

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أكلي محند أولحاج-البويرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

الموضوع:

التسويق السياحي كآلية لتطوير السياحة في الجزائر
دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية-البويرة-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
تخصص: تسويق خدمات

تحت إشراف الأستاذ:
د/ علام عثمان

من إعداد الطالبة:
كافي مليكة

لجنة المناقشة:

د/ عبد الرزاق حميدي.....رئيسا
د/ علام عثمان.....مشرفا
د/ طحطاح احمد.....ممتحنا

السنة الجامعية: 2018/2017.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر

الحمد لله الذي افتتح كتابه بالحمد فقال الحمد لله رب العالمين)

سورة الفاتحة الآية 2

اللهم إنا نشكرك على نعمتك التي أنعمت علينا... اللهم إنا نشكرك على كل طريق صعب يسرته لنا الحمد لله كثيرا طيبا مباركا، الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل والصلاة والسلام على الحبيب محمد سيد المرسلين وخاتم النبيين.

إن وجب الوفاء والإخلاص يدعونا أن نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير إلى كل من ساعدنا

في إنجاز هذا العمل ونخص بالذكر:

إلى الأستاذ المشرف " الدكتور غلام عثمان " على قبوله الإشراف على هذا العمل

وتخصيصه جزء من وقته وجهده للإشراف ومتابعة هذا العمل.

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى جميع

موظفي مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة وبالأخص مؤطرتي

كما أتوجه بالشكر إلى لجنة المناقشة التي قبلت وتحملت هذا الجهد

وأخيرا أتقدم بالشكر إلى كل من أمدنا بيد العون من قريب ومن بعيد لإنجاز هذا العمل

إلى كل هؤلاء تحية شكر.

إهداء

بسم الله الذي لا إله إلا هو تقديست أسماءه وجلت صفاته والصلاة والسلام على من بعث
رحمة للعالمين محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن اتبعه بإحسان إلى يوم
الدين ، ولو لا فضل الله تعالى الذي منا علينا بكرمه ويسر لنا ووفقنا لما وطننا لهذا
والذي أعطانا القوة في إتمام مشوارنا الله عز وجل
. إلى من الجنة تحت إقدامها إلى منبع الحب والحنان إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة
رحمها الله.

إلى من كلت أنامله ليقدما لنا لحظة سعادة إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أبي العزيز.
إلى الصخرة التي تنحطم عليها كل متاعبي إلى جنتي على الأرض وفي السماء.
زوجي.....

إلى النور الذي يضيء ويملأ كل حياتي أولادي مريم يوسف
إلى أصحاب القلوب الطاهرة والنوايا الصادقة إلى من بوجودهم اكتسبت قوة ومحبة لا
حدود لها إلى من زرعوا السعادة في قلبي إلى من تذوقتهم معهم لذة الحياة أخواتي آمال
هدى."

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إخوتي عثمان ونبيل.

إلى ريجان حياتي وفترة عيني جدي أطل الله في عمرها.

إلى أخواتي اللواتي لم تلد من أمي إلى من تحلو به لأخلاق وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى
ينابيع الصدق الصافي إلى من سعدت برفقتهم في دروب الحياة إلى من كانوا معي على
طريق النجاح والخير إلى من عرفتهم كيف أجدهم وعلموني أن لا ضيعهم صديقاتي .

ملبكة

الفهرس

	تشكر
	إهداء
I	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
ب- ز	مقدمة
الفصل الأول: مدخل إلى التسويق السياحي	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التسويق السياحي
03	المطلب الأول: ماهية التسويق
09	المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح
21	المطلب الثالث: أنواع السياحة
25	المطلب الرابع: أساسيات التسويق السياحي
42	المبحث الثاني: المزيج التسويقي السياحي
42	المطلب الأول: عناصر المزيج التسويقي السياحي
47	المطلب الثاني: السوق السياحي
54	المطلب الثالث: الطلب و العرض السياحي
63	المبحث الثالث: سياسات و استراتيجيات التسويق السياحي
63	المطلب الأول: سياسات التسويق السياحي
69	المطلب الثاني: استراتيجيات التسويق السياحي
74	المطلب الثالث: أدوات التنشيط السياحي

82	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: إنعاش السياحة في الجزائر
84	تمهيد
85	المبحث الأول: واقع السياحة في الجزائر.
85	المطلب الأول: الموارد السياحية في الجزائر.
91	المطلب الثاني: الاستراتيجية السياحية الجزائرية لآفاق 2013
99	المطلب الثالث: إعداد وتطوير السياسة السياحية في الجزائر.
108	المبحث الثاني: أنواع السياحة الجزائرية
108	المطلب الأول: السياحة الساحلية في الجزائر
109	المطلب الثاني: السياحة الصحراوية في الجزائر
110	المطلب الثالث: السياحة الحموية والمناخية والجبلية في الجزائر
114	المطلب الرابع: السياحة الحضرية في الجزائر
115	المطلب الخامس: السياحة الثقافية في الجزائر
118	المبحث الثالث: تقييم السوق السياحي الجزائري
118	المطلب الأول: نقاط قوة السياحة الجزائرية
120	المطلب الثاني: نقاط ضعف السياحة الجزائرية
124	المطلب الثالث: الفرص الممكنة للسياحة الجزائرية
125	المطلب الرابع: التهديدات المعيقة للسياحة الجزائرية
131	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية البويرة
133	تمهيد
134	المبحث الأول: المميزات التاريخية والطبيعية لولاية البويرة

134	المطلب الأول: التعريف بولاية البويرة
136	المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن ولاية البويرة
137	المطلب الثالث: المقومات السياحية لولاية البويرة
146	المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البويرة
146	المطلب الأول: نبذة تاريخية عن المديرية وتنظيمها
148	المطلب الثاني: المهام المسندة إليها
149	المطلب الثالث: المؤهلات السياحية المتابعة من طرف المديرية
157	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
157	المطلب الأول: مفتش السياحة وطريقة تقييم جودة الخدمات الفندقية
160	المطلب الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
162	المطلب الثالث: تفسير وتحليل نتائج الدراسة
175	خلاصة
177	خاتمة
184	قائمة المراجع
	الملاحق

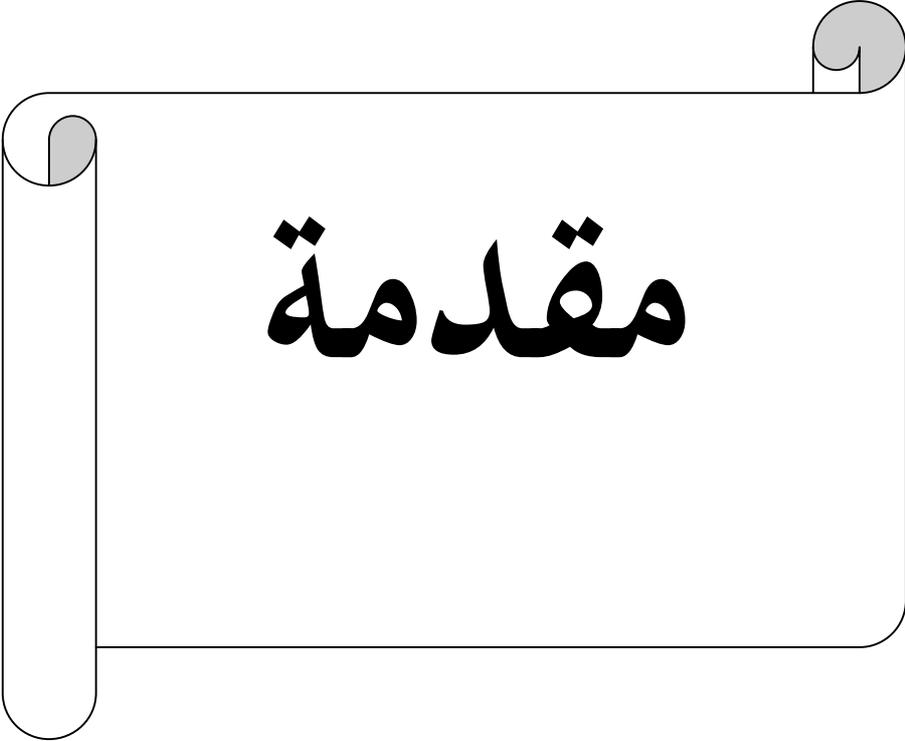
قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	الاختلافات بين المنتج السلعي و المنتج السياحي.	01
94	توقعات طاقات الإيواء في آفاق 2013..	02
94	توقعات تدفق السواح لسنة 2013..	03
100	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي 69/67..	04
101	عدد الأسرة المنجزة خلال الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي.	05
102	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني 77/74:	06
103	توزيع طاقات الإيواء السياحي المنجزة خلال الفترة (78/74) حسب المنتج السياحي:	07
103	توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال المخطط الخماسي الأول:	08
105	تطور الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة في الجزائر خلال فترة (89/85).	09
106	تطور المشاريع الاستثمارية من طرف في مختلف القطاعات خلال 1996-1994	10
111	أهم محطات المياه المعدنية في الجزائر:	11
128	الترتيب العالمي للجزائر في بعض المجالات السياحية.	12
129	الترتيب العالمي لبعض الدول في بعض المجالات السياحية لسنة 2013	13
134	التنظيم الإداري لولاية البويرة.	14
143	محطات تصفية المياه بولاية البويرة.	15

152	توجد سبعة عشر (17) وكالة سياحية تنشط بولاية البويرة كما هو موضح في الجدول أسفله:	16
153	مختلف المؤسسات الفندقية بولاية البويرة:	17
154	الطاقة السياحية خلال الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017.	18
155	حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.	19
162	بينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.	20
163	بينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي.	21
164	بينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق.	22
167	توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق	23
169	يوضح ان الخدمة الأكثر طلبا.	24
170	يوضح ان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة	25
172	يوضح ان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات.	26
173	يوضح ان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء.	27

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
5	عملية تبادل في الإطار التسويقي	01
6	المفهوم التسويقي	02
56	العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي	03
57	العلاقة بين الطلب السياحي و أسعار الخدمات السياحية.	04
61	العلاقة بين العرض السياحي وأسعار الخدمات السياحية	05
62	العلاقة بين العرض السياحي و الإيرادات السياحية.	06
115	الانواع السياحية في الجزائر	07
117	المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب نوع السياحة	08
147	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.	09
155	منحنى بياني يوضح تطور حركة الفندقية في الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017.	10
156	تطور حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.	11
162	بينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.	12
163	ينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي	13
164	بينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق	14
167	توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق	15
169	- يوضح ان الخدمة الأكثر طلبا	16
171	يوضح ان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة	17
172	يوضح ان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات	18
173	يوضح ان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء	19



مقدمة

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية و يلعب الفرد فيها دورا الأكبر من خلال وعيه المستمر الناجح من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السواح باستمرار، كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات و مواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح.

فالقطاع السياحي له عدة مزايا تسمح بالحصول على عائدات معتبرة و تساهم في زيادة مداخيل الدولة من النقد الأجنبي وهذا له أهمية كبيرة خاصة بالنسبة للدول التي لا زالت في مرحلة النمو، كما يساهم في تنمية مناطق و أقاليم جديدة، الأمر الذي يتيح فرص عمل جديدة و مزيدا من التوظيف في الاستثمارات حيث أصبحت السياحة اليوم علما وفنا و تجارة كما أكدت على ذلك المؤتمرات و التظاهرات الدولية المختلفة، فقد أصبحت تنمية السياحة قضية هامة تشغل اهتمام متخذي القرار في مختلف البلدان، بالإضافة إلى انها أصبحت أيضا حقا اجتماعيا لكل فرد، إذ لم تعد مقصورة على طبقة الأغنياء الذين يجوبون الدنيا بحثا عن الترفيه و المغامرة بل أصبحت عاملا ثقافيا و اجتماعيا و اقتصاديا و سياسيا.

من المؤكد أيضا نجاح النشاط السياحي يرتبط بالمناخ السياسي السائد في الدولة المضيئة، و حالة الإستقرار في المنطقة التي تنتمي إليها تلك الدولة، ومن ثم درجة الشعور بالأمن و الطمأنينة، و لا خلاف على أن إقبال السائحين يتأثر إلى حد ما بطبيعة القوانين و الإجراءات الإدارية التي تتصل بتنظيم دخولهم و خروجهم ومن ثم بمدى يسر تلك الإجراءات ووضوحها وكذا درجة انتشار الوعي السياحي، وتفهم الدور الإيجابي الذي تزاوله السياحة عموما، فالنشاط السياحي علم له قواعده و أصوله من التخطيط السليم، فتنمية السياحة يجب أن تربط بين النواحي الطبيعية و البيئية و الحضارية التي تشكل رأس مال السياحة، وبين النواحي الإجتماعية و الإقتصادية لأي منطقة أو بلد في نماذج علمية للبحث عن الأفضل الطرق لترشيد الإستثمارات السياحية و بالتالي تنمية القطاع السياحي بشكل سليم.

والمتابع للبيانات الخاصة العالمية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم، حيث بلغ عدد السياح في مختلف أنحاء العالم سنة 2000 حوالي 689 مليون سائح بإيرادات سياحية قدرت بـ 482.5 مليار دولار، و في سنة 2010 وصل عدد السياح في العالم إلى 935 مليون سائح محققا

إيرادات سياحية قدرت بـ 919 مليار دولار، وحسب توقعات المنظمة العالمية للسياحة فإنه سوف يصل عدد السياح على المستوى العالمي سنة 2020 إلى حوالي 1.6 مليار سائح، حيث من المتوقع أن تحقق إيرادات قدرها 2000 مليار دولار.

إن هذا الارتفاع في عدد السياح على المستوى العالمي، وما تبعه من إيرادات سياحية كبيرة جعلت معظم مختلف الدول على اختلاف تطورها سواء كانت دول متقدمة أو دول متخلفة، تعمل جاهدة من أجل جلب أكبر عدد ممكن من السياح إليها، و بالتالي فقد أصبح التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها مختلف الدول لزيادة نصيبها من الحركة السياحية التي تتزايد بشكل مستمر، وبهذا أصبح التسويق السياحي فرعاً مستقلاً عن التسويق العام نظراً للطبيعة المتميزة للنشاط السياحي ونظراً للأهمية التي اكتسبها التسويق السياحي مع زيادة شدة المنافسة بين الدول السياحية للاستحواذ على أكبر نصيب ممكن من السياح في الأسواق المصدرة لهم حيث أصبح نجاح التسويق السياحي مقياس نجاح الدولة السياحية في تحقيق أهدافها السياحية المتنوعة.

ومع تنامي دور التسويق السياحي ظهرت الحاجة لدراسته كفرع مستقل عن التسويق العام، حتى تتمكن من وضع تصور واضح لدور التسويق السياحي بالنسبة للدول السياحية في ظل المنافسة الشديدة بينها وبين الدول السياحية الأخرى لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح على اختلاف الدول التي يأتون منها وكذا نوعية الخدمات و الأنماط السياحية المختلفة التي يطلبونها و بالتالي استغلال الموارد السياحية أحسن استغلال ممكن حتى تساهم بشكل فعال في عملية التنمية.

الجزائر تزخر بإمكانيات كبيرة على مستوى قطاع السياحة (السياحة الصحراوية، السياحة الشاطئية السياحية الحموية، السياحة الترفيهية، السياحة الثقافية، بالإضافة إلى امكانية انشاء السياحة الرياضية و سياحة المؤتمرات)، غير أنها لا زالت تبحث عن مكائنها الحقيقية في الخريطة السياحية العربية و العالمية، و حسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فإن أكبر مشكل كان يعترض تطور السياحة في الجزائر هو الجانب الأمني بسبب الأزمة التي عاشتها الجزائر في التسعينات و العراقيل الإدارية التي تواجه السياح عند مجيئهم إلى الجزائر خاصة في الموانئ و المطارات، ضعف وسائل الاستقبال و الترويج للسياحة الجزائرية، بالإضافة إلى ضعف الجهاز المصرفي، و غياب ثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري.

أولاً: الإشكالية

من خلال ما ذكرناه سابقاً يمكننا أن نطرح التساؤل الأساسي كالتالي:

ما مدى مساهمة التسويق السياحي في تطوير قطاع السياحة في الجزائر؟

لمعالجة و تحليل هذه الإشكالية و بغية الوصول إلى معرفة صناعة السياحة في الاقتصاد العالمي عامة و الجزائري خاصة، وكذا الوقوف على أهمية التسويق السياحي في تطوير النشاط السياحي الجزائري في ظل تحديات المنافسة بين الدول السياحية المختلفة، نقوم بطرح و الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. ماهي الأبعاد الأساسية للتسويق السياحي؟
2. ما مفهوم السياحة؟
3. ماهي المقومات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر؟
4. ماهي مكانة التسويق السياحي في الجزائر وفق المخطط الاستراتيجيات المنتهجة؟

ثانياً: فرضيات البحث

يتطلب تحليل الإشكالية محل الدراسة اختبار مجموعة من الفرضيات التي تعتبر كإجابة مبدئية على مختلف التساؤلات المطروحة فيها:

1. يعتبر التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها الدول السياحية لزيادة نصيبها من الحركة السياحية العالمية و تفعيل القطاع السياحي.
2. تلعب السياحة دوراً هاماً في الاقتصاد العالمي
3. القطاع السياحي في الجزائر لا يلعب دوراً هاماً في الاقتصاد بما يتماشى مع الإمكانيات و المقومات السياحية المتوفرة
4. لازالت الجزائر تبحث عن مكانتها الحقيقية في الخريطة السياحية العربية و العالمية من خلال استراتيجية وطنية تسعى فيها إلى تنمية و تسويق المنتج السياحي الجزائري.

ثالثا: أهداف البحث

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

1. تحديد الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي
2. إظهار أهمية التسويق السياحي في تنشيط و تفعيل القطاع السياحي
3. إبراز المقومات السياحية للجزائر ومدى أهميتها في تنمية الاقتصاد الوطني.
4. تحليل الاستراتيجية الوطنية لتنمية قطاع السياحة ومدى أهمية التسويق السياحي في تفعيل النشاط السياحي في الجزائر.

رابعا: أهمية البحث

تكمن أهمية هذه الدراسة انطلاقا من الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر و التي يمكنها أن تساهم بشكل كبير في عملية التنمية الاقتصادية، و إدراك الحكومة الجزائرية ضرورة إعطاء قطاع السياحة مكانته الحقيقية من خلال المشاريع الطموحة التي أطلقتها خاصة و أن الجزائر تتجه في إستراتيجيتها التنموية الحالية إلى تنمية قطاعات أخرى خارج قطاع المحروقات، وهنا سوف تكمن أهمية الدراسة التسويقية السياحية لما له من أهمية كبيرة في التعريف بالمقومات السياحية للجزائر ومدى مساهمته في جلب السياح وبالتالي الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من الحركة السياحية العالمية، خاصة في ظل المنافسة الشديدة بين الدول السياحية، على غرار الوجهات السياحية المجاورة للجزائر (تونس، المغرب) و التي تعطي أهمية كبيرة للتسويق السياحي، و تنفق مبالغ معتبرة من أجل التعريف مقوماتها السياحية.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

1. من المعلوم أن الجزائر تتوفر على مقومات جذب السياحي كبيرة والتي يمكن من خلال استغلالها أن تساهم بنسبة كبيرة في عملية التنمية الاقتصادية؛
2. رغم الإمكانيات التي تسخر بها الجزائر على مستوى قطاع السياحة غير أنه لا يزال مختلفا عن نظيره في الدول المجاورة؛
3. أهمية التسويق السياحي في التعريف بالمقومات السياحية للدولة، وبالتالي استقطاب أكبر عدد ممكن من السائحين وزيادة نصيبها من الحركة السياحية العالمية؛
4. اهتمام الجزائر بالقطاع السياحي في برنامج التنمية الحالي، من خلال وضع خطة واضحة لتسويق المنتج السياحي الجزائري .

5. قلة الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع، وكمساهمة منا إثراء المكتبة الجامعية بهذه الدراسة للإستعانة بها من طرف الباحثين في الإقتصاد السياحي.

سادسا: منهجية البحث

سوف نعتد في هذه الدراسة على منهج الوصفي و التحليلي، وهذا لتوضيح أهم المفاهيم الأساسية المتعلقة بالنشاط السياحي و الإشارة إلى أهم المراحل التاريخية التي تمر بها النشاط السياحي وصولا إلى إبراز الأهمية الاقتصادية للسياحة، بالإضافة إلى إظهار مدى أهمية التسويق السياحي في تنشيط القطاع السياحي، وكذلك منهج الاستقراء و الإستنباط ذلك أن الاستنباط في المعرفة ينطلق من العلوم للوصول إلى المجهول ومن العام إلى الخاص وهذا سوف يمكننا من تحديد أهمية التسويق السياحي في ترقية و تفعيل النشاط السياحي في الجزائر.

سابعا: حدود الدراسة

1. الأهمية الإقتصادية للسياحة و دور التسويق السياحي في تفعيل النشاط السياحي؛
2. الحدود المكانية: دراسة حالة القطاع السياحي؛مدية السياحة والصناعة التقليدية للولاية البويرة.
3. الحدود الزمانية: التطرق إلى التطور لقطاع السياحة في الجزائر قبل و بعد الاستقلال، ومدى مساهمة التسويق السياحي في تفعيل القطاع السياحي الجزائري منذ الإستقلال .

4. ثامنا: صعوبات الدراسة

من بين الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا للموضوع، نذكر أساسا نقص المراجع المتخصصة في مجال السياحة و استراتيجية تسويق المنتج السياحي الجزائري، وصعوبة إيجاد المعلومات و الإحصائيات المتعلقة بالقطاع السياحي الجزائري وخاصة منها الجديدة التي تخص السنوات الأخيرة.

تقسيمات البحث:

تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول كالتالي:

الفصل الأول: مدخل إلى التسويق السياحي

يضم هذا الفصل ثلاث مباحث تدور حول مفهوم السياحة و السائح و مفهوم التسويق بصفة عامة بالإضافة إلى مفهوم التسويق السياحي و خصائصه.

الفصل الثاني: إنعاش و تطوير السياحة في الجزائر

ويتقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث يضم المبحث الأول الموارد و المواقع السياحية في الجزائر بالإضافة إلى تطوير وإعداد السياسات السياحية في الجزائر أما المبحث الثاني يتناول أنواع السياحة في الجزائر، أما المبحث الثالث تم فيه تقييم السوق السياحية في الجزائر

الفصل الثالث: دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية في ولاية البويرة

تم في هذا الفصل التعريف بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية البويرة و هيكلها التنظيمي و مهامها بالإضافة إلى دراسة تطبيقية تمثلت في إجراء مقابلة لموظفي المديرية.

الفصل الثالث

دراسة حالة مديرية السياحة

والصناعات التقليدية لولاية البويرة

تمهيد:

تطرقنا في الجانب النظري من البحث إلى دراسة الجودة وكذا ألقينا نظرة عن الخدمة ومررنا إلى السياحة وكذا الخدمات السياحية والفندقية ومختلف تصنيفاتها، لذلك سوف نحاول من خلال الجانب التطبيقي تخصيص دراستنا للتعريف بولاية البويرة وكذا مديرية السياحة لنفس الولاية ومن ثم كيفية القيام بدراسة تقييمية لجودة الخدمات السياحية والفندقية ومدى تأثيرها على تطوير الولاية ومساهمتها في الجذب السياحي وزيادة الطلب على المقومات السياحية والفندقية للولاية، وعلى هذا الأساس ارتأينا أن تشمل الدراسة في هذا الفصل على ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تم التعريف بالإطار الطبيعي والتاريخي وكذا مختلف أنواع السياحة بولاية البويرة مروراً إلى المبحث الثاني حيث تم التعريف بمديرية السياحة والصناعات التقليدية بالبويرة وتنظيمها والمؤهلات السياحية والفندقية المتابعة من قبلها ومختلف الإحصائيات المتعلقة بتطور حركة الفنادق بنفس الولاية.

أما المبحث الثالث فقد قمنا بدراسة استقصائية ابتداء من ملاحظة وتحليل وكذا تفسير ردود أفعال المبحوثين مروراً إلى دليل للمقابلة وبإنجازها وصولاً إلى عرض وتفسير النتائج من خلال الجداول البيانات وتقديم الحلول و الإقتراحات.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على المميزات الطبيعية والتاريخية لولاية البويرة ونقدم تقديماً لمديرية السياحة محل التبرص وصولاً إلى تحليل وتفسير نتائج الدراسة، وهذا انطلاقاً من المباحث التالية:

المبحث الأول: المميزات التاريخية والطبيعية لولاية البويرة.

المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البويرة.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

المبحث الأول: المميزات التاريخية والطبيعية لولاية البويرة.

تزرخ ولاية البويرة بموروث طبيعي وثقافي كبير لا يزال بحاجة إلى الاكتشاف و الاهتمام، وبحكم موقعها الجغرافي تعتبر كبوابة للجنوب الكبير ونافذة على البحر الأبيض المتوسط وهمزة وصل بين الشرق والغرب، فهي تتوفر على إمكانيات ومعالم سياحية هامة خاصة منها الثقافية والحملوية والجبليية.

المطلب الأول: التعريف بولاية البويرة.

من خلال هذا المطلب سنتعرف على تاريخ ولاية البويرة، كذلك موقعها الجغرافي والتنظيم الإداري لها.

أولاً: الموقع الجغرافي لولاية البويرة.

تقع ولاية البويرة في الجزء الشمالي من وسط البلاد، على مسافة 120 كلم جنوب شرق الجزائر العاصمة، تحتل موقعا استراتيجيا هاما إذا أُنْهتْ تقع على مفترق الطرق، يشقها الطريق الوطني 05 الرابط بين الشرق والغرب (الجزائر - قسنطينة)، ويعبرها الطريق الوطني 08 الرابط بين سور الغزلان وبوسعادة، يحدها من الشمال الشرقي ولاية تيزي وزو والسلسلة الجبلية جرجرة، ومن الشمال الغربي جبال بوزقزة ولاية بومرداس، أما شرقا فتحددها ولايتي بجاية وبرج بوعرييج، ومن الناحية الغربية فتحدها ولاية المدية وولاية البليدة، ومن الجنوب الغربي جبال ديرة وولاية مسيلة ومن جهة الجنوب الشرقي ولاية برج بوعرييج وسلسلة جبال البيان.

تتربع ولاية البويرة على مساحة 445628 كلم² ما يمثل نسبة 0.19 % من التراب الوطني، بالنسبة للسكان فقد عرفت ولاية البويرة ارتفاعا في عدد السكان خلال السنوات الأخيرة لكن يبقى التوزيع الجغرافي للسكان يتميز بتمركز هام حول المدينة الرئيسة للولاية والمدن الرئيسة لدوائر: الأخصرية، سور الغزلان، وعين بسام بما يعادل نسبة 50.85 % من مجموع سكان الولاية.

وحسب إحصائيات سنة 1998 فقد وصل عدد السكان بها آنذاك إلى 560629 نسمة، وفي نهاية سنة 2008 بلغت 688259 نسمة، حيث بلغت الكثافة السكانية 155/ن/كلم².

ويرجع هذا التزايد في عدد السكان إلى توفر المؤهلات الطبيعية والإقتصادية التي تملكها الولاية، فمع أن الطابع السائد فيها هو الطابع الجبلي إلا أنها تحتوي على سهول فسيحة ووديان دائمة الجريان.

ثانياً: التنظيم الإداري.

أنشئت ولاية البويرة بموجب الأمر رقم 69/74 المؤرخ في 02 جويلية 1974².

¹ - مديرية السياحة لولاية البويرة، منوغرافية سياحية لولاية البويرة، العدد 02، 2010، ص 11.

² - مديرية السياحة بالبويرة، الدليل السياحي لولاية البويرة، العدد 11.

والمتملّق بإعادة التنظيم الإداري للولايات، رمز الولاية 10 ومقرها هو البويرة، رمزها البريدي 10000 ، أما بالنسبة إلى الترقيم الهاتفي فهو 026.

تضمّ الولاية 45 بلدية موزعة على 12 دائرة هي: البويرة، حيزر، بشلول، أمشدالة، القادرية، الأخصرية، بير أغبلو، عين بسام، سوق الخميس، الهاشمية، سور الغزلان، برج أخريص، وهي موزعة على النحو الذي يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (14): التنظيم الإداري لولاية البويرة

الدائرة	البلديات
البويرة	البويرة - عين الترك - أيتلعزيز.
حيزر	حيزر - تاغزورت.
بشلول	بشلول - الأصنام - العجيبة - أهل القصر - أولاد راشد.
مشدالة	أمشدالة - صحاريج - شرفة - أحنيف - أغبالو - أث منصور.
القادرية	القادرية - عمر - الجباجية.
الأخصرية	الأخصرية - بوكرام - معة - بودريالة - زبربر - قرومة.
بير أغبالو	بير أغبالو - روراوة - الخبوزية.
عين بسام	عين بسام - عين العلوي - عين الحجر.
سوق الخميس	سوق الخميس - المقراني.
الهاشمية	الهاشمية - أولاد البردي.
سور الغزلان	سور الغزلان - معمورة - ريدان - الحكامية - الدشمية - ديرة.
برج أخريص	برج أخريص - المسدور - تاقديت - حجرة الزرقاء.

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن ولاية البويرة.

تعتبر ولاية البويرة مهدا للحضارات الأولى ومختلف الأثار القديمة التي لا تزال قائمة إلى يومنا هذا والتي تعتبر شاهدا على تواجدها منذ القدم، حيث ارتبط اسم البويرة حسب الروايات ببئر سمّي على اسم "حمزة"، ارتبط الاسم القديم للمدينة " برج حمزة " بشخصية إسلامية.

ويذكر البكري أبو عبيد الله في كتاب "المسالك والممالك" في الجزء الثاني أن حمزة مدينة نزلها وبنها حمزة ابن الحسن بن سليمان بن الحسن بن علي بن أبي طالب رضي الله عنهم، والحسن بن سليمان هو الذي دخل المغرب وكان له من البنين حمزة هذا وعبد الله، وإبراهيم، أحمد، محمد والقاسم¹.

حيث قام الحسن بن سليمان بتكوين إمارة صغيرة في الجزائر مثل ما فعل ذلك إخوته في جهات المغرب الأوسط الأخرى، وقام في عهد الدولة الإدريسية في منتصف القرن التاسع ميلادي (حوالي سنة 850 م) بإنشاء برج يحمل اسم عائلته وجنوده، ولقد تطوّرت التسمية بعد ذلك إلى سوق حمزة، بعد أن أصبح ذلك البرج مكان لاستقطاب سكان الأعراش المجاورة من أجل التبادل التجاري الذي أعطى ازدهارا وساعدها على التوسع العمراني.

أما ابن خلدون فذكر في كتابه "العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر"، المجلد الرابع، القسم الأول أن الذي دخل المغرب هو سليمان جد حمزة وليس أبوه حيث قال: أما سليمان أخو إدريس الأول فإنه فرّ إلى المغرب بعد أن هلك أخوه إدريس ثم افترق بنوه على ثغور المغرب الأوسط وقسموا ممالكه ونواحيه"

وفي عهد الدولة الحمادية اختلفت كلمتا برج وسوق وبقيت كلمة حمزة هي السائدة والتي أصبحت جزءا من الدولة الحمادية، حيث استقل حماد بسوق حمزة وبهذا أصبحت المدينة إحدى مدن المملكة الحمادية، وحماد أصله من حمزة، وذكر ابن خلدون في كتابه المذكور سابقا أن حماد هلك عام 419هـ - 1042 م، وخلفه ابنه، وعين أخاه هو قلان عاملا على حمزة.

ومنذ ذلك الوقت بدأ نجم سوق حمزة يسطع، وهو للدليل على أنها كانت مدينة تجارية بالدرجة الأولى، حيث كانت تجتمع فيها القبائل المجاورة وعليه فإن بناء حمزة كان في أوائل القرن الثالث الهجري على وجه التقريب.

وبعد الاحتلال الفرنسي للجزائر وقيام ثورة الأمير عبد القادر الجزائري ضد الاحتلال جعل من مدينة حمزة ولاية من الولايات الثمانية، وعين على رأسها خليفة القائد أحمد بن سالم الديبسي المحاربة العدو، ولقد لعبت دورا وطنيا مشهودا وتطوّرت تسميتها في هذه الفترة حسبما ذكرت النصوص التاريخية، وأصبح اسمها "برج البويرة".

1- بن زيتون حورية، الأطلس الأثري لولاية البويرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الأثار القديمة، معهد الأثار، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 17

أما التسمية الحالية لمدينة البويرة فلقد ظهرت في القرن 19 م أو قبله بقليل حيث قرّر المارشال ماكماهون إنشاء البويرة في 18/09/1868، ولكن لم ينفذ القرار إلا في 07/06/1872.

بعد الاستقلال عرفت البويرة توسعا عمرانيا كبيرا وتطوّرت في شتى المجالات، وانبثقت كولاية عن التقسيم الإداري لعام 1979 م.

المطلب الثالث: المقومات السياحية لولاية البويرة.

ولاية البويرة من الولايات الجزائرية الداخلية الهامة والتي تزخر بمعطيات طبيعية وثقافية ضخمة، فمن خلال هذا الجزء سنتعرف على الوسط الطبيعي وكذا النشاط الاقتصادي للولاية باعتبارها عاملا من عوامل الجذب السياحي.

أولا: الوسط الطبيعي:

1- الجانب المورفولوجي¹:

تتميز تضاريس ولاية البويرة بالتنوع ما بين الجبال والتلال والأودية والمضايق، حيث يحيط بها سلسلة الجبلية لجرجرة من جهة وجبال ديرة من جهة أخرى.

وهذه التضاريس تتكون في مجملها من خمس مساحات جغرافية هي: المنخفض المركزي، النهاية الشرقية للأطلس البلدي، المنحدر الجنوبي لجبال جرجرة، سلسلة جبال البيان والمرتفعات الجنوبية والمنخفض الجنوبي للبيان².

-المنخفض المركزي: ونجد في هذه المنطقة:

- مجموعة مشكلة من أراضي واد الساحل وواد الدهوس وسهل الأصنام، هذه المجموعة متكوّنة في معظمها من رواسب، تمثل ثروة مائية وفلاحية هامة.

- هضبة تاغزوت: وهي عبارة عن منخفض واسع يتراوح ارتفاعه بين 500 م و 600 م.

- سهل عريب بعين بسام: وهو سهل طويل ممتد إلى ولاية المدية عن طريق سهل بني سليمان.

- هضبة الهاشمية ببني منصور: وهي في معظمها ذات طبوغرافيا مسطحة ما عدا المنطقة الموجودة بين بشلول وتاوريرت غير المسطحة.

- النهاية الشرقية للأطلس البلدي:

وهي عبارة عن مجموعة تلال متفاوتة العلو مكونة أساسا من الصلصال، وهي سريعة الإنجراف وتتميز بما يلي:

¹ - عن أرشيف بلدية البويرة.

² - عن مديرية الغابات لولاية البويرة.

- خزان مهم للمياه الجوفية.

- تجمعات سكانية هامة: الأخرزية - القادرية - عمر.

- شبكة كبرى من المواصلات (الطريق الوطني رقم 05، السكة الحديدية والطريق السيار شرق غرب)

- المنحدر الجنوبي لجبال جرجرة:

يشمل الكتلتين الوسطى والغربية لمرتفعات جرجرة التي يفضلها عن ولاية تيزي وزو خط القمة الذي يمر عبر القمم الصخرية لجبال حيزر (212 م) ورأس تمديوين (2305 م) وتيروردة 1962 م ومن أهم القمم نجد قمة لالة خديجة بإرتفاع (2308 م).

- سلسلة جبال البيان:

هذه المساحة مغطاة أساسا بالغابات التي تنتهي من الغرب بمنحدر سور الغزلان. وتمتد هذه التضاريس نحو الجنوب في مرتفعات هامة تتشكل أساسا من الصلصال والحجر الكلسي وتتكون من:

- كتلة جبل ديرة التي تصل أعلى قمة فيها إلى 1810 م.

- السلسلة الجبلية لجبال كناف، أعلى ارتفاع بها 1434 م.

- جبل بن عبد الله 1314 م.

- السلسلة الجبلية لجبال تقديت نجد بها جبل عفروهن الذي تبلغ أعلى قمة به 1547 م، والتي تشكل أعاقات كبيرة في تعبيد الطرق.

- المنخفض الجنوبي لجبال البيان:

هو يمتد على:

- الطرف الشمالي لسهل الحصنة.

- التلال السفلية التي تمتد ما بين منطقة معمورة وأقصى جنوب شرق ولاية البويرة.

وهذه المساحات مشكلة من مراعي ومزارع الحبوب، إضافة إلى منخفضات واسعة وجرءاء تتخللها وديان موسمية.

2- الجانب المناخي:

يغلب على الولاية الطابع الجبلي، ويتميّز مناخ الولاية بالجفاف والحرارة صيفا وبالبرودة والأمطار شتاء، تتميز الولاية بنسبة سقوط أمطار معتبرة خاصة بالمنطقة الشمالية (الأطلس البلدي والمنحدر الجنوبي لجرجرة) وهو يتجاوز 600 مم/سنة في شريط هام من سلسلة البيان، كما يزداد تهاطل الأمطار بنسبة 2000 مم/سنة عند قمة جرجرة¹. تتميز ولاية البويرة بشتاء قاس و صيف حار، تبلغ ذروتها القصوى السنوية على التوالي 5 درجة و 30 درجة، أما بالنسبة للثلوج فهي تتواجد بالأخص بمناطق جبال جرجرة بينما تقل نسبيا بمنطقة جبال ديرة.

3- الجانب الهيدروغرافي:

توجد بولاية البويرة أربعة أحواض كبيرة وهي: حوض الصومام، حوض يسر، حوض الحضنة وحوض الحمير.

- حوض الصومام: مساحته 9090 كلم² نجد منها مساحة 2440 كلم² متواجدة في ولاية البويرة، أهم الوديان فيه نجد: واد الساحل، واد ريان، واد هوس، واد أمازيغ.
- حوض يسر: مساحته 675 كلم² في الولاية البويرة.
- حوض الحمير: مساحته 650 كلم² في الولاية البويرة.

4- الجانب النباتي والحيواني:

يمثل الغطاء النباتي لولاية البويرة تراث غابي يمتد على مساحة 112250 هكتار، ما يعادل 25% من المساحة الاجمالية للولاية، وهو يتوزع على نسبتين 86% غابات تابعة لأملاك الدولة، و 14% غابات خاصة، وينقسم الغطاء النباتي إلى أربع كتل أساسية هي:

- المساحة الغابية للبيان:

وهي أوسع مساحة غابية في الولاية، تقدر بـ 58540 هكتار، وتشمل غابات برج أخريص وأهل القصر، كسانة وبني منصور، وتتكون في الغالب الصنوبر الحلبي.

-المساحة الغابية للمنحدر الجنوبي لجرجرة:

تتربع على مساحة قدرها 22786 هكتار، وتشمل غابات مولاي، البويرة، حيزر، أزرو وواد الساحل، وتضم عدّة أنواع من الأشجار أهمّها: الصنوبر الحلبي، شجرة البلوط الأخضر، شجرة الفلين والأرز الأطلسي، كما نجد بالجهة الشمالية حظيرة طبيعية ذات مساحة تقدر بـ 18555 هكتار، وتدعى "الحظيرة الوطنية لجرجرة"، والتي تتشكل من أقاليم ولايتي تيزي وزو والبويرة

¹ -مديرية السياحة لولاية البويرة، منوغرافية سياحية لولاية البويرة، العدد 02 البويرة، ص 4.

- المساحة الغابية للأطلس البلدي:

تمتد على مساحة قدرها 16192 هكتار، تتكون من غابات بني خلفون، متنان، معالة والأيسري، نجد فيها أشجار الصنوبر الحلي والفلين.

- غابات جبال ديرة:

تمتد على مساحة قدرها 8757 هكتار، متكونة من غابات سور الغزلان وسور جواب، تتكون من عدة أشجار.

أما فيما يخص الجانب الحيواني فقد تعرضت الثروة الحيوانية في الولاية مؤخرا إلى التناقص المستمر، ويعود السبب في ذلك إلى الصيد الجائر، إضافة إلى عدة أسباب أخرى سواء كانت إنسانية أو طبيعية، ومن أهم هذه الحيوانات نجد: الحنظل، الأرنبالبري، ضبع المجدعة، القرد المغربي، الثعلب، الخنزير..... الخ.

ثانيا: النشاط الاقتصادي لولاية البويرة:

لا يمكن أن نتكلم عن السياحة دون التكلم عن الاستثمار والتنمية الاقتصادية لما للعلاقة الوثيقة المتكاملة بين كل من المجال الاقتصادي والسياحي، ولقد لقت ولاية البويرة في العشرية الأخيرة بمدينة الأشغال الكبرى بحيث استفادت بالكثير من المشاريع، ولقد قامت الدولة برصد ميزانية كبيرة من أجل دعم التنمية في مختلف القطاعات بالولاية.

1- القطاع الفلاحي:

تصنّف ولاية البويرة ضمن الولايات الفلاحية، حيث يكتسي فيها القطاع الفلاحي أهمية كبيرة، وتحظى زراعة الحبوب والزيتون بحصة الأسد، ولقد قدر إنتاجها للحبوب بين 17 و 35 قنطار في الهكتار، وبين 18 و 25 قنطار في الهكتار بالنسبة لإنتاج الزيتون، كما إنتقل إنتاجها للبطاطا من 300 ألف قنطار سنة 1999 إلى حوالي 900 ألف قنطار سنة 2008 أي بزيادة تقدر ب 19%.

إضافة إلى الإنتاج الحيواني كتربية المواشي والدواجن، فقد عرفت الولاية زيادة معتبرة في الإنتاج الحيواني، حيث ارتفع إنتاج اللحوم الحمراء بنسبة 87%، ووصل عدد رؤوس الماشية إلى 291695 رأس، كما ارتفع إنتاج اللحوم البيضاء ب 116%، بالإضافة إلى إنتاج 253 مليون وحدة بيض و 423 مليون لتر من الحليب، و 300 ألف كلغ من العسل بعد أن كان لا يتعدى 24 ألف كلغ وذلك سنة 2009.

وهذا التطور في مجال القطاع الفلاحي أثر إيجابا على عالم الشغل، باستحداث حوالي 15000 منصب شغل خلال سنوات ما بين 1999 إلى بداية سنة 2009.

2- القطاع الصناعي:

تملك ولاية البويرة نسيجا صناعيا معتبرا يحوي حوالي 98 وحدة ناشطة، 13 منها تابعة للقطاع العمومي، أهمّها مصنع الصبغة بالأخضرية، مصنع الإسمنت ومواد التنظيف بسور الغزلان، ويوجد بالولاية أكبر طاحونة للحبوب بالجزائر، إضافة إلى مصنع بني هارون بالجباحية دائرة الأخضرية للمياه المعدنية، والذي يحظى بسمعة عالية حيث يعود تاريخ إنجازه إلى العهد الفرنسي، إضافة إلى أن الولاية تتوفر على إمكانيات تجعل منها قطبا صناعيا محط اهتمام واستقطاب المستثمرين الخواص.

كما أحصت مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية لولاية البويرة حوالي 5428 مؤسسة سنة 2008 توفر 100 ألف منصب شغل موزعة إلى عدّة أنشطة وتسجيل 1811 حرفيا كفؤ بمثابة المرجع الأولي لقطاع الصناعات التقليدية، حيث تشتهر الولاية بالمنتجات الفخارية واللباس التقليدي كفستان أهل القصر والفتان القبائلي والبرنوس، وصناعة الحلبي من الذهب وفضة، إضافة إلى النسيج كزربية قرومة بالأخضرية وصناعة السلال، ونحت الحجر الأزرق وصناعة الحلفاء.

وكل هذه الصناعات التقليدية تعكس التراث الثقافي والتاريخي والحضاري وحتى طبيعة التضاريس في كل منطقة، وتمثل الموروث الشعبي لهوية سكان البويرة، إضافة إلى الطبخ المحلي، حيث نجد أنواعا كثيرة من الأطباق التقليدية في كل منطقة بعاداتها وتقاليدها، وكل هذا يعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي للولاية.

3- قطاع الخدمات:

قطاع الخدمات في الولاية البويرة يعرف انتعاشا خلال السنوات الأخيرة، فبالنسبة للخدمات الصحية فقد وعدت مديرية الصحة بتجهيز جميع العيادات المتعددة الخدمات عبر مناطق الولاية، وبالمناسبة فقد تم تزويد المؤسسة العمومية "محمد بوضياف" بأجهزة طبية عصرية مثل أجهزة السكاير وأجهزة الكشف عن الأمراض الداخلية، كما استفادت المؤسسة من تسجيل مشاريع أخرى برسم المخطط الخماسي 2010 - 2014، والتي سيتم تسليمها قبل نهاية 2014 كما تم تدشين 4 مؤسسات استشفائية صحية جوارية جديدة لسنة 2012 في كل من الأخضرية وبشلول وعين بسام وأث منصور.

كما يتوفر قطاع النقل على مستوى ولاية البويرة على 2295 مركبة نقل، والتي شأها استغلال عدة خطوط منها 40 خطا ما بين الولايات و 47 خطا محليا داخل إقليم الولاية، و 40 خطا عبر المناطق الريفية و 07 خطوط

أخرى حضرية، بالإضافة إلى هذا تدعمت شبكة النقل مؤخرا بـ 10 خطوط جديدة وبتكلفة تزيد عن 08 مليار دينار مقارنة بنسبة

2010 وتعلق الأمر (بالبويرة - بشار والبويرة - حاسي الرمل وعين بسام - الجزائر) و 07 خطوط محلية، ومن جهة أخرى بخصوص المشاريع الجديدة المتعلقة بالنقل الحضري للمدينة، فالقطاع تدعم بمؤسسة النقل الحضري الجديدة والمنشأة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10/92 المؤرخ في 14 مارس 2010.

أما القطاع الثقافي للولاية فيعرف انتعاشا كبيرا من خلال العديد من الأنشطة الثقافية الدورية التي تقام بالولاية، حيث تقام عدّة عروض مسرحية ولقاءات أدبية ومسابقات شعرية، وكذا مهرجانات فلكلورية، وأسابيع ثقافية تنشطها مديرية الثقافة لولاية البويرة. كما عرف القطاع الثقافي في الولاية فتح إذاعة محلية في أواخر سنة 2008، من أجل نقل أخبار الولاية أكثر بالتعريف على الولاية وكل ما تزخر به من خيرات طبيعية وثقافية لم تكتشف بعد، وتضم الولاية 93 مؤسسة بريدية منتشرة في الولاية، أما يعادل كثافة قدرها مركز واحد لـ 7863 نسمة.

وفي مجال النظافة العمومية والبيئة بصفة عامة فولاية البويرة تميزت خلال العشرية الأخيرة بتمركز سكاني هام، خاصة في التجمعات السكانية الناتجة عن النزوح الريفي، ولقد ترتب عنه تدهور في المحيط المعيشي، وهذا ناتج عن سوء تسيير النفايات الصلبة، وكثرة مواضع التفريغ العشوائية أو رمي جميع نفايات الولاية بطريقة عشوائية وبدون دراسة مسبقة حول التأثير البيئي، وتعتبر محطة التفريغ الواقعة بعاصمة الولاية الوحيدة من نوعها والتي تخضع للرقابة وتتلقى يوميا حوالي 40 طن من كل أنواع النفايات. أما بالنسبة لمحطات تطهير المياه فتحتوي ولاية البويرة على محطة واحدة شاغلة لتصفية المياه الموجودة في الأحضرية وستة محطات في طور الإنتاج كما هي مبينة في الجدول التالي:

- الجدول رقم (15):محطات تصفية المياه بولاية البويرة.

الموقع	الحالة	نسبة الإنجاز
الأحضرية	شاغلة	-
سور الغزلان	قيد الإنجاز	95%
البويرة	قيد الإنجاز	47%
عين بسام	قيد الإنجاز	35%
امشدالة	قيد الإنجاز	90%

حيزر	قيد الإنجاز	10%
القادرية	قيد الإنجاز	25%

المصدر: مديرية السياحة بالبويرة، إحصائيات 2009.

ثالثا: داخل مناطق التوسع السياحي.

1-السياحة الجبلية:

تعتبر السياحة الجبلية أهم نوع من أنواع السياحة التي يمكن تطويرها عبر ولاية البويرة وهذا يعود إلى توفر عدد من العناصر الأساسية التي تدخل في تركيب المنتج السياحي الجبلي نذكر منها:

* الطابع الجبلي للولاية حيث تحيط بها كل من النهاية الشرقية للأطلس البلدي من الشمال الغربي، سلسلة جبال البيان على طول حدودها الجنوبية وسلسلة جبال جرجرة على طول 50 كم من الشمال.

* الحظيرة الوطنية اجرجر بمساحة إجمالية تقدر بـ 18550 هكتار منها 8210 هكتار تابعة لولاية البويرة حيث تنظم عبرها زيارات مؤطرة للسواح لاكتشاف التنوع البيولوجي في الوسط الجبلي.

* الارتفاع عن سطح البحر لالا خديجة 2308 م، تالا رانا 1400 م، تيكجدة 1475 م، جبل حيزر 2123 م، رأس تيمدوين 2305 م، جبل ديرة 1810 م، جبل مغنين 1420 م.....إلخ.

* وجود منحدرات صخرية مهينة لممارسة التسلق.

* وجود هوات ومغارات ملائمة لممارسة إستكشاف المغارات: أسول بعمق 805 م، هوة النمر بعمق 1007 م وهي أعمق هوة في إفريقيا، مغارة الجليلد بعمق 230 م.

* شبكة طرق وطنية في المناطق الجبلية: الطرق الوطنية رقم 15 و30 ورقم 33.

* عدد كبير من القرى بمحاذاة المناطق الجبلية حيث تشكل بمعالمها، تراثها وصناعاتها التقليدية عامل جذب للزوار.

* توفر ولاية البويرة 03 سدود هامة مناسبة لاستقبال نشاطات رياضية وبيئية، متمثلة في:

- سد كدية أسردون (بلدية الأخرضية).

- سد تيلسديت (بلدية بشلول).

- سد لكحل (بلدية عين بسام).

* توفير هياكل إيواء ذات نوعية واستعاب تقدر حاليا بـ 1118 سرير مرشحة للارتفاع في الأشهر القادمة.

* وجود مسالك مهينة للتجوال عبر الحظيرة الوطنية لمرجحة إضافة إلى المسالك التي تمت دراسة تحديدها وتميئتها والمتمثلة في:

- ميمونة - قمة جبل حيزر (بلدية حيزر).

- مسلك مسمونة-تيكجدة (عبر بلديتي حيزر والأسنام).

- مسلك تالة رانا - قمة لالا خديجة - تيزي نكوال (بلدية صحاريج).

- مسلك قمة جبل ديرة - فج ديرة (بلدية سور الغزلان).

2- السياحة الثقافية:

إلى جانب مؤهلاتها في السياحة الجبلية، فإن ولاية البويرة بتنوع تراثها الثقافي المادي واللامادي الذي يمثل صورة للتنوع الثقافي للجزائر، مؤهلة كذلك تطوير السياحة الثقافية. وعلى سبيل الذكر لا الحصر نذكر أهم المتاحات في هذا المجال:

* أثار ما قبل التاريخ (الأخضرية).

* الأثار الرومانية (سور الغزلان، العجبية، صحاريج، عين بسام، الحاكمية).

* الأثار التركية (برج حمزة بالبويرة، برج أحريص، برج أث منصور).

* المساجد العتيقة والزوايا (المسجد العتيق لسور الغزلان، مسجد أث إبراهيم بالمشدالة، زاوية الشيخ بالعموري، زاوية سيدي خالد، زاوية قرومة).

* صناعات تقليدية متنوعة (الفخار، الحلي الفضية، النسيج، اللباس التقليدي).

3- السياحة الحموية:

تتوفر ولاية البويرة على منبع حموي واحد يقع بمنطقة حمام كسانة التابعة لبلدية الهاشمية، ويكتسي هذا المنبع أهمية كبرى بالنسبة لتنمية الاقتصادية لمنطقة الهاشمية، وبل لكل الولاية حيث بتجسيد مشروع المركب الحموي الذي يتم حاليا ستضاف منطقة حمام كسانة إلى قائمة الوجهات السياحية الحموية الوطنية خاصة وأن مياه منبع حمام كسانة تعرف بخصائصها العلاجية لعدة أمراض والتي نذكر منها على سبيل المثال:

✓ الأمراض الجلدية.

✓ الأمراض التنفسية.

✓ الكسور وأمراض العظام.

✓ أمراض الروماتيزم.

✓ أمراض الأنف، الأذن والحنجرة.

رابعا: خارج مناطق التوسع السياحي:

1- سياحة الأعمال: تعرف ولاية البويرة طلبا متزايدا على الاستثمار في المجال الفندقي في الوسط الحضري (سياحة الأعمال) وهذا نتيجة عدة عوامل منها تنامي النسيج الحضري، تطور النشاطات التجارية والصناعية، استفادة ولاية البويرة من عدة مشاريع مهيكلية واستفادة ولاية البويرة من القطب الجامعي، وفي انتظار تكوين حافظة عقارية سياحية بتصنيف مناطق التوسع السياحي فقد قمنا من خلال مشاركتنا في أعداد مخططات شغل الأراضي (POS) وهكذا المخططات التوجيهية للتهيئة الحضرية (PDAU) باقتراح تخصيص أوعية عقارية لاحتواء مشاريع فندقية في المناطق المناسبة ضمن النسيج العقاري، وهو تجسد في اعتماد عدة مشاريع قيد الإنجاز وأخرى قيد الدراسة.

2- السياحة البيئية: من جهة أخرى، وقصد تنويع الاستثمار السياحي وتوفير عرض في مجال السياحة الجبلية والبيئية فقد بادرننا بالتنسيق مع المجالس الشعبية البلدية المعنية بالتقرب من المواطنين المالكين للأراضي الواقعة في المناطق ذات الجانب السياحي لاسيما السدود وهذا لحثهم على الاستثمار في السياحة البيئية والجبلية على غرار منطقة سد تيلسديت ببلدية الأسنام أين تم تقديم مشروع من طرف مستثمر شاب من أجل إنجاز مركب سياحي بجوار سد تيلسديت والمشروع قيد الدراسة من طرف صاحبه.

2- المنابع الحموية: في إطار تحيين الحصيلة الحموية الوطنية تمت مراسلة جميع الدوائر من أجل إحصاء المنابع الحموية، حيث تم إحصاء 20 منبع إلا أنه باستثناء منبع حمام كسانة الحموي يبقى تأكيد الخاصية الحموي لمياه المنابع الأخرى مرهونا بإجراء دراسات خاصة، كما يبقى الاستثمار الحموي فيها مرتبط بتحديد الطبيعة القانونية للأرضية المتواجد بها (أملاك الدولة / أملاك البلدية) بعيدا عن الطبيعة الغائية أو الفلاحية.

المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البويرة. تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري **المطلب الأول: نبذة تاريخية عن المديرية وتنظيمها:** لكل مديرية تاريخ نشأة وهيكل تنظيمي يسيرها.

أولا: نشأتها:

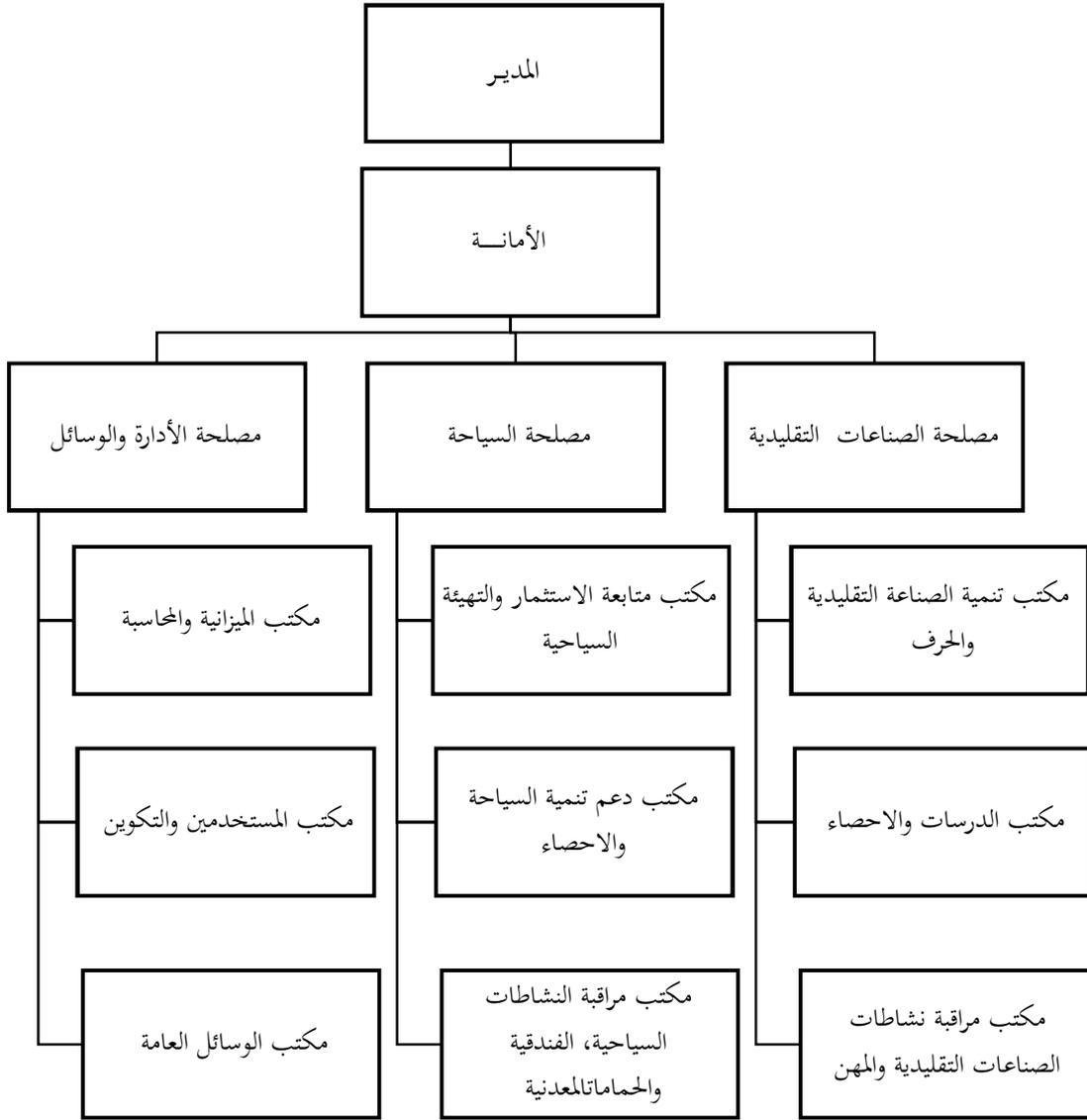
نشأت مديرية السياحة لولاية البويرة عام 2000 بعد أن مرت بعدة مراحل، بداية كانت مهمة الإشراف على قطاع السياحة والصناعة التقليدية موكلة لمكتب بمديرية الصناعة والمناجم للولاية، ثم تم استحداث مفتشية السياحة والصناعة التقليدية عام 1998 التي تحولت إلى مديرية السياحة والصناعة التقليدية عام 2002، بانفصال الصناعة

التقليدية عن قطاع السياحة سنة 2005 استقرت مديرية السياحة لمدة خمس (05) سنوات قبل أن يتم مرة أخرى تحويل الصناعة التقليدية إلى قطاع السياحة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 10 - 257 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

وتتكون مديرية السياحة والصناعة التقليدية من ثلاث مصالح هي مصلحة الإدارة والوسائل، مصلحة السياحة ومصلحة الصناعة التقليدية.

ثانيا: تنظيمها:

الشكل رقم (9): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.



المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 60 الموافق 2012/12/31

يوضح الشكل السابق التصميم الهيكلي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة، والذي يتكون من:

مدير مديرية السياحة محاط الأمانة وينبثق منه 03 مصالح وبدورهم يتفرع في كل منهم 03 مكاتب نذكرها كمايلي:

1- تضم مصلحة السياحة ما يأتي:

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية.

- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.

- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

2- تضم مصلحة الصناعات التقليدية ما يأتي:

- مكتب تنمية الصناعات التقليدية والحرف.

- مكتب الدراسات والإحصاء.

- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

3- تضم مصلحة الإدارة والوسائل ما يأتي:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب الميزانية والمحاسبة.

- مكتب الوسائل العامة.

المطلب الثاني: المهام المسندة إليها:

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية بما يلي:

1- في المجال السياحة:

* إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.

* المبادرة بكل تدبير من شأنه إنشار محيط ملائم لتنمية النشاطات السياحية المحلية.

* تنفيذ برامج وتدبير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المائية.

* جمع وتحليل آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.

* المساهمة مع القطاعات المعنية في تنمية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.

* السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية.....الخ.

* تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية، وكذا ترقية المنتوجات السياحية المحلية وتسويقها.

* جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية.

* السهر على تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستحمام.

* ادماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم العمران وتثمين مناطق التوسع والمواقع السياحية.

* توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.

*متابعة تطابق النشاطات السياحية مع مقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية.

*المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن¹.

2- في المجال الصناعة التقليدية:

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

*المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.

*السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.

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

*المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

*تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

*جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

*تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها².

المطلب الثالث: المؤهلات السياحية المتابعة من طرف المديرية.

إن ولاية البويرة بموقعها الاستراتيجي ومعطياتها الطبيعية والثقافية مرشحة لأن تكون قطبا سياحيا هاما، وهذا ما يبدو حليا من خلال غناها من حيث المواقع السياحية خاصة منها الجبلية الحموية والأثرية والتي تسهر مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة على حمايتها والحفاظ عليها.

1- المركب الحموي حمام كسانة (بلدية الهاشمية):

يقع وسط غابة الصنوبر لكسانة، على علو 600 م وعلى بعد 17 كم من بلدية الهاشمية و34 كم مك مقر الولاية، إن استغلال المنبع الحموي المتواجد بها سيجعل منها مقصدا سياحيا هاما خاصة بعد انتهاء مشروع إنجاز المحطة الحموية بها حيث ستوفر المنشآت المناسبة لاستقبال السياح والزائرين القاصدين الراحة والاستجمام.

4- منطقة تيكجدة (بلدية الأسنام):

¹-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/العدد 63 الموافق ل26/10/2010 م، ص 18-19.

²-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 18-19.

تابعة إقليميا لبلدية الأسنام وتقع على بعد 33 كم من مقر الولاية في قلب الحظيرة الوطنية لجرجرة التي تمتد على طول سلسلة جبال جرجرة بين ولايتي البويرة وتيزي وزو، بمساحة تقدر بـ: 18550 هكتار (8800 هكتار منها تابعة لولاية البويرة).

صنفت منذ سنة 1935 ضمن الحظائر الوطنية، وغداة الاستقلال أنشأت رسميا باسم الحظيرة الوطنية لجرجرة طبقا للمرسوم رقم 83/460 المؤرخ في 23 جويلية 1983.

موقع تيكجدة يعتبر عينة من الحظيرة الوطنية لجرجرة إذ يحتوي أنواعا نادرة من الحيوانات والطيور إضافة إلى غطاء غابي كثيف من أشجار الصنوبر النادر والأرز التي تتراوح أعمارها ما بين 600 و 1000 سنة مشكلة مناظر طبيعية لا نظير لها بمناخ مناسب للاستحمام وتضاريس ملائمة لممارسة الرياضات الجبلية كالتزحلق على الثلج وتسلق الجبال واستكشاف المغارات.....الخ.

5- منطقة تالة رانا (بلدية صحاريج):

هي كذلك جزء من الحظيرة الوطنية لجرجرة تقع على علو 1400 م، ورغم أنها تصلح للراحة والاستحمام إلا أنها تفتقر أدنى المنشآت السياحية وهو ما نهدف لاستدراكه من خلال اقتراح المنطقة للتصنيف كمنطقة توسع سياحي.

4-منطقة الريش (بلدية البويرة):

هي منطقة غابية تقع بحواشي بلدية البويرة تمت تهيئتها كغابة تسلية وهي تستقطب عددا كبيرا من الزوار، من العائلات، الأطفال والرياضيين.

5-منطقة عين زبدة :

هي جزء من الحظيرة الوطنية لجرجرة، وتابعة لبلدية أغبالو، تتميز بارتفاع يزيد عن 1300 م وبغطاء نباتي كثيف، تستقطب أعداد معتبرة من الزوار رغم خلوها من المنشآت السياحية كونها همزة وصل بين ولايات البويرة، بجاية وتيزي وزو.

6- منطقة سور الغزلان الأثرية:

"سور الغزلان" هي مدينة مشيدة فوق أطلال مدينة رومانية كانت تسمى (أوزيا) وهي تحتوي على المعالم

التاريخية والأثرية التالية:

✓ الأبواب القديمة لمدينة أوزيا هي:

- "باب الدزاير" أو باب الجزائر 1855.

- "باب سطيف" 1856.

- باب بوسعادة".

- "باب المدية".

✓ المدرج الروماني.

✓ بعض البقايا لأبراج مراقبة رومانية.

✓ أحجار القبور الرومانية.

✓ الثكنة الفرنسية القديمة.

✓ أسوار رومانية محيطة بالمدينة تم ترميمها خلال الاحتلال الفرنسي.

✓ بقايا السجن الفرنسي الذي كان يمارس فيه التعذيب.

✓ بعض الأثار التي تعود للفترة ما قبل التاريخ.

7- المسطحات المائية : تتوفر ولاية البويرة على ثلاث سدود هامة وهي:

- سد كودية أسردون (بلدية معلقة) ذو سعة قدرها 640 مليون م³.

- سد تسديت (بلدية بشلول) ذو سعة قدرها 167 مليون م³.

- سد الأكحل (بلدية عين بسام) ذو سعة قدرها 30 مليون م³.

إضافة إلى المناطق الجبلية، تبرز الأهمية السياحية للمسطحات المائية من خلال الناظر الطبيعية الخلابة التي تمتع بها زائر وكذا إمكانية استقبالتها وتطويرها لعدة نشاطات سياحية ورياضية مثل الصيد السياحي، منافسات التجديف والتجول إلى جانب إمكانية إقامة نشاطات تجارية وخدمات أخرى كالإطعام والفندقية.

8- الوكالات السياحية لولاية البويرة:

الوكالات السياحية لولاية البويرة

- الجدول رقم (16): توجد سبعة عشر (17) وكالة سياحية تنشط بولاية البويرة كما هو موضح في الجدول

أسفله:

الرقم	إسم الوكالة	الموقع	الصف
01	وكالة النجاح ترافلايجنسي	البويرة	أ
02	وكالة مام تور	البويرة	أ

03	وكالة أسماء تور	البويرة	أ
04	وكالة الإكتشاف	البويرة	أ
05	وكالة البويرية	البويرة	أ
06	وكالة الوافي للسياحة والأسفار	البويرة	ب
07	وكالة الميعاد للسياحة والاسفار	البويرة	ب
08	وكالة تيكجدة للسياحة والأسفار	البويرة	ب
09	وكالة رقان للسياحة والأسفار	البويرة	أ
10	وكالة الصومام للسياحة والأسفار	البويرة	أ
11	وكالة مريم ديال للسياحة والأسفار	الأخضرية	ب
12	وكالة عيشون للسياحة والأسفار	البويرة	ب
13	وكالة الفلاح للسياحة والأسفار	الأخضرية	أ
14	وكالة موسي للسياحة والأسفار	البويرة	أ
15	وكالة إليان ترافل	البويرة	أ
16	وكالة رونق للسياحة والأسفار	الأخضرية	ب
17	وكالة نورهان للسياحة والأسفار	سور الغزلان	ب

9- المؤسسات الفندقية:

الجدول رقم (17):مختلف المؤسسات الفندقية بولاية البويرة:

تسمية المؤسسة الفندقية	العنوان	طاقة الإيواء	درجة التصنيف
------------------------	---------	--------------	--------------

فندق روايال	محطة المسافرين سابقا البويرة	110 سرير	نجمتان (2)
فندق صوفي	الشارع الكبير مقابل مجلس القضاء البويرة	110 سرير	نجمة واحدة (1)
فندق تومي	شارع موزعي عبد القادر البويرة	62 سرير	غير منصف
فندق نجمة	10 شارع عبان رمضان البويرة	41 سرير	غير منصف
فندق ديهية	الطريق الوطني رقم 05 بلدية الأسنام البويرة	38 سرير	غير منصف
المركز الوطني للرياضة والتسليية بتيكجدة	تيكجدة بلدية الأسنام البويرة	500 سرير	غير منصف
فندق العتيق	شارع جوماد حمو البويرة	64 سرير	نجمة واحدة (1)
فندق الإقامة	رأس البويرة	188 سرير	غير منصف

10- العرض السياحي:

في إطار تطبيق السياسة العامة للدولة وتشجيعها لقطاع السياحة والصناعية التقليدية رصدت أغلفة مالية هامة ضمن مختلف المخططات والبرامج التنموية حيث استفادة قطاع السياحة والصناعة التقليدية بالولاية من طرف يقدر بـ 25250000000 دج، جسدت من خلالها 16 علمية من أهمها عمليتان تخصصان تشجيع الاستثمار السياحي بغلاف مالي قدره 1300000000 دج تهدف إلى توفير أوعية عقارية (مناطق توسع سياحي) توجه الاستثمار في القطاع السياحي.

هذه نتائج الطلب السياحي لفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017، حيث تطهر النتائج في الجدول التالي وكما هو مبين في المنحنى البياني التالي والذي يحتوي على طاقة الإواء والوافدون مع ليالي للسنوات سابقة الذكر.

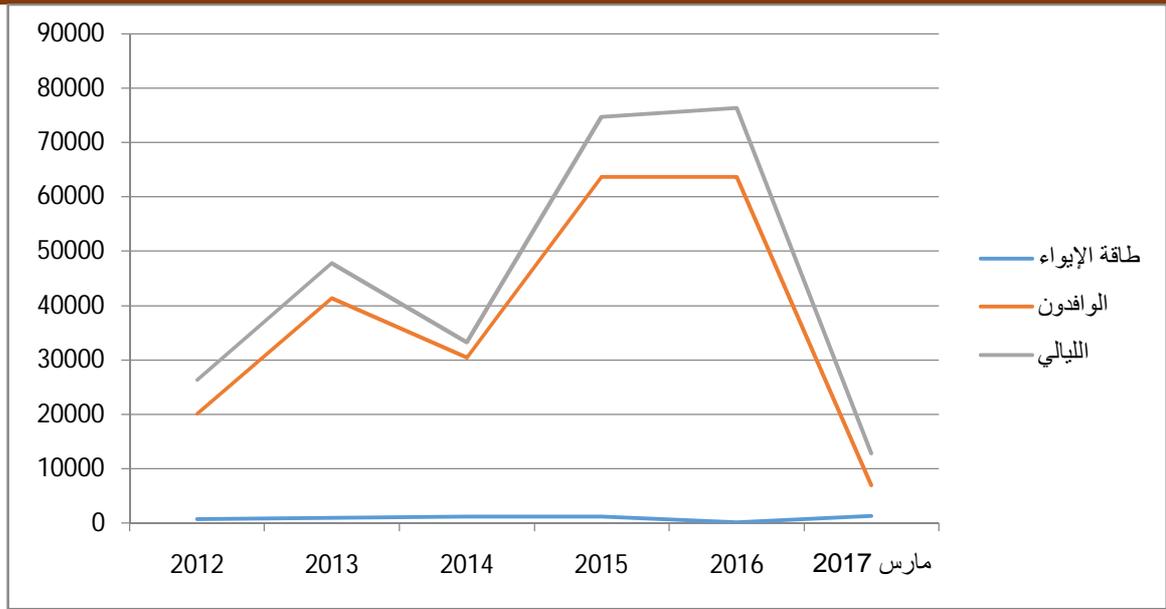
الجدول رقم (18): الطاقة السياحية خلال الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017.

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	مارس 2017
طاقة الإيواء	638	934	1118	1118	104	1220
الوافدون	20156	41356	30426	63734	63734	6928
الليالي	26324	47785	33316	74768	76387	12815

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

نلاحظ من خلال الجدول ونتائج المنحنى البياني الممثل أعلاه بأن حركة الفندقية خلال الفترة سابقة الذكر عرفت تغيرات متفاوتة النتائج، بحيث كانت بالنسبة لطاقة الإيواء في الفترة بين 2012 و 2013، ثم كان تساوي في النتائج بين الفترتين 2014 - 2015، لتعود وتزيد في سنة 2016 إلى غاية مارس 2017، أما بالنسبة للوافدين لاحظنا تزايد في النتائج في سنة 2013 بالمقارنة مع 2012، لتعود وتنخفض في سنة 2014، أما في سنتي 2015-2016 فكانت النتائج متقاربة، أما فيما يخص نتائج عدد الليالي التي قضاها السائح في مجموع الفنادق فكانت مرتفعة نوعا ما في سنة 2013 بالعودة إلى 2012، لتنخفض في سنة 2014 وترتفع تصاعديا في السنوات اللاحقة إلى غاية الثلاثي الأول لسنة 2017 بسبب نقص الطلب السياحي على فنادق الولاية.

الشكل رقم (10): منحنى بياني يوضح تطور حركة الفندقية في الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017



الجدول رقم (19): حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.

الأشهر	فندق ديهية		فندق صوفي		فندق العتيق		فندق تومي		فندق الرويال		فندق الإقامة		فندق الريش	
	الليالي	وافدون	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و
جانفي	461	461	317	317	353	353	282	282	1144	442	2545	762	/	/
فيفري	491	491	274	274	275	275	251	251	951	251	785	718	/	/
مارس	457	457	288	288	297	297	433	433	/	/	320	709	/	/
أفريل	521	521	293	293	/	/	299	299	/	/	788	748	290	290

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

نلاحظ من الجدول أن هناك نتائج متفاوتة للوافدين في الفندق دهيمة وأعلى نتيجة كانت في شهر أفريل، كما

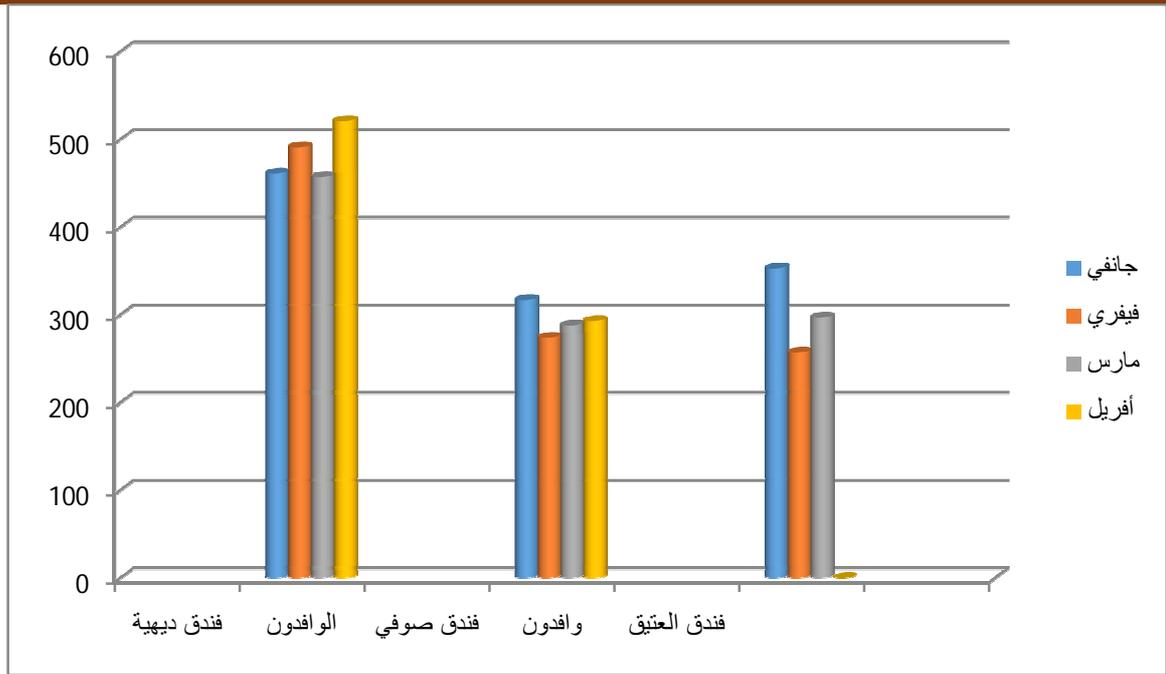
أن هناك تساوي في الليالي وعدد الوافدين إلى هذا الأخير، أما بالنسبة لفندق صوفي هناك

تناقص في نتائج في كل شهر ما عدي شهر أفريل لاحظنا ارتفاع طفيف في النتيجة، أما فندق تومي هناك تفاوت في

النتائج، وفيها يخص فندق الرويال فإن عدد الليالي المنقضية في الفندق مرتفع لنفس عدد الوافدين كما هو الحال

بالنسبة لفندق الإقامة وذلك بسبب أن السياحة في البويرة هي سياحة موسمية والتي تكون في فصل الشتاء بكثرة.

الشكل رقم(11): تطور حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.



المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

أن الهدف من بحثنا هو تقييم جودة الخدمات السياحية الفندقية، وهذا من خلال التعرف على مستوى جودة الخدمات الفندقية المطبقة في مجموعة من الفنادق الولاية والتي هي تحت إشراف ومتابعة من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة، ويشمل هذا المبحث عرضا وتحليلا مفصلا للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية التي أجرت مع موظفي المديرية وكذا مجموعة من موظفي أربعة فنادق.

المطلب الأول: مفتش السياحة وطريقة تقييم جودة الخدمات الفندقية.

أولاً: التعريف بمفتش السياحة¹:

يتم توظيف في الرتب التابعة لسلك المفتشين السياحية من المترشحين الحاصلين على الشهادات الجامعية في التخصصات التالية: الحقوق، العلوم التجارية، العلوم الاقتصادية، علوم التسيير، وتتم ترقيتهم حسب الشروط والنسب المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 08 - 302 مؤرخ في 24 رمضان عام 1429 الموافق لـ 24 سبتمبر سنة 2008، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتميين لسلك مفتشي السياحة وحسب هذا القانون يدعي الموظفون إلى تأدية نشاطهم نهاراً أو ليلاً وحتى خارج المدة القانونية للعمل ، كما يؤدون اليمين القانونية أمام المحكمة الإدارية وهذا نص اليمين

" أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بعملتي علي أكمل وجه وأن أؤدي مهنتي بأمانة ودقة ونزاهة وأكتم سرها وأتعهد بإحترام أخلاقياتها وإلتزام في كل الأحوال بالواجبات التي تفرضها علي" لا تجدد اليمين ما لم يحدث انقطاعاً نهائياً في الوظيفة مهما تكن أماكن إعادة التعيين أو الرتب أو المناصب المشغولة، يعين المترشحون الذين يوظفون في سلك مفتشي السياحة بصفة مترشحين حسب الحالة ويلزمون باستكمال التبرص التجريبي الذي تكون مدته سنة واحدة على إثر فترة التبرص، يرسم المتربصون أو يخضعون لتمديد التبرص مرة واحدة للمدة نفسها، وإما يسترحون دون إشعار مسبق

ويشمل سلك مفتشي السياحة على ثلاث رتب:

- رتبة مفتش.
- رتبة مفتش رئيسي.
- رتبة مفتش قسم.

ثانياً: مهام مفتش السياحة¹:

¹ -الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56، الموافق 28 سبتمبر 2008، ص6.

يقوم مفتش السياحة بما يلي:

القيام بمهام التفتيش، المشاركة في إعداد برامج التفتيش، المشاركة في متابعة حصيلة برامج التفتيش وتقييمها، وإعداد تقارير المهام، الإشراف على المهام المنوطة بمستخدمي المفتشية الموضوعين تحت سلطتهم وتنسيقها، اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين تسيير المؤسسات الفندقية السياحية.

ثالثا: كيفية تقييم جودة الخدمات الفندقية: يعتمد تقييم جودة الخدمات السياحية الفندقية من طرف مديرية السياحة بالبويرة على:

1- بطاقات تقييمية نموذجية لتصنيف الفنادق:

هي عبارة عن بطاقات تقييمية نموذجية لتصنيف الفنادق الصادرة عن وزارة السياحة في جوان 2005، ووفق هذه البطاقات يقوم مفتشي السياحة التابعين لمديرية السياحة بمتابعة وتقييم جودة الخدمات الفندقية، على أساسها يتم تزكية المؤسسات الفندقية التي تتماشى مع معايير وشروط هذه البطاقات إلى نجمة أعلى أو تفرض مخالفات على التجاوزات التي لا تخدم جودة الخدمة الفندقية ، وتنزل درجة .

التصنيف من المؤسسات التي لا تستوفي الشروط وحسب هذه البطاقات فإن مختلف المعايير تكون كالآتي:

- فنادق من درجة نجمتين(2):

من الشروط العامة أن تكون المؤسسة الفندقية بتأثير متوسط وتجهيزات من نوعية متوسطة والصيانة جيدة وكذا سلوك المستخدمين حسن، وبالنسبة لمدخل الفندق أن يكون مدخل الزبائن مستقل ومشار إليه أي وجود لافتة والمدخل سهل المسلك ومضاء في الليل، مع وجود مقاعد وكذا مساحة البهو كافية بالإضافة إلى وجود مكتب استقبال.

أما بالنسبة للمطعم فوجود قاعة لتناول الوجبات مساحتها ذات علاقة بسعة الفندق، التجهيزات الصحية في حالة جيدة من النظافة وفي حالة جيدة من التشغيل، ووجود ماء ساخن وبارد ووجود مغسل للأيدي وكذا وجوب وجود مصعد مخصص للزبائن والرواقات مضاءة باستمرار وتهوية الأماكن المشتركة وتدفئتها وأثاث الغرف يكون في حالة جيدة، وجود حمام خاص في كل غرفة ووجود مغسل ومغطس أو مرش مع مرحاض، والتجهيزات الصحية في حالة جيدة من النظافة وتوفير النظام الداخلي للفندق، وتوفير الدليل الهاتفي للفندق وتقديم فطور الصباح في الصالة وكذا وجود هاتف في كل غرفة، ولباس المستخدمين بمصالح الإستغلال موحد ووجود علبة الأدوية.

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56، مرجع سابق، ص8.

-فنادق من درجة واحدة(1):

بالنسبة للشروط العامة أن تكون بتأثيث من نوعية مقبولة وبتجهيزات مقبولة وصيانة جيدة، سلوك مستخدمى المؤسسة حسن، ونفس الشروط والمعايير بالنسبة لباقي الخدمات.

-فندق من دون نجمة:

من ناحية الشروط العامة لا بد على المؤسسة أن يكون لها حد أدنى من التأثيث، أدنى من التجهيزات وذات صيانة جيدة وسلوك مستخدمى المؤسسة حسن، نفس الشروط بالنسبة للخدمات الأخرى مع عدم توفر المؤسسة على مطعم.

2- محاضر المعاينة: هي عبارة عن محاضر يتم من خلالها تدوين كل التحفظات والتجاوزات التي تم ملاحظتها أثناء المراقبة الدورية أو المفاجئة للفنادق، ومن ثم تحدد العقوبات المنصوص عليها على هذا الأخير. وهناك مجموعة من الفنادق في ولاية البويرة انخرطت في **مخطط جودة السياحة** نستعرضه كما يلي:

مخطط جودة السياحة:

في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، قمنا بإرسال دليل المخطط التوجيهي لكل من المؤسسات الفندقية المعنية وكذا وكالات السياحة والأسفار رغبة منا في انخراطهم في نوعية تستجيب لاحتياجات العملاء، واطلاعهم على الخطوات التي ينبغي اتخاذها ليكونوا:

"(Plan Qualité Tourisme Algérie)، مرشحين لعلامة " الجودة السياحية الجزائر

أهدافه:

- ✓ تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال إدماج مفهوم الجودة في جميع مشاريع التنمية والسياحة، وأكثر مهنية.
- ✓ تعزيز المناطق السياحية، وخلق استدامة السياحة في الجزائر عن طريق تحسين وضوح الرؤية للجودة من جانب السياح، ولاستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية بتقديم المساعدة والأدوات لتكييفها وتنميتها، بما في ذلك مساعدتها على عمليات الترميم وإعداد التأهيل والتحديث، والإرشاد والتدريب.
- ✓ توفير مزيد من الترويج للمؤسسات المشاركة في عملية نوعية من خلال اندماجها في شبكة من المواقع تحمل علامة " الجودة السياحية الجزائر "، عن طريق ضمان تحقيق تكامل أفضل في قنوات التجارة من خلال تحسين وضعها.

المطلب الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً : مجتمع الدراسة :يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة بالإضافة إلى مجموعة عمال من الفنادق بالبويرة.

ثانياً :

عينة الدراسة: تتمثل عينة الدراسة في مفتشي السياحة للاستغلال وملاك وموظفي مجموعة من الفنادق بالبويرة والمشرف عليها من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية، حيث تم مقابلة عينة من أفراد هذا المجتمع المتكونة من 36 شخص على مستوى هذه الفنادق التي تتراوح درجاتها ما بين الفنادق غير المصنفة وفنادق من درجة نجمتين.

ثالثاً :

أساليب التحليل الإحصائي: قامت الباحثة بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال المقابلات الشخصية المباشرة بالاعتماد على برنامج Excel ذا الإصدار 2007، وقد تم الاعتماد على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي احتوت عليها أسئلة المقابلات وهذه الأساليب هي: التكرارات والنسب المئوية للإجابات.

رابعاً :

أدوات البحث والدراسة الميدانية:

تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على الوثائق المستمدة من المديرية والملاحظة المباشرة لردود أفعال عينة الدراسة وأيضاً المقابلات الشخصية وذلك عن طريق استخدام المصادر الأولية في جمع البيانات وهي المصادر التي تقودنا إلى بيانات مباشرة عن الموضوع محل البحث وهي:

1- وثائق المديرية: لقد اعتمدت في جمع البيانات لحل إشكالية الدراسة على الوثائق المقدمة من طرف مديرية السياحة و الصناعات التقليدية بالبويرة من خلال مصلحة السياحة (رئيس المصلحة ومفتشة السياحة الفندقية) وكذا المقابلات الشخصية مع بعض العمال.

2- المقابلة: اقتضت الدراسة أن تعتمد أيضاً على المقابلة وقد تم تصميمها على عينة تضم 36 شخص بالشكل التالي:

-موضوع المقابلة:

دار موضوع المقابلة حول إستراتيجيات المنتهجة للجذب السراح المحليين والخارجين .

-الغرض من المقابلة:

من خلال تصميمي لدليل المقابلة هدفي التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الفندقية بمراعاة شروط ومعايير

تطبيق الجودة في الخدمة المقدمة للسياح من أجل الرقي و النهوض بالصناعة الفندقية في ولاية البويرة لما تزخر به من معالم

سياحية ضخمة وحب المحافظة عليها وجلب مختلف الأجناس للاستمتاع بها.

-طريقة الإجابة: من خلال طرحنا للأسئلة في البداية لاحظنا بعض التردد و التخوف من طرف فئة من أفراد العينة ومع مرور بعض الدقائق بدا تفهم بأن المقابلة صممت لغرض البحث العلمي فقط وأصبحت الظروف جيدة وملائمة والطلاقة في الإجابة عن الأسئلة، أما الفئة المتبقية فقد بادرت من الوهلة الأولى إلى الإجابة بشكل جد مريح .

-نوع الأسئلة:

اعتمدت من خلال صياغتي لأسئلة المقابلة على نوعين من الأسئلة وهي الأسئلة المفتوحة تتم فيها الإجابة بكل حرية والأسئلة المغلقة والتي تتعلق بالإجابات نعم أو لا.

-مكونات المقابلة:

تضمنت المقابلات على مجموعة من المكونات نحصها فيما يلي:

- الأسئلة الخاصة بمفتش السياحة المكلف بالاستغلال؛
- الأسئلة الخاصة بالإدارة وهي معلومات عامة عن المؤسسة الفندقية؛
- الأسئلة الخاصة بخدمة الاستقبال؛
- الأسئلة الخاصة بالإيواء؛
- الأسئلة الخاصة بالإطعام؛

المطلب الثالث: تفسير وتحليل نتائج الدراسة

أولا: تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة

سيتم في هذا الجزء تحليل خصائص أفراد العينة كل على حدة، كمايلي:

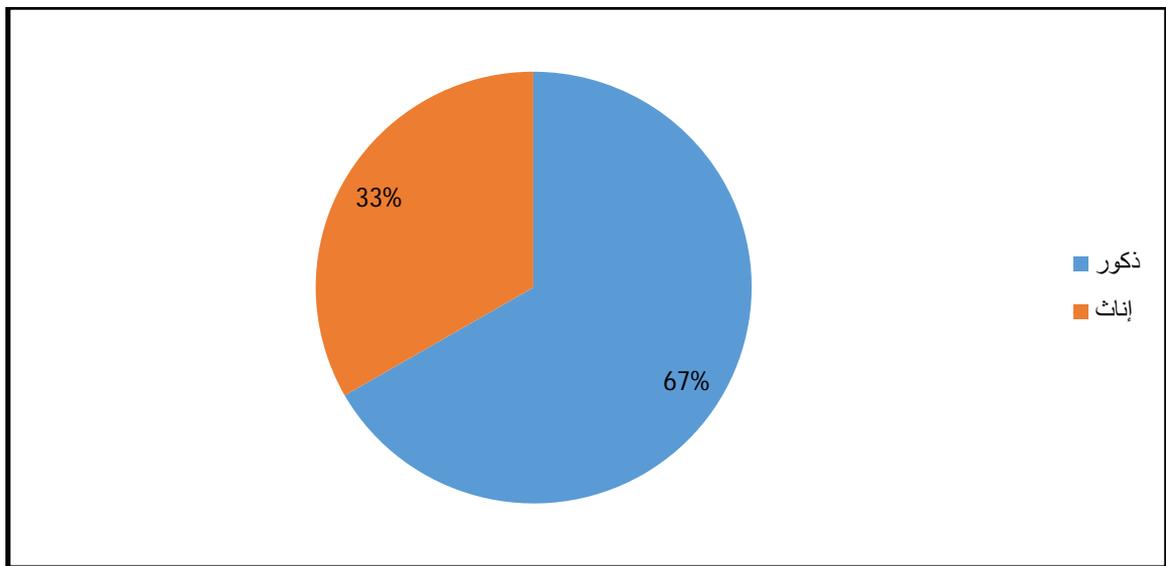
1-خاصية الجنس: وقد أتت النتائج كمايلي:

الجدول رقم(20): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.

خاصية الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	24	67%
إناث	12	33%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بنائات المقابلة

-والشكل رقم(12): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.



الاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال الجدول(11) أن نسبة 67% من إجمالي عينة الدراسة هم من الذكور، بينما نسبة 33% هم من إجمالي عينة الدراسة هم من الإناث، يعني أن غالبية الباحثين هم من الذكور، وهذا راجع لوجود بعض التحفظات الاجتماعية بالنسبة للإناث في مجتمع ولاية البويرة.

2- خاصية المؤهل العلمي لأفراد عينة الدراسة: تم معرفة المؤهل العلمي من خلال سؤال المقابلة : ما هي كفاءات ومؤهلات المستخدمين في مؤسستكم؟

الجدول رقم(21): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي.

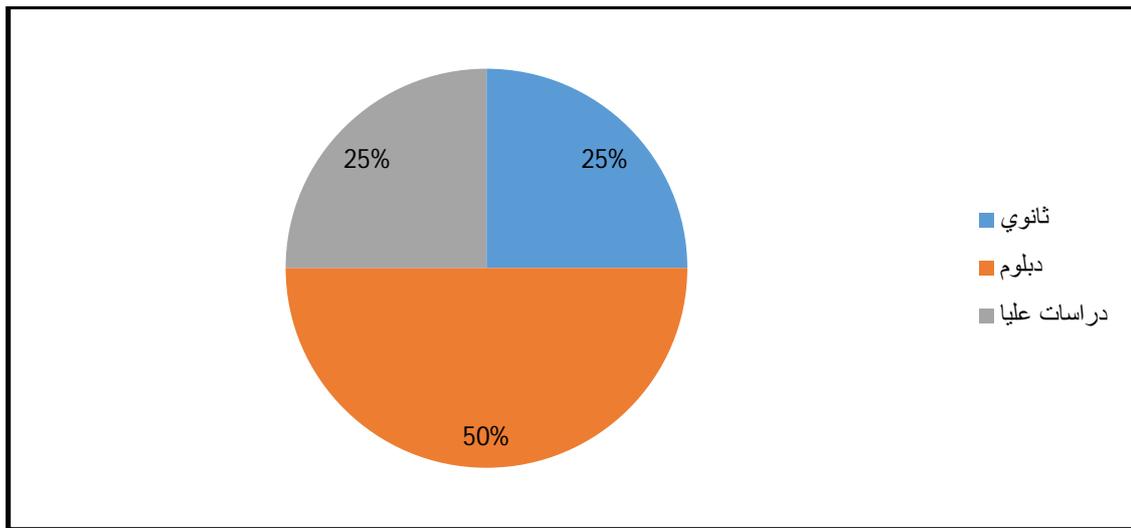
خاصية المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	9	25%

دبلوم	18	50%
دراسات عليا	9	25%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

نلاحظ من الجدول رقم(12) تبين أن الحاصلين على مؤهل دبلوم يشكلون أعلى نسبة وهي 50 % من إجمالي أفراد عينة الدراسة، أما نسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة فكانت للمتحصلين على مؤهل دراسات عليا، أما نسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هي للذين لديهم مؤهل ثانوي والخاصة بعمال خدمة الغرف وعمال النظافة. بناء على النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن غالبية أفراد العينة حاصلين على مؤهل دبلوم ودراسات عليا أي بنسبة، يعني ذلك أن المبحوثين هم على دراية واسعة عن الخدمات الفندقية.

- الشكل رقم(13): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي.



بالاعتماد على الجدول المقابل

3- خاصية درجة تصنيف الفنادق:

وجاءت النتائج كما يبينها الجدول و الشكلا تالين:

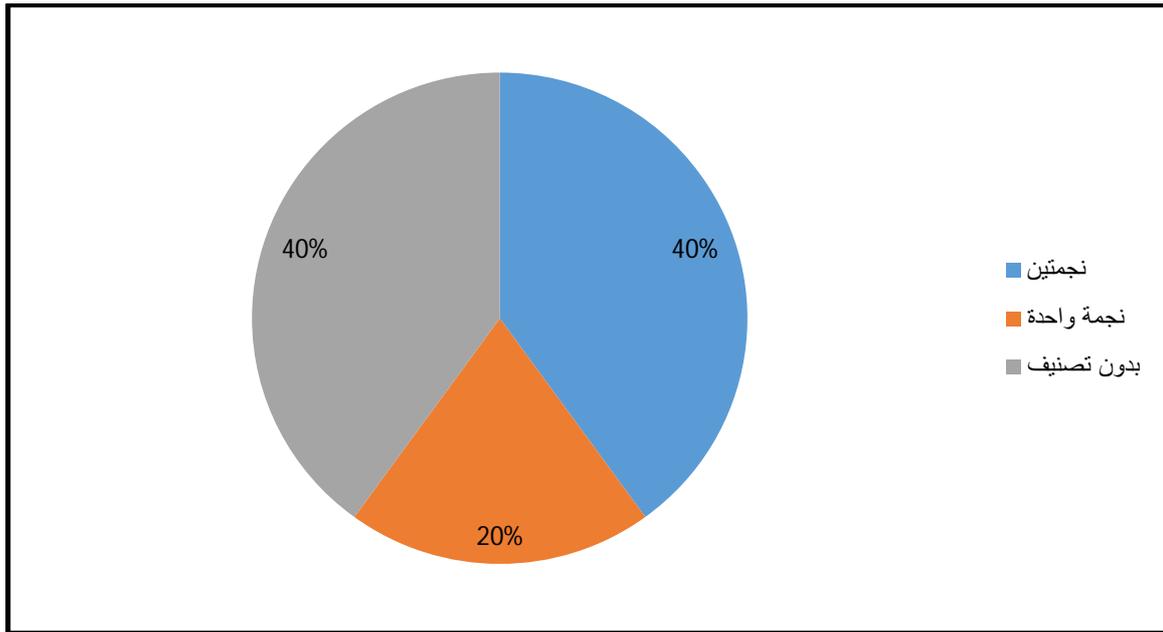
الجدول رقم (22): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق.

خاصية درجة تصنيف الفنادق	التكرار	النسبة المئوية
نجمتين	14	40%

نجمة واحدة	7	20%
بدون تصنيف	14	40%
المجموع	36	100%

بالإعتماد على بيانات المقابلة

-والشكل رقم (14): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق.



بالإعتماد على الجدول المقابل

يتضح من خلال الجدول بأن نسبة الأعلى للمبحوثين 40% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت للفندق بدون تصنيف، بينما نسبة 40% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت للفندق درجة نجمتين أما النسبة المتبقية 20% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هي للفندق درجة نجمة واحدة.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج بأن الفنادق من دون تصنيف ذات انتشار واسع في ولاية البويرة والتي عددها 5 فنادق أما الفنادق من درجة نجمة واحدة ودرجة نجمتين فعددهما واحد لكل من هما، وقد يعود ذلك لعدم استثناء شروط التصنيف أو لعدم رغبة أصحاب الفنادق لتصنيف هذه الأخيرة.

ثانياً: تحليل أسئلة المقابلة.

أ- الأسئلة الخاصة بمفتش السياحة المكلف بالاستغلال

1- على أي أساس تتم عملية التفتيش؟

توضح من إجابة المبحوث أنّها عملية يقوم بها مفتش السياحة المكلف بالاستغلال وتكون دورية أو فجائية للمؤسسات الفندقية، من أجل الوقوف على تطبيق القوانين المتعلقة بالخدمات ومعاينة المخالفات الموجودة، والتي على أساسها يتم التنزيل من درجة تصنيف الفندق أو العكس.

2- كيف تتم عملية التقييم؟ وما هي الإجراءات المتبعة؟

من خلال إجابة المبحوث تتم عملية التقييم عن طريق محاضر المعاينة التي يجرها المفتش بناء على المعاينة الميدانية في إطار متابعة أنشطة المؤسسات الفندقية، هذه المحاضر يصف فيها المفتش الحالة التي وجد عليها أجزاء الفندق من بهو الاستقبال والأروقة والغرف والمطبخ، وبناء على الملاحظة يتم تحرير هذه المحاضر التي تتضمن مجموعة من التحفظات التي يعاقب من خلالها الفندق بالتنزيل من درجة التصنيف أو الغلق، في حالة عدم وجود مخالفات إما أن يبقى الفندق على حاله أو يرقى إلى درجة تصنيف أعلى.

3- ماهي الإمكانيات السياحية أكثر إستقطاب وزيارة للسواح؟

من خلال نتائج المقابلة تبين أنه من خلال متابعة مفتش الاستغلال فإن الفنادق تسعى جاهدة إلى الرفع من مستوى خدماتها، وذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من النزلاء ومن أجل تعزيز مكانتهم في السوق الوطنية بغرض تحقيق ميزة تنافسية، بالرغم من وجود عدد قليل من المؤسسات الفندقية بالولاية مقارنة مع مساحتها وموقعها الاستراتيجي الرابط بين الشرق والغرب إلا أنّها تسعى إلى تحسين جودة خدماتها والدليل على ذلك أن بعض المؤسسات الفندقية قد أغلقت بسبب وجود مخالفات، ولكنها سرعان ما عادت لمزاولة نشاطها، بعد أن رفعت عنها التحفظات مثل فندق ديهية، كما أن هناك فنادق تستحق درجات أعلى من التصنيف مثل فندق الروايال وفندق صوفي، غير أنّها لا تملك مساحة كافية لتنشئ مسبحا الذي يعتبر معيارا للرفع من درجة تصنيف الفنادق.

4- ما هي نوعية الفندق وظروف إنشائها؟

من خلال إجابات المبحوثين تم الحصول على المعلومات التالية عن مختلف الفنادق التي كانت محل الدراسة: فندق صوفي هو فندق من درجة نجمة واحدة، بدأ مزاولة نشاطه في 2007/01/22 يقع في موقع استراتيجي بجانب جامعة أكلي محند اولحاج بالبويرة، قام مسيره بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/19 وفي 2013/07/19 تم إمضاء استمارة الانضمام.

بالنسبة لفندق العتيق من درجة نجمة واحدة مصنف بقرار 879 بتاريخ 2015/02/25 أنشأ سنة 2012، بدأ يمارس نشاطه في 2013/04/25، كان في البداية مشغل نجارة ثم تم شراؤه من طرف صاحب

الفندق، تحصل على شهادة شرفية بمناسبة عيد الشرطة بتاريخ 2014/07/22، قدمت له تشكرات من طرف السيد الوالي ناصر معسكري في 2015/01/11.

أما فندق الرويال فهوش.ذ.م.م من درجة نجمتين (2) مصنف بقرار رقم 204 المؤرخ في 17 ماي 2009، وقد بدأ نشاطه بتاريخ 2005/07/02، قام مسيروه بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/19 وفي 2013 /07/19 تم إمضاء استمارة الانضمام .

فندق تيكجدة أنشأ سنة 1976، كان مصنف بدرجة ثلاث نجوم (3) ثم بعد تعرضه لحريق أخذ قسم كبير من الفندق توقف عن مزاولة النشاط إلى غاية 2002 لهذا أصبح غير مصنف، قام مسيروه بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/28 بالرغم بأنه يستجيب إلى كل الشروط و المعايير التي أتى بها مخطط الجودة إلا انه لم يباشر في إمضاء الاستمارة بعد تكملة باقي الملف الخاص بالانخراط

5- ما هي الملكية القانونية لهذا الفندق؟

تبين من خلال الإجابات عن هذا السؤال بأن سبعة فنادق من مجموع ثمانية له الملكية خاصة ، ما عدى المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة هو مؤسسة فندقية عمومية تابعة لوزارة الشباب والرياضة.

6- من هم السواح الذين يزورون أماكن السياحة بالولاية ؟

وقد جاءت النتائج كما يبينها الجدول الآتي:

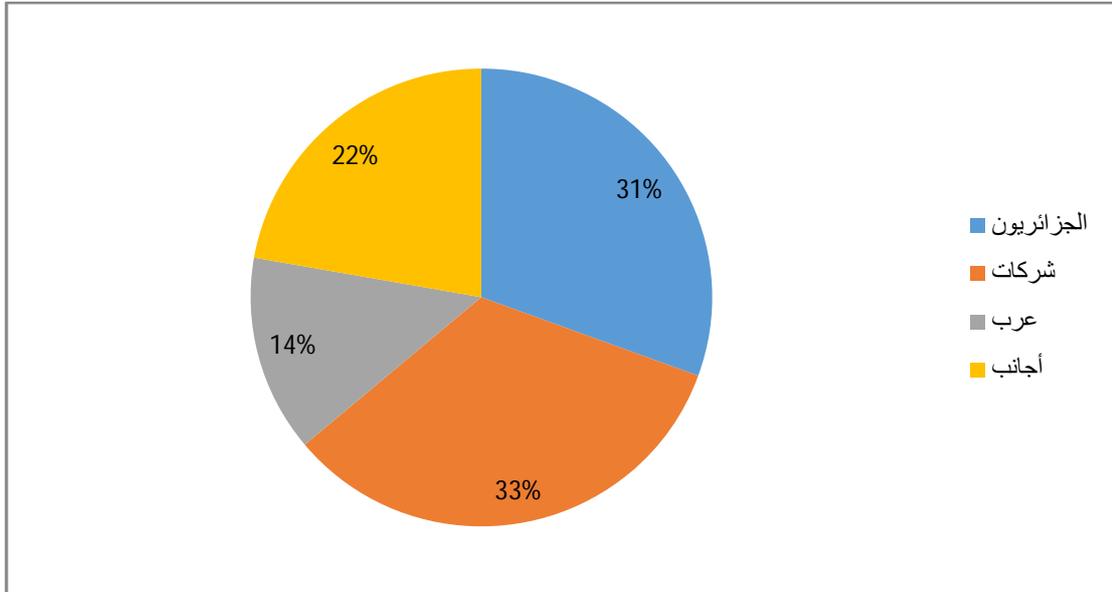
الجدول رقم (23): توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق.

النسبة المئوية	التكرار	زبائن المؤسسة
31%	11	جزائريون
33%	12	شركات
14%	5	عرب
22%	8	أجانب

المجموع	36	%100
---------	----	------

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم (15): توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق



بالاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال جدول النتائج بأن أغلبية الزبائن هم جزائريون بنسبة 31% من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وتليها نسبة الأجانب 33% وبعدها العربي نسبة 14% وفي الأخير الشركات بنسبة 22%. بالنظر إلى النتائج استنتجنا بأن إقبال الأجانب والعرب على أماكن سياحية بولاية البويرة مقبول نوعا ما مقارنة بنسبة الجزائريين التي تبدو نسبة جيدة، ومن هنا يمكن القول بأن الولاية تهتم بالسياحة الداخلية والخارجية معا.

4- ما مدى رضا زبائنكم عن جودة خدماتكم حسب رأيكم في مختلف أماكن السياحة؟

كان هناك اختلاف في إجابات الباحثين فمنهم من يرى بأن الخدمة المقدمة جيدة وتلقى القبول والرضا لدى الزبائن و الدليل على ذلك هو عودة الزبون مرات متعددة للإقامة في نفس الفندق و أماكن السياحة، وفي بعض الفنادق هناك من يرى بأن الزبون يتطلع إلى مزيد من الخدمات لتلبية حاجاته ورغباته ومنه نستنتج بأن الزبون مجبر على العودة.

ثالثا: الأسئلة الخاصة بخدمة الاستقبال

5 - ما هي كفاءات ومؤهلات موظفي الاستقبال؟

من خلال نتائج الإجابات فإن موظفو الاستقبال من متخرجي المعهد الوطني للسياحة والفندقة بولاية بومرداس، وامتيازهم بكفاءة في الإدارة الفندقية، لهذا فإن حسنا اختيار موظف الاستقبال من ذوي الكفاءات والمهارات يؤدي إلى تقديم خدمة مميزة ترقى إلى تطلعات الزبون والتأثير الإيجابي عليه في اختياره لذات الفندق.

7- كيف يتعامل موظفو الاستقبال مع الزبائن؟

يتبين من الإجابات بأن الاستقبال يكون بطريقة حسنة بالإضافة إلى الابتسامة والترحاب الجيد، كما يتم التعريف بنوعية الخدمات المقدمة في الأماكن السياحية ومختلف أسعار ما إذا كانت مناسبة للزبون أم لا، ولكن بعد زيارتنا للفنادق محل الدراسة تبين مايلي:

- قلة المعلومات المقدمة فيما يخص الخدمات.

- رداءة الاستقبال في هذه الفنادق إذا ما تم مقارنتها مع المعايير المتبعة في تقييم جودة خدمات الفنادق المصنفة عالميا.

- في بعض الفنادق عدم التقيد بالزي الرسمي الخاص بموظفي الاستقبال.

- كسل موظفي الاستقبال.

8- كيف يتعامل الموظف مع الاعتراضات والاقتراحات؟

تظهر نتائج الإجابات بأن هناك اهتمام كبير بالاعتراضات والاقتراحات بحيث يقوم موظف الاستقبال بتدوينها في سجل خاص بهذه الأخيرة وبعدها يقدمها لصاحب الفندق من أجل محاولة التغيير وأخذها بعين الاعتبار لكسب رضا الزبون سمعة وصورة الفندق، أما بالنسبة للتجاوزات فيتم الاتصال بالشرطة وترك التصرف لها.

9- كيف يرى موظف الاستقبال رضا الزبون عن خدمته؟

يتضح من أغلبية الإجابات بأن هناك رضا لدى الزبون عن جودة الاستقبال والدليل على ذلك هو تكرار التعامل مع موظفي الاستقبال لمرات عديدة والاستمتاع بنوعية الخدمات المقدمة، من هنا يمكن القول بأن عاملي الاستقبال لديهم اللباقة وحسن الاستقبال الشيء الذي يشعر الزبون بالأمان عند التعامل معهم، وهذا ما يؤثر بالإيجاب على السياحة بشكل عام والفندقة بشكل خاص.

10- حسب رأيكم ما هي الخدمة الأكثر طلبا من طرف الزبون؟

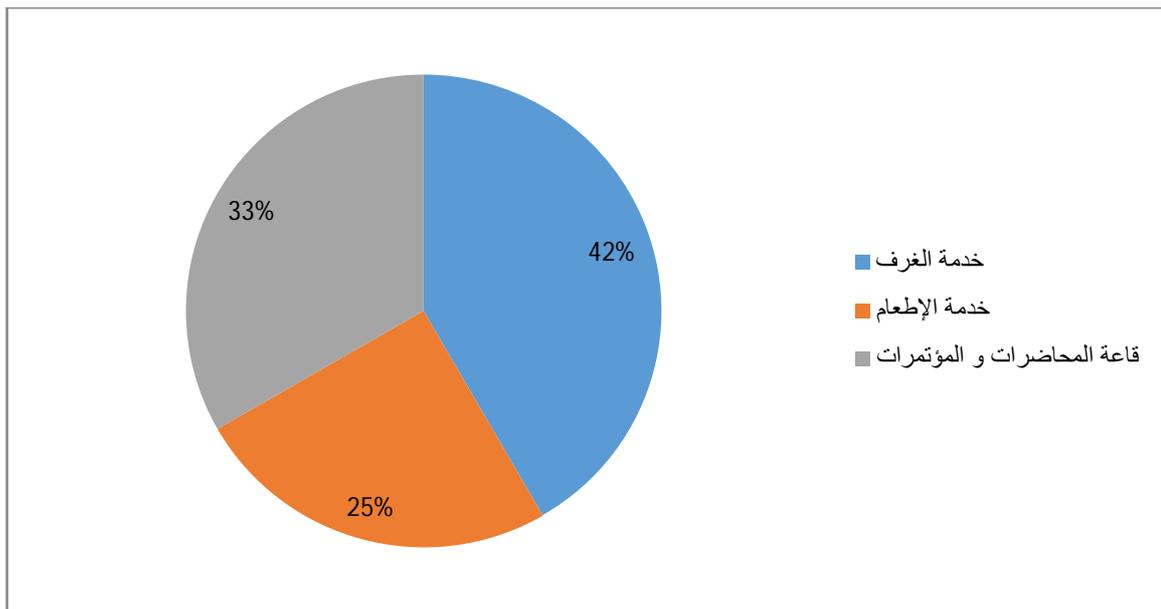
الجدول رقم (24): وضمان الخدمة الأكثر طلبا.

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
--------	---------	----------------

خدمة الغرف	15	42%
خدمة الإطعام	9	25%
قاعة المحاضرات و المؤتمرات	12	33%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

والشكل رقم : (16) يوضحان الخدمة الأكثر طلبا.



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال نتائج الجدول (14) يتضح بأن نسبة 42% تجذبهم خدمة الغرف لأنه الخدمة الرئيسية وتليها خدمات قاعة المحاضرات والمؤتمرات بنسبة 33% وذلك لحاجتهم إليها من اجل إلقاء المحاضرات وعقد المؤتمرات ثم المغادرة دون الحاجة إلى خدمات أخرى، وأتت خدمة الإطعام في المرتبة الأخيرة بنسبة 25% لوجود فئة قليلة فقط تطلب الطعام، وهذا راجع لأذواق الزبائن والوجبات الغذائية المقدمة أو للحساسية لسعر الخدمة بالإضافة إلى النظافة التي تعتبر عنصر مهم في خدمة الإطعام ويمكن القول أيضا عدم السرعة في تلبية الطلبات.

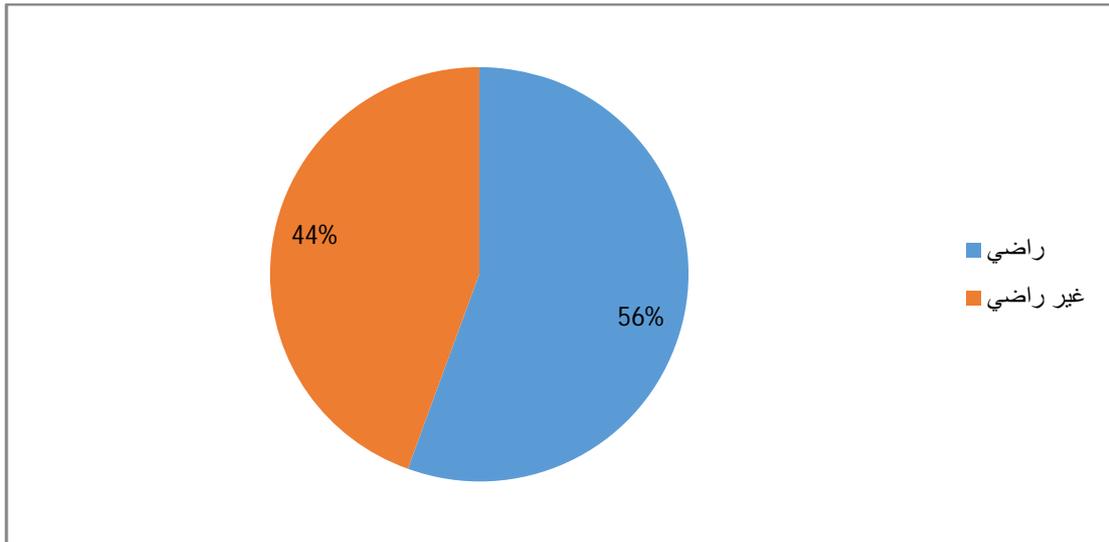
11- هل هناك رضا عن موقف السيارة؟

الجدول رقم (25): يوضحان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
راضي	20	55%
غير راضي	16	45%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم: (17) يوضحان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال نتائج الجدول (16) نلاحظ بأن نسبة الرضا 55% تفوق بقليل إجمال النسبة الكلية ونسبة عدم الرضا 45% تقارب نصف إجمالي النسبة، ويمكن التعليق عن عدم الرضا بالنظر إلى مساحة الصغيرة لموقف السيارات وعدم اتخاذها لموقع استراتيجي يجذب الزبون، لهذا من الضروري اتخاذ مساحات أوسع لموقف السيارات.

ثانياً: الأسئلة الخاصة بالإطعام.

1- هل يملك عمال المطبخ فحص طبي دوري؟

اتضح من إجابات المبحوثين أن الفنادق التي لا تهتم بالفحص الطبي للعمال هي قليلة مقارنة ببقية الفنادق، وحسب رأيهم لا ضرورة لإجراء هذا الفحص مادام العامل يهتم بصحته، أما الفنادق التي تملك فحص طبي دوري للعمال (طب

العمل) كل ثلاثة أشهر حتى ستة أشهر، هذا يدل على اهتمام الفندق بصحة وسلامة عمال المطبخ من أجل تقديم خدمة جيدة للزبون، ولعدم الوقوع في التقصير في أداء الخدمة.

2- هل عمال المطبخ على دراية بقواعد النظافة والوقاية؟

أجمعت كل الإجابات المبحوثين على أن قواعد النظافة والوقاية محترمة ومطبقة بشكل جيد، وهذا ما يدل على أن نظافة الفندق تحضاً بأولوية وعناية خاصة لأنها ترسم صورة الفندق وتعزز سمعته.

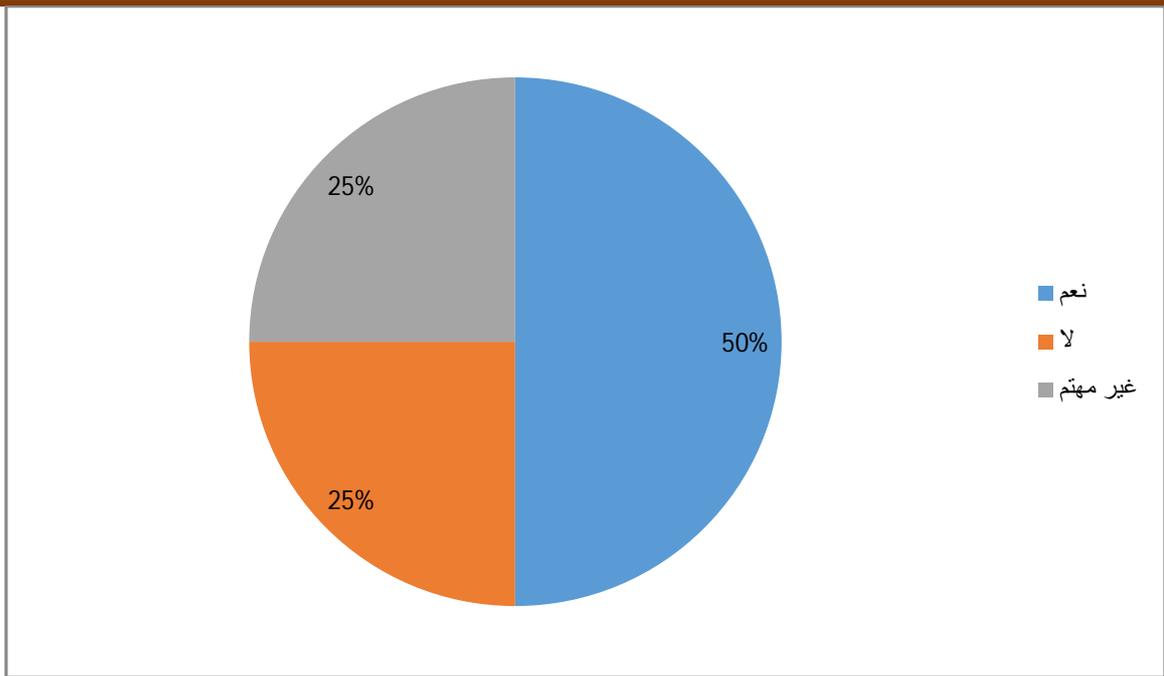
3- هل يأخذ بعين الاعتبار التغيير في الوجبات لجذب الزبون؟

الجدول رقم: (26) يوضحان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	50%
لا	9	25%
غير مهتم	9	25%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم (18): يوضحان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات



بالاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 50% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هم من الموافقين على تغيير الوجبات، أما نسبة الإجابات بلا وغير مهتم أتت متساوية بنسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة. من خلال نتائج المبحوثين يتبين بأن أكبر فئة من زبائن الفنادق تفضل تغيير الوجبات وذلك نظرا للتكرار في الوجبات وعدم الإبداع، أما الفئة غير المهتمة فتفضل تناول وجباتها في الخارج، نظرا للحساسية للأسعار، من هنا فإن مستوى جودة الوجبات متوسط لا يلي تطلعات الزبائن.

ثالثا: الأسئلة الخاصة بالإيواء؟

4- ما هي مختلف مميزات الغرف؟

من خلال إجابات المقابلات والملاحظة الميدانية وجدنا أن الغرف في الفنادق محل الدراسة تحتوي على تجهيزات متنوعة

منها: مكيفات هوائية، أجهزة تلفاز، ثلاجة صغيرة، جهاز هاتف، انترنت، حمام خاص، بالرغم من وجود نقائص. من هنا نستنتج أن الغرف في هذه الفنادق تستجيب لمعايير جودة الفنادق بصفة خاصة والسياحة بصفة عامة.

5- هل الزبون راضي على الإيواء؟

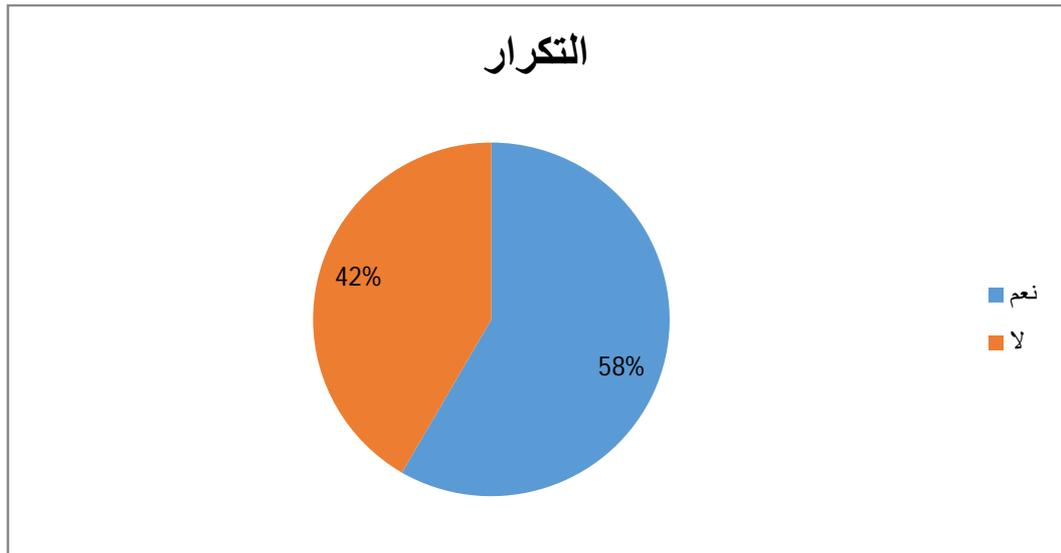
الجدول رقم (27): يوضحان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء.

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية

نعم	21	58
لا	15	42
المجموع	36	100

بالاعتماد على بيانات المقابل

والشكل رقم (19): يوضحان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء.



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال الإجابات المتحصل عليها والممثلة في الجدول أعلاه فإن أكبر نسبة كانت 58% من إجمالي أفراد العينة فإن أغلبية الزبائن حسب رأي المبحوثين راضين عن خدمة الإيواء، أما نسبة 42% من إجمالي أفراد عينة الدراسة فغير راضي

عن هذه الخدمة، نستنتج من خلال النتائج أن أغلبية الزبائن راضون عن الإيواء بغض النظر عن غير الراضين.

6- ما هي الوسيلة المستعملة للتواصل مع الزبون وتلبية حاجاته؟

بناء على إجابات المقابلات توضح أن هناك وسيلتين فعاليتين تتمثل في الاتصال المباشر واستخدام وسيلة الهاتف من أجل التواصل مع الزبون إما لتلبية حاجاته مباشرة أو نقل اهتماماته لصاحب الفندق، من هنا نستنتج أن الاتصال الفعال في المؤسسة الفندقية له دور مهم في توطيد العلاقة بين النزيل والفندق بحد ذاته، وإذ تم أحسن اختيار الكفاءة المناسبة لهذا الغرض سيؤدي ذلك إلى زيادة عائدات المؤسسة وتعزيز حصتها في السوق.

خلاصة :

هدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تحليل السوق السياحي في الجزائر وتحليل العرض السياحي، وما تملكه من المؤسسات الفندقية وتنوع المناخ السياحي في بلادنا، وان هاته المؤسسات في تطور مستمر لمواكبة الطلب السياحي الحاصل، وبصفة خاصة تحليل السوق السياحي لولاية البويرة، بغرض ترقية السياحة في ولاية البويرة التي تزخر بمقومات سياحية هائلة تمكنها من أن تكون مواكبة للتغيرات في مجال السياحة عامة، وبناءا على التطور الذي شهده هذا القطاع في السنوات الأخيرة غير انه ورغم الجهود المبذولة تبقى جودة الخدمات لا تزال بعيدة نوعا ما عن مستوى الجودة في الولايات الأخرى.

الفصل الثاني

إنعاش السياحة في

الجزائر

تمهيد:

تعد السياحة إحدى ظواهر العصر الحديث، فهي كغذاء للروح و بتزول القرن الواحد و العشرين، لذلك فان الاهتمام بها يؤدي إلى توفير العملة الصعبة، جذب الاستثمارات الوطنية و الأجنبية و تحقيق التكامل بين مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى و غيرها.

ولهذا تسعى معظم الدول بكل استراتيجياتها لجذب أكثر قدر ممكن من السياح انطلاقا من دراسة أسواقها السياحية وذلك من اجل تحقيق أعظم إشباع لمختلف الزبائن الحاليين، واستقطاب وجذب زبائن جدد، بهدف ان تكون هذه الدولة مناطق جذب سياحية عالمية.

والجزائر واحدة من بين هذه الدول التي تطمح إلى كل ذلك فإذا انطلقنا من تحليل السوق السياحي في الجزائر في خلال فترة زمنية معينة وتحليل و دراسة العرض والطلب للسائحين و مقارنتها على أساس التدفق البشري والمالي فانه يمكن الحكم على مدى إمكانية تحقيق الأهداف المسطرة. وحتى نسلط الضوء على مختلف هذه النقاط قسمنا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول. واقع و سياسة السياحة في الجزائر.

المبحث الثاني: أنواع السياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: تقييم السوق السياحي الجزائري.

المبحث الأول: واقع السياحة في الجزائر.

تعد السياحة في العصر الحالي موردا هاما لكثير من الدول خاصة دول الجوار- يتطلب الاهتمام به والقيام بتطويره و تنميته، ليصبح موردا مستداما تستفيد منه الأجيال المتعاقبة وفي هذا الشأن باشرت الجزائر لما تمتلكه من منتجات سياحية هامة ومتنوعة بمشاريع إستراتيجية موجهة أساسا لتنمية قطاع السياحة وجعله أكثر جاذبية للسواح الداخليين والجزائريين.

المطلب الأول: الموارد السياحية في الجزائر.

أولا:الموارد الطبيعية: و تتمثل في ثلاث معطيات و هي كالآتي:

1-المعطيات الجغرافية: تقع الجزائر في وسط شمال القارة الإفريقية، و بين خطي الطول 9 درجة غرب غرينيتش و 12 درجة شرقه، و بين دائرتي العرض 19 درجة و 37 درجة شمالا، تبلغ مساحتها 2381741 كلم مربع، يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي 1900 كلم، إما امتدادها الشرقي الغربي فيتراوح بين 1200 كلم على خط الساحل، و 1800 كلم خط تندوف غدامس. تحتل الجزائر مركزا محوريا في المغرب العربي و افريقيا و البحر المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي و الاقتصادي و مميزاتها الاجتماعية و الثقافية و سمات مرفولوجيتها الخاصة و وضع طبيعتها الاصلية ومواردها المتعددة.

ونظرا لهذا الواقع، جعلت الطبيعة الجزائر، ملتقى من التيارات الحضارية القوية و المتنوعة التي شكلت تاريخ مجموعة من أشهر المجموعات في العالم.¹

تحيط بالجزائر عدة دول بسبب اتساع مساحتها، فمن الشرق تحدها تونس على طول 965 كلم، والجمهورية الليبية ب 962 كلم، و من الغرب المملكة المغربية ب 1559 كلم، و الصحراء الغربية ب 42 كلم و من الجنوب الغربي موريتانيا ب 463 كلم، و من الجنوب مالي ب 1367 كلم و النيجر ب 956 كلم، و من الشمال البحر الأبيض المتوسط بساحل طوله 1622 كلم.

ولي موقع الجزائر أهمية إستراتيجية و خصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم القديم، فهي جسر اتصال بين، و محور التقاء بين أوروبا وإفريقيا، و بين المغرب العربي و الشرق الأوسط ومرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية برا و بحرا و جوا.

1-الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر و الاشهار، الجزائر 1989، ص1.

2- المعطيات الطبيعية: يتميز سطح الجزائر بنطاقين طبيعيين متميزين و مختلفين من حيث الملامح التضاريسية والتركيب الجيولوجي و المناخ و الانتشار السكاني، والتركيز الاقتصادي:

***النطاق الشمال:** و تقدر مساحته حوالي 400 ألف كلم مربع، يغلب عليها الطابع الجبلي، في سلسلتين متوازيتين الأطلس التلي و الأطلس الصحراوي، الذين يحصران بينهما منطقة هضابية واسعة و يتركز في هذا النطاق 90% من جملة سكان الجزائر، و تنتشر فيها أهم المدن و القرى و المناطق الصناعية و شبكات البنية التحتية.

*** النطاق الجنوبي:** مساحته تقدر ب 2 مليون كلم مربع، و هو عبارة عن قاعدة صحراوية، و يمتاز بتضاريسه الهادئة و باستثناء المنطقة الشمالية الشرقية، مناخ جاف، و الغطاء النباتي محدود و الاستقرار السكاني يقتصر على الواحات و بعض مناطق استغلال البترول و الغاز، و يحتوي هذا النطاق على أهم الثروة الباطنية في الجزائر.¹ و تنقسم الأقاليم في الجزائر إلى الأقاليم الطبيعية التالية:

أ- الساحل: يشغل هذا الإقليم شريطا محدودا يتكون من شواطئ صخرية صلبة، حيث تطل الجبال مباشرة على البحر، لتعطي الصفة الصخرية التي تساعد على ظهور الخلدجان والموانئ مثل وهران و ارزو و الجزائر و بجاية و سكيكدة و عنابة.

ب- الأطلس التلي: يمتد على شكل مجموعة من السلاسل الجبلية الالتوائية، باتجاه جنوب شرق و شمال شرق و تنحصر بينها جيوبا سهلية ساحلية ضيقة، أشهرها سهول وهران، متيجة، عنابة و سهول و سهول داخلية مرتفعة و واسعة نسبيا في أحواض الأنهار و الأودية و سفوح الجبال أشهرها سهول : تلمسان، و سيدي بلعباس، و قسنطينة و تمتد جبال هذا الإقليم من مرتفعات تلمسان على حدود المغرب حتى جبال سوق أهراس عند حدود تونس شرقا، و الأطلس التلي أكثر ارتفاعا و اتساعا في الشرق منه في الغرب، و نجد أعلى قمة في جبل الشيليبالأوراس ب 2328 م و في جبل لالا خديجة ب 2308 م ، و في الغرب بجبال تلمسان ب 1843 م .

ج- الهضاب العليا : و تمتد من على شكل حزام عرضي من الأراضي، يتراوح علوها ما بين 900 و 1000 متر و هي أكثر ارتفاعا في الشرق، حيث تأخذ أحيانا طابع الجبل، و بها العديد من المنخفضات أهمها: سطيف، عين البيضاء و تبسة و بشكل العارض التضاريس المتمثل في جبل الحضنة الحد الفاصل بين هضاب الشرق و الهضاب الغربية، كما تلتقي سلسلة جبال الأطلس التلي مع سلسلة جبال الأطلس الصحراوي عند جبال الاوراس.

1- محمد الهادي لعروق، أطلس العالم و الجزائر ، دار الهدى، 2002، ص12

ح- الأطلس الصحراوي: هو عبارة عن منظومة جبلية طولها 700 كلم ، من فجيح غربا الى إقليم الزاب شرقا، بموقعها و ارتفاعها حدا طبيعيا انتقاليا بين الشمال والجنوب وحاجزا في وجه رمال الصحراء، و تضم هذه المنظومة الجبلية مرتفعات عديدة شبه متوازية، وأهم تشكيلاتها جبال القصور وبها قمة سيدي عيسى 2238 متر، جبال العمور 1930 متر و جبال ولاد نايل ب 1600 متر و الزيان و جبال الاوراس حيث قمة الشيلية 2380 متر وجبال النمامشة.

خ- الصحراء: اقليم شاسع، واغلب تكويناته صخور قديمة بركانية، بها الانبساط و اهم التشكيلات التضاريسية في الصحراء هي¹

* نطاق المنخفضات: تقع في الشمال الشرقي حيث منخفض ملغيغ 32 متر تحت مستوى سطح البحر، و هناك تنتشر اهم واحات الجزائر، وادي ريغ، واد سوف، الزيان.

* نطاق الهضاب الصخرية: تحتل منطقة وسط الصحراء أهمها هضبة تادمت 836 متر فوق مستوى سطح البحر، و حمادة تينهرت قرب الحدود الليبية و حمادة الذراع غرب تندوف، و هذا النطاق تكويناته صلبة تغطيها الصخور جيرية رملية على شكل صفائح طبقية تسمى الحمادة.

* نطاق المرتفعات: في الجنوب الغربي للصحراء في منطقة التاسيلي، اغلب تكويناته الجبلية ناتجة عن اضطرابات بركانية، و هي شاهقة الارتفاع 2254 متر، متقطعة بها وادي جران الذي يعد معلما اثريا و سياحيا عالميا، حيث رسومات التاسيلي القديمة، و في منطقة الهقار الشاسعة حوالي 0,5 مليون كلم مربع، المكونة من الصخور البركانية، توجد بها أعلى قمة في كتلة الاتاكور شمال تمنراست في تاهات 2918 متر، و هي اعلى ارتفاع في الجزائر.

* نطاق الرمال: و هو عبارة عن سهول تحتية تغطيها الرمال، تشمل اكبر اجزاء الصحراء و أهم أشكالها : الرق، العروق، يتراوح ارتفاعها بين 260 متر و 500 لا متر.

3- المعطيات المناخية : حسب تظهر ثلاث نطاقات مناخية لها بصمات مميزة، تمتد على شكل نطاقات عرضية من الغرب الى الشرق و من الشمال الى الجنوب كالاتي:

أ- مناخ البحر الابيض المتوسط : يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، من القالة إلى تنس، وهو نطاق ضيق مقارنة باتساع مساحة الجزائر، طقسه معتدل و يتميز بفصلين، الأول ممطر دافئ وطويل و هو الشتاء، والثاني جاف و حار و قصير و هو الصيف

1- محمد الهادي لعروق، مرجع سبق ذكره، ص18.

و يميز ضمن هذا النطاق بين:

* النوع المتوسطي الرطب: هذا النوع محصور في الشرق ويشمل قسما من منطقة القبائل في ناحية جرجرة و يمتد إلى القل وهو أكثر رطوبة، حيث يزيد معدل المطر عن 1000 ملم في جرجرة و البابور، حوالي 2000 ملم في القل، حيث توجد منطقة الزيتون، أكثر مناطق الجزائر في المطر بنحو 2443 ملم في السنة، كما تدوم الثلوج في هذه المنطقة لفترة تزيد عن 10 أيام في السنة.

* النوع المتوسطي شبه الرطب: يغطي باقي مناطق التل بمعدل مطري يبلغ 700 ملم في السنة، يشمل المنحدر الجنوبي من التل القسنطيني و جبال البيان و الأطلس و القسم الشرقي من الظهرة الى تنس،

ب- مناخ الاستبس: يغطي الهضاب العليا، و هو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي و المناخ الصحراوي، وهنا تبدأ ملامح المناخ المتوسطي في الانحصار تدريجيا من الشمال لتفسح المجال للمناخ الجاف، المتميز بالظروف القارية، فالأمطار تتراوح بين 300 و 500 ملم في السنة، و هي غير منتظمة و الفوارق الحرارية الشهرية متطرفة. الهضاب العليا الشرقية شبه جافة مناخها قاري (50 يوم جليد في السنة و 30 يوم سيروكو)، و هو من النوع القاري المتميز بفصل بارد طويل و أحيانا رطب إذ يمتد من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، حيث يسجل درجة حرارة معدومة و أحيانا تحت الصفر في بعض المناطق، بقية الأشهر تتميز بالحرارة والجفاف بدرجة تتجاوز 30°، أما الهضاب العليا الوسطى و الغربية تحت الجافة، فالأمطار فيها تقل كمية و انتظاما فلا تزيد عن 400 ملم في السنة

ج- المناخ الصحراوي: يغطي أوسع أنحاء الجزائر، و يشكل الأطلس الصحراوي الحد المناخي الفاصل بين الشمال و جنوب البلاد، الأمطار قليلة غير منتظمة تقل عن 200 ملم في السنة و الجو جاف، و الحرارة مرتفعة، و الفوارق الحرارية اليومية والفصلية مرتفعة باستثناء منطقة الهقار المتأثرة بالمناخ المداري، حيث الأمطار تسقط سيفا و الحرارة أكثر اعتدالا.

4- المعطيات النباتية: تعكس الغطاء النباتي، الظروف المناخية و خصائص التربة في الجزائر، حيث ينتشر نحو 3300 صنف نباتي منها 640 من الأصناف النادرة عالميا، تتوزع الأقاليم في الجزائر على النحو التالي¹:

أ- إقليم المتوسط: يغطي الأراضي المحصورة بين السفوح الجنوبية للأطلس التلي وساحل البحر المتوسط ويعتبر من أغنى وأخضر الأراضي في الجزائر وتغطي هذا الإقليم غابات مساحتها 3,8 مليون هكتار منها 650 ألف هكتار غابات طبيعية و 550 ألف هكتار غابات غير طبيعية، ففي المرتفعات الساحلية نجد غابات الصنوبر البحري

1- محمد الهادي العروق، مرجع سبق ذكره، ص 19

والصنوبر الجبلي على مساحة 700 ألف هكتار وشجر البلوط 500 ألف هكتار والفلين 440 ألف هكتار وكلما تسلقنا المرتفعات نجد غابات الزان والبلوط الأخضر وعلى تخوم الهضاب العليا وفي المرتفعات التي تزيد عن 1300 م نجد غابات كثيفة من الأرز على امتداد 30 ألف هكتار.

ب- إقليم السهوب: تنتشر في تخومه الشمالية أشجار الزيتون وفي تخومه الجنوبية الدرين وتظهر التشكلات النباتية فيه على شكل تجمعات كثيفة أو مفتوحة من الأعشاب و الحشائش في المناطق غير الصالحة للزراعة حيث يعتبر هذا الإقليم نطاق المراعي الطبيعية الاوّل في الجزائر واهم الانواع النباتية السائدة فيه الحلفاء بنحو 4 ملايين هكتار.

ج- إقليم الصحراء: يقتصر الغطاء النباتي في هذا الإقليم على النباتات المتألّفة مع الجفاف وارتفاع الحرارة كما إنأنواع النباتات محدد ولا يتجاوز بضعة أنواع وأهمها النخيل والدرين والعناب والطرقة والسنت.

ثانيا: الموارد من صنع الإنسان: نقصد بها البنية التحتية وتنقسم بدورها الى المواصلات، النقل والاتصالات.

1- المواصلات: تعد من بين أهم الوسائل الأساسية والبنى التحتية لتطوير السياحة وللمواصلات ثلاثة أشكال في الجزائر هي:

* النقل الجوي: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني، أكثر من 13 مطار دولي، وتغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا وإفريقيا والشرق الأوسط كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية والمناطق الساحلية بضمنان نقل أكثر من 3,6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع.

* النقل البري: يبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

• الطرق الوطنية 22000 كلم.

• الطرق الولائية 26000 كلم.

• الطرق الثانوية 42000 كلم.

أما الطرق في طور الانجاز تبلغ 3200 كلم المعروفة بالطريق السيار شرق غرب كما تبلغ شبكة السكة الحديدية 4200 كلم تتكون من:

-1435 كلم شبكة عادية.

- 1055 كلم شبكة ضيقة.

- 305 كلم شبكة مزدوجة.

- 299 شبكة كهربائية.

ومن اجل تسيير هذه الشبكة تمتلك بلادنا 191 محطة و 217 موقف.

* **النقل البحري:** فمن اجل التجارة الخارجية تستمد الجزائر 98% من قيمة التبادلات عن طريق البحر. وتملك أيضا أسطول لا بأس به ومجموعة موانئ منها:

- 13 ميناء متعدد الخدمات: هي الغزوات التنس ومستغانم وارزيو ووهران وبني صاف، دلس، سكيكدة، عنابة، وبجاية، الجزائر.

- ميناءين متخصصين في نقل المحروقات: ارزيو الجديد وسكيكدة شرق.

- 10 موانئ للصيد

ومن المؤسسات هناك 05 مؤسسات وطنية تنشط في مجال النقل البحري، وترتبط موانئ الجزائر ب 60 بلد.

2- الاتصالات: تغطي شبكة الاتصالات في الجزائر مجمل التراب الوطني بشبكة من 15000 كلم من خطوط الالياف البصرية و 22000 كلم من الخطوط الهريزية، 50 محطة ارضية. بالاضافة إلى ذلك، تملك الجزائر شبكة لإرسال المعطيات بالجملة التي بدأ استغلالها منذ 1992 ووصلت إلى 500 ربط في سنة 2000 تملك وزارة الإعلام والاتصال لاحتياجاتها الخاصة شبكة أخرى لإرسال المعطيات بالجملة بالإضافة إلى الشبكة المؤسساتية الخاصة بالصكوك البريدية زيادة على ذلك تملك الجزائر أوعية دولية مشتركة كخطوط الألياف البصرية مع المغرب، ليبيا وتونس والخطوط البحرية مع فرنسا، اسبانيا وايطاليا.

وحسب الاحصائيات الاخيرة لسلطة الضبط للمواصلات السلكية واللاسلكية¹.

ينشط في قطاع الهاتف النقال بالجزائر ثلاث متعاملين. تتفاوت فترة تواجد كل منهم فيه، يمثلون جانب العرض بحيث يجوز كل منهم على رخصة انشاء واستغلال شبكة والاستثمار المثمر في مجال الهاتف النقال يضمن تقديم افضل خدمة للجمهور الجزائري في مجال الاتصالات اللاسلكية. هم على التوالي:

اتصالات الجزائر موبيليس (ATM)، اورنيلدكوم الجزائر (OTA) والوطنية للاتصالات الجزائر (WTA).

1- خلادي عبد القادر و السيدة كويسى سليمة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في الجزائر، وضعية و افات، وثيقة مقدمة في اطار اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في دول العربية، دورة 2005، ص 3-4

* (ATM) أصبحت فرعاً رسمياً لاتصالات الجزائر ابتداءً من سنة 2003، بدأت نشاطها التجاري بصيغة رسمية في جانفي 2004 في شكل مؤسسة اقتصادية عمومية ذات أسهم، ورثت 150 ألف مشترك عن مؤسسها الأم وفي نهاية 2009 ارتفع عدد مشتركها ليصل إلى 11000000 ولقد أثبتت جدارتها من خلال تنوع عروض وخدمات الهاتف النقال في الجيل الثالث.

* (OTA) فشركتها الأم هي Oras Com Télécom Holding تأسست سنة 1998، ترجع ملكيتها إلى عائلة ساوريس المصرية التي تملك 53% من أسهمها فضلاً عن 20 رخصة في مجال شبكة (GSM) موزعة على مجموعة من دول إفريقيا، الشرق الأوسط وجنوب القارة الهندية، حيث تمتلك أكثر من 50 مليون مشترك عبر العالم منهم 14000000 مشترك في الجزائر نهاية 2009.

ولقد أثبتت جدارتها من خلال تنوع عروض وخدمات الهاتف النقال في الجيل الثالث لكي تتناسب مع أعداد السائحين المتزايدة بشرائحهم المختلفة و رغباتهم المتعدد و التنوع الكبير في الأنماط السياحية التي ظهرت حديثاً على مسرح العمل السياحي لكي تتوسع و تتوزع قاعدة الجذب السياحي في الدولة.

المطلب الثاني: الاستراتيجية السياحية الجزائرية لآفاق 2013

لقد أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاع السياحة و عصرنته إعطائه المكانة الحقيقية، إذ شرعت الوزارة الوصية، في سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع السياحة لآفاق 2010، وخلصت فلي صيغتها النهائية تحت عنوان "مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر في آفاق 2010" وبعد مرور سنتين على تنفيذ هذا المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات لمسايرة التطورات الجديدة داخليا وخارجيا، من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق، فجاءت بمشروع جديد سمي استراتيجية التنمية السياحية لآفاق 2013، من أجل دقة أكبر فإن هذا التصور يستمد محتواه من مبادئ القانون رقم (03/01) المؤرخ في 17 فيفري 2003، والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.

أولاً: أهداف البرنامج

إن تفعيل قطاع السياحة يبقى رهن قدرات التقدم في تنفيذ الخيارات الأساسية لتطويره و الأهداف الكمية و النوعية المسطرة و المتمثلة في ما يلي¹:

1. الأهداف النوعية: تتمثل الأهداف النوعية التي تضمنها البرنامج الخاص بالتنمية المستدامة للسياحة في ما يلي:

¹ - الجريدة الرسمية الجزائرية، عدد 11، الصادر في 19 فيفري 2003

- تميم الطاقات الطبيعية، الثقافية، الدينية و الحضارية؛
- تحسين نوعية الخدمات السياحية و الارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية؛
- تحسين صورة الجزائر السياحية و إحداث تغييرات في التصوير الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق السياحية الجزائرية بالاعتماد على التسويق السياحي.
- تحسين أداء قطاع السياحة من خلال الشراكة في التسيير؛
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية و السياحية؛
- المساهمة في التنمية المحلية؛
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج؛
- التوفيق بين ترقية السياحة و البيعة بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية.

2. الأهداف الكمية: لتحقيق الأهداف النوعية السابقة لابد من توفير شروط النجاح و المتمثلة في الهياكل القاعدية الأساسية، لذا كان رفع حجم المشاريع و الاستثمار في قطاع السياحة في السنوات الأخيرة الوسيلة الأساسية لتعزيز الانتعاش وتحقيق التواصل القطاع، و يبقى تحقيق الرهان مرتبطا برفع عوائق و صعوبات التي يواجهها المتعاملون في ميدان السياحة ز تتمثل الأهداف المبرمجة في مايلي:

➤ **تنمية الاستثمار السياحي:** إن الطلب المتزايد على الاستثمار في مختلف النشاطات السياحية يبرز أهمية القطاع السياحي كمحرك للاقتصاد الوطني و حسب البرنامج فإن الاستثمار السياحي خلال العشرية سيعرف وتيرة توسع وفق مرحلتين متتاليتين (2004-2007) (2008-2013).

● **المرحلة الأولى 2004-2007:** في هذه المرحلة يتوقع إنجاز طاقات إيواء إضافية مقدرة ب 55000 سرير من طرف جميع المتعاملين، وهي محصلة للمشاريع التي هي طور الإنجاز وتلك المتوقعة، وباعتماد نسبة 1.5 مليون دج للسرير الواحد فإن حجم الاستثمارات الكلي سوف يصل إلى مبلغ 82.5 مليار دينار في نهاية المرحلة.

● **المرحلة الثانية 2008-2013:** انطلاقا من المشاريع المبادر بها و المنجزة في هذه المرحلة والتي هي من النوع المتوسط والرفيع، فإن 60000 سرير المنتظرة سيتم إنجازها بفضل استثمار متوقع ب 150 مليار دينار بتبني كلفة متوسطة للإرجاع تقدر ب 2.5 مليون دج للسرير، ومنه فإن الاستثمار المتوقع خال مرحلة

(2013-2004) سيصل إلى نحو 232.5 مليار دج، مع الإشارة أن مبالغ اقتناء القطع الأرضية ليست

محسوبة في هذا التقييم و هذا راجع للفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار الجزائري.

➤ **زيادة طاقات الإيواء:** لقد اهتم المخطط التنمية بهذا الجانب وذلك من خلال إعادة بعث الاستثمار السياحي على مرحلتين هما:

• **المرحلة الأولى (2004-2007):** بالرغم من أن مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة أفاق

2010 ركز في بدايته على تهيئة العقار السياحي، إلا أنه في واقع الأمر و الملاحظ أن هناك غياب لهذا

العقار المهيأ بالإضافة إلى عدة مشاكل معيقة للقطاع، إلا أنه تم تسجيل منذ بداية 2001 دخول

8300 سرير حيز الاستغلال بعد إنجاز 115 فندق.

وفي السنوات التي سبقت سنة 2004، والتي اتسمت بمحيط يمكن أن نقول عليه غير ملائم تركز جهود

المتعاملين أساسا على مشاريع الفنادق الصغيرة، ففي نهاية سنة 2002، وعبر مختلف ولايات الوطن تم تسجيل

387 مشروع في طور الإنجاز، إذ بلغت نسبة الإنجاز المتوسطة بحوالي 75% وبطاقة إيواء تقديرية في حدود

38000 سرير.

وعرفت نفس الفترة توقف ما يقرب 254 مشروع استثماري بالرغم من كونها في مستوى إنجاز يصل إلى

50%، بطاقة مقدرة بحوالي 17000 سرير، بالإضافة إلى ذلك هناك طلبات للاستثمار لا تزال معطلة بسبب عدم

الحصول على قطع أرضية إلى غاية نهاية 2002، والتي بلغ عددها 671 مشروع بطاقة إيواء تقديرية بـ 50000

سرير لا تزال تمثل مخزون فعلي غير مستغل.

إن إزالة مختلف العقبات سيسمح باستكمال المشاريع في طور الإنجاز خلال الفترة (2004 - 2007)

والمقدرة بـ 55000 سرير سنوية تصل إلى حدود 13750 سرير تدخل حيز الاستغلال.

• **المرحلة الثانية (2008 - 2013):** في هذه المرحلة و لأسباب اقتصادية و تجارية فإن طاقات الإيواء

ستعرف تطورا أقل أهمية من المرحلة السابقة (2004 - 2007) و بالتالي نمو سنويا متوسط يتوقع تقديره بـ

0.7% واعتبارا لذلك فإن الطاقة الإضافية المحتملة في نهاية المرحلة الثانية ستكون أكثر بقليل من 60000

سرير أي متوسط سنوي يقدر بـ 10000 سرير.

ومن هذه التحاليل يتبين أنه إضافة إلى 72000 سرير التي تم إحصائها في نهاية 2002 فإن الطاقات التي تم

تقديرها للمرحلتين معا ستكون 55000 و 60000 سرير، أي بمجموع كلي يقدر بـ 187000 سرير في

آفاق 2013 كما هو موضح في الجدول رقم (15.3) الموالي:

جدول رقم (2) : توقعات طاقات الإيواء في آفاق 2013

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الأسرة	94000	105000	116000	127000	137000	147000	157000	167000	177000	187000
نسبة النمو	-	%11.7	%10.4	%9.48	%7.87	%7.30	%6.80	%6.37	%5.99	%5.65

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تصور تطوير قطاع السياحة لل عشرية (2004 – 2013)

مع العلم أن طاقة الإيواء المتوفرة إلى غاية 2009 كان 88694 سرير حيث أن 17955 سرير مملوكة للقطاع العام 67563 للقطاع الخاص و 3176 للجماعات المحلية¹.

➤ **زيادة التدفقات السياحية:** لقد تم اعتماد سنة 2003 كمرجع لإجراء التقديرات، حيث سجلت هذه السنة توافد 1086866 سائحاً، وبنسبة نمو تقدر سنوياً بـ 10%، حيث ينتظر بلوغ التدفقات السياحية حوالي 1591281 سائح سنة 2007.

أما خلال المرحلة 2008 – 2013 نسب الزيادة المنتظرة كانت متصاعدة على النحو التالي: النمو بنسبة 11% خلال سنتي 2008 – 2009 و الزيادة تقدر بنسبة 12% خلال سنتي 2010 و 2011 ثم الزيادة المقدره بنسبة 13% خلال 2012 و 2013، وستبلغ المحصلة النهائية للتدفقات المنتظرة خلال سنة 2013 حوالي 3098531 سائح، وهذا ما يوضحه الجدول رقم (3) الموالي:

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الوافدين	11955	13515	1444666	15912	17583	19517	21762	24373	27420	30985
نسبة النمو	-	%10	%10	%10	%11	%11	%12	%12	%13	%13

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تصور تطوير قطاع السياحة لل عشرية 2004-2013.

➤ **إيجاد مناصب شغل:** على أساس تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة، يؤدي إنجاز سريرين إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة، وثلاثة مناصب أخرى غير مباشرة في النشاطات المرتبطة بالسياحة وانطلاقاً من هذه الفرضية وعلى أساس القدرات الإضافية

¹-Ministère du tourism et du L'artisanat Plan Qualité, 2010, sur www.mta.gov.dz

المبرمجة في هذا المخطط فإن عدد المناصب الجديدة التي يتم إنشاؤها في آفاق 2013 هو 57500 منصب شغل مباشر و 172500 منصب شغل غير مباشر ليصل مجموع المناصب الإضافية في نهاية الفترة إلى 230000 منصب شغل.

➤ **زيادة الإيرادات السياحية من العملة الصعبة:** لقد تم تقدير الزيادة في الإيرادات على أساس الإيرادات المسجلة سنة 2003 والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر " النفقة المتوسطة السنوية لكل سائح " حيث أن حساب الإيرادات يأخذ في الحسبان نفقات السياح الأجانب خارج مصاريف النقل مع اعتبار متوسط الإنفاق لكل سائح قدر بـ 520 دولار بالنسبة لسنة 2002 كما أن توقعات الإيرادات السنوية على مدى العشرية ثم 133 مليون دولار سنة 2002 إلى 1.3 مليار دولار في نهاية سنة 2013

ثانيا: المنتجات السياحية الواجب تنميتها

إن طلبات الداخلية و الخارجية هي التي تحدد مختلف المنتجات الواجب تطويرها و تنميتها، وعليه فإن تنوع العرض السياحي و البحث عن نشاطات سياحية تمثل خيارات إستراتيجية للدولة الجزائرية وذلك مرده للأسباب الآتية:

- إعطاء مكانة للجزائر ضمن السوق السياحية الدولية؛
- تلبية حاجات المواطنين في المجال السياحي، والتي تعرف تزايدا سنويا مرتفعا بسبل تطور و زيادة النمو الديمغرافي من جهة و التحسن المعيشي من جهة أخرى، وهذا ما نلاحظه من خلال إلى الخارج بسبب ضعف طاقات الإيواء و الخدمات في الجزائر؛
- تثمين التراث السياحي الجزائري عن طريق التعريف بمقومات الجذب السياحي الوطني؛
- التطوير الدائم و المنسجم للنشاطات السياحية؛

وعليه فإن تلبية الطلب السياحي المتزايد يستلزم تنمية متزايدة للمنتجات السياحية و المتمثلة أساسا في:¹

1. **السياحة الصحراوية:** للسياحة الصحراوية خصوصياتها، إذ تشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا لتنمية السياحة الدولية نظرا لما يتميز به هذا المنتج بفضل شساعة صحراء الجزائر، وعليه فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية الجنوبية، والتي يمكن تحويلها إلى قلة فعلية

¹ - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تصور تطوير السياحة للعشرية (2004 - 2013)، ص6.

للسواح الأجانب وبالخصوص بالنسبة للسياحة البيئية، السياحة الاستكشافية، سياحة المغامرات والتجوال والسياحية الرياضية.

2. **السياحة الشاطئية:** إن طول السواحل الجزائرية وتنوعها يمكنها ان تكون الموجه للتنمية السياحية في الجزائر وهذا راجع إلى:

- وجود طلب داخلي كبير باعتبار أن أغلبية السكان متمركزة في الجهة الشمالية؛
- استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطل خلال موسم الإسطيف؛
- اختيار الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج لقضاء عطلتها بالشواطئ
- إن أولوية و أهمية السياحة الشاطئية تظهر من خلال الطلبات الطيرة المسجلة في مجال الاستثمار والتي يتقدم بها المتعاملون الوطنيون و الأجانب.

أما على صعيد الدولي فإن هذا المنتج عند غالبية البلدان ركيزة النشاط السياحي نظرا للتدفقات المعتبرة التي يجلبها و الآثار الاقتصادية و المالية التي يحققها، فهو يمثل أكثر من 80% من الطلب السياحي الدولي.

وتبقى السياحة الشاطئية إلى جانب السياحة الحضارية المنتج الأكثر مردودية في مجال الصناعات السياحية آخذين بعين الاعتبار المحافظة و حماية التراث الثقافي و المحيط الطبيعي ضد كل أشكال التلوث و التدهور الناتجة عن السياحة الجماهيرية، وحتى تكون هناك سياحية شاطئية لابد من إنجاز عدة أنماط من هياكل الإستقبال بدءا من المخيم البسيط إلى الفنادق الفخمة مما يسمح لأن يكون المنتج في متناول الجميع.

3. **سياحة الأعمال و المؤتمرات:** يعد هذا النوع من السياحة موردا معتبرا لدى البلدان السباقة في التجربة السياحية، كفرنسا و الولايات المتحدة الأمريكية و إسبانيا و غيرهم، من خلال الحركة الواسعة التي يعرفها و جلب العملة الصعبة، و الجزائر اليوم يتعين عليها تنمية هذا المنتج المهم، نظرا لما يعرفه البلد من تزايد كثافة النشاطات الاقتصادية و الاجتماعية، وكذا الانفتاح الذي تعرفه الجزائر وتوسع العلاقات مع الخارج، وتبقى القدرات الحالية المحدودة كميًا و المتمركزة أساسا على مستوى عاصمة الجزائر بعيدة عن الطلب السياحي الحالي و المستقبلي، مما يعتبر فرصة جديدة للاستثمار الوطني و الشراكة الأجنبية غد نجد بعض اولايات الكبرى في الجزائر لا تتوفر على هياكل قادرة على استقبال مؤتمر ذو مستوى عالي. وعليه فإن الأمر يتعلق بمنتج مريح، يغني أن يجد اهتماما خاصا بغرض جعله أكثر خطبا واهتماما من طرف المستثمرين و ضمان انطلاقي حقيقية له خلال السنوات المقبلة.

4. السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر: تتوفر الجزائر على 202 منبع حموي، وهي الآن في حالة دراسة من أجل إبراز المنافع الكبيرة من هذه المنابع كل على حدى، غلا أن طاقة الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا، فبالرغم من وجود 08 محطات حموية منها واحدة فقط مختصة في المعالجة بمياه البحر هي حاليا مكتظة على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي المتزايد عليها، وعليه فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر والاستحمام البحري، و فضلا عن آثارها الاقتصادية، فإنها تساهم في تحسين صحة المواطنين وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية. حيث أن تنمية الحمامات المعدنية و المعالجة بالمياه البحر لا يجب النظر إليها كمنتج مستقبل موجه نحو الغرض الاستشفائي فقط، بل تطويره لكي يصبح له دور أكثر اتساعا نحو فئة السكان المتمتعين بصحة جيدة.

5. السياحة الثقافية: إن الدراسات المنجزة والمقدمة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في السنوات القادمة مكانا هاما في العرض السياحي العالمي و الجزائر لها مؤهلات في هذا الميدان تمكنها من احتلال مكانة مرموقة في هذا النوع من السياحة من خلال ما تحتويه من:

- التراث الأثري المتنوع؛

- المعالم و بنايات الثقافية و الدينية؛

- الأعياد المحلية و التقليدية و الفنون الشعبية و الألعاب التقليدية؛

- أقطاب الإنتاج و التنشيط السياحي؛

وهذا المنتج له خصوصياته في الجزائر، وهذا للامتداد الواسع للبلد و تنوع الحضارات و الأمم التي تعاقبت على الجزائر تاركة ورائها بصمات لا يمكن أن تمحى، من مواقع دينية وتاريخية كالمدين الرومانية و القصور وغيرها.

6. السياحة الرياضية والترفيهية: هذا النوع موجه بصفة خاصة للشباب المولعين بالنشاطات الرياضية والاكتشاف والترفيه، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية، وفي هذا الخصوص يمكن تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب والفرق الرياضية مثل السياحة المناخية، سياحة الصيد، سياحة الغوص في أعماق البحار، سياحة الغولف و مراكز الألعاب. كما أن المنشآت الواجب بنائها لهذا النوع من السياحة يمكن استغلالها على الوجه الأمثل عن طريق إقامات لتحضير النخب الوطنية و الأجنبية.

ثالثا: الإجراءات المتخذة لتطبيق برنامج التنمية السياحية المستدامة

إن الحركة الجديدة المنتهجة من طرف قطاع السياحة تندرج في إطار برنامج الإنعاش الاقتصادي المستدام والذي من أهدافه الأساسية تتمين كل الطاقات و مضاعفة إنتاج الثروات كل هذا من خلال¹:

1. **دعم الاستثمار السياحي:** وذلك من خلال التهيئة و التحكم في العقار السياحي وهذا بالعمل على إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية والذي يشكل الأساس في تنفيذ الاستراتيجية القطاعية، وسوف نتطرق لذلك في المبحث الموالي، بالإضافة إلى دعم وتمويل المشاريع السياحية و تحفيز الاستثمارات بتخفيض نسبة الفائدة على القروض الموجهة للاستثمارات السياحية.

2. **دعم التكوين:** يعتبر عنصرا مهما من أجل تحسين أداء مقدمي الخدمات السياحية و التسيير السياحي، ومن خلال إعادة النظر في البرامج التكوينية، تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة، فتح فرع " الاقتصاد السياحي" في الجامعات، إنشاء مراكز جديدة للتكوين، التعاون و تبادل الخبرات مع معاهد دولية متخصصة في السياحة.

3. **دعم النوعية:** حيث أن تدهور الخدمات تشكل اليوم إحدى نقاط الضعف الكبيرة في الجزائر، لهذا السبب وجب الاهتمام بهذا الجانب ومنحه عناية خاصة من طرف السلطات العمومية.

4. **دعم التسويق السياحي:** إن هذه الوظيفة الإستراتيجية يجب أن تسخر لها كل الجهود المبذولة وعلى جميع مستويات الإنتاج السياحي، كما يجب أن تتدعم وتتواصل من خلال المبادرة بالأعمال التالية:

➤ إعادة تنظيم و تقوية أداء التسويق السياحي من خلال تدعيم الديوان الوطني للسياحة (ONT) ، بما يسمح له القيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له و المتمثلة أساسا في ترقية وتسويق المنتج السياحي داخليا و خارجيا وسوف نتناول هذا بالتفصيل في المبحث الثالث؛

➤ إعداد مخططات متعددة السنوات للاتصال المؤسسي، إذ أن المخططات التي ينبغي أن تكون في المستقبل قوية وحتى هجومية، تهدف إلى سد العجز وأن تعتمد على مؤسسات الوطنية و الدولية المتخصصة و تشمل نا يلي:

- اعتماد تقنيات الإعلام و الإتصال الحديثة وتعميمها؛

- إعداد دعائم مكتوبة و سمعية وبصرية؛

- إنجاز و نشر تحقيقات في المنشورات قنوات التلفزيون المتخصصة؛

¹ - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تصور تطوير السياحة للعشرية (2003-2004)، ص 8

- تنظيم رحلات استكشافية و إعلامية على مستوى الأقطاب السياحية لفائدة الصحافة المتخصصة و المتعاملين السياحيين؛

- تنظيم مواسم ثقافية ذات طابع دولي مثل مهرجان تمقاد و جميلية؛

➤ إعداد دراسات للأسواق بحيث تأخذ هذه المهمة مكانتها الطبيعية في البرامج المقبلة للتسويق، وينبغي أن تمتد أيضا لتشمل ترقية الاستثمار و الشراكة لتدقيق توقعات التدفقات، الإيرادات و مناصب الشغل في القطاع السياحي؛

➤ تكثيف المشاركة في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة بالداخل؛

➤ إشراك الحركة الجمعوية والمنظمات المهنية في الترويج السياحي ونشر الوعي السياحي وانشاء ثقافة سياحية حقيقية لدى السكان و توعيتهم من أجل الإرتقاء بالسياحة الجزائرية.

وتأكيدا على إصرار الجزائر على إنعاش القطاع السياحي وفق تخطيط سليم ومدروس و الاستمرار في تنمية النشاط السياحي فقد حدد سنة 2006 بقرار وزاري مشترك تشكيلة اللجنة المركزية لإعداد مشروع المخطط التوجيهي القطاعي للتهيئة السياحية و كيفية عملها¹، ومن خلال المبحث الموالي سوف نستعرض أهم المحاور التي جاء بها هذا المخطط والذي بدأ تنفيذه ابتداء من سنة 2008.

المطلب الثالث: إعداد وتطوير السياسة السياحية في الجزائر.

مع بداية 1966 بدأت الدولة في إعداد نصوص رسمية وقوانين وكذا مخطوطات تنمية وطنية آخذة بعين الاعتبار السياحة كقطاع مهم في التنمية الوطنية.

أولا: ميثاق السياحة 1966: حاولت الجزائر تنظيم القطاع السياحي مباشرة بعد الاستقلال إذ حظي تنظيم المناطق التوسع والمناطق السياحية وكذا العقار السياحي باهتمام خاص حيث صدر في هذا الشأن الأمر رقم 62/66، وعليه تعتبر سنة 1966 بداية الاهتمام بالقطاع السياحي من خلال أول عمل حكومي على مستوى الوطن، وكان يتضمن:

- اهتمام السلطات العمومية بإدراج النشاطات السياحية بشكل منتظم ضمن تهيئة الإقليم.

- برنامج تنمية وتثمين الموارد السياحية.

- الانشغال بالتعريف والتحديد وحماية عن طريق التنظيم المناطق والمواقع السياحية.

¹ - الجريدة الرسمية رقم 65 لسنة 2006.

- وبالفعل وبعد تقديم شامل لوزارة السياحة للثروات السياحية التي تزخر بها الجزائر وتحديد الهياكل القاعدية الواجب استحداثها تم تحديد التوجيهات الرئيسية للميثاق السياحي المتمثلة في:
 - اختيار مناطق التوسيع السياحي.
 - تحسين الشروط السياحية.
 - تطوير الهياكل الفندقية.
- غير أن النظام التشريعي لم يكتمل من جهة، ولم يطبق كله من جهة أخرى، هذه الوضعية نتجت من جراء عدم الاستقرار بل انعدام إدارة مكلفة بالسياحة خلال عدة سنوات نجم عن ذلك:
 - الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي.
 - تدهور المواقع السياحية.
 - تحويل الموارد عن طبيعتها السياحية وهو الأمر الذي قلل بشكل كبير من الاستثمار في بعض المناطق ذات الصبغة السياحية.

ثانيا: المخطط الثلاثي 67-69: خلال هذه المرحلة لم تطن السياحة ضمن القطاعات ذات الأولوية في التنمية الاقتصادية وذلك راجع للنموذج الاقتصادي المتبع آنذاك وللسياسات الاقتصادية المنتهجة وما يبرر هذا الموقف هو قيمة الاستثمارات المخصصة للقطاع مقارنة مع تلك المخصصة لقطاعات أخرى. كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي 69/67.

النسبة المئوية	المبلغ لكل قطاع "مليون د ج"	القطاعات
48.74	5400	الصناعة
16.87	1869	الزراعة
10.14	1124	الهياكل الأساسية
8.23	912	التربية
3.72	413	السكن
2.54	282	السياحة
1.14	127	التكوين

2.66	295	الضمان الاجتماعي
3.98	441	الإدارة
1.94	215	متفرقات
100	11078	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، المخطط الثلاثي 69/67

من الجدول يتبين أن حصة القطاع السياحي لم تتجاوز 2.54% من مجموع الاستثمارات والمقدرة بـ 11078 مليون د ج، وعليه فقد احتل المرتبة ما قبل الأخيرة مما يجسد فكرة أن السياحة لم تحظ بالأولوية في التنمية الاقتصادية، بناء على السياسات آنذاك والتي كانت ترى أن السياحة قطاعا ثانويا مقارنة بالصناعة والزراعة.

ثالثا: المخطط الرباعي الأول 73/70: وتتواصل سياسة تهميش القطاع خلال هذا المخطط مقارنة بالقطاعات الأخرى حيث لم يخصص له سوى 700 مليون د ج أي ما يعادل دائما 2.5 % من إجمالي الاستثمارات وكان يهدف المخطط في جانبه السياحي إلى إنجاز 35000 سرير وذلك من أجل الوصول إلى طاقة استيعاب تقارب 70.000 إلى 90.000 سرير، ومن أجل ذلك برمج إنجاز 10 مشاريع ذات طابع ساحلي و 11 ذات طابع صحراوي، كما كان يهدف المخطط إلى: الاستجابة لمتطلبات السياحة الدولية والداخلية.

تكملة وإنهاء المشاريع السابقة بإضافة 120 مليون د ج لتهيئة ثماني محطات حمامات معدنية. وفي نهاية هذا المخطط لم يتم إنجاز إلا 34.45 % من الانجازات المقررة كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (5): عدد الأسرة المنجزة خلال الرباعي الأول حسب نوع المنتج السياحي

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	1250	710	300	300	6860
النسبة المئوية	62.68	18.22	10.34	04.37	04.37	100

Source : office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme

من خلال الجدول السابق يبقى تركيز الأسرة المنجزة منحصرا في أغلبية في الشواطئ وبنسبة أقل في المناطق الصحراوية كما أم مجموع الانجازات المحققة تبقى بعيدة كل البعد عن التقديرات المبرمجة.

رابعاً: المخطط الرباعي الثاني 77/74: خلال هذه الفترة هناك متابعة للهيئات السياحية غير المنجزة خلال المخططات السابقة، وتسيطر برنامج جديد يهدف إلى تحقيق 25000 سرير بهدف الوصول إلى طاقة استيعاب تقدر بـ 60.000 سرير قبل سنة 1989، ولأجل تحقيق تلك الأهداف خصصت ميزانية تقدر بـ 1230 مليون دج، كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (6): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني 77/74:

النسبة المئوية	المبلغ لكل قطاع "مليون د ج"	القطاعات
43.5	48000	الصناعة
10.9	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه-الري
01.4	1500	السياحة
0.1	0155	الصيد
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية والتكوين
13.3	16610	الشؤون الاجتماعية
1.3	1399	الإدارة
2.3	2520	دراسات مختلفة
100	110236	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الثاني 77/74.

من الجدول يتبين بقاء القطاع السياحي مهماً، بل أن الحصة المخصصة له قد انخفضت مقارنة بالمخططات السابقة إذا بلغت 1.4% فقط، بينما كانت في المخطط السابق تبلغ 2.5% مما يدل على أن التوجهات السياسية والاقتصادية لا زالت تعتبر السياحة قطاعاً ثانوياً غير أهل للعناية اللائقة.

وتجدر الإشارة أنه خلال هذا المخطط بدأت تعطي المبادرة والتشجيع للقطاع الخاص في إنجاز المشاريع السياحية وخلال هذه الفترة تم تجسيد 41 % من الانجازات أي أن القطاع بدأ يعرف تطورا ملحوظا مقارنة بالإنجازات السابقة والتي لم تكن تتعدى 31%. والجدول التالي يوضح الانجازات المحققة.د

جدول رقم (7): توزيع طاقات الإيواء السياحي المنجزة خلال الفترة (78/74) حسب المنتج السياحي:

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	800	2620	300	1700	8820
النسبة المئوية	38.54	09.07	29.70	03.04	19.27	100

Source : office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme

خامسا: المخطط الخماسي الأول: (84/80): ارتكز هذا المخطط حول الأهداف التالية:

أ- برمجة فنادق حضارية وتوسعة الفنادق الصحراوية.

ب -توسعة محطات الحمامات المعدنية.

ج- تهيئة المناطق التوسع السياحي واعتمادها من طرف المتعاملين الآخرين، كالجماعات المحلية، القطاع الخاص، كأنماط في المشاريع المستقبلية. وقد خصص مبلغ 3400 مليون دينار جزائري لإنجاز ما تبقى من المخططات السابقة، وكذا تغطية نفقات المشاريع الجديدة. وقد وزع هذا المبلغ على النحو التالي:

- 1.6 مليار خاصة بإتمام المشاريع غير المنجزة.

- 1.8 مليار لإنجاز المشاريع الجديدة.

وكان من المفروض عند تجسيد هذه الأهداف الوصول إلى طاقة إيوائ قدرها 51000 سرير. ومن أجل

الوصول إلى ذلك تم برمجة 89 مشروع سياحي موزعة حسب الجدول التالي:

جدول رقم (8): توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال المخطط الخماسي الأول:

نوع المنتج	الشاطئ	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	02	01	09	05	40	89
النسبة المئوية	3300	2350	1650	1150	1200	16550

Source : office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme

نلاحظ أن أكبر المشاريع تم تخصيصها للمخيمات الصيفية والسياحة الصحراوية، وهو ما يعكس التوجه إلى التنمية السياحية الداخلية على حساب السياحة الخارجية إلا أنه عند نهاية هذا الخطط لم يتم إنجاز سوى 20 مشروع من أصل 89 مشروع البرمجة، أي ما يعادل 4050 سيرير فقط.

ويلاحظ أنه خلال تلك الفترة ونتيجة للأزمة الاقتصادية لسنة 1988 لم يتم البدء في أي مشروع جديد، كما يلاحظ التراجع المسجل في مجال الأهداف المتعلقة بطاقة الإيواء المبرمجة في مخططات التنمية، والتي انتقلت من حوالي 70 ألف - 90 ألف سيرير في المخطط الرباعي الأول إلى 60 ألف سيرير في المخطط الرباعي الثاني إلى 51 ألف سيرير في المخطط الخماسي الأول. مما يدل على أن الأهداف المسطرة لم يكن واقعية ومن ثم غياب احد أهم مقومات الخطة السليمة والمتمثلة في واقعية الأهداف فضلا عن غياب المرونة المطلوبة.

سادسا: المخطط الخماسي الثاني: (89/85): ركزت أغلب الجهود خلال هذه الفترة على تنمية وتطوير السياحة الداخلية نتيجة لارتفاع المستوى المعيشي آنذاك. وكان يهدف هذا المخطط إلى :

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.
 - تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية.
 - لا مركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص.
 - محاولة التحكم في طلب السياحي المتنوع.
- وقد خصصت ميزانية مقدرة بـ 3500 مليون د ج لبلوغ تلك الأهداف منها 1800 مليون د ج لإنجاز وتهيئة مناطق للتخميم حسب التوجهات السياسية الجديدة الرامية إلى تطوير وتنمية السياحة الداخلية، كما برمج إنجاز مشاريع سياحية جديدة في الولايات المتحدة الجديدة المنبثقة عن التقسيم الإداري الجديد لسنة 1984.
- وقد وزعت المشاريع السياحية حسب السنوات على الشكل التالي.

سنة 1985 برمجت المشاريع التالية:

- إعادة تحريك مشاريع قيد الانجاز.
- توسيع العديد من الفنادق كفندق بني عباس وتيميمون.

سنة 1986 برمجت المشاريع التالية:

- إنجاز مشروع خاص بالمنتج المناخي في تيكجدة بطاقة 1000 سيرير.

- انشاء فندق بوهرا (شاطوفان) بقدرة استيعاب 600 سرير.

1987 برمت المشاريع التالية:

- انجاز فندقين بكل من جيغل (300 سرير) وارزيو (300 سرير).

- إعادة تجديد بعض الوحدات الصحراوية.

1989 تقرر انجاز:

- توسيع الفنادق السياحية بتيميمون.

- إنشاء فندقين بكل من غرداية (600 سرير) ومدينة الوادي (300 سرير).

وتجدر الإشارة هنا أنه بداية من سنة 1980 شهد القطاع تنفيذ إصلاحات جديدة ووضع لبنات جديدة

للتسيير وتمثلت في إعادة هيكلة المؤسسات السياحية ولا مركزيتها نجم عنها بروز شركات ودواوين جديدة أهمها:

- الشركة الوطنية للتور (S.N.ALTOUR) بتبازة والمكلفة بتسيير الوحدات الشاطئية والصحراوية.

- الشركة الوطنية للفندقة الحضارية (S.O.N.H.U) بالمدينة مهمتها التكفل بالفندقة الحضارية تطويرها.

- الديوان الوطني للندوات والمؤتمرات (O.N.C.C) مهمته تطوير المنشآت الخاصة به.

- الشركة الوطنية للدراسات السياحية (E.N.E.T) بسيدي فرج مهمتها القيام بالدراسات التقنية.

- الديوان الوطني الجزائري السياحي الذي انحصرت مهامه في ميدان التجاري فقط.

ولكن هذه السياسة والإجراءات الجديدة لم تعط ثمارها ولم تعط دفعا جديدا للقطاع السياحي.

جدول رقم (9): تطور الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة في الجزائر خلال فترة (89/85)

المداخيل	1985	1986	1987	1988	1989
الإيرادات بالدولار الأمريكي	91	104	101	85	95
الإيرادات بالدينار الجزائري	460	489	487	502	720

المصدر: 1992 (ONS)

من خلال الجدول السابق نلاحظ تطورات الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة (بالدولار الأمريكي) من

1985 إلى 1986، ثم عرفت تراجعا بداية من 1987، لكن في مقابل ذلك الإيرادات بالدينار عرفت تطورا

ملحوظا ومستمرًا، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى انخفاض قيمة الدينار، وحسب المنظمة العالمية للسياحة (OMT) فإن حصة الجزائر في السوق العالمي للسياحة في سنة 1988 لم تتجاوز 1 % فقط.

سابعًا: السياحة في فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق (1990-2000): عرفت الجزائر في هذه الفترة تحولات جذرية في جميع الميادين وفي جميع ميكانيزمات الحياة فأصبحت فيها كل النظم والقوانين في حاجة ماسة على إعادة النظر، هذه الأخيرة التي يجب أن تتماشى والتطورات الحاصلة لما لها من تأثير مباشر على جوانب الحياة المختلفة في الجزائر، وبالفعل فقد عرفت هذه الفترة ظهور الإطار القانوني المنظم والضروري لتطوير الاستثمار الخاص في القطاع السياحي وكذا الاعتماد نهائيًا على مبدأ تحرير النشاطات السياحية وانفتاحها على السوق الخارجية. وفي هذا الإطار جاء قانون ترقية الاستثمار الصادر في أكتوبر 1993 وينص هذا القانون إلى:

- الاستثمار خاضع للتصريح وليس للاعتماد.
 - تسهيل وضمان تحويل المال المستثمر وكذا الأرباح المحققة.
 - معاملة متبادلة بين المتعامل والمقيم الأجنبي وفق إجراءات التوظيف والتحكم المعمول به دوليًا.
 - إنشاء وكالات وطنية لرقابة وحماية ومتابعة الاستثمار (APSI).
 - إنشاء شبكات موحدة داخل (APSI) يضم الإدارة والمنظمات المعنية بالاستثمار.
 - تقديم الامتيازات المتعددة منها الجمركية والضريبية وشبه الضريبية.
- وعلى الرغم من هذا القانون لم يسجل القطاع السياحي إلا 6 مشاريع ذات طبيعة سياحية كما يوضحه الجدول:

جدول رقم (10): تطور المشاريع الاستثمارية من طرف مختلف القطاعات خلال 1994-1996

القطاعات	سنة 1994	سنة 1995	سنة 1996
الزراعة	01	01	07
الصناعة	42	10	25
البناءات والأشغال العمومية	09	02	02
السياحة	03	01	02

09	02	06	الخدمات
01	01	00	الصحة
03	01	00	التجارة
49	17	61	المجموع

المصدر: 1996

من خلال الجدول نلاحظ أنه من جملة 127 مشروعا استثماريا مسجلا لدى الوكالة الوطنية لمتابعة وعدم وترقية الاستثمار خلال (95/94) لم يستفد القطاع إلا من ستة (06) مشاريع استثمارية ومقارنة بقطاعات وسعيا لتدعيم القطاع السياحي:

- مرسوم 260/95 إنشاء مصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية.
- إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة بموجب المرسوم 70/98.
- إنشاء المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية بموجب المرسوم التنفيذي 94/98.
- صدر قانون الفنادق ووكالات السياحة والأسفار 1999.
- استحداث المجلس الوطني للسياحة.

وخلال هذه السنوات عرف القطاع السياحي تدهورا كبيرا حيث لم يبلغ عدد السواح في سنة 1990 سوى 359895 وانخفضت في سنة 1991 بحوالي 70% ام في سنة 1996 فلم يصل عدد السواح إلا على حوالي 18000 سائح، وبتحسين الوضع الأمني والمناخ العام بالجزائر بدأ يعرف القطاع نموا بفضل تحسن صورة الجزائر خارجيا مما زاد في عدد السواح حيث بلغ في سنة 1997 حوالي 6.34752 ليرفع العدد إلى 739795 في سنة 1999. ويعود هذا الارتفاع في أغلبيته إلى رجال الأعمال الأجانب أكثر منه لأغراض سياحية، كما عرفت الإيرادات السياحية انخفاضا ملموسا حيث لم تبلغ في المتوسط إلا حوالي 59 مليون دولار.

المبحث الثاني: أنواع السياحة الجزائرية:

تتمتع الجزائر بالعديد من الميزات والمؤهلات السياحية المتباينة والمتنوعة لهذا فهي تتميز بتنوع في مواردها السياحية، ولأغراض ترقية وتحسينية فإن هي مكن تصنيف السياحة الجزائرية إلى سياحة ساحلية تضم السياحة على

الشواطئ، السياحة التي تعتمد على الأنشطة السياحية والعروض المائية ومختلف المقومات السياحية المتواجدة ضمن البيلة الساحلية.

إضافة إلى السياحة الصحراوية وما تتضمنه من سياحة زراعية وسياحة الجولات على الواحات، بالإضافة إلى الأنواع السياحية الأخرى في الجزائر كالسياحة الحموية، السياحة المناخية، السياحة الجبلية، السياحة الحضرية أو لسياحة الثقافية، نوضحها من خلال مطالب هذا المبحث والمتمثلة فيما يلي:

المطلب الأول: السياحة الساحلية في الجزائر.

المطلب الثاني: السياحة الصحراوية في الجزائر.

المطلب الثالث: السياحة الحموية والمناخية والجبلية في الجزائر.

المطلب الرابع: السياحة الحضرية في الجزائر.

المطلب الخامس: السياحة الثقافية في الجزائر.

المطلب الأول: السياحة الساحلية في الجزائر:

يتوفر هذا النوع من السياحة في الجزائر على امتداد الشريط الساحلي المطل على البحر الأبيض المتوسط والذي يقدر طوله بحوالي 3.466 كلم، حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق إستراتيجية من الناحية البيئية، وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية والتي أساسها الاستحمام والاستلقاء على الرمال، وبالتالي فهي تضم سياحة علاجية معدنية وأخرى مناخية¹

وتضم السياحة الساحلية في الجزائر بدورها الأنواع التالية:²

أولا: السياحة الشاطئية:

وتتضمن جميع النشاطات السياحية التي تمارس على الشاطئ، والمتمثلة أساسا في الاستلقاء تحت الشمس وفوق الرمال لأغراض علاجية أو تجميلية، 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.

¹ - السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية www.algeriantourism.com/، تاريخ الإطلاع 2018/04/11، توقيت الإطلاع 15.00 مساء

² - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص 88 .

ثانيا: 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.

ثالثا: سياحة العروض المائية:

ويقصد بالعروض المائي العديد من النشاطات كالرحلات 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 أجليسو جزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة.

رابعا: سياحة البيئة الساحلية:

ويقصد بسياحة البيئة الساحلية الاقتراب من البيئة الساحلية ومنها طرق اكتشاف تلال الرمال، بالإضافة إلى التعرف على الأسماك والنباتات التي تنشأ في تلك المناطق قد ونغيرها، 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.

المطلب الثاني: السياحة الصحراوية في الجزائر:

إن الاهتمام بالسياحة في الجنوب الجزائري يتنامى بشكل تدريجي، حيث تصل مساحة المناطق الصحراوية في الجزائر، إلى حوالي مليونين كلم مربع، موزعة على أربع مناطق كبرى في الجنوب، فالمنطقة الأولى وهي أدرار والتي تعرف بتمازج مختلف الثقافات وقلعتها القديمة، وواد يميزابو المعروفة بمعالمها المعمارية وبساتين النخيل ونظام جمع المياه، أما المنطقة الثانية فهي إليزي والتي تعرف بتواجد الحضيرة الوطنية للطاسيلي، حيث تنصهر فيها العناصر الطبيعية مع العناصر التاريخية الثقافية، حيث صنفت من طرف الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة منذ 1982 كتراث عالمي،

أما المنطقة الثالثة فهي تمنراست والهقار والتي تتميز بتضاريسها وثروتها الغابية والحيوانية والنقوش الحجرية، أما المنطقة الرابعة فهي تندوف وهي مشهورة بقصورها القديمة.¹

وتضم السياحة الصحراوية في الجزائر الأنواع التالية:²

أولا: سياحة العروض المتجولة:

ويقصد بالعرض المنتج وإقامة المخيمات الصحراوية في عدة مناطق في الصحراء الجزائرية الشاسعة، حيث تنقل هذه المخيمات في كل مر إلى منطقة أخرى وذلك حتى يتم التعريف بالصحراء الجزائرية، وبالتالي السياحة التي يمكن أن تقام فيها.

ثانيا: السياحة الزراعية الصحراوية:

وتهدف السياحة الزراعية الصحراوية إلى تنمية الإنتاج المصغر حول النخيل والمتمثل في التمور بشتى أنواعه، بالإضافة إلى مختل فالخضر والفواكه التي لا تنمو إلا في الصحراء، وبالتالي تشكل طابعا مميزا للسياحة هناك.

ثالثا: سياحة الجولات على طريق الواحات ت:

و تتمال جولات على طريق الواحات وذلك من خلال الاستفادة من السلسلة الكبيرة للواحات المشكلة من واحات في عدة ولايات جنوبية والتي تعتبر كأماكن للترفيه ومن أهمها الواحات المتواجدة في غرداية والأغواط والبيض.

المطلب الثالث: السياحة الحموية والمناخية والجبلية في الجزائر:

تعد السياحة الحموية والمناخية والجبلية من أهم الأنواع السياحية، فهذا التصنيف يعتمد على مقومات طبيعية تتميز بها الجزائر عن مختلف الدول السياحية الأخرى، فعلى أساس الحمامات المعدنية تقام السياحة المعدنية، وعلى أساس تعدد وتنوع المناخات تقام السياحة المناخية، وعلى أساس السلاسل الجبلية التلية والصحراوية وغيرها تقام السياحة الجبلية في الجزائر.

وتتميز السياحة الحموية والمناخية والجبلية كل واحدة على حدى بخصائص تجعلها تنشئ بدورها

¹ - Ministère du tourisme et de l'artisanat: **l'investissement touristique dans les wilayats du grand sud**, seprecom édition, p.09.

² - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: **المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية** "المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة، وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سابق، ص 80 .

العديد من الأنشطة المتنوعة التي تختلف عن بقية الأنشطة السياحية الأخرى، ونفصل في هذه الأنواع السياحية كمايلي:

أولا: السياحة الحموية:

وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتمارس السياحة الحموية بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب¹، وتسمى السياحة الحموية بـ"سياحة العلاج والصحة" لكونها تضم سياحة العلاج من خلال المياه المعدنية الحارة، وهيئة السكنات المؤثثة والإطعام لأغراض علاجية، وكذا سياحة الاستطباب كالمعالجة بالاستحمام البحري والتسليية بالحرارة².

وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الحموية، حيث تتوفر في الجزائر 202 منبع مائي تم إحصاؤه على مستوى التراب الوطني، وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية، منحي نسبة المعادن والفوائد العلاجية، حيث أن 314 منها صنف بأهمية محلية، و 11 منبع طبيعي معدني صنف بأهمية جهوية، بينما المنابع التي صنفت بأهمية وطنية فعددها 33 منبع طبيعي³.

والجدول الموالي يوضح توزيع أهم محطات المياه المعدنية عبر مختلف ولايات الجزائر، والتي تختلف من حيث درجة حرارة مياهها، والمعادن الأساسية المتواجدة فيها، بالإضافة إلى خصائصها العلاجية:

¹ - كلاوسكولينا: جغرافية السياحة ووقتان فراغ، ترجمة: نسيم برهم، منشورات الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، دون ذكر سنة النشر، ص 22 .
² - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية" المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة، وبرامج الأعمال. السياحة ذات الأولوية"، مرجع سابق، ص 82 .
³ - منى لحساف: دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعضا لبلدان المتوسطية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003، ص 89

الجدول رقم 11: أهم محطات المياه المعدنية في الجزائر:

المحطة	الولاية	درجة حرارة المياه	المعادن الأساسية	الفوائد العلاجية
حمام شيقر	تلمسان	30°	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل والأوعية والجلد وأمراض النساء
عينفرانين	وهران	35°	بيكاربونات	أمراض المفاصل والجلد.
عينوركة	النعامة	46°	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل والجلد والأعصاب والتنفس.
حمام كسانة	بوية	60°	كلور الصوديوم	الأمراض العصبية والتنفسية والجلدية.
حمام شارف	جلفة	42°	كلور الصوديوم	الأمراض العصبي والتنفسية والتناسلية.
حامة بوزيان	قسنطينة	24°	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي والبولي.
حما مزويد	سوق أهراس	39°	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي

المصدر: منى لحساف: دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعضا لبلدان المتوسطية، رسالة ماجستير

كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003، ص 89

ثانيا: السياحة المناخية:

تتمتع الجزائر بتعدد مناخاتها التي تساعدها على تنوع خدماتها السياحية، حيث من خصائص المناخ في الجزائر أن توزيع الحرارة يتأثر بعاملتي التضاريس والقرب والبعد عن البحر، لذلك فإن هناك اعتدال في الحرارة صيفا وشتاء على الشريط الساحلي بسبب المدى الحراري المنخفض، وارتفاع الحرارة صيفا في المناطق الداخلية وانخفاضها في فصل الشتاء، ويستفاد أحيانا من السياحة المناخية في العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء، حيث عادة ما يكون للسياحة الجبلية فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سيحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، وفصل صيفي للتدفلة، في حين تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحار والبحيرات السياحية، إضافة إلى السياحة القروية، حيث يفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم الهدوء والطبيعة الجميلة، وأغراض أخرى ترفيهية¹ والمناخ السائد في الجزائر ينقسم إلى ثلاث أنواع²

1- مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا.

2- المناخ شبه الجاف بالنسبة للمرتفعات و الهضاب العليا.

3- المناخ الجاف الصحراوي بالنسبة للجنوب.

وبفضل إمتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء واختلاف مناخها، يمكن أن تتوفر للجزائر سياحة على مدار السنة تتمثل في سياحة الخريف والشتاء والربيع في المناطق الصحراوية والهضاب العليا، وسياحة في فصل الصيف على الشريط الساحلي.

ثالثا: السياحة الجبلية:

تشكل الجبال في الجزائر من سلسلتين تكادت كونان متوازيتين ممتدتان من الشرق إلى الغرب هما سلسلة الأطلس التلي، يتراوح ارتفاعها بين 1.000 كلمو 2.000 كلم أعلاها قمة لالا خديجة بجبال جرجرة، تمتد هذه السلسلة من جبال سوق أهراس شرقا إلى جبال تلمسان غربا وهي تشكل حاجزا طبيعيا لتأثيرات البحر الأبيض المتوسط على باقي البلاد، أما سلسلة الأطلس الصحراوي فيه يمتد من جبال النمامشة وتبسة شرقا إلى جبال القصور في الجنوب الغربي للبلاد، يتراوح ارتفاع قممها ما بين 1.200 كلمو 2.000 كلم، وتعتبر قمة شيليا بجبال الأوراس

¹ -جغرافيا الجزائر، موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا <http://ar.wikipedia.org/wiki> ، تاريخ الإطلاع 2018/04/04، توقيت الإطلاع

10.40 صباحا.

² - وزارة السياحة الجزائرية، السياحة في الجزائر، www.mta.gov.dz 0222، توقيت تاريخ الإطلاع 1.22 مساء تاريخ الإطلاع.

أعلاها بارتفاع 2.328 كلم، وهي تشكل حاجزا مضاعف الإيقاف تأثيرات الصحراء جنوبا والتأثيرات المتوسطة شمالا.

لكن حاليا أصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تقتصر فقط على الترحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلا غيلف (ولاية تيزي وزو) والشريعة (ولاية البليدة)، وهذا راجع إلى طبيعة مناخ الجزائر، إذ أن كميات الثلج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلاله الظرفي، بالرغم من أن هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة، الطيور النادرة والينابيع المائية العذبة والتي تتميز بالبرودة صيف أو الفتورة شتاء، والكهوف والمغارات الطبيعية التي تمتد على مسافات طويلة، وكلها تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح لاكتشاف المكونات السياحية المتنوعة.¹

كما نشير إلى أن مناطق الجبلية تحتوي على ثروات سياحية هامة إضافة إلى المناظر الطبيعية الجميلة كالمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، لذلك فالسياحة الجبلية لا تحتاج إلى إستثمارات كبيرة، بل إلى الترويج لهذا المناطق السياحية فقط التي لها جاذبيتها لنوع معين من السياح²

المطلب الرابع: السياحة الحضرية في الجزائر:

إن السياحة الحضرية هي تلك السياحة التي بأشكالها المختلفة والمتنوعة على مستوى المدن، حيث تضم السياحة الحضرية العديد من الأنواع السياحية كسياحة المدن والأعمال، والتي تقام حسب المرافق النفعية، ونفصل فيها كما يلي³:

أولا: سياحة التسلية في المدن:

وتتمحور سياحة التسلية في المدن في مختلف أماكن التسلية التي تتواجد على مستوى الفضاءات الخضراء بهدف اللعب والمرح والذي هو أساس التسلية، بالإضافة إلى مراكز الإعداد البدني بمختلف التجهيزات الرياضية والتي تكون سببا في السياحة أحيانا في المدينة.

ثانيا: سياحة الأعمال:

¹ - صالح فلاح: مقالة: النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط إندماج الإقتصاد الجزائري في الإقتصاد العالمي، إصدارات الجمعية العامة لنادي الدراسات الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، الخروبة، الجزائر، ص 2 .

² - المرجع نفسه، ص 2 .

³ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية" المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة، وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سابق ذكره، ص 82 .

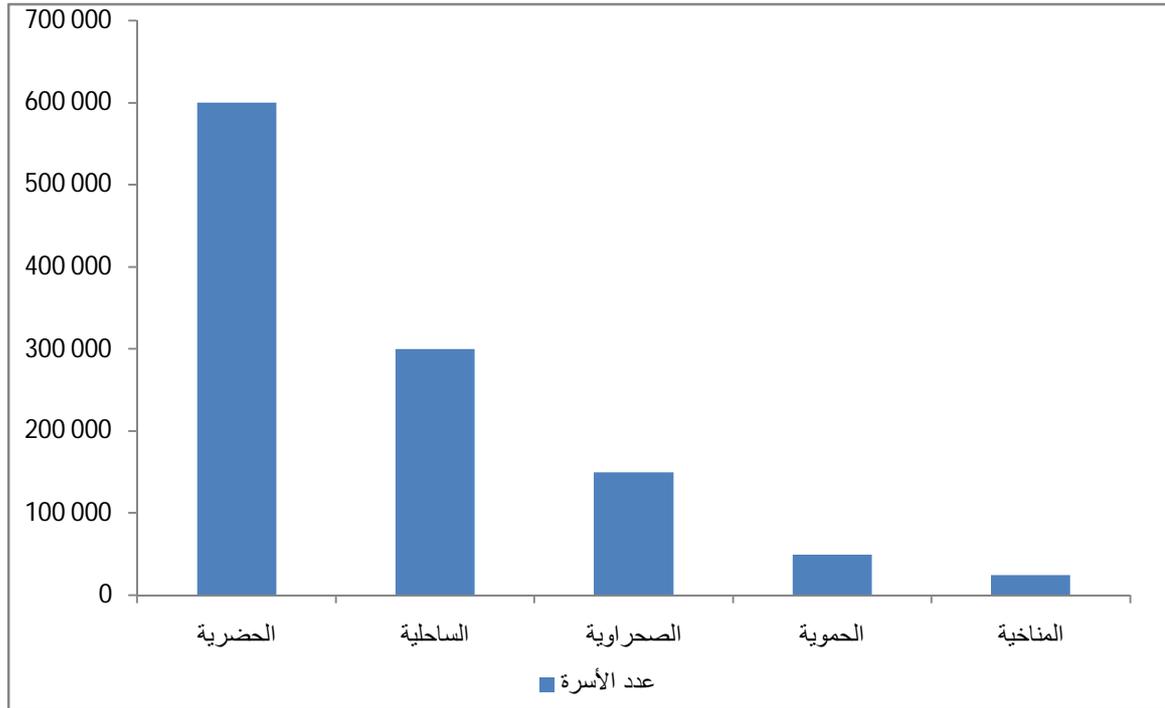
إن سياحة الأعمال لها أوجه عديدة ومن أهمها إقامة المؤتمرات والندوات والصالونات، وكذا اكتشاف وسط المدينة من خلال بعض الرحلات الاستكشافية التي تقام لأغراض سياحية.

ثالثا: سياحة المرافق النفعية:

وتتمثل سياحة المرافق النفعية أساسا في حركة الأفراد اتجاه مركبات التسلية، وزيارة أهم المطاعم الفاخرة، بالإضافة إلى حركة التجارة بمختلف أوجهها.

كما يتبين لنا من خلال الشكل الموالي أن السياحة الحضرية هي السياحة التي تضم أكبر عدد من الأسرة، تليها السياحة الساحلية، ثم تأتي بعدها السياحة الصحراوية التي بدأت تجذب نحوها الإهتمام شيلا فشيللا، أما في المرتبة ما قبل الأخيرة فنجد السياحة الحموية المقامة على مستوى الحمامات، وذلك على الرغم من توفر الجزائر على عدد معتبر من الحمامات المعدنية المنتشرة عبر جميع التراب الوطني، وأخيرا نجد السياحة المناخية والتي تبين من خلال قلة عدد الأسرة المسجلة فيها أنها لا تحض بإهتمام كبير، والشكل الموالي يؤكد ذلك:

الشكل رقم (07): الأنواع السياحية في الجزائر



المصدر: تقسيم الفنادق والمؤسسات الفندقية، الديوان الوطني للإحصاء، الموقع الإلكتروني www.ons.dz ، تاريخ لاطلاع 2018/03/17 ، توقيت الاطلاع 10.00 صباحا.

المطلب الخامس: السياحة الثقافية في الجزائر:

تهدف السياحة الثقافية في الجزائر لإبراز المواقع التاريخية والأثرية ومختلف المواقع القديمة، وذلك من أجل تنمية الذاكرة التاريخية للجزائر، ويكون ذلك من خلال مخططات وطنية لتنظيم وإثراء العرض الحالي، ربط المتاحف بشبكة الطرق مع صيانة مختلف هذه المواقع باستمرار، حيث يتم ووضع بنية للإرث الثقافي الجزائري للتعريف به للسياح الجزائريين أو لا والأجانب ثانيا، تطوير المواعيد والأحداث المهمة كالمهرجانات والإحتفالات¹. ويمكن تصنيف السياحة في الجزائر من ناحية ثقافية إلى:

أولا: السياحة الثقافية والاجتماعية:

تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها، وكذل كالتعرف على الصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة، حيث أهما تلعب اندورا كبيرا في ترقية السياحة. كما أن الصناعات التقليدية في الجزائر تتنوع من منطقة الأخرى ومن بينها نجد صناعة الفخار، صناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز على القماش²

ثانيا: السياحة الأثرية:

تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف بالغرب الجزائري، يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500.000 سنة، في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5.000 سنة قبل الميلاد، وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها "النوميديون".

وهذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلفت آثارا مختلفة، فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي والحقار التي تعتبر أكبر متحف على الهواء الطلق*

ثالثا: السياحة الحضارية:

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية" المخطط الإستراتيجي: الحركات الخمسة، وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سابق، ص 87 .

² - الديوان الوطني للسياحة: صالون الصناعات التقليدية، من أجل إنعاش جديد، في مجلة: الجزائر سياحة، عدد رقم 26، بدون سنة النشر، مطبعة الديوان، الجزائر.

* صنف من طرف منظمة Unesco كتراث ثقافي عالمي لما يحتوي من رسومات جدارية ونحوت على الحجر.

مرت على الجزائر الحقبات القرطاجية، الرومانية والمملكات النوميدية، وهذه الحضارات جعلها تنفرد بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة إبتداء من وصول العرب والمسلمين في غزوة عقبة بن نافع سنة 461 ثم المملكة الرستمية، المملكة الفاطمية، حكم الزييين، حكم الحماديين، حكم المرابطين، حكم الموحيدين وحكم الزيانيين، ثم دخلت الجزائر السيطرة العثمانية سنة 3130 لمقاومة تهديدات الغزو الإسباني، تلاها حكم البايات، حكم الباشوات، حكم الآغوات، حكم الداى باشات، حكم الدايات.

ثم في 14 يونيو 1830 قامت القوات الفرنسية بإنزال عسكري على شاطئ سيدي فرج لتقع الجزائر تحت الإستعمار الفرنسي ليتم الإعلان رسميا عن إستقلال الجزائر في 05 يوليو 1962، وكل مرحلة من هذه المراحل السابقة لها أهميتها التاريخية والحضارية¹.

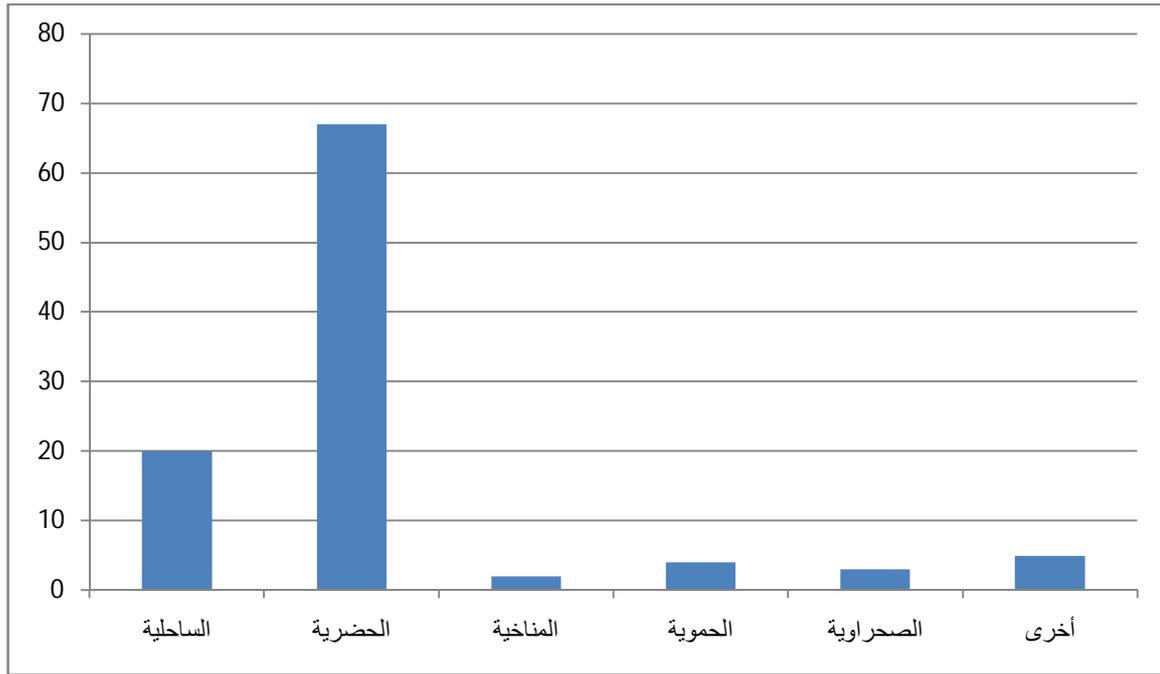
رابعا : السياحة الدينية:

هناك العديد من المقدسات في الجزائر والتي تعد سببا في السياحة الدينية في الجزائر، كالطريق الروماني، القديس أوغستين، الأب فوكولت التي تجذب السياح غير المسلمين².
أما نوع السياحة الأكثر استقطابا للمشاريع فإنها موضحة في الشكل التالي:
الشكل رقم: (08) المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب نوع السياحة³.

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة لسياحية" المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة، وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سابق، ص14

² - السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية، www.algeriantourism.com، تاريخ الإطلاع: 218/04/11 توقيتنا لإطلاع 18.00 مساء.

³ - المشاريع الاستثمارية السياحية، وزارة السياحة الجزائرية، www.mta.gov.dz ، تاريخ الإطلاع 2018/03/17، توقيت الإطلاع صباحا.



Source : Ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement, sous-direction des statistiques: état des projets d'investissement touristique afin de 2009, p.17

المبحث الثالث: تقييم السوق السياحي الجزائري:

يتطلب تفعيل القطاع السياحي في الجزائر تحديد إستراتيجيات واضحة ودقيقة، وتنبع هذه الإستراتيجيات أساسا من معاينة نقاط القوة التي تتمتع بها، ونقاط الضعف الحالية التي تعاني منها من جهة، وكذا الفرص المتاحة للسياحة الجزائرية والتحديات التي يمكن أن تواجهها من جهة أخرى.

ومن خلال التحليل المفصل السابق، فإنه يمكن الوقوف على عدة حقائق موضوعية تعبر عن تقييمنا للسوق السياحي الجزائري، حيث يمكننا تصور القطاع السياحي الجزائري والعوامل المؤثرة فيه.

ومن خلال اعتماد الأسلوب الإستراتيجي في تقييم السوق السياحي الجزائري، وذلك بالاستناد على التحليل الرباعي فإن الموقف الإستراتيجي للسياحة الجزائرية خلال الفترة الزمنية محل الدراسة سنوضحه في هذا المبحث من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: نقاط قوة السياحة الجزائرية.

المطلب الثاني: نقاط ضعف السياحة الجزائرية.

المطلب الثالث: الفرص الممكنة للسياحة الجزائرية.

المطلب الرابع: التحديات المعيقة للسياحة الجزائرية

المطلب الأول : نقاط قوة السياحة الجزائرية:

تتمثل نقاط قوة السياحة الجزائرية في مختلف العوامل الداخلية التي يتمتع بها القطاع السياحي الجزائري والتي يمكن أن تزيد من تنافسيته إذا تم إستغلالها أحسن إستغلال من أجل النهوض به. من خلال التحليل المفصل للسوق السياحي الجزائري فإنه يمكن الوقوف على عدة حقائق موضوعية تعبر عن أهم نقاط قوته، وتتمثل هذه النقاط في تلك الجوانب التي يتم تنفيذها بشكل مناسب وملائم وتصب في تعزيز تنافسيته، وهي تتمثل في:

أولا :الجوانب الطبيعية في السياحة الجزائرية:

تتمثل هذه الجوانب في:

- 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.
- القرب من عدة دول أوروبية، إفريقية، عربية، وغربية مما يعني إمكانية تنويع زبائنها.
- المناخ المتنوع مما يعني تنوع المتاحات 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 للاستثمار من أجل إنعاش السياحة الداخلية، وتشجيع الطلب السياحي الداخلي على مختلف الشواطئ الجزائرية.
- وجود بعض المحميات الدولية التي قد تصبح مزارات دولية، والتي تحتوي بعض النباتات النادرة، بالإضافة إلى حيوانات نادرة كذلك.

ثانيا :الجوانب الاجتماعية والثقافية في السياحة الجزائرية:

تتمثل هذه الجوانب في:

- 1- هناك طلب معتبر ثابت من عدة سياح على الجزائر بالرغم من إمكانياتها وظروفها، أغلبهم من السياح الوافدين من الدول القريبة، والذين لديهم دوافع إجتماعية في أغلب الأحيان.
- 2- تتوفر الجزائر على خدمات الصحة العمومية في معظم ولاياتها، وذلك بأسعار مجانية في أغلب الأحيان، وبأسعار رمزية أحيانا، مع سهولة الوصول إليها.
- 3- وفرة العمالة سواء كانت مؤهلة أو بسيطة لكون أن الجزائر من بين الدول التي تعتبر فيها نسبة البطالة مرتفعة.
- 4- كما أن هناك مدارس تكوينية تشجع الدراسة والتكوين في هذا المجال الفندقي والسياحي.

ثالثا: الجوانب الهيكلية في السياحة الجزائرية:

تتمثل هذه الجوانب في:

- 1- هناك مكتسبات في النقل السياحي تم عدة مواقع هامة يمكن إثرائها سواء على صعيد شبكة الطرقات، أو شبكة السكة الحديدية أو المطارات.
- 2- وفرة الفنادق ذات ثلاث نجوم التي يمكن تأهيله الاستقبال السياح على إختلاف أنواعهم، وتحسين مستوى الخدمات فيها.
- 3- وجود عدد معتبر من الوكالات السياحية التي تتكفل بالرحلات السياحية لمختلف المناطق السياحية، والتي تطبق عليها معايير الجودة.
- 4- توفر بعض الملاعب، والمعارض والتي قد تحفز بعض التظاهرات والأحداث سواء كانت ذات طابع ثقافي أو رياضي أو غير ذلك.
- 5- انتشار شركات تأجير السيارات عبر روع القطر الجزائري.
- 6- هناك بعض الامتيازات والقوانين التي تحفز العمل والمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي.

المطلب الثاني: نقاط ضعف السياحة الجزائرية:

من خلال التحليل المفصل للسوق السياحي الجزائري فإنه يمكن اكتشاف وتحديد العديد من نقاط ضعف هو من أبرزها المستوى المتدني للنشاط السياحي الجزائري، وكذا نقص المواقع المهيكلية التي تجذب التدفق السياحي المرتفع، بالإضافة إلى النقائص المسجلة على المستويات التالية¹

أولا: منتجات السياحة الجزائرية:

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية. ذات الأولوية، وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الجزائر، جانفي 2008، ص53، 54

يكمن ضعف المنتجات السياحية الجزائرية بأن معظمها يمثل مواقع سياحية غير مثمرة بشكل كاف وأخرى بلا صيانة، إضافة إلى عد موجود منتجات مثيرة للجاذبية وقادرة على التميز، وذلك بسبب نقص نوعية المنتجات والخدمات السياحية الجزائرية وكذا نقص نظافة وصيانة الفضاءات العمومية والخاصة. بالإضافة إلى ارتفاع أسعار الخدمات بالنسبة للسكان المحليين من جهة، ومن جهة أخرى انخفاض نوعيتها مقارنة بالمنافسة الدولية القريبة والبعيدة، وكذلك نقص النشاطات الموجهة لإبراز المنتجات المحلية.

ثانيا: الإيواء السياحي و الفنادق في الجزائر:

تعاني الجزائر من عجز في طاقات الاستقبال والهيكل الفندقية والإطعام، فهي طاقات غير كافية وبنوعية سيئة، بالإضافة إلى أنها مرتفعة التكلفة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين، كما نسجل قلة الفنادق ذات المعايير الدولية.

ثالثا: الوكالات السياحية الجزائرية للأسفار:

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 استقبال معظم السياح وخاصة في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.

رابعا: المستخدمون في السياحة الجزائرية:

ونقصد بمستوى المستخدمين في السياحة نقص الإطارات الفنية القادرة على مراقبة ومتابعة الآثار والقضايا البيئية، حيث أن من أهم المشاكل التي تعاني منها السياحة في الجزائر إضافة إلى مناطق التوسع السياحي، والاستثمار السياحي وتصنيف الفنادق، كما نجد أن أكبر مشكل تعاني منه السياحة في الجزائر هو الموارد البشرية غير المؤهلة¹، حيث أنه حتى ولو امتلكت الجزائر أكبر الهياكل القاعدية فبدون يد عاملة مؤهلة، فلا معنى لها، 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 الساحة ومتطلبات السائح التي تتغير باستمرار، إضافة إلى

¹ - سفيان بوعباد: "مشكلة السياحة الجزائرية في نقص اليد العاملة المؤهلة": جريدة الخبر اليومية، العدد 7528، التاريخ 02 نوفمبر 2025 الموافق ل

07 شوال 8702 هـ، الجزائر، ص2 .

البيروقراطية وعدم توافر الخدمات والمهارات الإدارية في الفنادق بالإضافة إلى نقص في تأهيل المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية وعدم ملاءمتها مع متطلبات العرض السياحي بإمتهار¹.

خامسا: خدمات النقل في المواقع السياحية:

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 الخارج².

سادسا: الخدمات المالية في القطاع السياحي:

وهي تتمثل في مايلي³

نقص المخصصات المالية اللازمة لتوفير الحد الأدنى من عمليات التطوير والصيانة للمواقع السياحية، ونقص المخصصات المالية المتوفرة للتسويق والترويج السياحي في الأسواق العالمية والمحلية.

- 1- محدودية المخصصات المالية المتوفرة لمرافق وتسهيلات السياحة الداخلية بما فيها المتنزهات والبنى القاعدية.
- 2- سوء توجيه الإستثمارات في قطاع السياحة، ونقص الحوافز المقدمة من إعفاءات ضريبية وجمركية ومساعدات مالية بما يخدم التنمية السياحية.
- 3- نقص تمويل الدراسات الخاصة بالتهيئة السياحية مع سوء تنظيم سياسة تهيئة السياحة في الجزائر ويبرز ذلك من خلال المشاريع الفوضوية المنفذة من طرف المستثمرين.
- 4- عدم 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.
- 5- عدم ملاءمة وضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح وعد ملاءمة تمويل الاستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار السياحي.

سابعا: تسيير و تنظيم السياحة الجزائرية:

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص54

² - المرجع نفسه: ص55.

³ - منى لخساف، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلاد المتوسطية، رسالة ماجستير، تحت إشراف: د/ طواهر محمد التهامي، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2002-2003، ص98

تعاني السياحة الجزائرية من عدة سلبيات تسييرية وتنظيمية تتمثل في¹:

- 1- غياب الهيكل المؤسسي لصناعة السياحة على المستوى الوطني والذي يلبي حاجات القطاع الخاص، وضعف التكاملية و الشمولية في العلاقات السياحية.
- 2- الترهل الإداري ونقص الإطار المؤهلة و الأيدي العاملة الفنية القادرة على التعامل مع متغيرات قطاع السياحة.
- 3- غياب القوانين والتشريعات والنظم السياحية وضرورة مراجعتها بعد وضعها بشكل دوري وتعديلها بما يتلاءم مع المستجدات في قطاع السياحة.
- 4- ضعف القدرات في مجالات التخطيط والدراسات السياحية، وكذلك في حقول الاستثمار السياحي وخلق البرامج والمشاريع وفق المعايير و الأولويات السياحية.
- 5- نقص وعدم ضبط الإطار القانوني والتشريعي لإدارة النشاطات السياحية، فالجهود المبذولة خلال السنوات الأخيرة لتحديد وتعيين النشاطات السياحية في إطار تشريعي وقانوني يتعلق خصوصا بالفنادق ووكالات السفر والنقل.
- 6- عدم كفاية الفنادق بالنسبة للتوسع السياحي بالكمية والنوعية المطلوبة وانخفاض مستوى الخدمات كالنقل والرعاية الصحية والصرف الصحي.
- 7- عدم استقرار الإشراف المنظم لقطاع السياحة الذي أدى إلى عدم إتمام الأحكام الخاصة بالتشريعات والقوانين، عدم الوصول إلى نتائج لدراسات التهيئة العقارية للمناطق السياحية، والتداخل بين الاختصاصات.
- 8- بالإضافة إلى عدم عصرنة السياحة المتطلبات المعاصرة، وخاصة في ظل غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي والمبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات الدخول.

ثامنا: تسويق وترويج السياحة الجزائرية:

بالإضافة إلى ضعف تسويق الوجهة الجزائرية من حيث غياب أنشطة إعلامية، والمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج وضعف الاتصال الداخلي والخارجي، مع صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيات الإعلام

¹ - فريدة لرقط: المزيج التسويقي كأداة للتسيير و جذب السياح: تحليل السياحة بمدينة سطيف، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تسيير المؤسسات كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، السنة الجامعية 2001/2000، ص17.

والاتصال في قطاع السياحة وعدم كفاية مواقع الأنترنت، بالإضافة إلى عدم التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة¹، تتعدد المشاكل التسويقية في القطاع السياحي الجزائري، أهمها ما يلي²:

- 1- محدودية المعلومات التسويقية والترويجية للمنتوج السياحي الجزائري لدى واضعي البرامج الوطنية من ناحية والزبائن في الأسواق العالمية من ناحية أخرى، وغياب المعلومات المرتدة من السياح أنفسهم حول وجهة نظرهم في الخدمات المقدمة وأسعارها والمشاكل التي تواجههم أثناء تواجدهم بالمنطقة السياحية.
- 2- التركيز على الأسواق السياحية التقليدية، وضعف الأدوات والوسائل لدخول أسواق جديدة.
- 3- محدودية المشاركة الجزائرية وخاصة القطاع الخاص في المعارض والمؤتمرات السياحية العالمية.
- 4- غياب والمحاضرات واللقاءات الكفيلة بالتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري في الدول المصدرة للسياح.
- 5- ضعف الجهود التسويقية والحملات الترويجية في الأسواق العربية.
- 6- غياب سياسة واضحة للأسعار ملتزم بها في المهن السياحية، مع عدم ميل الأفراد للخدمة في الفنادق والمطاعم.
- 7- عدم إهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية الثقافية السياحية داخل الدولة فيما يتعلق مثلا بتوضيح أهمية دور السياحة بالنسبة للتنمية الاقتصادية والإجتماعية وتعريف الجماهير بفرص ومناطق الجذب السياح و كيفية الإستفادة منها وطرق التعامل مع السياح.

المطلب الثالث: الفرص الممكنة للسياحة الجزائرية:

تمثل الفرص الممكنة للسياحة الجزائرية في تلك العوامل الخارجية الكاملة والمتاحة للجزائر لرفع تنافسيتها، فمن خلال التحليل المفصل للسوق السياحي الجزائري فإنه يمكن تحديد أهم الفرص المتاحة للسياحة الجزائرية، ومن خلال المنافسة الجهوية والمتوسطة وضرورة التوفيق بين السياحة الوطنية والسياحة الدولية³

كما يمكن كذلك من خلال تحليل العرض والطلب تحديد الأسواق المستهدفة للسياحة الجزائرية،

حيث يجب القيام بتقسيم السوق، لأنه حاليا لا نتكلم فقط عن تقسيم السوق بل عن تقسيم السوق في أقسام

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للهيئة السياحية: المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص55-56 .

² - السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية، www.algeriantourism.com، تاريخ الإطلاع 2018/04/11، توقيت الإطلاع 18.00 مساء

³ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للهيئة السياحية: المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سابق، ص6.

السوق، وهذا هو التحدي بالنسبة لرجال التسويق، لأن تقسيم السوق بشكل جيد هو الذي يخلق نوع من معيارية المنتجات والخدمات السياحية، وكذلك الدول¹، والتي يمكن تصنيفها بالنسبة إلى الجزائر في ثلاثة أسواق وهي²:

أولا: الأسواق السياحية الجزائرية القريبة:

وهي تلك الأسواق التي يتعين جعلها مألوفة للزبائن كالسوق الفرنسية، الإيطالية، الإسبانية، الألمانية، وذلك لعدة أسباب كالاهتمام بالسياحة الحموية وكذا الاهتمام بالبيئة والإستكشافات، الإتجاه نحو التنظيم الذاتي للرحلات، مع الاهتمام وتفضيل الرحلات العائلية، بالإضافة إلى تزايد تجزئة العطل وكذا تزايد عدد الرحلات الطويلة، كما أن متوسطي السن 40- 59 سنة يشكلون حصة هامة من السوق السياحي 81%.

ثانيا: الأسواق السياحية الجزائرية الواعدة:

وهي تضم أسواق بلدان الخليج، أوروبا الشمالية وبالأخص هولندا، سويسرا، النمسا وبريطانيا، وذلك بسبب النزوح إلى سياحة المغامرة والسياحة الصحراوية التي تتميز بها الجزائر من خلال جبالها وتضاريسها وطبيعتها المتباينة.

ثالثا: الأسواق السياحية الجزائرية البعيدة:

إن الأسواق البعيدة تشمل عدة دول، فإما أن مواطني هذه الدول لا يزورون الجزائر إطلاقا، أو أن زيارتهم لها في أدنى المستويات، وذلك مثلا لأسواق الآسيوية، أمريكا الشمالية والروسية، ومع هذا فإننا نلاحظ إمكانية إرسال السياح إلى الجزائر في تزايد مستمر، وهذه نقطة إيجابية يجب إقتناصها.

حيث يمكن القول أن ما يساعد على جذب المزيد من السياح هو تبني سياسة الأسواق المفتوحة وعقد إتفاقيات التجارة الحرة بين الدول معرف مستوى التعاون معها ليسقط على الصعيد السياحي بل في جميع المجالات الإقتصادية، كما يجب على الجزائر تعزيز الجهود المبذولة لتعزيز المكانة الإقليمية والدولية تحويلها إلى مركز مالي، أو تجاري مما يساهم في زيادة أعداد السياح الوافدين إلى الجزائر الطالبين لمختلف الأنواع السياحية المتاحة فيها، للإستفادة من الخبرات السياحية لهذه الدول التي تدرك أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني وتعمل بإستمرار على تنمية قدراتها السياحية ورفع مستويات أدائها.

المطلب الرابع: التهديدات المعيقة للسياحة الجزائرية:

¹ - Jean-Louis Barma: **Marketing du tourisme et de l'hôtellerie**: Études de cas commentées et Corrigés, Éditions d'Organisation, Troisième édition, 1999, 2001, 2004, p.2

² - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سابق، ص96.

من خلال تحليل السوق السياحي الجزائري، يمكن الوقوف على أهم تهديداته، إذ أن السياحة نشاط يخضع للتقلبات و الإضطرابات بسبب جملة العوامل الاقتصادية، الأزمات الصحية كمختلف الأوبئة، والأزمات الأمنية كالحروب والتوترات السياسية، فهي تمثل عوائق ومخاطر يجب مواجهتها أو تفاديها قدر الإمكان¹، كما توجد العديد من الأزمات المحتمل حدوثها في القطاع السياحي، والتي لها أثرا ملموسا على السياحة وما تتضمنه من أنشطة متنوعة، وفي إطار هذا التحليل يمكن التأكيد على أن أحد المصادر الرئيسية للأزمات المؤثرة في القطاع السياحي هي البيئة الخارجية المحيطة به²

أولا: التهديدات الطبيعية المعيقة للسياحة الجزائرية:

قد تمس أهم المزايا السياحية الطبيعية ومن أمثلتها غور المياه المعدنية بسبب الزلازل، أو اندثار الأماكن الخضراء بسبب التصحر وحركة الكثبان الرملية، قد تكون هذه التهديدات الطبيعية متمثلة في الزلازل والبراكين، الانهيارات الجبلية، الأعاصير والفيضانات، حرائق الغابات، حركة الكثبان الرملية ومختلف الآفات والأوبئة³.

حيث أن كلا لأدلة العلمية المتوفرة حاليا تشير إلى احتمال تعرض الجزائر لزلازل، نظرا لأن معظم المناطق الزلزالية المرصودة في شمال إفريقيا تقع بالجزائر والمغرب*.

إضافة إلى أن التغيرات المناخية الكبرى العامة كارتفاع درجة الحرارة لها الأثر الإيجابي بالنسبة للجزائر لأن ارتفاعها يزيد من كمية المطر التي ستسقط على الأرض، فتكون ذات منافع بالنسبة لصحراء الجزائر، وبالتالي للسياحة الصحراوية فيها**.

وفي مقابل هذه الانعكاسات الإيجابية، فإنه إذا ما استمرت زيادة درجة حرارة الأرض، فإن هناك احتمالا كبيرا أن تذوب الثلوج الموجودة في القطبين الشمالي والجنوبي، فستزحف المياه علي الشواطئ ومن المحتمل جدا أن تغرق

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سابق، ص31.

² - سعيد محمد المصري: مقدمة في إدارة وتنظيم المنشآت السياحية والفندقية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص81.

³ - تغيرات المناخ العالمية: موقع الراية، www.raya.com/topics/article، تاريخ الإطلاع 2018/04/20، توقيت الإطلاع 9:00 مساء

* حسب تأكيدات العالم الجيولوجي المصري الدكتور فاروق الباز حيث تحدث عن الحركة الزلزالية علي جانبي جبال الأطلس، وأكد أن منطقة شمال إفريقيا تعتبر ملتقى القارتين الأفريقية والأوروبية مما يجعلها غير مستقرة جيولوجيا.

** في المناطق الواقعة جنوب خطا لإستواء مباشرة، والوطن العربي بما فيه الجزائري قعشم الخطأ لإستواء والصحراء موجودة في هذه المنطقة، فتزداد في الأوقات الحارة نسبة المطر ويقلل جفاف، حسب تأكيدات العالم الجيولوجي المصري الدكتور فاروق الباز.

بعض الأماكن على السواحل اليابسة، وهذا ما يهدد السياحة الساحلية في الجزائر، وتشمل التهديدات الطبيعية العديد من الآثار التالية¹:

- 1- تلويث البيئة الطبيعية.
- 2- تدمير المواقع التاريخية والأثرية.
- 3- تدمير و تضرر النباتات والحيوانات.
- 4- الاختلال والتدمير البيئي.
- 5- الصحة البيئية والأمراض المعدية.

ثانيا: التهديدات الصناعية المعيقة للسياحة الجزائرية:

قد ينجم عن الإنسان مجموعة من التهديدات التي تؤثر على العرض السياحي والطلب السياحي، كالتلوث المناخي الناتج عن التقدم التكنولوجي الصناعي، أو التلوث العمراني الناتج عن العشوائيات، بالإضافة إلى التوسع العمران الذي يتسبب في إحتناق المدن، في ظل غياب برمجة البنى القاعدية السياحية خاصة عند إعداد وتبني المخطط العامل تهيئة وتنظيم المدن وكذا مخططات تشغيل وإحتلال الأراضي بهدف إنشاء هياكل قاعدية لقطاع السياحة، مما يؤدي إلى نقص وإنخفاض المحيط الطبيعي وهذا راجع أيضا لعدة أسباب مختلفة خاصة المتعلقة منها بالتلوث وإنخفاض قيمة بعض المناطق التي تشمل على تراث أثري وتاريخي، وكذا إلى ضعف الوسائل المستعملة وبعض السلوكيات غير اللائقة لبعض السياح²

ثالثا: التهديدات الاجتماعية المعيقة للسياحة الجزائرية:

تعمل السياحة في بعض الأحيان على خلق آثار إجتماعية سالبة قد تشكل أزمات لاحقة كإجتذاب أعداد كبيرة من عمالة القطاعات الاقتصادية الأخرى، وزيادة الفوارق الاقتصادية والإجتماعية بين مختلف المناطق³.
وأهم الآثار الإجتماعية السلبية التي يمكن أن تنشأ عن النشاطات السياحية⁴:
- تأثر الثقافات المحلية بالأنماط الثقافية للسياح، وتحريف الثقافة المحلية.

¹ - سعيد محمد المصري : إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، مرجع سابق، ص149.

² - المرجع نفسه، ص148

³ - عثمان محمد غني موبنتا نبيل سعد : مرجع سابق، ص151.

⁴ - هالة عبد الرحمن الرفاعي : التأثيرات الإجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي " دراسة في أنثروبولوجيا السياحة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف: د/فاروق أحمد مصطفى، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 1998، بحث منشور.

- خلق إستياء إتجاه السياح نتيجة للفوارق الإقتصادية وسوء إستقبال السياح.
- شعور السياح المحليين بمنافسة السياح الأجانب في الحصول على التسهيلات السياحية والخدمات.
- الإعتقاد السائد بأن السياحة تشكل تحديا للخصوصية الثقافية الجزائرية.
- وأهم الآثار الإجتماعية السلبية التي يمكن أن تنشأ عن النشاطات السياحية¹
- تأثر الثقافات المحلية بالأنماط الثقافية للسياح، وطمس وتحريف الثقافة المحلية.
- خلق إستياء إتجاه السياح نتيجة للفوارق الإقتصادية وسوء إستقبال السياح.
- شعور السياح المحليين بمنافسة السياح الأجانب في الحصول على التسهيلات السياحية والخدمات.
- الإعتقاد السائد بأن السياحة تشكل تحديا للخصوصية الثقافية الجزائرية.

رابعا: التهديدات الأمنية المعيقة للسياحة الجزائرية:

- 1- إن الوضع الأمني في الجزائر قد أثر ومازال يؤثر على الطلب السياحي وأيضا على العرض السياحي خاصة إذا ما مس المزيج السياحي، سواء الموارد الطبيعية أو التاريخية في الدولة الجزائرية.
- 2- بالإضافة إلى أزمات العلاقات الدولية والحروب بجميع أنواعها سواء كانت هذه الحروب محلية أو عالمية أو حتى مجرد اضطرابات داخلية، إذ أن حركة المتغيرات السياسية الداخلية والخارجية يمكن أن تؤثر تأثيرا مباشرا على حركة السياحة في الجزائر، فبالرغم من وجود هذه الأخطار إلا أنه لا توجد معايير عامة لقياسها.
- 3- عدم الإستقرار السياسي مما يعزز احتمالات وقوع نزاعات مستقبلية داخل الدولة الجزائرية، مما يضرب عرض جهود الجزائر السياحية المبذولة في هذا المجال، فكلما زاد تدرج الإستقرار السياسي داخل البلد، كلما أدى ذلك إلى إحتمال زيادة الحركة السياحية الداخلية والخارجية.

إضافة إلى التحليل السابق فإنه جدير بالذكر أن الجزائر صنفت في المرتبة 93 من مجموع 124 دولة خلال سنة 2007 في القدرة التنافسية في السياحة، حسب المنتدى الاقتصادي العالمي²، لكنها تراجعت إلى الرتبة 132 سنة 2013 من بين 140 دولة، وذلك بعد مصر، الكويت، المغرب³.

¹ - هالة عبد الرحمان الرفاعي: التأثيرات الاجتماعية و الثقافية للسياحة في المجتمع المحلي "دراسة في أن تروبولوجيا السياحة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف: د/فاروق أحمد مصطفى، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 1998، بحث منشور.

² - زيد منير سلمان: الاقتصاد السياحي، دار الراجية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 243

³ - تقرير تنافسية السفر والسياحة، المؤتمر الدولي الاقتصادي، الرابط الإلكتروني www.wefoum.org/docs، تاريخ الإطلاع

2018/04/19، توقيت الإطلاع 15.00 مساء

كما أكتشفت آخر الإحصائيات الصادرة عن المنظمة العالمية للسياحة أن الجزائر حلت المرتبة الخامسة إفريقيا من حيث إستقبال السياح ، كما ذكر التقرير أن الجزائر تعتبر من البلدان التي نمت زيارتها في إفريقيا بالرغم من المشاكل الأمنية التي تعرفها على طول حدودها الشرقية، الغربية والجنوبية¹ ولنلخص رتب الجزائر من أصل 362 دولة في العديد من جوانب العرض السياحي في الجدول التالي:

الجدول رقم 12 الترتيب العالمي للجزائر في بعض المجالات السياحية

ملاحظات	المرتبة سنة 2013	المرتبة سنة 2007	جوانب العرض السياحي
مراتب متدنية في قوانين العمل و عدم ليونتها في مجال خدمات التأهيل و التكوين	134	113	السياسة و التشريعات و القوانين
/	132	74	السلامة و الأمن
/	90	53	الصحة و النظافة
/	140	109	الأولوية في إستراتيجية الأسفار و السياحة
وفي مراتب تتراوح بين 81 و 72 بالنسبة لوسائل النقل الهياكل	115	101	هياكل النقل الجوي
/	131	114	الهياكل السياحية
تكوين و تخصص العمال	137	114	الموارد البشرية

¹ - الإستقطاب الدولي للسياح، المنظمة العالمية للسياحة، www.omt.org 0282 ، تاريخ الإطلاع 2018/01/17، توقيت الإطلاع

النظرة إلى السياحة	114	137	/
--------------------	-----	-----	---

المصدر: تقرير تنافسية السفر والسياحة، المؤتمر الدولي الاقتصادي، على الرابط

الإلكتروني www.weforum.org/docs.0236، تاريخ الإطلاع 2018/01/19، توقيت الإطلاع 14.00 مساءً.

من خلال الجدول السابق الذي يستند في تقييم هل تنافسية السفر والسياحة لدى الدول على العديد من المؤشرات التي تعتمد على الجذب السياحي، فإن الجزائر تبقى بعيدة عن أهم الدول السياحية في العالم، ومن بين أهم المؤشرات المعتمدة في الترتيب نجد سياسة القوانين والتشريعات و الضبط المعتمدة ومحيط الضبط والسلامة والأمن و الصحة والنظافة والأولوية التي تمنح للأسفار والسياحة وهيكل النقل الجوي إلى جانب هياكل ومنشآت السياحة والقدرة التنافسية في صناعة الأسفار والسياحة وتوفير الموارد البشرية.

فالمراكز المتأخرة التي احتلتها الجزائر سنة 2013 فيما يخص المؤشرات السابقة الذكر يعني أن السياحة فيها غير متطورة تماما وهي في تدهور مستمر بالمقارنة بالنتائج المحققة سنة 2007، فهي لم تحقق مستويات مرتفعة من الطلب السياحي و لم تتحسن تنافسيتها فهي تثبت مدى حاجتها الملحة لإنعاشها بمختلف الإستراتيجيات، خاصة إذا ما تمت مقارنتها ببعض الدول.

كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) الترتيب العالمي لبعض الدول في بعض المجالات السياحية لسنة 2013

رتبة الدول				مجال المقارنة
الجزائر	المغرب	مصر	فرنسا	
103	90	105	35	الموارد البشرية
137	22	60	48	الرغبة في السفر
121	126	87	30	الموارد الطبيعية
74	49	61	8	الموارد الثقافية

المصدر: تقرير تنافسية السفر والسياحة، المؤتمر الدولي الإقتصادي، على الرابط الإلكتروني www.weforum.org/docs، تاريخ الإطلاع 2018/01/19، توقيت الإطلاع 14.00 مساءً.

رغم أهمية الدور الذي تلعبه السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في معظم دول العالم إلا أن هذا الدور مازال محدودا في الجزائر رغم توافر العديد من المقومات والموارد السياحية الطبيعية والتاريخية بها إذا ما قورنت بالكثير من الدول النامية والمتقدمة في نفس الوقت، وبالتالي فإن هذا يمكن أن يثير العديد من التساؤلات حول جدول السياسات والخطط السياحية المعمول بها في الجزائر.

خلاصة الفصل:

إن تحليل وتقييم السوق السياحي الجزائري، يعني أولا تحليل العرض السياحي الجزائري، بجميع مقوماته الطبيعية، التاريخية، الحضارية والثقافية، وكذلك مختلف الهياكل القاعدية وخدمات البنية السياحية الأساسية بالإضافة إلى التنظيم السياحي، الأقطاب السياحية وغيرها.

والتي تتطلب مشاركة الأفراد والجماعات من الدول الأخرى في النشاطات السياحية المختلفة، وهذا ما استدعى تحليل الطلب السياحي الجزائري وذلك من حيث تطور حركة المواطنين المقيمين في الجزائر، وتطور دخول السياح الأجانب بمختلف جنسياتهم ومنهم العرب، وهذا ما مكننا من تقييم السوق السياحي الجزائري.

حيث تبين لنا أنه من أهم نقاط قوة السياحة الجزائرية مدى تنوع الإمكانيات السياحية بها، إلا أن هناك مواقع سياحية غير مثمرة بشكل كافو أخرى بلا صيانة، إضافة إلى نقص نوعية المنتوجات والخدمات السياحية المقدمة، نقص نظافة وصيانة الفضاءات العمومية والخاصة، خدمات النقل، عجز في طاقات الاستقبال، الهياكل الفندقية والإطعام بصفة عامة، وذات المعايير الدولية بصفة خاصة، نقص الموارد البشرية المؤهلة وهذه هيأ لهما لنقصان التي يعاني منها قطاع السياحة في الجزائر وغيرها على الصعيد المالي، التنظيمي، الأمني و التسويقي.

كما أنه تم الوقوف على مجموعة من الفرص الممكنة وتمثل أساسا في الأسواق الواعدة لها القرية أو البعيدة و التي يجب استهدافها بجميع الإمكانيات المتاحة، بالرغم من مختلف التهديدات الطبيعية، الاقتصادية والصحية، وحتى الأمنية.

إضافة إلى كل ذلك يجب أن يعلم الكل، أن السياحة مسؤولية كل الطبقات الاجتماعية من حارس الحدود، إلى صاحب الفندق، مروراً بسائق الأجرة وصاحب المحل الصغير و حتى المواطن البسيط ، فعلى أساس المعاملة التي يتلقاها السائح، فإنه يمكنه أن يقرر أن يعود أو لا يعود إلى الجزائر، لذا يجب تحسين معاملة جميع السياح إذا أردنا تطوير السياحة الجزائرية.

الفصل الثالث

دراسة حالة مديرية السياحة

والصناعات التقليدية لولاية البويرة

تمهيد:

تطرقنا في الجانب النظري من البحث إلى دراسة الجودة وكذا ألقينا نظرة عن الخدمة ومررنا إلى السياحة وكذا الخدمات السياحية والفندقية ومختلف تصنيفاتها، لذلك سوف نحاول من خلال الجانب التطبيقي تخصيص دراستنا للتعريف بولاية البويرة وكذا مديرية السياحة لنفس الولاية ومن ثم كيفية القيام بدراسة تقييمية لجودة الخدمات السياحية والفندقية ومدى تأثيرها على تطوير الولاية ومساهمتها في الجذب السياحي وزيادة الطلب على المقومات السياحية والفندقية للولاية، وعلى هذا الأساس ارتأينا أن تشمل الدراسة في هذا الفصل على ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تم التعريف بالإطار الطبيعي والتاريخي وكذا مختلف أنواع السياحة بولاية البويرة مروراً إلى المبحث الثاني حيث تم التعريف بمديرية السياحة والصناعات التقليدية بالبويرة وتنظيمها والمؤهلات السياحية والفندقية المتابعة من قبلها ومختلف الإحصائيات المتعلقة بتطور حركة الفنادق بنفس الولاية.

أما المبحث الثالث فقد قمنا بدراسة استقصائية ابتداء من ملاحظة وتحليل وكذا تفسير ردود أفعال المبحوثين مروراً إلى دليل للمقابلة وبإنجازها وصولاً إلى عرض وتفسير النتائج من خلال الجداول البيانات وتقديم الحلول و الإقتراحات.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل تسليط الضوء على المميزات الطبيعية والتاريخية لولاية البويرة ونقدم تقديماً لمديرية السياحة محل التبرص وصولاً إلى تحليل وتفسير نتائج الدراسة، وهذا انطلاقاً من المباحث التالية:

المبحث الأول: المميزات التاريخية والطبيعية لولاية البويرة.

المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البويرة.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

المبحث الأول: المميزات التاريخية والطبيعية لولاية البويرة.

تزرخ ولاية البويرة بموروث طبيعي وثقافي كبير لا يزال بحاجة إلى الاكتشاف و الاهتمام، وبحكم موقعها الجغرافي تعتبر كبوابة للجنوب الكبير ونافذة على البحر الأبيض المتوسط وهمزة وصل بين الشرق والغرب، فهي تتوفر على إمكانيات ومعالم سياحية هامة خاصة منها الثقافية والحملوية والجبليية.

المطلب الأول: التعريف بولاية البويرة.

من خلال هذا المطلب سنتعرف على تاريخ ولاية البويرة، كذلك موقعها الجغرافي والتنظيم الإداري لها.

أولاً: الموقع الجغرافي لولاية البويرة.

تقع ولاية البويرة في الجزء الشمالي من وسط البلاد، على مسافة 120 كلم جنوب شرق الجزائر العاصمة، تحتل موقعا استراتيجيا هاما إذا أُنْهتْ تقع على مفترق الطرق، يشقها الطريق الوطني 05 الرابط بين الشرق والغرب (الجزائر - قسنطينة)، ويعبرها الطريق الوطني 08 الرابط بين سور الغزلان وبوسعادة، يحدها من الشمال الشرقي ولاية تيزي وزو والسلسلة الجبلية جرجرة، ومن الشمال الغربي جبال بوزقزة ولاية بومرداس، أما شرقا فتحددها ولايتي بجاية وبرج بوعرييج، ومن الناحية الغربية فتحدها ولاية المدية وولاية البليدة، ومن الجنوب الغربي جبال ديرة وولاية مسيلة ومن جهة الجنوب الشرقي ولاية برج بوعرييج وسلسلة جبال البيان.

تتربع ولاية البويرة على مساحة 445628 كلم² ما يمثل نسبة 0.19 % من التراب الوطني، بالنسبة للسكان فقد عرفت ولاية البويرة ارتفاعا في عدد السكان خلال السنوات الأخيرة لكن يبقى التوزيع الجغرافي للسكان يتميز بتمركز هام حول المدينة الرئيسة للولاية والمدن الرئيسة لدوائر: الأخرسية، سور الغزلان، وعين بسام بما يعادل نسبة 50.85 % من مجموع سكان الولاية.

وحسب إحصائيات سنة 1998 فقد وصل عدد السكان بها آنذاك إلى 560629 نسمة، وفي نهاية سنة 2008 بلغت 688259 نسمة، حيث بلغت الكثافة السكانية 155/ن/كلم².

ويرجع هذا التزايد في عدد السكان إلى توفر المؤهلات الطبيعية والإقتصادية التي تملكها الولاية، فمع أن الطابع السائد فيها هو الطابع الجبلي إلا أنها تحتوي على سهول فسيحة ووديان دائمة الجريان.

ثانياً: التنظيم الإداري.

أنشئت ولاية البويرة بموجب الأمر رقم 69/74 المؤرخ في 02 جويلية 1974².

¹ - مديرية السياحة لولاية البويرة، منوغرافية سياحية لولاية البويرة، العدد 02، 2010، ص 11.

² - مديرية السياحة بالبويرة، الدليل السياحي لولاية البويرة، العدد 11.

والمتملّق بإعادة التنظيم الإداري للولايات، رمز الولاية 10 ومقرها هو البويرة، رمزها البريدي 10000 ، أما بالنسبة إلى الترقيم الهاتفّي فهو 026.

تضمّ الولاية 45 بلدية موزعة على 12 دائرة هي: البويرة، حيزر، بشلول، أمشدالة، القادرية، الأخصرية، بير أغبلو، عين بسام، سوق الخميس، الهاشمية، سور الغزلان، برج أخريص، وهي موزعة على النحو الذي يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (14): التنظيم الإداري لولاية البويرة

الدائرة	البلديات
البويرة	البويرة - عين الترك - أيتلعزيز.
حيزر	حيزر - تاغزورت.
بشلول	بشلول - الأصنام - العجيبة - أهل القصر - أولاد راشد.
مشدالة	أمشدالة - صحاريج - شرفة - أحنيف - أغبالو - أث منصور.
القادرية	القادرية - عمر - الجباجية.
الأخصرية	الأخصرية - بوكرام - معة - بودريالة - زبربر - قرومة.
بير أغبالو	بير أغبالو - روراوة - الخبوزية.
عين بسام	عين بسام - عين العلوي - عين الحجر.
سوق الخميس	سوق الخميس - المقراني.
الهاشمية	الهاشمية - أولاد البردي.
سور الغزلان	سور الغزلان - معمورة - ريدان - الحكامية - الدشمية - ديرة.
برج أخريص	برج أخريص - المسدور - تاقديت - حجرة الزرقاء.

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

المطلب الثاني: لمحة تاريخية عن ولاية البويرة.

تعتبر ولاية البويرة مهدا للحضارات الأولى ومختلف الأثار القديمة التي لا تزال قائمة إلى يومنا هذا والتي تعتبر شاهدا على تواجدها منذ القدم، حيث ارتبط اسم البويرة حسب الروايات ببئر سمّي على اسم "حمزة"، ارتبط الاسم القديم للمدينة " برج حمزة " بشخصية إسلامية.

ويذكر البكري أبو عبيد الله في كتاب "المسالك والممالك" في الجزء الثاني أن حمزة مدينة نزلها وبنها حمزة ابن الحسن بن سليمان بن الحسن بن علي بن أبي طالب رضي الله عنهم، والحسن بن سليمان هو الذي دخل المغرب وكان له من البنين حمزة هذا وعبد الله، وإبراهيم، أحمد، محمد والقاسم¹.

حيث قام الحسن بن سليمان بتكوين إمارة صغيرة في الجزائر مثل ما فعل ذلك إخوته في جهات المغرب الأوسط الأخرى، وقام في عهد الدولة الإدريسية في منتصف القرن التاسع ميلادي (حوالي سنة 850 م) بإنشاء برج يحمل اسم عائلته وجنوده، ولقد تطوّرت التسمية بعد ذلك إلى سوق حمزة، بعد أن أصبح ذلك البرج مكان لاستقطاب سكان الأعراش المجاورة من أجل التبادل التجاري الذي أعطى ازدهارا وساعدها على التوسع العمراني.

أما ابن خلدون فذكر في كتابه "العبر وديوان المبتدأ والخبر في أيام العجم والبربر ومن عاصرهم من ذوي السلطان الأكبر"، المجلد الرابع، القسم الأول أن الذي دخل المغرب هو سليمان جد حمزة وليس أبوه حيث قال: أما سليمان أخو إدريس الأول فإنه فرّ إلى المغرب بعد أن هلك أخوه إدريس ثم افترق بنوه على ثغور المغرب الأوسط وقسموا ممالكه ونواحيه"

وفي عهد الدولة الحمادية اختلفت كلمتا برج وسوق وبقيت كلمة حمزة هي السائدة والتي أصبحت جزءا من الدولة الحمادية، حيث استقل حماد بسوق حمزة وبهذا أصبحت المدينة إحدى مدن المملكة الحمادية، وحماد أصله من حمزة، وذكر ابن خلدون في كتابه المذكور سابقا أن حماد هلك عام 419هـ - 1042 م، وخلفه ابنه، وعين أخاه هو قلان عاملا على حمزة.

ومنذ ذلك الوقت بدأ نجم سوق حمزة يسطع، وهو للدليل على أنها كانت مدينة تجارية بالدرجة الأولى، حيث كانت تجتمع فيها القبائل المجاورة وعليه فإن بناء حمزة كان في أوائل القرن الثالث الهجري على وجه التقريب. وبعد الاحتلال الفرنسي للجزائر وقيام ثورة الأمير عبد القادر الجزائري ضد الاحتلال جعل من مدينة حمزة ولاية من الولايات الثمانية، وعين على رأسها خليفة القائد أحمد بن سالم الديبسي المحاربة العدو، ولقد لعبت دورا وطنيا مشهودا وتطوّرت تسميتها في هذه الفترة حسبما ذكرت النصوص التاريخية، وأصبح اسمها "برج البويرة".

1- بن زيتون حورية، الأطلس الأثري لولاية البويرة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الأثار القديمة، معهد الأثار، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص 17

أما التسمية الحالية لمدينة البويرة فلقد ظهرت في القرن 19 م أو قبله بقليل حيث قرّر المارشال ماكماهون إنشاء البويرة في 18/09/1868، ولكن لم ينفذ القرار إلا في 07/06/1872.

بعد الاستقلال عرفت البويرة توسعا عمرانيا كبيرا وتطوّرت في شتى المجالات، وانبثقت كولاية عن التقسيم الإداري لعام 1979 م.

المطلب الثالث: المقومات السياحية لولاية البويرة.

ولاية البويرة من الولايات الجزائرية الداخلية الهامة والتي تزخر بمعطيات طبيعية وثقافية ضخمة، فمن خلال هذا الجزء سنتعرف على الوسط الطبيعي وكذا النشاط الاقتصادي للولاية باعتبارها عاملا من عوامل الجذب السياحي.

أولا: الوسط الطبيعي:

1- الجانب المورفولوجي¹:

تتميز تضاريس ولاية البويرة بالتنوع ما بين الجبال والتلال والأودية والمضايق، حيث يحيط بها سلسلة الجبلية لجرجرة من جهة وجبال ديرة من جهة أخرى.

وهذه التضاريس تتكون في مجملها من خمس مساحات جغرافية هي: المنخفض المركزي، النهاية الشرقية للأطلس البلدي، المنحدر الجنوبي لجبال جرجرة، سلسلة جبال البيان والمرتفعات الجنوبية والمنخفض الجنوبي للبيان².

-المنخفض المركزي: ونجد في هذه المنطقة:

- مجموعة مشكلة من أراضي واد الساحل وواد الدهوس وسهل الأصنام، هذه المجموعة متكوّنة في معظمها من رواسب، تمثل ثروة مائية وفلاحية هامة.

- هضبة تاغزوت: وهي عبارة عن منخفض واسع يتراوح ارتفاعه بين 500 م و 600 م.

- سهل عرب بعين بسام: وهو سهل طويل ممتد إلى ولاية المدية عن طريق سهل بني سليمان.

- هضبة الهاشمية ببني منصور: وهي في معظمها ذات طبوغرافيا مسطحة ما عدا المنطقة الموجودة بين بشلول وتاوريرت غير المسطحة.

- النهاية الشرقية للأطلس البلدي:

وهي عبارة عن مجموعة تلال متفاوتة العلو مكونة أساسا من الصلصال، وهي سريعة الإنجراف وتتميز بما يلي:

¹ - عن أرشيف بلدية البويرة.

² - عن مديرية الغابات لولاية البويرة.

- خزان مهم للمياه الجوفية.

- تجمعات سكانية هامة: الأخرزية - القادرية - عمر.

- شبكة كبرى من المواصلات (الطريق الوطني رقم 05، السكة الحديدية والطريق السيار شرق غرب)

- المنحدر الجنوبي لجبال جرجرة:

يشمل الكتلتين الوسطى والغربية لمرتفعات جرجرة التي يفضلها عن ولاية تيزي وزو خط القمة الذي يمر عبر القمم الصخرية لجبال حيزر (212 م) ورأس تمديوين (2305 م) وتيروردة 1962 م ومن أهم القمم نجد قمة لالة خديجة بإرتفاع (2308 م).

- سلسلة جبال البيان:

هذه المساحة مغطاة أساسا بالغابات التي تنتهي من الغرب بمنحدر سور الغزلان. وتمتد هذه التضاريس نحو الجنوب في مرتفعات هامة تتشكل أساسا من الصلصال والحجر الكلسي وتتكون من:

- كتلة جبل ديرة التي تصل أعلى قمة فيها إلى 1810 م.

- السلسلة الجبلية لجبال كناف، أعلى ارتفاع بها 1434 م.

- جبل بن عبد الله 1314 م.

- السلسلة الجبلية لجبال تقديت نجد بها جبل عفروهن الذي تبلغ أعلى قمة به 1547 م، والتي تشكل أعاقات كبيرة في تعبيد الطرق.

- المنخفض الجنوبي لجبال البيان:

هو يمتد على:

- الطرف الشمالي لسهل الحصنة.

- التلال السفلية التي تمتد ما بين منطقة معمورة وأقصى جنوب شرق ولاية البويرة.

وهذه المساحات مشكلة من مراعي ومزارع الحبوب، إضافة إلى منخفضات واسعة وجرعاء تتخللها وديان موسمية.

2- الجانِب المناخي:

يغلب على الولاية الطابع الجبلي، ويتميز مناخ الولاية بالجفاف والحرارة صيفا وبالبرودة والأمطار شتاء، تتميز الولاية بنسبة سقوط أمطار معتبرة خاصة بالمنطقة الشمالية (الأطلس البلدي والمنحدر الجنوبي لجرجرة) وهو يتجاوز 600 مم/سنة في شريط هام من سلسلة البيان، كما يزداد تهاطل الأمطار بنسبة 2000 مم/سنة عند قمة جرجرة¹. تتميز ولاية البويرة بشتاء قاس وصيف حار، تبلغ ذروتها القصوى السنوية على التوالي 5 درجة و 30 درجة، أما بالنسبة للثلوج فهي تتواجد بالأخص بمناطق جبال جرجرة بينما تقل نسبيا بمنطقة جبال ديرة.

3- الجانب الهيدروغرافي:

توجد بولاية البويرة أربعة أحواض كبيرة وهي: حوض الصومام، حوض يسر، حوض الحضنة وحوض الحمير.

- حوض الصومام: مساحته 9090 كلم² نجد منها مساحة 2440 كلم² متواجدة في ولاية البويرة، أهم الوديان فيه نجد: واد الساحل، واد ريان، واد هوس، واد أمازيغ.
- حوض يسر: مساحته 675 كلم² في الولاية البويرة.
- حوض الحمير: مساحته 650 كلم² في الولاية البويرة.

4- الجانب النباتي والحيواني:

يمثل الغطاء النباتي لولاية البويرة تراث غابي يمتد على مساحة 112250 هكتار، ما يعادل 25% من المساحة الاجمالية للولاية، وهو يتوزع على نسبتين 86% غابات تابعة لأملاك الدولة، و 14% غابات خاصة، وينقسم الغطاء النباتي إلى أربع كتل أساسية هي:

- المساحة الغابية للبيان:

وهي أوسع مساحة غابية في الولاية، تقدر بـ 58540 هكتار، وتشمل غابات برج أخريص وأهل القصر، كسانة وبني منصور، وتتكون في الغالب الصنوبر الحلبي.

-المساحة الغابية للمنحدر الجنوبي لجرجرة:

تتربع على مساحة قدرها 22786 هكتار، وتشمل غابات مولاي، البويرة، حيزر، أزرو وواد الساحل، وتضم عدّة أنواع من الأشجار أهمّها: الصنوبر الحلبي، شجرة البلوط الأخضر، شجرة الفلين والأرز الأطلسي، كما نجد بالجهة الشمالية حظيرة طبيعية ذات مساحة تقدر بـ 18555 هكتار، وتدعى "الحظيرة الوطنية لجرجرة"، والتي تتشكل من أقاليم ولايتي تيزي وزو والبويرة

¹ -مديرية السياحة لولاية البويرة، منوغرافية سياحية لولاية البويرة، العدد 02 البويرة، ص4.

- المساحة الغابية للأطلس البلدي:

تمتد على مساحة قدرها 16192 هكتار، تتكون من غابات بني خلفون، متنان، معالة والأيسري، نجد فيها أشجار الصنوبر الحلي والفلين.

- غابات جبال ديرة:

تمتد على مساحة قدرها 8757 هكتار، متكونة من غابات سور الغزلان وسور جواب، تتكون من عدة أشجار.

أما فيما يخص الجانب الحيواني فقد تعرضت الثروة الحيوانية في الولاية مؤخرا إلى التناقص المستمر، ويعود السبب في ذلك إلى الصيد الجائر، إضافة إلى عدة أسباب أخرى سواء كانت إنسانية أو طبيعية، ومن أهم هذه الحيوانات نجد: الحنظل، الأرنبالبري، ضبع المجدعة، القرد المغربي، الثعلب، الخنزير..... الخ.

ثانيا: النشاط الاقتصادي لولاية البويرة:

لا يمكن أن نتكلم عن السياحة دون التكلم عن الاستثمار والتنمية الاقتصادية لما للعلاقة المتكاملة بين كل من المجال الاقتصادي والسياحي، ولقد لقت ولاية البويرة في العشرية الأخيرة بمدينة الأشغال الكبرى بحيث استفادت بالكثير من المشاريع، ولقد قامت الدولة برصد ميزانية كبيرة من أجل دعم التنمية في مختلف القطاعات بالولاية.

1- القطاع الفلاحي:

تصنّف ولاية البويرة ضمن الولايات الفلاحية، حيث يكتسي فيها القطاع الفلاحي أهمية كبيرة، وتحظى زراعة الحبوب والزيتون بحصة الأسد، ولقد قدر إنتاجها للحبوب بين 17 و 35 قنطار في الهكتار، وبين 18 و 25 قنطار في الهكتار بالنسبة لإنتاج الزيتون، كما إنتقل إنتاجها للبطاطا من 300 ألف قنطار سنة 1999 إلى حوالي 900 ألف قنطار سنة 2008 أي بزيادة تقدر ب 19%.

إضافة إلى الإنتاج الحيواني كتربية المواشي والدواجن، فقد عرفت الولاية زيادة معتبرة في الإنتاج الحيواني، حيث ارتفع إنتاج اللحوم الحمراء بنسبة 87%، ووصل عدد رؤوس الماشية إلى 291695 رأس، كما ارتفع إنتاج اللحوم البيضاء ب 116%، بالإضافة إلى إنتاج 253 مليون وحدة بيض و 423 مليون لتر من الحليب، و 300 ألف كلغ من العسل بعد أن كان لا يتعدى 24 ألف كلغ وذلك سنة 2009.

وهذا التطور في مجال القطاع الفلاحي أثر إيجابا على عالم الشغل، باستحداث حوالي 15000 منصب شغل خلال سنوات ما بين 1999 إلى بداية سنة 2009.

2- القطاع الصناعي:

تملك ولاية البويرة نسيجا صناعيا معتبرا يحوي حوالي 98 وحدة ناشطة، 13 منها تابعة للقطاع العمومي، أهمّها مصنع الصبغة بالأخضرية، مصنع الإسمنت ومواد التنظيف بسور الغزلان، ويوجد بالولاية أكبر طاحونة للحبوب بالجزائر، إضافة إلى مصنع بني هارون بالجباحية دائرة الأخضرية للمياه المعدنية، والذي يحظى بسمعة عالية حيث يعود تاريخ إنجازه إلى العهد الفرنسي، إضافة إلى أن الولاية تتوفر على إمكانيات تجعل منها قطبا صناعيا محط اهتمام واستقطاب المستثمرين الخواص.

كما أحصت مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية لولاية البويرة حوالي 5428 مؤسسة سنة 2008 توفر 100 ألف منصب شغل موزعة إلى عدّة أنشطة وتسجيل 1811 حرفيا كفؤ بمثابة المرجع الأولي لقطاع الصناعات التقليدية، حيث تشتهر الولاية بالمنتجات الفخارية واللباس التقليدي كفستان أهل القصر والفتان القبائلي والبرنوس، وصناعة الحلبي من الذهب وفضة، إضافة إلى النسيج كزربية قرومة بالأخضرية وصناعة السلال، ونحت الحجر الأزرق وصناعة الحلفاء.

وكل هذه الصناعات التقليدية تعكس التراث الثقافي والتاريخي والحضاري وحتى طبيعة التضاريس في كل منطقة، وتمثل الموروث الشعبي لهوية سكان البويرة، إضافة إلى الطبخ المحلي، حيث نجد أنواعا كثيرة من الأطباق التقليدية في كل منطقة بعاداتها وتقاليدها، وكل هذا يعتبر من أهم عوامل الجذب السياحي للولاية.

3- قطاع الخدمات:

قطاع الخدمات في الولاية البويرة يعرف انتعاشا خلال السنوات الأخيرة، فبالنسبة للخدمات الصحية فقد وعدت مديرية الصحة بتجهيز جميع العيادات المتعددة الخدمات عبر مناطق الولاية، وبالمناسبة فقد تم تزويد المؤسسة العمومية "محمد بوضياف" بأجهزة طبية عصرية مثل أجهزة السكاير وأجهزة الكشف عن الأمراض الداخلية، كما استفادت المؤسسة من تسجيل مشاريع أخرى برسم المخطط الخماسي 2010 - 2014، والتي سيتم تسليمها قبل نهاية 2014 كما تم تدشين 4 مؤسسات استشفائية صحية جوارية جديدة لسنة 2012 في كل من الأخضرية وبشلول وعين بسام وأث منصور.

كما يتوفر قطاع النقل على مستوى ولاية البويرة على 2295 مركبة نقل، والتي شأها استغلال عدة خطوط منها 40 خطا ما بين الولايات و 47 خطا محليا داخل إقليم الولاية، و 40 خطا عبر المناطق الريفية و 07 خطوط

أخرى حضرية، بالإضافة إلى هذا تدعمت شبكة النقل مؤخرا بـ 10 خطوط جديدة وبتكلفة تزيد عن 08 مليار دينار مقارنة بنسبة

2010 وتعلق الأمر (بالبويرة - بشار والبويرة - حاسي الرمل وعين بسام - الجزائر) و 07 خطوط محلية، ومن جهة أخرى بخصوص المشاريع الجديدة المتعلقة بالنقل الحضري للمدينة، فالقطاع تدعم بمؤسسة النقل الحضري الجديدة والمنشأة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10/92 المؤرخ في 14 مارس 2010.

أما القطاع الثقافي للولاية فيعرف انتعاشا كبيرا من خلال العديد من الأنشطة الثقافية الدورية التي تقام بالولاية، حيث تقام عدّة عروض مسرحية ولقاءات أدبية ومسابقات شعرية، وكذا مهرجانات فلكلورية، وأسابيع ثقافية تنشيطها مديرية الثقافة لولاية البويرة. كما عرف القطاع الثقافي في الولاية فتح إذاعة محلية في أواخر سنة 2008، من أجل نقل أخبار الولاية أكثر بالتعريف على الولاية وكل ما تزخر به من خيرات طبيعية وثقافية لم تكتشف بعد، وتضم الولاية 93 مؤسسة بريدية منتشرة في الولاية، أما يعادل كثافة قدرها مركز واحد لـ 7863 نسمة.

وفي مجال النظافة العمومية والبيئة بصفة عامة فولاية البويرة تميزت خلال العشرية الأخيرة بتمركز سكاني هام، خاصة في التجمعات السكانية الناتجة عن النزوح الريفي، ولقد ترتب عنه تدهور في المحيط المعيشي، وهذا ناتج عن سوء تسيير النفايات الصلبة، وكثرة مواضع التفرغ العشوائية أو رمي جميع نفايات الولاية بطريقة عشوائية وبدون دراسة مسبقة حول التأثير البيئي، وتعتبر محطة التفرغ الواقعة بعاصمة الولاية الوحيدة من نوعها والتي تخضع للرقابة وتتلقى يوميا حوالي 40 طن من كل أنواع النفايات. أما بالنسبة لمحطات تطهير المياه فتحتوي ولاية البويرة على محطة واحدة شاغلة لتصفية المياه الموجودة في الأحضرية وستة محطات في طور الإنتاج كما هي مبينة في الجدول التالي:

- الجدول رقم (15):محطات تصفية المياه بولاية البويرة.

الموقع	الحالة	نسبة الإنجاز
الأحضرية	شاغلة	-
سور الغزلان	قيد الإنجاز	95%
البويرة	قيد الإنجاز	47%
عين بسام	قيد الإنجاز	35%
امشدالة	قيد الإنجاز	90%

حيزر	قيد الإنجاز	10%
القادرية	قيد الإنجاز	25%

المصدر: مديرية السياحة بالبويرة، إحصائيات 2009.

ثالثا: داخل مناطق التوسع السياحي.

1- السياحة الجبلية:

تعتبر السياحة الجبلية أهم نوع من أنواع السياحة التي يمكن تطويرها عبر ولاية البويرة وهذا يعود إلى توفر عدد من العناصر الأساسية التي تدخل في تركيب المنتج السياحي الجبلي نذكر منها:

* الطابع الجبلي للولاية حيث تحيط بها كل من النهاية الشرقية للأطلس البلدي من الشمال الغربي، سلسلة جبال البيان على طول حدودها الجنوبية وسلسلة جبال جرجرة على طول 50 كم من الشمال.

* الحظيرة الوطنية اجرجر بمساحة إجمالية تقدر بـ 18550 هكتار منها 8210 هكتار تابعة لولاية البويرة حيث تنظم عبرها زيارات مؤطرة للسواح لاكتشاف التنوع البيولوجي في الوسط الجبلي.

* الارتفاع عن سطح البحر لالا خديجة 2308 م، تالا رانا 1400 م، تيكجدة 1475 م، جبل حيزر 2123 م، رأس تيمدوين 2305 م، جبل ديرة 1810 م، جبل مغنين 1420 م.....إلخ.

* وجود منحدرات صخرية مهينة لممارسة التسلق.

* وجود هوات ومغارات ملائمة لممارسة إستكشاف المغارات: أسول بعمق 805 م، هوة النمر بعمق 1007 م وهي أعمق هوة في إفريقيا، مغارة الجليلد بعمق 230 م.

* شبكة طرق وطنية في المناطق الجبلية: الطرق الوطنية رقم 15 و 30 ورقم 33.

* عدد كبير من القرى بمحاذاة المناطق الجبلية حيث تشكل بمعالمها، تراثها وصناعاتها التقليدية عامل جذب للزوار.

* توفر ولاية البويرة 03 سدود هامة مناسبة لاستقبال نشاطات رياضية وبيئية، متمثلة في:

- سد كدية أسردون (بلدية الأخرضية).

- سد تيلسديت (بلدية بشلول).

- سد لكحل (بلدية عين بسام).

* توفير هياكل إيواء ذات نوعية واستعاب تقدر حاليا بـ 1118 سرير مرشحة للارتفاع في الأشهر القادمة.

* وجود مسالك مهينة للتجوال عبر الحظيرة الوطنية لمرجحة إضافة إلى المسالك التي تمت دراسة تحديدها وتميئتها والمتمثلة في:

- ميمونة - قمة جبل حيزر (بلدية حيزر).

- مسلك مسمونة-تيكجدة (عبر بلديتي حيزر والأسنام).

- مسلك تالة رانا - قمة لالا خديجة - تيزي نكوال (بلدية صحاريج).

- مسلك قمة جبل ديرة - فج ديرة (بلدية سور الغزلان).

2- السياحة الثقافية:

إلى جانب مؤهلاتها في السياحة الجبلية، فإن ولاية البويرة بتنوع تراثها الثقافي المادي واللامادي الذي يمثل صورة للتنوع الثقافي للجزائر، مؤهلة كذلك لتطوير السياحة الثقافية. وعلى سبيل الذكر لا الحصر نذكر أهم المتاحات في هذا المجال:

* أثار ما قبل التاريخ (الأخضرية).

* الأثار الرومانية (سور الغزلان، العجبية، صحاريج، عين بسام، الحاكمية).

* الأثار التركية (برج حمزة بالبويرة، برج أحريص، برج أث منصور).

* المساجد العتيقة والزوايا (المسجد العتيق لسور الغزلان، مسجد أث إبراهيم بالمشدالة، زاوية الشيخ بالعموري، زاوية سيدي خالد، زاوية قرومة).

* صناعات تقليدية متنوعة (الفخار، الحلي الفضية، النسيج، اللباس التقليدي).

3- السياحة الحموية:

تتوفر ولاية البويرة على منبع حموي واحد يقع بمنطقة حمام كسانة التابعة لبلدية الهاشمية، ويكتسي هذا المنبع أهمية كبرى بالنسبة لتنمية الاقتصادية لمنطقة الهاشمية، وبل لكل الولاية حيث بتجسيد مشروع المركب الحموي الذي يتم حاليا ستضاف منطقة حمام كسانة إلى قائمة الوجهات السياحية الحموية الوطنية خاصة وأن مياه منبع حمام كسانة تعرف بخصياتها العلاجية لعدة أمراض والتي نذكر منها على سبيل المثال:

✓ الأمراض الجلدية.

✓ الأمراض التنفسية.

✓ الكسور وأمراض العظام.

✓ أمراض الروماتيزم.

✓ أمراض الأنف، الأذن والحنجرة.

رابعا: خارج مناطق التوسع السياحي:

1- سياحة الأعمال: تعرف ولاية البويرة طلبا متزايدا على الاستثمار في المجال الفندقي في الوسط الحضري (سياحة الأعمال) وهذا نتيجة عدة عوامل منها تنامي النسيج الحضري، تطور النشاطات التجارية والصناعية، استفادة ولاية البويرة من عدة مشاريع مهيكلية واستفادة ولاية البويرة من القطب الجامعي، وفي انتظار تكوين حافظة عقارية سياحية بتصنيف مناطق التوسع السياحي فقد قمنا من خلال مشاركتنا في أعداد مخططات شغل الأراضي (POS) وهكذا المخططات التوجيهية للتهيئة الحضرية (PDAU) باقتراح تخصيص أوعية عقارية لاحتواء مشاريع فندقية في المناطق المناسبة ضمن النسيج العقاري، وهو تجسد في اعتماد عدة مشاريع قيد الإنجاز وأخرى قيد الدراسة.

2- السياحة البيئية: من جهة أخرى، وقصد تنويع الاستثمار السياحي وتوفير عرض في مجال السياحة الجبلية والبيئية فقد بادرننا بالتنسيق مع المجالس الشعبية البلدية المعنية بالتقرب من المواطنين المالكين للأراضي الواقعة في المناطق ذات الجانب السياحي لاسيما السدود وهذا لحثهم على الاستثمار في السياحة البيئية والجبلية على غرار منطقة سد تيلسديت ببلدية الأسنام أين تم تقديم مشروع من طرف مستثمر شاب من أجل إنجاز مركب سياحي بجوار سد تيلسديت والمشروع قيد الدراسة من طرف صاحبه.

2- المنابع الحموية: في إطار تحيين الحصيلة الحموية الوطنية تمت مراسلة جميع الدوائر من أجل إحصاء المنابع الحموية، حيث تم إحصاء 20 منبع إلا أنه باستثناء منبع حمام كسانة الحموي يبقى تأكيد الخاصية الحموي لمياه المنابع الأخرى مرهونا بإجراء دراسات خاصة، كما يبقى الاستثمار الحموي فيها مرتبط بتحديد الطبيعة القانونية للأرضية المتواجد بها (أملاك الدولة / أملاك البلدية) بعيدا عن الطبيعة الغائية أو الفلاحية.

المبحث الثاني: تقديم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية البويرة. تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري **المطلب الأول: نبذة تاريخية عن المديرية وتنظيمها:** لكل مديرية تاريخ نشأة وهيكل تنظيمي يسيرها.

أولا: نشأتها:

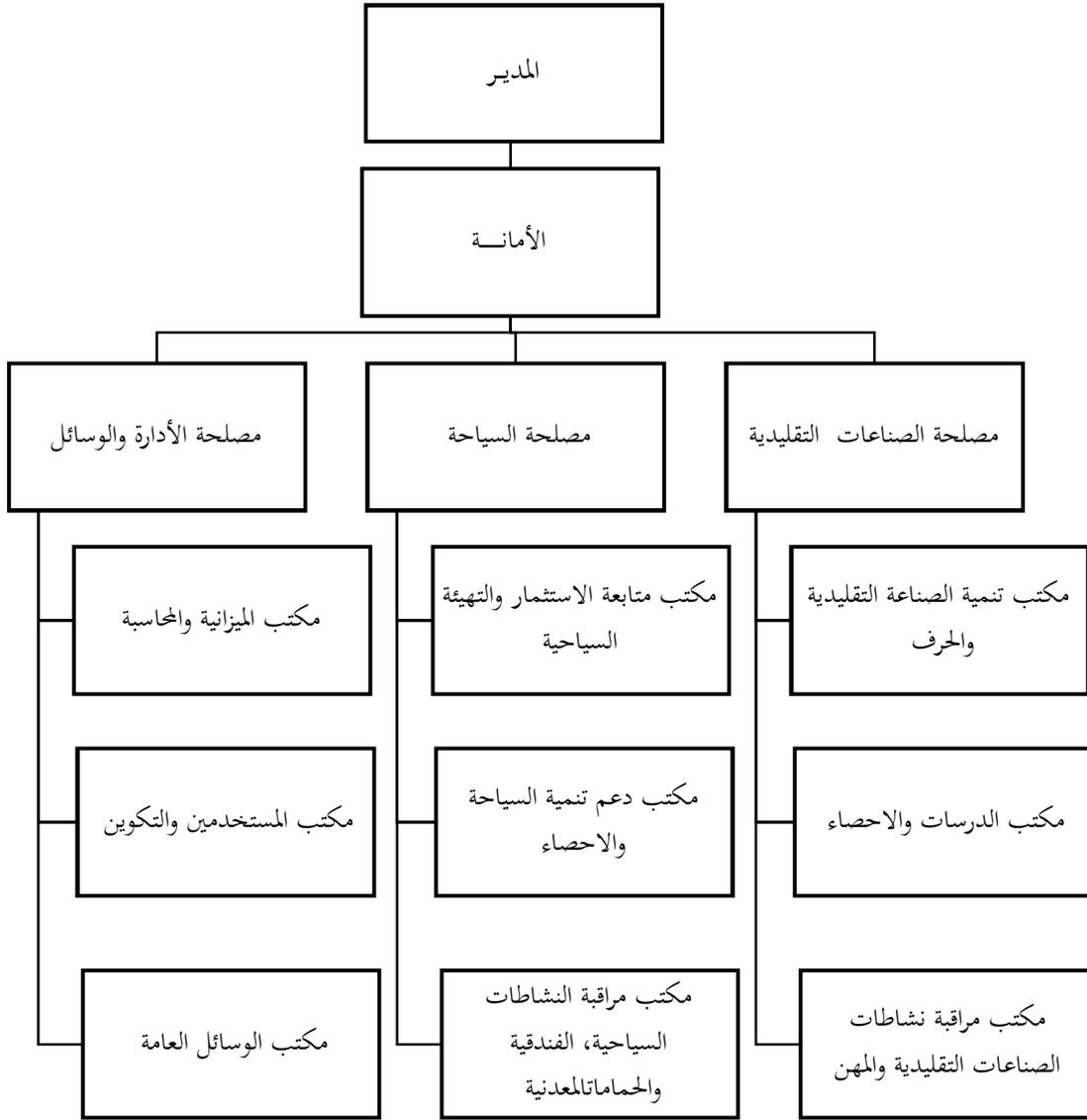
نشأت مديرية السياحة لولاية البويرة عام 2000 بعد أن مرت بعدة مراحل، بداية كانت مهمة الإشراف على قطاع السياحة والصناعة التقليدية موكلة لمكتب بمديرية الصناعة والمناجم للولاية، ثم تم استحداث مفتشية السياحة والصناعة التقليدية عام 1998 التي تحولت إلى مديرية السياحة والصناعة التقليدية عام 2002، بانفصال الصناعة

التقليدية عن قطاع السياحة سنة 2005 استقرت مديرية السياحة لمدة خمس (05) سنوات قبل أن يتم مرة أخرى تحويل الصناعة التقليدية إلى قطاع السياحة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 10 - 257 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

وتتكون مديرية السياحة والصناعة التقليدية من ثلاث مصالح هي مصلحة الإدارة والوسائل، مصلحة السياحة ومصلحة الصناعة التقليدية.

ثانيا: تنظيمها:

الشكل رقم (9): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.



المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 60 الموافق 2012/12/31

يوضح الشكل السابق التصميم الهيكلي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة، والذي يتكون من:

مدير مديرية السياحة محاط الأمانة وينبثق منه 03 مصالح وبدورهم يتفرع في كل منهم 03 مكاتب نذكرها كمايلي:

1- تضم مصلحة السياحة ما يأتي:

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية.

- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.

- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

2- تضم مصلحة الصناعات التقليدية ما يأتي:

- مكتب تنمية الصناعات التقليدية والحرف.

- مكتب الدراسات والإحصاء.

- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

3- تضم مصلحة الإدارة والوسائل ما يأتي:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب الميزانية والمحاسبة.

- مكتب الوسائل العامة.

المطلب الثاني: المهام المسندة إليها:

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية بما يلي:

1- في المجال السياحة:

* إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.

* المبادرة بكل تدبير من شأنه إنشار محيط ملائم لتنمية النشاطات السياحية المحلية.

* تنفيذ برامج وتدبير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المائية.

* جمع وتحليل آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.

* المساهمة مع القطاعات المعنية في تنمية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.

* السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية.....الخ.

* تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية، وكذا ترقية المنتوجات السياحية المحلية وتسويقها.

* جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية.

* السهر على تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستحمام.

* ادماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم العمران وتثمين مناطق التوسع والمواقع السياحية.

* توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.

*متابعة تطابق النشاطات السياحية مع مقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية.

*المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن¹.

2- في المجال الصناعة التقليدية:

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

*المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.

*السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.

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

*المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

*تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

*جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

*تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها².

المطلب الثالث: المؤهلات السياحية المتابعة من طرف المديرية.

إن ولاية البويرة بموقعها الاستراتيجي ومعطياتها الطبيعية والثقافية مرشحة لأن تكون قطبا سياحيا هاما، وهذا ما يبدو حليا من خلال غناها من حيث المواقع السياحية خاصة منها الجبلية الحموية والأثرية والتي تسهر مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة على حمايتها والحفاظ عليها.

1- المركب الحموي حمام كسانة (بلدية الهاشمية):

يقع وسط غابة الصنوبر لكسانة، على علو 600 م وعلى بعد 17 كم من بلدية الهاشمية و34 كم مك مقر الولاية، إن استغلال المنبع الحموي المتواجد بها سيجعل منها مقصدا سياحيا هاما خاصة بعد انتهاء مشروع إنجاز المحطة الحموية بها حيث ستوفر المنشآت المناسبة لاستقبال السياح والزائرين القاصدين الراحة والاستجمام.

4- منطقة تيكجدة (بلدية الأسنام):

¹-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/العدد 63 الموافق ل26/10/2010 م، ص 18-19.

²-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 18-19.

تابعة إقليميا لبلدية الأسنام وتقع على بعد 33 كم من مقر الولاية في قلب الحظيرة الوطنية لجرجرة التي تمتد على طول سلسلة جبال جرجرة بين ولايتي البويرة وتيزي وزو، بمساحة تقدر بـ: 18550 هكتار (8800 هكتار منها تابعة لولاية البويرة).

صنفت منذ سنة 1935 ضمن الحظائر الوطنية، وغداة الاستقلال أنشأت رسميا باسم الحظيرة الوطنية لجرجرة طبقا للمرسوم رقم 83/460 المؤرخ في 23 جويلية 1983.

موقع تيكجدة يعتبر عينة من الحظيرة الوطنية لجرجرة إذ يحتوي أنواعا نادرة من الحيوانات والطيور إضافة إلى غطاء غابي كثيف من أشجار الصنوبر النادر والأرز التي تتراوح أعمارها ما بين 600 و 1000 سنة مشكلة مناظر طبيعية لا نظير لها بمناخ مناسب للاستحمام وتضاريس ملائمة لممارسة الرياضات الجبلية كالتزحلق على الثلج وتسلق الجبال واستكشاف المغارات.....الخ.

5- منطقة تالة رانا (بلدية صحاريج):

هي كذلك جزء من الحظيرة الوطنية لجرجرة تقع على علو 1400 م، ورغم أنها تصلح للراحة والاستحمام إلا أنها تفتقر أدنى المنشآت السياحية وهو ما نهدف لاستدراكه من خلال اقتراح المنطقة للتصنيف كمنطقة توسع سياحي.

4-منطقة الريش (بلدية البويرة):

هي منطقة غابية تقع بحواشي بلدية البويرة تمت تهيئتها كغابة تسلية وهي تستقطب عددا كبيرا من الزوار، من العائلات، الأطفال والرياضيين.

5-منطقة عين زبدة :

هي جزء من الحظيرة الوطنية لجرجرة، وتابعة لبلدية أغبالو، تتميز بارتفاع يزيد عن 1300 م ويغطاء نباتي كثيف، تستقطب أعداد معتبرة من الزوار رغم خلوها من المنشآت السياحية كونها همزة وصل بين ولايات البويرة، بجاية وتيزي وزو.

6- منطقة سور الغزلان الأثرية:

"سور الغزلان" هي مدينة مشيدة فوق أطلال مدينة رومانية كانت تسمى (أوزيا) وهي تحتوي على المعالم

التاريخية والأثرية التالية:

✓ الأبواب القديمة لمدينة أوزيا هي:

- "باب الدزاير" أو باب الجزائر 1855.

- "باب سطيف" 1856.

- باب بوسعادة".

- "باب المدية".

✓ المدرج الروماني.

✓ بعض البقايا لأبراج مراقبة رومانية.

✓ أحجار القبور الرومانية.

✓ الثكنة الفرنسية القديمة.

✓ أسوار رومانية محيطة بالمدينة تم ترميمها خلال الاحتلال الفرنسي.

✓ بقايا السجن الفرنسي الذي كان يمارس فيه التعذيب.

✓ بعض الأثار التي تعود للفترة ما قبل التاريخ.

7- المسطحات المائية : تتوفر ولاية البويرة على ثلاث سدود هامة وهي:

- سد كودية أسردون (بلدية معلقة) ذو سعة قدرها 640 مليون م³.

- سد تسديت (بلدية بشلول) ذو سعة قدرها 167 مليون م³.

- سد الأكحل (بلدية عين بسام) ذو سعة قدرها 30 مليون م³.

إضافة إلى المناطق الجبلية، تبرز الأهمية السياحية للمسطحات المائية من خلال الناظر الطبيعية الخلابة التي تمتع بها زائر وكذا إمكانية استقبالتها وتطويرها لعدة نشاطات سياحية ورياضية مثل الصيد السياحي، منافسات التجديف والتجول إلى جانب إمكانية إقامة نشاطات تجارية وخدمات أخرى كالإطعام والفندقية.

8- الوكالات السياحية لولاية البويرة:

الوكالات السياحية لولاية البويرة

- الجدول رقم (16): توجد سبعة عشر (17) وكالة سياحية تنشط بولاية البويرة كما هو موضح في الجدول

أسفله:

الرقم	إسم الوكالة	الموقع	الصف
01	وكالة النجاح ترافلايجنسي	البويرة	أ
02	وكالة مام تور	البويرة	أ

03	وكالة أسماء تور	البويرة	أ
04	وكالة الإكتشاف	البويرة	أ
05	وكالة البويرية	البويرة	أ
06	وكالة الوافي للسياحة والأسفار	البويرة	ب
07	وكالة الميعاد للسياحة والاسفار	البويرة	ب
08	وكالة تيكجدة للسياحة والأسفار	البويرة	ب
09	وكالة رقان للسياحة والأسفار	البويرة	أ
10	وكالة الصومام للسياحة والأسفار	البويرة	أ
11	وكالة مريم ديال للسياحة والأسفار	الأخضرية	ب
12	وكالة عيشون للسياحة والأسفار	البويرة	ب
13	وكالة الفلاح للسياحة والأسفار	الأخضرية	أ
14	وكالة موسي للسياحة والأسفار	البويرة	أ
15	وكالة إليان ترافل	البويرة	أ
16	وكالة رونق للسياحة والأسفار	الأخضرية	ب
17	وكالة نورهان للسياحة والأسفار	سور الغزلان	ب

9- المؤسسات الفندقية:

الجدول رقم (17):مختلف المؤسسات الفندقية بولاية البويرة:

تسمية المؤسسة الفندقية	العنوان	طاقة الإيواء	درجة التصنيف
------------------------	---------	--------------	--------------

فندق روايال	محطة المسافرين سابقا البويرة	110 سرير	نجمتان (2)
فندق صوفي	الشارع الكبير مقابل مجلس القضاء البويرة	110 سرير	نجمة واحدة (1)
فندق تومي	شارع موزعي عبد القادر البويرة	62 سرير	غير منصف
فندق نجمة	10 شارع عبان رمضان البويرة	41 سرير	غير منصف
فندق ديهية	الطريق الوطني رقم 05 بلدية الأسنام البويرة	38 سرير	غير منصف
المركز الوطني للرياضة والتسليية بتيكجدة	تيكجدة بلدية الأسنام البويرة	500 سرير	غير منصف
فندق العتيق	شارع جوماد حمو البويرة	64 سرير	نجمة واحدة (1)
فندق الإقامة	رأس البويرة	188 سرير	غير منصف

10- العرض السياحي:

في إطار تطبيق السياسة العامة للدولة وتشجيعها لقطاع السياحة والصناعية التقليدية رصدت أغلفة مالية هامة ضمن مختلف المخططات والبرامج التنموية حيث استفادة قطاع السياحة والصناعة التقليدية بالولاية من طرف يقدر بـ 25250000000 دج، جسدت من خلالها 16 علمية من أهمها عمليتان تخصصان تشجيع الاستثمار السياحي بغلاف مالي قدره 1300000000 دج تهدف إلى توفير أوعية عقارية (مناطق توسع سياحي) توجه الاستثمار في القطاع السياحي.

هذه نتائج الطلب السياحي لفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017، حيث تطهر النتائج في الجدول التالي وكما هو مبين في المنحنى البياني التالي والذي يحتوي على طاقة الإواء والوافدون مع ليالي للسنوات سابقة الذكر.

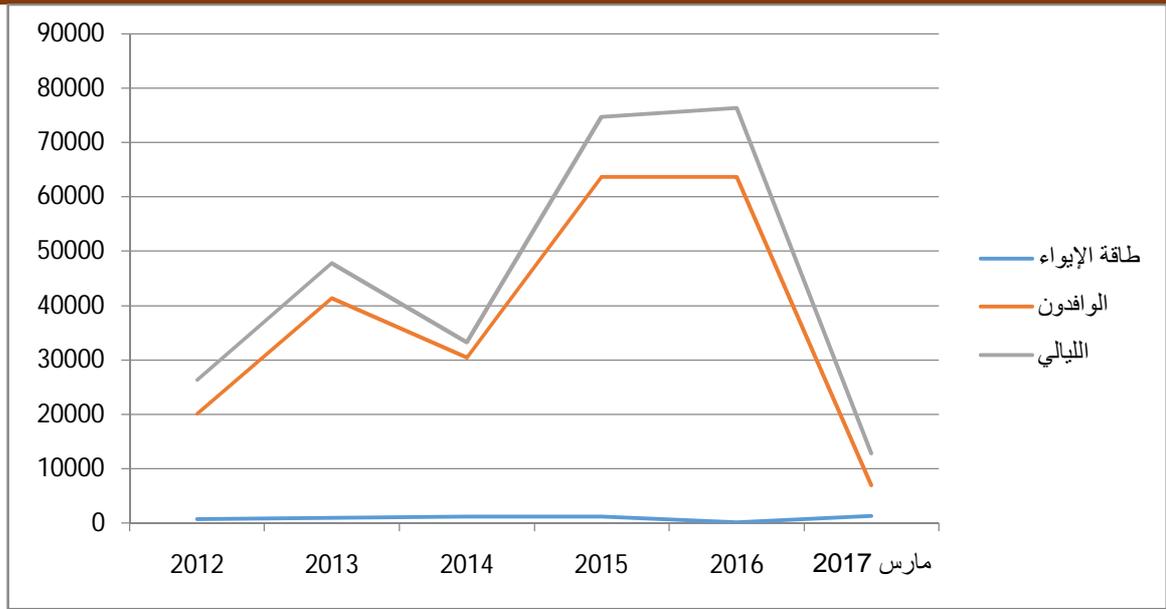
الجدول رقم (18): الطاقة السياحية خلال الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017.

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	مارس 2017
طاقة الإيواء	638	934	1118	1118	104	1220
الوافدون	20156	41356	30426	63734	63734	6928
الليالي	26324	47785	33316	74768	76387	12815

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

نلاحظ من خلال الجدول ونتائج المنحنى البياني الممثل أعلاه بأن حركة الفندقية خلال الفترة سابقة الذكر عرفت تغيرات متفاوتة النتائج، بحيث كانت بالنسبة لطاقة الإيواء في الفترة بين 2012 و 2013، ثم كان تساوي في النتائج بين الفترتين 2014 - 2015، لتعود وتزيد في سنة 2016 إلى غاية مارس 2017، أما بالنسبة للوافدين لاحظنا تزايد في النتائج في سنة 2013 بالمقارنة مع 2012، لتعود وتنخفض في سنة 2014، أما في سنتي 2015-2016 فكانت النتائج متقاربة، أما فيما يخص نتائج عدد الليالي التي قضاها السائح في مجموع الفنادق فكانت مرتفعة نوعا ما في سنة 2013 بالعودة إلى 2012، لتنخفض في سنة 2014 وترتفع تصاعديا في السنوات اللاحقة إلى غاية الثلاثي الأول لسنة 2017 بسبب نقص الطلب السياحي على فنادق الولاية.

الشكل رقم (10): منحنى بياني يوضح تطور حركة الفندقية في الفترة ما بين 2012 إلى غاية مارس 2017



الجدول رقم (19): حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.

الأشهر	فندق ديهية		فندق صوفي		فندق العتيق		فندق تومي		فندق الرويال		فندق الإقامة		فندق الريش	
	الليالي	وافدون	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و	ل	و
جانفي	461	461	317	317	353	353	282	282	1144	442	2545	762	/	/
فيفري	491	491	274	274	275	275	251	251	951	251	785	718	/	/
مارس	457	457	288	288	297	297	433	433	/	/	320	709	/	/
أفريل	521	521	293	293	/	/	299	299	/	/	788	748	290	290

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة.

نلاحظ من الجدول أن هناك نتائج متفاوتة للوافدين في الفندق دهيمة وأعلى نتيجة كانت في شهر أفريل، كما

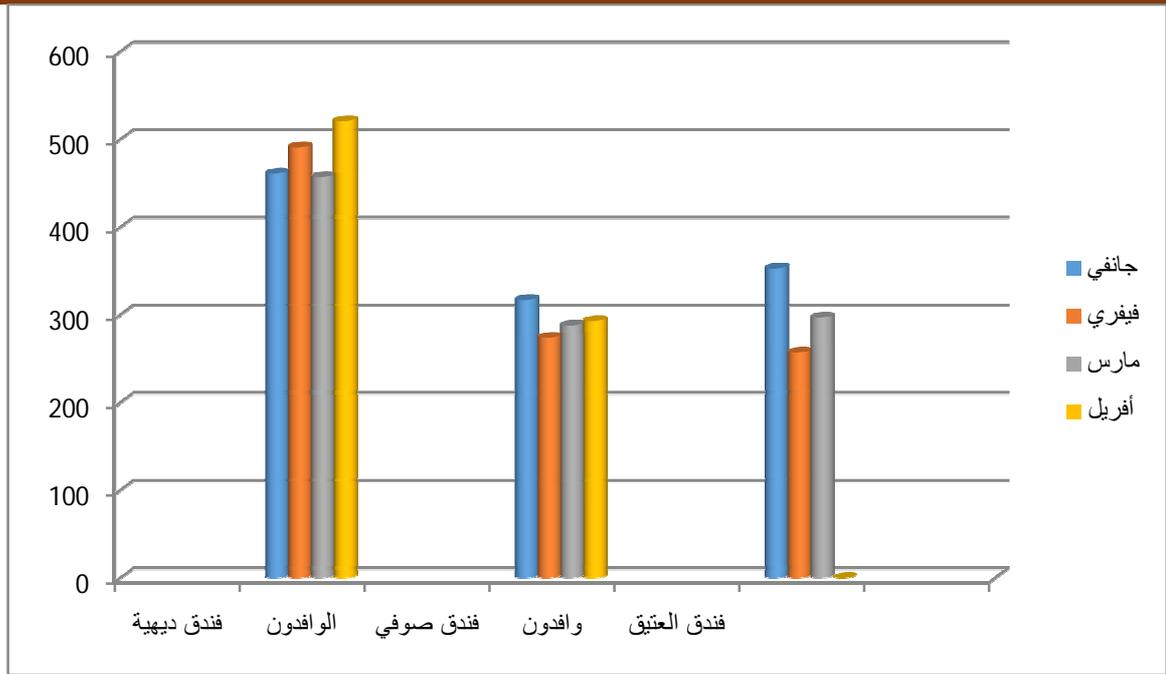
أن هناك تساوي في الليالي وعدد الوافدين إلى هذا الأخير، أما بالنسبة لفندق صوفي هناك

تناقص في نتائج في كل شهر ما عدي شهر أفريل لاحظنا ارتفاع طفيف في النتيجة، أما فندق تومي هناك تفاوت في

النتائج، وفيها يخص فندق الرويال فإن عدد الليالي المنقضية في الفندق مرتفع لنفس عدد الوافدين كما هو الحال

بالنسبة لفندق الإقامة وذلك بسبب أن السياحة في البويرة هي سياحة موسمية والتي تكون في فصل الشتاء بكثرة.

الشكل رقم(11): تطور حركة فنادق ولاية البويرة خلال الخماسي الأول لسنة 2017.



المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

أن الهدف من بحثنا هو تقييم جودة الخدمات السياحية الفندقية، وهذا من خلال التعرف على مستوى جودة الخدمات الفندقية المطبقة في مجموعة من الفنادق الولاية والتي هي تحت إشراف ومتابعة من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة، ويشمل هذا المبحث عرضا وتحليلا مفصلا للنتائج التي توصلت إليها الدراسة الميدانية التي أجرت مع موظفي المديرية وكذا مجموعة من موظفي أربعة فنادق.

المطلب الأول: مفتش السياحة وطريقة تقييم جودة الخدمات الفندقية.

أولا: التعريف بمفتش السياحة¹:

يتم توظيف في الرتب التابعة لسلك المفتشين السياحية من المترشحين الحاصلين على الشهادات الجامعية في التخصصات التالية: الحقوق، العلوم التجارية، العلوم الاقتصادية، علوم التسيير، وتتم ترقيتهم حسب الشروط والنسب المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 08 - 302 مؤرخ في 24 رمضان عام 1429 الموافق لـ 24 سبتمبر سنة 2008، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتميين لسلك مفتشي السياحة وحسب هذا القانون يدعي الموظفون إلى تأدية نشاطاتهم نهارا أو ليلا وحتى خارج المدة القانونية للعمل ، كما يؤدون اليمين القانونية أمام المحكمة الإدارية وهذا نص اليمين

" أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بعملتي علي أكمل وجه وأن أؤدي مهنتي بأمانة ودقة ونزاهة وأكتم سرها وأتعهد بإحترام أخلاقياتها وإلتزام في كل الأحوال بالواجبات التي تفرضها علي" لا تجدد اليمين ما لم يحدث انقطاعا نهائيا في الوظيفة مهما تكن أماكن إعادة التعيين أو الرتب أو المناصب المشغولة، يعين المترشحون الذين يوظفون في سلك مفتشي السياحة بصفة مترشحين حسب الحالة ويلزمون باستكمال التبرص التجريبي الذي تكون مدته سنة واحدة على إثر فترة التبرص، يرسم المتربصون أو يخضعون لتمديد التبرص مرة واحدة للمدة نفسها، وإما يسترحون دون إشعار مسبق

ويشمل سلك مفتشي السياحة على ثلاث رتب:

- رتبة مفتش.
- رتبة مفتش رئيسي.
- رتبة مفتش قسم.

ثانيا: مهام مفتش السياحة¹:

¹ -الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56، الموافق 28 سبتمبر 2008، ص6.

يقوم مفتش السياحة بما يلي:

القيام بمهام التفتيش، المشاركة في إعداد برامج التفتيش، المشاركة في متابعة حصيلة برامج التفتيش وتقييمها، وإعداد تقارير المهام، الإشراف على المهام المنوطة بمستخدمي المفتشية الموضوعين تحت سلطتهم وتنسيقها، اقتراح كل التدابير الرامية إلى تحسين تسيير المؤسسات الفندقية السياحية.

ثالثا: كيفية تقييم جودة الخدمات الفندقية: يعتمد تقييم جودة الخدمات السياحية الفندقية من طرف مديرية السياحة بالبويرة على:

1- بطاقات تقييمية نموذجية لتصنيف الفنادق:

هي عبارة عن بطاقات تقييمية نموذجية لتصنيف الفنادق الصادرة عن وزارة السياحة في جوان 2005، ووفق هذه البطاقات يقوم مفتشي السياحة التابعين لمديرية السياحة بمتابعة وتقييم جودة الخدمات الفندقية، على أساسها يتم تزكية المؤسسات الفندقية التي تتماشى مع معايير وشروط هذه البطاقات إلى نجمة أعلى أو تفرض مخالفات على التجاوزات التي لا تخدم جودة الخدمة الفندقية، وتنزل درجة.

التصنيف من المؤسسات التي لا تستوفي الشروط وحسب هذه البطاقات فإن مختلف المعايير تكون كالآتي:

- فنادق من درجة نجمتين(2):

من الشروط العامة أن تكون المؤسسة الفندقية بتأثير متوسط وتجهيزات من نوعية متوسطة والصيانة جيدة وكذا سلوك المستخدمين حسن، وبالنسبة لمدخل الفندق أن يكون مدخل الزبائن مستقل ومشار إليه أي وجود لافتة والمدخل سهل المسلك ومضاء في الليل، مع وجود مقاعد وكذا مساحة البهو كافية بالإضافة إلى وجود مكتب استقبال.

أما بالنسبة للمطعم فوجود قاعة لتناول الوجبات مساحتها ذات علاقة بسعة الفندق، التجهيزات الصحية في حالة جيدة من النظافة وفي حالة جيدة من التشغيل، ووجود ماء ساخن وبارد ووجود مغسل للأيدي وكذا وجوب وجود مصعد مخصص للزبائن والرواقات مضاءة باستمرار وتهوية الأماكن المشتركة وتدفئتها وأثاث الغرف يكون في حالة جيدة، وجود حمام خاص في كل غرفة ووجود مغسل ومغطس أو مرش مع مرحاض، والتجهيزات الصحية في حالة جيدة من النظافة وتوفير النظام الداخلي للفندق، وتوفير الدليل الهاتفي للفندق وتقديم فطور الصباح في الصالة وكذا وجود هاتف في كل غرفة، ولباس المستخدمين بمصالح الإستغلال موحد ووجود علبة الأدوية.

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56، مرجع سابق، ص 8.

-فنادق من درجة واحدة(1):

بالنسبة للشروط العامة أن تكون بتأثيث من نوعية مقبولة وبتجهيزات مقبولة وصيانة جيدة، سلوك مستخدمى المؤسسة حسن، ونفس الشروط والمعايير بالنسبة لباقي الخدمات.

-فندق من دون نجمة:

من ناحية الشروط العامة لا بد على المؤسسة أن يكون لها حد أدنى من التأثيث، أدنى من التجهيزات وذات صيانة جيدة وسلوك مستخدمى المؤسسة حسن، نفس الشروط بالنسبة للخدمات الأخرى مع عدم توفر المؤسسة على مطعم.

2- محاضر المعاينة: هي عبارة عن محاضر يتم من خلالها تدوين كل التحفظات والتجاوزات التي تم ملاحظتها أثناء المراقبة الدورية أو المفاجئة للفنادق، ومن ثم تحدد العقوبات المنصوص عليها على هذا الأخير. وهناك مجموعة من الفنادق في ولاية البويرة انخرطت في **مخطط جودة السياحة** نستعرضه كما يلي:

مخطط جودة السياحة:

في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، قمنا بإرسال دليل المخطط التوجيهي لكل من المؤسسات الفندقية المعنية وكذا وكالات السياحة والأسفار رغبة منا في انخراطهم في نوعية تستجيب لاحتياجات العملاء، واطلاعهم على الخطوات التي ينبغي اتخاذها ليكونوا:

"(Plan Qualité Tourisme Algérie)، مرشحين لعلامة " الجودة السياحية الجزائر

أهدافه:

- ✓ تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال إدماج مفهوم الجودة في جميع مشاريع التنمية والسياحة، وأكثر مهنية.
- ✓ تعزيز المناطق السياحية، وخلق استدامة السياحة في الجزائر عن طريق تحسين وضوح الرؤية للجودة من جانب السياح، ولاستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية بتقديم المساعدة والأدوات لتكييفها وتنميتها، بما في ذلك مساعدتها على عمليات الترميم وإعداد التأهيل والتحديث، والإرشاد والتدريب.
- ✓ توفير مزيد من الترويج للمؤسسات المشاركة في عملية نوعية من خلال اندماجها في شبكة من المواقع تحمل علامة " الجودة السياحة الجزائر"، عن طريق ضمان تحقيق تكامل أفضل في قنوات التجارة من خلال تحسين وضعها.

المطلب الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً : مجتمع الدراسة :يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية البويرة بالإضافة إلى مجموعة عمال من الفنادق بالبويرة.

ثانياً :

عينة الدراسة: تتمثل عينة الدراسة في مفتشي السياحة للاستغلال وملاك وموظفي مجموعة من الفنادق بالبويرة والمشرف عليها من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية، حيث تم مقابلة عينة من أفراد هذا المجتمع المتكونة من 36 شخص على مستوى هذه الفنادق التي تتراوح درجاتها ما بين الفنادق غير المصنفة وفنادق من درجة نجمتين.

ثالثاً :

أساليب التحليل الإحصائي: قامت الباحثة بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال المقابلات الشخصية المباشرة بالاعتماد على برنامج Excel ذا الإصدار 2007، وقد تم الاعتماد على عدد من الأساليب الإحصائية في تحليل البيانات التي احتوت عليها أسئلة المقابلات وهذه الأساليب هي: التكرارات والنسب المئوية للإجابات.

رابعاً :

أدوات البحث والدراسة الميدانية:

تم الاعتماد في الدراسة الميدانية على الوثائق المستمدة من المديرية والملاحظة المباشرة لردود أفعال عينة الدراسة وأيضاً المقابلات الشخصية وذلك عن طريق استخدام المصادر الأولية في جمع البيانات وهي المصادر التي تقودنا إلى بيانات مباشرة عن الموضوع محلاً لبحث وهي:

1- وثائق المديرية: لقد اعتمدت في جمع البيانات لحل إشكالية الدراسة على الوثائق المقدمة من طرف مديرية السياحة و الصناعات التقليدية بالبويرة من خلال مصلحة السياحة (رئيس المصلحة ومفتشة السياحة الفندقية) وكذا المقابلات الشخصية مع بعض العمال.

2- المقابلة: اقتضت الدراسة أن تعتمد أيضاً على المقابلة وقد تم تصميمها على عينة تضم 36 شخص بالشكل التالي:

-موضوع المقابلة:

دار موضوع المقابلة حول إستراتيجيات المنتهجة للجذب السراح المحليين والخارجين .

-الغرض من المقابلة:

من خلال تصميمي لدليل المقابلة هديني التعرف على مدى اهتمام المؤسسات الفندقية بمراعاة شروط ومعايير

تطبيق الجودة في الخدمة المقدمة للسياح من أجل الرقي و النهوض بالصناعة الفندقية في ولاية البويرة لما تزخر به من معالم

سياحية ضخمة وحب المحافظة عليها وجلب مختلف الأجناس للاستمتاع بها.

-طريقة الإجابة: من خلال طرحنا للأسئلة في البداية لاحظنا بعض التردد و التخوف من طرف فئة من أفراد العينة ومع مرور بعض الدقائق بدا تفهم بأن المقابلة صممت لغرض البحث العلمي فقط وأصبحت الظروف جيدة وملائمة والطلاقة في الإجابة عن الأسئلة، أما الفئة المتبقية فقد بادرت من الوهلة الأولى إلى الإجابة بشكل جد مريح .

-نوع الأسئلة:

اعتمدت من خلال صياغتي لأسئلة المقابلة على نوعين من الأسئلة وهي الأسئلة المفتوحة تتم فيها الإجابة بكل حرية والأسئلة المغلقة والتي تتعلق بالإجابات نعم أو لا.

-مكونات المقابلة:

تضمنت المقابلات على مجموعة من المكونات نحصها فيما يلي:

- الأسئلة الخاصة بمفتش السياحة المكلف بالاستغلال؛
- الأسئلة الخاصة بالإدارة وهي معلومات عامة عن المؤسسة الفندقية؛
- الأسئلة الخاصة بخدمة الاستقبال؛
- الأسئلة الخاصة بالإيواء؛
- الأسئلة الخاصة بالإطعام؛

المطلب الثالث: تفسير وتحليل نتائج الدراسة

أولاً: تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة

سيتم في هذا الجزء تحليل خصائص أفراد العينة كل على حدة، كمايلي:

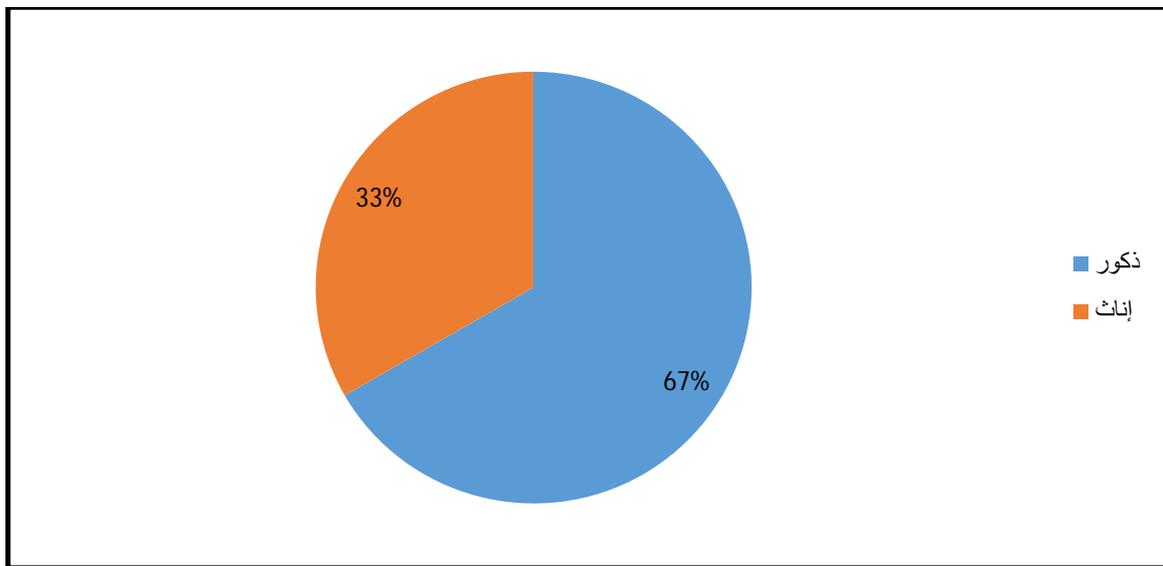
1- خاصية الجنس: وقد أتت النتائج كمايلي:

الجدول رقم(20): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.

خاصية الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	24	67%
إناث	12	33%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بنائات المقابلة

-والشكل رقم(12): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية الجنس.



الاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال الجدول(11) أن نسبة 67% من إجمالي عينة الدراسة هم من الذكور، بينما نسبة 33% هم من إجمالي عينة الدراسة هم من الإناث، يعني أن غالبية الباحثين هم من الذكور، وهذا راجع لوجود بعض التحفظات الاجتماعية بالنسبة للإناث في مجتمع ولاية البويرة.

2- خاصية المؤهل العلمي لأفراد عينة الدراسة: تم معرفة المؤهل العلمي من خلال سؤال المقابلة : ما هي كفاءات ومؤهلات المستخدمين في مؤسستكم؟

الجدول رقم(21): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي.

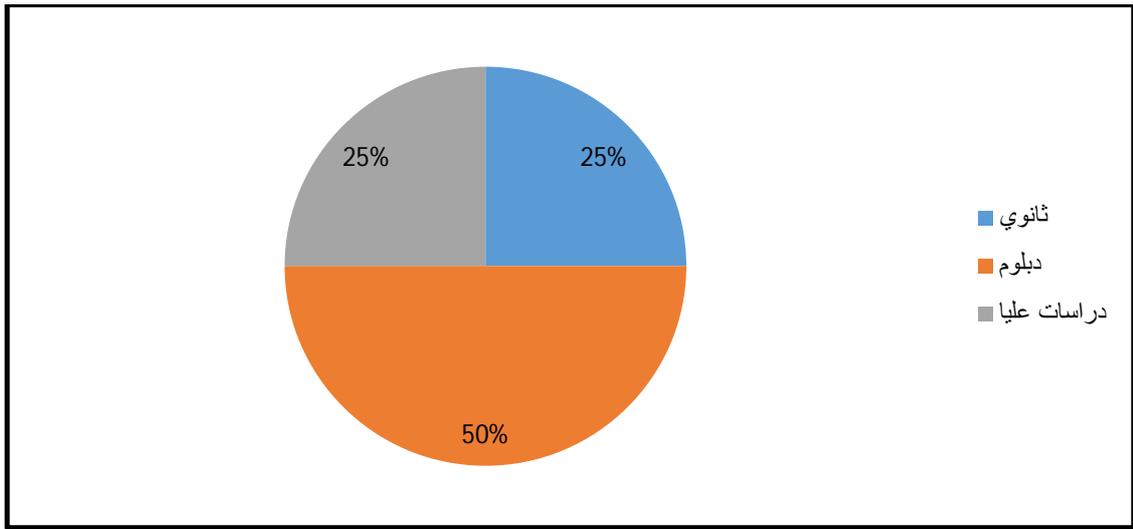
خاصية المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	9	25%

دبلوم	18	50%
دراسات عليا	9	25%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

نلاحظ من الجدول رقم(12) تبين أن الحاصلين على مؤهل دبلوم يشكلون أعلى نسبة وهي 50 % من إجمالي أفراد عينة الدراسة، أما نسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة فكانت للمتحصلين على مؤهل دراسات عليا، أما نسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هي للذين لديهم مؤهل ثانوي والخاصة بعمال خدمة الغرف وعمال النظافة. بناء على النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن غالبية أفراد العينة حاصلين على مؤهل دبلوم ودراسات عليا أي بنسبة، يعني ذلك أن المبحوثين هم على دراية واسعة عن الخدمات الفندقية.

- الشكل رقم(13): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية المؤهل العلمي.



بالاعتماد على الجدول المقابل

3- خاصية درجة تصنيف الفنادق:

وجاءت النتائج كما يبينها الجدول و الشكلا تالين:

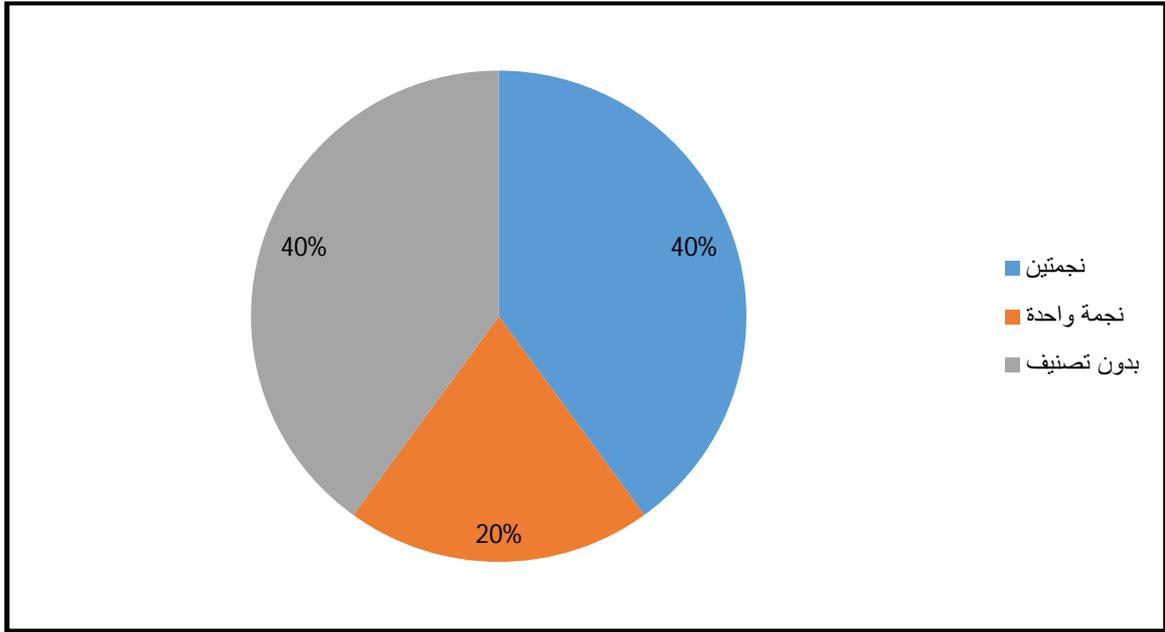
الجدول رقم (22): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق.

خاصية درجة تصنيف الفنادق	التكرار	النسبة المئوية
نجمتين	14	40%

7	20%	نجمة واحدة
14	40%	بدون تصنيف
36	100%	المجموع

بالإعتماد على بيانات المقابلة

-والشكل رقم (14): يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة على خاصية درجة تصنيف الفنادق.



بالإعتماد على الجدول المقابل

يتضح من خلال الجدول بأن نسبة الأعلى للمبحوثين 40% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت للفندق بدون تصنيف، بينما نسبة 40% من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت للفندق درجة نجمتين أما النسبة المتبقية 20% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هي للفندق درجة نجمة واحدة.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج بأن الفنادق من دون تصنيف ذات انتشار واسع في ولاية البويرة والتي عددها 5 فنادق أما الفنادق من درجة نجمة واحدة ودرجة نجمتين فعددهما واحد لكل من هما، وقد يعود ذلك لعدم استثناء شروط التصنيف أو لعدم رغبة أصحاب الفنادق لتصنيف هذه الأخيرة.

ثانياً: تحليل أسئلة المقابلة.

أ- الأسئلة الخاصة بمفتش السياحة المكلف بالاستغلال

1- على أي أساس تتم عملية التفتيش؟

توضح من إجابة المبحوث أنّها عملية يقوم بها مفتش السياحة المكلف بالاستغلال وتكون دورية أو فجائية للمؤسسات الفندقية، من أجل الوقوف على تطبيق القوانين المتعلقة بالخدمات ومعاينة المخالفات الموجودة، والتي على أساسها يتم التنزيل من درجة تصنيف الفندق أو العكس.

2- كيف تتم عملية التقييم؟ وما هي الإجراءات المتبعة؟

من خلال إجابة المبحوث تتم عملية التقييم عن طريق محاضر المعاينة التي يجرها المفتش بناء على المعاينة الميدانية في إطار متابعة أنشطة المؤسسات الفندقية، هذه المحاضر يصف فيها المفتش الحالة التي وجد عليها أجزاء الفندق من بهو الاستقبال والأروقة والغرف والمطبخ، وبناء على الملاحظة يتم تحرير هذه المحاضر التي تتضمن مجموعة من التحفظات التي يعاقب من خلالها الفندق بالتنزيل من درجة التصنيف أو الغلق، في حالة عدم وجود مخالفات إما أن يبقى الفندق على حاله أو يرقى إلى درجة تصنيف أعلى.

3- ماهي الإمكانيات السياحية أكثر إستقطاب وزيارة للسواح؟

من خلال نتائج المقابلة تبين أنه من خلال متابعة مفتش الاستغلال فإن الفنادق تسعى جاهدة إلى الرفع من مستوى خدماتها، وذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من النزلاء ومن أجل تعزيز مكانتهم في السوق الوطنية بغرض تحقيق ميزة تنافسية، بالرغم من وجود عدد قليل من المؤسسات الفندقية بالولاية مقارنة مع مساحتها وموقعها الاستراتيجي الرابط بين الشرق والغرب إلا أنّها تسعى إلى تحسين جودة خدماتها والدليل على ذلك أن بعض المؤسسات الفندقية قد أغلقت بسبب وجود مخالفات، ولكنها سرعان ما عادت لمزاولة نشاطها، بعد أن رفعت عنها التحفظات مثل فندق ديهية، كما أن هناك فنادق تستحق درجات أعلى من التصنيف مثل فندق الروايال وفندق صوفي، غير أنّها لا تملك مساحة كافية لتنشئ مسبحا الذي يعتبر معيارا للرفع من درجة تصنيف الفنادق.

4- ما هي نوعية الفندق وظروف إنشائها؟

من خلال إجابات المبحوثين تم الحصول على المعلومات التالية عن مختلف الفنادق التي كانت محل الدراسة: فندق صوفي هو فندق من درجة نجمة واحدة، بدأ مزاولة نشاطه في 2007/01/22 يقع في موقع استراتيجي بجانب جامعة أكلي محند اولحاج بالبويرة، قام مسيروه بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/19 وفي 2013/07/19 تم إمضاء استمارة الانضمام.

بالنسبة لفندق العتيق من درجة نجمة واحدة مصنف بقرار 879 بتاريخ 2015/02/25 أنشأ سنة 2012، بدأ يمارس نشاطه في 2013/04/25، كان في البداية مشغل نجارة ثم تم شراؤه من طرف صاحب

الفندق، تحصل على شهادة شرفية بمناسبة عيد الشرطة بتاريخ 2014/07/22، قدمت له تشكرات من طرف السيد الوالي ناصر معسكري في 2015/01/11.

أما فندق الرويال فهوش.ذ.م.م من درجة نجمتين (2) مصنف بقرار رقم 204 المؤرخ في 17 ماي 2009، وقد بدأ نشاطه بتاريخ 2005/07/02، قام مسيروه بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/19 وفي 2013 /07/19 تم إمضاء استمارة الانضمام .

فندق تيكجدة أنشأ سنة 1976، كان مصنف بدرجة ثلاث نجوم (3) ثم بعد تعرضه لحريق أخذ قسم كبير من الفندق توقف عن مزاولة النشاط إلى غاية 2002 لهذا أصبح غير مصنف، قام مسيروه بإمضاء عقد التزام الانخراط إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية في 2009/05/28 بالرغم بأنه يستجيب إلى كل الشروط و المعايير التي أتى بها مخطط الجودة إلا انه لم يباشر في إمضاء الاستمارة بعد تكملة باقي الملف الخاص بالانخراط

5- ما هي الملكية القانونية لهذا الفندق؟

تبين من خلال الإجابات عن هذا السؤال بأن سبعة فنادق من مجموع ثمانية له الملكية خاصة ، ما عدى المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة هو مؤسسة فندقية عمومية تابعة لوزارة الشباب والرياضة.

6- من هم السواح الذين يزورون أماكن السياحة بالولاية ؟

وقد جاءت النتائج كما يبينها الجدول الآتي:

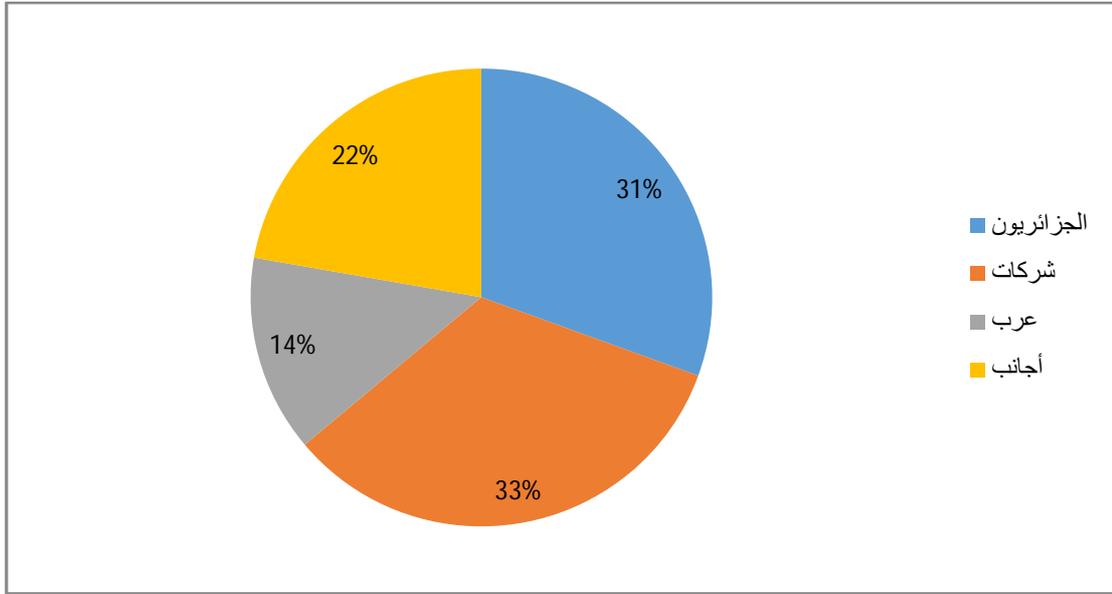
الجدول رقم (23): توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق.

النسبة المئوية	التكرار	زبائن المؤسسة
31%	11	جزائريون
33%	12	شركات
14%	5	عرب
22%	8	أجانب

المجموع	36	%100
---------	----	------

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم (15): توزيع إجابات أفراد العينة عن زبائن الفندق



بالاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال جدول النتائج بأن أغلبية الزبائن هم جزائريون بنسبة 31% من إجمالي أفراد عينة الدراسة، وتليها نسبة الأجانب 33% وبعدها العربي نسبة 14% وفي الأخير الشركات بنسبة 22%. بالنظر إلى النتائج استنتجنا بأن إقبال الأجانب والعرب على أماكن سياحية بولاية البويرة مقبول نوعا ما مقارنة بنسبة الجزائريين التي تبدو نسبة جيدة، ومن هنا يمكن القول بأن الولاية تهتم بالسياحة الداخلية والخارجية معا.

4- ما مدى رضا زبائنكم عن جودة خدماتكم حسب رأيكم في مختلف أماكن السياحة؟

كان هناك اختلاف في إجابات الباحثين فمنهم من يرى بأن الخدمة المقدمة جيدة وتلقى القبول والرضا لدى الزبائن و الدليل على ذلك هو عودة الزبون مرات متعددة للإقامة في نفس الفندق و أماكن السياحة، وفي بعض الفنادق هناك من يرى بأن الزبون يتطلع إلى مزيد من الخدمات لتلبية حاجاته ورغباته ومنه نستنتج بأن الزبون مجبر على العودة.

ثالثا: الأسئلة الخاصة بخدمة الاستقبال

5 - ما هي كفاءات ومؤهلات موظفي الاستقبال؟

من خلال نتائج الإجابات فإن موظفو الاستقبال من متخرجي المعهد الوطني للسياحة والفندقة بولاية بومرداس، وامتيازهم بكفاءة في الإدارة الفندقية، لهذا فإن حسنا اختيار موظف الاستقبال من ذوي الكفاءات والمهارات يؤدي إلى تقديم خدمة مميزة ترقى إلى تطلعات الزبون والتأثير الإيجابي عليه في اختياره لذات الفندق.

7- كيف يتعامل موظفو الاستقبال مع الزبائن؟

يتبين من الإجابات بأن الاستقبال يكون بطريقة حسنة بالإضافة إلى الابتسامة والترحاب الجيد، كما يتم التعريف بنوعية الخدمات المقدمة في الأماكن السياحية ومختلف أسعار ما إذا كانت مناسبة للزبون أم لا، ولكن بعد زيارتنا للفنادق محل الدراسة تبين مايلي:

- قلة المعلومات المقدمة فيما يخص الخدمات.

- رداءة الاستقبال في هذه الفنادق إذا ما تم مقارنتها مع المعايير المتبعة في تقييم جودة خدمات الفنادق المصنفة عالميا.

- في بعض الفنادق عدم التقيد بالزي الرسمي الخاص بموظفي الاستقبال.

- كسل موظفي الاستقبال.

8- كيف يتعامل الموظف مع الاعتراضات والاقتراحات؟

تظهر نتائج الإجابات بأن هناك اهتمام كبير بالاعتراضات والاقتراحات بحيث يقوم موظف الاستقبال بتدوينها في سجل خاص بهذه الأخيرة وبعدها يقدمها لصاحب الفندق من أجل محاولة التغيير وأخذها بعين الاعتبار لكسب رضا الزبون سمعة وصورة الفندق، أما بالنسبة للتجاوزات فيتم الاتصال بالشرطة وترك التصرف لها.

9- كيف يرى موظف الاستقبال رضا الزبون عن خدمته؟

يتضح من أغلبية الإجابات بأن هناك رضا لدى الزبون عن جودة الاستقبال والدليل على ذلك هو تكرار التعامل مع موظفي الاستقبال لمرات عديدة والاستمتاع بنوعية الخدمات المقدمة، من هنا يمكن القول بأن عاملي الاستقبال لديهم اللباقة وحسن الاستقبال الشيء الذي يشعر الزبون بالأمان عند التعامل معهم، وهذا ما يؤثر بالإيجاب على السياحة بشكل عام والفندقة بشكل خاص.

10- حسب رأيكم ما هي الخدمة الأكثر طلبا من طرف الزبون؟

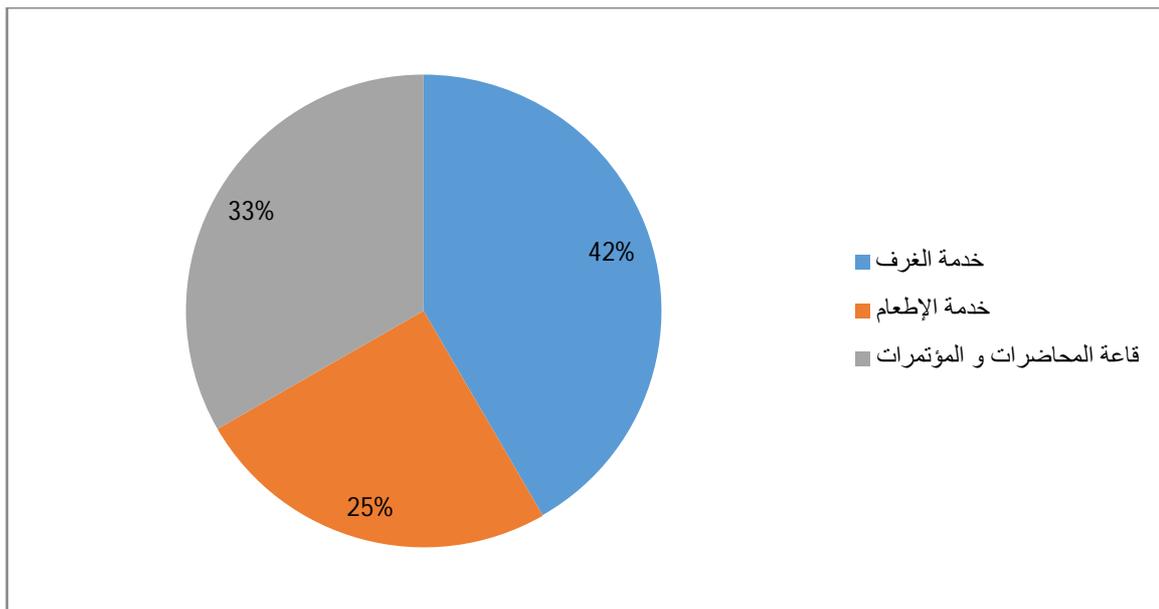
الجدول رقم (24): وضمان الخدمة الأكثر طلبا.

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
--------	---------	----------------

خدمة الغرف	15	42%
خدمة الإطعام	9	25%
قاعة المحاضرات و المؤتمرات	12	33%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

والشكل رقم : (16) يوضحان الخدمة الأكثر طلبا.



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال نتائج الجدول (14) يتضح بأن نسبة 42% تجذبهم خدمة الغرف لأنه الخدمة الرئيسية وتليها خدمات قاعة المحاضرات والمؤتمرات بنسبة 33% وذلك لحاجتهم إليها من اجل إلقاء المحاضرات وعقد المؤتمرات ثم المغادرة دون الحاجة إلى خدمات أخرى، وأتت خدمة الإطعام في المرتبة الأخيرة بنسبة 25% لوجود فئة قليلة فقط تطلب الطعام، وهذا راجع لأذواق الزبائن والوجبات الغذائية المقدمة أو للحساسية لسعر الخدمة بالإضافة إلى النظافة التي تعتبر عنصر مهم في خدمة الإطعام ويمكن القول أيضا عدم السرعة في تلبية الطلبات.

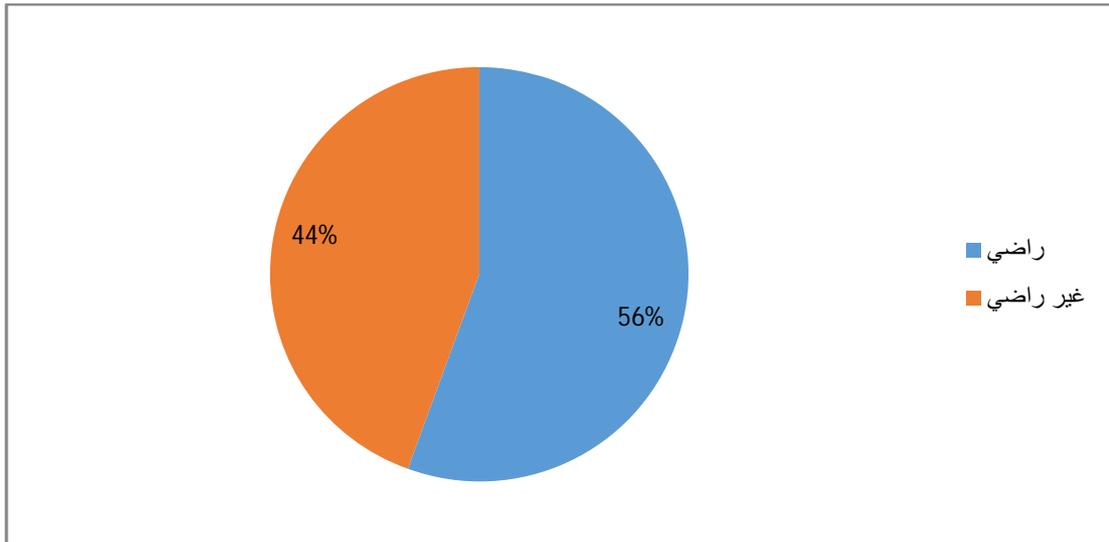
11- هل هناك رضا عن موقف السيارة؟

الجدول رقم (25): يوضحان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
راضي	20	55%
غير راضي	16	45%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم: (17) يوضحان توزيع أفراد العينة عن مدى رضا الزبون عن موقف السيارة



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال نتائج الجدول (16) نلاحظ بأن نسبة الرضا 55% تفوق بقليل إجمال النسبة الكلية ونسبة عدم الرضا 45% تقارب نصف إجمالي النسبة، ويمكن التعليق عن عدم الرضا بالنظر إلى مساحة الصغيرة لموقف السيارات وعدم اتخاذها لموقع استراتيجي يجذب الزبون، لهذا من الضروري اتخاذ مساحات أوسع لموقف السيارات.

ثانيا: الأسئلة الخاصة بالإطعام.

1- هل يملك عمال المطبخ فحص طبي دوري؟

اتضح من إجابات المبحوثين أن الفنادق التي لا تهتم بالفحص الطبي للعمال هي قليلة مقارنة ببقية الفنادق، وحسب رأيهم لا ضرورة لإجراء هذا الفحص مادام العامل يهتم بصحته، أما الفنادق التي تملك فحص طبي دوري للعمال (طب

العمل) كل ثلاثة أشهر حتى ستة أشهر، هذا يدل على اهتمام الفندق بصحة وسلامة عمال المطبخ من أجل تقديم خدمة جيدة للزبون، ولعدم الوقوع في التقصير في أداء الخدمة.

2- هل عمال المطبخ على دراية بقواعد النظافة والوقاية؟

أجمعت كل الإجابات المبحوثين على أن قواعد النظافة والوقاية محترمة ومطبقة بشكل جيد، وهذا ما يدل على أن نظافة الفندق تحضاً بأولوية وعناية خاصة لأنها ترسم صورة الفندق وتعزز سمعته.

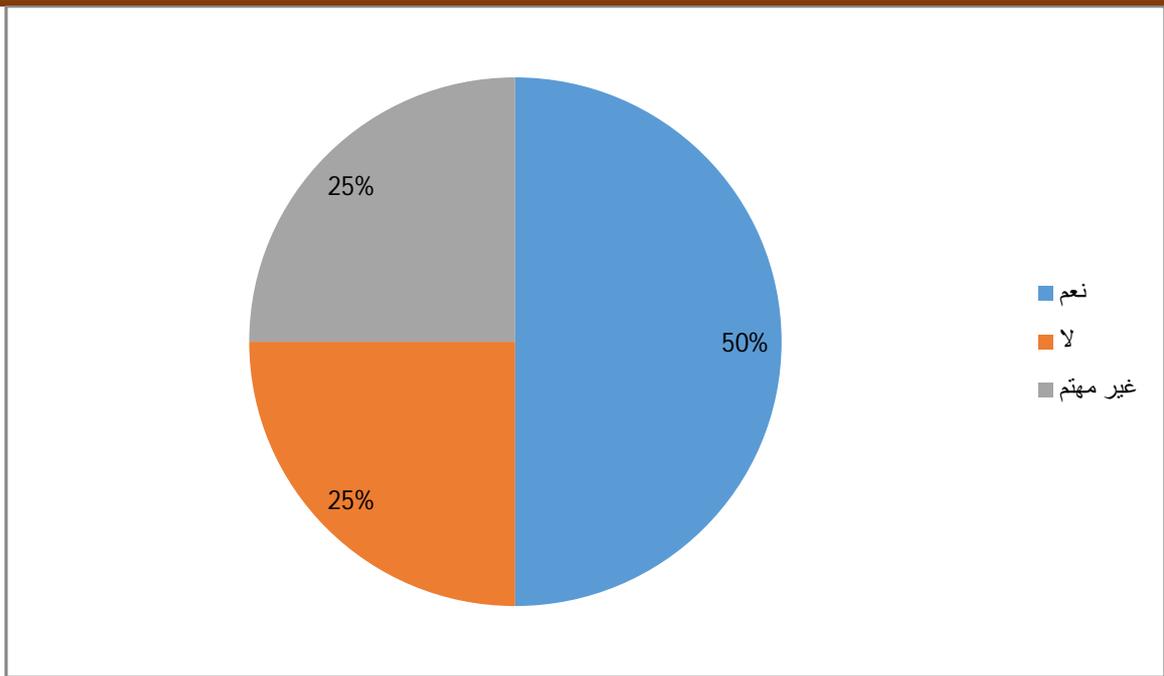
3- هل يأخذ بعين الاعتبار التغيير في الوجبات لجذب الزبون؟

الجدول رقم: (26) يوضحان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	50%
لا	9	25%
غير مهتم	9	25%
المجموع	36	100%

بالاعتماد على بيانات المقابلة

الشكل رقم (18): يوضحان توزيع أفراد العينة عن التغيير في الوجبات



بالاعتماد على الجدول المقابل

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 50% من إجمالي أفراد عينة الدراسة هم من الموافقين على تغيير الوجبات، أما نسبة الإجابات بلا وغير مهتم أتت متساوية بنسبة 25% من إجمالي أفراد عينة الدراسة. من خلال نتائج المبحوثين يتبين بأن أكبر فئة من زبائن الفنادق تفضل تغيير الوجبات وذلك نظرا للتكرار في الوجبات وعدم الإبداع، أما الفئة غير المهتمة فتفضل تناول وجباتها في الخارج، نظرا للحساسية للأسعار، من هنا فإن مستوى جودة الوجبات متوسط لا يلي تطلعات الزبائن.

ثالثا: الأسئلة الخاصة بالإيواء؟

4- ما هي مختلف مميزات الغرف؟

من خلال إجابات المقابلات والملاحظة الميدانية وجدنا أن الغرف في الفنادق محل الدراسة تحتوي على تجهيزات متنوعة

منها: مكيفات هوائية، أجهزة تلفاز، ثلاجة صغيرة، جهاز هاتف، انترنت، حمام خاص، بالرغم من وجود نقائص. من هنا نستنتج أن الغرف في هذه الفنادق تستجيب لمعايير جودة الفنادق بصفة خاصة والسياحة بصفة عامة.

5- هل الزبون راضي على الإيواء؟

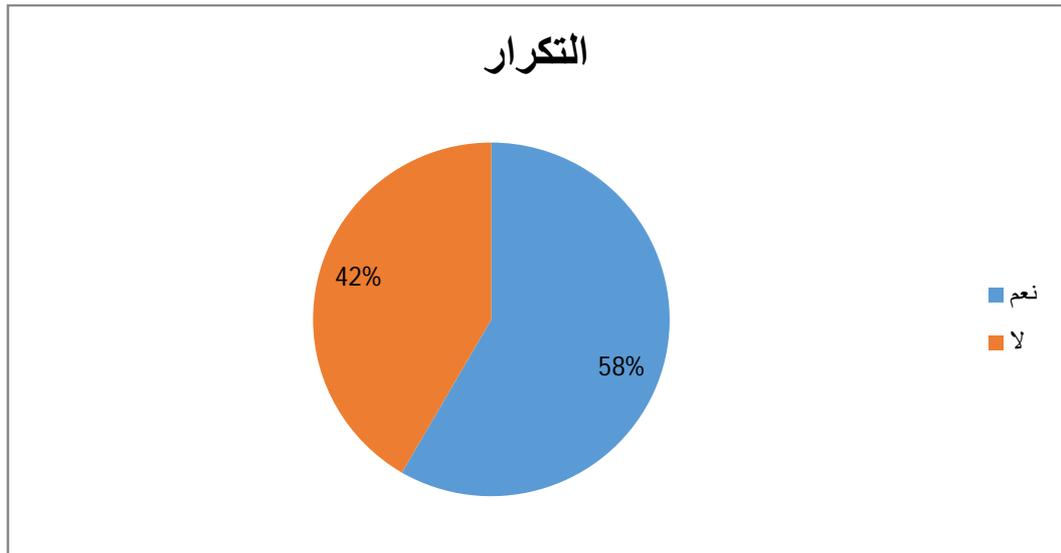
الجدول رقم (27): يوضحان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء.

الخدمة	التكرار	النسبة المئوية

نعم	21	58
لا	15	42
المجموع	36	100

بالاعتماد على بيانات المقابل

والشكل رقم (19): يوضحان توزيع أفراد العينة على درجة الرضا عن الإيواء.



بالاعتماد على الجدول المقابل

من خلال الإجابات المتحصل عليها والممثلة في الجدول أعلاه فإن أكبر نسبة كانت 58% من إجمالي أفراد العينة فإن أغلبية الزبائن حسب رأي المبحوثين راضين عن خدمة الإيواء، أما نسبة 42% من إجمالي أفراد عينة الدراسة فغير راضي

عن هذه الخدمة، نستنتج من خلال النتائج أن أغلبية الزبائن راضون عن الإيواء بغض النظر عن غير الراضين.

6- ما هي الوسيلة المستعملة للتواصل مع الزبون وتلبية حاجاته؟

بناء على إجابات المقابلات توضح أن هناك وسيلتين فعاليتين تتمثل في الاتصال المباشر واستخدام وسيلة الهاتف من أجل التواصل مع الزبون إما لتلبية حاجاته مباشرة أو نقل اهتماماته لصاحب الفندق، من هنا نستنتج أن الاتصال الفعال في المؤسسة الفندقية له دور مهم في توطيد العلاقة بين النزيل والفندق بحد ذاته، وإذ تم أحسن اختيار الكفاءة المناسبة لهذا الغرض سيؤدي ذلك إلى زيادة عائدات المؤسسة وتعزيز حصتها في السوق.

خلاصة :

هدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تحليل السوق السياحي في الجزائر وتحليل العرض السياحي، وما تملكه من المؤسسات الفندقية وتنوع المناخ السياحي في بلادنا، وان هاته المؤسسات في تطور مستمر لمواكبة الطلب السياحي الحاصل، وبصفة خاصة تحليل السوق السياحي لولاية البويرة، بغرض ترقية السياحة في ولاية البويرة التي تزخر بمقومات سياحية هائلة تمكنها من أن تكون مواكبة للتغيرات في مجال السياحة عامة، وبناءا على التطور الذي شهده هذا القطاع في السنوات الأخيرة غير انه ورغم الجهود المبذولة تبقى جودة الخدمات لا تزال بعيدة نوعا ما عن مستوى الجودة في الولايات الأخرى.



أصبحت السياحة تشكل صناعة هامة في الاقتصاد العالمي كانت عبارة نشاط بسيط تعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن الرزق و الأمن و طلب العلم، حيث تطورت بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية نتيجة الاستقرار الأمني والتطور التكنولوجي الذي يشهده العالم و خاصة في وسائل النقل والاتصالات، و ارتفاع مستوى الدخل في الكثير من الدول الصناعية المتقدمة.

تعد السياحة واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية الموفرة للدخل في اقتصاديات الكثير من الدول، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، إذ تساهم بفعالية في زيادة الإيرادات من النقد الأجنبي، كما تعمل على زيادة الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى مساهمتها في الحد من مشكلة البطالة كونها من القطاعات الاقتصادية التي تتيح فرصا هامة للتشغيل. وبالتالي فقد أصبحت معظم دول العالم على اختلاف مستوى تقدمها تولي صناعة السياحة أهمية متزايدة و تسعى جاهدة إلى زيادة نصيبها من الحركة السياحية العالمية التي بلغت سنة 2010 حوالي 935 مليون سائح، لذا أصبح التسويق السياحي من العناصر الأساسية التي تعتمد عليها الدول السياحية بشكل عام و الشركات و المؤسسات السياحية لن تنجح إلا من خلال تسويق سياحي جيد والذي يعتبر الحلقة الأهم التي تحكم مسار و آليات صناعة السياحة.

الجزائر و على الرغم من امتلاكها لمقومات سياحية كبيرة تمكنها و تؤهلها لأن تكون من أهم دول العالم جذبا للسياح إلا أنها لازالت لم تحجز مكانه لها في الخريطة السياحية العالمية تتماشى مع تلك المقومات السياحية الكبيرة التي تتوفر عليها، وهذا راجع إلى إهمال القطاع السياحي ضمن مخططات التنمية التي انتهجتها الجزائر منذ الاستقلال و عدم انتهاجها استراتيجية تسويقية حقيقية تمكن من ابراز المؤهلات السياحية للجزائر وجعلها من الوجهات السياحية المفضلة للسياح الأجانب، حيث لم يتجاوز عدد السياح القادمين إلى الجزائر 2 مليون سائح إلى غاية سنة 2009، حيث أن حوالي 65% منهم تمثل الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج.

من المنطلق تخلص من خلال دراستنا إلى النتائج التالية، والتي تعتبر إجابات عن التساؤلات المطروحة في اشكالية الدراسة، كما تمثل اختبار لفرضياتها:

1. نتائج الدراسة :

- إن السياحة قطاع اقتصادي يشكل صناعة حقيقية تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية حيث تعبر عن رغبة الإنسان في التنقل وتنقل المجال لخلق فرص العمل وتساعد على جلب العملة الصعبة و تدفق رؤوس الأموال ورفع مستوى الإيرادات، كما تترايط مع القطاعات الاقتصادية الأخرى وتساهم في تنشيطه.
- تعتبر السياحة من القطاعات الخدمية و التي تصنف في التجارة الدولية مع الصادرات غير المنظورة، و قد عرفت إيرادات الخدمات السياحية نموا ملحوظا نتيجة لزيادة المستمرة في عدد السياح الوافدين على المستوى العالمي و المرتبط بالتطورات العلمية و التكنولوجية، تطور الإجتماعي و الاقتصادي الذي تشهده الدول في مناطق عديدة من العالم وحسب المنظمة العالمية للتجارة فإن السياحة استحوذت على حوالي 26% من الصادرات العالمية الكلية في الخدمات سنة 2009؛
- شهدت الحركة السياحية العالمية تطورات كبيرة و سريعة حيث كان عدد السياح 25 مليون سائح أجنبي سنة 1950 و في سنة 2010 ارتفع هذا العدد ليصل إلى 935 مليون سائح، وحسب المنظمة العالمية للسياحة فإنه من المتوقع أن يصل عدد السياح في العالم إلى 1.6 مليار سائح في آفاق 2020؛ يؤكد صحة الفرضية الأولى.
- ازدياد المنافسة بين الدول السياحية من أجل الحصول على نصيب من الحركة السياحية العالمية المتزايدة، وبالتالي فقد أصبح التسويق السياحي من العوامل الأساسية و الحلقة الأهم التي تحكم مسار صناعة السياحة و تساهم بشكل كبير في تفعيل النشاط السياحي وبالتالي نؤكد صحة الفرضية الثانية؛
- يعتبر التسويق السياحي من المحددات الأساسية لتنمية و تفعيل قطاع السياحة، إذ يقوم بدراسة و تحديد رغبات السياح و تحريك دوافعهم السياحية من خلال تعريف السائح بالقدرات والمقومات السياحية التي تتمتع بها الدولة و دفعه إلى زيارتها؛
- إن دراسة و تقسيم الأسواق السياحية إلى مجموعة من الشرائع السوقية سوف يؤدي إلى فعالية أكبر للتسويق السياحي بالإعتماد على مجموعة من السياسات التسويقية الخاصة بالنشاط السياحي والتي تمكن من تحقيق التوازن بين الإمكانيات السياحية المتوفرة لدى الدولة وأعداد ومتطلبات السائحين المرتقب قدومهم؛

- إن الدقة في السوق السياحي و تحديد احتياجات المستهلكين الذين يمثلون الطلب السياحي تمثيلا دقيقا تبعا لهذه الشرائح تؤدي إلى تنشيط الحركة السياحية أكثر، و تحقيق معدل مرتفع من الدخل السياحي يفوق ما يتحقق من عند النظر إلى السوق السياحي ككل و بدون تقسيمه إلى شرائح معينة؛
- تمتلك الجزائر مقومات سياحية طبيعية كبيرة تساعدها على تنمية قطاع السياحة، إلا أنها لا زالت تسجل عجز كبير في جانب المقومات البشرية المتمثلة أساسا في الهياكل و التسهيلات اللازمة لتنشيط النشاط السياحي، وذلك نتيجة اعتماد الجزائر على نهج اقتصادي يركز على الصناعة بعد الإستقلال من خلال محطات التنمية التي اتبعتها جعلها لا تهتم بشكل كافي بتنمية القطاع السياحي الجزائري، وهذا ما خلصنا إليه من خلال قلة الإستثمارات المخصصة لقطاع السياحة في جميع مخططات التنمية و بالتالي نؤكد صحة .
الفرضية الثالثة؛
- رغم الامتيازات التي منحتها الدولة للاستثمار السياحي من خلال قانون الإستثمار لسنة 1993، إلا أنها لم تساهم في تنمية و تعزيز القدرات السياحية للجزائر نتيجة لعدم الإستقرار الأمني التي مرت به البلاد في تسعينات القرن الماضي، وهي ظروف لا تساعد تمام على تنمية القطاع السياحي الذي يمتاز بحساسية كبيرة اتجاه الأوضاع الأمنية غير المستقرة في أي بلد كان؛
- إن تحسن الظروف الأمنية وعودة الاستقرار السياسي جعل الجزائر تعمل على وضع استراتيجية وطنية للنهوض بالقطاع السياحي، على دعم التسويق السياحي من أجل إعطاء صورة جديدة عن الوجهة الجزائرية لدى السائح الأجنبي؛
- ضعف طاقات الإيواء السياحي في الجزائر و التي لم تتجاوز 90000 سرير إلى غاية 2010 منها 10% فقط تستجيب للمقاييس الدولية، وهي لا تتوافق مع التقديرات المبرمجة ضمن خطة تطوير السياحة لآفاق 2013، كما أنها منخفضة مقارنة مع الطاقات المحققة في الوجهات السياحية المجاورة لها مثل تونس التي تمتلك 239890 سرير نهاية 2009؛
- يتم تنفيذ استراتيجية تسويق الوجهة الجزائرية من طرف الديوان الوطني للسياحة ONT بالتنسيق مع وكالات السفر و السياحة الجزائرية، بالإعتماد على مختلف وسائل التنشيط السياحي، بالإضافة إلى الجهاز الجديد للتسويق السياحي في الخارج " دار الجزائر"؛

- لا يعتمد الديوان الوطني للسياحة على تقسيم الأسواق السياحية إلى شرائح سوقية، إذ يعتبر السوق السياحي الخارجي شريحة واحد، وعدم إعطاء الإهتمام الكافي للمستهلكين السياحيين من حيث عاداتهم و رغباتهم و طبقاتهم الإجتماعية و أهدافهم السياحية، وهذا ما يقلل من فاعلية الحملات التنشيطية التي يقوم بها؛
- تعتبر الميزانية المخصصة للتسويق السياحي في الجزائر و المقدره حسب الديوان الوطني للسياحة بـ4.5 مليون أورو سنة 2010، ضعيفة جدا بالمقارنة مع الميزانيات المخصصة للتسويق السياحي في الوجيهات السياحية المجاورة لها حيث قدرت بـ 27 مليون أورو، و 49 مليون أورو في كل من تونس و المغرب على التوالي في نفس السنة؛
- تأخر الجزائر في استغلال التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في النشاط السياحي، خاصة في مجال التسويق السياحي الإلكتروني.

2. توصيات و اقتراحات

- بناء على النتائج سابقة الذكر المتوصل إليهما من خلال هذه الدراسة، إرتأينا تقديم التوصيات و الإقتراحات التالية:
- الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في السياحة، و العمل على تشجيع السياحة الداخلية من أجل تقليص تدفق السياح إلى الخارج؛
- الإسراع في إنشاء بنك تمويل الإستثمار السياحي من أجل تشجيع المشاريع السياحية و العمل على تجنب توقف انجاز الاستثمارات السياحية؛
- العمل على دعم و تعزيز جودة صناعة السياحة، إذ تعتبر معيار السبق في عالم اليوم و الفوز بالمستقل في عالم السياحة، و من يملك الجودة يملك السائح؛
- خلق مجتمع غير طارد للسياحة، أي ضرورة بناء ثقافة مشجعة على ترويج السياحة، و يتعلق ذلك بحسن الضيافة، و تعميق الوعي بأهمية السياحة و عوائدها ليس لدى أصحاب القطاع و الباحثين فقط، وإنما لدى المواطن العادي، والعمل على دعم التكوين في المجال السياحي و ادراج السياحة في مناهج التعليم في مختلف مراحلها؛

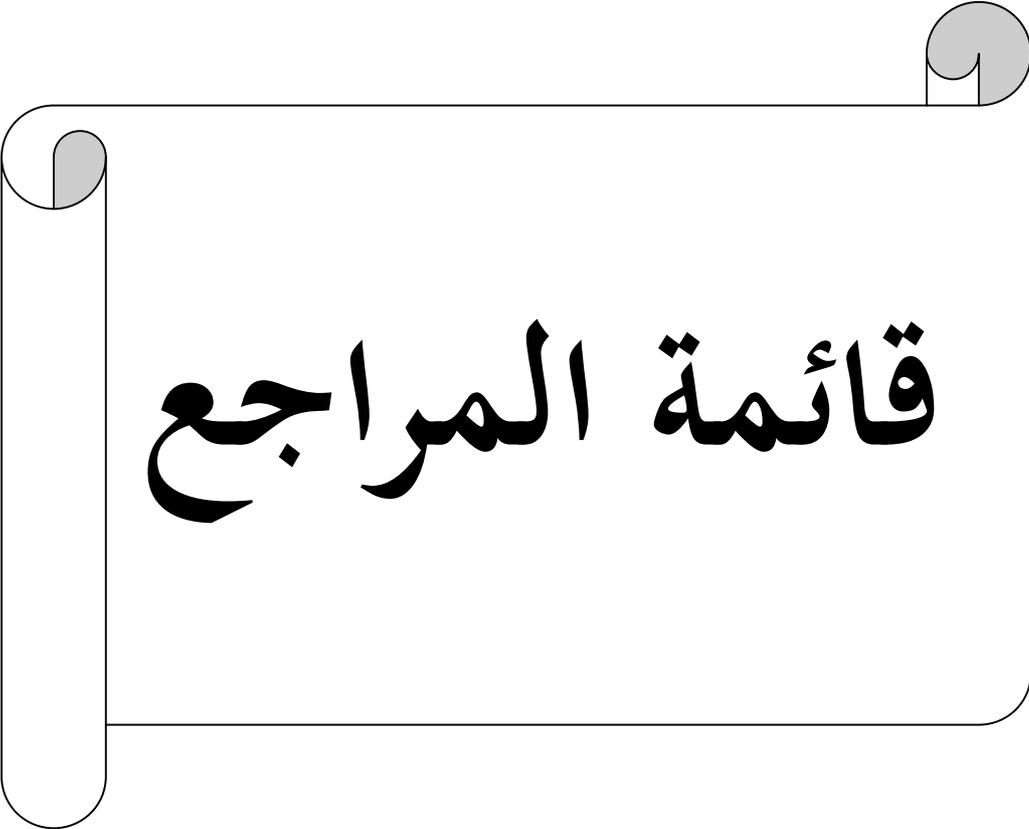
- العمل على تفعيل و تسهيل احركة السياحة من خلال توفير وسائل وخطوط النقل إلى المقاصد السياحية المختلفة، إلى جانب تقليل إجراءات الدخول بمنح التأشيرات بالمطارات، و إشراك السفارات في الترويج للسياحة الجزائرية؛
- توفير الأمن، حيث يعود تناقص التدفقات السياحية باتجاه الجزائر خلال السنوات الماضية إلى تدهور الأوضاع الأمنية، إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي المحلي و الدولي؛
- إيجاد قاعدة بيانات ومعلومات إحصائية متطورة عن السياحة الوطنية تكون على درجة من الثقة و الحداثة و تشمل جميع أنواع الأنشطة السياحية، تساعد على تسويق الوجهة الجزائرية بشكل فعال؛
- زيادة الإعتمادات المخصصة للتسويق السياحي لمواجهة المنافسة الشديدة من المقاصد السياحية الأخرى التي تتفق مبالغ كبيرة في هذا المجال، بالإضافة إلى الاستغلال الأمثل للتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من خلال التسويق السياحي الإلكتروني؛
- السعي إلى تكثيف تنظيم الرحلات الاستكشافية لصالح وسائل الإعلام الوطنية و الدولية للتعريف بمؤهلات السياحة بالجزائر وآفاقها المستقبلية؛
- توسيع الشراكة مع دول الخليج، من خلال الاستثمارات السياحية و كذا توجيه حملات ترويجية تناسب مع متطلبات هذه الأسواق لزيادة التدفق السياحي القادم منها، حيث أن السائح الخليجي ينفق ما يقارب ضعف ما ينفقه الأوروبي في ليلة واحدة؛
- العمل على تقسيم الأسواق السياحية المستهدفة إلى مجموعة من الشرائح السوقية، و إعطاء الإهتمام الكافي للمستهلكين السياحيين من حيث عاداتهم و رغباتهم و طبقاتهم الإجتماعية و أهدافهم السياحية، من أجل فعالية أكبر للحملات الترويجية و زيادة التدفقات السياحية القادمة من تلك الأسواق.

3. آفاق الدراسة

إن هذه الدراسة لا تقدم رؤية مطلقة أو نهائية عن موضوع التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة ويرجع ذلك إلى إمكانية دراسة هذا الموضوع من جوانب عديدة و بأبعاد مختلفة. ولذلك يمكن اقتراح العديد من المواضيع التي تكون مكملة لهذه الدراسة أو تزيد في إثرائها من الناحيتين النظرية و العملية، وتتمثل هذه المواضيع فيما يلي:

- إشكالية تسويق المنتج السياحي الجزائري في ظل المتغيرات الإقتصادية العالمية؛

- دور التسويق السياحي الإلكتروني في تفعيل القطاع السياحي؛
- تسويق الخدمات السياحية و أثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية؛
- أهمية تسويق المنتج السياحي الجزائري في ظل الإصلاحات الاقتصادية.



قائمة المراجع

I. الكتب

- 1- اسعد حماد أبو رمان، أبي سعيد الربوة، التسويق السياحي والفندقي، الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000.
- 2- البكري فؤاد عبد المنعم، التسويق السياحي والتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا والاتصال، عالم الكتب، مصر، 2007.
- 3- السيد عليوة: استراتيجية الاعلام العربي، هيئة الكتاب، القاهرة 1978.
- 4- السيد ناجي، التسويق مبادئ وقرارات أساسية، القاهرة، 1997.
- 5- تميم حافظ أبو جمعة، أساسيات وإدارة التسويق، دار القلم للنشر و التوزيع، دبي، 1999.
- 6- توفيق ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، 2008 .
- 7- ثابت عبد الرحمن إدريس، بحوث التسويق (أساليب القياس و التحليل و اختيار الفروض)، الدار الجامعية، القاهرة، 2005.
- 8- حميد الطائي، محمود الصميدعي، الأسس العلمية للتسويق الحديث مدخل شامل، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2006.
- 9- رضوان محمود العمر، مبادئ التسويق، ط2، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- 10- زيد منير سلمان: الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2008.
- 11- سراب الياس، وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الاولى، عمان، 2002.
- 12- سعيد محمد المصري، إدارة تسويق الأنشطة الخدمية، دار الجامعية، الاسكندرية، 2002.
- 13- صبري عبد السميع حسين، أصول التسويق السياحي، جامعة حلوان، كلية السياحة و الفنادق، القاهرة، 1992.
- 14- صلاح عبد الوهاب، السياحة الدولية، جامعة حلوان كلية السياحة والفنادق، القاهرة 1994.
- 15- طارق عبد الفتاح الشريعي، التسويق السياحي- التسويق الفندقي - حورس الدولية للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2007.
- 16- غانم عثمان محمود وسعد بيتتا نبيل، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، ط3، دار صفاء للنشر والتوزيع، دون ذكر مكان النشر، 2003.
- 17- محسن احمد الحضري، التسويق السياحي ، مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989.
- 18- محمد الهادي لعروق، الاطلس العالمي والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002.
- 19- محمد عبيدات، التسويق السياحي، مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، عمان، 2005.

- 20- محمود عساف، اصول الاعلان، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1996.
- 21- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، ط1، عمان، 1999.
- 22- نزار عبد الحميد البراوري، أحمد محمد فهمي البرزنجي، استراتيجيات التسويق، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2004.
- 23- نضال موسى سويدان شفيق ابراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر، عمان، 2006.
- 24- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار الفاروق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002.
- الرسائل الجامعية:
- 1- برجى أيمن، الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك-دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، رسالة ماجستير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009.
- 25- بن زيتون حورية، الاطلس الاثري لولاية البويرة، شهادة الماجستير في الاثار القديمة، معهد الاثار، جامعة الجزائر 2008-2009.
- 2- حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب البليدة، 2006.
- 3- فريدة لرقط: المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح، تحليل بعض المؤثرات التطبيقية في الوكالات السياحية بمدينة سطيف، رسالة ماجستير في تخصص تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، السنة الجامعية 2000-2001.
- 4- كريم قاسم، ترقية السياحة في الجزائر، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، جامعة الجزائر، 1998.
- 26- كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004.
- 5- متولي عبد العاطي محمد علي، التقييم الاقتصادي استراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية أكاديمي السادات للعلوم الإدارية، المعهد القومي للإدارة العليا، القاهرة، 2000.
- 6- منى لخساف: دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، السنة الجامعية، 2002-2003.
- 7- هالة عبد الرحمن الرفاعي: التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، دراسة في انترولوجيا السياحة، رسالة ماجستير، كلية الاداب، جامعة الاسكندرية 1998.

المواقع الالكترونية:

مقالات:

- صلاح فلاح: مقالة: النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، اصدارات الجمعية العامة لنادي الدراسات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، الخروبة الجزائر.

المجلات:

- 1- الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، المؤسسة الوطنية للنشر والاشهار، الجزائر 1989.
- 2- المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج مدخل إلى التسويق السياحي، المملكة العربية السعودية.
- 3- المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، تسويق سياحي، الرياض، 2008.
- 4- خلادي عبد القادر، والسيدة كويس سليمة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر: وضعية وآفاق، وثيقة مقدمة في اطار اجتماع خبراء الاقليم حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 5- معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر و انعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر، 1998.

كتب بالفرنسية:

- 1- Philippe kotler et b. Dubois, marketing management, 11 édition Pearson éducation, paris, 2004.
- 2- Robert lanquard, le marketing touristique, paris, 1981.
- 3- Jean- louis : marketing du tourisme et du l'hôtellerie : études de cas commentées et cortégés éditions d'organisation édition, 1999, 2001, 2004.

مواقع الأنترنت:

1. د.عبيد العبدلي، الفرق بين الدعاية والإعلان، على الموقع:

<http://www.dralabdali.com/difference-btw-ads-publicity>.

Ministère du tourisme et du L'artisan Plan Qualité, 2010, sur

www.mta.gov.dz

<http://djatal-ahramorg.eg/community.aspx?Serial=546050>.

2. السياحة في الجزائر، موقع السياحة الجزائرية www.algeriantourism.com

3. وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة: المخطط الاستراتيجي: الحركات

الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الجزائر، جانفي 2008.

4. Ministère du tourisme et du L'artisan :l'investissement touristique dans les wilayat du grand sud seprecom édition.

5. جغرافيا الجزائر، موقع الموسوعة الحرة ويكيبيديا. <http://av.wikipedia.org/wiki>.

6. وزارة السياحة الجزائرية، السياحة في الجزائر www.mta.gov.dz

7. Ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement, sous direction des statistique : état des projets d'investissement touristique afin de 2009.

8. المشاريع الاستثمارية السياحية، وزارة السياحة الجزائرية www.mta.gov.dz

9. تغيرات المناخ العالمية: موقع الراية www.raya.com/topics/article

10. تقرير تنافسية السفر والسياحة، المؤتمر الدولي الاقتصادي، الراية الالكتروني

www.wetoum.org/docs

11. الاستقطاب الدولي للسياحة، المنظمة العالمية للسياحة. www.omt.org

الجرائد الرسمية:

1. الجريدة الرسمية الجزائرية عدد 11 الصادرة في 19 فيفري 2003.

2. وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، تصور تطوير السياحة للعشيرة 2004 – 2013

3. الجريدة الرسمية رقم 65 لسنة 2006.

4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/العدد 63 الموافق ل26/10/2010 م.

جريدة الخبر:

1. سفيان بوعبيد: "مشكلة السياحة الجزائرية في نقص اليد العاملة المؤهلة"، جريدة الخبر اليومي، العدد 4561، التاريخ: 26 نوفمبر 2005 الجزائر.

القوانين والإحصاءات والمنشورات الوزارية:

- 1- الديوان الوطني للسياحة: صالون الصناعات التقليدية من اجل انعاش جديد في مجلة الجزائر سياحة، بدون سنة نشر، مطبعة الديوان، الجزائر.
- 2- عن ارشيف بلدية البويرة.
- 3- عن مديرية الغابات لولاية البويرة.
- 4- مديرية السياحة لولاية البويرة، منوغرافية سياحية لولاية البويرة، العدد 02، البويرة 2010.