإعلانات .
- التلفزيون يعتبر من وسائل التسلية و عند بث الإعلانات يعتبر عامل قطع تلك التسلية و قد يترتب عليها أن يترك المشاهد التلفزيون وقت الإعلان أو يتجاهل الإعلان .
- قد يستخدم دولة أخرى الإعلان في التلفزيون لكي تحذر رعاياها من الذهاب إلى بلد ما خوفا من تعرضهم إلى هجمات إرهابية محتملة ، أو تطلب منهم مغادرة ذلك البلد فورا ، مما يكون له الأثر السلبي على تلك الدولة السياحية [2].

➢ **الراديو (الإذاعة) :** يعتبر البث الإذاعي أحد الوسائل المستخدمة في الإعلان السياحي بسبب توفر الناحية المسموعة فيه و التي تتطلب نوعية خاصة من الإعلانات المعتمدة على جانب الخبري. و من مزايا و عيوب الإعلان في الراديو ما يلي :

- **مزايا الإعلان في الراديو :**

- البث الإذاعي غالبا ما يصل إلى أكبر عدد من المستمعين و على نطاق عالمي .
- يشمل البث الإذاعي على المرونة في تغطية السوق السياحي .
- التكلفة المنخفضة إذا تم مقارنتها بتكلفة الإعلان التلفزيوني .
- إعلانات البث الإذاعي يمكن إعدادها بسرعة و تتسم بالمرونة العالية من حيث التعديل و التغيير بين فترة و أخرى .

---

[1] - محمود عساف ، " **أصول الإعلان** " ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، 1996 ، ص 92 .

[2] -الإعلام السياحي ، وسائله ، مزاياه ، أنواعه ، على الموقع :**http://itfctk.ahlamontada.net/t453-topic** ، يوم (2010/09/10).

- **عيوب الإعلان في الراديو :**

- غياب الجانب المرئي يضعف درجة التأثير في المستهلكين .
- مستمعو الراديو غالبا ما يكونون مشتتين بين العدد الكبير من الإذاعات المتواجدة في بلد ما .
- الراديو وسيلة سماع محدودة الفعالية مقارنة بالوسائل الأخرى .

➢ **المجلات :** تعتبر المجلات من الوسائل الفعالة في نشر الإعلانات و التي تأخذ الشكل المطبوع و تتنوع تلك المجلات من مجلات عامة يقرأها جميع فئات السوق السياحي المستهدف إلى مجلات متخصصة و التي تهتم بجانب معين من الجوانب مثل المجلات السياحية المتخصصة ، كما تختلف من حيث إصدارها فهناك مجلات تصدر أسبوعيا و هناك الشهرية و النصف شهرية كما فيها أيضا الفصيلة ، ويمكن تناول مزايا و عيوب الإعلان عن طريق المجلات مايلي :

- **مزايا الإعلان في المجلات :**

- تنوع المجلات في العديد من المجالات يمكن من تقديم إعلانات لمجموعة من الشرائح السوقية .
- المجلات بصفة عامة لها مكانة مقبولة لدى القراء .
- غالبا ما يتم الاحتفاظ بالمجالات لفترات طويلة و ذلك قد يتيح فرصة أن يقرأها عدد من المستهلكين المرتقيين .

- **عيوب الإعلان في المجلات :**

- لا تتوفر مرونة كافية نظرا لقصر الوقت الفاصل بين صدور العدد و العدد الذي يليه .
- التكلفة المرتفعة وخاصة في حالة أن يشغل الإعلان مساحة كبيرة في المجلة .
- قد يفشل الإعلان في تحقيق الهدف المحدد نتيجة سوء توزيع المجلة أو عدم وصولها إلى الشرائح المستهدفة.
- ارتفاع في المجلة بالمقارنة بالصحف اليومية مما يقلل من عدد مشتريها .

➢ **الصحف** : تعد الصحف من أكثر الوسائل الإعلانية فاعلية في المنشآت و الشركات السياحية لانتشارها و تنوع أشكالها سواء كانت عامة أو متخصصة و لكنها تكون ذات فاعلية على المستوى الوطني و ليس الدولي ، ومن مزايا و عيوب الإعلان عبر الصحف مايلي :

- **مزايا الإعلان في الصحف :**

- إقبال غالبية الشرائح السوقية على قراءتها و بذلك تحقق تغطية واسعة للإعلان .
- الإصدار اليومي المنتظم يعطي مرونة واسعة في استخدام الإعلان .
- انخفاض أسعار الصحف مما يتيح إمكانية شراءها من طرف مختلف الشرائح السوقية المستهدفة .
- تتيح وقتا كافيا للمراجعة و التدقيق لأنها غير مرتبطة بوقت معين حيث تصدر يوميا .

- **عيوب الإعلان في الصحف :**

_ القراءة السريعة للصحف قد لا تجعل القارئ يعطي اهتماما كبيرا للإعانات الموجودة بداخلها .

_ كثرة الإعلانات داخل الصحيفة قد لا تمكن القارئ من الوصول إلى الإعلان المطلوب .

- معظم الجرائد و الصحف لا يتم الاحتفاظ بها لفترات طويلة مما لا يتيح فترة كافية للإطلاع أكثر من شخص عليه بعكس المجلات .

1-3- العلاقات العامة : تعتمد هذه الوسيلة على الاتصال الشخصي بين الأجهزة الرسمية ، المؤسسات السياحية الوكلاء السياحيين و شركات السياحة و بين السائحين المرتقبين و كذلك الجمعيات و النقابات و التجمعات العلمية و المهنية الموجودة في الأسواق السياحية العالمية ، و ذلك من خلال إمدادها بالنشرات و المجلات السياحية و المعلومات السياحية [1] و تتعاون العلاقات العامة مع كافة الأشكال الاتصالية المعروفة لنقل رسائلها الإعلامية التأثيرية للجماهير المختلفة التي تهمها لكسب ثقتها و تفاهمها و تأييدها و كذا الحفاظ على استمرار هذا التفاهم و التأييد [2]، حيث تعمل العلاقات العامة دائما على بناء الثقة المتبادلة ما بين السائحين و المنشآت السياحية أو البلد السياحي مستندة إلى إرساء التفاهم و الرضا و العلاقات الطيبة ، وهي بهذا تسعى إلى خلق الصورة الذهنية الطيبة عن ذلك البلد أو المنشآت السياحية ، وهي في سعيها لقيام بهذا الدور تنقل سياسات و توجهات وقرارات تلك المنشآت و الهيئات إلى السائحين و في نفس الوقت تحرص و تهدف إلى نقل أفكار و أراء السائحين إلى الأجهزة المسئولة عن السياحة في البلد السياحي ، كل هذه الجهود تتم من خلال[3] :

- عقد المؤتمرات السياحية الدولية التي تقدم فيها البحوث العلمية المرتبطة بالعمل السياحي و مشكلاته .

- إقامة الأسابيع السياحية في دول السوق السياحي المصدر السائحين .

- إقامة المعارض السياحية التي تعرض فيها الأفلام دعائية تلفزيونية و سينمائية و توزع بها النشرات و الكتيبات السياحية كما تعرض فيها نماذج مصغرة عن العالم السياحية البارزة في البلد السياحية .

- عقد الندوات السياحية لتنشيط حركة المبيعات السياحية من البرامج المختلفة .

- عقد المؤتمرات الصحفية في الخارج و التي تضم الصحفيين العالميين المهتمين بشئون السياحة في العالم على مستوى الأجهزة الرسمية و الشركات و الوكالات السياحية لتعريف بالجوانب المرتبطة بالسياحة في البلد لكسب الرأي العام العالمي و التأثير فيه ، مما يعمل على خلق مناخ سياحي مناسب و علاقات عامة متينة .

2 - أدوات التنشيط غير التقليدية (الحديثة) :

أصبحت المنشآت و الشركات السياحية و البلد ككل تعتمد في تسويقها للمنتج السياحي على الأدوات الحديثة لما لها من تأثير و أهمية التعريف بالمقومات السياحية للدولة ، و ذلك يعد استكمالا للأدوات التقليدية و شرحها حتى تصل إلى تحقيق أهدافها ، و تتنوع الأدوات الحديثة المستخدمة في التنشيط السياحي ومن أهمها :

2-1- إقامة المهرجانات السياحية الدولية : تعتبر هذه الوسيلة من انجح الوسائل التي تستخدمها الأجهزة الرسمية في الدول السياحية و ذلك لتنشيط الحركة السياحية في مواسم معينة ، و هناك عدة أنواع من هذه المهرجانات أهمها :

---

[1] -محمد عبيدات ، " **التسويق السياحي – مدخل سلوكي**- "، دار وائل للنشر ، عمان ، 2005 ، ص134

[2] -فؤادة عبد المنعم البكري ، " **التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية في عصر التكنولوجيا الاتصالات**"، عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 ، ص46 .

[3] - المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني ، " **تسويق سياحي** "، الرياض ، د.س ،ص 76.

- **مهرجانات فنية** : وتشمل مهرجانات الأغنية و المهرجانات السينمائية ، مثل مهرجان " **تيمْقَادْ**" و مهرجان "**جْميلَة**" في الجزائر و مهرجان "**قَرطَاج**" في تونس ، مهرجان "**كَانْ**" السينمائي في فرنسا .
- **مهرجانات ثقافية** : و يشمل مهرجانات الشعر و الأدب و إحياء التراث الثقافي و الحضاري من خلال إقامة المسرحيات و الحفلات في الأماكن التاريخية[1] .
- **مهرجانات رياضية** : و تتمثل في تنظيم الألعاب الأولمبية و دورات كرة القدم و مختلف الرياضات الأخرى بالإضافة غلى مهرجانات الصيد و الراليات .

2-2- إقامة المؤتمرات السياحية المهنية : أصبحت المؤتمرات السياحية المهنية من أهم الوسائل التي تهتم بها الدول السياحية و ذلك لأن لها تأثير مباشر و سريع في حالة تنظيمها من خلال تحسين صورة البلد السياحية حيث يتبعها مد سياحي نظرا لتواجد و اشتراك عدة دول سياحية في تلك المؤتمرات ، و يكون انطباعهم مباشر عن البلد و ينقلون هذا الانطباع إلى دولهم ، كمثل على ذلك تنظيم مصر لأحد المؤتمرات السياحية المهنية بعد حادث الأقصر * عام 1997 مما كان له الأثر الكبير في تقليل فترة انحسار المد السياحي إلى مصر .

2-3- إقامة المعارض : تعتبر إقامة المعارض من الوسائل الهامة للتنشيط السياحي و هي عبارة عن مكان يتم دعوة الشركات لعرض منتجاتها من خلاله ، حيث تساهم المعارض التجارية بشكل فعال في النمو الاقتصادي للبلدان المختلفة ، و تعد وسيلة للتنشيط السياحي و تمثل دخلا سياحيا و فرص عمل دائمة و مؤقتة ، كما تلعب المعارض السياحية الدولية دورا هاما في التعريف بالمنتوج السياحي للدولة من خلال عرض صور و أفلام تصويرية للمواقع السياحية الهامة في البلد بما يختلف تفاعل مباشر مع المشاهد الذي يتخذ قرارا بالسفر بناءا على القناعات و القيم التي يحملها ، بالإضافة إلى المعارض الخاصة بالحرف و الصناعات التقليدية التي تعد من الموروث الثقافي للدولة و التي تستلهم السائحين للتعرف عليها و اقتناءها .

2- 4- تنظيم القوافل السياحية : و هي عبارة عن تشكيل قوافل تتكون من ممثلي بعض الشركات السياحية و الجهات الرسمية في البلد ورجال الإعلام المتخصصين في الإعلام السياحي و التوجه بها إلى الدول الأخرى المستهدفة كسوق سياحي و ذلك بغرض زيادة المد السياحي القادم منها ، و عادة ما تنظم هذه القوافل في حالة حدوث بعض الحوادث و الأزمات التي تجعل الحركة السياحية تترجح نتيجة لذلك ، مثل القافلة التي نظمتها مصر خلال شهر جوان و جويلية من هذا العام و اتجهت بها إلى بعض الدول العربية ، نتيجة تداعيات الثورة المصرية و التغيرات السياسية التي شاهدتها مصر في شهر جانفي 2011 من أجل تقليص فترة الانحسار السياحي من الأسواق الخارجية .

2-5- إقامة مؤتمرات النقل الجوي : نظرا لتطور صناعة النقل الجوي و زيادة مستخدمي الطائرات ظهرت أهمية تنظيم مؤتمرات دورية يتم فيها مناقشة ما يتعلق بشؤون النقل الجوي و أصبحت تلك المؤتمرات مصدر جدب للدول السياحية لأن قيامها بتنظيم مثل تلك المؤتمرات يعكس مدى اهتمام البلد بالنشاط السياحي و قدرتها على تقديم مستوى جيد من الخدمات و تحصيل البلد بذلك على ثقة الدول السياحية المصدرة للسائحين و السائحين أنفسهم .

---

[1] -انتعاش سياحة المعارض و المؤتمرات في سلطنة عمان ، ص 1 ، على الموقع www.twiter.com **يوم** 2011/06/26

* يتمثل ذلك الحادث في مذبحة الدير البحري في معبد حتشبسوت بمدينة الأقصر بتاريخ 1997/11/17 ، حيث أدت إلى انخفاض الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى مصر بنسبة 12,8 % بالنسبة لأعداد السائحين ، و 1,31 % بالنسبة للإيرادات السياحية ، و ذلك سنة 1998 .

✓ **التسويق السياحي الإلكتروني :** يعتبر هذا النوع من التسويق السياحي طريقة جديدة إلا أن وجود مليارى مستخدم لشبكة الإنترنت أدى إلى تطور هذا التسويق حيث يستحوذ حسب الدكتور يحي أبو الحسن رئيس المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية على 25 % من عائد التسويق السياحي مقابل 75 % لتسويق التقليدي عبر المكاتب و الشركات السياحية ، كما أن قارة إفريقيا لا تستحوذ إلا على 4 % من النسبة العالمية في هذا المجال الذي يعد واعدا حيث أن الدول التي لن تستخدم هذه الطريقة الجديدة في التسويق السياحي سوف تجد نفسها غير قادرة على المنافسة في الأجل القريب ، مع العلم فإن الحجز عن طريق شبكة الانترنت يوفر على السائح 20 % من تكلفة الرحلة [1]. و هذا ما سوف يدفع السائح إلى تفضيل البحث عن البلد الذي يريد السفر إليه و الحجز هناك مباشرة عن طريق شبكة الانترنت ، وهذا يشكل تحدي كبير للبلدان و المنشآت السياحية التي لا تستغل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المجال السياحي في المستقبل .

و خلاصة للإجراءات التي اتبعتها الدولة في إطار النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، أعلنت الحكومة عن اعتماد إستراتيجية وطنية تمتد حتى العام 2025 ، تنطوي على مقاربة أكثر مهنية محورها إعادة الاعتبار للبنى التحتية في ولايات الجنوب، بهدف تمكين الجزائر من رفع حصتها في سوق السياحة العالمية، خصوصا بعد الانتهاء من تصنيف نحو % 76 من الهياكل الفندقية التي لا تزال غير مصنفة[2] ، وقد خصصت الحكومة الجزائرية 2 مليار دينار لإعادة الاعتبار للفنادق السياحية العمومية في ولايات **أدرار، غَرداية، تَمنْراسَت، إليزي، ورقْلَة والأغْوَاط**، وتهيئة مناطق التوسع السياحي بولايتي **غَرداية وتَمنْراسَت** . كما ينطوي قانون المالية التكميلي 2009 على إجراءات تحفيزية لفائدة الاستثمار منها تخفيض نسبة % 80 من سعر الأراضي التي تخصص للاستثمار السياحي في الجنوب، وكذا تخفيض من معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية لإنجاز المشاريع السياحية بنسبة % 5.4 وتتصدر السياحة الصحراوية بمنطقة **الطَاسيلي** قائمة أولويات الحكومة، ويندرج ضمن مخطط التنمية السياحية بالمنطقة بناء فنادق من الطراز الصحراوي، وإنجاز العديد من القرى السياحية واحدة منها **بجَانَتْ**، بالإضافة إلى توفير حماية قانونية للحظائر الوطنية في **الأهُقَار والطَاسيلي**، وحماية المناطق السياحية في الواحات القديمة المهددة بالبناء الفوضوي.[3]

في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 الذي سيفتح المجال لتحول جذري في أسلوب التفكير ويدفع للعمل على إعادة بعث وإحياء قطاع السياحة في الجزائر، حيث تم إحصاء المقومات المادية وغير المادية وتحديد برنامج عمل لتنمية منتوج السياحة الصحراوية و المشاريع المتوافقة معه، و فتح العديد من المسالك المؤدية للمواقع السياحية، بالإضافة إلى ترميم القصور القديمة، و بعث الموروث الثقافي الشعبي . كما تم إنشاء 10 مكاتب للإعلام والتوجيه السياحي منها مكتب **بإيليزي** ومكتب مبرمج **لجانت**، بهدف القضاء على ضعف العمل الإعلامي [4]، ومحاكاة النماذج الموجودة في الدول الشقيقة التي تطورت في هذا المجال. بالإضافة إلى ذلك تعمل وزارة السياحة حاليا على ضبط ورقة طريق من خلال ورشة عمل خاصة بالترويج السياحي قصد تسويق المنتوج السياحي الجزائري والتعريف خاصة بالسياحة الصحراوية وإبراز مقوماتها، وتنظيم دورات استكشافية لصالح الصحفيين والمشاركة في المعارض الوطنية و الدولية [5].

---

[1] - http://digital.ahram.org .eg/Community.aspx?Serial=546050 le (13/06/2011)
[2]- www.el-massa.com. consulte le 18/12/2019
[3]- www.sawt-alahrar.net/online/modules.php?name=News...sid.... consulté le 29/11/2019
[4]-alrroya.com/node/60889. consulte le 2019/11/30-
[5] -www.sawt-alahrar.net/online/modules.php?name=News...sid... consulté le 29/11/2019

ويتوقع مسؤولي القطاع أن مداخيل السياحة الصحراوية يمكنها أن تتضاعف مرتين خلال السنوات المقبلة إذا نجحنا في ترويج وجهة الصحراء الجزائرية على لائحة المقاصد السياحية في الأسواق الرئيسة في أوروبا الغربية والشرق الأوسط، والصين التي تتوافر على إمكانات هائلة لتصدير السياح .

3- المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية (SDAT*) [1]:

هو عبارة عن قرار وزاري مشترك مؤرخ في 13 جمادي الثانية عام 1427هـ ، الموافق لـ 09 يوليو سنة 2006 ، و هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية لآفاق 2025 .

و في إطار المخطط التوجيهي العام للتهيئة السياحية ، فقد عمدت الجهات الوصية إلى وضع مخطط توجيهي خاص للتهيئة السياحية في المناطق الصحراوية ، و الذي يعين و يوزع المناطق السياحية الصحراوية عبر الوطن ، و يحدد طبيعة النشاط السياحي فيها ، و لذلك فقد تم اعتماد 04 أقطاب رئيسية تخص السياحة الصحراوية في الجزائر [2]:

- قطب الامتياز السياحي جنوب شرق : و يشمل كل من **غرداية ، بسكرة ، الوادي ، المنيعة** .
- قطب الامتياز السياحي جنوب غرب : و يشمل كل من **توات ، غورارة، طرق القصور ، أدرار، بشار ، تيميمون** .
- قطب الامتياز السياحي بالجنوب الكبير : و يشمل كل من **الطاسيلي ، اليزي، جانت، الهقار، تمنراست .**

جدول رقم (22) : توزيع أقطاب الامتياز السياحية في الجزائر .

أقطاب الامتياز السياحية	عدد المشاريع
الشمال الشرقي	23
الشمال وسط	32
الشمال الغربي	18
الجنوب الشرقي (الواحات)	04
الجنوب الغربي (توات وقورارة)	02
الجنوب الكبير (الأهقار)	01
الجنوب الكبير (الطاسيلي)	00
المجموع	**80**

المصدر : الكتاب 04 من التقرير العام حول المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 .

* «SDAT»Schéma directeur d'aménagement Touristique.

[1] - الكتاب رقم01 من التقرير العام حول المخطط التوجيهي للسياحة،"SDAT2025"، وزارة تهيئة الاقليم، البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، د. س ، ص22.

[2] - حامد نور الدين، "السياحة الصحراوية المستدامة بالدول العربية"، **مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني: دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية"**، جامعة بسكرة، مارس2012، ص14.

ويطرح هذا الجدول انطلاق 80 مشروع سياحي في 06 أقطاب سياحية بامتياز ، 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق .

و يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي لسياسة السياحة في الجزائر لعشرين سنة المقبلة [1]. وهو مخطط تعلن الدولة من خلاله عن نظرتها المستقبلية للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق على المدى القصير 2009 ، المدى المتوسط 2015 ، و المدى الطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة ، و هذا المخطط (SDAT 2025) هو جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم(SNAT*) الذي أبرز الكيفية التي تعتزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي ، " العدالة الاجتماعية ، الفعالية الاقتصادية ، و الدعم الإيكولوجي أو الاستدامة البيئية " في إطار التنمية المستدامة على المستوى الوطني .

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يمثل الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين ، جميع القطاعات و جميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2025 ، وهو أداة ترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية ، الثقافية و التاريخية لبلاد وضعها في خدمة السياحة في الجزائر ، إذ لم تعد تنمية القطاع السياحي خيارا أمام الدولة الجزائرية بل أصبح ضرورة اقتصادية يجب العمل بها حيث يمكن أن يكون القطاع السياحي أحد البدائل الإستراتيجية للمحروقات من أجل تنمية مستدامة .

يعتبر (SDAT) التتويج الناضج لمسار طويل من الأبحاث و التحقيقات و الدراسات و الخبرات و التشاور الواسع مع الفاعلين الوطنيين العموميين و الخواص . ومن خلال هذا المبحث سوف نتناول أهم المحاور التي جاء بها هذا المخطط من أهداف و آليات من أجل إنعاش القطاع السياحي الجزائري .

4- أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :

تتمحور أهداف المخطط التوجيهي للتنمية السياحية في ما يلي :

4-1- الأهداف العامة : تتمحور الأهداف العامة للسياسة السياحية الجديدة في النقاط التالية[2] :

- تحسين التوازنات الكلية : التشغيل ، النمو ، الميزان التجاري و المالي ، الاستثمار.
- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية ، النقل ، الخدمات ، الثقافة ، الصناعة ، التشغيل) .
- المساعدة على التنشئة الاجتماعية و الانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي .
- التوفيق بين الترقية السياحية و البيئة : و يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية (اقتران اجتماعي ، اقتصادي و بيئي) .
- تثمين التراث التاريخي ، الثقافي ، و الشعائري ، لأن هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة ،و بالتالي فإن استراتيجيات السياحية المستدامة عليها احترام التنوع الثقافي و حماية التراث و المساهمة في التنمية المحلية .

---

[1] - Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme , **Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2025 »audit du tourisme Algérien** , Livre 01 p05 .

* «SNAT» Schéma National d'aménagement du Territoire.

[2] - SDAT 2025 livre 1 , op cit , p07.

➢ التحسين الدائم لصورة الجزائر: حيث يرمي هذا العمل إلى إحداث تغيرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية ، ضمن أفاق تجعل منها سوق رئيسية و ليس ثانوية .

4-2- الأهداف المادية للمرحلة (2008-2015) : (عدد الأسرة المطلوب انجازها)

- لو أخذنا مثال للمقارنة فإنه من أجل استقبال 6,5 مليون سائح في ظروف جيدة ، تمتلك تونس 220000 سرير .

- إن هدف الجزائر في آفاق 2015 هو استقبال 2,5 مليون سائح ، و باحترام نفس النسب لدى الجيران فإنا نحتاج في الجزائر إلى 75000 سرير من نوعية الجيدة .

- هدف الأقطاب ذات الأولوية (سوف نتطرق إليها خلال هذا المطلب) هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع ، أي 40000 سرير بمقياس دولي منها 30000 من الطراز الرفيع في المدى القصير و 10000 سرير إضافي في المدى المتوسط .

- توفير 400000 منصب شغل (بشكل مباشر ، و غير مباشر) .

4-3- الأهداف النقدية للمرحلة (2008-2015) :

من خلال خطة الأعمال لجعل الجزائر بلد سياحي فإن الاستثمار العمومي و الخاص الضروري للمرحلة 2008-2015 يقدر بـ 2,5 مليار أمريكي . حيث يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي ، العمومي و الخاص ، المادي و غير المادي (الهياكل المادية المادية ، الاتصال) بـ 60000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات ، 55000 دولار في الاستثمارات المادية و 5000 دولار في الاستثمارات غير المادية .

و من أجل طاقة إيواء تقدر بـ 40000 سرير ، و التي يعتزم إنجازها من خلال الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2,5 مليار دولار على مدى سبعة 7 سنوات إلى غاية 2015 أي 350 مليون سنويا .

و بالنسبة للأقطاب السياحية السبعة للامتياز يمكننا تصور جهد إضافي بمبلغ 1 مليار دولار لكل باقي مناطق الوطن يمكن توظيفه لإزالة العجز البنيوي الحالي .

أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة ، و إذا أخذنا بالنسبة الاعتبارية المقدرة بـ 15 % بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (المادي و غير المادي) ، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزارتها المعنية) التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى 7 سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، أي 54 مليون دولار أمريكي سنويا . و الجدول رقم (23) يوضح هذه الخطة بالأرقام كمايلي :

جدول رقم (10) : خطة الأعمال بالأرقام لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح	1,7 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	% 1,7	% 63
الإيرادات (مليون دولار)	215	1500 إلى 2000
مناصب الشغل (مباشرة و غير مباشرة)	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

Source : SDAT 2025 , le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires , livre 02 , p 26 .

من خلال الجدول رقم (**23**) نلاحظ أن الجزائر تطمح إلى بلوغ 2,5 مليون سائح في آفاق 2015 أي بمعدل زيادة مقدر بـ 1,47 % مقارنة مع 2007 مع العلم أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر سنة 2009 هو 1.911.506 سائح[1] ، كما يتوقع أن يصل عدد الأسرة الإجمالي سنة 2015 إلى 159869 سرير أي بمعدل زيادة 1,8 % ، كما سوف تساهم الإيرادات السياحية بـ 3 % في النتائج المحلي الإجمالي حيث يقدر أن تتراوح بين 1500 إلى 2000 مليون دولار أمريكي ، أما مناصب الشغل المباشرة و غير المباشرة التي يمكن أن يوفرها النشاط السياحي تقدر بـ 400000 منصب شغل أي ضعف العدد المسجل سنة 2007 ، كما تضمنت الخطة توفير 91600 مقعد بيداغوجي في سنة 2015 .

5- المشاريع ذات الأولوية للمرحلة (2008-2015) :

في إطار المخطط الوطني للتهيئة السياحية تم تحديد المشاريع ذات الأولوية حيث هنا بعض المشاريع هي في طور الإنجاز و منها ماهو محل دراسة و عرض متقدم ، حيث هناك :

- ✓ فنادق السلسلة Hôtels de Chain عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير .
- ✓ عشرون قرية سياحية متميزة ، و أرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي و مصممة لتناسب مع الطلب الوطني و الدولي .
- ✓ انطلاق 80 مشروع في سبعة أقطاب سياحية ممتازة (سوف نتطرق إلى تلك الأقطاب لاحقا).

[1] -الديوان الوطني للإحصائيات www.ons.dz ، 2011/02/12 .

جدول رقم (11) : القرى السياحية الممتازة

الأقطاب السياحية	اسم القرية السياحية	المستثمر	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مشيدة	الشركة الإماراتيةEIIC	2440
	القرية السياحية سيدي سالم	الشركة السعودية سيدار	4938
	الحضيرة البيئية دونيا بارك بعناية	الشركة الإماراتية LIIC	1000
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية اقريون بجاية	سي فيتال	1282
	القرية السياحية صيران بومرداس	الشركة الإماراتية EIIC	2697
	القرية السياحية MEDI SEA بومرداس	الأمريكية التونسية الجزائرية	17510
	القرية السياحية عين طاية الجزائر	الشركة الإماراتية و المجموعة الكويتية	5985
	القرية السياحية موريتي الجزائر	المجموعة الإماراتية EMIRAL	2004
	القرية السياحية الساحل الجزائر	شركة التنمية الفندقية الجزائر	460
	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360
	القرية السياحية زيرالدة	الشركة السعودية سيدار	6885
	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	الشركة الإماراتية إعمار	1240
	القرية السياحية بلاح سيزاري تيبازة	مجموعة سيفيتال	1426
	حديقة ديتا الجزائر	المجموعة الإماراتية EIIC	1000
القطب السياحي شمال غرب	الحلم السياحي وهران	مراغ وهران	5900
	هيليوس كريستيل وهران	إقامة هيليوفرنسا	220
	موسكاردا تلمسان	الشركة الإماراتية EIIC	732
القطب السياحي جنوب غرب	قصر ماسين تيميمون-أدرار	محموعة الجنوب SID	92
المجموع			**55166**

المصدر: SDAT 2025 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، الكتاب رقم 03 .

من خلال الجدول رقم (24) نلاحظ أن الجزائر قد أدرجت في المخطط الوطني للتهيئة السياحية الرامي إلى النهوض بالسياحة الجزائرية 17 قرية سياحية ممتازة موزعة على أربع أقطاب سياحية ذات الامتياز على النحو التالي :

- القطب السياحي شمال شرق برمجت فيه 02 قريتين سياحيتين في كل من عنابة و الطارف بطاقة غيواء تقدر ب 7378 ك في كلا المشروعين .

- القطب السياحي جنوب غرب بقرية واحدة سيوفر 92 سرير .

- القطب السياحي شمال وسط يضم 11 قرية سياحية و بطاقة إيواء 40849 سرير .

- القطب السياحي شمال غرب و الذي يضم 03 ثلاثة قرى سياحية بطاقة إيواء تقدر ب6852 سرير .

جدول رقم (12) : المشاريع قيد الانجاز بالأقطاب السياحية للامتياز

الأقطاب السياحية للإمتياز	عدد المشاريع قيد الإنجاز
شمال شرق	23
شمال وسط	32
شمال غرب	18
الجنوب الشرقي الواحات	04
الجنوب الغربي توات قورارة	02
الجنوب الكبير الأهقار	01
الجنوب الكبير التناسلي	00
المجموع	**80**

المصدر: المخطط التوجيهي للتنمية السياحية (الآليات الخمسة و برنامج الأعمال ذات الأولوية) ، الكتاب رقم 02 ، ص 19 .

من خلال الجدول رقم (12) نلاحظ أنه في بداية المرحلة الأولى من **(SDAT 2025)** تم رصد 80 مشروع قيد الإنجاز ، هذه المشاريع سوف تمكن من توفير 5986 سرير ، و حوالي 8000 منصب شغل .

6- الأقطاب السياحية الممتازة[1]:

تعتبر هذه الأقطاب السياحية من الآليات الخمسة التي جاءت في (SDAT 2025) ، سوف تقوم هنا بتقديم محتوى كل قطب على حدا من حيث الإمكانيات الطبيعية و المادية التي يتوفر عليها و المشاريع المبرمجة في كل قطب في إطار (SDAT 2025) ، و سنتناول في النقاط التالية الهدف من بناء هذه الأقطاب السياحية المتنوعة و المنتشرة في كامل التراب الوطني .

6-1-القطب السياحي شمال –شرق (Nord-Est) : يضم هذا القطب السياحي ستة (06) ولايات و التي تقع في الشمال الشرقي للجزائر و هي : سكيكدة ، عنابة ، الطارف ، سوق أهراس ، قالمة ، تبسة . و يتربع هذا القطب السياحي على مساحة جغرافية تقدر بـ30347 كلم ^{2} ، بتعداد سكاني قدره 3612000 نسمة و يمتد على شريط ساحلي طوله 300 كلم و أكثر من 874000 هكتار من الغابات كل هذه المعطيات تشكل فرصة للجزائر لتنمية أنماط سياحية مختلفة في هذه المنطقة مثل السياحة الشاطئية ، الجبلية و الصحية حيث يحتوي أيضا على 30 منبع حموي ، فضلا عن توفره على هياكل قاعدية أساسية من مطارات و طرق و سكك حديدية ، كما يشمل 18 منطقة توسع سياحي على مساحة 10000 هكتار. أما المشاريع المبرمجة في إطار الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية فتتمثل في :

- كهربة طرق السكك الحديدية الموجودة بالقطب .
- إنشاء الطريق السيار الذي يمر عبر ثلاثة ولايات من هذا القطب (سكيكدة ،عنابة ، الطارف) .
- أنشاء طرق سريعة تربط ولايات القطب بالطريق السيار شرق –غرب .
- إنشاء حظيرة بيئية سياحية بالقالة .

[1]-SDAT 2025 ," **les sept poles touristiques d'excellences (pot)"** , livre 03,p06

- إنشاء مشاريع فندقية حيث من المبرمج إنشاء (05) فنادق تابعة لسلاسل فندقية ، فندقين راقيين و 79 فندق غير مصنف بطاقة إيواء إجمالية قدرها 5965 سرير .
- إنشاء قريتين سياحيتين للإمتياز و حظيرة دونيا بارك بعنابة كما هو موضح في الجدول رقم (E) .

6- 2- القطب السياحي الممتاز شمال –وسط (Nord-Centre) : يضم هذا القطب الجزائر العاصمة و تسع ولايات أخرى هي : بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ، البويرة ، تيزي وزو ، بجاية ، تيبازة ، البليدة ، المدية ، يطل هذا القطب على البحر البيض المتوسط على مسافة 615 كلم أي ما يعادل 51 % من الشريط الساحلي للجزائر ، كما يتربع على مساحة قدرها 33877 كلم ^{2} بتعداد سكاني قدره 11.131000 نسمة بأعلى كثافة سكانية على مستوى كل الأقطاب . و بما أن هذا القطب يضم الجزائر العاصمة و هي العاصمة الاقتصادية و السياسية للبلاد فإنه يتوفر على هياكل قاعدية متطورة و هياكل سياحية كبيرة من فنادق مصنفة و أخرى غير مصنفة و شبكة طرق سريعة و مطار العاصمة الدولي على مستوى عالي من التنظيم ، و طرق السكك الحديدية ، مناطق طبيعية ومواقع أثرية بالإضافة إلى 39 منبع حموي . وفي إطار (SDAT 2025) فقد برمج إنشاء عدة مشاريع فندقية بطاقة إيواء 9255 سرير موزعة كما يلي :

- ستة (06) فنادق ذات السلسلة بطاقة إيواء تقدر بـ1777 سرير .
- 41 فندق .
- فندقين راقيين بطاقة إيواء 514 سرير .

كما تم برمجت إنشاء 10 قرى سياحية ممتازة كما وضحنا ذلك في الجدول رقم (E) .

6-3- القطب السياحي الممتاز شمال –غرب (Nord-Ouest) : يشمل هذا القطب السياحي سبعة (07) ولايات هي : وهران ، عين تيموشنت، تلمسان ، مستغانم ، معسكر ، سيدي بلعباس ، غليزان . يتربع هذا القطب على مساحة تقدر بـ35000 كلم^2 و شريط ساحلي طوله 400 كلم بتعداد سكاني يبلغ 06 مليون نسمة بعد من اقرب المناطق الجزائرية إلى السوق السياحية الرئيسية للجزائر (أوروبا) كما يتوفر على :

- 37 منطقة توسع سياحي على مساحة قدرها 5000 هكتار.

- حضيرة فندقية تقدر بـ269 فندق بطاقة إيواء 22000 سرير ما يمثل 26 % من الحظيرة الوطنية منها 5000 سرير ذات جودة عالية .

- 112 وكالة سياحية منها 54 بمدينة وهران .

- 13 ديوان محلي للسياحة تهتم بترقية السياحة بالقطب .

كما تم برمجة انجاز ثلاثة 03 قرى سياحية ممتازة و هي موضحة في الجدول رقم (E) بالإضافة إلى الحظيرة البيئية "**دونيا بارك**" بولاية وهران .

✓ **القطب السياحي الممتاز جنوب–شرق (الواحات) (Sud-Est) :** و يشمل هذا القطب كل من ولاية غرداية ، بسكرة، الوادي ، و يتربع هذا القطب على مساحة قدرها 160000 كلم ^{2} و يبلغ عدد سكانه 1,5 مليون نسمة يتميز بمناخ

صحراوي حار ، يحتوي هذا القطب على أربع مناطق للتوسع السياحي حيث يحتوي على 26 فندق بطاقة إيواء اقدر بـ 2092 سرير في الولايات الثلاثة . فضلا عن كونه عبارة عن صحراء واسعة تحتوي على عدة واحات للنخيل ومن أهم المواقع السياحية فيه **"وادي ميزاب ، وادي سوف ، منطقة الزيبان ، و مسجد عقبة إبن نافع"** الذي يعتبر معلم سياحي إسلامي .

✓ **القطب السياحي الممتاز جنوب –غرب (توات قورارة) (Sud-Ouest) :** يقع هذا القطب في الجنوب الغربي للجزائر يضم ولايتي بشار و أدرار، و يتربع على مساحة 603000 كلم ^{2} و يبلغ عدد سكان هذا القطب 900000 نسمة ، يحتوي على أثار تعود إلى 2000 سنة قبل الميلاد ، يحتوي على ثلاثة مطارات هي : مطار تيميمون ، أدرار و برج باجي مختار.

يحتوي هذا القطب على فندق بـ120 سرير بادرار و فندق بقورارة بـ192 سرير بتيميمون، **"مركب البستان** " الذي يحتوي على 60 غرفة و مجموعة من الفنادق غير المصنفة منها فندق الجامعة الإفريقية ، فندق الجامعة الإفريقية ، فندق مولاي حسين ، و من خلال المخطط التوجيهي للتنمية السياحية تم برمجة إنشاء 196 سرير راقي في ولاية ادرار و 41 فندق عادي توفر 1317 سرير ، بالإضافة إلى إقامة قرية سياحية ممتازة **" قصر ماسين "** بتيميمون بطاقة إيواء 92 سرير.

6-4- القطب السياحي الممتاز الجنوب الكبير(الأهقار) : و يشمل هذا القطب ولاية تمنراست و تبلغ مساحته 456000 كلم ^{2} و يقطنه 137175 ساكن ، يحتوي على موقع أثرية و طبيعية تستهوي السياح الجانب و خاصة الأوروبيين ، ومن أهم المناطق السياحية الموجودة بهذا القطب ، **اسكرام ، أدريان ، أمسل ، طاسيلي ، أهقار ، عين مقل** ، و قد برمجت في إطار (SDAT 2025) إنشاء 4 فنادق بولاية تمنراست حيث توفر طاقة إيواء قدرها 225 سرير.

6-5- القطب السياحي الممتاز الجنوب الكبير(الطاسيلي) : يمثل هذا القطب ولاية ايليزي ، و يتميز بثراء ثقافي طبيعي ، و ايكولوجي وهي ثلاثة مميزات أساسية جعلته يكون أحد أهم الأقطاب السياحية الواجب ترقيتها لتحتل المكانة اللازمة في النشاط السياحي ، و هو يحتوي على حظيرة الطاسيلي المصنفة من طرف "Unesco" كتراث عالمي يجب العناية به منذ سنة 1981 ، يتربع هذا القطب على مساحة قدرها 284618 كلم^2 و بتعداد سكاني يقدر بـ 40000 نسمة ، ومن الهياكل القاعدية التي يحتوي عليها هذا القطب ، مطار جانت ، مطار عين امناس ، كما يحتوي على (06) ستة منابع حموية و توفره على العقار السياحي .

و قد برمج في هذا القطب من خلال (SDAT 2025) إنشاء منطقة توسع سياحي من شأنها أن توقع طاقات الإيواء بهذا القطب حيث توفر 1600 سرير ، و إنشاء 03 موثيلات بطاقة إيواء 300 سرير و 5 مخيمات **" زريبة "** بطاقة إيواء 250 سرير و فندق أخر يوفر 150 سرير.

7- أفق السياحة الصحراوية في مخطط التهيئة السياحية أفق 2030 :

شرعت الوزارة الوصية سنة (2000) في إعداد خطة حول تطوير السياحة ، على شكل برنامج مستقبلي أفاق (2010) تحت عنوان " **مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر أفاق 2010** " ليأتي بعده مشروع جديد سمي بأفاق 2013 لتحديد الأهداف الكمية و النوعية و إجراءات دعم و ترقية الاستثمار السياحي ، بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيتها لسنة 2013 و عملت الدولة بعدها على دمج وزارتي البيئة و السياحة و تهيئة الإقليم في وزارة واحدة و القيام بتعديلات في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2015 .غير أنها ما تزال بعيدة عن التدفق السياحي ، ما جعلها تقرر وضع إستراتيجية سياحية إلى غاية عام 2025 المعدل إلى غاية عام 2030 ، و هو الذي يتطلب خمسة مراحل :

المرحلة الأولى : تشخيص الاتجاهات العالمية ، و الإشكاليات الراهنة .

المرحلة الثانية : تحديد التوجهات الإستراتيجية .

المرحلة الثالثة : تحديد الخطوط التوجيهية .

المرحلة الرابعة : برامج العمل ذات الأولوية (الانطلاقة : 2000-2015) مخطط التهيئة السياحية .

المرحلة الخامسة : تحديد استراتيجيات الانجاز و المتابعة [1].

لقد كان نصيب الصحراء من المشاريع السياحية للفترة 2008-2015 ، كما تتضح من الجدول أدناه :

جدول رقم (13) : نصيب الجنوب من المشاريع السياحية لفترة (2008-2015)

الأقطاب	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي	01	1150
القطب السياحي الجنوب الكبير	04	225

إن الجنوب لم تحظى سوى بـ(54) فندقا من إجمالي (274) على مستوى الوطن ككل ، رغم أن الجنوب أكثر استقطابا لسياح الأجانب ، و التي تقتصر على فصلي الخريف و الشتاء كمبرر لقلة الفنادق بها . و ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030) تم التخطيط لإنجاز قرى سياحية على كامل الأقطاب السياحية ، غير أن السياحة الصحراوية لم تحظ سوى بقرية سياحية واحدة هي " قرية ماسين" و هو ما يعاب على التوزيع للقرى السياحية أفاق (2030) [2]. لقد شهد القطب السياحي بالجنوب الكبير الأهقار تطورات ملحوظة للسياح بين 1999-2008 ، كما هو موضح في الجدول التالي :

جدول رقم (14)[3] : **تطور عدد السياح بالقطب الكبير – الأهقار بين 1999-2008**

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
عدد السياح	00	39	582	44	538	51	8884	1080	3362	7121

من بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن القطب ، تمنراست عرف تطورا بعدد السياح بين (1999-2008) ، و هي إعداد تحتاج و تستدعي الاهتمام بالسياحة الصحراوية ، و جعلها جاذب للسياح الأجانب ، رغم بعض التراجعات مثل عام (2003) بسبب اختلال الأمن ، هذا القطب يشهد توافد السياح على مدار العام ، و أكثر تركيزا خلال فترة (أكتوبر إلى ديسمبر) [4].

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية يمثل الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لكل الفاعلين عن مشروعها السياحي لأفاق عام 2025 الممدد إلى عام 2030 ، تترجم من خلاله فرصها على تثمين قدرات السياحة الجزائرية ، كضرورة و بديل لإستراتيجية المحروقات من أجل تنمية مستدامة . و شمل هذا المخطط إنشاء العديد من الأقطاب السياحية على مستوى الوطن ، ونجد منها على مستوى الجنوب :

7-1- القطب السياحي الممتاز جنوب – شرق (الواحات) : الذي يضم غرداية ، بسكرة و الوادي المتربع على مساحة (160.000 كم^2) بحجم سكاني (1,5) مليون نسمة ، ذو مناخ صحراوي حار ، و يضم أربع مناطق للتوسيع السياحي ، يحوي 26 فندق بطاقة إيواء 2092 سرير في الولايات الثلاثة ، ذو معالم سياحية هامة (وادي ميزاب ، واد سوف ، منطقة الزيبان ، مسجد عقبة بن نافع) .

7-2- القطب السياحي الممتاز جنوب – غرب (توات-قورارة): و يضم كل من بشار و أدرار بمساحة (603000 كلم ^{2}) و حجم سكاني يبلغ (900.000 نسمة) . بها أثار تعود إلى 2000 سنة قبل الميلاد ، يضم ثلاث مطارات(تيميمون، ادرار، برج

---

[1] -شريط حسين الأمين ، " فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر" **مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية** ، العدد 14 ، 2015 ، ص 140 .

[2] - شريط حسين الأمين ، مرجع سبق ذكره ، ص 142 .

[3] - عوينات عبد القادر ، السياسة في الجزائر: "الإمكانيات و المعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)،**أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية** ، جامعة الجزائر ، 2012-2013 ، ص 332 .

[4] -عوينات عبد القادر ،" **السياسة في الجزائر**" ،مرجع سابق،ص 333

باجي مختار) . يحتوي هذا القطب على فندق (01) بـ 120 سرير بأدرار ، و فندق بقورارة بـ 192 سرير (فندق الجامعة الأفريقية ، فندق مولاي حسين) . أين برمج المخطط إنشاء 196 سرير راقي في ادرار و 41 فندق عادي يوفر 1317 سرير ، و إقامة قرية سياحية ممتازة " **قصر ماسين**" بتميمون بطاقة إيواء 92 سرير .

7-3- القطب السياحي الممتاز جنوب الكبير (الأهقار) : و يضم ولاية تمنراست ، و بمساحة 456000 كلم^2 و يقطنه 137175 ساكن، بمناطق سياحية هامة (اسكرام ، ادريان ، أمسل ، طاسيلي ، اهقار ، عين مقل) . و برمج المخطط إنشاء أربعة (04) فنادق بالولاية بطاقة إيواء 225 سرير[1] .

7-4- القطب السياحي الممتاز جنوب الكبير(الطاسيلي) : و يمثل ولاية إليزي ، و الذي يحتوي على حظيرة الطاسيلي المصنفة من قبل اليونيسكو عام 1981 كتراث عالمي ، بمساحة 284618 كلم^2 و تعداد سكاني 40.000 نسمة ، و يحتوي مطار جانت ، مطار عين أميناس و كذا بها ستة (06) منابع حموية . برمج له المخطط إنشاء منطقة توسع سياحي بطاقة إيواء 1600 سرير ، و إنشاء 03 موتيلات بطاقة أيواء 300 سرير، و خمسة مخيمات (زريبة) بطاقة إيواء 250 سرير و فندق أخر يوفر 150 سرير[2] .

يهدف المخطط في عمومه إلى تحقيق خمس غايات وهي :

- جعل السياحة محترك من محركات النمو الاقتصادي كبديل عن المحروقات ، بتطوير عروض السياحة على جميع المستويات ، و جعلها مركز جذب سياحي أور و متوسطي .
- تطوير القطاع السياحي و مختلف القطاعات المرتبطة بها (الفلاحة ، البناء ، الأشغال العمومية ، الصناعة، الصناعة التقليدية ، الخدمات ...)
- التفريق بين ترقية السياحة و البيئة لتنمية مستدامة .
- تثمين التراث التاريخي و الثقافي المشكل للمنتج السياحي .
- تحسين صورة الجزائر و إعطاء صورة لائقة بها للسائح و ضمانات للجانب الأمني و متطلباته ، و تقديم امتيازات للمستثمرين الوطنيين [3].

هناك جملة من الشروط لابد من وفرتها للسياحة الصحراوية :

- **الأمن** : تحتاج السياحة لتوفير الأمن للسائح : و كل خلل ينعكس بالسلب على عائدات السياحة ، فيقلص السائح مدة الإقامة أو يعزم على عدم الرجوع للمرفق ثانية و نشره لصورة سيئة على السياحة بهذه المنطقة . ففي الجزائر و بسبب العشرية السوداء شهدت السياحة الصحراوية تراجعا بسبب اختلال الأمن ، و كذا التهديدات الإرهابية الأخيرة في (**تيقنتورين**) في عين امناس و التي أثرت على سمعة السياحة في الجنوب .

و حسب تقرير فرنسي ،جعلت هذه الأحداث السياحية تتراجع بنحو (14,87%) من السياح الأوروبيين و بنسبة

---

[1] - زهير بوعكريف ، "**التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة** ": دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011-2012 ، ص 155 .

[2] - زهير بوعكريف ، مرجع سبق ذكره ، ص 155-157 .

[3] -سماعيني نسيبة ، " دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر" ، **رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية** ، جامعة وهران ، 2013-2014 ، ص 131 .

(18,20%) من السياح الفرنسيين .

- **الهياكل السياحية** : وهي أهم شروط النهوض بالسياحة ، و التي تنقسم إلى :

1- **الهياكل السياحية الضخمة** : و المتمثلة في الفنادق الضخمة وسائل النقل و الاتصال ومرافق الرياضة و الترفيه ، و التي يتوافد عليها الأثرياء ورجال الأعمال المحليين و الأجانب .

2- **الهياكل الأقل تكلفة** : و التي أقل تكلفة مثل الموتيلات و المساكن المنفصلة ، و تستقطب السياح بما يتماشى و دخلهم على إلا تكون هذه الأسعار على حساب نوعية الخدمات ، فلا بد أن تتجاوب مخططات السياحة مع هذه النماذج لاستقطاب موسع لكل شرائح المجتمع كل بما يناسبه .

3- **الخدمات** : و هي مختلف الخدمات المقدمة للسائح ، من نوع الإقامة و النظافة و الأكل و الأسعار و كذا خدمات الهاتف و التلفاز و الطوابع و البطاقات الإلكترونية و مختلف المنتجات التقليدية و أماكن الترفيه و الرياضة ، ليشعر السائح بالرضا و بأنه يتحصل على منافع مقابل ما يدفع[1] .

4- لابد من خطة وسياسة منظمة ، ومسح الأماكن الطبيعية و الأثرية :

- المسح الميداني الشامل للمعالم السياحية ورصد مواقع سياحية و معلومات عنها :
- بناء قاعدة معلومات الكترونية خاصة بالأماكن السياحية بتقنيات حديثة و أنظمة المعلومات الجغرافية للتخطيط للسياحة .
- تطوير القواعد المنظمة للمشاريع السياحية بهدف الحفاظ على الخصائص البيئية للصحراء في المناطق التنمية السياحية.[2]

سادسا : الآليات الخمسة لتفعيل النشاط السياحي في الجزائر

تشكل هذه الآليات الخمسة الطريق لإنعاش سريع و مستدام للنشاط السياحي و التي تدعم عودة الجزائر إلى الساحة الدولية للسياحة و حجز موقع استراتيجي لها .

و يدعو هذا المسعى اليوم و بقوة إلى إعادة الاعتبار للمكان و الدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة ، وقد بدأ في العمل على تنفيذ هذه الآليات ابتدءا من سنة 2008 من أجل تفعيل التحول السياحي في الجزائر بواسطة مضاعفة جاذبية وشهرة وجهة الجزائر و ذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية و كروافع للانطلاق السياحي ابتداءا من عام 2008 مدعمة بمخطط تسويق و اتصال ، و نشر مخطط النوعية السياحية ، مع الشراكة العمومية و الخاصة ، أي ترقية التواصلية و تنسيق العمل عن طريق الشراكة و المرافقة المالية ، أي تنفيذ مخطط عملياتي للتمويل ، سيكون ذا طابع عملي بهدف دعم الأنشطة السياحية التي يقوم بها المرقون و المطورون و العمل على جذب المستثمرين المحليين و الدوليين للمساهمة في ترقية القطاع السياحي ، وهذه الآليات هي :[3]

1- مخطط وجهة الجزائر.

---

[1] -قروج يوسف ، قصاص فتيحة، " الفرص الاستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر" **مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية ، العدد 07 ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2016** ، ص 18-20 .

[2] - قروج يوسف ، قصاص فتيحة، مرجع سبق ذكره ، ص 21 .

[3] - SDAT2025," **le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires"** , livre 02 , p 26-27 .

2- الأقطاب السياحية السبعة للامتياز (الوجهات الناشئة للوجهة الجديدة للجزائر) .

3- مخطط النوعية السياحية .

4- الشراكة العمومية و الخاصة .

5- مخطط التمويل.

1-6- الأقطاب السياحية للامتياز: القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة ، التسلية ، الأنشطة السياحية ، في تعاون مع مشروع التنمية المحلية ، و يستجيب لطلب السوق و يتمتع بالاستقلالية ، متعدد الآباد حيث يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان) الثقافة ، الإقليمية (خصائص و ميزات الإقليم) ، التجارية و الأخذ بعين الاعتبار التوقعات ، متطلبات السوق ، كما يمكن لرقعته الجغرافية أن تدمج منطقة أو عدة مناطق للتوسع السياحي *(ZET) .

و قد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب سياحية للامتياز POT* و هي :

- القطب السياحي للامتياز شمال –شرق (POT-N.E): عنابة ، طارف ، سكيكدة ، قالمة ، تبسة ، سوق أهراس .
- القطب السياحي للامتياز شمال –وسط (POT-N.C): الجزائر، تيبازة ، بومرداس ، البليدة ، الشلف ، عين الدفلى ، المدية ، البويرة ، تيزي وزو ، بجاية .
- القطب السياحي للامتياز شمال –غرب (POT-N.O): مستغانم، وهران ، عين تيموشنت ، تلمسان ، معسكر ، سيدي بلعباس ، غليزان .
- القطب السياحي للامتياز جنوب –شرق (POT-S.E): الواحات، غرداية، بسكرة ، الوادي ،المنيعة.
- القطب السياحي للامتياز جنوب –غرب (POT-S.O): توات، قورارة ، طريق القصور ادرار، تيميمون ، بشار.
- القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي (POT-G.S): النيجر –إليزي .
- القطب السياحي الجنوب الكبير الأهقار (POT-G.S): تمنراست.

و يتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات أو قرى سياحية بالإضافة إلى فنادق السلسلة و مجموعة من الفنادق العادية المصنفة و غير المصنفة و التي تستدعي وضعها في تكامل ووفقا لقدراتها بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن و الأنماط السياحية المختلفة ، و ذلك بتوفير منتوجات سياحية متعددة و متنوعة ، و بالرغم من أن المخطط يهدف إلى تعريف كل قطب من خلال موضوع رئيسي و مسطر يحدد هويته و يمنحه صورة و علامة (Sa Signature) قطب صحراوي جنوبي ، قطب شمالي شرقي ، قطب شمالي غربي ... الخ ، و يرتكز على موضوع رئيسي (السياحية الصحراوية، السياحة العلاجية ، السياحية الشاطئية ...) غير أنه يخوض في المواضيع أو الأنماط الأخرى لتجنب أحادية الوظيفة، حيث سيسمح إقامة الأقطاب السياحية للامتياز لبروز أو إحداث تنوع سياحي على كافة الإقليم و تستخدم كنقطة ارتكاز و قاطرة للتطوير السياحي في المنطقة ككل .

إن الهدف من بناء هذه الأقطاب السياحية السبعة هو تحريك الرافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني و يحقق الأهداف التالية :

* « ZET »les zones d'expansion touristiques .
* « POT » les pôles touristiques d'excellences

- تسهيل التنافسية ، الجاذبية ، استمرارية الأقاليم و التنمية المتوازنة .
- تطوير الأقاليم وفقا لميزاتهم ، السياحة الصحية (الحموية ، المعالجة بمياه البحر) ، سياحة المدن و الأعمال السياحة الصحراوية ، السياحة الترفيهية و السياحة الثقافية .
- السماح بربط جيد لمختلف المركبات السياحية و بتكامل الأنشطة الاجتماعية و الاقتصادية على كامل حدود القطب ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة .
- اشراك السكان المحليين في تطوير و تنمية النشاط السياحي .

2-6 - مخطط النوعية السياحية : لقد أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة ، حيث أنها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني ، فهو يرتكز على التكوين و التعليم ، كما يدرج تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم و تهدف هذه الآلية إلى[1] :

- إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لماركة موحدة " النوعية السياحية " و هي حصيلة كل مسعى نوعي .
- المتوقع منذ الآن ضمن منظور تحسين النوعية في العرض السياحي و تشجيع ترقيته في الجزائر و في الخارج .
- بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية الجزائرية .
- تحسين النوعية و العرض السياحي .
- منح رؤية جديدة للمحترفين .
- حث المتعاملين في السياحة بالتعامل بإجراءات النوعية .
- نشر صورة الجزائر و ترقيتها كوجهة نوعية .
- اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية .

و يعتمد مخطط النوعية السياحية في المرحلة الأولى بالتركيز على أربعة عناصر رئيسية هي :

- الحصة الكبرى من الحظيرة الفندقية (200 فندق مصنف أو يعاد تصنيفه) .
- الطعام الفاخر .
- وكالات السفر و السياحة .
- الغرف السياحية المحلية .

أما إجراءات التنفيذ للمخطط فهي تأتي من خلال الإعلان عن الأهداف و مسعى مخطط نوعية السياحية و تحديد التزاماته ، و يتم تقييم التزامات المحترفين على المستوى :

- الإعلام و الإتصال .
- الاستقبال الشخصي .
- كفاءة العمال .

[1] - SDAT2025 , livre02, op cit , p 47 .

- النظافة و الصيانة .
- تقويم (تثمين) المورد المحلي .
- مراقبة الأماكن (الموقع) السياحية .

و قصد الاستجابة للهدف المادي و النقدي في (SDAT 2025) ، أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا ، و قد حددت ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين ، قصد تحضير الجزائر سياحيا في أفاق 2025 و هي :

- ❖ تعزيز القدرات التنظيمية ، الكفاءات ، احترافية القيادات و المؤطرين في المدارس و المعاهد السياحية .
- ❖ ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية ، تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة .
- ❖ إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحي ، اعتماد التصديق و التسجيل الرسمي .

إن الإبتكار و استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في مخطط النوعية السياحية من خلال التسويق عبر شبكة الانترنت كونها تسمح بالعرض المباشر للمنتج و الخدمات السياحية لعدد كبير من مستخدمي الانترنيت حيث تبقى نوعية الخدمات و المقدمة و المعروضة على الانترنيت هي التي تصنع الفارق ، من خلال السمعة الجيدة للماركة و سهولة الحجز عبر الانترنيت ، و عرض المواد النوعية النادرة و التي تتميز بها البلاد دون غيرها .

3-6- مخطط الشراكة العمومية – الخاصة : لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي و الخاص ، و يمكن التحدث عن الشراكة العمومية – الخاصة عندما يعمل ويتحرك المتعاملون العموميون و الخواص سوية للاستجابة بأكثر فعالية للطلب السياحي الكلي ،و عن طريق تقسيم الموارد ، الأخطار و الأرباح ، و حين يلعب كل واحد دوره في عملية التنمية بصفة عامة و السياحة بصفة خاصة .

و إذا كانت الدولة تمارس دورا ضروريا في المجال السياحي ، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر و المساحات العمة ووضع المنشآت القاعدية كالمطارات و الطرق في خدمة السياحة ، كما أنها تسهر على النظام العام و الأمن و تدير المتاحف و الصروح التاريخية ، فإن القطاع الخاص أساسيات الاستثمارات و الاستغلال السياحيين تثمين و تسويق الملاك و الخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه .

إن المنتوج السياحي إجمالا هو محصلة تداخل العديد من العوامل للوصول إلى منتج نوعي (النقل . الاستقبال ، المناخ ، المصارف ، المسارح ...) ، أما المعنيون بتطوير و تسيير هذه العوامل فهم عدد كبير من المتعاملين العموميين و الخواص .

➢ **أهداف مخطط الشراكة :** تندرج السياحة ضمن المقاربة التواصلية بين القطاعات من خلال الشراكة العمومية – الخاصة التي توصل الشبكة السياحية من طرف إلى طرف ، و بغية الوصول إلى جعل وجهة الجزائر أكثر جاذبية و تنافسية ، يجب على الأطراف المنخرطة في العمل السياحي (القطاعات الاقتصادية ، الدولة ، القطاع الخاص) العمل على توفير أسباب النجاح التي هي :

- **تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية (النظافة ، المياه ، الطاقة ، تكنولوجيا ، الإعلام و الإتصال) .**

- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية و القرى السياحية للإمتياز.
- تحسين النوعية بالتكوين و الإبتكار المستمر.
- توفير الأمن السياحي .
- صيانة والحفاظ على الثروة الطبيعية .
- احترام الطاقة الإستعابية للمقاصد السياحية .

حيث أن مسعى مخطط الشراكة العمومية –الخاصة هو ربط الشبكة السياحية و جعلها منسجمة تبني إستراتيجية التجميع بربط الشركاء من أجل شراكة بين مختلف الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج و توزيع المنتج السياحي (أصحاب الفنادق ، الوكالات السياحية ، البنوك ، المرشدين السياحيين ...) و ذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية و تقديم منتوج ذو نوعية تنافسية .

إن هدف الدولة من هذه الآلية (مخطط الشراكة) هو جعل الوجهة الجزائرية أكثر جاذبية و تنافسية ، ولبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالدولة إلى مصاف البلدان السياحية حيث يجب العمل على إشراك كافة القطاعات و المؤسسات في عملية التنمية السياحية .

4-6- مخطط تمويل السياحة[1]: أخذ بعين الإعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة تتطلب استمارات كبيرة من جهة و كونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى فإن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية جاء بآلية مخطط تمويل التنمية السياحية لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم و مراقبة الشريك المرقي أو المطور للنشاط السياحي .

- الأهداف الخمسة لمخطط تمويل السياحة : انطلاقا من أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء فإن عمالية تحسين الربح الداخلي كهدف للشريك ، المرقي و المطور ، يتطلب إيجاد دعم و مرافقة من الدولة في العمليات الخمس ، وهو دور مخطط التمويل كما هو مبين في النقاط التالية :
  - حماية و مراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة .
  - السهر على تجنيب المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة .
  - جدب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب .
  - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية .
  - تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية و بخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي الذي هو قيد الدراسة على مستوى الحكومة .
- **محتوى مخطط تمويل السياحة** : يحتوي مخطط تمويل السياحة على الإجراءات و التسهيلات التالية :

- مراقبة المستثمرين المرقين و أصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار ، في تقدير المخاطر و في تمويل عتاد الاستغلال

- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية .

[1] - SDAT 2025 , livre02, op cit , p 57 .

- التمديد في مدة استحقاق و سداد القرض .
- الدعم و مرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية و أصحاب المشاريع .

و من خلال مخطط تمويل السياحة الذي جاء به (SDAT 2025)، تتمثل احتياجات المقاولين العموميين و الخواص بصفة عامة بغض النظر عن مراحل تقدم مشاريعهم في خمسة مطالب أساسية هي :

- دراسة جادة و عميقة للمخاطر ، خاصة الممكنة الحدوث بدرجة أكثر.
- تمويل مخطط النوعية لاشغال إعادة التأهيل و التوسع اقتناء عتاد الاستغلال .
- ضرورة التكوين وفق المناهج و التقنيات الحديثة .
- تمويل التزويد بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، التسويق و الترقية مكلفة إذا ما أردنا أن نكون قادرين على المنافسة .

و عملية المساعدة لهذه المؤسسات تأخذ أربعة أنواع من الإجراءات للاستجابة لطلباتها و تتمثل في :

- نظام مراقبة مالي .
- مساعدة للتكوين / الاحتراف.
- تشجيع شامل للنوعية .
- بنك الاستثمار السياحي : أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية و هو جزء من خطة التمويل الذي سوف يعمل على تطوير:

- تدابير الدعم مع الالتزام و الاشتراك في خطة النوعية (الجودة) السياحية : إن دعم الاستثمار السياحي و تطوير الأنشطة السياحية سوف يتم عن طريق بنك الاستثمار السياحي حيث أن هذا الدعم يكون في شكل :

- دعم المعروض من الأسهم .
- تمويل متكيف مع خصائص السياحة .
- تقديم حوافز مباشرة للاستثمار السياحي في المرتفعات و الجنوب .
- اتخاذ إجراءات من أجل رفع الاحتياطي المخصص لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة .

- **تقديم حوافز لأنماط سياحية معينة** : النشاط السياحي الصحراوي و الأنشطة السياحية المتعلقة بالرعاية الصحية (السياحة العلاجية) حيث يتم تشجيعها عن طريق :

- تكييف شروط الائتمان الممنوحة في سياق رفع مستوى الفنادق من جهة و تحقيق مشاريع جديدة من جهة أخرى .
- حوافز ضريبة للأنشطة السياحية بما في ذلك الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة و خاصة بالنسبة للسياحة العلاجية .

- دعم اتخاذ القرارات (تقديم الدعم لتقييم المخاطر) : و الهدف من هذا هو إزالة الخوف و تشجيع الاستثمار السياحي من خلال إمكانية تقليل المخاطر و بالتالي تحديد جدوى المشروع .

و سيقوم بنك الاستثمار السياحي بتقديم الدعم لعمليات إطلاق المشاريع و الدراسات التمهيدية من خلال (الخبرات السابقة ، التشخيص ، المساعدة في التصميم و تطوير المشروع و دراسة الجدوى) .

خاتمة الفصل:

إن تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر يحتاج إلى تكاثف الجهود لترسيم استراتيجية تسويقية سياحية ناجحة وتطبيقها بكفاءة بهدف الحصول على تدفق سياحي متواصل وبلوغ المكانة اللائقة بمستوى إمكانيات الجزائر السياحية على المستوى الإقليمي والعالمي، ويتبوأ الترويج السياحي مكانة الصدارة ضمن هذه الاستراتيجيات نظرا لدوره الفعال، غير أن نجاحه في أداء دوره وتحقيق أهدافه يتطلب تحقيق ما يلي:

- وضع إستراتيجية ترويجية مدروسة قائمة على معطيات واضحة .
- رصد الميزانية الترويجية المناسبة بما يتوافق مع موقع وأهمية الصحراء الجزائرية سياحيا .
- إعداد وتنفيذ خطط للترويج السياحي من أجل تسويق المنتج السياحي الصحراوي في الأسواق المصدرة للسياح .
- دراسة متطلبات الأسواق السياحية والترويج لها بما يكفل زيادة تدفق السياح .
- إقامة المؤتمرات والمعارض السياحية، والمشاركة في أنشطة المنظمات الدولية بهدف التعريف بالكنوز السياحية المتنوعة، وتغيير الصورة الذهنية لدى العالم الخارجي حول الصحراء الجزائرية بأنها غير آمنة .
- توفير أساليب الدعاية والإعلام السياحي ووضع الأدلة والمطبوعات والنشرات والملصقات وأفلام الفيديو وغيرها .
- تنفيذ برامج متكاملة من العمليات الترويجية من خلال جهاز تنفيذي ووفقا لما يتم في مجالس الترويج السياحي .
- العمل على تطوير الصناعات الحرفية والمشغولات اليدوية ووضع البرامج اللازمة للحفاظ عليها .
- إيجاد تعاون وثيق بين الهيئات السياحية لتنسيق نشاط الترويج السياحي .
- إنشاء موقع الكتروني ديناميكي للسياحة الجزائرية، يتم عرض فيه كافة البرامج السياحية ومختلف المعلومات حول عناصر الجذب السياحي، مدعومة بالصور ولقطات الفيديو كما هو الحال في العديد من البوابات السياحية العالمية على شبكة الانترنت .
- تطوير الكفاءات في مجال الترويج السياحي من خلال برمجة دورات تدريبية والاستفادة من الخبرات الأجنبية .

مقدمة :

رغم تعدد المقومات السياحية التي تمتلكها ولاية بسكرة، إلا أنها لم تستطع بعد النهوض بالقطاع السياحي، الذي ما زال بعيدا كل البعد عن المستوى المطلوب، وهذا ما يعكسه عدد السياح المتواضع الذي لا يتناسب مع المقومات والمؤهلات السياحية للولاية، رغم أنها ليست أقل أهمية من تلك التي تمتلكها المدن السياحية الصحراوية المتواجدة في بلدان الجوار كتونس والمغرب والتي تستقطب سنويا ملايين السياح . إن وجه الاختلاف يكمن في عدم القدرة على تسويق المنتوج السياحي نظرا للدور السلبي للفاعلين السياحيين بولاية بسكرة في خدمتهم لهذا القطاع وفي تسيير واستغلال المؤهلات السياحية، لذلك نجدهم عاجزين عن تقديم منتجا سياحيا متكاملا قادرا على جذب السياح، وعدم القدرة على نقل الصورة الحقيقية للمقومات السياحية بالمنطقة وإبراز ما تنطوي عليه من مغريات، بسبب ضعف النشاط الترويجي إذ نجده يقتصر فقط على توزيع بعض الصور والبروشورات لبعض المواقع الأثرية، وإقامة بعض التظاهرات والمهرجانات . وفيما يلي عرض أهم الوسائل الترويجية المستخدمة :

أولا : التظاهرات السياحية : في إطار تنشيط القطاع السياحي و التعريف بالمقومات السياحية التي تمتلكها بسكرة قامت باحتضان عدة فعاليات منها المهرجان الثاني للسياحة الصحراوية، والذي حضت بشرف إقامته من : بين 12 ولاية صحراوية جنوبية متنافسة وذلك بين 25-28 مارس 2006، وقد حضر هذا المهرجان صحفيين وإعلاميين ومنظمي الرحلات من معظم بلدان أوروبا.[1]

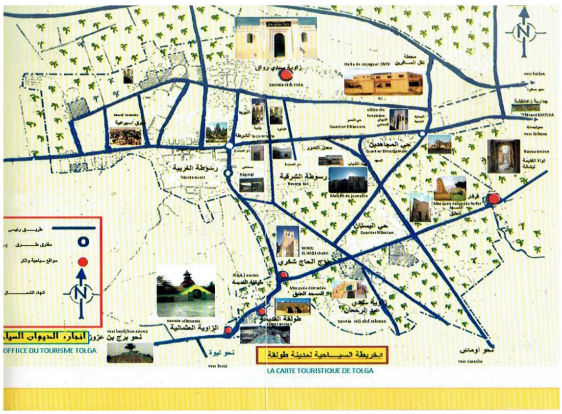
ثانيا : التظاهرات و الاحتفالات التقليدية : تحي ولاية بسكرة تظاهرات واحتفالات تقليدية تنطوي على الكثير من المتعة كعيد الربيع، عيد التمور، وتظاهرات فلكلورية أخرى تاريخية وفكرية كالاحتفال بذكرى تأسيس خنقة سيدي ناجي و تظاهرة سيدي خالد، مهرجان السياحة الواحاتية بمشونش، مهرجان السياحة والفنون التشكيلية بالقنطرة .

ثالثا : الفعاليات السياحية : تنظم بسكرة العديد من الفعاليات والأيام السياحية منها اليوم العالمي للسياحة، اليوم العربي للسياحة، فعاليات الصالون الدولي التجاري للتمور والسياحة الواحاتية بطولقة، اليوم الوطني للصناعات التقليدية، فعاليات الصالون الوطني للتمور .



الديوان السياحي طولقة فعاليات الصالون الدولي التجاري للتمور

[1]- مديرية التشغيل بولاية بسكرة



الخريطة السياحية لمدينة طولقة –بسكرة-

رابعا : الملتقيات الدولية : قامت مديرية السياحة بولاية بسكرة بالمشاركة في تنظيم العديد من الملتقيات الدولية بهدف التوصل إلى أراء أو توصيات أو قرارات مناسبة تتعلق بكيفية تنشيط السياحة في المنطقة، منها الملتقى الدولي الذي نظمته بالتعاون مع كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة محمد خيضر حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة في 10/09 مارس 2010، والملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بتاريخ 11/12 مارس 2012 .

- **الكتيبات** : تضم هذه الكتيبات صورة لأهم المناطق السياحية بالولاية، وتعرض عاداتها وتقاليدها، يتم تقديمها للزوار المترددين على مديرية السياحة .
- **الإذاعة المحلية** : تلعب الإذاعة المحلية دورا هاما في إبراز المقومات السياحية التي تنطوي عليها المنطقة، من خلال الحصص المذاعة التي تقدم للجمهور المستمع معلومات عن كل ما له صلة بالنشاط السياحي و المناطق السياحية بولاية بسكرة .

و في الحقيقة أن وسائل الترويج السياحي المستخدمة على مستوى ولاية بسكرة تأثير ضعيف على الحركة السياحية، وهذا ما يعكسه الطلب السياحي المحدود على المنتوج السياحي، ويعود سبب ذلك لكون نشاط الترويج السياحي غير قادر على أداء دوره بفعالية وتحقيق أهدافه، نتيجة لما يلي :

- عدم تبني مفهوم التسويق السياحي الحديث وعدم وجود خطة تنفيذية لترويج المنتجات السياحية .
- عدم وضوح عناصر الجذب السياحي نتيجة لمحدودية وضعف وسائل الترويج المستخدمة .
- عدم وجود برامج سياحية تعرض المناطق المراد تنشيط السياحة فيها .
- عدم وجود إعلانات تلفزيونية تروج للمناطق السياحية بالمنطقة .
- عدم تواجد ملصقات إشهارية إعلامية عن المنتوج السياحي في أماكن التجمعات أو حتى في المطار .
- عدم الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة و رغم وجود موقع الالكتروني لمديرية السياحة بولاية بسكرة غير أنه موقع ساكن ولا يمكن التواصل من خلاله، يعرض فقط بعض المعلومات التي تخص الفنادق والوكالات، والمنشآت المعدنية وبعض الصور التي تخص المعالم السياحية .
- ضعف الاهتمام بالمعارض والمهرجانات التي لها دور كبير في تشجيع السياحة وتنشيطها بالمنطقة .

- عدم استخدام الكوادر الإعلامية المتخصصة بالترويج السياحي .
- نقص فعالية الوكالات السياحية في التعريف بالمنطقة و غياب المرشدين السياحيين .

خامسا : المراحل الأساسية لتطوير عرض سياحي محلي مستدام : وتتمثل المراحل في :

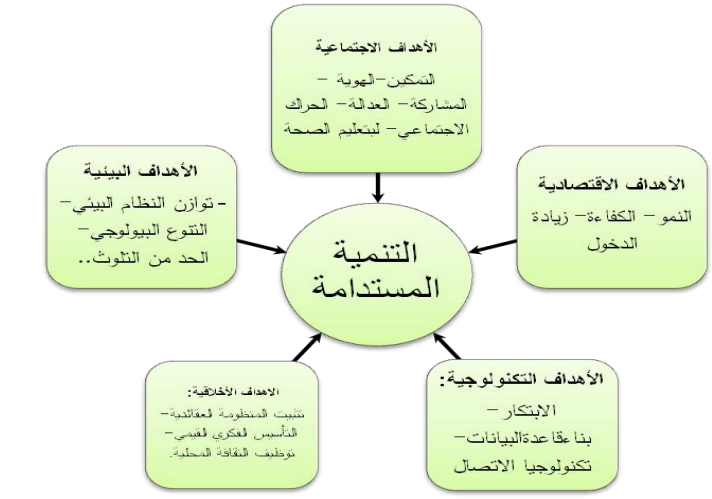
الفرع الأول : المرحلة التحضيرية :

من المهم أن تتوفر المعلومات التي تلم بحيثيات الموضوع وتداعياته . وهذا خلال تحديد وتصور النقاط الثلاث التالية:[1]

1- الأهداف الإستراتيجية : بعد تحديد الضرورة لوضع إستراتيجية للسياحة المستدامة، نحدد النتائج المراد تحقيقها .

- تحديد الهدف الذي تريد تحقيقه مع إستراتيجية .
- تحديد النتائج التي نريد تحقيقها من خلال أربعة جوانب .

الشكل رقم (06) : الأهداف الإستراتيجية للعرض السياحي المستدام :



تتعلق الأهداف الاستراتيجية بجملة من النتائج المسطرة في المجال الاقتصادي، الاجتماعي، والبيئي وكذا العمل على تطوير تواصل مشاركة بين الأطراف المعنية .

2- التحديد الجغرافي :

من المهم أن تحدد المنطقة التي ينبغي أن تطبق السياسة فيها، وأين يمكن تحقيق النتائج المحددة مسبقا .

3- المبادئ التي يجب احترامها :

ينبغي أن تؤخذ في الاعتبار مبادئ معينة في وضع وتنفيذ الإستراتيجية :

[1] - Erik Engel , Anna Dederichs, Felix Gärtner, et autres. « **Développement d'une stratégie de tourisme durable dans les aires protégées du Maroc**. Tome 2 : Manuel Méthodologique L'élaboration d'une stratégie, pas à pas ».SLE Publication, Berlin, 2009.p :06

- الإستراتيجية يجب أن تكون بسيطة، واضحة وواقعية .
- الإستراتيجية تتطلب إشراك جميع أصحاب المصلحة المتأثرين بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق تنمية السياحة المستدامة على جميع المستويات .
- الإستراتيجية يجب أن تحترم مفهوم السياحة المستدامة .
- الإستراتيجية يجب مراجعتها بشكل منتظم، وتكييفها مع التغيرات الجارية أثناء التنفيذ .
- الإستراتيجية يجب أن تأخذ في الاعتبار المخاطر المتعلقة بالسياحة التي تدار بشكل سيئ .

وهذه تصريحات مسؤولين القطاع السياحي في المدينة من خلال مقابلات تم إجراءها لتعزيز دور المراكز السياحية في تفعيل الحركة السياحية :

المقابلة رقم -01- :

أجريت المقابلة مع السيد مدير دار الثقافة أحمد رضا حوحو بسكرة، من جامعة الوادي وهو خريج كلية الفنون الدرامية جامعة السانيا وهران 2001، تولى منصب مستشار ثقافي بدار الثقافة لولاية ورقلة (2008-2018)، تربص في الإدارة الثقافية لمدة 60 يوم (شهرين) بجمهورية الصين الشعبية 2013 وله العديد من النشاطات ومن خلال مجموعة التساؤلات التي طرحت عليه حول دور المؤسسات السياحية والنشاطات الثقافية في تفعيل الحركة السياحية ومساهمة دار الثقافة في النشاط السياحي وصرح قائلا :

- أن التراث الثقافي والتاريخي الوطني للمنطقة يساهم في دعم السياحة الثقافية و ذلك بالتعريف والحفاظ على التراث من جهة والتبادلات الثقافية بين الولايات من جهة أخرى وإقامة ملتقيات وصالونات ، كما يمكن التنسيق بين مهام دار الثقافة ومهام مديرية السياحة ، يتم ذلك من خلال تنظيم رحلات في كل التظاهرات الثقافية وتعين بذلك دليل سياحي من طرف مديرية السياحة يرافق ضيوف الثقافة ، إقامة معارض وحفلات وأمسيات شعرية وأدبية بالفنادق والمناطق السياحية لإبراز موروث المنطقة و بالتالي هناك أعمال و نشاطات مشتركة تجمع بين دار الثقافة ومديرية السياحة ، حيث تنظم غرفة الصناعة التقليدية الصالونات ومعارض و تساهم بتوفير فرق فلكلورية وألعاب بهلوان للتسلية وفرق فنية و يحدث العكس عند تنظيم دار الثقافة نشاطات وتساهم السياحة بتنظيم رحلات و دعم نشاطات هدايا من إنتاج الحرفيين حيث إستفادة دار الثقافة في خلق جمهور نوعي والتعريف أكثر بالنشاطات و زيادة المنخرطين والمتتبعين ، كما تعتبر فضاء سياحي ترفيهي إضافة إلى الجولات السياحية المقامة و وجود فنادق راقية، و إستفادت مديرية السياحة إلى جانب الفندقة إلى التعريف بالمناطق السياحية و إقتصاديا من خلال بيع منتوجات الحرفيين .

وتساهم المهام التي تقدمها دار الثقافة في دعم النشاط السياحي و ترويج السياحة بالمنطقة حيث كل الضيوف المدعويين من فنانين و أساتذة محاضرين يأخذون فكرة على الفنادق و الأماكن الأثرية و السياحية و من ثم يبرمجون زيارة مع عائلاتهم و أصدقائهم، التعامل مع الفنادق و الحرفيين سواء إنتاج التمور و البهارات و الصناعة التقليدية و ذكر السيد " مراد بن عيسى" أن هناك تكامل بين مديرية السياحة و الصناعة التقليدية و دار الثقافة ، حيث مديرية السياحة توفر أماكن من فنادق و آثار و جولات سياحية و صناعة تقليدية و غيرها ، و دار الثقافة تستغل هذه الأماكن و بالتالي إستفادت من جانب إقتصادي و جانب تعريف بالمنطقة و خصوصياتها و راحة لرواد دار الثقافة و من أهم البرامج المقترحة لدعم النشاط السياحي و إبراز التراث الثقافي للمنطقة هي : إقامة مهرجانات محلية و وطنية و دولية .

- إستضافة حرفيين من مختلف مناطق الوطن ، وإستضافة فنانين الفن التشكيلي و السينما، كما ذكر السيد مراد بن عيسى أن كل من دار الثقافة و مديرية السياحة و الغرفة تعاني من نقص في المبالغ الممنوحة لهذه القطاعات فهي غير كافية لمستوى طموحاتنا و تطلعاتنا لتحسين الخدمة و الترويج أكثر للمنتوج الثقافي و السياحي ، و رغم أن الدولة تبذل جهود متواصلة في هذا المجال من خلال توفير ميزانية واضحة مخصصة لإقامة معارض و مهرجانات و صالونات ، فيرى السيد بن عيسى أن مستقبل السياحة الصحراوية بشكل عام ومنطقة بسكرة بشكل خاص مستقبلا واعد خاصة إذا جسدت المشاريع على أرض الواقع بشكل منهجي صحيح ، ومؤخرا أقيمت مسابقة من اليونسكو حول رسم وتجسيد المناظر الطبيعية والمناطق السياحية .

المقابلة رقم -02- :

أجريت المقابلة مع السيد مدير مديرية السياحة لولاية بسكرة ليحدثنا عن مساهمة مديرية السياحة في تنمية السياحة الصحراوية في ولاية بسكرة فصرح قائلا :

- تساهم مديرية السياحة في توجيه و إرشاد متعاملي قطاع السياحة من أجل إستغلال مؤهلات السياحة الصحراوية في خلق مسارات و رحلات سياحية تسوق محليا، وطنيا، و دوليا فيما بعد، و تثمين ما يعرف بالمواقع الأثرية التاريخية و الطبيعية في المناطق الصحراوية عن طريق التظاهرات و المعارض السياحية قصد إستغلالها سياحيا من طرف وكالات السياحة والسفر، و إستغلال الساكنة في خلق نشاط سياحي مربح .

و لتنشيط السياحة في المدينة علينا حث متعاملي السياحة (وكالات السياحة والأسفار، جمعيات و دواوين السياحة، المؤسسات الفندقية) على التنسيق من أجل خلق و بعث أنشطة سياحية خاصة بالمنطقة و تسويقها على شكل رحلات سياحية و خلق أنشطة سياحية جديدة تنسجم مع الولاية مثل التجوال على ظهر الجمال و المركبات الرباعية الدفع ... إلخ .

وحتى يتعرف السائح على أهم مقومات المدينة و أشهر المواقع السياحية الموجودة بها أثناء زيارته يتم تقديم مناشير و دعائم ترقوية خاصة بالسياحة في الولاية، وكذلك عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بالمديرية و غرفة الصناعة التقليدية و الحرف، كذلك من خلال المشاركة في التظاهرات و المعارض الوطنية و كذا الدولية بواسطة الديوان الوطني للسياحة .

- و من أكثر فترة تشهد إقبال السياح على ولاية بسكرة هي فترة ما يسمى بموسم السياحة الصحراوية الممتد من شهر أكتوبر إلى شهر أفريل من كل سنة نظرًا للجو أو المناخ الملائم الدافئ في هذه الفترة، و وجود العديد من التظاهرات الخاصة بالمنطقة مثل عيد التمور، عروس الزيبان – ربيع الزيبان، معرض منتوجات النخيل، اليوم الوطني للحرفي ... إلخ .
- و السياحة الأكثر رواجا في الولاية حاليا هي السياحة الحموية الفلاحية أو سياحة الحمامات المعدنية نظرا لتوفر الولاية على مؤهلات كبيرة في هذا النوع من السياحة (مركب حمام الصالحين – المركب السياحي سيدي يحي ...) بالإضافة إلى السياحة الجبلية و الثقافية تتوفر الولاية على إمكانيات كذلك في هذا النوع من السياحة .
- و من أهم المعوقات التي تواجه عملية التنمية السياحية بولاية بسكرة هي : إقتصار وكالات السياحة و السفر كغيرها في كامل التراب الوطني على السياحة إلى الخارج أي أخذ السواح الجزائريين إلى خارج الوطن و خاصة عملية العمرة و الحج، و عدم الإهتمام بالسياحة الإستقبالية و الوطنية و نقص الكفاءة و التكوين لدى العاملين الخواص في قطاع السياحة .

و تعتبر السياحة الصحراوية من أهم إهتمامات الوزارة المسؤولة عن قطاع السياحة، فهي دوما تطالب بالمزيد من النشاطات السياحية، و خلق المنتجات السياحية القابلة للتسويق أثناء موسم السياحة الصحراوية، و العمل على الإشهار و التعريف بالمؤهلات السياحية التي تملكها بلادنا في مجال السياحة الصحراوية .

1- هل يوجد تنسيق بين مديرية السياحة و الجمعيات السياحية الموجودة في الولاية ؟

– كما تعمل مديرية السياحة على التنسيق المستمر و الدائم بينها و بين الجمعيات السياحية الموجودة في الولاية، من خلال دعم هذه الجمعيات و السهر على مشاركتها في كل المعارض و التظاهرات السياحية بالولاية و خارج الولاية، و توجيهها من أجل العمل مع وكالات السياحة و السفر فيما يخص الإرشاد السياحي .

و مديرية السياحة تتعاون مع غرفة الصناعة التقليدية و مؤسسات أخرى أو هيئات إدارية أخرى، فالمديرية لها علاقات عمل مع جميع مديريات الولاية، كما تربطها اتفاقيات عمل و تنسيق من خلال إبرام وزارة السياحة لعدة اتفاقيات تنسيق مع وزارة الثقافة و وزارة المجاهدين المكلفة بالمؤسسات المصغرة من أجل تمويل المؤسسات السياحية الصغيرة و الحرفيين و غرفة الصناعة التقليدية و الحرف التابعة لوزارة السياحة و المهتمة بتنشيط و تطور الصناعات التقليدية و الحرف التي هي رافد من روافد السياحة، القرض المصغر (ANGEM)، مصالح التجارة فيما يخص مراقبة النشاطات السياحية و الحرفية ضمن فرق تفتيش مختلطة .

- و من البرامج التنموية المطروحة في القطاع السياحي بولاية بسكرة برنامج استثمار سياحي تابع للخواص منحت لهم الدولة في إطار الاستثمار عقار سياحي لإنجاز 70 مشروع سياحي (فنادق، مركبات سياحية وحموية ...) بطاقة استيعاب 1416 سرير و عدد مناصب الشغل 6766 منصب شغل . و لولاية بسكرة 10 مناطق توسع سياحي إجمالية قدرها 534.42 هكتار منها 05 مصنفة و4 منها لديها مخطط التهيئة السياحية .

إن مساهمة السكان المحليين في تنمية السياحة موجودة عبر الجمعيات و الدواوين السياحية البلدية للسياحة التي تقوم بالتعاون مع الساكنة لبعض المناطق بالترويج للسياحة وخاصة وطنيا عن طريق تبادل الرحلات مع ولايات أخرى، كما أن الساكنة تساهم من خلال حرفيي المنطقة و كذلك من خلال عرض و بيع بعض المنتجات التقليدية و الأكلات الشعبية التي ينتجها السكان المحليون و يستعملها متعاملي و ناشطي القطاع في المجال السياحي .

بسكرة قديما نالت رواج و شهرة سياحية كبيرة خاصة في سنوات السبعينيات و الثمانينات من هذا القرن لما تمليه من مؤهلات سياحية متنوعة و جد هامة و أصيلة لكن تأثرت بما تأثرت به الجزائر ككل في سنوات التسعينات، و رغم هذا فإن بسكرة تشهد إقبال سياحي من داخل و خارج الوطن، و لها إمكانيات سياحية كبيرة تؤهلها لكي تصبح قطبا سياحيا وطنيا كما أن عدد المشاريع السياحية الموجودة و عدد الفنادق يبشر بمستقبل زاهر للسياحة في ولاية بسكرة .

و هناك عدة مشاريع مستقبلية بولاية بسكرة تم التطرق إليها من قبل و هي بعدد 70 مشروع سياحي، بالإضافة إلى المشاريع المعروضة والتي لم يتم توزيعها و الموجودة بمنطقة التوسع السياحي بسكرة و المتمثلة في فنادق، حديقة ألعاب، مركب سياحي و ترفيهي، قرية عطل ...إلخ .

جل هذه المشاريع الموجودة داخل مناطق التوسع السياحي هي مشاريع مدروسة و مبرمجة من قبل المصالح الولائية لكن مطروحة على الخواص للإستفادة منها في إطار عقود إمتياز لإنجازها و استغلالها في إطار قانون الإستثمار .

و هناك مشاريع سياحية خارج مناطق التوسع السياحية تطرح من قبل الخواص سواء عن طريق الإستفادة من عقار تابع للدولة، أو عقار خاص بالمستثمر .

بالنسبة للتمويل لهذه المشاريع غالبا ما تكون بنسبة مساهمة من المستثمرين تتراوح ما بين 20% و 30% و باقي التمويل يحصل عليه المستثمر كقرض بنكي مدعم من قبل الدولة عبر عدة آليات منها أخذ على عاتق الدولة نسبة من الفوائد البنكية تسددها الدولة (أكبر نسبة فوائد تسددها الدولة) بالإضافة إلى وجود امتيازات جبائية و مالية لا يسددها المستثمر وتكون على عاتق الدولة و هناك من المستثمرين من يقوم بتمويل المشروع بصفة كلية أو بنسب كبيرة تفوق مساهمة الدولة.

و من الجهات التي تتدخل في الموافقة على إنجاز هذه المشاريع في المرحلة الأولى هناك لجنة ولائية للاستثمار (CALPIREN) تدرس ملف طلب القطعة الأرضية الخاصة بالاستثماري من أجل الموافقة على منح عقد هذه الأرضية يترأسها السيد الوالي .

- المرحلة الثانية تتمثل في المصادقة على مخططات المشروع السياحي من طرف لجنة وزارية تقنية بوزارة السياحة و الصناعة التقليدية .
- المرحلة الثالثة الحصول على رخصة البناء عن طريق الشباك الوحيد على مستوى الولاية .

تملك الجزائر بصفة عامة و ولاية بسكرة بصفة خاصة إمكانات هائلة في مجال السياحة الصحراوية (مناطق طبيعية صحراوية خلابة، بساتين النخيل، منتجات النخيل ...إلخ)، هذه المؤهلات إذا أخذنا بعين الاعتبار إمكانيات الولاية فيما يخص قدرات الإيواء حاليا (26 فندق بقدرة إيواء 2391 سرير) و إمكانية إضافة فندق آخر تدخل حيز الاستغلال في شهر أكتوبر المقبل بـ: 200 سرير، إضافة إلى وجود 60 وكالة سياحية و أسفار ستعمل على جلب السواح للتمتع بالسياحة الصحراوية بولاية بسكرة مستقبلا خاصة بعد ذهاب الوباء (كوفيد 19) نهائيا، لهذا فإننا نرى بأن السياحة الصحراوية بالولاية ستنتعش و يكون لها رواج كبير في السنوات المقبلة نظرا للطلب العالمي على هذا النوع من السياحة .

الفرع الثاني : مرحلة إعداد دراسة عن الاقتصاد المحلي :

مسح و تقييم الاقتصاد المحلي و مناخ الأعمال من خلال توصيف الوضع الاقتصادي بقطاع السياحة و الحرف البيئية و اليدوية من خلال تحديد كافة الأنشطة الاقتصادية الرائدة و الأخرى الواعدة، بالإضافة إلى تحليل التكتلات الإنتاجية و سلاسل القيمة و توصيف مجالها و حجم التنمية و ترتيبها و مدى مساهمتها في الاقتصاد المحلي من خلال قدرتها على إتاحة المزيد من الفرص للسياحة المستدامة و تحديد تأثيرها في دعم النمو في المرحلة القادمة . و يشمل هذا المسح السريع أيضا جمع و تحليل كافة البيانات الكمية و الكيفية الخاصة بالقطاع، وكذلك تحديد الأطراف الفاعلة، ومؤسسات وهيئات القطاعين الحكومي و الخاص و غيرها من الجهات غير الحكومية التي تلعب دورا محوريا في القطاع أو تساهم في تيسير عملية التنمية السياحية المحلية أو الأنشطة المرتبطة بها.[1]

تعد القاعدة التي يتم من خلالها تطوير إستراتيجية التنمية السياحية في إقليم معين . و يستند المسح بصفة أساسية على البيانات الثانوية والأولية التي يمكن توفيرها .

[1] - "تقرير صادر عن وحدة تطوير الإدارة المحلية، **وزارة التنمية المحلية**، إعدادا إستراتيجية التنمية الاقتصادية المحلية بقطاع السياحة والحرف البيئية واليدوية بمحافظة المنيا ، مصر.2015.ص. 03.

1-آليات العمل : ويتم من خلال:[1]

- إتمام عملية المسح الاقتصادي من خلال مراجعة و تجميع و تحليل البيانات الثانوية الصادرة من الجهات الحكومية المختلفة أو أي جهات أخرى ذات صلة بالموضوع .
- تحديد البيانات الأولية المطلوب جمعها في قطاع السياحة و الحرف البيئية و اليدوية و إعداد الاستبيانات الخاصة بها، و كذا توضيح عناصر سلسة القيمة الخاصة بالقطاع التي سيتم تتبعها داخل كل إقليم .
- استنباط قائمة أولية لأهم المشروعات السياحية المناسبة على مستوى الإقليم و ذلك بمشاركة كافة الأطراف الفاعلة من الجهاز التنفيذي و ممثلي القطاع الخاص و منظمات المجتمع المدني .
- إعداد قائمة مجمعة عن الأطراف المعنية بمختلف الأنشطة الاقتصادية بقطاع السياحة و الحرف البيئية و اليدوية على مستوى الإقليم .

المخرجات المتوقعة : و يجب تحديد العناصر التالية :[2]

1. نظرة عامة للاقتصاد المحلي لقطاع السياحة و الحرف البيئية و اليدوية .
2. إعداد وصف تفصيلي لكل نشاط من الأنشطة الاقتصادية و سلاسل القيمة المتواجدة داخل القطاع . وتقدم بطريقة متكاملة لتعكس الهيكل الاقتصادي للأنشطة السياحية المختلفة موزعة جغرافيا و تحديد و الروابط و العلاقات التي توجد بين الأنشطة السياحية أو داخلها.
3. تحليل أهم التحديات و المشكلات التي تواجه كل نشاط رئيسي و فرعي و الفرص المتاحة للنمو و القدرة التنافسية، و ذلك من خلال تحديد قائمة التدخلات و المشروعات الموزعة جغرافيا و البرامج المرافقة و تحديد حجم الاستثمارات المتوقعة مع تناول العائد الاقتصادي منها بالإضافة إلى تقدير حجم فرص العمل التي ستسفر عنها تلك المشروعات السياحية.
4. تحديد أوجه التعاون القائمة و المحتملة للتكامل الاقتصادي بين القطاع موضوع الدراسة و جميع القطاعات الاقتصادية المختلفة بالإقليم المعني.
5. تعميق العمل بمنهج تشاركي بين كافة الفئات الفاعلة في المجتمع المحلي، والقيام بتحديد المشروعات وترتيبها وفقا لأولويات كل فئة.

الفرع الثالث : إعداد إستراتيجية :

يتم توجيه عملية تطبيق التنمية السياحية المحلية بدءا من مرحلة تقييم الاقتصاد المحلي و الانتهاء بإعداد و صياغة إستراتيجية مستدامة محلية لقطاع السياحة .

[1] - l'Agence Américaine pour le Développement International «**STIMULER LE TOURISME RURAL** ». Rapport Final du Programme Promotion du Tourisme Rural au Maroc. .2006.p.p:05-06

[2] - Bid .pp :05-06

الاستفادة من مخرجات تقييم الاقتصاد المحلي و بيئة الأعمال و مخرجات إستراتيجية التنمية الاقتصادية، التي تمثل قطاع السياحة . و ستكون الخطة السنوية للعمل ثم يتم تجميع مخرجات العمل بشكل تكاملي ترفق بها الخطة الزمنية المحددة للمشروعات و نطاقها الجغرافي و دراسة جدوى مبدئية للتكاليف كما يلي.[1]

1- إعداد إستراتيجية تنمية مستدامة محلية لقطاع السياحة، وإعداد البرامج الرئيسية و الفرعية و التي تم التوصل إليها، و التأكد من أن مجموعة التدخلات بين المشروعات المقترحة لها تبريراتها الاقتصادية و الاجتماعية من حيث أنها يمكن أن تساهم مجتمعة في تحقيق الأهداف المعلنة و موزعة جغرافيا و موضح بها الجهات المستفيدة و تحديد النتائج المتوقعة منها .

2- إعداد قائمة بأهم التدخلات و المشروعات ذات الأولوية لقطاع السياحة، مع تسلسل منطقي لتنفيذها مع الأخذ بعين الاعتبار واقعية تطبيقها و أولوية التنفيذ .

3- صياغة برنامج تنفيذي /سنوي لقطاع السياحة في الإقليم و الذي يتم استخراجه من إستراتيجية التنمية الاقتصادية المحلية للقطاع، هذا إلى جانب إعداد دراسة جدوى مبدئية للمشروعات المقترحة و تكون محددة التكاليف و النطاق الجغرافي .

4- قائمة الجهات المساندة (القطاع الحكومي و القطاع الخاص و منظمات المجتمع المدني) لتدخلات بعض المشاريع ، التي تتشكل منها البرامج الاقتصادية الرئيسية و الفرعية لقطاع السياحة من أجل تحديد الالتزامات الأولية من قبل هذه الجهات للقيام بهذا الدور و مساعدة الفريق على تحديد إمكانات و قدرات ممولي المشروعات على الوفاء بهذه الالتزامات.[2]

سادسا : الخصائص العامة للعرض السياحي المستدام في ولاية بسكرة :

إن تطوير الخيار السياحي أساسي في عملية التنمية الاقتصادية لولاية بسكرة، بسبب المقومات الطبيعية القوية، و الخصوصيات المعمارية و الحرفية و الثقافية التي تحتوي عليها . المكانة التي تحتلها تجعل منها استراتيجيا منطقة عبور نحو الصحراء . و بالتالي فإنها تشكل محطة أساسية للمسارات السياحية في منطقة جنوب شرق الصحراء (مناظر بانورامية، و الكثبان الرملية و الآثار التاريخية ...) .

الطلب السياحي الداخلي مرتكز على السياحة الحموية كمنتج سياحي كلاسيكي لولاية بسكرة . فالنشاط الحموي وإمكانياته أداة اقتصادية هامة بحيث أصبح الاستشفاء والعلاج بالمياه المعدنية متبني من طرف أغلب الأوساط الطبية . تتوفر الولاية على قدرات هامة منها تركز النشاط الحموي في عدد من المركبات السياحية، بالإضافة إلى وجود عدة منابع حموية غير مستغلة موزعة عبر تراب الولاية و هذا باختلاف مكونات مياهها و درجة حرارتها، و من أهم المحطات المعدنية :

- حمام الصالحين - بسكرة .
- حمام البركة - بالحاجب .
- حمام الروضة - بعين الحامية .
- حمام الشفاء – بالشقة .

الطلب موجه بنسبة كبيرة نحو هذا المنتج خاصة حمام الصالحين الذي يسجل نسبة المشغولية الأكبر على مستوى الولاية، و عليه فإن تحديث و تطوير المنتج من خلال تحديث الهياكل القائمة خاصة حمام البركة في الحاجب، و حمام الشقة و حمام سيدي الحاج في لوطاية و أحداث حمامات جديدة في بلدية فوغالة .

[1] -Erik Engel. Op Cit. P:16.

[2] – محمد الصيرفي، "**السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**"، طبعة أولى، مصر، دار الشيمي، 2008. ص. ص.216-217.

أما السياحة العلاجية التي تخص العلاج بالرمال الساخنة، فهي موضوع طلب عدد متزايد من السياح المحليين و الجزائريين غير المقيمين (المسنين في الأغلب)، و تتركز في كل من عين بالنوي و الحاجب، و كون هذا النشاط السياحي يتم في فصل الصيف فهو يلعب دور مهم في التقليل من موسمية النشاط السياحي في الولاية، و إنشاء مركبات مختصة بالعلاج الرمال الساخنة تحت إشراف طبي على مستوى البلديتين يسمح بتفعيل التنمية المحلية، و منافسة نفس المنتجات في دولة المملكة المغاربية .

سياحة الأعمال المرتبطة بالنشاط الفلاحي خاصة إنتاج التمور التي تصدر للأسواق الدولية، و هو ما يتوافق مع وجود حركة دخول السياح المحليين و الأجانب في فترة جني التمور، ما يتطلب تهيئة سياحية لتلبية احتياجات سياحة الأعمال .

عملية تطوير سياحية بتشكيلة عرض متباينة، هي الوسيلة الأنجع لهيكلة عرض سياحي متميز، و كتصور، يتكون العرض من السياحة العلاجية في الحمامات المعدنية، و زيارة المدينة سيدي عقبة المشهورة بمسجد عقبة ابن نافع، و القيام بنزهات حدائق النخيل في أحد ضواحي المدينة يسمح بدمج أكثر من منتج من أجل رفع قيمة التجربة و تفعيل المقومات من أجل عرض سياحي أكثر مردودية اقتصادية .

من أجل تطوير السياحة في منطقة الزيبان عموما يجب أن تمتد المسارات السياحية و تكون بين مدن الاقليم، مما يسمح بالقيام بجولات أطول، والاستفادة من العوائد السياحية بشكل أوسع، ويرتبط نجاح هذا التصور بتهيئة الطرق والمناطق السياحية بين مدن جنوب شرق الصحراء بالموتيلات، والاستراحات وتطوير الضيافة المحلية للسياح الأجانب من أجل فك العزلة عن المناطق النائية من خلال تهيئتها سياحيا.[1]

سابعا : اقتراح مشروع مركب حموي كمشروع رئيسي في مدينة بسكرة :

وانطلاقا من الخصائص العامة للعرض السياحي في مدينة بسكرة يتمثل المشروع الرئيسي في انجاز مركب حموي للمعالجة بالمياه المعدنية، بمستوى فخم و مواصفات تنافسية، بدلا من حمام الجرب الذي كان سابقا .

- **الخدمات المقدمة :**

- **خدمات ذات الطابع العلاجي :** و سيشمل هذا المنتجع الصحي، و العلاج االشخصي، و علاج الروماتيزم و اعتلال الأعصاب، اعتلال عضلي، وبعض أمراض الأنف و الحنجرة، الأمراض المعوية، و الأمراض الجلدية، أمراض حروق الشرايين و الأوردة الدوالي، الربو، و الشلل و التهاب الشعب الهوائية المزمن ... إلا أن التأمين هذه العلاجات، فان المجمع يجب أن يكون تحت إشراف فريق طبي من شأنه أن يستخدم التقنيات والمعدات والأجهزة الأكثر تطورا.

- **خدمات ذات الطابع السياحي :** للاستفادة من العديد من المزايا المعروضة من خلال بيئة الموقع التي تضمن أفضل الظروف للراحة و الاسترخاء .

ويتميز المشروع بتوافر حمامات البخار الخاصة والجماعية، وصالة رياضية، ومناطق الاسترخاء، وجولات المشي، والسباحة ومناطق اللعب.

- خدمات ذات الطابع الثقافي العلمي. وسيشمل المشروع بنية متعددة الأغراض للأنشطة الضرورية لتنشيط المركب. حيث يتم تصميم هذه البنية لاستضافة الاجتماعات والفعاليات العلمية مثل الندوات والأيام الدراسية الطبية التابعة لنطاق تخصص المركب.

[1] - Mimoun Hillali. "**Le Tourisme International Vu du Sud"**: Essai Sur la Problématique du Tourisme dans les payes en développement .Canada, presse de l'université de Québec.2003.p201

مجمع المعالجة المائية والاسترخاء، يمتلك هيكل رئيسي يمتد على مساحة 08 هكتارا. موجه الجمهور الناس، واضافة لما سبق يضم أيضأ مركز للتسوق والخدمات (مطعم وكافيتيريا، وصالونات الشعر، بازار ...) ومسابح والشاليهات، غرف للسكن (منخفضة التكلفة)[1].

- **الطاقة الإستعابية للمركب الحموي :**

بالنسبة لجميع خدمات الرعاية المتخصصة وسوف تكون هناك فريق طبي مع غرف العلاج، والعلاج الطبيعي، وحمامات البخار والحمامات، وغرف لسكن ضيوف المنتجع، وحدة البحوث، وفندق. ويستوعب المركب ما يصل إلى 1200 شخص/ يوم بالنسبة للعلاجات المائية، و120 شخص / يوم للحصول على الرعاية الطبية. فنادق400 سرير، و100 سرير في الشاليهات، والحمام 120 سريرا. المطاعم بطاقة استعابية تقدر بـ600 وجبة / يوم.

- **موقع المشروع :**

يقع المركب في النسيج العمراني للمدينة بسكرة عاصمة الولاية. وعلى الطريق الرئيسي من باتنة. تحتوي الأرضية على ينبوع حار كان فيه حمام الجرب جذب العديد من الزوار بسبب سمعة المنبع العلاجية. أضاف أن الموقع الجغرافي يتميز بخصائص طبيعية رائعة جدا وتنوع الحيواني والنباتي وقربه من مطار الولاية.

- **وصف المشروع :**

يمكن تلخيص الخدمات التي سوف تقدم في هذا المشروع على النحو التالي :

- **الفنادق :**
  - فندق سياحي 300 سرير .
  - غرف - مطعم تابع للفندق مسابح - حدائق - ملاعب رياضة، المساحات الخضراء وغيرها .
  - شاليهات 100 سرير .
  - مساحات خضراء طرق للمشاة، موقف السيارات .
  - فندق حموي 120 سريرا
  - غرف - مطعم كافتيريا ... الخ .
  - فندق اجتماعي 100 سرير.
- **المطاعم :** مطعم فخم مطعم للمأكولات التقليدية - مطعم للمأكولات السريعة الكافيتريات .
- **المركب العلاجي :**
  - **مسابح لإعادة التأهيل الحركي** : الجمباز الطبي الجماعي في مسبح حراري. يتم القيام بحركات ليونة تحت إشراف مختص في العلاج الطبيعي.
  - **حمامات اختراق العامة :** و هو تطبيق على نطاق واسع للمياه الحارة التي تجمع بين تقنيات والعلاج بالتدفق المياه لغرض مزدوج من استرخاء العضلات وتخفيف الآلام، وذلك باستخدام كمية كبيرة من المياه الحرارية .

[1]- بوزاهر نسرين، "ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة "– منطقة الزيبان-**أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية .فرع: نقود وتمويل،(دراسة ميدانية)** ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية: جامعة محمد خيضر –بسكرة- الجزائر، 2016-2017..ص 207

- **حمامات الغطس وحمامات العلاج بضغط المياه :** استخدام تدفق المياه ويتم تعديلها وفقا للصفة طبية لإجراء ارتخاء تدليك العمود الفقري.
- **تدليك تحت الماء :** التدليك الذي يقوم به مختص العلاج الطبيعي على طاولة التدليك تحت منحدر من 3 حمامات. الإقتران بين آثار التدليك العلاجي وآثار الدواء الحراري.
- **الكمادات التطبيق المحلي :** الكمادات الفردية من الطين المغمور بالمياه الحرارية وتطبق على درجة حرارة 43 درجة .
- **حمامات الطين الكلية :** يقدم الفندق هذه الرعاية ممتعة وقيمة للغاية. حيث يكون الطين بلون أبيض، والذي يسبب الشعور بالاسترخاء، والخفة. علاجات النقاهة بالإضافة إلى العلاج الحموي يمكن أيضا ضمان اللياقة البدنية لعملائنا الخدمات التالية :

- علاج للياقة البدنية، علاجات التخسيس، فضلا عن علاجات حسب الطلب وهذه العلاجات هي دائما تحت الإشراف الطبي.
- تسهيلات أخرى : مسابح (الكبار الأطفال) - مركز للعناية والتجميل - مساحات خضراء، مسرح - محلات - موقف سيارات .
- الأنشطة الثقافية : قاعة المؤتمرات، قاعة حفلات، مساحات خضراء، موقف سيارات.
- أنشطة رياضية : ملعب تنس، ملعب كرة القدم و ملعب ألعاب القوى، مساحات للاسترخاء خاصة بالعائلات .

الموارد المتاحة :

- ✓ وجود ينبوع ساخن الطبيعي ' حمام الجرب ' الذي يصل إلى 70 درجة مئوية .
- ✓ توافر الأرض .

➢ **الدراسة التقنية الاقتصادية :**

- **تكلفة إنجاز البناء :**

- ✓ المساحة المبنية : 10000م^2
- ✓ تكلفة المتر المربع : 30000 دج.
- ✓ تكلفة البناء : 300000000 دج.
- ✓ تكلفة الدراسة التقنية : 40000 دج.

- **تكلفة التجهيز:** و يقدر بـ 150.000.000 دج. وتتمثل في :
- تجهيزات فندق و المطاعم و الكفيتيريا (الأثاث معدات تكييف ، أجهزة كهرومنزلية ...
- معدات للمركب العلاجي معدات طبية رياضية، تكييف و تدفئة ... الخ)
- معدات رياضية .
- **ملاحق** : و تقدر ب 26200000دج و توزع على :
- سيارة للاستعجالات الطبية و مولد كهربائي، و محول بالاضافة لسيارة نفعية .
- و إجمالي التجهيزات يقدر بـ 176.200.000 دج.
- و عليه تقدر تكلفة المشروع بـ 476.240.000 **دج.**

التركيبة التمويلية : - 30 % مساهمة شخصية تعادل ...142.872.000دج.

- 70 % قروض بنكية تعادل .....333.368.000دج.

- **التكاليف التشغيلية :** حجم و تكلفة العمالة : يوظف المشروع 104 عمال دائم و 20 عامل مؤقت كما يلي :

جدول رقم (15) : حجم و تكاليف العمالة للمركب الحموي

نوع المنصب	العدد	الأجر الشهر الخام(دج)	الأجر السنوي(دج)
الأطباء	13	45000	7020000
تقني سامي	5	25000	1500000
تقني	9	20000	2160000
مدير عام	1	50000	600000
إطارات إدارية	4	40000	1920000
تقني اعلام آلي	4	25000	1200000
عاملات أمانة	6	15000	1080000
تقني في الصيانة	3	15000	540000
عمال استقبال	10	15000	1800000
عمال النظافة	13	15000	2340000
نادل	20	15000	3600000
عون حدائق	3	15000	432000
عون أمن	8	15000	1440000
سائق	4	15000	720000
المجموع	104	-	26352000
العمال المؤقتين	20	10000	600000
المجموع الكلي	**124**		**26953000**

- ويقدر التأمين الاجتماعي ب 7% 1844640دج
- تعويضات المنطقة ب 25 %.....6588000دج
- ومنه مصاريف العمالة السنوية تقدر بـ 35384640دج

- **اهتلاك القرض :**

تبلغ قيمة القرض بـ 333368000 دج تقدر سعر الفائدة متوسط الأجل المدعوم من طرف الدولة بـ 3.5 % لمدة عشر سنوات، و يستفيد المشروع من فترة تأجيل تسديد القروض تقدر بـ 3 سنوات .

جدول رقم (16) : اهتلاك القروض لمشروع المركب الحموي (الوحدة دج)

السنوات	قيمة القرض	الأقساط السنوية	قسط الفائدة	المبلغ المدفوع
السنة 1- 3	333386000			
السنة 4	333386000	33336800	11667880	45004680
السنة 5	300031200	33336800	10501092	43837892
السنة 6	266694400	33336800	9334304	42671104
السنة 7	233357600	33336800	8167516	41504316
السنة 8	200020800	33336800	7000728	40337528
السنة 9	166684000	33336800	5833940	39170740
السنة 10	133347200	33336800	4667152	38003952
السنة 11	100010400	33336800	3500364	36837164
السنة 12	66673600	33336800	2333576	35670376
السنة 13	33336800	33336800	1166788	34503588

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الدراسة.

- **الاهتلاكات المادية (التكاليف الثابتة) :**

جدول رقم (17) : اهتلاك المباني والمعدات والتجهيزات (الوحدة 1000دج)

	القيمة	فترة الإهتلاك	سنة 1	سنة 2	سنة 3	سنة 4	سنة 5	سنة 6	سنة 7	سنة 8
المباني	300000	20 سنة	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000
تجهيزات	150000	5 سنوات	30000	30000	30000	30000	30000	30000		
معدات، وسائل النقل	18000	5 سنوات	3600	3600	3600	3600	3600	3600		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الدراسة

جدول رقم (61) : التكاليف الكلية السنوية التقديرية لخمس سنوات مشروع مركب حموي (الوحدة دج)

	البيان	السنة1 دج	السنة2 دج	السنة3 دج	السنة 4 دج	السنة 5 دج
1	**مواد ولوازم**					
	مشتريات المركب الحموي بما فيه المياه	28.534.809	40.090.723	44.581.363	58.395.427	64.152.000
	مشتريات خاصة بالفنادق والمطاعم	65.000.000	70.850.000	78.572.650	87.215.600	95.065.000
	مصاريف عامة كهرباء	1500000	1.647.000	1.826.523	2.009.170	2.190.000
	مصاريف أخرى إدارية	1107453	1.229.273	1.349.740	1.484.700	1.634.700
	المجموع الجزئي 1	96.142.262	113.816.996	126.330.276	149.10	163.041.700
2	**العمال**					
	الأجور	26.953.000	26.953.000	26.953.000	26.953.000	26.953.000
	تعويضات المنطقة	6.588.000	6.588.000	6.588.000	6.588.000	6.588.000
	تأمينات اجتماعية	1.844.640	1.844.640	1.844.640	1.844.640	1.844.640
	المجموع الجزئي 2	35.385.640	35.385.640	35.385.640	35.385.640	35.385.640
3	**التأمينات**					
	تأمين التجهيزات	2.500.000.00	2.187.500.00	1.914.062.50	1.674.804.69	1.465.454.10

	المجموع الجزئي 3	2.500.000.00	2.187.500.00	1.914.062.50	1.674.804.69	1.465.454.10
4	**خدمات بنكية**					
	فوائد بنكية	11.667.880	10.501.092	9.334.304	8.167.516	7.000.728
	أقساط القرض	33.338.600	33.338.600	33.338.600	33.338.600	33.338.600
	المجموع الجزئي4	45.004.680	43.837.892	42.671.104	41.504.316	40.337.528
5	**الضريبة**	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
	المجموع الجزئي 5					
6	**الاهتلاكات**					
	اهتلاك المباني	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
	تجهيزات الإنتاج	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
	معدات ووسائل النقل	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000
	المجموع الجزئي 6	48.600.000	48.600.000	48.600.000	48.600.000	48.600.000
	اجمالي مصاريف الاستغلال	**227632582**	**243828028**	**25490182**	**276269660**	**288830322**

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الدراسة.

- **تقدير إيرادات الاستغلال المركب الحموي :**

أن تقدير الايرادات يعتمد على قدرات الموارد والاستخدام الأمثل لها من منظور الزيادة التدريجية في وتيرة النشاط حيث تقدر عدد أيام العمل سنويا ب 300 يوم، وسعر السرير 700دج في المواسم متوسطة النشاط ومتوسط تكلفة العلاج 850 دج للشخص .

حيث يحدد نظام تسعير الهياكل السياحية وفق ثلاث مواسم الموسم المنخفض (من شهر أفريل حتى شهر جوان) سعر السرير 4320 دج، والموسم المتوسط (من شهر سبتمبر حتى شهر نوفمبر) يقدر سعر السرير ب 4700 دج وموسم الذروة (من شهر ديسمبر حتى شهر مارس) يرتفع السعر إلى 5140 دج، وهذا التقدير تم بناؤه على أساس الأسعار المعتمدة في مركبات حموية على المستوى الوطني (مركب سيدي فرج و حمام الشلال بقالمة)، و هي أسعار تنافسية مع مركب حمام الصالحين مع تحسين في النوعية .

يتم تقدير حجم نشاط المركب استنادا التوسع التدريجي في حصته السوقية، مرجحة بمعدل مشغولية 16,24%، 24,87%، 33,36 %، 49,12%، 55,27% على التوالي خلال خمس سنوات .

رقم أعمال الفنادق: يحسب من خلال :

620 غرفة * 300يوم* 700دج * نسبة المشغولية السنوية = رقم الأعمال السنوي.

رقم الأعمال السنوي المركب العلاجي يقدر من خلال : 1200

شخص يوم * 300 يوم * 850دج * نسبة المشغولية السنوية .

إيرادات سنوية أخرى :

المطعم والكافيتيريا : 45.600.000 دج، قاعة الحفلات: 2.000.000دج، قاعة المؤتمرات: 1.500.000دج،

إيرادات إيجار المحلات 1.800.000دج.[1]

[1]- بوزاهر نسرين، "ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة" – منطقة الزيبان- **أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية .فرع: نقود وتمويل،(دراسة ميدانية)** ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية: جامعة محمد خيضر –بسكرة- الجزائر، 2016-2017.،ص ص 208،209،210.

جدول رقم(19) : حساب صافي الإيرادات المركب الحموي (الوحدة دج)

	السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4	السنة 5
رقم الأعمال (دج)	242.564.480	344.415.740	444.614.720	630.614.240	703.196.540
مصاريف الاستغلال السنوية (دج)	227.632.582	243.828028	254.901.082	276.269.660	288.830.322
الإيرادات السنوية (دج)	14.931.898	100.587.712	189.713.638	354.344.580	414.366.218

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الدراسة.

الجدول رقم (20) : صافي القيمة الحالية للإيرادات الصافية للمركب الحموي (الوحدة دج)

	السنة 1	السنة 2	السنة 3	السنة 4	السنة 5
الإيرادات	14.931.898	100.587.712	189.713.538	354.344.580	414.366.218
معامل الخصم	0,90	0,82	0,75	0,68	0,62
القيمة الحالية للتدفقات	13.574.453	83.130.340	142.534.663	242.022.111	257.288.812
القيمة الحالية التراكمية		96.704.793	239.239.456	481.261.567	738.550.379

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج الدراسة.

معامل الخصم المعتمد يقدر ب 10 %

صافي القيمة الحالية = مجموع التدفقات الحالية - رأس المال المستثمر

- **تحليل مردودية المركب الحموي :**

- صافي القيمة الحالية تأخذ القيمة الموجبة انطلاقا من السنة الرابع من نشاط المشروع حيث :

- صافي القيمة الحالية التراكمية للسنة 4= 481261567- 476240000 = 5021567دج وهو ما يعكس مردودية جيدة للمشروع، كون أن مجموع صافي القيمة الحالية بعد أربع سنوات يغطي قيمة الاستثمار المبدئي ويحقق أرباح صافية تقدر ب 5021567دج .

- تحليل ربحية المشروع: مؤشر ربحية الاستثمار الذي يحسب بتقسيم مجموع صافي العوائد السنوية على قيمة رأس المال المستثمر، وصل إلى1.55 أي كل دج مستثمر يحقق عائد بقيمة 0.55 دج.[1]

[1]-- بوزاهر نسرين، "ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة "– منطقة الزيبان، مرجع سابق ذكره ، ص ص 211،212.

خلاصة الفصل:

إنّ البحث عن الصيغة المناسبة لترقية العرض السياحي في إقليم الزيبان، يجب أن يعتمد على تحديد كل المقومات الطبيعية التاريخية، الاقتصادية والاجتماعية ومتابعة الأسس التاريخية لأي تدخل تنموي والتعرف على الموارد المتاحة وبناء الشراكات اللازمة بين الأطراف المعنية .

من أجل خلق مبادرات أعمال سياحية تنطلق من المجتمع المحلي وتتميز بتواصلها القوي مع البيئة من حيث خصائصها وشروطها، وتحقق هدف الوصول إلى بناء عرض سياحي يستجيب لمتطلبات التنمية المحلية المستدامة والتي تتمثل أساسًا في امتصاص اليد العاملة وتوليد دخل محلي، وتستفيد من المزايا والتوجهات الممنوحة للقطاع في إطار المخططات التوجيهية .

يجب تطوير أنماط من المنتجات السياحية المتميزة والموزعة على كل الإقليم، وهذا ما يترتب عليه تنويع وتوجيه الاستثمارات بما يمثل كل نمط سياحي، ويسمح بالتعامل مع أنواع متباينة من الطلب والعمل على توجيهها نحو الأنماط الأخرى، وبالتالي عرض منتج سياحي متميز ومتباين على أساس الميزة النسبية السياحية لكل منطقة .

مقدمة :

تلعب الحركة الجمعوية والدواوين المحلية ذات الطابع السياحي دورا مهما في تنمية السياحة البيئية، حيث توجد عشرة جمعيات تعمل في المجال السياحي في ولاية بسكرة هي: الديوان المحلي للسياحة بسكرة، الديوان المحلي للسياحة طولقة، الديوان المحلي للسياحة أولاد جلال، الديوان المحلي للسياحة سيدي عقبة، الديوان المحلي للسياحة القنطرة، ترقية الديوان المحلي للسياحة جمورة، جمعية الأصالة الثقافة والسياحة بسكرة، جمعية الخيمة للسياحة، جمعية حيزية للترقية السياحية بسكرة، جمعية الخنقة للسياحة.[1]

رغم أن الحركة الجمعوية المهتمة بالسياحة في ولاية بسكرة لم تبلغ بعد المستوى المطلوب سواء بسبب عددها القليل مقارنة مع الجمعيات التي لها نشاطات أخرى، أو يسبب نوعية العمل الذي تقدمه هذه الجمعيات وهذا قد يرجع إلى عدم فهم الجمعيات السياحية للهدف والدور المطلوب منها والذي أسست من أجله في المجال السياحة وتعديها إلى القيام بنشاطات أخرى لا تمت إلى السياحة بصلة، أو لقلة الوسائل المادية والإمكانيات اللازمة لتفعيل النشاط السياحي.[2]

لكن هذا لا يعني بأنه لا توجد بالولاية جمعيات نشطة في المجال السياحي، بل توجد بعض الجمعيات السياحية التي تحاول جاهدة تحدي الصعوبات والعراقيل وتبذل مجهودات معتبرة لتحقيق ذلك، كما تقوم بالعديد من الأعمال القيمة والهادفة إلى تنمية السياحة في الولاية، ومن خلال الدراسة التي قمنا بها أخترنا بعض من هذه الجمعيات التي لها مساهمات بارزة في تشجيع وتطوير السياحة في المنطقة لإلقاء الضوء على أهم نشاطاتها والأهداف التي تصبوا إلى تحقيقها و هي :

أولا : جمعية الديوان المحلي للسياحة بسكرة :

توجد هذه الجمعية في وسط مدينة بسكرة ويعود تاريخ تأسيسها الأول إلى سنة 1934 أي خلال الاستعمار الفرنسي، وبعده تم اعتماده في تاريخ 1990/02/21، يهدف هذا الديوان إلى خدمة المواطن المحلي والسائح وتقديم شتى أنواع المعلومات مجانا فيما يخص العطل السياحية والرحلات وحتى التحركات البسيطة، بالإضافة إلى قيامه بدور فعال ومهم فيما يخص ضمان الاستقبال والتوجيه والراحة والاطمئنان للسياح والزوار ويقدم لهم كل أنواع المساعدة التي يطلبونها .

كما أن هذه الجمعية تحاول إيجاد الحلول لبعض المشاكل والنزاعات القائمة لفائدة السياح، وتعمل على تقديم الشكاوي إلى الجهات المسؤولة على البيئة ونظافتها لأن وجود التلوث في بعض الحدائق والمرافق والمواقع السياحية تسبب إزعاجا للسائح وتشوه صورة المدينة لديه .

كما تعمل على القيام ببعض المسابقات في إطار تنظيف المحيط والاهتمام بواجهات المحلات والمنازل، ومسابقات الرسم للمناطق السياحية الموجودة في الولاية وتكريم الناجحين في هذه المسابقات لكي تساهم في تشجيع السكان المحليين على الاهتمام بالسياحة والبيئة .

[1]- مديرية السياحة لولاية بسكرة. **تقرير حول وضعية السياحة في بسكرة خلال سنة 2008.**

[2]- مقابلة مع مدير السياحة بونافع نور الدين بتاريخ 2009/02/14.

و تهدف الجمعية أيضا إلى تشجيع السياحة المدرسية من خلال القيام ببعض الرحلات المدرسية إلى مناطق مختلفة في الولاية تتميز بمقومات سياحية و غرس الثقافة السياحية لدى الأطفال و تعريفهم بأهم المعالم السياحية الموجودة في المنطقة و كيفية المحافظة عليها.[1]

ثانيا : جمعية ترقية الديوان المحلي للسياحة جمورة :

توجد هذه الجمعية في منطقة جمورة المعروفة بمعالمها السياحية الجذابة، و قد أسست هذه الجمعية في 2 مارس 2005 بهدف ترقية منطقة جمورة سياحيا و المحافظة على تراثها الطبيعي و الثقافي والتعريف به، و الترويج لأهم المقومات السياحية البيئية التي تتميز بها المنطقة و جلب السياح إليها من خلال القيام بعدة نشاطات أهمها ما يلي:

1- ترقية التراث الطبيعي و المحافظة عليه من خلال التعريف بالمغارات و الجبال، خصوصا كهوف مقسم و فج بني سويك و مضيق الواحة، و إبراز أهم الأنشطة الرياضية التي تعتمد على طبيعة مثل تسلق الجبال و تسلق النخيل، كما تعمل على تحديد أهم المسالك السياحية الموجودة بالمنطقة الإرشاد السياح و مساعدة الوكالات السياحية .

2- ترقية التراث الثقافي من خلال اكتشاف أهم الآثار التي توجد بالمنطقة و المحافظة على التراث التاريخي الذي يبرز مختلف الحقب الزمنية بالمنطقة بدءا من الرسوم القديمة ببني سويك إلى يومنا هذا .

3- المساهمة في ترقية المؤهلات السياحية بمنطقة الزاب و الأوراس من خلال المشاركة في التظاهرات المحلية و الوطنية و الدولية.[2]

ولقد تم إستجواب بعض المبحوثين في الجمعية حول دور هذه الأخيرة في ترقية و تنمية السياحة بمدينة – بسكرة -

الإستجواب -01- و أجري مع الأمين العام للجمعية :

1- ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟

- إنجاز ملصقات إشهارية و مطويات و معارض لتعريف ما تكتنزه هذه الولاية للجمهور و زوار .

2- ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟

- معارض في المناسبات الوطنية و الملتقيات الدولية مثل يوم الوطني للسياحة و اليوم العالمي للسياحة الصالون الدولي للسياحة و الاسفار قصر المعارض بالجزائر .

3- كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟

- أن تختار الجمعية المكان والزمان أي مناسبات عطلة الربيع و عطلة الشتاء لإستقبال التلاميذ في رحلاتهم و السياحة من العديد من ولايات الوطن .

4- ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية؟

- المقومات التي تشكل عناصر جلب السياح .
- الأماكن الطبيعية و الأثرية و التاريخية .

---

[1]- مقابلة مع نائب رئيس جمعية الديوان المحلي للسياحة بسكرة بتاريخ 2009/02/24.

[2]- **مقابلة مع** بسام عبد المجيد رئيس جمعية ترقية الديوان المحلي جمورة. في 2009/02/01.

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية ؟

- بالوسائل السمعي البصري وإذاعة بسكرة الجهوية والجرائد اليومية .

6- ما هي المشاكل التي تعاني منها المواقع السياحية في الولاية؟

- مثل القصور القديمة و زوايا و الأماكن السياحية بدون مرافق و لا إستقبال .

7- كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

- مشاركة السكان المحليين في المعارض و التظاهرات الثقافية لتكون المشاركة مشتركة لمساعدة الزوار .

8- هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

- نعم تحصلت الجمعية على الدعم المادي و المعنوي من طرف السلطات المحلية و الولائية .

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

- نعم ساهمت السياحة في بعض المناطق بالولاية مثل مسجد سيدي عقبة و خنقة سيدي ناجي و القنطرة .

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- نطلب من الجمعيات السياحية ان تحافظ على الموروث الثقافي و السياحي و البيئي و التاريخي خاصة.

- الإستجواب 02- و أجري مع رئيس الجمعية :

1- ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟

- الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة أن تنجز مرافق و أماكن خاصة لإستقبال السياحة الداخلية .

2- ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟

- مهرجانات ثقافية و السياحة الجبلية و تعريف ما تكتنزه هذه الولاية من مهرجان عيد الربيع و عيد المشمش و عيد التمور و سباق الخيل و سباق دراجات في هذه الواحات الرائعة .

3- كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟

- تجعل الجمعية نشاط سياحي مزدهر و متطور يكون عرض النشاط منظم و الإستقبال يكون في المستوى المطلوب و الخدمات و المرافق و غيرها من الأمور الضرورية .

4- ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية ؟

- المقومات التي تشكل عناصر جلب السياح: المواقع الطبيعية و الكهوف و الوديان و المغارات التاريخية و الأثرية بالولاية .

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية؟

- في مواقع التواصل الاجتماعي مثل الانترنت و الفايسبوك و غيرها .

6- ما هي المشاكل التي تعاني منها المواقع السياحية في الولاية ؟

- المشاكل التي تعاني منها المواقع السياحية في الولاية هيك النواة القديمة للاحياء مثل القصور العتيقة في الدشرة الحمرة بالقنطرة و خنقة سيدي ناجي و مدينة مشونش و قصور جمورة و بني سويك .

7- كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

- نشر الثقافة السياحية بين السياح و السكان المحليين بالولاية .
- إنجاز تظاهرات ثقافية و السياحة و مشاركة السكان المحليين بمنتوجاتهم المحلية مثل الحرف و زيارة السياح .

8- هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

- نعم تحصلت الجمعية على الدعم المادي من طرف البلدية و الولاية و وزارة السياحة و العمل العائلي .

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

- نعم ساهمت السياحة في تطوير وتعريف بعض المناطق السياحية مثل مسجد عقبة بن نافع والزاوية العثمانية طولقة ومدينة القنطرة وواحة جمورة ومنطقة جمينة كهوف الكاهنة .

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- رؤيتي مستقبلا للجمعيات السياحية في المناطق الصحراويةأن ينهضوا بقوة لترميم القصور القديمة وإنجاز مرافق لزوار لتكون السياحة الداخلية إقتصادية مستدامة .

الملاحظ أيضا أن الإجابات متقاربة مع جمعية كنوز الجزائر غير أن جمعية ترقية الديوان المحلي للسياحة بجمورة إستطاعت الحصول على الدعم المادي من طرف البلدية والولاية ووزارة السياحة والعمل العائلي، لكن يبقى غياب دور الدولة في ذلك غائب حيث أنها لم تقدم أي دعم مادي للجمعيات للنهوض بها ودعمها .

ثالثا : جمعية كنوز الجزائر بسكرة :

تعتزم الجمعية الوطنية السياحية "كنوز الجزائر"، تنصيب مكاتبها البلدية بولاية الوادي، بعد تنصيبها للمكتب الولائي قبل عيد الأضحى المبارك، برئاسة وتسيير كوكبة من الشباب المثقفين والفنانين، ممن ينشطون على مستوى ولاية الوادي.

وذكر رئيس المكتب الولائي للجمعية، في تصريح لـ"الشروق اليومي"، بأن هذا المولود الجديد بولاية الوادي، يهتم بكل ما هو سياحي وثقافي، وكل ما له علاقة بالتراث والفنون الشعبية، والعادات والتقاليد، والصناعات التقليدية، حيث سيعمل رفقة جميع أعضاء المكتب والمنخرطين في الجمعية، مع إشراك جميع الفاعلين، من أجل تثمين وترويج والدفع بالمنتج السياحي، وذلك تكميلا لمجهودات مؤسسات الدولة في هذا الإطار، على حد قوله.

وكشف ذات المتحدث أن نشاطهم سيندرج بصفة خاصة، في إطار كشف الصورة الخفية على السياحة بولاية الوادي بصفة خاصة والجزائر بصفة عامة، معرجا على ذكر الفروع السياحية التي قال بأنها تفوق الـ 15 أو 16 فرعا، منها السياحة الصحراوية والسياحة الجبلية، والسياحة الثقافية، والسياحة الطبية، والسياحة الحموية، وسياحة المؤتمرات، وغيرها من الأنواع السياحية

الأخرى، التي أكد أنها لو يتم استغلالها بشكل جيد، فسوف توفر موردا اقتصاديا، يدر على خزينة الدولة أموالا بإمكانها أن تساهم في بناء الوطن وتشييده.

وتجدر الإشارة، لقيام المكتب الولائي للجمعية الفتية، بتنظيم رحلة سياحية ثقافية، في الأيام القليلة الماضية، إلى مدينة جيجل، ضمت وفدا من الشباب المثقف وكذا فنانين، وذلك بهدف التعريف بالمواهب الشابة على مستوى ولاية الوادي، حيث نظمت بمدينة جيجل، نشاطات ثقافية وفنية، وذلك بالتنسيق مع مديرية الثقافة بولاية جيجل وكذا مديرية السياحة بذات الولاية، حسب رئيس المكتب الولائي للجمعية، الذي شدد على أن الحق في السياحة، هو أحد حقوق المواطن التي يجب توفيرها له، من خلال تنظيم الرحلات والنشاطات السياحية والثقافية، عن طريق الجمعيات والمؤسسات التي تعنى بهذا المجال.[1]

وفي لقاء رسمي جمع رئيس الجمعية برئيس الديوان بوزارة السياحة والصناعة التقليدية رفقة الناطق الرسمي س: عبد القادر وذلك يوم الخميس الموافق ل: 07 أكتوبر 2021 على الساعة 10:00 صباحا حيث تناول اللقاء المحاور الآتية .

- تفعيل تنفيذ الإتفاقية المبرمة بين الجمعية وإتحاد الحرفيين الصحراويين
- تفعيل مشروع جيل سياحة
- عضوية الجمعية بالمجلس الأعلى للسياحة الذي يرأسه الوزير الأول .
- الموافقة على جملة من المشاريع في إطار تمويل المشاريع الجمعوية

وقد أكد رئيس الديوان بوزارة السياحة والصناعة التقليدية الذي وعد بعرض جملة النقاط المذكورة سابقا على وزير السياحة قصد تفعيلها في القريب العاجل من أجل دعم السياحة في الجزائر عامة والسياحة الصحراوية خاصة[2].





[1]- بديع بكيني، **مقال** نشر على جريدة الشروق اليومي بتاريخ :2019/08/18.

[2]- عبد القادر سبخة، **لقاء نشر على جريدة الشروق** اليومي بتاريخ: 9 /2021/10.



جمعية كنوز الجزائر –بسكرة-

الإستجواب -01- و أجري مع أحد المسيرين في الجمعية :

1- **ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟**

- تلعب دور إقتصادي وتجاري وثقافي .

2- **ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟**

- قامت الجمعية بعدة نشاطات من بينها :
  - رحلات إلى خنقة سيدي ناجي ومهرجان الدشرة الحمرة بالقنطرة.

3- **كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟**

- من خلال الرحلات والأنشطة .

4- **ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية؟**

- حسن الإستقبال .
- حسن التسيير .

5- **كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية؟**

- عن طريق المواقع الإشهارية .

6- **ما هي المشاكل التي تعاني منها المواقع السياحية في الولاية؟**

- الإهمال وسوء الإستقبال .

7- **كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟**

- تساهم في تبادل الثقفات .

8- **هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟**

- لا تحصل .

9- **في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟**

- نعم .

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- يجب الاهتمام بالجمعيات السياحية.

الإستجواب -02- و أجري مع أحد التجار المنخرطين في الجمعية :

1- ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟

- تلعب دور كبير في تنمية السياحة خاصة في المجال الاقتصادي و التجاري.

2- ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟

- قامت الجمعية بعدة نشاطات سياحية من بينها :

- إستقبال الوفد .
- رحلة إلى خنقة سيدي ناجي .
- مهرجان الدشرة الحمراء بالقنطرة .
- إستقبال سائحي روسي مع توفير له كل مستلزمات الراحة .

3- كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟

- من خلال الأنشطة .

4- ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية؟

- الإستقبال الجيد وتوفير جميع مستلزمات الراحة .

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمو اقع السياحية الموجودة بالولاية؟

- عسر الإشهار .

6- ما هي المشاكل التي تعاني منها المو اقع السياحية في الولاية؟

- الإهمال .

7- كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

_ عن طريق تبادل النفقات بين السائح والسكان المحليين.

8- هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

- لا .

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

- نعم .

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- يجب الاهتمام بالجمعيات السياحية من الناحية المادية .

الإستجواب 03- و أجري مع أحد الموظفين المنخرطين في الجمعية :

1- ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟

- تغيير الجمعية عنصر من عناصر التي تساهم في تنمية السياحة في ولاية بسكرة من خلال الأنشطة المقدمة { الدورات التكوينية و الأيام الدراسية – و الرحلات السياحية و التثقيفية و الترفيهية }

2- ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟

- إستقبال السواح و إرشادهم .
- أيام دراسة حول الإرشاد السياحي المحلي .
- المشاركة في الصالونات المنظمة .

3- كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟

- تساهم الجمعية في إزدهار النشاط السياحي في خلال الأنشطة المقدمة والمتمثل في ترقية السياحة المحلية.

4- ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية؟

- المناطق السياحية التي تزخر بها الولاية.
- المناخ المعتدل و الجو الجميل.
- المنتوج السياحي و الصناعات التقليدية.

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمو اقع السياحية الموجودة بالولاية؟

- عن طريق صفحات الفيسبوك.
- الأيام الإعلامية و التحسيسية.
- الدورات التدريبية.

6- ما هي المشاكل التي تعاني منها المو اقع السياحية في الولاية؟

- الإهمال و قلة الأمن و النظافة.
- نقص الإهتمام من المسؤولين من حيث الترقيم .

7- كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

- تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية عن طريق حملات التحسين و الأنشطة الإعلامية .

8- هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

- مقارنة مع نشاطها قيمة الدعم المادي ضعيفة جدا.

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

- نعم ساهمت الجمعية في تطوير بعض المناطق لولاية بسكرة من خلال التعريف بالمقومات السياحية للولاية .

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- هناك إقبال وإهتمام بالغين في الإنخراط في الجمعيات السياحية التي الذي يزيد في الحركة الاقتصادية للولاية.

الإستجواب 04- و أجري مع أحد المتقاعدين المنخرطين في الجمعية :

1- ما هو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة؟

- تعريف السياحة للمجتمع و دورها في إحياء الإقصاد الوطني .

2- ما هي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية؟

- تنظيم تظاهرات عن طريق القيام بمعارض سياحية و رحلات سياحية .

3- كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية؟

- عن طريق الإعلانات اللاصقة و الشبكية مع تنظيم مؤتمرات، أيام دراسة و دورات تكوينية .

4- ما هي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية؟

- إهتمام المسؤولين و رؤساء الجمعيات.
- وفرة المواقع التاريخية و الأثرية.
- ترسيخ ثقافة السياحة لدى المجتمع.

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمو اقع السياحية الموجودة بالولاية؟

- عن طريق الشرح (بالفيديوهات والصور) .
- الإعلانات اللاصقة في الفنادق و المركبات السياحية.
- النشر داخل الصفحات لشبكة التواصل الاجتماعي.

6- ما هي المشاكل التي تعاني منها المو اقع السياحية في الولاية؟

- الإهمال التام للمسؤولين.
- نقص الوعي في الثقافة السياحية.
- الشح المالي و قلة الموارد للجمعيات المتكفلة بالسياحة.

7- كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

- طريق حملات التحسيسية وأيام دراسة والملتقيات والإعلانات.

8- هل تحصل الجمعيات على دعم مادي؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

- مقارنة بالنشاطات المقدمة والمجهودات فهذا الدعم المادي يعتبر ضئيل جدا ولا يكفي الإحتياجات وهذا الدعم من طرف الجمعيات المحلية والوطنية وبالإضافة إلى إشتراكات المنخرطين.

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

- ساهمت بنسبة ضعيفة وهذا لعدم التوافق الفكري مع بعض مسؤولي الجمعيات المحلية.

10- ما هي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

- يمكن للجمعيات ان تقدم إضافة للمناطق الصحراوية إن لقيت الاهتمام الكافي للسلطات وتخصيص مبالغ مالية لإعادة تنظيم المواقع السياحية.

رابعا : الديوان المحلي للسياحة القنطرة:

توجد هذه الجمعية بمنطقة القنطرة وقد تم تأسيسها في ماي 2005 بهدف تنمية السياحة وحماية المعالم السياحية الموجودة بالقنطرة، والتعريف بالطابع الثقافي والاجتماعي من صناعات تقليدية وأكلات شعبية وكيفية إحياء المناسبات والأعياد عند السكان المحليين، وتتمثل أهم النشاطات التي تقوم بها الجمعية فيما يلي:

المشاركة في التظاهرات الوطنية والمحلية، كما برمجت الجمعية تظاهرة سياحية تقام كل سنة تسمى بمهرجان الدشرة والتي تقام في شهر أفريل وماي، والقيام بحملات التوعية للسكان المحليين قصد تعريفهم بأهمية التراث السياحي الذي تمتلكه المنطقة و كيفية **احترامه والمحافظة عليه، وغرس الثقافة السياحية لديهم وكيفية احترام السياح.**

كما تقوم الجمعية بإصدار مطويات وكتيبات تعرف بالمنطقة وتوزعها على السياح أو عند اشتراكها في التظاهرات المختلفة على المشاركين قصد تبادل المعلومات والثقافات وعلى سبيل المثال أصدرت الجمعية كتاب يحمل عنوان القنطرة الذي ألفه نور الدين شلي أحد أعضاء الجمعية.

بالإضافة إلى مشاركة الجمعية في مشروع إنشاء شبكة الواحات بالتضامن مع الوكالة التنمية الاجتماعية من خلال مشروع دعم الجمعيات الجزائرية للتنمية في إطار تنمية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي.[1]

خامسا : جمعية حيزية للتراث والترقية السياحية:

توجد هذه الجمعية بمدينة بسكرة وتم تأسيسها في 12 أكتوبر 2004 قصد إحياء مختلف المعالم السياحية التي تزخر بها ولاية بسكرة لتحقيق ذلك سطرت الجمعية مجموعة من الأهداف التي تمثلت فيما يلي:

- حماية المعالم الأثرية والمناطق السياحية والبحث على السبل الكفيلة بترقيتها وإحيائها باعتبارها جزئ من تراث المنطقة.

- المساهمة في ترقية السياحة الصحراوية والثقافية.

- تنظيم رحلات استكشافية بمبالغ رمزية عبر الولاية. - أقامت أيام دراسية ذات علاقة بالسياحة على مستوى الجامعات والمعاهد.

- الاهتمام بالصناعات التقليدية للمحافظة على التراث الشعبي للمنطقة.

- إعداد الدراسات وتنظيم حملات تطوعية للمحافظة على البيئة والمحيط والعمل على خلق مساحات خضراء.

- إحياء المناسبات المحلية الوطنية والدولية من خلال المشاركة في مختلف التظاهرات والمعارض والندوات.

- القيام بتوزيع المطويات والمنشورات والأقراص المضغوطة التي تحتوي على معلومات خاصة بالمميزات السياحية للمنطقة والتعريف بها.

ومن بين النشاطات التي قامت بها الجمعية لتحقيق هذه الأهداف نذكر ما يلي:

[1]- **مقابلة مع رئيس جمعية الديوان المحلي للسياحة القنطرة وأحد أعضاء الجمعية في 2009/02/01.**

الاهتمام بالسياحة المدرسية التي تهدف إلى تهيئة الأطفال معرفيا وثقافيا وتعرفهم بأهم المعالم السياحية الموجودة في الولاية وأهمية المحافظة عليها وعلى البيئة المحيطة باعتبارهم جيل المستقبل، وذلك من خلال القيام برحلات مدرسية سياحية، وإشراكهم في حملات التشجير والتنظيف التي تقوم بها الجمعية.

المشاركة في التظاهرات والمهرجانات المختلفة من بينها: المهرجان الدولي الثاني للسياحة الصحراوية ببسكرة في 26 إلى 29 مارس 2006، المهرجان الدولي الثالث للسياحة الصحراوية ببشار 2007/03/26، إحياء اليوم العالمي للسياحة 27 و 29 سبتمبر /2005، واليوم العربي للسياحة في 23 إلى 25 جوان 2005، المشاركة في إحياء عيد التمور في ولاية بسكرة لسنة 2004 و 2005 و2006.

القيام بحملات تشجير ونظافة في عدة أحياء من الولاية، وإقامة لافتات تبرز أهمية ودور البيئة في المحافظة على صحة السكان وجذب السياح.[1]

وهكذا نلاحظ بان مختلف النشاطات التي تقوم بها مختلف الجمعيات لها دور أساسي في تنمية السياحة في الولاية وذلك من خلال نشر الوعي البيئي والثقافة السياحية بين أكبر عدد ممكن من السكان المحليين والسياح، والتعريف بأهمية التراث السياحي والثقافي والبيئي الذي تتميز به الولاية وكيفية المحافظة عليه للأجيال القادمة، وذلك بالاستعانة بالإعلام السياحي والبيئي ومن خلال مختلف المقابلات التي أجريت مع مختلف الجمعيات توصلنا إلى أن معظمها إن لم نقل كلها تستعين بالوسائل الإعلامية التالية:

- المطويات و النشرات و الخرائط و الدلائل و الكتيبات السياحية.

- الأقراص المضغوطة و الصور الرقمية والبوميات التي تحمل صور لأهم المناطق والمعالم السياحية.
- الإذاعة والتلفزيون مثل إذاعة الزيبان وإذاعة الأوراس والتلفزيون الوطني بقنواته الثلاث ومحطة قسنطينة.
- الصحف والمجلات كصحيفة الخبر والشروق واليوم والبلاد ومجلة الزيبان.
- الانترنيت وذلك بإنشاء مواقع إنترنيت وبريد الكتروني خاص لكل جمعية.
- المشاركة في مختلف والدولية التظاهرات والمهرجانات والمناسبات المحلية والوطنية.
- تعليق اللافتات في المواقع السياحية للتعريف بها أو لحث المواطنين والسياح على احترامها وعدم تلويثها، ولاستعانة بمختلف الإعلانات الحائطية أو الإذاعية أو التلفزيونية لإبلاغ المواطنين والسياح بمختلف التظاهرات والمهرجانات والرحلات السياحية.

وكذلك ومن خلال مختلف المقابلات التي أجريت مع الجمعيات السياحية توصلنا إلى أن مختلف هذه الجمعيات يتم تمويلها من طرف جهات مختلفة على رأسها وزارة المعنية بالسياحة التي تدعمها بمبلغ سنوي قدره 150 ألف دج ، باستثناء الديوان المحلي للسياحة بسكرة الذي يتلقى مبلغ يتراوح ما بين 250 إلى 200 ألف دج سنويا، هذا المبلغ تستفيد منه الجمعية وفقا لبرنامج مسطر يحتوي على أهداف الجمعية ونشاطاتها في المجال الذي خصصت له، أما في حالة مشاركة الجمعية في التظاهرات السياحية بشتى أنواعها أو تكلفها بإقامة هذه التظاهرات تتحصل على تدعيمات إضافية سواء من طرف الوزارة المعنية أو مديرية السياحة بالولاية،

[1]- مقابلة مع رئيسة جمعية حيزية للتراث وترقية السياحة في 2009/02/23.

أو الجماعات المحلية وتقدم هذه المبالغ وفقا لبرنامج مسطر ومحدد تعده الجمعية يحتوي على مختلف النشاطات التي ستقوم بها الجمعية من خلال هذه التظاهرة مرفقا بالميزانية التي تطلبها الجمعية، مع العلم بأنه على الجمعية أن تقوم بتصوير التظاهرة أو المهرجان وإعداد ملف على المصاريف التي تم إنفاقها وتقديمها إلى الوزارة، فعلى سبيل المثال قام المجلس الولائي بتقديم دعم للجمعيات قدر ب 400 ألف دج بمناسبة انعقاد الصالون الدولي الثاني للسياحة الصحراوية في بسكرة، كما قام الوالي بتقديم مبلغ قدره 200 ألف دج لجمعية الديوان المحلي للقنطرة عند مشاركتها في مشروع شبكة الواحة، كما أن البلدية تقوم بتقديم المساعدة والإمداد بمختلف الوسائل والإمكانيات وإعطائها المقر المناسب.

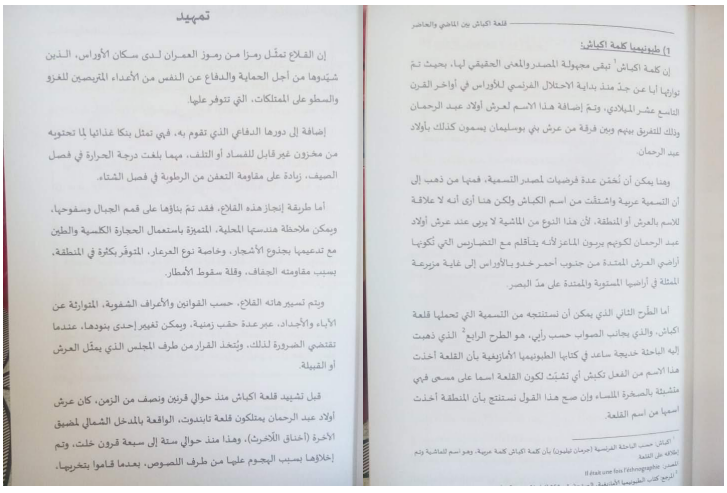
كما أن الجمعيات تتلقى مساعدات مالية من طرف الوزارات الأخرى حسب نوعية النشاط الذي تقوم به مثلا وزارة الثقافة ووزارة التضامن الاجتماعي ووزارة الشباب والرياضة... إلخ، هذا بالإضافة إلى اشتراكات أعضاء الجمعية السنوية والتي تقدر بـ 2020 دب فما فوق، والهبات التي تقدم من طرف الشركات الخواص أو العامة والمواطنين الأثرياء مثل شركة بيبسي والخطوط الجوية الجزائرية (تقديم التذاكر وتسهيلات السفر) ، البنك الوطني الجزائري، شركة صيدال، وبعض المؤسسات المحلية مثل شركة الخزف بالقنطرة، وحدة مشونش للفخار، مركز إعلام وتنشيط الشباب، غرفة الصناعات التقليدية بسكرة... الخ؛ كما أنه توجد بعض الجمعيات التي شاركت في مشروع لدعم الجمعيات الجزائرية للتنمية في إطار تنمية الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي. **(أنظر الملحق 3).**



جمعية أكباش: وهي جمعية ثقافية حديثة نشأة سنة 2018

كتاب يتحدث عن قلعة أكباش للأستاذ عبد الحميد سناحي صدر في 2020




تمهيد

إن القلاع تمثل رمزا من رموز العمران لدى سكان الأوراس، الذين شيدوها من أجل الحماية والدفاع عن النفس من الأعداء المتربصين للغزو والسطو على الممتلكات، التي تتوفر عليها.

إضافة إلى دورها الدفاعي الذي تقوم به، فهي تمثل بنكا غذائيا لما تحتويه من مخزون غير قابل للفساد أو التلف، مهما بلغت درجة الحرارة في فصل الصيف، زيادة على مقاومة التعفن من الرطوبة في فصل الشتاء.

أما طريقة إنجاز هذه القلاع، فقد تم بناؤها على قمم الجبال وسفوحها، ويمكن ملاحظة هندستها المحلية، المتميزة باستعمال الحجارة الكلسية والطين مع تدعيمها بجذوع الأشجار، وخاصة نوع العرعار، المتوفر بكثرة في المنطقة، بسبب مقاومته الجفاف، وقلة سقوط الأمطار.

ويتم تسيير هاته القلاع، حسب القوانين والأعراف الشفوية، المتوارثة عن الآباء والأجداد، عبر عدة حقب زمنية، ويمكن تغيير إحدى بنودها، عندما تقتضي الضرورة لذلك، وتُتخذ القرار من طرف المجلس الذي يمثل العرش أو القبيلة.

قبل تشييد قلعة أكباش منذ حوالي قرنين ونصف من الزمن، كان عرش أولاد عبد الرحمان يمتلكون قلعة تابندوت، الواقعة بالمدخل الشمالي لمضيق الأخرة (أخناق الآخرث)، وهذا منذ حوالي ستة إلى سبعة قرون خلت، وتم إخلاؤها بسبب الهجوم عليها من طرف اللصوص، بعدما قاموا بتخريبها.

قلعة أكباش بين الماضي والحاضر

1) طوبونيميا كلمة أكباش:

إن كلمة أكباش[1] تبقى مجهولة المصدر والمعنى الحقيقي لها، بحيث تم توارثها أبا عن جد منذ بداية الاحتلال الفرنسي للأوراس في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، وتم إضافة هذا الاسم لعرش أولاد عبد الرحمان وذلك للتفريق بينهم وبين فرقة من عرش بني بوسليمان يسمون كذلك بأولاد عبد الرحمان.

وهنا يمكن أن نحتمل عدة فرضيات لمصدر التسمية، فمنها من ذهب إلى أن التسمية عربية واشتقت من اسم الكباش ولكن هنا أرى أنه لا علاقة للاسم بالعرش أو المنطقة، لأن هذا النوع من الماشية لا يربى عند عرش أولاد عبد الرحمان لكونهم يربون الماعز لأنه يتأقلم مع التضاريس التي تكونها أراضي العرش الممتدة من جنوب أحمر خدو بالأوراس إلى غاية مزيرعة الممتلة في أراضيها المسقوية والممتدة على مد البصر.

أما الطرح الثاني الذي يمكن أن نستنتجه من التسمية التي تحملها قلعة أكباش، والذي يجانب الصواب حسب رأيي، هو الطرح الرابع[2] الذي ذهبت إليه الباحثة خديجة ساعد في كتابها الطوبونيميا الأمازيغية بأن القلعة أخذت هذا الاسم من الفعل تكبش أي تشبّث لكون القلعة اسما على مسمى فهي متشبثة بالصخرة الملساء وإن صح هذا القول نستنتج بأن المنطقة أخذت اسمها من اسم القلعة.

[1] الكباش حسب الباحثة الفرنسية (جرمان تيليون) بأن كلمة الكباش كلمة عربية، وهو اسم للماشية وتم إطلاقه على القلعة.

[2] Il était une fois l'ethnographie

خاتمة الفصل :

وفي الأخير نجد بأن الجمعيات العاملة في الميدان السياحي في ولاية بسكرة تشكل حلقة وصل بين المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية المعنية بتنمية السياحة والبيئة والمحافظة على التراث الثقافي في المنطقة، حيث أنها تعمل حسب الإمكانيات المتاحة لها في تنمية وتشجيع السياحة البيئية في ولاية بسكرة، من خلال نشر الوعي البيئي والثقافة السياحية بين مختلف شرائح المجتمع بالاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، كما أنها وبحكم وجودها في مناطق مختلفة من الولاية وخصوصا المناطق الريفية منها التي يصعب الوصول إليها فهي تسهل على المؤسسات الحكومية والاعلامين والسياح عملية الحصول على المعلومات اللازمة عن المنطقة، كما تقوم بمراقبة المواقع السياحية وحمايتها من الإتلاف والتدمير، وتقديم الشكاوي وإبلاغ السلطات المعنية في حالة حدوث أي مشاكل محلية في المجال السياحي والمطالبة بإصلاحها وحلها، وانطلاقا من كل هذا نجد بأنه من الضروري تقديم الدعم المادي والمعنوي لهذه الجمعيات لأنها تعتبر إحدى الجهات التي تساهم في بناء الأسس التنموية للسياحة البيئية في المنطقة وبمختلف الوسائل والإمكانيات.

مقدمة :

الصناعة التقليدية هي الأخرى تحتل مكانة رائدة في بسكرة إذ يوليها الأهالي اهتماما كبيرا وهي تعطي للسياحة دفعا كبيرا يتصدر هذه الحرف: النسيج، الخياطة، الأواني الخزفية إلى جانب صناعة المضلات والقفف المصنوعة من سعف النخيل.

أنشئت غرفة الصناعة التقليدية والحرف الولاية بسكرة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 100/97 بتاريخ 97/03/29 والذي يحدد تنظيم غرفة الصناعة التقليدية والحرف وعملها.

وانطلقت في نشاطها في شهر فيفري 1998 ويضم إقليم الغرفة (ولاية بسكرة و ولاية الوادي) إلى غاية 31 ديسمبر 2004، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تعد منتدى التمثيل المهن الحرفية وتمثل الشريك الأمثل للسلطات المحلية أو الوطنية في كل الميادين التي تعني بتنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف.

ومنه نتطرق إلى العناصر التالية:

يعتبر قطاع الصناعة التقليدية والحرف من القطاعات الاقتصادية الهامة في معظم دول العالم، حيث يمثل بالنسبة للدول المتقدمة ركيزة تنموية هامة في اقتصادياتها، وتزداد أهميته بشكل كبير في الدول النامية باعتباره مصدر من مصادر تكوين الثروة، لهذا نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف الصناعة التقليدية وأهميتها وخصائصها.

أولا : تعريف الصناعة التقليدية :

الحرف التقليدية منظومة عملية وثقافية، إنها طرائق وفنون لصناعة مختلفة، تنشأ عادة عن مثال قديم، وقد تنوعت أساليب الأداء عبر العصور تبعا لما يطرأ على المجتمع بعاداته وتقاليده واحتياجاته من التغير والتحول.

ودراسة الحرف من وجهة نظر أنثروبولوجية مع الإطلالة التاريخية على بنية هذه الحرف تسهم في قهم طبيعة الحياة في مجتمعاتنا، ومن هنا تأتي أهمية معرفة طريقة الأداء لهذه الحرفة أو تلك ومدى ازدهارها أو ضمورها وما هي التأثيرات التي تنتابها في المجتمع[1] .

وفي تعريف آخر يقصد بالصناعات التقليدية والحرف والصناعة التقليدية الفنية" هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع تقليدي، وتكتسي طابع .فني يسمح بنقل مهارة عريقة وأن تتميز بأصالتها وطابعها الإنفرادي وإبداعها [2]"

أما فيما يتعلق بتعريف الصناعة التقليدية والحرف المعتمد في الجزائر فهو كما يلي:

[1]- علي بزي، " **الحرف التقليدية أهميتها ومنهجية دراستها**،" الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية الدراسات والبحوث والنشر، العدد 12 ، لبنان، 2011، ص 131 -132 .

[2]- سميحة بن يونس، كلتوم مسعودي، **دور الصناعة التقليدية الصحراوية في تفعيل السياحة الصحراوية**، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد5 ، جامعة .برج بوعريريج، ديسمبر 2016 ، ص 20 .

96 رقم الأمر صدور قبل - 10 في المؤرخ 01 /01/ التقليدية الصناعة تحكم التي للقواعد المحدد 1996

والحرف و النصوص التطبيقية لها لم يكن هناك تعريف واضح وصريح لهذا القطاع من النشاط. وبصدورها نصت المادة 05 من هذا الأمر على أن " :الصناعة التقليدية والحرف هي كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي وتمارس بصفة رئيسية ودائمة، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي، وبكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف أو مقاولة .للصناعة التقليدية والحرف[1].

لقد عرف قطاع الصناعات التقليدية والحرف تطورا ملحوظا منذ الاستقلال حيث:

تطور هذا القطاع في الجزائر بعد الاستقلال في بيئة غير مستقرة، حيث خلال الفترة الممتدة ما بين (1991-1992) (عرف عدة تقلبات، حيث أنشئت أول مديرية للصناعات التقليدية تحت وصاية وزارة التصنيع) والطاقة، ثم ألحقت بوزارة الشباب والرياضة والسياحة سنة 1963 ، ثم خضع لعدة قوانين حتى سنة 1988 ، لكنه لم يتمكن من التكيف مع طبيعة المرحلة الصناعية، وإلى غاية 1995حاولت الدولة وضع هيكلة عامة تمثلت في إنشاء غرف الحرف والغرف الوطنية، والوكالة الوطنية، وذلك من أجل التقرب من الحرفيين والاهتمام بمشاكلهم، ومعرفة مواطن الخلل من 1996 إلى 2002 قامت الدولة بعدة إجراءات قانونية إنبثقت عن الأمر 1/96الذي يحدد تنظيم الصناعات التقليدية والحرف، ومن بين ما جاء فيه تحويل نشاطها من البلديات إلى الغرف، والتكريس القانوني للعمل المنزلي، وإدماج مختلف النشاطات في قطاع التكوين المهني .وبعد عدة جهود ظهرت فكرة السياحة وثم ربطها بقطاع الصناعات التقليدية منذ 2001 ، حيث أصبحت تمثل إستراتيجية وطنية لترقية الصناعات التقليدية والسياحية[2] .

ثانيا: أهمية الصناعات التقليدية :

إن الصناعات التقليدية قطاع هام ذو أبعاد ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياحية حيث يمثل رافدا إقتصاديا هاما وعنصرا حيا من الثقافة والحضارة فهو بمثابة دلائل وثائقية للمقومات الحضارية والتاريخية، وأحد مقومات الشخصية الوطنية إذ يساهم في التواصل بين الماضي والحاضر لترسيخ الهوية وتثبيت روح الأصالة وإبراز التراث والمساهمة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها تشكل ا رفدا أساسيا بما توفره من سلع وخدمات ذات صلة مباشرة بحياة المواطن وفي خلق فرص عمل مضمونة الدخل من خلال تشغيل رأس المال بطرق نشطة وتحقيق أرباح كثيرة للدولة ودعاية وشهرة عظيمة للسياحة[3].

تعتبر الصناعات والحرف التقليدية لدى كل شعوب العالم أحد مقومات الشخصية الوطنية الأساسية، لأنها تميز خصوصية المجتمع وهويته وأصالته، كما تعبر عن تراكمات النتاج الحضاري لإنسان المنطقة الذي تفاعل مع الطبيعة، بمقدرتها المحلية مبرزا

---

[1]- بن صديق نوال،" **التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة علي التراث ومطلب التجديد**"، مذكرة ماجستير، قسم انتروبولوجيا التنمية، كلية /العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان،/2013/2012 ،ص 03

[2]- بوحسون العربي،" **الصناعات التقليدية الجزائرية والثقافة السياحية**"، الانثربولوجيا والتراث، المحور الأول، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان،د.س ، ص17.

[3]- فوزية برسولي، كريمة بن صالح،" **دورالصناعة التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية**"، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد1 ، جامعة حمه .لخضر الوادي، 2016 ، ص17 .

قدراته الإبداعية في إنتاج ما هو بحاجة إليه للاستعمالات اليومية أوالموسمية المتراكم عبر السنوات، فالقطاع يحتل مكانة كبيرة في الإقتصاد نظرا لدوره الفعال في مختلف الأصعدة والتي تتمثل في:

1 - على الصعيد الثقافي والحضاري : للبعد الثقافي أهمية خاصة بالنسبة للحرف والصناعات التقليدية، حيث يعتبر محددا أساسيا لقرار الشراء بالنسبة للمستهلك الوطني والأجنبي، عموما يمكن أن نلخص هذه الأهمية الثقافية في فكرتين أساسيتين هما:

- ✓ يعتبر المنتج التقليدي وسيلة للاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع من خلال الإشارات والخطوط المرسومة عليه؛
- ✓ ويعتبر المنتج التقليدي بنك معلومات لمختلف الحضارات والمجتمعات التي مرت بالبلد.

2 - على الصعيد الاجتماعي : تتمثل الأهمية الاجتماعية لقطاع الصناعات والحرف التقليدية في استيعابه لطاقات عاملة هامة، ومساهمته في تقليص النزوح الريفي إلى المدن.

3 - على الصعيد الاقتصادي : بإمكان مؤسسات الصناعات والحرف التقليدية أن تلعب دورا كبيرا في الإنتاج المحلي والدخل بفضل انتشا رها الكبير وحاجة المواطن لها سواء فنية، تقليدية، إنتاج مواد، خدمات، بالإضافة إلى أن امتصاص البطالة .[1]

وهناك أيضا أهمية الصناعة التقليدية نذكرها:

4 - أهمية التوظيف في الصناعات التقليدية : أثبتت الحرف التقليدية مساهمتها الفعالة في توفير العمل في كثير من دول العالم، على سبيل المثال تشمل الصناعة التقليدية في كل من فرنسا وإيطاليا حوالي 3.000.000حرفي أي نسبة % 10 من إجمالي اليد العاملة النشطة بفرنسا و % 14 في إيطاليا، بينما يتميز هذا القطاع في بلادنا بتشغيل 130.000 شخص حسب 2002 مع العلم أن هذا الرقم لا يعبر عن الحقيقة %بحيث ينشط حوالي 200.000 عامل في إطار غير رسمي، بذلك يشغل القطاع 330.000 شخص أي4 من إجمالي اليد العاملة.

5 - أهمية ممارسة نشاط الحرف التقليدية في المنازل : من مميزات الحرف التقليدية أنها تمارس بشكل كبير في المنازل، فهي توافق رغبات الأشخاص الذين لا يفضلون مغادرة مقر سكناهم، خاصة النساء منهم وهي لا تطرح بشدة مشكل مقر العمل كالصناعات الأخرى.

- ✓ **الميزة النسبية للتوظيف في الحرف التقليدية في إطار التحويلات الصناعية الدولية :** في إطار العولمة التي تحتم إبراز ميزات العامل، يعتبر الحرفي المتخصص هو الوحيد (خصوصا الحرفي الفني) المحتل لمكانة ذات أفضليات نسبية.

وقد وردت وثيقة تحضيرية لاجتماع دولي حول مكانة الصناعات التقليدية في التجارة العالمية الذي انعقد في أكتوبر 1997 بمانيلا، تحت إشراف المنظمة العالمية للتجارة والتنمية (CNUCED)ومنظمة الأمم المتحدة،للثقافة والعلومUnesco، ومن محتويات

[1]- شاهة عبد القادر،" **و اقع التكوين المهني في الصناعات والحرف التقليدية في الجز ائر**"، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد2 ، جامعة الجزائر3، 2016 ، ص297 .

هذه الوثيقة ما يلي" :إنه من المؤكد أن أمال التنمية الدولية في القرن القادم، تبقى مبنية على التطور الصناعي، بل على التنمية الدائمة يعد بها التراث الثقافي وموارده الطبيعية المتوفرة والمهارة اليدوية[1].

ثالثا : خصائص الصناعات التقليدية : للصناعات التقليدية والحرفية دور مهم في إبراز المعالم الثقافية والحضارية للدولة، فهي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في التنمية السياحية وعليه فلقطاع الصناعات التقليدية مكانة كبيرة في زيادة المداخيل السياحية من خلال اقتناء السواح، للتحف والتذكارات للبلد المزار، والصناعات التقليدية والحرفية تتميز بمجموعة من الخصائص نذكر منها ما يلي:

- تعتمد على المواد المحلية في غالب الأحيان.

- الاستثمار في الصناعات التقليدية لا يتطلب رؤوس أموال كبيرة.

- تقوم بخلق التوازن بين المدن والقرى.

-تساهم في رفع الادخار والاستثمار.

- المحافظة على الموروث الثقافي والحضاري للدولة.

- يعبر منتوج الصناعات التقليدية عن خصائص و مميزات وكذا العادات والتقاليد للمنطقة.

- الأعمال الحرفية هي منتوجات مشخصة، تظهر فيها بصمة الحرفي بشكل مباشر.

- تعتبر من أبرز ملامح مقومات الشخصية الوطنية، من خلال المساهمة في تحقيق التواصل بين الماضي والحاضر وترسيخ الهوية الثقافية، وبث روح الأصالة والانتماء للأجيال الماضية والحاضرة [2].

- إنشاءها لا يحتاج لرأس مال كبير، حيث تمثل تكلفة فرصة العمل قيمة صغيرة للغاية بالمقارنة بمؤسسات الصناعات الحديثة الصغيرة .

- ذاتية النشأة غالبا.

- احتياجاتها من خدمات البنية الأساسية متواضعة للغاية، لا تتعدى معدات وآلات ومستلزمات الإنتاج البسيطة نسبيا، حيث يغلب عليها استخدام معدات يدوية أو ميكانيكية يتم تشغيلها يدويا.

- تعتمد بشكل أساسي على الخدمات المحلية.

---

[1]- عوينان سعدية،" **طرق تسويق منتجات الصناعة التقليدية دراسة ميدانية: غرفة الصناعة التقليدية والحرف" سعيدي بن يبقى" سعيدة**، مذكرة ماستر،قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولاي الطاهر سعيدة،2017/2016، ص،ص 61-62.

[2]- جعيل أيوب، لجدل بوزيد،" **دور التسويق السياحي في تطوير الصناعات التقليدية والحرفية دراسة حالة الجزائر"**، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة ،2017/2016،ص 56.

- وذات مرونة عالية في مكان العمل (حجرة في منزل، فناء المنزل، ساحة مفتوحة، دكان، ورشة صغيرة...) [1]

رابعا : أنواع الصناعة التقليدية : حيث المشرع الجزائري قسمها إلى عدة أنواع كالآتي :

1-الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية : هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية و/أو تزيينية ذات طابع حرفي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة، وتنقسم حسب وظيفة منتجاتها إلى نوعين:

✓ **صناعة تقليدية فنية (تزيينية) :** تعتبر الصناعة التقليدية صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بالأصالة والطابع الإنفرادي والإبداع، إذ تتطلب هذه الصناعة مواهب فنية عالية وفترة صناعة طويلة ومواد أولية رفيعة وهو ما يفسر ارتفاع أسعارها بينما لا تتطلب تقسيما للعمل.

وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الفنية في الوظيفة التزيينية أساسا فهي بذلك تعكس مجمل التعابير المتعلقة بتقاليد وثقافات وطقوس أي بلد.

✓ **الصناعة التقليدية الإستعمالية (الوظيفية) :** ما يميزها عن سابقتها هو أن هذه الأخيرة لا تتطلب خبرة فنية عالية من الحرفي، حيث تكون عادة التصاميم الفنية لمنتجاتها ذات طابع تكراري بسيط يعتمد على العمل المتسلسل وتوزيع المهام في كل مراحل الإنتاج، وهذا بغض النظر عن الحرفيين الذين ينتجون منتجات إستعمالية والذين يعملون في منازلهم، وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الإستعمالية في تلبية حاجيات الحياة اليومية [2].

✓ **الصناعة التقليدية الوظيفية :** هذا التصنيف لا يعتمد أكثر على المهارات الفنية العالية مقارنة بالفنية، وتتسم فيها التصاميم الفنية عادة بالطابع التكراري والبساطة، ويعتمد هذا النوع من المنتجات في نشاطها على العمل المتسلسل، توزيع المهام في مراحل الإنتاج، وهذا بغض النظر عن الحرفيين الذين ينتجون منتجات إستعمالية والذين يعملون منعزلين في منازلهم [3].

2- الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد : و تسمى أيضا الصناعة التقليدية الحرفية النفعية الحديثة و هي " : كل صنع لمواد إستهلاكية عادية، لا تكتسي طابعا فنيا خاصا توجه للعائلات وللصناعة وللفلاحة "، وتتميز هذه الصناعة إعتمادها على درجة كبيرة من التخصص ... غير عاكسة لثقافة أو هوية شعبية، إلى جانب أنها منتشرة في كل دول العالم كما تعرف عادة باسم الصناعات الصغيرة .

3 -الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات : و هي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة لصيانة أو التصليح أو الترميم الفني، حيث أن الألوان والزخرفة المتميزة للصانع التقليدي الجزائري مستلهمة من التراث البربري الأندلسي العربي الإفريقي المتوسطي كما أن منتوج الصناعة التقليدي الجزائرية متنوع حسب عادات وتقاليد كل منطقة من مناطق الوطن

---

[1]- بن عبد العزيز فطيمة، "**آليات دعم الصناعات التقليدية الحرف في الجزائر**"، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد2 ، جامعة الجزائر 3، 2017، ص 500.

[2]- سهيلة عبد الجبار، حاجي كريمة،" **واقع الصناعة التقليدية الجزائرية بين قصر النظر التسويقي وتحدي المنافسة**"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجد2 ، العدد 01 ، جامعة الشلف، 2016 ، ص5 .

[3]- سهيلة عبد الجبار، حاجي كريمة، مرجع سابق، ص50.

مثل صناعة الفخار، الخزف الفني، الزجاج، النسيج، الزرابي، الحلي، النحاس، الجلود الحلفاء، الآلات الموسيقية والخشب، بالإضافة إلى تميز الصناعة التقليدية بتنوعها واختلاف استعمالاتها فإنها تمتاز بعدة مميزات أخرى منها[1]:

- الصناعة التقليدية تنتمي للقطاع الخاص.
- إنشائها لا يحتاج لرأسمال كبير.
- ذاتية غالبا أي أن أغلب ممارسيها هم من أبناء المجتمع المحلي.
- احتياجاتها من المعدات والآلات ومستلزمات الإنتاج بسيطة نسبيا حيث يغلب عليها استخدام معدات يدوية أو ميكانيكية يتم تشغيلها يدويا.
- ترتبط بإشباع الحاجات الضرورية لأفراد المجتمع المحلي من ملابس وأثاث والصناعات الغذائية...الخ
- .تتميز المصادر المتنوعة للعمالة والمرونة في توظيفهم (طلبة، ربات بيوت، أطفال معوقين ...)
- بساطة أماكن العمل مثل :حجرة في المنزل، دكان، ورشة صغيرة،...الخ .
- تساهم الصناعة التقليدية بشكل كبير في التنمية المحلية.

خامسا : الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT) :

➢ **تعريف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية :** تم إنشاؤه بموجب المادة 184 ، من قانون المالية لسنة 1992وحددت طريقة عمله وموارده، في 93المؤرخ في 2 جانفي 1993 ، ويقوم الصندوق بمنح الدعم المالي للأنشطة - المرسوم التنفيذي رقم 06 المرتبطة بالصناعات التقليدية، والصناعات التقليدية الفنية، ويستفيد منه، كل من الحرفيين الفرديين، التعاونيات، ومقاولات الصناعة التقليدية والحرف وكذا الجمعيات الناشطة في ذات الاختصاص، على أن يتم تحديد مبلغ الدعم على حسب النشاط، المصرح به، وتقدر من طرف لجنة دراسة الملفات بهذا الجهاز[2]

يقوم الصندوق بتمويل مشاريع الصناعة التقليدية والفنية بتغطية المصاريف التالية : [3]

- تمويل التجهيزات والأدوية لحاملي مشاريع الصناعة التقليدية
- المساهمة في التصدير على شكل أنشطة تسويقية، وترويجية، ومساعدة إعلامية(النشر،الإشهار...)
- تغطية جزء من التكاليف الخاصة بمشاركة الحرفيين في المعارض والصالونات الوطنية والخارجية.
- تمويل مسابقة الإبداع للصناعة التقليدية.
- التكاليف الخاصة بتأهيل الممتهنين والحرفيين على حد سواء.

---

[1]- بن صديق نوال،" **التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة علي التراث ومطلب التجديد"**، مذكرة ماجستير، قسم انتروبولوجيا التنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان،/2013/2012 ،ص 14

[2]الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، 11 ، 17:14، 2019/05/27 -https://www.cnam.dz/page.php?art=

[3] شيبان أسيا، "**دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية– حالة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر"** ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ،2008 /2009 ،ص،ص 168-169.

سادسا : أهداف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية :

- تقليل الأعباء والمصاريف على المؤسسات الحرفية مما يسهل اندماجها في السوق المحلية والوطنية الرفع من القدرة الإنتاجية للمؤسسات الحرفية.
- تمكين المؤسسات الحرفية من امتلاك أحدث الوسائل والآلات في قطاع الصناعة التقليدية.
- تطوير المهارات وتحسين أداء المؤسسات الحرفية من خلال اكتساب تجهيزات حديثة.
- تنمية الروح التنافسية لدى المؤسسات الحرفية من أجل الولوج للأسواق الوطنية والأجنبية .
- تنويع المنتجات الحرفية بما يضمن جودتها، وذلك ما يشجع السياح الأجانب لاقتنائها .

سابعا : مهام الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية :

للصندوق عدة مهام مختلفة :[1]

- اقتناء التجهي ا زت الموجهة لإنتاج الصناعة التقليدية من طرف مؤسسات الصناعة التقليدية
- وتمليكها لهم ضمن اتفاقية مبرمة بين المؤسسات الحرفية وممثلة عن الوزارة الوصية – غرف الصناعة
- التقليدية والحرف على مستوى كل ولاية.
- انجاز دراسات تحسين الإنتاج في محل التصميم وعملية التصنيع .
- دعم تكوين أرباب العمل في المؤسسات الحرفية ومرافقتها .
- انجاز كل الدعائم الترقوية الموجهة لنشاطات ومنتجات الصناعة التقليدية.
- تحفيز المؤسسات الحرفية على المشاركة في الدورات التكوينية في المجال التقني أو التسيير أو دراسة السوق المنظمة من طرف هيئات جزائرية وأجنبية.

- تنظيم الملتقيات والمعارض الوطنية والأجنبية المتعلقة بالصناعة التقليدية .

لكن أبرزها هو تمويل المؤسسات الحرفية ذات الطابع الفني أو التابعة لحقل الصناعة التقليدية الفنية.

[1] - الطيب طيبي ،عبد الحليم مهداوي،" **دور الصندوق الوطني لترقية الصناعات التقليدية FNPAAT في تمويل المؤسسات الحرفية في الجزائر**"،الملتقي الوطني حول: النظام المالي وإشكالية تمويل الاقتصاديات النامية ،جامعة محمد بوضياف المسيلة،4 و 5فيفري 2019 ،ص15 .

ثامنا : دراسة تطبيقية في غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة :

- **تعريف غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة :**

تعتبر غرفة الصناعة التقليدية فضاء الترقية والإبداع والتكوين في مجال الصناعة التقليدية والفنية، إنتاج المواد والخدمات، تساهم في تطبيق إستراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والفنية كعامل أساسي للمحافظة على التراث الثقافي، لهذا نتطرق إلى تعريفها، ثم مهامها، ثم الهيكل التنظيمي لها.

-المادة 01 : طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 09-323 المؤرخ في 22 شوال عام 1430 الموافق ل 11 أكتوبر 2009 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-100 المؤرخ في 21 ذي القعدة عام 1417 الموافق ل 29 مارس 1997 والذي يحدد تنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف وعملها لاسيما المادة 05 منه المتضمنة تسيير الفضاءات الخاصة بدار الصناعة التقليدية من طرف غرف الصناعة التقليدية والحرف والتي هي معنية بدورها بوضع نظام داخلي لتسيير هذا الهيكل. تحدد هذه الوثيقة النظام الداخلي لكيفيات وشروط إستغلال وممارسة نشاطات الصناعة التقليدية داخل دار الصناعة التقليدية بسكرة الكائنة بطريق طولقة بلدية وولاية بسكرة.

- المادة 02 : تعتبر دار الصناعة التقليدية فضاء للترقية والإبداع والتكوين في مجال الصناعة التقليدية والفنية، إنتاج المواد والخدمات، تساهم في تطبيق إستراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والفنية كعامل أساسي للمحافظة على التراث الثقافي، وذلك بالمساهمة في تكوين الشباب في قطاع الصناعة التقليدية والحرف.[1]

ويمكن أيضا تعريف والحرف كما يلي:

أنشئت مديرية السياحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم: 376-2000 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000 بعد أن كانت مفتشية للسياحة والصناعة التقليدية وتم تعديل المرسوم تحت رقم: 05-216 المؤرخ في: 11 جوان 2005 والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية وبموجب المرسوم التنفيذي رقم: 10-257 المعدل للمرسوم السابق الذكر والمؤرخ في 20 أكتوبر 2010، وكذا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2013.[2]

- **مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة :**

وتتمثل مهمة دار الصناعة التقليدية فيما يلي:[3]

- القيام بعمليات التكوين والتمهين في مختلف فروع الصناعة التقليدية والحرف تحت إشراف الغرفة.
- المساهمة في ترقية نشاطات ومنتجات الصناعة التقليدية والحرف عن طريق تنظيم صالونات، معارض وأيام دراسية ...إلخ.
- فتح فضاءات دائمة لعرض وبيع منتجات الصناعة التقليدية والحرف المحلية والوطنية.
- مرافقة التجمعات المهنية الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية والحرف التنمية وترقية وإبراز نشاطاتها.

---

[1]- المصدر: معلومات من المؤسسة، دار الصناعة التقليدية بسكرة.

[2]- مديرية السياحة والصناعة التقليدية، تاريخ الزيارة: 2019/06/10، 13:45.

[3]- المصدر: معلومات من المؤسسة، دار الصناعة التقليدية بسكرة.

- تخصيص فضاء توجيهي وإعلامي.

كما تتمثل مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية فيما يلي:[1]

بمقتضى أحكام المرسوم التنفيذي رقم: 10-257 المؤرخ في: 20 أكتوبر 2010 السالف الذكر فإن مديرية السياحة والصناعة التقليدية تكلف بالمهام التالية:

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية.
- متابعة تطابق النشاطات السياحية لمقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات السياحية.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن.
- توجيه ومتابعة، بالتنسيق مع الهيئات المعنية، مشاريع الاستثمار السياحي.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين المواقع السياحية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية.[2]
- جمع و تحليل و توزيع المعلومات و المعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية و إعداد بطاقات و وثائق تتعلق بالقدرات السياحية و الحموية المحلية.
- تشجيع ظهور طلبات سياحية متنوعة وذات نوعية و كذا ترقية و تسويق المنتجات السياحية المحلية.
- دعم و تنمية نشاطات المتعاملين و الهيئات و الجمعيات المتدخلة في السياحة و الحمامات المعدنية.
- السهر على تلبية حاجات المواطنين و طموحاتهم في مجال السياحة و الاستجمام والتسلية.
- ضمان تنفيذ ميزانية التسيير و التجهيز.

- **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 و تدابير ترقية و تطوير النشاطات السياحية و الحمامات المعدنية و تقويم نتائجها.
- جمع وتحليل و تزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية.
- حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي و الحمامات المعدنية وضمان نشره.

[1]- مديرية السياحة والصناعة التقليدية، تاريخ الزيارة : 2019/06/10، 17:21.

[2] - http://www.deoabishre.com ar/présentation. php.

- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية 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.[1]
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السياح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات التنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

- **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 النشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ودراسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- 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.[2]
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

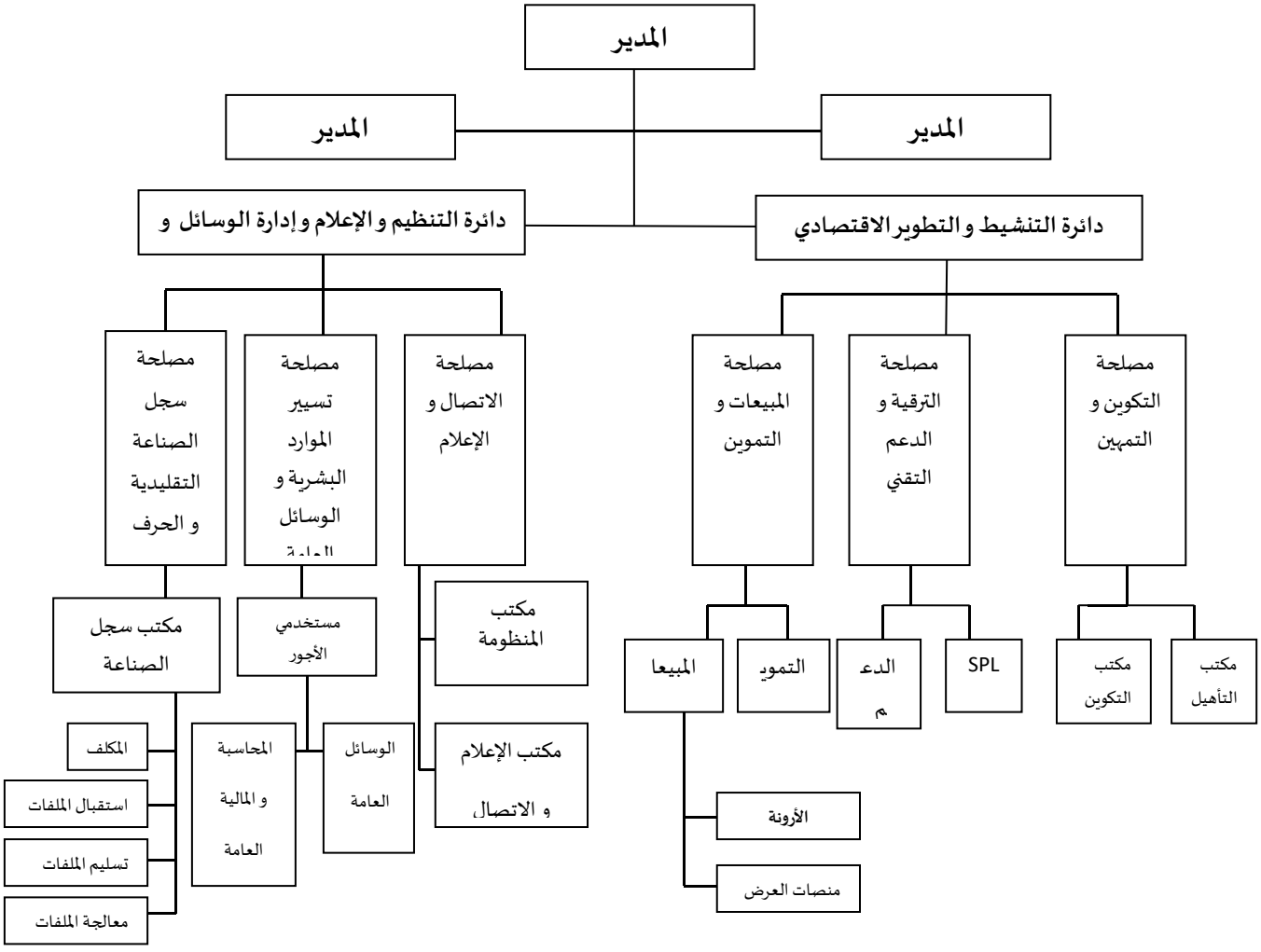
[1]- نفس المرجع السابق ذكره.

[2]- نفس المرجع السابق ذكره.

- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

➢ **الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة :**

يمكن تمثيله بالشكل رقم (07) كالتالي :



المصدر: دار الصناعة التقليدية والحرف لولاية بسكرة

وفيما يلي المقابلة التي أجريت مع مدير غرفة الصناعة التقليدية - بسكرة - حول دور الغرفة في تطوير وترقية القطاع السياحي بالمنطقة

1. **ما هي العوامل التي تؤثرعلى المنتوج الحرفي من حيث زيادة الطلب عليه أو انخفاضه؟**

- ذهنية المواطن يجب أن تشجع على الحرفة التقليدية الإقناع بالمنتوج الداخلي.
- الدولة: هيئات مؤسسات الدولة يجب أن تجهز الهيئات من المنتوج الداخلي.
- بدل المنتوج الأجنبي، 339 نشاط: صناعة تقليدية وفنية -إنتاج المواد- الخدمات. سياسة الدعم الحرفي: مادي والمرن- تشجيع على النقصان والزيادة، نظام الضرائب -بطاقة الحرفي تساعد على تمويل الحرفي – محلات النشاطات – أين مكان المحل: الامر 01- 96 -المرسوم 100 -97.
- **<u>أنظر الجدول التالي:</u>**

السنوات	صناعة تقليدية فنية	إنتاج مواد	خدمات
2017	152	83	228
2018	309	120	353
2019	651	137	491
2020	540	163	488

2. **هل هناك مؤسسات تدعم المنتوج الحرفي؟ ما هي وفيما يتمثل هذا الدعم بالتحديد؟**

- مديرية السياحة : ممثلة من الوزير (مديرية تنفيذية) ، جمعيات مهنية في الصناعة التقليدية.
- مركز التسهيل الآن : سمي مركز الدعم والإستشارات.
- مشتلة المؤسسات : مخضة بسكرة.
- الوكالة الوطنية لتنمية المقاولاتية : لونساج .
- لكناك : -لونجام -1025 قرض إستغلال و 100 مليون ورشة .
- ليندي : Agence nationnaledevlop investi LND
- البلدية المجلس الشعبي الولائي و مراكز البحث العلمي CARTRA .

3. **كيف يمكن تحسين صورة غرفة الصناعة التقليدية ؟ وكيف تساهم الغرفة في تحسين صورة الصناعة التقليدية في بسكرة ؟**

- بسكرة الغرفة الأولى في الوطن (نموذج وطني)
- يتم تحسين صورتها من خلال الاهتمام بهيكل الغرفة . المواد التي إستثمرت 126 حرفي حالا
- مؤسسة المواطنة : تخدم المواطن في كل المناسبات : مرافقة من خلال تنظيم المعارض المحافظة على القدرة الشرائية و تساعد المواطن ليغتنم مؤسسات بالجملة : الكتاب – معارض الكتاب، الفلاحة التشغيل أصبحت وجهة للصناعة التقليدية –

الإستثمار- إنشاء مدرسة عمومية لتكوين والحرف بسكرة – منتوجات بيت -قاعات محاضرات لكل أيام إعلامية -ورشات تقنية – الطاقة الشمسية- الطبخ وإنتاج كمامات في ظل الوباء-مراقبة الحرفيين وتنظيم تظاهرات للحرفيين (توفير -نظافة وإمكانيات – السعر ...إلخ) أيام إعلامية -أروقة بيع منتجات بيع الصناعة التقليدية يتم شراء المنتوج من عند الحرفي ثم يعرض للبيع في الغرفة – قاعة المعارض .

- تحسين وجهة الغرفة .
- فضاءات الإطعام .
- نادي للحرفي...إلخ .
- مركز خدمات -طبع و نسخ ... إلخ .

4. هل هناك صعوبة في التموين بالمواد الأولية والتجهيزات من قبل الحرفيين؟

نعم هناك صعوبات في التموين من قبل الحرفيين .

- لجينور -مؤسسة عمومية لتوزيع لتوزيع الذهب والفضة والمرجان هذه المؤسسة قليلة ومنعدمة.
- إنتاج النحاس غير موجود – آلات السيراميك باهظة الثمن.
- العجينة البيضاء التي تبعد النار: الفخار أيضا قليلة: غير متوفرة .
- القماش المحلي غير متوفر (مستورد) – الإكسسوارات مستوردة – الجلود مستوردة- آلات مستوردة.

5. ما هي المشكلات والعوائق التي تواجه تصدير المنتوج التقليدي إلى الخارج؟ هل هناك طلب من الخارج على المنتجات التقليدية الجزائرية ؟

أهم المشكلات والعوائق هي :

- العملة النظام الصرفي : 52% تبقى في البنك : غلاء النقل
- التخزين يدفع من جيبه : مثلا سلعة متنوعة، غلاء أثمان النقل ثم دفع 170 ألف سنتيم للكلغ : حق التخزين، حق العبور ....إلخ
- تكاليف كبيرة: FantSépension promotion Expose، دعم و ترقيم الصادرات يدعم 80% من النقل من المفروض أن يتم التسجيل فيه لكن الدولة لم تساهم في ذلك .

6. ما هي نشاطات غرفة الصناعة التقليدية؟ وهل هناك نشاط لتسويق المنتوج التقليدي لدى السياح الجزائريين والأجانب ؟

- الإحتفال بأهم النشاطات السنوية مثلا: عيد المرأة -08 مارس – جهوي – وطني -ودولي – أروقة – قناة لتصريف المنتجات.
- ورشات – مجمعي الصناعة التقليدية – مجلات مثل محل بلونار -محل بوبكر- يعملون في الصناعة التقليدية (الغرفة) يزودونها بالمواد الأولية.
- المعارض: ربيع الزيبان (8 مارس -11مارس) – اليوم الوطني للحرفي (9 نوفمبر).

- الصالون الوطني لمستقات النخيل (عطلة الشتاء) -يناير 13/12/11

7. هل هناك مساعدات مقدمة من طرف الوزارة الوصية لترقية القطاع؟ ما نوع هذه المساعدات؟ وهل ساهمت فعلا في ترقية الصناعة التقليدية وتسويقها بالشكل اللازم ؟

- نعم هناك مساعدات مقدمة – من طرف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية – دعم الحرفيين للأسف ثم تم إلغاءه.

- غياب هذا الصندوق أثر بنسبة 30% لكن لإعتماد الغرفة على التمويل الذاتي وبعدد المصادر جعلها في المرتبة الأولى لإعتماد الحرفي على ذاته و دعم الغرفة له بالتنسيق معا لدعم الصناعة التقليدية والدليل على ذلك إحتلال غرفة الصناعة التقليدية ببسكرة على المرتبة الأولى في 2020.

8. هل يقوم الحرفيين بأنفسهم بتوزيع منتجاتهم التقليدية؟ ام هناك وسطاء في هذا القطاع؟

- أحيانا وسطاء تجار لكن نسبة 90% إعتماد الحرفي على التوزيع المباشر لمنتجاته مباشرة داخل الغرفة ودعم نفسه.

- بمعنى أن الغرفة تتعامل مع الحرفي مباشرة باستلام الحرفة أو المنتوج من الحرفي بذاته.

9. من هم وسطاء الصناعة التقليدية؟

- أحيانا تجار بنسبة 10%.

- ونسبة 90 % إعتماد الحرفي على نفسه.

10. هل هناك نقاط توزيع في الخارج للمنتوج التقليدي البسكري بكل صورة من مأكولات وحلي ولباس وغيرها؟

- لا توجد نقاط بيع معتمدة، فقط بيع عشوائي.

11. هل ساهمت هذه النقاط في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحي وجلب السياح وتنشيط الصناعة التقليدية؟

12. كيف يمكن التواصل مع السياح وما هي الطرق التي يمكن إيصال المنتجات لهم؟

- تماشيا مع طلب السائح الأجنبي أو غيره، ينفذ طلبه من خلال الأروقة حيث هذه الأروقة عبارة عن مراكز لصنع كل حرفة يطلبها السائح وتوفيرها مباشرة للسائح بأي طريقة.

13. هل ساهمت وسائل الإعلام خاصة إذاعة بسكرة مثلا أو الوكالات السياحية وغيرها بالتسويق للمنتوج السياحي في بسكرة؟

- المسلك السياحي، دار الصناعة التقليدية ووفرة السياحة.

1 مشونشن - غوفي 2- القنطرة -3-سيدي عقبة إلى جمينة– 4- الزاب الغربي، ليوة وأولاد جلال.

- نعم ساهمت وسائل الإعلام بالتسويق للمنتوج السياحي في بسكرة، وذلك من خلال تغطية إخبارية مباشرة مع إذاعة بسكرة – تودع التغطية على الجهات التواصل الإجتماعي.

- قناة الأمازيغية.
- الفرنسية (2).
- وكالة الأنباء.
- صحف الكتب ....إلخ.

تاسعا : الموارد الطبيعية والمو اقع السياحية في مدينة بسكرة

أولا: الموارد الطبيعية: بالإضافة إلى موقعها الجغرافي باعتبارها مفترق طرق للتبادلات الاقتصادية، الثقافية والاجتماعية، إمكانياتها الكبيرة وغناها الطبيعي، مواردها المفيدة (الطين، الملح، الجبس والحصى وغيرها...) ، كما أن نشاط هذه الولاية معزز بمزايا أخرى :

- دقلة نور طولقة.
- سلالة الأغنام اولاد جلال.
- محاصيل الخضر المبكرة بالغروس.

➢ **الموارد المعدنية:** يتم تحديد الموارد المعدنية الرئيسية في مواد مفيدة خاصة كونتراكتينج اند كونستركشن مواد البناء. .2 الموارد الموقع:

- جبل الملح – الوطاية
- الحجر الجيري جبل سعادة – قوغالة
- الحجر الجيري ملاكة – برانيس
- جبس أولاد جلال
- الحجر الجيري جبل كيبان – الحاجب
- الحجر الجيري جبل كوريجة – الحاجب
- الحجر الجيري جبل طرفة – الحاجب
- الحجر الجيري جبل دلوت – الحاجب
- طين – جمورة
- طين جبل لقصيع – جمورة
- طين بنيان - امشونش[1]

➢ **المو اقع السياحية لولاية بسكرة**

1- المؤسسات الفندقية:

هناك تصنيفات للهياكل الفندقية لولاية بسكرة وهي:

1- هياكل معدة للفندقة:

- نزل الحاج الشاوي.
- نزل الراحة.

[1]- مديرية التجارة لولاية بسكرة، تاريخ الزيارة 2019/06/07، 12:17.

- فكتوريا.
- دار المعلم.
- نزل ptt.

2- غير مصنف:

- نسيب.
- الواحة.
- عابدي 2.
- سلامي.
- حمام الصالحين.
- القدس.
- ذياب.
- ترانزيت.
- الزيبان.
- بلاس.
- مشونش.
- سيدي يحي.

3- نجمة واحدة:

- الاخوة سلامي.
- عابدي.
- الروايال.[1]

2- الوكالات السياحية:

- ازهري ترافل.
- التور للسياحة والسفر.
- هرماس للسياحة والسفر.
- إيمان للسياحة والأسفار.
- بادس للسياحة والأسفار.
- المؤسسة الوطنية للسياحة -وكالة بسكرة-.
- رميشي حيدر للسياحة والأسفار.

[1]- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية بسكرة، ، تاريخ الزيارة: 2019/06/09، 08:42.

- سوسن للسفر والسياحة.
- سياحة وأسفار الجزائر TVA- وكالة بسكرة.
- فسيرة للسياحة والأسفار.
- قديلة للسياحة والأسفار.
- قرطي للسياحة والأسفار.
- ملكمي تراقل اجنسي.
- مناني للسياحة والأسفار.
- نسيب للسياحة والأسفار.
- فرع وكالة العوالي للسياحة والأسفار.
- وكالة الدوسن للسياحة والسفر.
- ظل الملائكة للسياحة والسفر.
- زعاطشة للسياحة والسفر.
- طولقة للسياحة والسفر.
- فرع وكالة نوميديا ترافل سرفيس - طولقة.
- وكالة السياحة والأسفار زين - أولاد جلال.

3- المحطات الحموية:

1- حمام الصالحين.

2- سيدي يحي.

3- حمام البركة (الحاجب).[1]

عاشرا : مناطق التوسع السياحي في بسكرة :

- **وضعية مناطق التوسع السياحي :**

بموجب المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق ل 05 نوفمبر سنة 1988 المحدد لمناطق التوسع السياحي توجد منطقة للتوسع السياحي طولقة بمساحة 97.4 هكتار، الطابع القانوني للأرض أملاك الدولة، المساحة القابلة للتهيئة 25.4 هكتار.

بموجب المرسوم الرئاسي رقم 10-131 المؤرخ في 14 جمادى عام 1431 الموافق لـ 29 أفريل سنة 2010 المحدد لمناطق التوسع والمواقع السياحية والتصريح بها وتصنيفها توجد (04) مناطق للتوسع السياحي:

[1]– مديرية السياحة لولاية بسكرة، تاريخ الزيارة : 09/06/2019، 10:25.

- منطقة التوسع السياحي عين بن النوي ببلدية الحاجب بمساحة 51.94 هكتار، الطابع القانوني للأرض أملاك الدولة، المساحة القابلة للتهيئة 34 هكتار.
- منطقة التوسع السياحي الشقة بمساحة 24 هكتار، الطابع القانوني للأرض أملاك الدولة + خواص، المساحة القابلة للتهيئة 18 هكتار.
- منطقة التوسع السياحي فم الغرزة بمساحة 71.67 هكتار، الطابع القانوني للأرض أملاك الدولة، المساحة القابلة للتهيئة 44 هكتار.

منطقة التوسع السياحي حمام الصالحين المصنفة المساحة القابلة للتهيئة 27.4 هكتار الطبيعة القانوني للأرضية: ملكية أملاك الدولة.

- **مناطق التوسع السياحي المقترحة للتصنيف :**

أ- منطقة التوسع السياحي القنطرة :

- البلدية : القنطرة
- الدائرة : القنطرة
- المساحة الكلية (هكتار) : 288
- المساحة القابلة للتهيئة (هكتار) : 88

الحدود : من الشمال مرتفعات جبلية الجنوب واد الشرق: واحة النخيل + الطريق البلدي رقم 08 الغرب: مرتفعات جبلية.

الطبيعة القانونية للأرضية : ملك للبلدية رقم 172 مصبوبة في صندوق الثورة الزراعية تؤول إلى الدولة ملك للدولة.

ب - بمنطقة التوسع السياحي خنقة سيدي ناجي

- **البلدية** : خنقة سيدي ناجي
- **الدائرة** : زريبة الوادي
- المساحة الكلية (هكتار): 12
- المساحة القابلة للتهيئة (هكتار): 12

الحدود : شمالا: مجرى السيول (شعبة) جنوبا :مجرى السيول شعبة شرقا:يقع به حقول النخيل يفصلها واد العرب غربا: مجرى السيول (شعبة)

الطبيعة القانونية للأرضية : ملك للدولة اقتراح تصنيفها على:

ج - منطقة التوسع السياحي بسكرة :

- البلدية : بسكرة
- الدائرة : بسكرة
- المساحة الكلية (هكتار) : 175
- المساحة القابلة للتهيئة (هكتار) : 147

الحدود : شمالا : كتلة جبلية صخرية لجبل المعلقة جنوبا : كتلة جبلية صخرية شرقا : واد سيدي زرزور ذو النشاط الهام غربا: الطريق الوطني رقم 3.

- الطبيعة القانونية للأرضية : ملك للدولة
- على مستوى أمانة

د- منطقة التوسع السياحي مشونش :

- البلدية : مشونش
- الدائرة : مشونش
- المساحة الكلية (هكتار): - توخريبت 12 هكتار - فج الزقاغة 10 هكتار.
- المساحة القابلة للتهيئة 22 (هكتار)
- **الحدود :** الموقع الأول: منطقة توخريبت- بانيان - شمالا: أراضي شاغرة - غربا: أراضي شاغرة - جنوبا: وادي الأبيض بساتين النخيل - شرقا: أراضي فلاحية (أشجار زيتون الموقع الثاني: منطقة فج الزقاغة -شمالا: غابة الدار -جنوبا: غابة أولاد العيد + غابة بني ملول - غربا: قرن (اش) الرومية -شرقا: قرن (اش) نصالحين.

الطبيعة القانونية للأرضية : ملك للدولة

ت- منطقة التوسع السياحي سيدي خالد :

- البلدية سيدي خالد
- الدائرة: سيدي خالد
- المساحة الكلية : 27 (هكتار)
- المساحة القابلة للتهيئة : 27(هكتار)
- **الحدود** : -شمالا: وادي جدي - جنوبا : طريق فلاحي - غربا : مقبرة شرقا : واد الغليسي

الطبيعة القانونية للأرضية : ملك للدولة.

ملاحظة : الدراسة منجزة ومصادق عليها من طرف اللجنة الولائية لتنمية السياحة - ملف اقتراح تصنيفها على مستوى الوكالة الوطنية لتنمية السياحة للدراسة.[1]

ج- منطقة التوسع السياحي لوطاية (منبع الغزلان)

- البلدية: لوطاية
- الدائرة: لوطاية
- المساحة الكلية :32(هكتار)
- المساحة القابلة للتهيئة : 32 (هكتار)

الحدود: - شمالا: أنبوب البترول - شرقا : الطريق الوطني رقم 03 جنوبا : الخزان ومقبرة غربا : حوض سد منبع الغزلان

الطبيعة القانونية للأرضية : ارض خواص رقم 08 مدمجة في صندوق الثورة الزراعية

إحدى عشر: مساهمة التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية في مدينة بسكرة

من خلال هذا المبحث نقوم بتحليل نموذجي للمقابلة التي أجريت مع رئيس دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي ومحقق داخلي للغرفة ومكون معتمد من طرف المكتب الدولي للشغل في تقنية تسيير المؤسسات، دار الصناعة التقليدية، يوم: 2019/06/16.

- **عرض أسئلة المقابلة**[2] :

1- أسئلة عامة :

س1- ما هي العوامل التي تأثر على المنتوج الحرفي من حيث زيادة الطلب عليه أو انخفاضه؟

ج1- هناك عوامل داخلية وخارجية:

- **داخلية :** قلة اليد العاملة، نقص الحرفي من جانب ترويج المنتجات

- **خارجية :** زيادة التضخم والقدرة الشرائية للمستهلك

س2- هل هناك مؤسسات تدعم المنتوج الحرفي؟ ما هي وفيما يتمثل هذا الدعم بالتفصيل؟

ج2- المؤسسات التي تدعم الحرفي هي: ANSEJ, CNAE, ANJEM، والصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية أغلق في 2016/01/01.

آخر دعم 28 مستفيد من الصندوق سنة 2014.

س3- كيف يمكن تحسين صورة غرفة الصناعة التقليدية؟ وكيف تساهم الغرفة في تحسين صورة الصناعة التقليدية في مدينة بسكرة؟

ج3- للمنتجات التقليدية عبر صفحات الفيسبوك، الإذاعة المحلية

---

[1]- مديرية السياحة لولاية بسكرة، نفس المرجع السابق ذكره

[2] - مقابلة مع ابراهيم عبد الرحماني رئيس دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي ومحقق داخلي للغرفة ومكون معتمد من طرف المكتب الدولي للشغل في تقنية تسيير المؤسسات، دار الصناعة التقليدية، يوم: 2019/06/16.

- إقامة المعارض والصالونات.

- الدورات التكوينية لتحسين المستوى.

- للمقر الإداري وجودة وسرعة العمل الإداري اعتمدنا على شبكة RESEAU داخلية برامج التسيير في كل المجالات.

س4- هل هناك صعوبة في التموين بالمواد الأولية والتجهيزات من قبل الحرفيين؟

ج4- فارق العملة يؤثر على سعر التكلفة وبالتالي أسعار البيع.

س5- ما هي المشكلات والعوائق التي تواجه تصدير المنتوج التقليدي إلى الخارج؟ هل هناك طلب من الخارج على المنتجات التقليدية الجزائرية؟

ج5- دعم الحرفيين المختصين في صناعة التمور (الرُبْ، الخل، الروينة، فرينة، قهوة)، الوحيدة التي حققت نجاح وشاركت الغرفة مع مجموعة من الحرفيين في فعالية القرية العالمية دبي دولة الامارات العربية المتحدة حيث حقق الحرفي طيارة عبد الحق نسبة مبيعات قدرت ب 100% من مجموع المنتجات المشاركة بها وهي الروينة، فرينة، التمر، الشوفان).

- الإجراءات المعقدة في جميع مراحل عملية التصدير (توطين فاتورة العبور، الجمركة، النقل)

س6- ما هي نشاطات غرفة الصناعة التقليدية؟وهل هناك نشاط لتسويق المنتوج التقليدي لدى السياح الجزائريين والأجانب؟

ج6- تعتبر دار الصناعة التقليدية أحد أهم نقاط المدرسة في المسلك السياحي لولاية بسكرة مما يجعلها قطب سياحي ليتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية رغم قلتهم، حيث تحتوي دار الصناعة التقليدية على 29 محل مخصص لترويج منتجات الحرفيين، وأروقة الصناعة التقليدية التي تعتبر الأولى والأكبر وطنيا، حيث حققت الأروقة رقم أعمال يقدر ب 7 مليون دينار جزائري خلال سنة 2018، كما تقوم الغرفة بتنظيم مجموعة من المعارض والصالونات الوطنية والمحلية: سوق رمضان، سوق الدخول المدرسي.

س7- هل هناك مساعدات مقدمة من طرف الوزارة الوصية لترقية القطاع؟ ما هي هذه المساعدات؟ وهل ساهمت فعلا في ترقية الصناعة التقليدية وتسويقها بالشكل اللازم؟

ج7- بعد غلق الصندوق لا توجد مساعدة مع العلم أن المساعدات التي كانت تقدم تخص فقط الصناعة التقليدية دون الحرف التي تعتبر أهم القطاعات البديلة للمحروقات.

س8- كيف ساهمت وسائل الإعلام في تطوير الصناعة التقليدية والحرف في ولاية بسكرة؟

ج8- الشكر موصول لإذاعة الجزائر من بسكرة على الدعم الذي تقوم به من خلال دعم الصناعة.

- الفيسبوك.[1]

- بعض القنوات (الشروق، البلاد).

س9- هي العوائق التي تحول دون نمو الطلب على منتجات الحرفيين في ولاية بسكرة؟

ج9- القدرة الشرائية للمواطن، وكذلك نوعية المنتوج الحرفي للبضاعة.

[1]- نفس المرجع السابق ذكره.

س10- هل تعتبر الصناعة التقليدية في بسكرة (خاصة مثلا المأكولات البسكرية) عنصر مشجع للسياحة وجلب السياح؟

ج10- المأكولات التقليدية غير مدمجة في نشاطات الغرفة حيث يتم الحصول على تراخيص لمزاولة هذا النشاط من خلال السجل التجاري ومع ذلك قامت الغرفة بتخصيص فضاء للطعام التقليدي على مستوى الدار حيث يتوافد العديد من السياح المحليين والأجانب على هذا الفضاء، إقامة خيمة تقليدية أمام دار الصناعة التقليدية.

س 11- ما هي التجهيزات الموجودة على مستوى الغرفة لتقديم التكوين اللازم للحرفيين؟

ج11- تتوفر الغرفة على فضاء للتكوين يضم خمس قاعات للتكوين، ورشة خياطة، ورشة نسيج، ورشة طبخ، ورشة للطاقة الشمسية، قاعة للتصوير الفوطوغرافي (حيث يساعد الحرفي في الترويج لمنتجاته عن طريق الصورة).

س12- هل يوجد مصلحة خاصة بالتسويق داخل غرفة الصناعة التقليدية والحرف؟

ج12- توجد دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي والتي من أبرز مهامها التسويق والتعريف بالمنتوج الحرفي.

س13- ما هو تأثير التسويق بشكل عام في زيادة الطلب على المنتجات الحرفية والصناعات التقليدية؟

ج13- تشجيع العائلات الوافدة لدار الصناعة التقليدية على استهلاك واستعمال المنتج الحرفي من خلال المعارض والمحلات.[1]

2- الأسئلة فرعية:

- **المنتوج السياحي والصناعة التقليدية :**

س1- ما مدى إستجابة الحرفيين لتطوير نظام للإنتاج المحلي؟ وهل هناك تطوير للمنتوج التقليدي من طرف الحرفيين؟ وهل هناك مرافقة من طرفكم لهؤلاء الحرفيين؟

ج1- كانت هناك تجربة من خلال تكليف الغرفة بنظام الانتاج المحلي في مجال صناعة المنتجات في مشتقات النخيل وقد عرفت هذه العملية فشل كبير نظرا لعدم التوفيق في إنشاء تجمع حرفي لصالح حرفي مشتقات النخيل.

س2- ما هي أنواع المنتجات الحرفية في بسكرة؟

ج2- مشتقات من التمور، مشتقات من النخيل، الفخار، الرُبْ.

س3- هل منتجات الصناعة التقليدية يمكن أن تأثر في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية؟

ج3- نعم يمكن لمنتجات الصناعة التقليدية أن تؤثر في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية.

س4- هل هناك دورة حياة للمنتوج الحرفي؟ هل ممكن أن يزول المنتوج الحرفي ويختفي تماما من السوق؟

ج4- نعم ولكن قد يختفي دورة حياة المنتوج الحرفي.

س5- هل بإمكانكم إبراز أهم الصعوبات التي تواجه الغرفة في تسويق المنتوج الحرفي التقليدي داخل بسكرة وخارجها؟

ج5- نحن نساعد فقط الحرفي في التسويق للمنتجات التي تسوق في الأسواق الوطنية.

- **التسعير السياحي والصناعة التقليدية :**

على تحديد أسعار منتجات الصناعة التقليدية؟ وهل تتدخل الغرفة في فرض أسعار.

[1]- نفس المرجع السابق ذكره.

س1- من هو المسؤول معينة على الحرفيين؟

ج1- الغرفة لا تتدخل في تحديد أسعار منتجات الصناعة التقليدية، المؤثر على الأسعار هو السوق.

س2- لماذا تكون أسعار المنتجات الحرفية خاصة الحلي والمجوهرات التقليدية (الجوهر والمرجان...) مثلا مرتفعة مقارنة بأسعار منتجات منافسة لها من دول الجوار؟

ج2- هي مسألة الندرة والقدرة الشرائية والتضخم.

س3- كيف يتم تحديد الأسعار في قطاع الصناعة التقليدية؟ هل اعتمادا على التكاليف فقط وهامش الربح؟ أو هناك عوامل أخرى تحدد الأسعار؟[1]

ج3- نحن نعتمد أساسا على العرض والطلب.

س4- هل يمكن لأسعار المنتجات الحرفية أن تأثر في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية؟

ج4- نعم يمكن لأسعار المنتجات الحرفية أن تؤثر على تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية.

- **التوزيع السياحي والصناعة التقليدية :**

س1- كيف تقوم الغرفة بتوزيع المنتوج التقليدي البسكري (المنتج من طرف الحرفيين) داخل بسكرة وخارجها؟

ج1- بمساعدة ومشاركة الحرفي في التظاهرات الحرفية والدولية.

س2- هل يقوم الحرفيين بأنفسهم بتوزيع منتجاتهم التقليدية؟ أم هناك وسطاء في هذا القطاع؟

ج2- نعم يقوم الحرفيين بأنفسهم بتوزيع منتجاتهم التقليدية.

س3- من هم وسطاء الصناعة التقليدية؟ | ج3- مروجي الصناعة التقليدية (السجل التجاري).

س4- كيف يتم توزيع المنتوج التقليدي البسكري في خارج الجزائر (مثلا العجائن البسكرية بومفور، ودشيشة المرمز...) لإعطاء صورة متميزة لمنطقة بسكرة في الخارج؟

ج4- عن طريق المشاركة في التظاهرات الدولية.

س5- هل هناك نقاط توزيع في الخارج للمنتوج التقليدي البسكري بكل صوره من مأكولات وحلي ولباس وغيرها؟ هل ساهمت هذه النقاط في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية وجلب السياح وتنشيط الصناعة التقليدية؟

ج5- لا توجد نقاط التوزيع.

س6- كيف يمكن التواصل مع السياح وما هي الطرق التي يمكن ايصال المنتجات لهم؟

ج6- عن طريق العرض المباشرة.[2]

- **الترويج السياحي والصناعة التقليدية :**

س1- ما هي الفضاءات التي يتم بها ترويج منتجات الحرفيين وصناعتهم التقليدية؟

[1]- نفس المرجع السابق ذكره.

[2]- نفس المرجع السابق ذكره.

ج1- دار الصناعة التقليدية والصالونات والمعارض.

س2- هل ساهمت وسائل الإعلام خاصة اذاعة بسكرة مثلا أو مثلا الوكالات السياحية وغيرها بالتسويق للمنتوج السياحي في بسكرة؟

ج2- نعم هناك مساهمة معتبرة.

س3- هل تقوم الغرفة بإقامة معارض وصالون لمساعدة الحرفيين في الترويج لمنتجاتهم؟

ج3- نعم تقوم الغرفة بإقامة معارض وصالونات لمساعدة الحرفيين على ترويج منتجاتهم.

س4- ما هي الصعوبات التي يواجهها الحرفيين في مجال الترويج لمنتجاتهم الحرفية؟

ج4- الصعوبات التي تواجه الحرفي في ترويج منتجاته هي عادة السعر والنوعية.

- **اختبار الفرضيات وتحليل النتائج :**

الفرضية الرئيسية : هنالك دور للتسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية

سوف نقوم بالإجابة على الفرضية الرئيسية من خلال فرضياتها الفرعية التالية:

الفرضية الأولى: هنالك دور للمنتوج السياحي في ترقية الصناعة التقليدية

من خلال المقابلة التي قمنا بها مع السيد رئيس دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي ومحقق داخلي للغرفة.

أكد لنا أن منتجات الصناعات التقليدية يمكن أن تؤثر في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية، من خلال إقامة معارض وصالونات وتشجيع العائلات الوافدة على استهلاك واستغلال المنتوج الحرفي، وأهم المنتجات الحرفية الأكثر طلبا هي مشتقات التمور ومشتقات النخيل، الفخار، الرب، وقد كانت هناك تجربة من خلال تكليف الغرفة بنظام إنتاج محلي في مجال صناعة المنتجات في مشتقات النخيل وقد عرفت هذه العملية فشل كبير نظرا لعدم التوفيق في إنشاء تجمع حرفي لصالح حرفي مشتقات النخيل.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الثانية : هنالك دور للتسعير السياحي في ترقية الصناعة التقليدية.

- الغرفة لا تتدخل في تحديد أسعار منتجات الصناعة التقليدية والمؤثر على الأسعار هو السوق.

- يبقى مشكل السعر والندرة والقدرة الشرائية هو الهاجس لتسويق منتجات الصناعة التقليدية.

- الغرفة تعتمد أساسا على العرض والطلبة.

- ويمكن لأسعار المنتجات الحرفية أن تؤثر على تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.[1]

الفرضية الثالثة : هنالك دور للتوزيع السياحي في ترقية الصناعة التقليدية

توجد مشكلة في توزيع المنتجات التقليدية في بسكرة حيث لا توجد نقاط توزيع للمنتوج التقليدي البسكري في الخارج، ويقوم الحرفي بتوزيع المنتجات بنفسه دون مساعدة الغرفة خاصة في التظاهرات والصالونات الحرفية الدولية، وأكد لنا أن الغرفة تقوم

[1]- نفس المرجع السابق ذكره.

بمساعدة الحرفيين في المشاركة في الصالونات والتظاهرات ولا تقوم الغرفة نفسها بتوزيع او بيع المنتجات ومن وسطاء الصناعة التقليدية هناك مروجي الصناعة التقليدية.

وفيما يخص نقاط توزيع في الخارج للمنتوج التقليدي البسكري من مأكولات وحلي وملابس فلقد أكد لنا أنه لا توجد نقاط توزيع في الغرفة مما يؤثر على التسويق السياحي في الغرفة بشكل كبير، ويمكن التواصل مع السياح عن طريق العرض المباشر.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الر ابعة : هنالك دورللترويج السياحي في ترقية الصناعة التقليدية.[1]

يقوم الحرفي بترويج منتجاته من خلال المعارض والصالونات ودار الصناعة التقليدية، وشاهد أيضا بعض القنوات والإذاعة للترويج للمنتوج السياحي. ولقد تأكد لنا من خلال المقابلة أن دار الصناعة التقليدية والصالونات والمعارض والتظاهرات في الفضاء التي يتم ترويج منتجات الحرفيين وصناعاتهم التقليدية.

أما بالنسبة للصعوبات التي تواجه الحرفيين في مجال الترويج لمنتجاتهم هي عادة تكون في السعر والنوعية.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الخامسة : تعتبر الصناعة التقليدية عامل مهم لجذب السياح.

تعتبر دار الصناعة التقليدية أحد أهم نقاط المدرسة في المسلك السياحي لولاية بسكرة مما يجعلها قطب سياحي ليتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية رغم قلتهم، حيث تحتوي دار الصناعة التقليدية على 29 محل مخصص لترويج منتجات الحرفيين، وأروقة الصناعة التقليدية التي تعتبر الأولى والأكبر وطنيا، حيث حققت الأروقة رقم اعمال يقدر ب 7 مليون دينار جزائري خلال سنة 2018.

كما تقوم الغرفة بتنظيم مجموعة من المعارض والصالونات الوطنية والمحلية: سوق رمضان، سوق الدخول المدرسي.

وتساهم الغرفة بتحسين صورة الصناعة التقليدية في مدينة بسكرة عبر اعتماد شبكة داخلية لبرامج التسيير في كل المجالات عن طريق:

- الترويج للمنتجات التقليدية عبر صفحات الفيسبوك، والإذاعة المحلية.

- إقامة المعارض والصالونات.

- الدورات التكوينية لتحسين المستوى.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية السادسة : يواجه تصدير المنتوج التقليدي الحرفي عدة صعوبات في المجال السياحي.

هناك عدة صعوبات منها داخلية وخارجية. داخلية: قلة اليد العاملة، نقص الحرفي من جانب ترويج المنتجات

خارجية: تتمثل فيما يلي:

- زيادة التضخم والقدرة الشرائية للمستهلك.

[1]- مقابلة مع إبراهيم عبد الرحماني، مرجع سبق ذكره.

- فارق العملة يؤثر على سعر التكلفة وبالتالي اسعار البيع.

- فشل عملية إنشاء تجمع حرفي لصالح حرفي مشتقات النخيل.

- لا توجد نقاط توزيع منتجات تقليدية في الخارج.

وبناءا على ما سبق تم تأكيد الفرضية.[1]



ديوان بسكرة للموسيقى



بطاقة تعريفية لنشاطات غرفة الصناعة التقليدية



البطاقة المهنية للحرفي

[1]- نفس المرجع السابق ذكره.



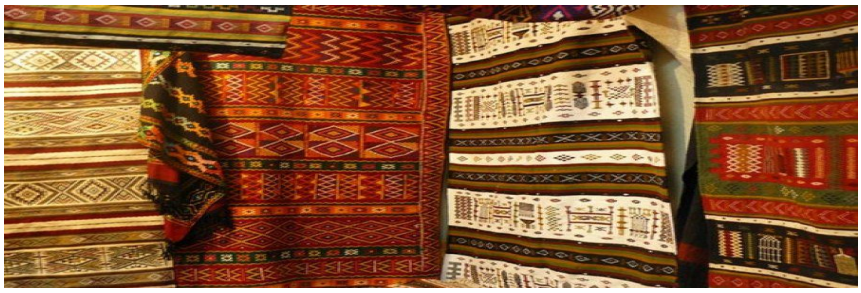
نشاطات غرفة الصناعة التقليدية



شعار مدينة بسكرة



زربية الحراكتة



زربية بابار الأمازيغية

تشتهر زربية بابار بأنها من بين أجود أنواع السجاد الجزائري؛ إذ تقوم نساء بلدية بابار (30 كلم جنوب خنشلة) بنسجها بطرق تقليدية، جعلتها تنال مكانة مرموقة في عالم السجاد، وتحافظ على وهجها صامدة في وجه الحداثة رغم كل الصعوبات التي تواجه تسويق هذا المنتوج الحرفي، الذي يعاني مخاطر الاندثار رغم دوره الكبير في الحفاظ على الهوية والخصوصيات الفنية والثقافية لمنطقة النمامشة. تسعى نساء بلدية بابار للحفاظ على حرفة نسج السجاد أو كما تسمى محليا الزربية، بالطرق التقليدية عبر تمسكهن بهذه الحرفة، وسعيهن للترويج لها والتعريف بها عبر محاولة توريث تقنياتها ومراحلها وأدواتها لأجيال المستقبل. حتى لا يتوقف إنتاجها وتظل حاضرة في الاستعمالات اليومية وفي الديكور المنزلي .ورغم كل ما يشاع عن تراجع إنتاج زربية بابار خلال العشريتين الأخيرتين، إلا أن الواقع ينفي ذلك، فصناعة الصوف والنسيج والسجاد بالطرق التقليدية، ظلت في مجتمع النمامشة مرتبطة بالمرأة، وهي حرفة مثلت لعقود مصدر دخل بالنسبة للنساء، خاصة في الوسط الريفي .

كان و لايزال النسيج مجالا تطلق فيه النسوة مواهبهن في الرسم والتلوين واختيار الأشكال، التي تبدو متداخلة ومتجانسة بحبكة ودقة وبألوان مختلفة، يغلب عليها الأحمر والأسود والأصفر، فلا يكاد يخلو بيت ببلدية بابار من الزربية التي تنسجها العائلة، مما يكشف مدى تشبث الأسرة البابارية بهذا الموروث المنتج من النسيج الصوفي.

و توجد أنواع عديدة لهذه الزربية، منها "الدراقة "و»العقدة "و»الحولي"، وهي أشهر أنواع زربية بابار المميزة بشكلها وألوانها الأصيلة المعبرة، مثلما تصف أمهات وجدات احترفن نسج الزربية البابارية، حيث تؤكد السيدة نصيرة أن زربية "الدراقة "تعكس حياء و حشمة أهلها، الذين كانوا يستعملون أحد أنواعها، وهو من)الدرقة بالعامية (والخفية والتخفي باللغة العربية، في الفصل بين النساء والرجال داخل المنزل الواحد.[1]



زربية نموشية-01-

تبسة - لا تزال الزربية النموشية التقليدية بولاية تبسة، التي تمثل تراثا ماديا وبصمة هوية ثقافية، ترمز إلى عراقة هذه المنطقة و مدى ارتباطها بأصالتها، فهي و على الرغم من التطور التكنولوجي، تقاوم الاندثار وتحافظ على مكانتها بأشكالها و رموزها وألوانها المميزة. [2]



زربية نموشية-02-

[1]- https://www.el-massa.com/dz

[2] -https://www.aps.dz/ar/culture

خلاصة الفصل:

إن شساعة مساحة ولاية بسكرة وتنوع جغرافيتها يشكل مصدر ثراء في مقاصدها السياحية، وبالإضافة إلى ذلك فإن التنوع الثقافي الذي يميزها جعل كل من يزورها يراها بشكل مختلف ومتجدد ، وقد إنعكس هذا أيضا في تنوع صناعاتها التقليدية والحرفية، مما جعل هذه الأخيرة تشكل فرصا لتنمية وتطوير السياحة الداخلية.

فالصناعة التقليدية والحرفية لم تعد موروثا حضاريا وتراثا ثقافيا تتناقله الأجيال عبر العصور ويحظى بدعم واهتمام السلطات العمومية فحسب، بل أصبح قطاعا حيويا مهما، يساهم في تكوين الناتج الداخلي الإجمالي وعنصرا مهما لجذب السياح ولذلك أولت وزارة السياحة إهتماما متزايدا لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، من خلال إنشاء هياكل مختصة تسهر على تنظيم وتطوير القطاع وتكثيف الصالونات والمهرجانات الوطنية والدولية بغرض الترويج للمنتوج التقليدي وترقيته، غير أن هذه الجهود لازالت تحتاج إلى مزيد من التحسين لبلوغ الأهداف المرجوة منها، وخاصة ما تعلق منها بالمساهمة في تنمية السياحة الداخلية.

الخاتمة :

إن تنشيط السياحة الصحراوية في الجزائر يحتاج إلى تكاثف الجهود لترسيم استراتيجية تسويقية سياحية ناجحة وتطبيقها بكفاءة بهدف الحصول على تدفق سياحي متواصل وبلوغ المكانة اللائقة بمستوى إمكانيات الجزائر السياحية على المستوى الإقليمي والعالمي، ويتبوأ الترويج السياحي مكانة الصدارة ضمن هذه الاستراتيجيات نظرا لدوره الفعال، غير أن نجاحه في أداء دوره وتحقيق أهدافه يتطلب تحقيق ما يلي:

- وضع إستراتيجية ترويجية مدروسة قائمة على معطيات واضحة.
- رصد الميزانية الترويجية المناسبة بما يتوافق مع موقع وأهمية الصحراء الجزائرية سياحيا.
- إعداد وتنفيذ خطط للترويج السياحي من أجل تسويق المنتج السياحي الصحراوي في الأسواق المصدرة للسياح.
- دراسة متطلبات الأسواق السياحية والترويج لها بما يكفل زيادة تدفق السياح.
- إقامة المؤتمرات والمعارض السياحية، والمشاركة في أنشطة المنظمات الدولية بهدف التعريف بالكنوز السياحية المتنوعة، وتغيير الصورة الذهنية لدى العالم الخارجي حول الصحراء الجزائرية بأنها غير آمنة.
- توفير أساليب الدعاية والإعلام السياحي ووضع الأدلة والمطبوعات والنشرات والملصقات وأفلام الفيديو وغيرها.
- تنفيذ برامج متكاملة من العمليات الترويجية من خلال جهاز تنفيذي ووفقا لما يتم في مجالس الترويج السياحي.
- العمل على تطوير الصناعات الحرفية والمشغولات اليدوية ووضع البرامج اللازمة للحفاظ عليها.
- إيجاد تعاون وثيق بين الهيئات السياحية لتنسيق نشاط الترويج السياحي.
- إنشاء موقع الكتروني ديناميكي للسياحة الجزائرية، يتم عرض فيه كافة البرامج السياحية ومختلف المعلومات حول عناصر الجذب السياحي، مدعومة بالصور ولقطات الفيديو كما هو الحال في العديد من البوابات السياحية العالمية على شبكة الانترنت.
- تطوير الكفاءات في مجال الترويج السياحي من خلال برمجة دورات تدريبية والاستفادة من الخبرات الأجنبية.

من خلال المسار الذي تم طرحه عن السياحة بمدينة بسكرة والسياحة الصحراوية في الجزائر تم إستنتاج عدة نقاط مهمة لملف السياحة الصحراوية في الجنوب الجزائري وهي مايلي:

وجود المنافسة الإقليمية والدولية، فالدول الجوارية (المغرب،تونس) وكذا الدولية (تركيا) ، نجد أن لها إمكانات سياحية هائلة تجذب السياح، ما يجعل السياحة المحلية الجزائرية بعيدة عن الطلب من قبل الطالب المحلي، وهي التي تتطلب الاستثمار الفعال وتحسين جودة الخدمات لتحقيق جاذبية على المستويين المحلي والدولي .

ضعف ثقافة السياحة على المستوى المحلي، والتي تتطلب برامج تعريفية بالمرافق السياحية والمعالم السياحية للصحراء الجزائرية الفاتنة، والتي يجب أن تحظى بتسويق سياحي ممتاز، بتهيئة الوكالات وعارضي الخدمات السياحية، وتهيئة قاعدة بيانات شاملة عن كل المواقع السياحية والأثرية بما يضمن للسائح تلقيه ما يرغب فيه مقابل ما يدفعه .

ما يلحظه السائح الباحث عن السياحة الصحراوية في الجزائر قلة عروض المنتج السياحي، وذلك رغم ماتتوفر عليه من تراث مصنف عالميا ، ومعالم تاريخية لعصور مضت تشكل لافتة جذب لو وجد لها عارضين ومستثمرين مروجين لها. تعاني السياحة الصحراوية في الجزائر من نقص فادح في البنى والتجهيزات والمرافق في مختلف مواقع السياحة الصحراوية ،لعدم وجود تسهيلات للمستثمرين ومغريات تضمن لهم الدخل السريع منها:-

- السياحة الصحراوية بالجزائر ليست أكثر من موسم سياحي، قد يمتد بين الخريف إلى الشتاء، وغير نشطة تماما بقية المواسم ، ما يجعلها بعيدة عن السياحة المستدامة.

- السياسة المتبعة بالجزائر في قطاع السياحة لا تهتم بإستدامة السياحة، وتحقيق مواسم وطنية ودولية لمهرجانات وسياحات دولية ذات برامج ثابتة كما هو الحال (الدول الجوارية) وهو ما يعني نقص الدعم الحكومي لمشاريع استثمارية كبيرة تراهن عليها لمستقبل تمويلي للجماعات المحلية يغنيها عن مورد المحروقات.

- للجزائر موارد هامة في الجانب السياحي وغيره من القطاعات، فالصحراء الجزائرية بلا شك ثروة هائلة في المساحات الشاسعة المتربعة على آثار وصحاري وكثبان وواحات يمكن أن تكون رافدا من روافد التنمية السياحية التي ستكون هامة لتنمية المنطقة وتحقيق مداخيل محلية بديلة عن المحروقات للنهوض بالإقليم الصحراوي فقط بحيث: -

✓ نحتاج لتسويق سياحي فعال وخدمات راقية تتوافق ومتطلبات طالبي السياحة اللذين من غير شك ستغريهم عوامل الجذب في الصحراء الجزائرية الفاتنة.

✓ نحن بحاجة إلى الاستفادة من التجارب الدولية والعربية في القطاع السياحي من تسيير وخدمات إستراتيجيات نحتاج إلى تعاون دولي في إطار عمليات توأمة مع الدول الجوارية والدولية الناجحة لبرامج سياحية دولية طويلة المدى ، لتفعيل السياحة الصحراوية

✓ نحتاج إلى تقنيين وتشريعات تحقق أمن وحقوق السائح وكذا العارضين للمنتج السياحي، من أجل تنظيم المنافع لجميع الأطراف.

- **مراجع بالعربية**

1-الكتب :

-مصطفى يوسف كافي،" **أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة**"، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع،الأردن، 2014.

-ماهر عبد العزيز توفيق ، **صناعة السياحة** ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان –الأردن،1997 .
– نعيم الطاهر وسراب الياس ، **منتدى السياحة** ، ط1 ، دار المسيرة، عمان، 2007 .
-عثمان محمود ،" **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط سكاني شامل ومتكامل**" ، ط 2 ، دار صفاء للنشر والتوزيع الأردن، 2003 .

– هدى سيد لطيف، "**السياحة بين النظرية والتطبيق**"،الشركة العربية للنشر والتوزيع ،القاهرة ،1994م.
– نسرين رفيق اللحام،" **التخطيط السياحي للمناطق التراثية**" ، ط1 ، دار النيل للنشر،القاهرة ،2007.
– مروان السكر، "**مختارات من الإقتصاد السياحي**"، الجزء الخامس، مجدلاوي، للنشر، عمان ،الأردن ،1999.
-مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ ، "**مبادئ السفر والسياحة**"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،الطبعة الأولى ،عمان، الأردن،2001.
-إياد عبد الفتاح النسور: **أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية** " **مدخل مفاهيمي**"، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان،الأردن، 2008.
-كمال درويش ومحمد الحماحمي : "**رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ**" ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة ، مصر ،1997.
-معهد التخطيط القومي: "**اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وإنعكاساتها على الاقتصاد القومي،سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم 124**"،جمهورية مصر العربية ،ديسمبر ،1998.
– ماهر عبد العزيز توفيق ، "**صناعة السياحة** "، دار زهران للنشر والتوزيع،عمان ،2008.
– صلاح الدين عبد الوهاب، "**السياحة الداخلية**"، مجلة البحوث السياحية، مطبعة زهران، القاهرة،ط،1991
-أحمد الجلاد، "**مقدمة في علم السياحة**" ،عالم الكتب، نقلا عن ملحق الأبحاث العربية إقتصاديات السياحة ،جامعة الدول العربية، د.س
– د.شوهدي عبد الحميد عبد القادر الخواجة ،"**التنمية السياحية في محافظة أسوان** " **دراسة جغرافية** " بحث مقدم للمؤتمر العربي "**تنمية المدن العربية في ظل الظروف العالمية الراهنة** "،القاهرة – جمهورية مصر العربية ،24-26 ديسمبر 2006م.
18-عبد الوهاب بوهديبة، "**السياحة الجماهيرية والتقاليد الثقافية**"، رسالة اليونسكو، العدد 237، أبريل 1981.
19-زيد منير عبوي :"**المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة**"، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن،2008

-سعيد محمد المصري :**إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية" المفاهيم والإستراتيجيات"**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،2001 .

-أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف" :**تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية**"، المكتب العربي، الطبعة الثانية،الإسكندرية، مصر،1999.

-محمد عبيدات :"**التسويق السياحي"مدخل سلوكي"**، دار وائل للنشر، عمان، الأردن،2000.

-محمد عبد الفتاح العشماوي :**المحاسبة السياحية** ، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع،القاهرة، مصر،2009.

- مصطفى عبد القادر :**دور الإعلان في التسويق السياحي" دراسة مقارنة"**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان،2003.

-إياد عبد الفتاح النسور :**أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيمي"**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2008 .

- عثمان محمد غنيم، نبيل سعد: " **التخطيط السياحي** " ، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان ،الأردن،1999.

-عبد الفتاح مصطفى غنيمة :"**السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة**"، دار الكتب المصرية، مصر،1995 .

-خالد مقابلة و فيصل الحاج ذيب :**صناعة السياحة في الأردن**، دار وائل للنشر، الأردن،2000 .

- محمد يسري دعبس:" **العلاقات الإجتماعية للسائح** " الملتقى المصري للإبداع والتنمية ،مصر،1993.

-هالة الرفاعي : "**التأثيرات الإجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي**،" الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر،1998.

-أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف: "**تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية**"، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر-1999.

-محمد عبد الرحمان حجازي ،"**إقتصاديات السياحة والفنادق**"، القاهرة. د.س

-د. محمد العطا عمر، **صناعة السياحة وأهميتها الإقتصادية :"الندوة العلمية أثر الأعمال الإرهابية على السياحة:** مركز الدراسات والبحوث قسم الندوات واللقاءات العلمية،دمشق،2010.

محسن أحمد الخضيري :**التسويق السياحي" مدخل إقتصادي متكامل"**، مكتبة مدبولي، دون ذكر مكان النشر،2002 .

-خالد كواش :**السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها"** ، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر،2007 .

-حسين كفافي" :**رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية**"، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر،1987.

-المجلس الإقتصادي والإجتماعي، لجنة آفاق التنمية الإقتصادية والإجتماعية،مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية -الدورة 16نوفمبر2000.

-فؤادة عبد المنعم البكري،"**التنمية السياحية في مصر والعالم العربي**"،عالم الكتب،القاهرة، د.س.
-فؤادة عبد المنعم البكري، مرجع سابق نقلا عن أحمد الجلاد، "**التنمية السياحية المتواصلة**، القاهرة، د.س.

-محمد عبد العزيز عجمية،"**التنمية الإقتصادية**"، قسم الإقتصاد جامعة الإسكندرية،د.س
- شمسين،نديم، "**مبادئ السياحة**"،الجمعية الجغرافية السياحية،دمشق،2001.
-علي لطفي، التخطيط الإقتصادي ، مكتبة عين شمس، القاهرة،1986.

-غنيم،محمد عثمان،"**التخطيط السياحي والتنمية**"،الأردن،2004.
- الطائي حميد،"**أصول صناعة السياحة**"،مؤسسة الوراق،الأردن ، 2001.
-محمد صبحي عبد الحكيم وحمدي أحمد الديب، "**جغرافية السياحة**"، مكتبة الأنجلوا مصرية، القاهرة، 2001.
-أحمد زكي بدوي، "**معجم مصطلحات القوى العاملة**"، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة،1984.
- تهاني عبد السلام،"**الشباب والترويح والحياة**"،الأنجلو المصرية، دار المعارف،مصر، د.س
- صبحي عبد الحكيم وآخرون،"**جغرافية السياحة**"،مكتبة الأنجلو المصرية،ص 54 نقلا عن
pearce ,Tourism development,london,1981)
- نبيل شحاتة الروبي،"**إقتصاديات السياحة**"،قسم إدارة الفنادق السياحية، دار النشر:مؤسسة الثقافة الجامعية،القاهرة،01/يناير/2008.
-يسري دعبس،"**التربية السياحية والتنمية الشاملة**"، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة، 1992.
-عبد الحليم نور الدين،"**مواقع ومتاحف الآثار المصرية**"، المجلس العربي للصناعة والشرق 1998.
-هالة عبد الرحمان الرفاعي، "**التأثيرات الإجتماعية والثقافية للسياحة**"،الملتقى المصري للإبداع والتنمية، نقلا عن: Dean,Maccannell,The tourist a new Theory of the leisure clase,the university of chcago ,U.S.A.1973.

-عاطف غيث، "**قاموس علم الإجتماع**"، دار المعرفة الجامعية،القاهرة، 1988
-عمر أبو العينين،"**تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي**"، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وإدارتها، جامعة المنصورة 22-1988/03/23.
-علي أحمد هارون،"**أسس الجغرافيا الاقتصادية**"،دار الفكر العربي،القاهرة،2000.
-سهيل الحمدان،"**الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية**"، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر،عمان،2001.
-صلاح الدين خربوطي،"**السياحة صناعة العصر**"، الطبعة الأولى، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، دمشق،2002.
-محمد خميس الزوكة،"**صناعة السياحة من منظور جغرافي**"، دار المعرفة الجامعية،الطبعة الثانية،الإسكندرية ،1995.

-ماهر عبد الخالق السيس،"**مباديء السياحة**"، مطابع الولاء الحديثة،الإسكندرية،2000.

-لمياء السيد حنفي وفتحي الشرقاوي،"**الإتجاهات الحديثة للسياحة**"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2008.

-أحمد محمود مقابلة،"**صناعة السياحة**"، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان،2007.

- د.يسري دعبس،"**علم الإنسان وقضايا المجتمع(الكتاب السابع)**"، التربية السياحية والتنمية الشاملة "رؤية في أنثروبولوجيا السياحة،2010.

-الحوري، د.مثنى طه،"**الإرشاد السياحي**"، دار الوراق للنشر والتوزيع،عمان ،2002 .

-الخطيب، محمد ، "**مصر أيام الفراعنة**"، منشورات دار علاء الدين، دمشق، 2001 .

-قنديل، فؤاد، "**أدب الرحلة في التراث العربي**"، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة ،2002.

-نصحي،إبراهيم ، "**تاريخ مصر في عصر البطالمة**"، مكتبة الأنجلو المصرية،ج3،ط4،القاهرة،1966.

-خليف مصطفى غرايبة،" **الجغرافية التاريخية للمنطقة الغربية من جبل عجلون"(إربد: مطبعة الروزنا، 1998)** .

-خالد كواش: "**أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية حالة الجزائر**"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر،2007م .

- خليف مصطفى غرايبة، **السياحة الصحراوية** ، الملحق الرقم 2،الخريطة الرقم 18 .

-أمحمد عقيدي،"**الثقافة السياحية بتيميمون**" الحوار المتمدن، 2006/6/3

-عبد المطلب عبد الحميد،"**التمويل المحلي والتنمية المحلية**"،الدار الجامعية طبع نشر توزيع، ص2001.

- ناجي عبد النور،"**الدور التنموي للمجالس المحلية في إطار الحوكمة**"، مديرية النشر بجامعة عنابة، 2010.

-الحوري، مثنى طه،"**الإرشاد السياحي**"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان،2002.

-الخطيب، محمد،"**مصر أيام الفراعنة**" ،منشورات دار علاء الدين، دمشق2001.

-قنديل، فؤاد، "**أدب الرحلة في التراث العربي**"، مكتبة الدار العربية للكتاب ،القاهرة ،2002.

-درادكة،صالح موسى،"**طرق الحج الشامي في العصور الإسلامية**":الطرق في شرق الأردن خاصة،منشورات اللجنة العليا لكتابة تاريخ الأردن،عمان،2007.

- د.محمد مؤنس عوض، "**الرحالة الأوروبيون في العصور الوسطى**": نماذج مختارة،عين للدراسات والبحوث الإنسانية والإجتماعية،ط1،2004.

-إبن فضلان،أحمد، "**رحلة إبن فضلان إلى بلاد الترك والروس والصقالبة (عام 921ميلادي)،قام بتحريرها شاكر لعيبي**"، دار السويدي للنشر والتوزيع،أبو ظبي،ط1،2003.

-كنعان،علي،"**غرائب الأسفار:حكايات إبن بطوطة مستخلصة من رحلته**"، دار السويدي للنشر والتوزيع،أبو ظبي،2005.

-تريسترام،هـ ب، "**رحلات في شرق الأردن**"، ترجمها الدكتور أحمد عويدي العبادي، الدار العربية للتوزيع والنشر ،عمان،د.س

-الروابدة،ندى، "**مدخل إلى الإرشاد السياحي، كلية الآثار والسياحة**" ،قسم الإرشاد والتطوير السياحي، الجامعة الأردنية ،2014/2013.

- وزارة تهيئة الإقليم، "**البيئة والسياحة**": المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة، وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، د.س.

-أمانة الأونكتاد، **هيئة الأمم المتحدة، مجلس التجارة والتنمية لجنة التجارة و التنمية، اجتماع الخبراء بشأن مساهمة السياحة في التنمية المستدامة.**

- كلاوس كولينات: "**جغرافية السياحة ووقت الفراغ**"، ترجمة: نسيم برهم، منشورات الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، د.س.

- السياحة الدينية والتاريخية، الجزائر. أيضا: "**منهل الثقافة التربوية، قسم ثقافة الدول**"، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، على الخط، متوفر على، تاريخ الاطلاع: 2009/08/23.

-وفاء عبد الباسط: "**التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجيات والتحديات العالمية المعاصرة**"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

-عبير عطية، "**التنمية السياحية**": على المستويين الدولي والمحلى، جامعة الاسكندرية، دون سنة نشر.

- مرزوق عايد القعيد و آخرون ، " **مبادئ السياحة** " ط1 ، دار إثراء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2011 .

- عبد الرحمان السيحابني ، "**الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي** "، جامعة الدول العربية ، 2002 .

- **الدليل الإقتصادي و الإجتماعي** ، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار ، الجزائر ، 1998 .

-السيدة عليوة ، **إستراتيجية الإعلام العربي** " هيئة الكتاب ، القاهرة ، 1978 .

- فؤادة عبد المنعم البكري ، "**التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات** "، عالم الكتب ، القاهرة ، 2007 .

-المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني ، " **تسويق سياحي** "، الرياض ، د.س .

- اسعد حماد أبو رمان ، أبي سعيد الربوة ، " **التسويق السياحي و الفندقي**" ، الحامد للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، 2000 .

- محمود عساف ، " **أصول الإعلان** " ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، 1996 .

- الكتاب رقم01 من التقرير العام حول المخطط التوجيهي للسياحة،"SDAT2025"، وزارة تهيئة الاقليم، البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، د.س

– الفيروز آبادي ، "**القاموس المحيط**" مؤسسة الرسالة بيروت ، لبنان ، ط8، 2005.

–ابن خرداذبه ، "**المسالك و الممالك**" ، مقدمه ابن جعفر الكاتب البغدادي ، مطبعة بريل ، مدينة ليدن المحروسة ، 1889 .

– ياقوت الحموي ، " **المشترك وضعا و المفترق صقعا**" ، ط 2 ، عالم الكتب ، بيروت ، لبنان ، 1986 .

– اليعقوبي (أبو العباس أحمد بن يعقوب)، " **البلدان** "، بمطبع بريل ، لندن، 1860 .

–مؤلف مراكشي مجهول ، " **الاستبصار في عجائب الأمصار**" ، تحقيق سعد عبد الحميد زغلول ، دار الشؤون الثقافية العامة ، بغداد ، العراق ، د.س

–ابن عذري المراكشي، " **البيان المغرب في أخبار الأندلس و المغرب** "، تحقيق ومراجعة :ج.س.كولان و إ.ليفي بروفنسال ، ط2 ، دار الثقافة بيروت ، لبنان ، 1983 .

–عبد الرحمان بن خلدون ، "**العبر وديوان المبتدأ و الخبر في أيام العرب و العجم و البربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر**" ، دار الكتاب اللبناني بيروت ، لبنان ، 1981 .

–الحسن الوزان ، " **وصف إفريقيا** " ، ترجمة : محمد حجي ، محمد الأخضر ، ط2 ، دار الغرب الإسلامي ، بيروت ، لبنان ، 1983 .

–أحمد الشناوي و آخرون ،" **دائرة المعارف الإسلامية**" ، مراجعة محمد مهدي علام ، دار المعرفة ، (د ط) بيروت ، لبنان ، م 10 د.س

– مديرية التخطيط والتهيئة العمرانية ،**مونوغرافية ولاية بسكرة** ،2018.

– عبد القادر حليمي ، "**جغرافية الجزائر**" ، المطبعة العربية ، الجزائر ، 1968 .

–شارل أندري جوليان،" **تاريخ إفريقيا الشمالية**"، تعريب: محمد مزالي والبشير بن سلامة، الدار التونسية للنشر، تونس، 1969.

–عبد الرحمن بن خلدون،"**العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العرب والعجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر**"، دار الكتاب اللبناني بيروت ،لبنان ، 1981، م7، ق1، ص ص5–16. أنظر كذلك: موسى لقبال،"**المغرب الإسلامي**"،ط2 ،الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،1981.

– مبارك بن محمد الميلي، "**تاريخ الجزائر في القديم والحديث**"، تقديم وتصحيح: محمد الميلي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،1989.

– محمد بن عمر العدواني،" **تاريخ العدواني**"، تقديم وتحقيق وتعليق: أبو القاسم سعد الله، ط2 ، دار الغرب الإسلامي بيروت، لبنان، 2005 . وأيضا : عبد الله بن محمد العياشي، "**الرحلة العياشية للبقاع الحجازية المسمى ماء الموائد**"، تحقيق وتخريج وتعليق : أحمد فريد المزيدي، دار الكتب العلمية بيروت،لبنان، 2011.

-إبراهيم محمد الساسي العوامر، "**الصروف في تاريخ الصحراء وسوف**"، تعليق،الجيلالي بن إبراهيم العوامر، منشورات ثالة الأبيار، الجزائر،2007.

- أبو القاسم سعد الله، "**حاطب أوراق**"، عالم المعرفة، الجزائر، 2011.

-أبو الفوز محمد الأمين البغدادي(السويدي)، "**سبائك الذهب في معرفة قبائل العرب**"، دار إحياء العلوم، بيروت،(د.س).

-صلاح مؤيد العقبي،"**الطرق الصوفية والزوايا بالجزائر**"،دار البصائر،الجزائر،2008.

-أحمد توفيق المدني ، "**كتاب الجزائر**" ، عالم المعرفة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2010 . و كذلك عبد المجيد حبة .

- عبد الله بن محمد العياشي، "**الرحلة العياشية للبقاع الحجازية المسمى ماء الموائد**"، تحقيق وتخريج وتعليق : أحمد فريد المزيدي، دار الكتب العلمية بيروت،لبنان، 2011.

-أحمد التجاني ، "**رحلة التجاني**"، تقديم: حسن حسني عبد الوهاب، الدار العربية للكتاب،ليبيا، تونس، 1981.

-أحمد العشماوي،"**السلسلة الوافية والياقوتة الصافية في أنساب أهل البيت المطهر أهله**"، طبع بالمطبعة الخلدونية التلمسانية، الجزائر،سنة 1962 .

-عبد الله حشلاف، "**سلسلة الأصول في شجرة أبناء الرسول**"، المطبعة التونسية ، تونس،1929 .

- محمد بن عبد الرحمن الديسي ،"**تحفة الأفاضل في نسب سيدي نايل**"، ش ت : عبد الكريم قذيفة ،نشر الجمعية الثقافية للعلامة الشيخ محمد بن عبد الرحمن الديسي ،الجزائري، 2012.

- زكريا يحي بن خلدون ، "**بغية الرواد في ذكر الملوك من بني عبد الواد**" ، مطبعة فونطانا الشرقية ، الجزائر 1903 .

- أبوراس الناصري ، " **عجائب الأسفار و لطائف الأخبار** " ، دراسة و تحقيق : محمد بوركبة ، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية ، الجزائر ، 2012 .

- كمال بيرم ، "**الإحتلال الفرنسي و المقاومة الشعبية بمنطقة الحضنة (1838-1954)** "، دراميم للنشر ، الجزائر ، 2013.

- عبد القادر بومعزة ، "**بسكرة في عيون الرحالة الغربيين**"، ج1 ، دار علي بن زيد للطباعة و النشر ، بسكرة ، الجزائر ، 2016.

-الشيخ أحمد خمار، "**تحفة الخليل في نبذة من تاريخ بسكرة النخيل**"،دار الهدى عين مليلة،الجزائر،2012.

- مديرية التخطيط والتهيئة العمرانية،" **مونوغرافية ولاية بسكرة** "،2018.

-محمد الصغير رشيد ،" **باب الخوخة : حكايات عن المدينة الجميلة**" ، خواطر عن عروس الزيبان بسكرة ، دار علي بن زيد للطباعة والنشر- بسكرة -الجزائر،2018.

-عبد الحليم صيد، "**شمس بسكرة تسطع على الثقافة الجزائرية**"(محاضرة بدار الثقافة عبد المجيد الشافعي . قالمة)، نشر كتاب بدار الثقافة بسكرة،بسكرة ،ط1 ،2008 .

– محمد خير الدين،"**مذكرات الشيخ محمد خير الدين**"،ط2 ،مؤسسة الضحى، الجزائر، ج1، 2000.
–تعريب وتحقيق: محمد العربي الزبيري ، "**مذكرات أحمد باي وحمدان خوجة وبوضربة**" ،ط2 ،الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،1981.
– شارل أندري جوليان، "**تاريخ الجزائر المعاصرة (1827 –1871)**". ترجمة، جمال فاطمي وآخرون، دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر،2008. للإستزادة أكثر عن هذه الجريمة .
أنظر : De Reynqud,op–cit.
– محمد بن عبد القادر الجزائري، "**تحفة الزائر في تاريخ الجزائر والأمير عبد القادر**"، شرح وتعليق : ممدوح حقي، منشورات ثالة، الجزائر،ج1، 2007 .
–أبو القاسم سعد الله، "**تاريخ الجزائر الثقافي (1830–1954)**"، ط4 ،دار الغرب الإسلامي بيروت ،لبنان، ج3 ، ج7،2005 .

– أحمد توفيق المدني ، "**كتاب الجزائر** "، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

– آجرون (شارل روبير)، "**الجزائريون المسلمون وفرنسا (1871–1919)**،" ترجمت: م. حاج مسعود وأ. بكلي، دار الرائد للكتاب، الجزائر، ج1،2007.

–عبد الحميد زوزو،" **الأوراس إبان فترة الإستعمار الفرنسي (1837–1939)**"ترجمت : مسعود حاج مسعود، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ج1،الجزائر ،2005.
–محمد ناصر، الصحف العربية الجزائرية من 1847 إلى 1939 ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر،1980 .
عمار هلال، "**الهجرة الجزائرية نحو بلاد الشام (1847–1918)**"، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2008 .
–كمال كاتب، "**أوروبيون ((أهالي)) ويهود بالجزائر (1830–1962)**"–تمثيل وحقائق السكان ، ترجمة : رمضان زبدي، دار المعرفة، الجزائر، 2011.

– الشيخ أحمد خمار ، " **تحفة الخليل في نبذة من تاريخ بسكرة النخيل** "، طبعة عن الجمعية الخلدونية للأبحاث والدراسات التاريخية بالتعاون مع ولاية بسكرة، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع ، عين مليلة ، الجزائر، 2012 .

– عبد القادر عثماني ،"**مجموع محاضرات ومقالات وفتاوى**" ، جمع وتنسيق مجموعة محاضرات ، بن عكنون الجزائر ،2005.
– د. أحمد الأمين ،"**من فحول الشعراء في سيدي خالد بسكرة**" ،دار السبيل للنشر والتوزيع ،الجزائر ،2008.

-أحمد عاشور ،"**جمع ديوان محمد بن قيطون في كتاب صدر عن دار الشروق بالعاصمة** "،2008.

- أبو سالم العياشي المغربي،"**ماء الموائد الجزء الثاني تصحيح وتنقيح خليل بن صالح الحسني الخالدي**"، المغرب طبعة حجرية 1316هـ.

- الحسين الورتيلاني،"**نزهة الأنظار في فضل التاريخ والأخبار**"، الجزائر مطبعة فونتانا، 1920.

1الجمعية الخلدونية بالتعاون مع ولاية بسكرة 2008.

2- زردوم عبد الحميد ، "**الموسيقى والمسرح في بسكرة، مطبعة المنار**"، الجزائر ،2005.

4-بسكرة عروس الزيبان، محافظة المهرجان الثقافي المحلي مديرية الثقافة ببسكرة .

- مسؤول الاستثمار السياحي بمديرية السياحة لولاية بسكرة

2- مديرية السياحة بولاية بسكرة.

3- مديرية التشغيل بولاية بسكرة.

- سليمان الرياشي، "**دراسات في التنمية العربية : واقع وآفاق** "، مركز دراسات الوحدة العربية،بيروت 1998.

- سحر قدوري الرفاعي،" **التنمية المستدامة مع التركيز على الادارة البيئية**"، أعمال المؤتمر الدولي المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة، تونس، 2006.

- دوجلاس موسشيت،"**مبادئ التنمية المستدامة**"، ترجمة بهاء شاهين، الدار الدولية،الطبعة الأولى، القاهرة، 2000.

- عبد الباسط وفاء، "**التنمية السياحية المستدامة**"، بين الإستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة. دار النهضة العربية مصر. طبعة أولى، 2005.

1-محمد الصيرفي، "**السياحة والبيئة بين التأثير و التأثر**"، طبعة أولى، مصر، دار الشيمي، 2008.

- الإدريسي، الشريف،" **نزهة المشتاق في اختراق الأفاق**"، فصل الثالث من العتاب "القارة الإفريقية وجزيرة الأندلس" ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983م.

- الحسن الوزان، "وصف إفريقيا"، دار النشر بالبندقية، ط1، إيطالي، سنة 1550م، ط2، ترجمة د. محمد حجي ومحمد الأخضر، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 1983.

5-. العياشي، عبد الله، "**ماء الموائد -رحلة – الجزء الثاني**"، منها طبعة حجرية بالمغرب سنة 1316 للهجرة، صححت من طرف الشيخ خليل بن صالح الحسني الخالدي.

6- أحمد بن ناصر الدرعي، "**رحلته المطبوعة في مجلد يضم جزئين ضمن طبعة حجرية مغربية**"، دار السويدي للنشر و التوزيع في بيروت من طرف المؤسسة العربية للدراسات ،2011 .

7- الورتيلاني الحسين بن محمد السعيد، "**نزهة الأنظار في فضل علم التاريخ والأخبار الجزائر**"، تحقيق الدكتور محمد بن أبي شنب، مطبعة بيير فونتانا الشرقية،، الجزائر، سنة 1326 هـ 1908 .

8-محمد العدواني السوفي، "**تاريخ العدواني**"، تقديم وتحقيق وتعليق د. أبو القاسم سعد الله في ثمان نسخ، نسخة (1) الشيخ أحمد خراز، نسخة (2) السيد سعيد هيمة، دار الغرب ط1، بيروت، لبنان، 1996.

9-هاينريش فون مالتسان، "**ثلاث سنوات في شمال غربي إفريقيا**"، ترجمه إلى اللغة العربية الدكتور أبو العيد دودو، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر العاصمة، 1980.

10- س-هـ- ليدر، "**بوابة الصحراء بسكرة وما جاورها**"، ط1، العاصمة بريطانيا، لندن، سنة 1910م، تلخيص **د. عبد الله ركيبي في كتابه،_"الجزائر في عيون الرّحالة الإنجليزي**_" ، الجزء الأول، ط1، بدار الحكمة في الجزائر العاصمة، سنة 1999.

11- هيلتون سمسون، "**بين سكان التلال في الجزائر: رحلات إلى بلاد الشاوية في جبال الأوراس**"، ط1، جدار النشر لندن، لنـدن، 1921.

12-بلاك كيومنو، **رسالة "دليل موضح بالصور عن بسكرة وضواحيها محتويًا على مخطط تفصيلي للمدينة"**، تقديم ماكالي بوانار، طبعة نقابة المبادرة الفرنسية في بسكرة، د.س لكن بعد سنة 1939م.

13- جورج ماركيو داميريك وجورج هيرتز،" **بسكرة والزيبان**"، مطبعة أونري باكونية، الجزائر العاصمة، 1956.

-علي بزي،" **الحرف التقليدية أهميتها ومنهجية دراستها**،" الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية الدراسات والبحوث والنشر، العدد 12 ، لبنان،2011 .

- بوحسون العربي،" **الصناعات التقليدية الجزائرية والثقافة السياحية**"، الانثربولوجيا والتراث، المحور الأول، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، د.س

- ابن منظور ، " **لسان العرب**" ، دار صادر بيروت ، لبنان ، ط3 ، مجلد 1 ، 1994.

1- عبد الحميد زوزو ، "الأوراس إبان فترة الإستعمار الفرنسي (1837-1939)" ، ترجمة : مسعود حاج مسعود ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ،الجزء الأول ، الجزائر ، 2005 . أنظر كذلك : سميرة سنوسي ، مرجع سابق ، ص 15 و أيضا : Dubocq, op-cit , p 07

2- الرسائل الجامعية :

2-1-رسائل الماجستير:

1- دماد نوال،"**الإستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية**" ، رسالة ماجستير، جامعة لجزائر ،2010.

2-حسن علي محمد حسن " **السياحة في جمهورية مصر العربية** " دراسة في الجغرافيا الإقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة ،1975

3-حيزية حاج الله، "**الإستثمارات السياحية في الجزائر**"، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب البليدة، 2006.

5-السبتي وسيلة، "**التمويل التنمية المحلية في إطار صندوق الجنوب دراسة واقع المشاريع التنموية في ولاية بسكرة**"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2005/2004.

رميلاوي سفيان، "**دور المجتمع المدني في التنمية المحلية في الجزائر حالة بلديات الجزائر الوسطى**"، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2010.

6-يوسفي نور الدين، "**الجباية المحلية ودورها في تحقيق التنمية المحلية في الجزائر دراسة تقييمية للفترة 2000-2008مع دراسة حالة ولاية البويرة**"،مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والتجارة، جامعة أ.محمد بوقرة بومرداس،2009/2008.

7-أمينة بن تركي، **دليلة بن علية، "دراسة تحليلية لواقع التنمية المستدامة،مذكرة لنيل شهادة مهندس دولة**"،المدرسة العليا للإحصاء والإقتصاد التطبيقي،2013/2012.

8- عبير بنت محمد بن ربيع عاني طالبة معيدة بقسم الثقافة الإسلامية ،"**أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي**": بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير في الثقافة الإسلامية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية كلية الشريعة بالرياض قسم الثقافة الإسلامية، د.س

9- أ. منى لخساف: "**دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية**"، رسالة ماجستير، تحت إشراف: د/طواهر محمد التهامي، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003.

10- المازن سمان، "**الاستثمار السياحي وأثره على البيئة العمرانية في المدن التاريخية**"، رسالة ماجستير، جامعة حلب، سوريا، 2009.

11-لرقط فريدة ،المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح ،تحليل بعض المؤشرات التطبيقية في الوكالات السياحية بمدينة سطيف، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص : تسيير مؤسسات، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير،جامعة فرحات عباس، سطيف السنة الجامعية 2000، 2001.

13-صليحة عشي،" **الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر**"، تونس والمغرب، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد التنمية، جامعة باتنة، 2004/2005.

14-كريم قاسم، " **ترقية السياحة في الجزائر**" ، رسالة ماجستير ، المدرسة العليا للتجارة ، جامعة الجزائر ، 1998.

15- زهير بوعكريف ، "**التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة** ": دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011-2012 .

16-سماعيني نسيبة ، " **دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر**" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة وهران ، 2013-2014 .

17-صورية مديازة ، " **بلاد الزاب من الفتح الإسلامي إلى غاية انتقال الفاطميين إلى مصر 21-362هـ/642-972 م** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التاريخ ، تخصص التاريخ الإسلامي ، قسم التاريخ و علم الآثار ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر ، 2010/2009

18- سميرة سنوسي، "**التصحر في الزيبان وانعكاساته على التهيئة ولاية بسكرة** "، مذكرة لنيل درجة الماجستير في التهيئة الإقليمية ،جامعة منتوري قسنطينة، كلية علوم الأرض الجغرافيا والتهيئة العمرانية، قسم التهيئة العمرانية ،2006

19-جمال عناق ، "**المنشآت المائية و طرق استغلالها في منطقة الزّاب الشرقي**" ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الآثار (آثار صحراوية) ، جامعة بسكرة ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، الموسم الجامعي 2009/2008 .

20 -جميلة معاشي ،"**الأسر الحاكمة في بايلك الشرق الجزائري من القرن 10هـ -13هـ/16م-13م ، دراسة إجتماعية وسياسية** "، رسالة لنيل درجة الماجستير في التاريخ الحديث، معهد العلوم الإجتماعية جامعة قسنطينة، 1995

21- بن صديق نوال،" **التكوين في الصناعات والحرف التقليدية بين المحافظة علي التراث ومطلب التجديد**"، مذكرة ماجستير، قسم انتروبولوجيا التنمية، كلية /العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان،/2013/2012

23- عوينات سعدية،" **طرق تسويق منتجات الصناعة التقليدية دراسة ميدانية: غرفة الصناعة التقليدية والحرف" سعيدي بن يبقى" سعيدة**، مذكرة ماستر،قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مولاي الطاهر سعيدة،2017/2016.

24- جعيل أيوب، لجدل بوزيد،" **دور التسويق السياحي في تطوير الصناعات التقليدية والحرفية دراسة حالة الجزائر**"، مذكرة ماستر، قسم العلوم التجارية،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة ،2017/2016.

26- شيبان آسيا، "**دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية- حالة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر**" ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ،2008 /2009

2-2-رسائل الدكتوراه :

1-محمود فوزي شعوبي : "**السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية2002/1974**"،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، تحت إشراف أ.د قادة اقاسم،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2007/2006.

2-جودي عبد القادر،"**أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر**"،أطروحة دكتوراه،جامعة الجزائر.2006.

3- بوعقلين بديعة، "**الإستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر**"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر،2006.

4-بوسهمين أحمد، "**الإستثمار في المؤسسات المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوب الغربي الجزائري**"،أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03 ،2010-2009.

5-خنفري خيضر، "**تمويل التنمية المحلية في الجزائر الواقع والآفاق**"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم تسيير وعلوم تجارية، جامعة الجزائر-03-2011/2010.

6-السبتي وسيلة،" **تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوقي الزكاة والوقف**"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة،2013/2012.

7- بوسهمين أحمد، "**الإستثمار في المؤسسات المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوب الغربي الجزائري**"،أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03 ،2010-2009.

8- بديعة بوعقلين :"**الإستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر**"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر،2006.

9- عوينات عبد القادر ، **السياسة في الجزائر : " الإمكانيات و المعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية** (SDAT 2025)،أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2012-2013 .

10- بوزاهر نسرين، "**ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة** "- منطقة الزيبان-أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية .فرع: نقود وتمويل،(دراسة

ميدانية) ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية: جامعة محمد خيضر – بسكرة– الجزائر، 2016–2017

3- ملتقيات –مقالات - مجلات

3-1- ملتقيات:

1–حامد نور الدين ، " **السياحة الصحراوية المستدامة بالدول العربية** " ، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي : " **دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية** "، جامعة بسكرة ، مارس 2012

2–بنوناس صباح ، " **مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر و استراتيجيات تطويرها**" ، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي : "**دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية و الإجتماعية**" ، جامعة بسكرة ، مارس 2012 .

3– مناصرية اسماعيل ، "**الترويج السياحي كوسيلة فعالة لتنشيط السياحة الصحلراوية في الجزائر**" ، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني : "**دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية و الإجتماعيـة**" ، جامعة بسكـرة ، مـارس 2012 .

4– برحومة عبد الحميد ، " **تفعيل الشركة بين الحكومة ، القطاع الخاص و المجتمع المدني في تنشيط و صناعة السياحة الصحراوية** "، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني : **دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية** ، جامعة بسكرة ، مارس 2012 .

5– حامد نور الدين، "**السياحة الصحراوية المستدامة بالدول العربية، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي الثاني: دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية**"، جامعة بسكرة، مارس2012.

6– نوري منير، بلعلياء خديجة، "**أهمية الاتصالات التسويقية في تنمية السياحة الصحراوية في الجزائر**"، مداخلة مقدمة في الملتقى جامعة الدولي حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير **جامعة محمد خيضر–بسكرة،**

11– 2012/03/12

7– جعيل جمال ، اسماعيل زحوط ،" **الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر**"، ملتقى وطني: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة

8– الطيب طيبي ،عبد الحليم مهداوي،" **دور الصندوق الوطني لترقية الصناعات التقليدية FNPAAT** في تمويل المؤسسات الحرفية في الجزائر"،الملتقي الوطني حول: النظام المالي وإشكالية تمويل الاقتصاديات النامية ،جامعة محمد بوضياف المسيلة،4 و 5 فيفري2019

9- فطيمة الزهرة عيسات، "**التحديات والمعوقات الإدارية المؤثرة في الاستثمارات السياحية في الجزائر وكيفية معالجتها**"، مؤتمر الملتقى الوطني السابع حول مقومات وتحديات الاستثمار في القطاع السياحي بالجزائر في البويرة يومي 9 و 10 جانفي 2017.

2-3- مقالات :

1-محمد هاني عطوي ، "السياحة الفلكية..متعة تأمل النجوم والإستمتاع بهدوء الصحراء"، مقال، متعة تأمل النجوم والإستمتاع بهدوء الصحراء، ملاحق الخليج، ملحق علوم وبيئة،14أوت 2019.

2-سعيد بركان ، مقال نشر على موقع: https://www.afrigatenews.net/a/309037، 07 ديسمبر 2021.

3- خالد كواش: "**مقالة مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد01/2004 ، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.

4-مصطفى الجندي، "**السياحة ضد البؤس**"،مقال-مجلة الأهرام-القاهرة-أفريل 1998.

5- بديع بكيني، مقال نشر على جريدة الشروق اليومي بتاريخ :2019/08/18.

3-3- مجـلات :

1- سليمان ولد حامدن، "**السياحة الصحراوية بشعبية وادي الحياة، مقوماتها وسبل تنميتها**"، مجلة كلية الآداب والعلوم(أوباري)،(2006).

2- هواري معراج، سليمان جردات، "**السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري**"، مجلة الباحث، العدد 01 ، تاريخ الاطلاع: 2009/06/26.

3- خالد كواش، "**مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص213- ص237 ،تاريخ الإطلاع 2004/06/01.

4- خالد كواش ، "**مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**" ، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد الأول ، 2004 .

5-شريط حسين الأمين ، " **فعالية التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر** " مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، العدد 14 ، 2015 .

6-قروج يوسف ، قصاص فتيحة ، " **الفرص الاستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**" ، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية ، العدد 07 ، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2016

7-بن يوسف تلمساني،**((دراسة وصفية لواحة وادي ريغ من خلال تقرير فرنسي 1840))**، "**حولية المؤرخ**"، مجلة يصدرها إتحاد المؤرخين الجزائريين، ع ع : 3-2005/4.

8-آثار الشيخ عبد المجيد حبة العقبي، تقديم وتحقيق: التواتي إبن لمبارك، البصائر الجديدة للنشر والتوزيع، الجزائر،2014، ص142. حول هذه الأرجوزة أنظر كذلك : عبد الله حمادي، **((عن الحشيش والدخان وأشياء أخرى ....))**، الثقافة، مجلة تصدرها وزارة الثقافة والسياحة السنة السابعة عشرة،ع: 98، رجب شعبان 1407 هـ/ مارس أفريل 1987م.

9-ناصر الدين سعدوني ، **((الإنسان الأوراسي و بيئته الخاصة))** ، "**الأصالة** "، مجلة تصدرها وزارة الشؤون الدينية ، الجزائر ، ع ع : 61/60-1978.و كذاك : اومير دي فيلر.

10-سميحة بن يونس، كلتوم مسعودي، **دور الصناعة التقليدية الصحراوية في تفعيل السياحة الصحراوية**، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد5 ، جامعة .برج بوعريريج، ديسمبر 2016 .

11- فوزية برسولي، كريمة بن صالح،" **دورالصناعة التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية**"، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد1 ، جامعة حمه .لخضر الوادي، 2016 .

12- شاهة عبد القادر،" **واقع التكوين المهني في الصناعات والحرف التقليدية في الجزائر**"، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد2 ، جامعة الجزائر3، 2016 .

13- بن عبد العزيز فطيمة، "**آليات دعم الصناعات التقليدية الحرف في الجزائر**"، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد2 ، جامعة الجزائر3 ،2017 .

14- سهيلة عبد الجبار، حاجي كريمة،" **واقع الصناعة التقليدية الجزائرية بين قصر النظر التسويقي وتحدي المنافسة**"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجد2 ، العدد 01 ، جامعة الشلف، 2016 .

15- العباسي رمزي، عموري فادية، "**معوقات تسويق المنتج التقليدي والحرفي في الجزائر**" ، العدد2 ، مجلة العلوم الادارية والمالية ، جامعة حمه لخضر الوادي ،2018/12/31.

16 - د عمار طالبي ،"**عبد الرحمن الأخضري حياته وأعماله** "،مجلة العلوم الإسلامية المجلد /العدد 1، مج 2، الجزائر ، 1985

4- تقاريـر :

--جامعة الدول العربية، "**النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي**"، العدد السادس، 2007.

– مديرية السياحة لولاية بسكرة. تقرير حول وضعية السياحة في بسكرة خلال سنة 2008

1 – "تقرير صادر عن وحدة تطوير الإدارة المحلية، وزارة التنمية المحلية إعدادا إستراتيجية التنمية الاقتصادية المحلية بقطاع السياحة والحرف البيئية واليدوية بمحافظة المنيا ، مصر.2015.

5- جرائد :

– سفيان بوعياد: "**مشكلة السياحة الجزائرية في نقص اليد العاملة المؤهلة**": جريدة الخبر اليومية، العدد 4561، التاريخ: 26 نوفمبر 2005 الموافق ل 24 شوال 1426هـ الجزائر.

– الشهاب، **جريدة سياسية تهذيبية إنتقادية**، قسنطينة، الجزائر،ع: 30،28 ذو القعدة 1344 هـ الموافق ل10 جوان 1926 .

– جريدة البصائر، "**لسان حال جمعية العلماء المسلمين الجزائريين**" ،ع :105 ، 23 محرم 1357 هـ الموافق 25 مارس 1938 .

– عبد القادر سبخة، لقاء نشر على جريدة الشروق اليومي بتاريخ: 9 /2021/10.

7.–معاجم

– الحموي،ياقوت،"**معجم البلدان،منشورات مكتبة الأسدي**"،المجلد الثاني،1965.

– ياقوت الحموي ، "**معجم البلدان**" ، دار صادر بيروت ، لبنان ، مجلد 3، 1988.

–أبو عبيد البكري ، " **معجم ما استعجم من أسماء البلاد و المواضع** "، ج 2 ، حققه و ضبطه مصطفى السقا ، عالم الكتب بيروت ، لبنان، 1945 .

– لومير دي فيلر، "**معجم قبائل ودواوين الجزائر**"، ترجمة: حمزة الأمين يحياوي ومالك بن خدة، عالم المعرفة للنشر والتوزيع،الجزائر،2013.

–لومير دي فيلر،"**معجم قبائل و دوواوير الجزائر**"، ترجمة : حمزة الأمين يحياوي و مالك بن خدة ، عالم المعرفة للنشر و التوزيع ، الجزائر 2013 .

– خير الدين الزركلي ،"**تاريخ الجزائر العام 126/1 ومعجم أعلام الجزائر ص14 والأعلام 331/3**" ، ومعجم المطبوعات 406/1، الزاهر الباسم ،ص 113 فهرست معلمة التراث الجزائري 126/1 تاريخ الجزائر العام 81/3 159 ، وديوان عبد الرحمن الأخضري.

-معجم أعلام الجزائر ص 129 وفنون النثر الأدبي في الجزائر ص 491 ومقدمة صاحبة الوحي لأحمد منور ص 10 ونهضة الأدب العربي المعاصر في الجزائر ص 157 ومعجم مشاهير المغاربة ومن أعلام الإصلاح في الجزائر 257/1 . وصوت الجزائر في الفكر العربي المعاصر . ونفح الأزهار عما في مدينة قسنطينة من الأخبار ، وشهيد الثورة الجزائرية أحمد رضا حوحو في الحجاز لصالح خرفي والأعلام للزركلي 126/1 ومعجم

أعلام الجزائر لنويهض ،ومدينة سيدي عقبة أعلام ومعالم ،ومقال أحمد رضا حوحو نبذة عن حياته وآثاره للدكتور أحمد منور الشروق اليومي العدد 421 الأحد 24 مارس 2002 . وأحمد رضا حوحو قصة جهاد وعلم وإبداع لمصطفى دالع الشروق اليومي العدد 3379 الإثنين 8 أوت 2011 . والأديب أحمد رضا حوحو لعبد الحليم صيد يومية الشعب العدد 10846 الثلاثاء 14 نوفمبر 1995.

1- عبد الحليم صيد ، "**معجم أعلام بسكرة**"، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة –الجزائر،2012.

1- ياقوت بن عبد الله الحموي، "**معجم البلدان**"، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان (بيروت)، 1984/1404م.

8-مقابلات :

مقابلة مع مدير السياحة بونافع نور الدين بتاريخ 2009/02/14.

1- مقابلة مع نائب رئيس جمعية الديوان المحلي للسياحة بسكرة حسيني بشير بتاريخ 2009/02/24.

2-مقابلة مع بسام عبد المجيد رئيس جمعية ترقية الديوان المحلي جمورة. في 2009/02/01.

3- مقابلة مع رئيس جمعية الديوان المحلي للسياحة القنطرة حسين هواري وأحد أعضاء الجمعية نور الدين شلي في 2009/02/01.

4-مقابلة مع رئيسة جمعية حيزية للتراث وترقية السياحة حيزي هند في 2009/02/23.

5- مقابلة مع ابراهيم عبد الرحماني رئيس دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي ومحقق داخلي للغرفة ومكون معتمد من طرف المكتب الدولي للشغل في تقنية تسيير المؤسسات، دار الصناعة التقليدية، يوم: 2019/06/16.

-مراجع بالفرنسية :

A- OUVRAGE

-Robert Lanquard :**Le tourisme international**, série que sais –je paris ,puf,1980.

-Ahmed Tissa :**Economie Touristique et aménagement de territoire**

opu,alger,1994.

- G.wackermanne :**Tourisme international** ,paris,puf,1988.

- j.p.Lozato :**Géographie du tourisme** :maison, parie :1990.

Grober in corproted,An Encyclopedia Americana,1982 vol.26.

- Dennison nash,Tourism as an anthropological subject.

- Linton Ralphe, "**Le fondement Culturel de la personnalité"**, dunod,1975,

- Philipe Kotler et Bernard Dubois **, " Marketing management"**, 11 éme édition ,Pearson éducation, Paris , 2004 .

- Ministère de l'aménagement du Territoire de l'environnement et du tourisme , **Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2025 »audit du tourisme Algérien** , Livre 01 .

-SDAT 2025 ," **les sept poles touristiques d'excellences (pot)"** , livre 03.

- SDAT2025, " **le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'action touristique prioritaires"** , livre 02 .

- Erik Engel , Anna Dederichs, Felix Gärtner, et autres. **« Développement d'une stratégie de tourisme durable dans les aires protégées du Maroc**. Tome 2 : Manuel Méthodologique L'élaboration d'une stratégie, pas à pas ».SLE Publication, Berlin, 2009.

-Mimoun Hillali. "**Le Tourisme International Vu du Sud"**: Essai Sur la Problématique du Tourisme dans les payes en développement .Canada, presse de l'université de Québec.2003.

B-Dictionnaire

-RUSS Jacqueline, " **Dictionnaire de philosophie"**,Bordas,2004.

- Gresle François, "**panoff Michel"**, Dictionnaire des Sciences Humaines,Nathan,1994.

C-PRESSE

-Dennison Nash, **Tourism as an Anthropological Subject and comments and Reply**,journal Article current Anthropology vol.22.N° 5 ,Published by the university of chicago press ,1981.

Marc Augé " **l'autre proche dans** : **l'Autre et le semblable :Regards(1) sur l'ethnologie des sociétés contemporaines**",CNRS plus,Textes de Maurice

Agulhon,Gérard Althabe,Marc Augé,Guy Barbichon…(et al) rassemblés et introd. par Martine Segalen(paris) : presses du CNRS,1988.

* « ZET »les zones d'expansion touristiques .

* « POT » les pôles touristiques d'excellences

D-Rapport

- World Economic Forum, **The travel and tourism Competitiveness Report 2008**: Balancing Economic Development and Environmental Sustainability Ed By, J:Blanke .and the chiesa . Geniva.2008.

l'Agence Américaine pour le Développement International **«STIMULER LE TOURISME RURAL »**. Rapport Final du Programme Promotion du Tourisme Rural au Maroc. .2006..

- **مواقع الانترنت:**

-السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية،**www.algeriantourism.com**،تاريخ الإطلاع 2010/04/11،بتوقيت الإطلاع 8:00 مساءا.

-أنظر الموقع الإلكتروني:www.jeel-libya.com/follows/view.asp

- مؤسسات السياحة في الجزائر، **وزارة السياحة الجزائرية**، www.mta.gov.dz ، تاريخ الاطلاع: 11/04/2010، بتوقيت 8.00 مساءا.

1- الأمر رقم 95-22 المؤرخ في 26 أوت 1995 والمتعلق بخوصصة المؤسسات.

- جغرافيا الجزائر، موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا http://ar.wikipedia.org/wiki_، تاريخ الإطلاع 04/08/2011 ، توقيت الإطلاع11.40 صباحا .

- وزارة السياحة الجزائرية، السياحة في الجزائر، www.mta.gov.dz_ ، تاريخ الإطلاع 11/04/2006 ، توقيت تاريخ الإطلاع8.00 مساءا.

- السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية، www.algeriantourism.com /، تاريخ الاطلاع: 11/04/2006 ، توقيت الإطلاع8.00 مساءا.

- المشاريع الإستثمارية السياحية، وزارة السياحة الجزائرية، www.mta.gov.dz، تاريخ الإطلاع: 2013/09/17، توقيت الإطلاع10.00 صباحا

-بوعلام غمراسة، "**الحمامات المعدنية بالجزائر.. مقصد السياح من كل مكان، (على الخط)**"، متوفر على: http://www.aawsat.com/details.asp?section=41 article=404131 issueno تاريخ الاطلاع 29/6/2009.

1- السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية، www.algeriantourism.com ، تاريخ الإطلاع 2010/04/11 ، توقيت الإطلاع 8.00 مساءا.

2- - عبد الحق عباس، "**السياحة في الجزائر**"، فرص غير مستغلة تختزل نصيب الوطن من السياحة الى 01 بالمائة على الموقع: www.annabaa.org/nbanews/60/253.htm(2010)

1- شبكة الصحافة غير المنحازة www.voltairenet.org بنك للاستثمار السياحي في الجزائر، (على الخط)، متوفر على: ، تاريخ الاطلاع: 2009/08/23.

- د عبيد العبدلي ، " **الفرق بين الدعاية و الإعلان** "، على الموقع (يوم : 2009/04/23): http://www.dralabdali.com/difference-btwn-ads-and-publicity/

1-الإعلام السياحي ، وسائله ، مزاياه ، أنواعه ، على الموقع : http://itfctk.ahlamontada.net/t453-topic ، يوم (2010/09/10).

-انتعاش سياحة المعارض و المؤتمرات في سلطنة عمان ، ص 1 ، على الموقع www.twiter.com **يوم** 2011/06/26

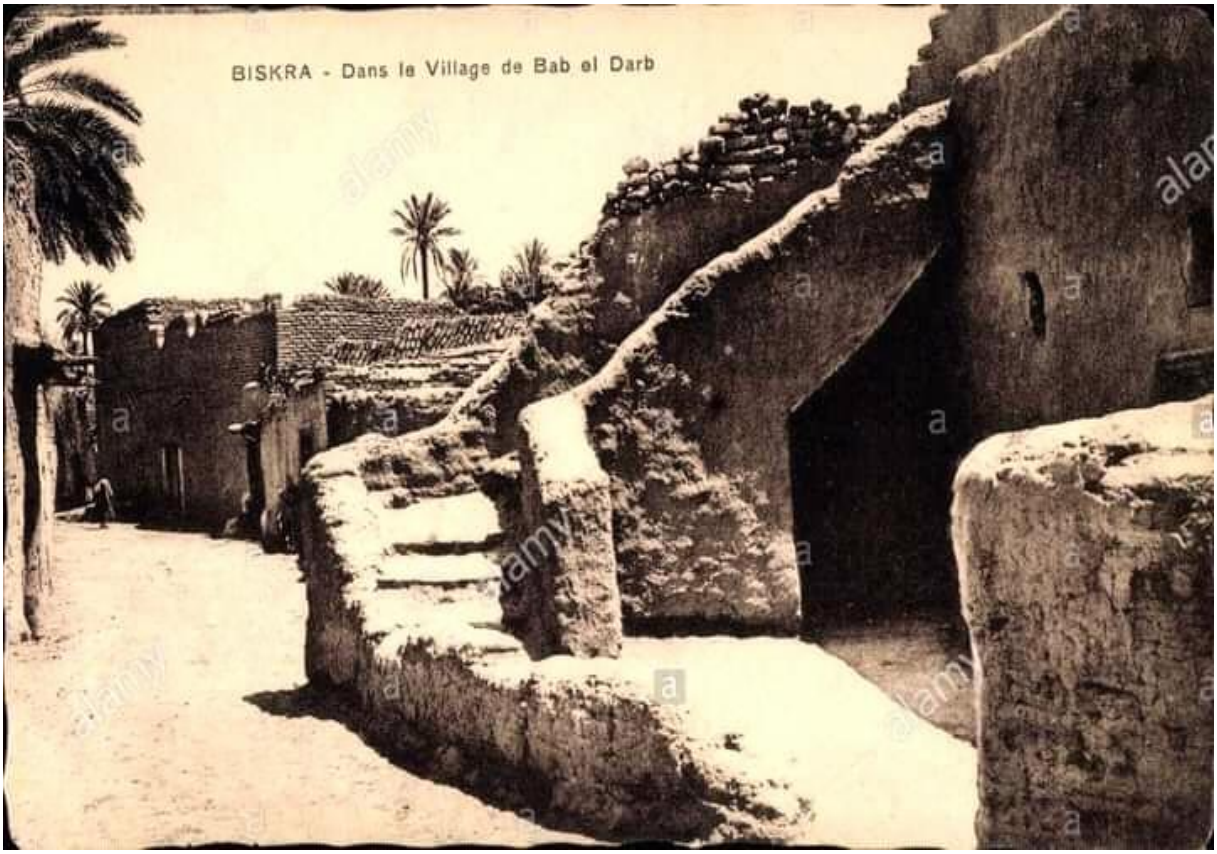
1- bayt4.com/vb/showthread.php?t=74594. consulté le 5/12/2019

-www.eldjoumhouria.dz/article.php.id=8646. consulté le 21/11/2018

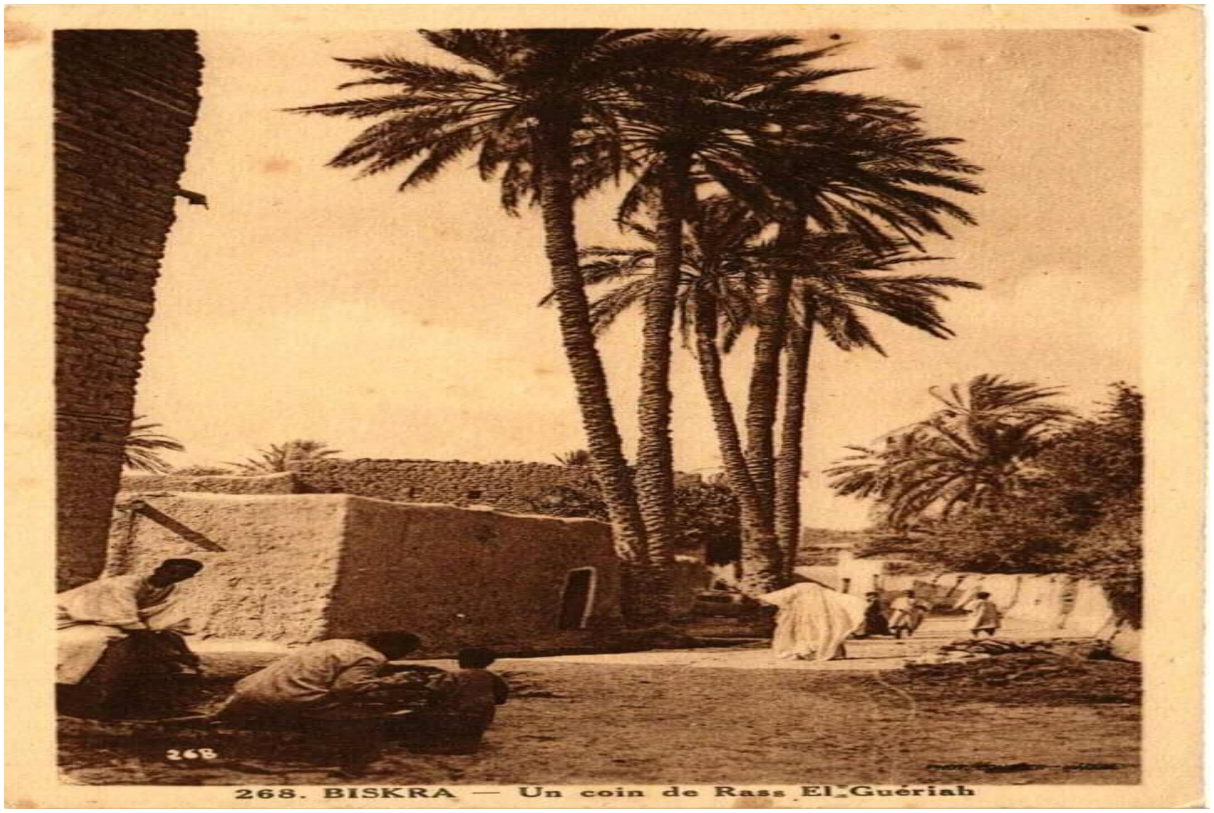
www.elanin.com/vb/archive/index.php/t-25019.html. consulté le 21/11/2019

- د عبيد العبدلي ، " **الفرق بين الدعاية و الإعلان** "، على الموقع (يوم : 2009/04/23): http://www.dralabdali.com/difference-btwn-ads-and-publicity/

الملاحق



بسكـرة شـــــارع بـاب الضـــــرب



بسكـــــرة منطقـــة رأس القريـــــة



بسكـــــرة محطـــــة السكـــة الحديـــدية



مسجد سيدي عبد المؤمن – بسكـــرة–



الثكنـــات العسكـــرية -بسكـــــرة-



بسكـــــرة منطقـــــــة المسيـــد



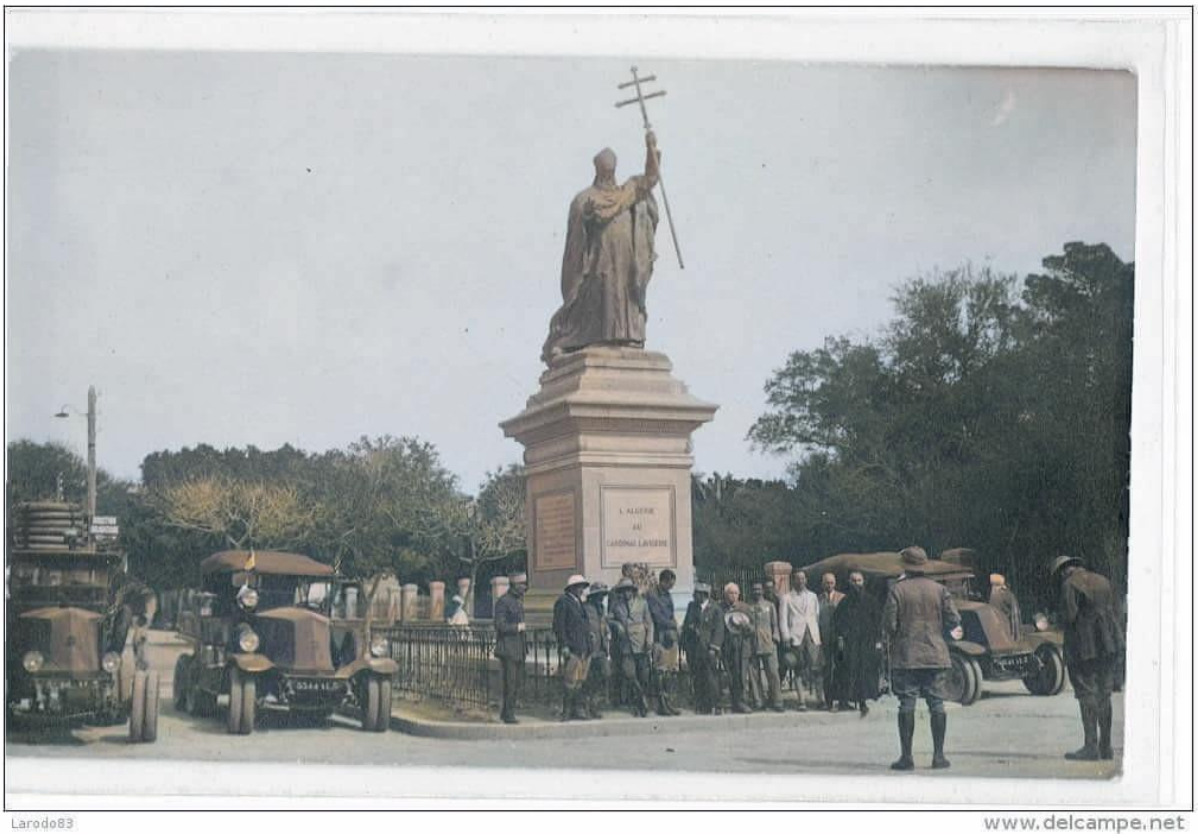
المسجـــد الصغيـــــر -بسكـــــرة-



بسكـــــــرة السوق المغطـــــــاة -1970-

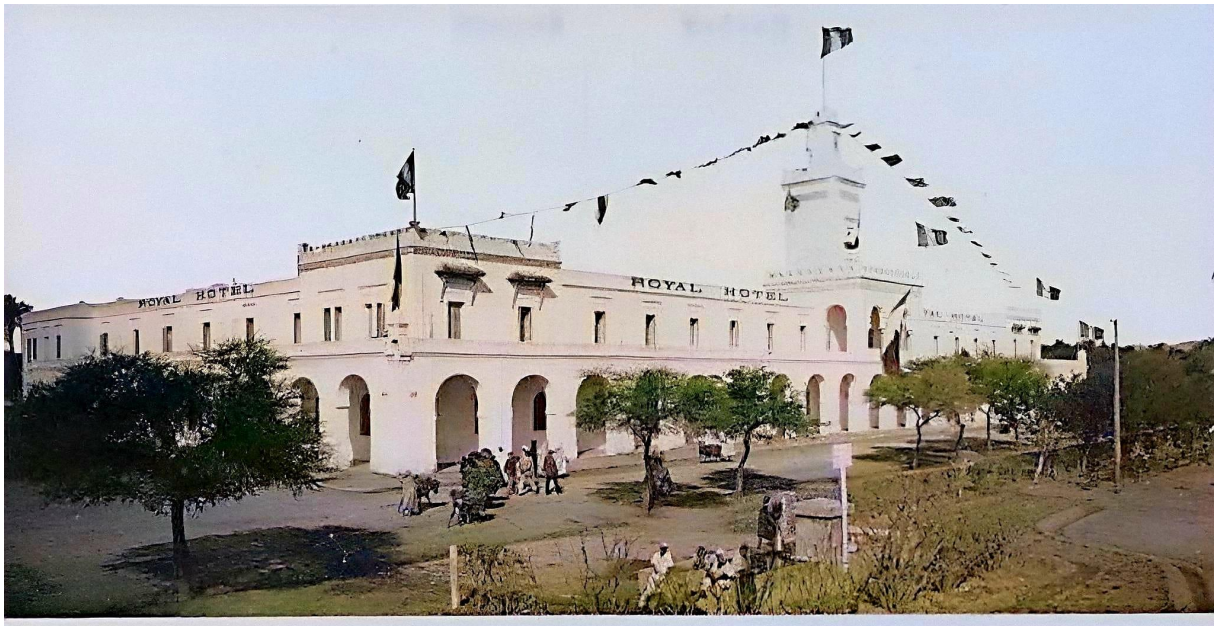


بسكـــرة دار البلديـة الصيودة سنـة -1980-



بسكـــرة سنـة 1923، وقفـــة في ساحـــة الكاردينـال لا فيجـري

قبل الإنطــلاق في خرجـات سياحيـــة بالمنطقـة



BISKRA — Royal Hôtel (Façade Sud)

بسكـــــرة نزل الرويـال سنـــــة 1930



ديـــار الحجاج من أولاد الشيخ سيدي محمد موسى

أقدم موقع أثري في بلدية الحوش تجاوز 300 سنة



ضريح سيدي بوطرافية طولقة سنـــة 1911م



بسكـــرة ستوديو التصوير -إميل فرتنيسن-

الموجود بشارع الجمهورية – برت- سابقا



بسكـــرة محطـة القطـــار سـنة 1910م



-بسكـرة نـــــزل الترانزاط سنـــة-1950-

مقابلة مع الجمعيات السياحية لترقية السياحة الصحراوية بولاية بسكرة

المهنـة :

إسم الجمعية :

1-ماهو الدور الذي تلعبه الجمعية لتنمية السياحة في ولاية بسكرة ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2-ماهي أهم النشاطات التي قامت بها الجمعية لتشجيع السياحة في الولاية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3-كيف تساهم الجمعية في جعل النشاط السياحي مزدهر ومتطور في الولاية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4-ماهي أهم المقومات التي تشكل عناصر جذب للسياح في الولاية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6-ماهي المشاكل التي تعاني منها المواقع السياحية في الولاية ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7-كيف تساهم الجمعية في نشر الثقافة السياحية بين السياح والسكان المحليين للولاية؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

8-هل تحصل الجمعيات على دعم مادي ؟ من طرف من تقدم هذه التدعيمات؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

9- في رأيك هل ساهمت السياحة في تطوير بعض المناطق بولاية بسكرة؟

.....

.....

.....

.....

.....

10-ماهي رؤيتك المستقبلية للجمعيات السياحية في المناطق الصحراوية؟

.....

.....

.....

.....

.....

مقابلة مع السيد مدير غرفة الصناعة التقليدية –بسكرة-

1–ماهي العوامل التي تأثر على المنتوج الحرفي من حيث زيادة الطلب عليه أو إنخفاضه ؟

.....

.....

.....

2–هل هناك مؤسسات تدعم المنتوج الحرفي ؟ ماهي وفيما يتمثل هذا الدعم بالتحديد ؟

.....

.....

.....

3–كيف يمكن تحسين صورة غرفة الصناعة التقليدية ؟وكيف تساهم الغرفة في تحسين صورة الصناعة التقليدية في بسكرة؟

.....

.....

.....

4–هل هناك صعوبة في التموين بالمواد الأولية والتجهيزات من قبل الحرفيين ؟

.....

.....

5-ماهي المشكلات والعوائق التي تواجه تصدير المنتوج التقليدي إلى الخارج ؟هل هناك طلب من الخارج على المنتجات التقليدية الجزائرية ؟

.....

.....

6-ماهي نشاطات غرفة الصناعة التقليدية؟ وهل هناك نشاط لتسويق المنتوج التقليدي لدى السياح الجزائريين والأجانب؟

.....

.....

7-هل هناك مساعدات مقدمة من طرف الوزارة الوصية لترقية القطاع ؟مانوع هذه المساعدات ؟ وهل ساهمت فعلا في ترقية الصناعة التقليدية وتسويقها بالشكل اللازم؟

.....

.....

8-هل يقوم الحرفيين بأنفسهم بتوزيع منتجاتهم التقليدية ؟ أم هناك وسطاء في هذا القطاع ؟

.....

.....

9- من هم وسطاء الصناعة التقليدية ؟

.....

.....

10-هل هناك نقاط توزيع في الخارج للمنتوج التقليدي البسكري بكل صورة من مأكولات وحلي ولباس وغيرها؟

.....

.....

11-هل ساهمت هذه النقاط في تحسين صورة بسكرة كوجهة سياحية وجلب السياح وتنشيط الصناعة التقليدية ؟

.....

.....

12-كيف يمكن التواصل مع السياح وماهي الطرق التي يمكن إيصال المنتجات لهم؟

.....

.....

13-هل ساهمت وسائل الإعلام خاصة إذاعة بسكرة مثلا أو الوكالات السياحية وغيرها بالتسويق للمنتوج السياحي في بسكرة؟.

.....

.....

مقابلة مع السيد مدير دار الثقافة أحمد رضا حوحو- بسكرة.-

س1-هل إبراز التراث الثقافي والتاريخي الوطني للمنطقة يساهم في دعم السياحة الثقافية ؟.

نعم ☐ لا ☐

س2-هل يمكن التنسيق بين مهام دار الثقافة ومهام مديرية السياحة ؟

نعم ☐ لا ☐

-في حالة الإجابة بنعم: كيف ذلك؟

س3-هل هناك نشاطات وأعمال مشتركة بين دار الثقافة ومديرية السياحة؟

نعم ☐ لا ☐

-في حالة الإجابة بنعم : فيما تتمثل هذه النشاطات والأعمال ؟

- كيف إستفاد الطرفين منها؟

س4-هل تساهم المهام التي تقدمها دار الثقافة في دعم النشاط السياحي وترويج السياحة بالمنطقة ؟

-نعم ☐ لا ☐

***في حالة الإجابة بنعم: كيف ذلك؟**

س5-بالحديث عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ودار الثقافة، هل ترى أن هناك تكامل بين هذه القطاعات في دعم النشاط السياحي أم أن كل له مهامه الخاصة؟.

نعم ☐ لا ☐

***في حالة الإجابة بنعم: وضح كيف يكون هذا التكامل ؟**

س6- ماهي البرامج المقترحة لدعم النشاط السياحي وإبراز التراث الثقافي للمنطقة ؟.

س 7-هل ترى أن المبالغ المالية المقدمة، لكل من دار الثقافة ومديرية السياحة والصناعة التقليدية كافية لدعم نشاطاتهم أم لا ؟.

س8-هل تدعم الدولة هذه القطاعات بشكل جيد أم أنها مهملة من طرفها ؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الإجابة بنعم : كيف يتم هذا الدعم ؟

س9-كيف ترى مستقبل السياحة الصحراوية عامة ومنطقة بسكرة خاصة؟.

س 10-هل هناك شراكة خارجية(مع دول خارج الوطن) لدعم التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة؟

نعم ☐ لا ☐

***في حالة الإجابة بنعم :كيف ذلك؟**

مقابلة مع السيد مدير مديرية السياحة-بسكرة-

1 -ماهو دور مديرية السياحة في تنمية السياحة الصحراوية في ولاية بسكرة ؟

.....

.....

2-ماهي الآليات والوسائل المستخدمة لتنشيط السياحة في ولاية بسكرة ؟

.....

.....

3- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية ؟

.....

.....

4-ماهي أكثر فترات السنة التي تشهد إقبال أكثر للسياح ؟ لماذا هذه الفترات بالتحديد؟

.....

.....

5-ماهو نوع السياحة الأكثر رواجا في الولاية ؟ ولماذا ؟

.....

.....

6- ماهي أهم المعوقات التي تواجه عملية التنمية السياحية بولاية بسكرة؟

.....

.....

7-هل يوجد إهتمام من طرف الوزارة المسؤولة عن السياحة بدعم السياحة الصحراوية ؟

.....

.....

.....

8-هل يوجد تنسيق بين مديرية السياحة والجمعيات السياحية الموجودة في الولاية ؟

.....

.....

9-هل يوجد تعاون بين مديرية السياحة ومؤسسات أخرى في الولاية ؟ فيما تتمثل هذه المؤسسات ؟

.....

.....

10- ماهي البرامج التنموية المطروحة في القطاع السياحي بولاية بسكرة ؟

.....

.....

11- هل يساهم السكان المحليين في تنمية السياحة بالولاية ؟ فيما يتمثل هذا الإسهام ؟

.....

.....

12-ماهو تقييمك لواقع السياحة في بسكرة ؟

.....

.....

13- هل هناك مشاريع مستقبلية مطروحة لتنمية السياحة بولاية بسكرة؟

.....

.....

14- هل هذه المشاريع مطروحة من طرف الحكومة أو المستثمرين الخواص؟

.....

.....

15-من له نسبة كبيرة في دعم هذه المشاريع :الحكومة أم المستثمرين الخواص؟

.....

.....

16-ماهي الجهات التي تتدخل في الموافقة على إنجاز هذه المشاريع ؟

.....

.....

17- كيف ترى مستقبل السياحة الصحراوية بشكل عام، والسياحة بولاية بسكرة بشكل خاص؟

.....

.....

مقابلة مع السيد مدير دار الثقافة أحمد رضا حوحو بسكرة.

1- هل إبراز التراث الثقافي والتاريخي الوطني للمنطقة يساهم في دعم السياحة الثقافية؟

نعم [x] **لا** [ ]

و ذلك:

- من خلال التعريف والحفاظ على التراث
- من خلال الملتقيات والصالونات
- من خلال التبادلات الثقافية بين الولايات

2- هل يمكن التنسيق بين مهام دار الثقافة ومهام مديرية السياحة؟

نعم [x] **لا** [ ]

- **و ذلك؟**
- من خلال تنظيم رحلات في كل التظاهرات الثقافية تعيق دليل سياحي من طرف مديرية السياحية يرافق ضيوف الثقافة إقامة معارض وحفلات وأمسيات شعرية وأدبية بالفنادق والمناطق السياحية لإبراز موروث المنطقة.

3- هل هناك نشاطات وأعمال مشتركة بين دار الثقافة ومديرية السياحة؟

نعم [x] **لا** [ ]

- **و تتمثل هذه النشاطات والأعمال فيمايلي :**
- عند تنظيم غرفة الصناعة التقليدية الصالونات ومعارض وتساهم بتوفير فرق فلكلورية وألعاب بهلوان للتسلية وفرق فنية ويحدث العكس عند تنظيم دار الثقافة نشاطات وتساهم السياحة بتنظيم رحلات ودعم نشاطات هدايا من إنتاج الحرفيين.

- **كيف إستفاد الطرفين منها؟**
- استفادة دار الثقافة في خلق جمهور نوعي والتعريف أكثر نشاطات وزيادة المنخرطين والمتتبعين.
- كما هي فضاء سياحي ترفيهي ضيوفنا من خلال وجود فنادق راقية والجولات السياحية المقامة.
- إستفادت مديرية السياحة جانب الفندقة والتعريف بالمناطق السياحية وإقتصاديا من خلال بيع منتوجات الحرفيين.

4- هل تساهم المهام التي تقدمها دار الثقافة في دعم النشاط السياحي وترويج السياحة بالمنطقة؟

نعم [x] **لا** [ ]

و ذلك أن :

- كل الضيوف المدعوين من فنانين وأساتذة محاضرتين يؤخذون فكرة على الفنادق والأماكن الأثرية والسياحية ومن ثم يبرمجون زيارة مع عائلاتهم وأصدقاهم.

- التعامل مع الفنادق والحرفيين سواء إنتاج التمور والبهارات والصناعة التقليدية.

5- بالحديث عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ودار الثقافة، هل ترى أن هناك تكامل بين هذه القطاعات في دعم النشاط السياحي أم أن كل له مهامه الخاصة؟

نعم [x] **لا** [ ]

– هناك تكامل حيث مديرية السياحة توفر أماكن من فنادق وأثار وجولات سياحية وصناعة التقليدية وغيرها.

– ودار الثقافة تستغل هذه الأماكن وبالتالي إستفادت جانب إقتصادي وجانب تعريف بالمنطقة وخصوصياتها وراحة لرواد دار الثقافة.

6- ما هي البرامج المقترحة لدعم النشاط السياحي وإبراز التراث الثقافي للمنطقة؟

- إقامة مهرجانات محلية ووطنية ودولية
- استضافة حرفيين من مختلف مناطق الوطن
- استضافة فنانين الفن التشكيلي والسينما

7- هل ترى ان المبالغ الملية المقدمة، لكل من دار الثقافة ومديرية السياحة والصناعة التقليدية كافية لدعم نشاطاتهم أم لا؟

- هي غير كافية لمستوى طموحاتنا وتطلعاتنا لتحسين الخدمة والترويج أكثر للمنتوج الثقافي والسياحي.

8- هل تدعم الدولة هذه القطاعات بشكل جيد أم أنها مهملة من طرفها؟

نعم [x] **لا** [ ]

– قدمت الدولة ومازالت تقدم جهود في هذا المجال.

***في حالة الإجابة بنعم: كيف يتم هذا الدعم؟**

– يتم هذا الدعم من خلال توفير ميزانية واضحة مخصصة لإقامة معارض ومهرجانات وصالونات.

9- كيف ترى مستقبل السياحة الصحراوية عامة ومنطقة بسكرة خاصة؟

- إذا جسدت المشاريع على أرض الواقع بشكل منهجي صحيح فأني أرى مستقبل واعد في هذا المجال خصوص وأن بسكرة لها من الإمكانات في هذا الإختصاص.

10- هل هناك شراكة خارجية (مع دول خارج الوطن) لدعم التراث الثقافي والتاريخي للمنطقة؟

نعم ☐ **لا** ☐ **محايد** [X]

***في حالة الإجابة بنعم : كيف ذلك؟**

- لا اعلم إن كانت هناك شراكة أم لا في جانب السياحة أما بالنسبة للثقافة توجد فيه شراكة.

- مؤخرا أقيمت مسابقة من اليونسكو حول رسم وتجسيد هذه المناظر الطبيعية والمناطق السياحية.

مقابلة مع السيد مدير مديرية السياحة-بسكرة-

1- ما هو دور مديرية السياحة في تنمية السياحة الصحراوية في ولاية بسكرة؟

توجيه وإرشاد متعاملي قطاع السياحة من أجل إستغلال مؤهلات السياحة الصحراوية في خلق مسارات ورحلات سياحية تسوق محليا، وطنيا، ودوليا فيما بعد:

*تثمين ما يعرف بالمواقع الأثرية التاريخية والطبيعية في المناطق الصحراوية عن طريق التظاهرات والمعارض السياحية قصد إستغلالها سياحيا من طرف وكالات السياحة والسفر.

*إستغلال الساكنة في خلق نشاط سياحي مربح.

2- ما هي الآليات والوسائل المستخدمة لتنشيط السياحة في ولاية بسكرة؟

- حث متعاملي السياحة (وكالات السياحة والأسفار، جمعيات ودواوين السياحة، المؤسسات الفندقية) على التنسيق من أجل خلق وبعث أنشطة سياحية خاصة بالمنطقة وتسويقها على شكل رحلات سياحية منطقة تشمل كل مناطق الولاية.
- خلق أنشطة سياحية جديدة تنسجم مع الولاية مثل التجوال على ظهر الجمال والمركبات الرباعية الدفع...إلخ.

3- كيف يتم إعلام السياح بأهم المقومات والمواقع السياحية الموجودة بالولاية؟

- أثناء الزيارات عن طريق تقديم مناشير ودعائم ترقوية خاصة بالسياحة في الولاية.
- عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي الخاصة بالمديرية وغرفة الصناعة التقليدية والحرف.

- من خلال المشاركة في التظاهرات والمعارض الوطنية وكذا الدولية بواسطة الديوان الوطني للسياحة.

4- ما هي أكثر فترات السنة التي تشهد إقبال أكثر للسياح؟ لماذا هذه الفترات بالتحديد؟

- أكثر فترة تشهد إقبال السياح على ولاية بسكرة هي فترة ما يسمى بموسم السياحة الصحراوية الممتد من شهر أكتوبر إلى شهر أفريل من كل سنة نظرًا للجو أو المناخ الملائم الدافئ في هذه الفترة، وكذلك *** هذه الفترة بالعديد من التظاهرات الخاصة بالمنطقة مثل عيد التمور، عروس الزيبان – ربيع الزيبان، معرض منتوجات النخيل، اليوم الوطني للحرفي ....إلخ

5- ما هو نوع السياحة الأكثر رواجا في الولاية؟ ولماذا؟

- السياحة الأكثر رواجا في الولاية حاليا هي السياحة الحموية الفلاحية أو سياحة الحمامات المعدلية نظرا لتوفر الولاية على مؤهلات كبيرة في هذا النوع من السياحة (مركب حمام الصالحين – المركب السياحي سيدي يحي ...) بالإضافة إلى السياحة الجبلية والثقافية تتوفر الولاية على إمكانيات كذلك في هذا النوع من السياحة.

6- ما هي أهم المعوقات التي تواجه عملية التنمية السياحية بولاية بسكرة؟

- إقتصار وكالات السياحة والسفر كغيرها في كامل التراب الوطني على السياحة إلى الخارج أي أخذ السواح الجزائريين إلى خارج الوطن وخاصة عملية العمرة والحج، وعدم الإهتمام بالسياحة الإستقبالية والوطنية.

- نقص الكفاءة والتكوين لدى العاملين الخواص في قطاع السياحة.

7- هل يوجد إهتمام من طرف الوزارة المسؤولة عن السياحة بدعم السياحة الصحراوية؟

– نعم تعتبر السياحة الصحراوية من أهم إهتمامات الوزارة المسؤولة عن قطاع السياحة، فهي دوما تطالب بالمزيد من النشاطات السياحية، وخلق المنتجات السياحية القابلة للتسويق أثناء موسم السياحة الصحراوية.

– العمل على الإشهار والتعريف بالمؤهلات السياحية التي تملكها بلادنا في مجال السياحة الصحراوية.

8- هل يوجد تنسيق بين مديرية السياحة والجمعيات السياحية الموجودة في الولاية؟

– نعم هناك تنسيق دائم ومستمر بين مديرية السياحة والجمعيات السياحية الموجودة في الولاية، من خلال دعم هذه الجمعيات والسهر على مشاركتها في كل المعارض والتظاهرات السياحية بالولاية وخارج الولاية، وتوجيهها من أجل العمل مع وكالات السياحة والسفر فيما يخص الإرشاد السياحي.

9- هل يوجد تعاون بين مديرية السياحة ومؤسسات أخرى في الولاية؟ فيما تتمثل هذه المؤسسات؟

– نعم هناك تعاون بين مديرية السياحية والصناعات التقليدية ومؤسسات أخرى أو هيئات إدارية أخرى، فالمديرية لها علاقات عمل مع تقريب.

– جميع مديريات الولاية، كما تربطها إتفاقيات عمل وتنسيق من خلال إبرام وزارة السياحة لعدة إتفاقيات تنسيق مع وزارة الثقافة، المجاهدين الوزارة المكلفة المؤسسات المصغرة من أجل تمويل المؤسسات السياحية الصغيرة والحرفيين، غرفة الصناعة التقليدية والحرف التابعة لوزارة السياحة والمهتمة بتنشيط وتطور الصناعات التقليدية والحرف التي هي رافد من روافد السياحة، القرض المصغر (ANGEM)، مصالح التجارة فيما يخص مراقبة النشاطات السياحية والحرفية ضمن فرق تفتيش مختلطة.

10- ما هي البرامج التنموية المطروحة في القطاع السياحي بولاية بسكرة؟

- لدى ولاية بسكرة برنامج استثمار سياحي تابع للخواص منحت لهم الدولة في إطار الإستثمار عقار سياحي لإنجاز 70 مشروع سياحي (فنادق، مركبات سياحية وحموية ...) بطاقة استيعاب 1416سرير وعدد مناصب الشغل 6766 منصب شغل.

- ولولاية بسكرة 10 مناطق توسع سياحي إجمالية قدرها 534.42 هكتار منها 05 مصنفة و 4 منها لديها مخطط التهيئة السياحية.

11- هل يساهم السكان المحليين في تنمية السياحة بالولاية؟ فيما يتمثل هذا الإسهام؟

مساهمة السكان المحليين في تنمية السياحة موجودة عبر الجمعيات والدواوين السياحية البلدية للسياحة التي تقوم بالتعاون مع الساكنة لبعض المناطق بالترويج للسياحة وخاصة وطنيا عن طريق تبادل الرحلات مع ولايات أخرى، كما أن الساكنة تساهم من خلال حرفيي المنطقة وكذلك من خلال عرض وبيع بعض المنتجات التقليدية والأكلات الشعبية التي ينتجها السكان المحليون ويستعملها متعاملي وناشطي القطاع في المجال السياحي.

12- ما هو تقييمك لواقع السياحة في بسكرة؟

طبعا بسكرة قديما كأنها رواج وشهرة سياحية كبيرة خاصة في سنوات السبعينيات والثمانينيات من هذا القرن لما تمليه من مؤهلات سياحية متنوعة وجد هامة وأصيلة لكن تأثرت بما تأثرت به الجزائر ككل في سنوات التسعينات، ورغم هذا فإن بسكرة تشهد إقبال سياحي من داخل وخارج الوطن، ولها إمكانات سياحية كبيرة تؤهلها لكي تصبح قطبا سياحيا وطنيا كما أن عدد المشاريع السيحية الموجودة وعدد الفنادق يبشر بمستقبل زاهر للسياحة في ولاية بسكرة .

13- هل هناك مشاريع مستقبلية مطروحة لتنمية السياحة بولاية بسكرة؟

نعم هناك عدة مشاريع مستقبلية بولاية بسكرة تم التطرق إليها من قبل وهي بعدد 70 مشروع سياحي، بالإضافة إلى المشاريع المعروضة والتي لم يتم توزيعها والموجودة بمنطقة

التوسع السياحي بسكرة والمتمثلة في فنادق، حديقة ألعاب، مركب سياحي وترفيهي، قرية عطل ...إلخ.

14- هل هذه المشاريع مطروحة من طرف الحكومة أو المستثمرين الخواص؟

المشاريع الموجودة داخل مناطق التوسع السياحي هي مشاريع مدروسة ومبرمجة من قبل المصالح الولائية لكن مطروحة على الخواص للإستفادة منها في إطار عقود إمتياز لإنجازها واستغلالها في إطار قانون الإستثمار.

وهناك مشاريع سياحية خارج مناطق التوسع السياحة تطرح من قبل الخواص سواء عن طريق الإستفادة من عقار تابع للدولة، أو عقار خاص بالمستثمر.

15- من له نسبة كبيرة في دعم هذه المشاريع؟ الحكومة أم المستثمرين الخواص؟

بالنسبة للتمويل هذه المشاريع غالبا ما تكون بنسبة مساهمة من المستثمرين تتراوح ما بين 20% و 30% وباقي التمويل يحصل عليه المستثمر كقرض بنكي مدعم من قبل الدولة عبر عدة آليات منها أخذ على عاتق الدولة نسبة من الفوائد البنكية تسددها الدولة (أكبر نسبة فوائد تسددها الدولة) بالإضافة إلى وجود إمتيازات جبائية ومالية لا يسددها المستثمر وتكون على عاتق الدولة وهناك من المستثمرين من يقوم بتمويل المشروع بصفة كلية أو بنسب كبيرة تفوق مساهمة الدولة.

16- ما هي الجهات التي تتدخل في الموافقة على إنجاز هذه المشاريع؟

في المرحلة الأولى هناك لجنة ولائية للإستثمار (CALPIREN) تدرس ملف طلب القطعة الأرضية الخاصة بالإستثمار من أجل الموافقة على منح عقد هذه الأرضية يترأسها السيد الوالي.

- المرحلة الثانية تتمثل في المصادقة على مخططات المشروع السياحي من طرف لجنة وزارية تقنية بوزارة السياحة والصناعة التقليدية.
- المرحلة الثالثة الحصول على رخصة البناء عن طريق الشباك الوحيد على مستوى الولاية.

17- كيف ترى مستقبل السياحة الصحراوية بشكل عام، والسياحة بولاية بسكرة بشكل خاص؟

تملك الجزائر بصفة عامة وولاية بسكرة خاصة إمكانات هائلة في مجال السياحة الصحراوية (مناطق طبيعية صحراوية خلابة، بساتين النخيل، منتجات النخيل ...إلخ)، هذه المؤهلات إذا أخذنا بعين الإعتبار إمكانيات الولاية فيما يخص قدرات الإيواء حاليا (26 فندق بقدرة إيواء 2391 سرير) وإمكانية إضافة فندق آخر تدخل حيز الإستغلال في شهر أكتوبر المقبل بـ: 200 سرير، إضافة إلى وجود 60 وكالة سياحية وأسفار ستعمل على جلب السواح للتمتع بالسياحة الصحراوية بولاية بسكرة مستقبلا خاصة بعد ذهاب الوباء (كوفيد 19) نهائيا، لهذا فإننا نرى بان السياحة الصحراوية بالولاية ستنتعش ويكون لها رواج كبير في السنوات المقبلة نظرا للطلب العالمي على هذا النوع من السياحة.