



جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة  
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



العنوان :

## دور التسويق السياحي في إنعاش التنمية المحلية

دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية  
بولاية عين الدفلى

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

إعداد الطالبتين :

✓ برادة لمياء  
✓ حلاوة نوال

نوقشت أمام اللجنة المكونة من :

✓ د/ خليفة منية أستاذة محاضرة " أ " جامعة الجيلالي بونعامة (رئيسا)  
✓ د/ سعيد منصور فؤاد أستاذ محاضر " أ " جامعة الجيلالي بونعامة (مشرفا)  
✓ د/ بغدادى بلال أستاذ محاضر " أ " جامعة الجيلالي بونعامة (ممتحنا)

السنة الجامعية : 2020/2019





جامعة الجليلي بونعاما بخميس مليانة  
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



العنوان :

## دور التسويق السياحي في إنعاش التنمية المحلية

دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية  
بولاية عين الدفلى

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

إعداد الطالبتين :

✓ برادة لمياء  
✓ حلاوة نوال

نوقشت أمام اللجنة المكونة من :

✓ د/ خليفة منية أستاذة محاضرة " أ " جامعة الجليلي بونعاما (رئيسا)  
✓ د/ سعيد منصور فؤاد أستاذ محاضر " أ " جامعة الجليلي بونعاما (مشرفا)  
✓ د/ بغدادي بلال أستاذ محاضر " أ " جامعة الجليلي بونعاما (ممتحنا)

السنة الجامعية : 2020/2019

# إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لو لا أن هدانا الله الحمد لله على نعمة الإسلام  
والإيمان والعقل القرآن  
انه ليسعني في هذا المقام إلا أن أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع  
إلى التي حملتني وأرضعتني وأرشدتني ورعتني بدعواتها أُمي الغالية.  
إلى الشمعة التي تحترق كي تنير لي طريق العلم أبي العزيز،  
فسلاما لمن أخرجني بأروع معاني الحب وأصفى ينابيع الجنان والأمان أطل الله عمرهما  
وحفظهما لي.

إلى كل أخواتي منبع إلهامي وابتسامتي  
إلى كل الأصدقاء والزلاء في العمل  
وإلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد

## لمياء

# إهداء

أهدي ثمرة نجاحي و خلاصة جهدي العلمي  
إلى مثال الصبر و الإيمان إلى التي أضاءت درب حياتي و كانت دافعي إلى  
النجاح و المثابرة إلى بهجة قلبي و ريحانة دنياي " أمي الغالية " أطال الله في عمرها  
إلى الخلي و الحز شخص على قلبي ، قدوتي و مثلي الأعلى إلى تاج راسي  
الذي يتمنى لي دوام النجاح و العلا و الذي منه استمد قوتي " أبي العزيز "  
حفظه الله  
إلى من ساروا معي درب الأيام و كانوا لي مصدر الدعم و القوة إخوتي  
وأخواتي سدي في الحياة

إلى كل صديقاتي صبيبة ، زولا ، عبلة ، حورية ، نبيلة

إلى من ساعدوني في إنجاز هذا العمل

خاصة زميلتي لمياء

إلى من وسعتهم ذاكرتي و لم تسعهم مذكرتي

## نوال



# كلمة شكر

بادئ الأمر نشكر الله تعالى الذي منحنا القوة و أماننا على إتمام هذا العمل .

نشكر كل من ساعدتنا على إتمام هذا البحث و وقدمت لنا يد المساعدة و زودتنا

بالمعلومات ونخص بالذكر الأستاذ المحترم " سعيد منصور فؤاد " بإشرافه على هذا العمل .

كما نتقدم بجزيل الشكر أيضا إلى الأستاذ " خداوي عبد القادر " الذي قدم لنا يد المساعدة ولم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته و إلى كل الأساتذة الذين اثارو لنا سبيل المعرفة في مشوارنا الدراسي .

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية على تقديمهم لنا تسميلات ساعدتنا على إتمام هذا البحث و إلى كل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد في انجاز هذا العمل .



لازالت السياحة في المناطق الداخلية تعاني التهميش في ظل السياسات السياحية الوطنية المتعاقبة ، رغم اشمال هذه المناطق على مقومات و إمكانيات سياحية معتبرة ، والتي بحاجة إلى استراتيجيات طموحة لبلوغ سياحة مستدامة .

نسعى في هذا البحث إلى الوقوف على مدى إمكانية جعل هذه السياحة أداة للتنمية المحلية في أبعادها الثلاث الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، وهو يتطلب تثمين المقومات القائمة من غير تفريط في الاستثمارات و إقامة المشاريع السياحية ، والتي يأتي في مقدمتها مرافق الإيواء والمركبات والمخيمات والوكالات و المخيمات والحمامات المعدنية ومراكز الصناعات التقليدية وستكون لنا كلمة عن مشاكل التي يثيرها قطاع السياحة بالولاية والتي تعيق من تحقيق أهداف الإستدامة .

**الكلمات المفتاحية :** السياحة ،الخدمات السياحية ، السياحة المستدامة ،المقومات السياحية استراتيجية السياحة .

### Résumé:

Tourism in the interior regions continues to suffer marginalization in light of the successive national tourism policies, despite the fact that these regions contain significant tourism components and potentials, which need ambitious strategies to achieve sustainable tourism. In this research we seek to find out the extent to which this tourism can be made a tool for local development in its three economic, social and environmental dimensions, which requires the evaluation of the existing components without wasting investments and establishing tourism projects, which come in the forefront of accommodation facilities, vehicles, camps, agencies, mineral baths and industrial centers. Traditional. And we will have a word about the problems raised by the tourism sector in the state that hinder the achievement of sustainability goals.

**Key words:** tourism, tourism services, sustainable tourism, tourism components, tourism strategy

/	فهرس المحتويات
/	الإهداء
/	كلمة شكر
/	الملخص
/	الفهرس
/	قائمة الجداول
/	قائمة الأشكال
/	قائمة الاختصارات و الرموز
/	قائمة الملاحق

أ-ث	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة و التنمية المحلية</b>	
06	تمهيد
07	المبحث الأول : التسويق السياحي
07	المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي
08-07	أولاً: تعريف التسويق السياحي
09	ثانيا : خصائص التسويق السياحي
10-09	ثالثا : أهمية التسويق السياحي وأهدافه
11	المطلب الثاني: عناصر المزيج التسويق السياحي
13-11	أولاً : المنتج السياحي
15-14	ثانيا : تسعير المنتج السياحي
17-16	ثالثا : ترويج المنتج السياحي
19-18	رابعا : توزيع المنتج السياحي
20	المطلب الثالث : العناصر الثلاثة الإضافية الخاصة بالخدمة السياحية
20	أولاً : العامل البشري
21	ثانيا : العمليات السياحية
21	ثالثا : الشواهد المادية للخدمة السياحية
22	المبحث الثاني : مدخل للتنمية المحلية
22	المطلب الأول : مفاهيم حول التنمية المحلية



22	أولا :تعريف التنمية المحلية
23	ثانيا : مبادئ التنمية المحلية
24	ثالثا : أهداف التنمية المحلية
25-24	المطلب الثاني : ركائز التنمية الحلية
26-25	المطلب الثالث :عوائق التنمية المحلية
27	المبحث الثالث : الدراسات السابقة
28-27	المطلب الأول : الدراسات المتعلقة بالتسويق السياحي
30-28	المطلب الثاني : الدراسات المتعلقة بالتنمية المحلية
31	المطلب الثالث :القيمة المضافة
32	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني :الدراسة الميدانية لواقع التسويق السياحي لولاية عين الدفلى	
34	تمهيد
35	المبحث الأول : الواقع السياحي لولاية عين الدفلى
35	المطلب الأول : الإمكانيات السياحية لولاية عين الدفلى
35	أولا : التعريف بولاية عين الدفلى
35	ثانيا : هياكل النقل والمواصلات
38-36	ثالثا : أنواع السياحة بولاية عين الدفلى
41-39	رابعا: الحظيرة الفندقية
42	المطلب الثاني : التسيير و التأطير المحلي للنشاط السياحي بولاية عين الدفلى
43-42	أولا : لمحة عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى
44	المبحث الثاني :أثر البرامج والمشاريع السياحية في تحقيق التنمية المحلية بولاية عين الدفلى
44	المطلب الأول : موقع ولاية عين الدفلى ضمن مخططات التنمية الوطنية
47-45	المطلب الثاني : مشاريع الاستثمار السياحي المحلي بولاية عين الدفلى
52-48	المطلب الثالث : دور مديرية السياحة والصناعة في التنمية المحلية بولاية عين الدفلى
53	خلاصة الفصل الثاني
57-54	خاتمة
61-58	قائمة المراجع
70-62	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
09	الفرق بين التسويق السياحي والسلعي	1-1
36	خطوط النقل العمومي ما بين الولايات	1-2
39	تصنيف و عدد الفنادق في ولاية عين الدفلى	2-2
40	عدد الوكالات السياحية و الأسفار على مستوى ولاية عين الدفلى	3-2
41	عدد الدواوين الناشطة على مستوى ولاية عين الدفلى	4-2
46-45	المشاريع الاستثمارية السياحية الخاصة بولاية عين الدفلى	5-2
48-47	المشاريع الاستثمارية السياحية العمومية بولاية عين الدفلى	6-2

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
14	دورة حياة المنتج	1-1
15	العوامل المؤثرة في قرارات التسعير	2-1
42	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى	1-2
50	عدد المواقع السياحية المسجلة بولاية عين الدفلى	2-2

## قائمة المختصرات و الرموز

الرمز	الدلالة
SDAT	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

## قائمة الملاحق

الرقم	العنوان
01	نموذج عن استمارة الخاصة بإجراء المقابلة العلمية في الدراسة الميدانية التي شملت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى
02	مرافق الاستقبال بولاية عين الدفلى
03	المناطق السياحية والطبيعية على مستوى ولاية عين الدفلى
04	المعالم الأثرية و الدينية بولاية عين الدفلى
05	العقار السياحي على مستوى ولاية عين الدفلى
06	مناطق التوسع المتواجدة على مستوى ولاية عين الدفلى
07	الاستراتيجية المقترحة لتنمية قطاع السياحة بولاية عين الدفلى

تحتل السياحة اليوم موقعا متميزا ينافس قطاعي النفط والصناعة، من حيث مساهمتها في الناتج الوطني الإجمالي. وتطور مبدان التسويق، وظهور التسويق السياحي، تزايد الاهتمام بهذا القطاع الحساس خاصة إذا تدعم بمقومات جذب متميزة. هذا القطاع يشهد نموا متسارعا، كونه وسيلة للتعريف بالإرث الحضاري، فضلا عن مساهمته الكبيرة في توظيف الأيدي العاملة وأداة لارتقاء وتطوير المجتمع وتحديث سلوكياته وكذلك دوره تحسين الأداء الاقتصادي، والمساهمة في جذب العملة الصعبة.

وتعد الجزائر من بين الدول النامية التي تتمتع بثروات وموارد سياحية متنوعة، وثقافات تقاليد متعددة، بالإضافة إلى الحضارات العريقة التي مرت بها، مما يعزز الموروث السياحي. والوضع الاقتصادي الذي مما يحتم على الجزائر استغلال هذه الموارد السياحية والدفع بعجلة التنمية بشكل اسرع وتحقيق الأهداف المسطرة من خلال تطوير القطاع السياحي والاستفادة من الموارد السياحية وزيادة الوفورات.

ومن خلال ما تم سرده، ولتوضيح مدى أهمية الدور الذي يلعبه التسويق السياحي في تحقيق التنمية المحلية تم طرح الإشكالية الآتية:

**إلى أي مدى يمكن أن يساهم التسويق السياحي في إنعاش في التنمية المحلية بولاية عين**

**الدفلى؟**

تدرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية:

- ✓ ما هو النشاط السياحي وما مكانته في عملية التنمية المحلية ؟
- ✓ كيف يمكن للتسويق السياحي أن يساهم في تحسين مردودات قطاع السياحة بولاية عين الدفلى، وتعزيز التنمية المحلية ؟

**الفرضيات:**

للإجابة على التساؤلات السابقة الذكر يمكن صياغة الفرضيات الموالية:

- ✓ للتسويق السياحي دور مهم في ترقية الخدمات السياحية وتطوير القطاع السياحي وتعزيز مساهمته في التنمية المحلية.
- ✓ يوجد مجهودات مبذولة للدفع بعجلة التنمية المحلية والسياحية في ولاية عين الدفلى والوصول إلى تحقيق الاستدامة.

**أسباب اختيار الموضوع:**

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع منها:

- ✓ التخصص والميل الشخصي لهذا الموضوع ، والسعي من ورائه إلى ابراز الوجه السياحي للولاية والتسويق له.
- ✓ قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع .
- ✓ الوضع الاقتصادي الذي تعيشه الجزائر وضرورة تنويع مصادر الدخل، والاهتمام بالقطاعات البديلة لقطاع المحروقات وأهمها قطاع السياحة.

- ✓ تعتبر الجزائر من أغنى الدول بمقوماتها السياحية سواء الطبيعية منها أو التاريخية الحضارية أو الثقافية، وولاية عين الدفلى تعتبر من أهم الولايات الموجودة في قطب الامتياز، لما تزخر به من ثروات متنوعة.
- ✓ يعتبر موضوع التنمية المحلية ذو أهمية بالغة كونه الحجر الأساسي لتحقيق تنمية وطنية شاملة والتي تسمح بدورها للحاق بركب الدولة المتقدمة وكذا الاستغناء التدريجي على الريع النفطي باعتباره حاليا المورد الرئيسي لتمويل الاقتصاد .
- ✓ التوجه الجديد لسياسة الدولة والذي يولي أهمية كبيرة لقطاع السياحة، ويسعى إلى تمييزه وجعله صناعة تساهم في التجارة الدولية ويواجه المنافسة.

### أهداف الدراسة:

- الاجابة على الاشكالية المطروحة وكذا الاسئلة الفرعية المرافقة لها
- ✓ وضع إطار نظري عام يهدف إلى إبراز مفهوم السياحة والتسويق السياحي والتنمية المحلية.
- ✓ دراسة وتحليل العناصر الأساسية للتسويق السياحي بولاية عين الدفلى.
- ✓ محاولة دراسة و معرفة كيفية مساهمة التسويق السياحي في التنمية المحلية لولاية عين الدفلى .
- ✓ إثراء المكتبة الجامعية للبحوث الأكاديمية المتخصصة في مجال السياحة ودورها في التنمية مع محاولة لإعطاء إجابة عن علاقة التسويق السياحي بالتنمية المحلية .

### أهمية الدراسة:

- ✓ أصبحت السياحة في الوقت الحاضر من أهم الصناعات و أسرعها نموا في العالم ،مما زاد أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية لما تدره من فوائد إقتصادية من تدفق عملات أجنبية ، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي.
- ✓ إبراز دور الذي يمكن يلعبه التسويق السياحي بطريقة مباشرة وغير مباشرة في التنمية المحلية.
- ✓ كون التنمية المحلية أصبحت من المرتكزات الأساسية لعملية تحقيق و إرساء قواعد التنمية الاقتصادية.
- ✓ إمكانية استفادة الطلبة من الموضوع في بحوثهم العلمية والأكاديمية.

### حدود الدراسة :

تتحصر حدود الدراسة فيمايلي:

- ✓ **الحدود الزمنية:** طبقت الدراسة خلال فترة التريبص والتي دامت ثلاثة (03) أشهر .
- ✓ **الحدود المكانية:** يقتصر تطبيق الدراسة على مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى.
- ✓ **أداة الدراسة:** حيث اقتصرت الدراسة على تقديم احصائيات مقدمة من طرف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى.

### منهج الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور السياحة في إنعاش التنمية المحلية ، وما مدى مساهمة التسويق السياحي في تنمية هذه الأخيرة ، على مستوى ولاية عين الدفلى ، ولقد استخدمنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي باستخدام أداة التحليل الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما هي في الواقع ، بوصفها وصفا دقيقا و التعبير عنها كفيما و كميا، حيث يصف التعبير الكيفي على الظاهرة ويوضح خصائصها، بينما يعطي التعبير الكمي رقما يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها، ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى كما لا يتوقف عند جمع المعلومات الخاصة بالظاهرة لاستقصاء مظاهرها وعلاقاتها المختلفة، بل ليشمل التحليل والربط والتفسير للوصول إلى استنتاجات تبنى عليها جملة التوصيات المقترحة.

### صعوبات البحث :

✓ قلة المراجع والمصادر المتعلقة بالموضوع

✓ قلة المراجع و المصادر باللغة الفرنسية على الخصوص

### تقسيمات البحث:

من أجل تحليل إشكالية البحث والإجابة عن الأسئلة الفرعية المنبثقة عنها واختبار صحة الفرضيات

المطروحة والوصول إلى النتائج المرجوة ، قمنا بتقسيم بحثنا هذا إلى فصلين :

**الفصل الأول: الطرح النظري حول التسويق السياحي والتنمية المحلية**

**الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدراسة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى.**

الفصل الأول

الإطار النظري

للسياحة و التنمية المحلية

**تمهيد**

شغلت التنمية معظم الدول والحكومات حتى أصبحت هدفا من أهدافها الإستراتيجية ، وبتطور المجتمعات وتكاثر سكان الأرض وما تولد عنه من استنزاف للثروات وتخريب للموارد ، وتلوث بيئي نجمت عنه العديد من الأزمات خاصة الصحية منها ، وتدهور المستوى المعيشي للفرد ، دق العالم ناقوس الخطر و اجتمع على ضرورة تقنين الإستغلال و اعتماد الإستدامة في التنمية قصد تحقيق التوازن بين النمو الإجتماعي والإقتصادي وكذا البيئي. وفي هذا الإطار يعد السوق السياحي سوقا عملاقا جذابا ، يلعب دورا أساسيا في عملية التنمية وذلك راجع لما تحققه السياحة من آثار إيجابية تعود بالنفع على كافة المجتمع، حيث أصبحت السياحة اليوم تعد صناعة قائمة بذاتها، تتنافس القطاعات الأخرى بمساهماتها في الناتج القومي وبناء على ما تقدم سيتم التطرق في هذا الفصل للسياحة والتنمية المحلية:

**المبحث الأول : التسويق السياحي**

**المبحث الثاني : مدخل للتنمية المحلية**

**المبحث الثالث : الدراسات السابقة**

## المبحث الأول : التسويق السياحي

إن المكانة الكبيرة التي أصبحت السياحة تلعبها على المستوى العالمي لم تكن لتصل إلى هذه المرتبة لولا مستوى استعمال تقنيات التسويق السياحي ، كما تبرز أرقام المنظمة العالمية للسياحة حجم المنافسة الكبيرة لاستقطاب السياح خاصة بين الدول المتقدمة و الدول النامية أي بين دول تعتبر وجهة سياحية و تحوز على حجم كبير من الإيرادات السياحية تريد الحفاظ عليها و دول تمتلك مؤهلات سياحية تمكنها أن تكون أقطاب سياحية تستقطب السياح وهو ما عجل بظهور التسويق السياحي .

### المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي

التسويق السياحي جانب مهم من جوانب التسويق الخدمي، فهو إسقاط لفلسفة التسويق بصفة عامة و التسويق الخدمي على الخصوص على القطاع السياحي، و البحث في كيفية تسويقه بالصورة المناسبة ، و كغيره من أنواع التسويق المختلفة. و في هذا المطلب سنتطرق الى تعريف التسويق السياحي ومبادئ التسويق السياحي وأهميته وأهدافه.

### أولاً : تعريف التسويق السياحي

فقد كانت له مجموعة من التعاريف نتطرق فيما يلي :

العملية التي يمكن من خلالها خلق التوازن بين احتياجات السائحين وأهداف المؤسسة أو المنطقة السياحية.<sup>1</sup>

#### 1-تعريف محمد عبيدات " :

جميع الأنشطة و الجهود البشرية و أنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بقوة من قبل كل من مقدمي الخدمة السياحية أو عناصرها المختلفة و التي تعمل على زيادة سرور الراغب بالسياحة بجميع أشكالها و ألوانها و التي تعود بالنفع إلى المجتمع و تقوية الاقتصاد القومي بالنهاية.<sup>2</sup>

#### 2-تعريف بارتليس partles :

التسويق السياحي هو عملية موجهة نحو السائحين و تهدف الى تأمين و تلبية احتياجاتهم الاستهلاكية من خلال القنوات التوزيعية للمؤسسات السياحية المختلفة ، و التي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط أو قيود البيئة الخارجية التي تنشط فيها هاته المؤسسات السياحية .<sup>3</sup>

1-إبراهيم إسماعيل الحديد ، إدارة التسويق السياحي ،دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، ط1 ،الأردن ، 2010 ، ص 84

2-محمد عبيدات إبراهيم، التسويق السياحي-مدخل سلوكي-، دار وائل للنشر و الطباعة، الأردن، 2000 ، ص18 .

3-إياد عبد الفتاح النصور ،أسس التسويق الخدمات السياحية العلاجية ، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1 ، 2008 ، ص 42.



كما تم تعريف التسويق السياحي أيضا على أنه نشاط شامل ومتكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب السائح الدولي والمحلي لزيارة المناطق السياحية الدولية ، وتبدأ هذه الجهود بشكل مباشر من اعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين الى اتمام البرامج .<sup>1</sup>

### 3-تعريف Fyall :

التسويق السياحي نشاط متكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب انتباه السياح الدوليين و المحليين لزيارة المناطق السياحية بالدولة ، تبدأ هذه الجهود بشكل مباشر منذ إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السياح إلى إتمام هذه البرامج ، و لا يقتصر التسويق السياحي على مجرد تقديم الخدمات و البرامج السياحية و عرضها في الداخل و الخارج ، بل يجب أن يبدأ بدراسة الأسواق السياحية المصدرة و تحديد احتياجاتها من المنتج السياحي و التعرف على الفرص المتاحة إلى دراسة خصائص الزبائن و تلبية رغباتهم و احتياجاتهم بأعلى مستوى ممكن ، على أن لا ينتهي التسويق عند هذه المرحلة ، بل يجب أن يمتد إلى متابعتهم أثناء الرحلة السياحية و معرفة درجة رضاهم عنها و انطباعاتهم و المشكلات التي واجهتهم أثناءها.<sup>2</sup>

و لقد عرف أيضا " **Kolter & armstrong** " عام 1999 التسويق السياحي بأنه :

العملية التي يمكن من خلالها التوازن بين احتياجات السائحين و أهداف المؤسسة أو المنطقة السياحية.<sup>3</sup>  
**من هذه التعاريف ندرك أن التسويق السياحي** عامل أساسي لتحقيق التنمية السياحية في الدول وذلك لأنه يهتم بدراسة الأسواق السياحية و المنتجات السياحية، و فهم طبيعة و احتياجات السائحين و التأثير في قراراتهم الشرائية ، كما يهتم أيضا بتحديث المعلومات التسويقية المتوفرة و تحليل الظواهر المختلفة التي تطرأ عليه و العوامل الجديدة التي تؤثر فيه .وعليه فالتسويق السياحي ضروري لأي مؤسسة سياحية كي يجعلها قادرة على تحديد حاجات و رغبات السياح و دراسة سلوكهم و خلق الحاجة لديهم، و العمل على إشباعها بإنتاج سلع و خدمات سياحية حسب المواصفات و الجودة المناسبة ، و تقديمها للسياح في أحسن الظروف ، كما يسمح التسويق السياحي أيضا بمعرفة و التنبؤ لنوعية و طبيعة التطورات التي تطرأ على المحيط.

<sup>1</sup>صبري عبد السميع، **التسويق السياحي والفندقي** ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2006 ، ص 30 .

<sup>2</sup>- صبري عبد السميع ، **مرجع سابق**، ص31 .

<sup>3</sup>-لمياء السيد حنفي ، فتحى الشرقاوي، **الاتجاهات الحديثة في السياحة**، دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، مصر، 2008، ص32 .

## ثانيا :خصائص التسويق السياحي

يمكن التمييز بين التسويق السياحي والتسويق السلعي من خلال الخصائص في الجدول الموالي:

جدول رقم ( 1-1 ) : الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي

التسويق السلعي	التسويق السياحي
*يعتمد على بحث و دراسة حاجات المشترين ودوافعهم بهدف إنتاج وعرض السلع التي تتفق وهذه الحاجات والدوافع والرغبات.	*يقوم على إثارة الدوافع لدى السائحين المرتقبين.
* المعروض منها يتصف بالمرونة والقابلية للتغيير.	*يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بعدم المرونة وعدم قابلية التنفيذ في المدى القصير.
*تحقيق المبيعات المقدره خلال فترة زمنية معينة.	* التركيز على معالم البلد وزيادة حركة السياحة.
* التسويق السلعي يحقق المنفعة الزمنية والمكانية.	* المنتج السياحي موجود بطبيعته في كل وقت ومكان فالعملية التسويقية يمكن أن تتم في أي وقت.
*يحقق منفعة الحياة للسلع بمجرد انتقالها من المنتج أو البائع إلى المستهلك.	* لا يحقق منفعة الحياة لأن المنتج السياحي.
*العلاقة التي تكون المشتري والبائع الذي لا يكون في أغلب الأحيان منتج السلعة.	*يعتمد على العلاقة المباشرة بين المنتج والمستهيد من الخدمة السياحية ف شراء الخدمة السياحية يتطلب حضور المستهلك وتعامله مع مقدم الخدمة.

المصدر :إبراهيم إسماعيل الحديد ، التسويق السياحي ، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع ،ط1،الأردن ، 2010، ص89.

## ثالثا :أهمية التسويق السياحي وأهدافه

### 1-أهمية التسويق السياحي

لقد اكتسب التسويق السياحي منذ ظهوره أهمية كبرى ولازال كذلك في العصر الحالي مع انتشار مظاهر

العولمة وتطور تكنولوجيات الاتصال وتوسع التجارة الدولية ، وأمكن اختزال أهميته في النقاط التالية:<sup>1</sup>

أ-دراسة سلوك المستهلك :

إذا كان لدى المؤسسات السياحية دراية ومعرفة جيدة بسلوك المستهلكين يمكن دراسة مستوى ودرجة توقعاتهم،فتوقعات الأشخاص تتأثر بصورة مباشرة وغير مباشرة بتعدد أوجه المجتمع في مثل الدخل المتاح،مستوى التعليم...،مستوى التوقعات هذا يكون متغيرا ليس ثابتا بتغير الزمن مما يتطلب دراسات عميقة لسلوك وتوقعات المستهلكين(السائحين)يمكن إثارة اهتمام وجذب إنتباه السواح على التصرف بشكل إيجابي اتجاه المنطقة السياحية من خلال البرامج التسويقية الفعالة للمؤسسة السياحية.

<sup>1</sup> -R . BARETIE, Aspects économiques du tourisme, paris , presse universitaire de France, 1990 ,p 25

**ب- زيادة الفعالية التنظيمية للمؤسسة :**

إن المفهوم التسويقي الحديث يساعد المؤسسات السياحية في الحصول على الفعالية التنظيمية حيث يمكن تحويل المستهلكين المحتملين إلى سياح فعليين.

**ج-زيادة حدة التنافس :**

إن حدة التنافس بين الشركات السياحية موجودة مما يتطلب إيجاد خدمات متميزة لتلبية حاجات السياح حتى يتحصلوا على الخدمات با لأسعار المناسبة.

**د-تسهيل عملية تخطيط المنتج السياحي:**

يواجه السائح درجة عالية من عدم التأكد في الخدمات السياحية التي يتوقعها مما يتطلب جهد كبير في تخطيط وتطوير المنتج السياحي ، فعند التخطيط لعمل إنتاج سياحي من المهم أن يتم مراعاة مايلي: الصورة الذهنية التي يحملها السائح في ذهنه عن الموقع السياحي،التسهيلات المقدمة،خدمات الفنادق والمطاعم .

**و-تسهيل عملية تحديد الأسعار :**

إن عملية تحديد الأسعار عملية معقدة وتحتاج إلى دراسة مسبقة لعملية التسعير وإلى مراجعة سياسات المؤسسات السياحية المنافسة كما يجب على أصحاب العمل أن يكونوا على دراية كاملة بالظروف المتغيرة في السوق ،مع العلم ان السعر يؤثر بصورة كبيرة على المستهلك فهو يعدّ من القوى الحاكمة الناهضة وراء نجاح الكثير من المشروعات.

**هـ-تطوير عملية الترويج :**

يمثل الترويج ذلك الجزء من الإتصالات الذي يهدف إلى إعلام وإقناع وتذكرة المستهلكين بالسلع والخدمات المنتجة والتأثير فيهم لقبول وإستخدام هذه المنتجات، وبهذا المعنى فإن الإستراتيجيات التسويقية تلعب دورا هاما في التأثير على المستهلك، ولزيادة نسبة الطلب السياحي فعلى المؤسسة التسويقية تهيل عمليات أخذ القرارات الترويجية ومنه تصبح الإعلانات التجارية والحملات الدعائية ذات أهمية بارزة بحيث أثرت هذه الأخيرة على المستهلك فإن عملية تحويل المستهلكين المستهدفين إلى مستهلكين حقيقيين تصبح جدّ مهمة وتشمل نطاق واسع في صناعة السياحة يكون المستهلك في وضع حساس فمن الضروري أن تكون القرارات الترويجية مبدعة وحساسة وهذا ما يعني أن عملية الترويج مرتبطة إرتباطا وثيقا مع المستهلك .

**2-أهداف التسويق السياحي**

هناك عدة أهداف للتسويق السياحي يمكن ذكرها في النقاط الموالية:

**1-الأهداف القصيرة الأجل :** وهي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية ، وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو الإيرادات خلال فترة قصيرة لا تتعدى سنة أو سنتين<sup>1</sup> .

<sup>1</sup>إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سابق ، ص 8 .

2-الأهداف المتنوعة : ويقصد بها الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها المنشآت السياحية المختلفة مثل :

\*تحقيق الرضا وإشباع الحاجات من خلال تحسين مستوى الخدمات؛

\*زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية؛

\*التوسع وفتح أسواق جديدة.

وهناك أهداف أخرى للتسويق السياحي وهي الأهداف المشتركة والأهداف الخاصة :

3-الأهداف المشتركة : وهي التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات كالسمعة الطيبة وتوفير خدمات عالية الجودة...إلخ.

4-الأهداف الخاصة : وتعتبر هذه الأهداف حكرًا على منشآت معينة بشكل خاص كاحتكار سوق سياحي معين، تمييز الخدمات السياحية...إلخ.

### المطلب الثاني :عناصر المزيج التسويقي

#### أولاً : المنتج السياحي

يعتبر من أهم السياسات التسويقية على الإطلاق لكونها تلعب دوراً هاماً في تصميم عرض المؤسسة، وبالتالي في نجاح العملية التسويقية في مجال النشاط السياحي.

يعرف المنتج بأنه" النشاطات التي تكون غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل وتوفير إشباع الرغبات والحاجات، وليست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو خدمة أخرى، وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية.<sup>1</sup>

كما يمكن تعريفه بأنه" مجموعة من الخدمات السياحية الأساسية والخدمات الأخرى المكملة والمساعدة على أداء الخدمات السياحية بأحسن جودة وفعالية ، فهو منتج غير ملموس يحتاج إلى منتجات ملموسة ضرورية لأداء هذه الخدمة.<sup>2</sup>

1- مكونات المنتج السياحي :يتكون من مجموعة من العناصر الأساسية هي<sup>3</sup> :

1-1-العناصر الرمزية :للبلد السياحي أو الموقع السياحي، المقصد السياحي؛

2-2- العناصر المادية الملموسة :كالفنادق،...

3-3- العناصر الشكلية والخدمات المساعدة :كخدمات النقل، المرشدين....

<sup>1</sup>-مروان أبو رحمة وآخرون، تسويق الخدمات السياحية ، دار البركة، ط 1، الأردن، 2001 ، ص 13 .

<sup>2</sup>-مختفي حميدة، العيداني إيمان، نحو نظرة استشرافية لتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية، كلية العلوم الإقتصادية ، جامعة البويرة، 2015 ، ص 07 .

<sup>3</sup>-محمد عبيدات، مرجع سيق نكرو، ص73 .

## 2- جودة المنتج السياحي :

عرفت المنظمة العالمية للسياحة الجودة السياحية بأنها " نتيجة لعملية تتضمن تلبية احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر مقبول، بحيث تكون مطابقة مع الشروط التعاقدية المتفق عليها ومحددات الجودة الشاملة بذلك مثل السلامة والأمن العامتين، سهولة الوصول، الشفافية، الأصالة وتجانس النشاط السياحي المعني مع بيئته البشرية والطبيعية".<sup>1</sup>

## 3- خصائص المنتج السياحي

للمنتج السياحي عدة خصائص نذكر من بينها:

أ - المنتج السياحي غير ملموس:

بما أن الخدمات غير مادية و غير ملموسة، فمن المستحيل رؤيتها بالنسبة للزبائن لذا يتطلب التسويق السياحي قدرات و مهارات تسويقية معينة تفوق في بعض الأوقات القدرات و المهارات التسويقية التي يطلبها التسويق المادي والسلع الملموسة ، لذلك فان المنتج السياحي يتميز بصفات خاصة فهو غير ملموس لذا يتطلب اهتمام خاص.<sup>2</sup>

## ب - تكامل المنتج السياحي

يتكون المنتج السياحي من عدد من الخدمات السياحية الفرعية المت اربطة و المتكاملة و التي نتصف بصعوبة قابليتها للتجزئة و التقسيم و الانفصال .فهي مزيج متكامل حتى يحقق الهدف منها خاصة ان الاهتمام الرئيسي للتسويق السياحي هو تحقيق و خلق المنافع التي هي محور النشاط التسويقي وركيزته الأساسية<sup>3</sup> .

## ج - الاعتماد على العناصر الطبيعية و البشرية :

يعتمد المنتج السياحي على عنصرين أساسيين:

\*العناصر الطبيعية: تشمل الموقع الجغرافي ، جمال الطبيعة، و طبيعة الأرض واعتدال الطقس ، التاريخ، المعالم الأثرية و المعالم الطبيعية.... الخ.

\*العناصر البشرية: ان العنصر البشري يضم الخدمات المختلفة التي يقدمها المقصد السياحي مثل خدمات الإقامة و النقل و الارشاد السياحي و الترفيه الى غير ذلك من الخدمات التي يبخل فيها العنصر البشري بشكل رئيسي. لذلك فان معرفة طبيعة وخصائص المنتج السياحي التي تتفق مع رغبات و قدرات السائحين من خلال برنامج سياحي يحقق كل هذه الأهداف.

<sup>1</sup> -أحمد قايد نوالدين وسهام شاوش أخوان، إدارة الجودة في القطاع السياحي في الجزائر ، مجلة التنمية الاقتصادية، ع1 ، جامعة الوادي ، 2016 ، ص 159 .

<sup>2</sup>-عرب عبد العزيز، استراتيجيات تسويق الخدمات السياحية انعكاساتها على الاقتصاد الوطني ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2011، ص60 .

<sup>3</sup>-عصام حسن السعيد ، التسويق و الترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، دار الراية ، عمان الاردن، 2008 ، ص 18 .

## ت - تنوع المنتج السياحي

يختلف المنتج السياحي لتعدد رغبات و اتجاهات تبعا لميول السائحين و احتياجاتهم فان المخططيين السياحيين يسعون دائما الى تصميم البرامج السياحية ، التي تلائم كل شريحة من شرائح السوق السياحي لتحقيق الاشباع الكامل الذي من أجله قرر السائحون زيارة هذا المقصد السياحي.<sup>1</sup>

## ث - عدم إمكانية انتاج المنتج السياحي مسبقا :

حيث يتم انتاجه و استخدامه أو استهلاكه في الموقع الذي يتواجد فيه السائح ، أي أنه غير قابل للنقل من مكانه الى مكان آخر بنفس النوعية و الجودة.<sup>2</sup>

## 4- دورة حياة المنتج السياحي

تمر كل المنتجات سواء السلع أو الخدمات بدورة حياة تختلف من دولة إلى أخرى ، ومن منتج لأخر دورة حياة المنتج السياحي حسب كوتلر :هي وصف للخطوات التي يمر بها المنتج عبر مبيعاته المحققة و وصف التهديدات و الفرص التي يواجهها المنتج و الأرباح المحتملة في كل مرحلة من مراحل حياة المنتج. أي هي وصف لحالة المنتج أكثر من كونها استعراضا لتاريخ حياته، و مفهوم دورة حياة المنتج تقوم على قاعدة تقول أن المنتج السياحي يمر بأربعة مراحل عبر الزمن.<sup>3</sup> وتتمثل هذه المراحل الأربع فيما يلي :<sup>4</sup>

1-مرحلة التقديم :وهي مرحلة طرح المنتج لأول مرة وتتميز هذه المرحلة بمبيعات بطيئة وأرباح قليلة.

2-مرحلة النمو :تطور ملحوظ في حجم المبيعات، تلبية حاجات ورغبات الزبائن وهنا تبدأ المنافسة في الدخول إلى سوق المنتج.

3-مرحلة النضج :المرحلة الأطول في حياة المنتج ، والأهم بالنسبة لعناصر المزيج التسويقي.

4-مرحلة الانحدار :نقص متزايد في حجم المبيعات ظهور منتجات جديدة، الأرباح منخفضة .

والشكل الموالي يوضح دورة حياة المنتج السياحي:

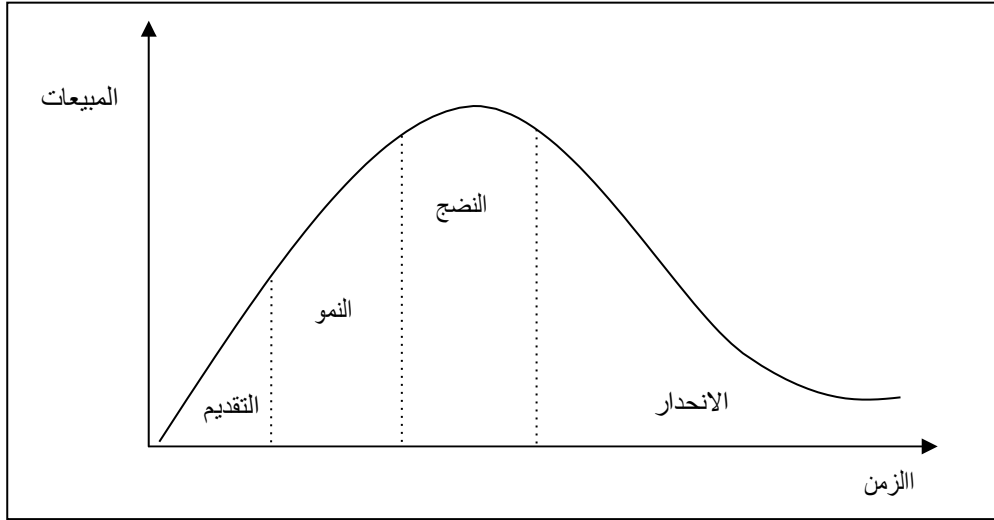
<sup>1</sup>-احمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء لنديا للطبعات و النشر الإسكندرية،2002، ص 76 .

<sup>2</sup>- مباركة بلاطة ، خالد كواش، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ع 04 ، جامعة سطيف،2005 ، ص 154 .

<sup>3</sup>-المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم تطوير المناهج ، سفر و سياحة، المملكة العربية السعودية، ص 32 .

4- لمياء السيد حنفي ، فتحي الشراوي ،مرجع سابق ، ص 55 .

الشكل رقم (1-1) : دورة حياة المنتج السياحي



المصدر: لمياء السيد حفني، فتحي الشرقاوي، التسويق السياحي، دار المعرفة الجامعية، ط1، الإسكندرية، 2009، ص 56.

## ثانيا : تسعير المنتج السياحي

يمكن تعريف السعر السياحي على انه " كل ما ينفقه السائح من اجل الحصول على خدمة سياحية معينة و يظهر من خلال خدمات الإقامة و الإيواء و النقل السياحي ".<sup>1</sup>

و يعد التسعير السياحي احد العمليات المؤثرة في العمل السياحي و عنصر هام من عناصر المزيج التسويقي السياحي لما له من تأثير على الحركة السياحية بشكل مباشر، حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات متاحة لذلك فان سلوك و قرارات السائح ترتبط دائما بتسعيرة هذه الخدمات، فالأسعار المناسبة في حد ذاتها وسيلة تسويقية فعالة ومؤثرة في تنشيط الطلب السياحي حيث أنها كلما كانت في متناول و مقدرة عدد كبير من شرائح السوق السياحي كلما كانت أكثر فعالية و ايجابية في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين و التي تهتم بالأسعار بشكل خاص، ولا يغيب عن الأذهان أن بعض الدول أو الأسواق السياحية إلى جانب اهتمامها بالسعر في هذه الحالة بالسعر الأمثل وهو المناسب الذي يمكن به بيع اكبر عدد ممكن من البرامج السياحية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>-فؤادة عبد المنعم البكري، التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية، مرجع سابق، ص 22 .

<sup>2</sup>- إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص 95 .

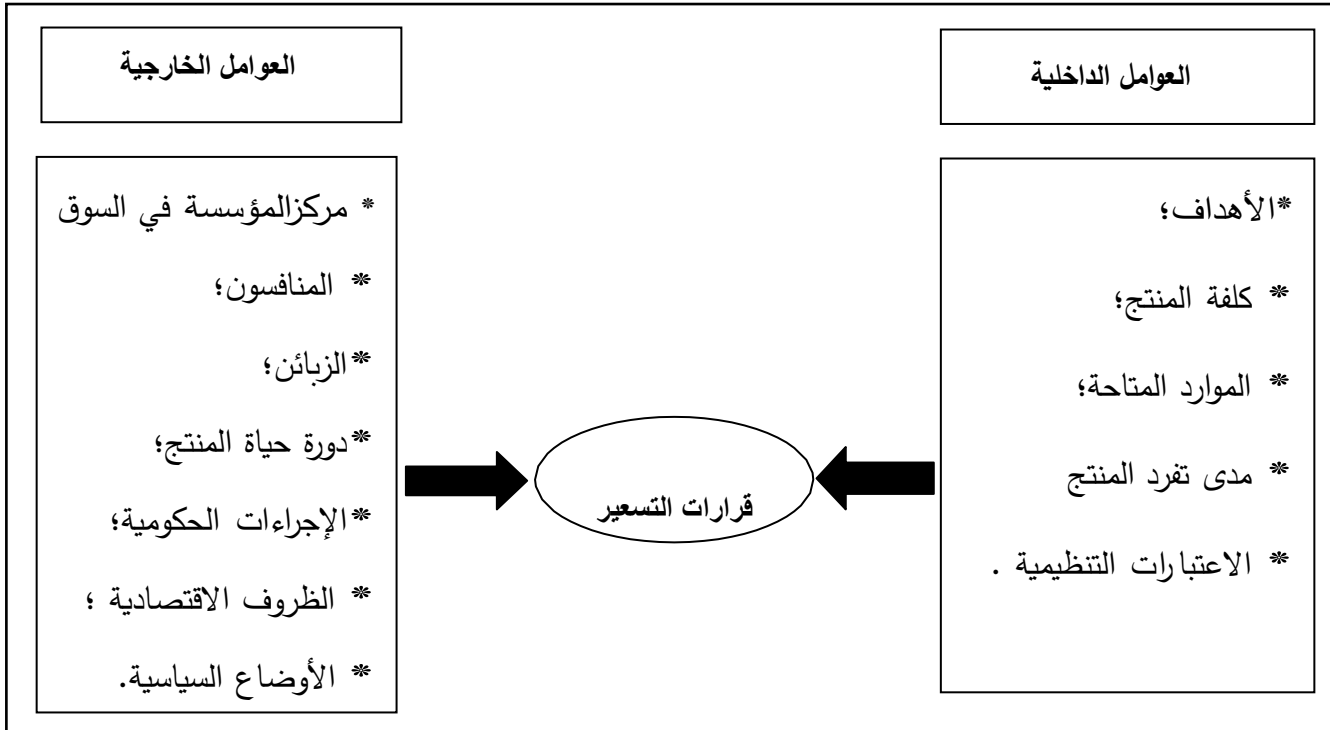
## 1- طرق تسعير المنتج السياحي :

هناك العديد من الطرق المعتمدة في تسعير المنتجات السياحية فيما يلي:<sup>1</sup>

- ✓ **التسعير على أساس التكلفة:** حيث يحدد السعر وفق هذه الطريقة انطلاقاً من تكلفة المنتج التي يجب في كل الحالات أن تكون اقل من سعر البيع.
- ✓ **التسعير حسب الطلب:**و يحدد السعر هنا على أساس ليس له علاقة بالتكلفة و إنما بحجم الطلب على المنتج السياحي فإذا كان الطلب مرتفع فيرتفع معه السعر و العكس صحيح و على الإدارة التسويقية تقدير حجم الطلب تحت المستويات المختلفة للأسعار و اختيار السعر الذي يحقق حجم المبيعات المرغوبة و الذي يحقق أقصى الإيرادات و الأرباح.
- ✓ **التسعير حسب المنافسة:** الطريقة الثالثة المعتمدة في التسعير، و حسب هذه الطريقة لا ينظر إلى التكلفة الإجمالية للإنتاج و إنما إلى سياسات التسعير التي يتبعها المنافسون في السوق و تستخدم هذه الطريقة عندما تكون السلع في السوق متشابهة من وجهة نظر المستهلك و تركيزه على السعر كعامل رئيسي لمواجهة أسعار مختلف العلامات التجارية للمنافسة.

## 2-العوامل المؤثرة على قرارات التسعير

تتمثل العوامل المؤثرة في قرارات التسعير في عوامل داخلية و خارجية والشكل الموالي يوضح ذلك :



شكل رقم (1-2): العوامل المؤثرة على قرارات التسعير

<sup>1</sup>-اسعد حماد أبو رمان و أبي سعيد الديوه جي، التسويق السياحي و الفندقى المفاهيم و الأسس العلمية، مرجع سابق، ص63



المصدر : علي رضا الجياشي ، التسعير مدخل تسويقي ، دار جهينة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2013 ، ص 58 .

### ثالثا : ترويج المنتج السياحي

من أهم عناصر الترويج السياحي البيع، العلاقات العامة، الإعلان، الدعاية يجب إعطاء أهمية خاصة لإعداد البرامج الترويجية آخذين بالاعتبار الاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا المجال، ومدى توفر الموارد المالية وأهمية العناصر الترويجية المختلفة ومدى تأثيرها وكذلك التوافق ما بين الترويج و باقي عناصر المزيج التسويقي للنشاط السياحي.

لللمة المنقولة أثر كبير في الترويج السياحي، ويطلق على اللمة المنقولة **mouth-of word** ، رجل البيع المتخفي **hidden force** نظرا لفعاليتها ومصداقيتها الكبيرة كونها تصدر من طرف محايد، كما أن العلاقات العامة لها دور كبير في عملية الإعلام السياحي، الاستفهام و التنسيق في الإعلان يجب الاهتمام بمفهوم آيدا \* AIDA<sup>1</sup> من خلال تصميم البرامج الإعلانية التي تستطيع جلب الانتباه و الحياة على اهتمام السياح، وتعزيز الرغبة وتحريك التصرف لدى السوق السياحي المستهدف، أما البيع المباشر فيعتبر في أغلب الحالات من أفضل الأساليب الترويجية كونه يعني وجود علاقة مباشرة وجها لوجه ما بين المنظمة السياحية و السائح ويمكن الحصول على ردود أفعال السياح و توقعاتهم من خلال هذا الأسلوب الفعال.

### 1- استراتيجيات الترويج السياحي:

يعتمد الترويج السياحي على إستراتيجيتين يمكن إتباعهما للتأثير على الجمهور المستهدف وهما<sup>2</sup> :

#### أ- إستراتيجية الجذب : The Pull Strategy

تهدف هذه الإستراتيجية إلى جذب السائح وإقناعه بزيارة المقصد السياحي بحيث يترتب على ذلك وجود طلب سياحي فعال، وتعتمد هذه الإستراتيجية على الإعلان واسع الإنتشار والذي يتم توجيهه إلى السائح المحتمل ويترتب على إتباع هذه الإستراتيجية زيادة الإنفاق على الإعلان وخاصة في الوسائل الواسعة الإنتشار مثل القنوات الفضائية، وتقل هنا أهمية البيع الشخصي .

#### ب- إستراتيجية الدفع : The Push Strategy

<sup>1</sup> - \* يدل مصطلح AIDA على سلسلة الظروف النفسية التي يمر بها الزبون قبل أن يقوم بالشراء الفعلي أو على الظروف النفسية للسوق الذي تم استهدافه ويهدف إلى زيادة مستوى الوعي .و يدل المصطلح على مراحل أربعة Awareness : الوعي **Interest** - الاهتمام **Desire** - الرغبة **Action** - الفعل أو الشراء .تستفيد الشركة من هذا المصطلح في تعريف السياسة الإعلامية و الترويجية المناسبة لحالة السوق النفسية بالنسبة للشركة و خدماتها .فبدائية لا بد من نقل السوق إلى حالة الوعي بتعريف بالشركة و خدماتها . عندما يصبح السوق بحالة وعي يتم نقله للإهتمام بإعطائه المزيد من المعلومات و تعريفه بميزات التعامل مع الشركة .إذا وصل الزبون إلى مرحلة الرغبة بالتعامل مع الشركة تقوم الشركة بإعطائه بعض العروض لنقله لمرحلة الشراء الفعلي.

<sup>2</sup> طه أحمد عبید، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010 ، ص 70 .

تعتمد على الوسائل الشخصية مثل البيع الشخصي والعلاقات العامة بدرجة كبيرة، حيث تتم محاولة إقناع منظمي الرحلات السياحية بالتعامل مع المقصد السياحي والحصول على تأكيدات بذلك التعامل، وهم بدورهم سوف يقومون بالترويج للمقصد السياحي لدى وكلائهم أو لدى شركات سياحية أخرى.

**2- إضافة إلى العناصر الأربعة للمزيج التسويقي التي ذكرناها نجد 05 عناصر إضافية وهي كالتالي:**

**2-1- العامل الفيزيائي (الدعم المادي) :**

يستطيع أن يحقق الدعم المادي نوعين من الكفاءات ، كفاءة تقنية كاستعمال ماكينات الصرف الآلي لتوزيع الأوراق النقدية واستعمال الكمبيوتر للحجوزات واقتطاع تذاكر السفر وغيرها، من الوسائل التكنولوجية المتطورة وكفاءة فنية (جمالية) التي تجعل من الخدمة ذات جودة أكثر.

في صدد الحديث عن الدعم المادي كان علينا أن نتحدث عن أثر التكنولوجيات الحديثة على الخدمات، فالمؤسسات الخدماتية تتوجه إلى استعمال متزايد من التكنولوجيا كالمؤسسات التي تضع تحت تصرف زبائنها خدمات بدون انقطاع 24 / 24 سا كالشراء بالهاتف أو بالشبكة العنكبوتية الإنترنت، أو الفاكس... إلخ<sup>1</sup>.

**2-2- الزبون :**

كما سبق و أن ذكرنا أنه من مميزات الخدمات السياحية عدم انفصال إنتاج الخدمة عن استهلاكها وعليه فإن مشاركة الزبون أمر ضروري.

**2-3- المشاركون (الأعوان) :**

العون هو العنصر الأساس ي لنظام إنتاج الخدمة فهو الشخص الذي يكون على اتصال دائم مع الزبائن أثناء إنتاج وتقديم الخدمة.

إن لكل هذه العناصر السبعة (منتج- تسعير- توزيع- ترويج- الدعم المادي- الزبون- المشاركون) أثر على تقديم خدمة ذات جودة، وهذه الأخيرة تؤثر بدرجة كبيرة على سلوك المستهلك، دون أن ننسى أن جودة الخدمة هي عبارة عن " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة"<sup>2</sup>

**2-4- البرمجة:**

أي التخطيط، وهو مخطط النشاطات السياحية المعمول به من طرف المنظمات السياحية، لتحقيق أهدافها المحددة، وهذا المخطط مجاله واسع و ذلك راجع لعدة عوامل مؤثرة على السياحة.

**3-5- التموضع:**

يمثل الاختيار الاستراتيجي الذي يحاول إعطاء عرض منتج أو علامة أو معلومة في أحسن وجه، مختلفة وجذابة في السوق ، وفي رأي وفكر السائح ، فمفهومه يحدد وضعية عرض المنتجات التي تمكن من قبول ورضا السياح وتمكن من المنافسة في السوق السياحية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-إياد عبد الفتاح النصور، مرجع سابق، ص: 42.

<sup>2</sup> -عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر ، القاهرة، ط 1 ، 1999 ، ص 337 .

### رابعاً : توزيع المنتج السياحي

من الضروري أن يكون نظام التوزيع السياحي فعال، إيجابي وديناميكي لتجاوز الفجوة ما بين المنتج السياحي والسائح المستهدف وتقديمه له بالوقت المناسب، والتكاليف المناسبة والصورة الذهنية المرغوبة وتسهيل عملية الحصول على الخدمات السياحية.

التوزيع هو أحد عناصر المزيج التسويقي ويعرف على أنه " كافة الأنشطة التي يتم ممارستها من قبل كافة الأطراف ذات الصلة من أجل أن يتاح للسائح ما يريده من منافع مكانية وزمانية وغيرها بالوقت والوضع المناسب له<sup>2</sup> "

إلا أن نظام التوزيع في الخدمات السياحية يختلف عن نظام التوزيع في الصناعات الأخرى، حيث أنه لا يوجد توزيع عملية لأن المنتجات السياحية لا يمكن وضعها ضمن نطاق التصنيع، وبالتالي شحنها للمسافرين أو العملاء أو حتى تخزينها في المخازن لأجل بيعها في المستقبل. إلا أن سوق الخدمة يولي إهتماماً أقل لإعتبارات النقل والشحن وذلك لطبيعة التلازم بين الإنتاج والإستهلاك، ويوجد في صناعة السياحة العديد من الوسطاء على عكس ما هو موجود في الصناعات الأخرى ولهم تأثير كبير على المسافرين وعلى قراراتهم، ويعتبر الدور الرئيسي للوسيط السياحي هو في العروض المتكاملة التي من المفروض أن تؤدي خدمات تناسب مع رغبات وإحتياجات وتوقعات العملاء، وكوكالات السياحة والسفر التي تقوم بحجز المقاعد بالطائرة...إلخ.

### - طرق توزيع المنتج السياحي :

هناك أسلوبان لتوزيع المنتج السياحي هما المباشر و غير المباشر :

#### أ-التوزيع المباشر :

حيث تقوم المؤسسة السياحية بالاتصال المباشر بالسياح محاولة إقناعهم بشراء برامجها السياحية، وذلك من خلال وسائل الاتصال المتعارف عليها :رسالة، برقية، فاكس، أو عن طرق الحضور الشخصي للسائح، أو بواسطة فروع خاصة بالمؤسسة، أو المعارض السياحية.

#### ب-التوزيع غير المباشر :

<sup>1</sup> -DJEBBARI Souad ,mémoire pour l'obtention du magister ,L'application du marketing touristique en Algérie –cas de la région de Tamanrasset ,université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID , faculté des sciences économiques et sciences de gestion , 2008-2009.p .p112.114.

<sup>2</sup>مسكني عبد الحافظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحية، جامعة قسنطينة 2009 ، ص 90 .

يقصد به استعانة المؤسسة السياحية بالوسطاء لتوزيع منتجاتها السياحية و لها أشكال عدة منها :وكالات السياحة السفر، منظمو الرحلات السياحية، ممثلو مبيعات الفنادق، أنظمة الحجز وأنظمة التوزيع الالكترونية، الاتحادات و الجمعيات الحكومية.ومن الوسطاء ما يلي:

### ج-وكالات السياحة و السفر :

تلعب وكالات السياحة و دورا كبيرا كوسيط بين المسافرين و شركات النقل الجوي و كذلك بين السياح و المؤسسات الفندقية، و التوكيل السياحي هو عبارة عن مؤسسة تقدم خدمات و تنظم رحلات كما تقوم ببيع تذاكر وسائل النقل مثل : الطيران ، البواخر، حجز غرف الفنادق، تأجير السيارات... الخ. و من مهام الوكيل السياحي ما يلي:

\*يقوم ببيع ما تنتج المؤسسات السياحية و الفنادق و مؤسسات النقل مقابل عمولة،

\*تقديم المعلومات للسياح، و المنتج السياحي، بأسلوب مقنع و مؤثر؛

\*تحضير برامج و مخططات الرحلات السياحية و تزويد السياح بها؛

\*الاتصال مع مقدم الخدمات مثل الفنادق و المواصلات لتمكن السياح من الاختيار؛

\*تخطيط الرحلة و تكاليفها و إدارة تذاكر السفر و توفير عملة البلد المحلية و الشبكات السياحية، التامين

سواء كان على الحياة أو على ممتلكات السياح أثناء السفر...الخ، و تعتبر الوكالة السياحة تجار التجزئة، أما منظمو الرحلات هم تجار الجملة.

### د-منظمو الرحلات :

إن طبيعة عمل منظمي الرحلات عي القيام بعملية تجميع المعلومات لإعداد رحلة موجهة إلى سوق المتعة أو لاغراض التسلية و السفر، و هذه الرحلة تتضمن عادة النقل جوا و الإقامة أو الإيواء، و في بعض الحالات تشمل وجبات الطعام و النقل البري و خدمات تسلية و ترفيه، و بعد إتمام جميع إجراءات الرحلة من قبل منظمي الرحلات تأتي المرحلة الثانية ألا وهي الاتصال بتجار التجزئة أي وكالات السياحة و السفر للمباشرة ببيع هذه الرحلة الشاملة للسياح لقاء عمولة ، وهنا لا بد من التنويه إلى أن نسبة كبيرة من السياح يفضلون الانتفاع من هذه الرحلات الشاملة لكونها اقل تكلفة و اقل جهدا إضافة إلى كونها ممتعة من خلال البرامج الترفيهية التي تتخلل الرحلة وبنفس الوقت ذات طابع اجتماعي و ثقافي<sup>1</sup> .

### و-ممثلو أو مندوبو الفنادق :

يقوموا بتمثيل الفنادق في السوق الداخلية أو خارج الوطن، وكذا بيع غرف الفنادق و الخدمات المكملة الأخرى، و يطبق هذا الأسلوب في معظم السلاسل الفندقية العالمية و يشترط على ممثل الفندق ألا يكون ممثل لفندق آخر في نفس الوقت، و يتقاضى عمولة أو راتب شهري أو كلاهما معا.

<sup>1</sup>-حميد عبد النبي الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، دار اليازوري لنشر و الطباعة و التوزيع، الاردن، 2013 ،

## هـ-الاتحادات و الجمعيات السياحية الحكومية:

تلعب الاتحادات و الجمعيات السياحية الحكومية دورا هاما في عمليتي الترويج و التوزيع داخل و خارج البلد نظرا لما تمتلكه من بيانات و معلومات تفصيلية عن مقومات الجذب السياحي للبلد و كذلك الخدمات الفندقية و عليه يتطلب من السلاسل الفندقية التعاون و التنسيق معها بشأن الغرف و الخدمات الأخرى.<sup>1</sup>

## المطلب الثالث : العناصر الثلاثة الإضافية الخاصة بالخدمة السياحية

تتطلب الخدمات خاصة الخدمات السياحية بخصائصها التي تميزها عن السلع ، عناصر إضافية للمزيج التسويقي التقليدي وتتمثل في العنصر المادي والبشري والعمليات.

## أولا :العامل البشري

يعتبر العنصر البشري محور أساسي الذي يدور حوله النشاط السياحي في كل مرحله المختلفة ، وهو من أهم عناصر المزيج التسويقي فالعاملين هم أداة الاتصال التي يعرض ويقدم من خلالها مزيج الخدمة فالعمالة السياحية هدف من أهداف التنمية السياحية وتحتاج إلى كثير من الاهتمام لتدريبها وتطويرها، ولا بد من توفر مجموعة من الخصائص في العامل البشري حتى يؤدي مهامه على أكمل وجه :

- ✓ الكفاءة المهنية لأن العامل البشري يعتبر أحد وسائل الترويج للخدمة السياحية؛
- ✓ المظهر الجيد واللائق لاستقبال الزبائن ، وهو يعتبر أحد العناصر المعبرة عن جودة الخدمة السياحية؛
- ✓ الاهتمام به وتنمية قدراته وتطويرها عن طريق التدريب المستمر؛
- ✓ التحفيز من أجل زيادة طاقة العامل ، سواء عن طريق المكافآت المالية والمادية والمعنوية<sup>2</sup>.

## ثانيا :العمليات السياحية

يقصد بالعملية السياحية كافة التعاملات مع السائح وسلوك العاملين في المجال السياحي وتأثيره على شعور السائح بالرضا .والصورة التي يكونها عن الأماكن تعتبر بمثابة دوافع قوية للقيام بتكرار الزيارة مرة أخرى<sup>3</sup> . ولهذا لا بد أن تتميز العمليات السياحية بما يلي<sup>4</sup>:

- \*الاهتمام بتقليل وقت انتظار الزبون و تسهيل عمليات الحجز حتى يبني انطباع جيد عن المؤسسة .
- \*الالتزام بالمواعيد التي تم تحديدها إذا تم الحجز بطريقة غير مباشرة .
- \*تحقيق أهداف المؤسسة الربحية مع مراعاة الاهتمام بالزبون و تقديم الأحسن قصد المحافظة .

<sup>1</sup>-مروان أبو رحمة وآخرون، مرجع سابق، سنة 2016 ، ص: 111، 112 .

<sup>2</sup>- إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سابق ، ص 93 .

<sup>3</sup>-خالد مقابلة ، علاء السرابي ، التسويق السياحي الحديث ، دار وائل للنشر، 2000، ص 28 .

<sup>4</sup>-لمياء السيد حنفي، مرجع سابق ،ص 119 .

\*بناء صورة جيدة عن المؤسسة لدى الزبون مما له من تأثير على الغير من خلال علاقاته إذ يمكن اعتباره أداة ترويج .

### ثالثا :الشواهد المادية للخدمة السياحية

هناك مجموعة من المكونات التي توفرها الدولة أو المؤسسة السياحية أو الفندقية ، لجعل شكل الخدمة أقرب للعملاء ولجعلها أكثر تميزا بالنسبة للمنافسين .

ومثال على ذلك الموقع الذي يعرض الخدمة ويجهزها بتمايز من الخارج والداخل ، بحيث تبدو أكثر جاذبية و تأثيرا في العميل وفي الارتفاع بمستوى توقعاته عن الخدمة التي يقدمها المنافس .وكذلك مدى ملائمة المقابل الذي يدفعه العميل و الأفراد الذين يتصل بهم قبل وأثناء وبعد تلقيه الخدمات وتجربتها .  
ويعتبر التصميم الخارجي لمبنى المؤسسة السياحية من العناصر في تسويق مزيج الخدمات الذي تقدمه ، وذلك راجع لأن<sup>1</sup>:

➤ جعل مزيج الخدمة محسوسا بدرجة أكبر ، ومن ثم يمكنهم التعرف على مكوناته وتقييمها بطريقة أفضل بالإضافة إلى جعله مميذا؛

➤ وسيلة لاتخاذ قرار الاختيار المبدئي من خلال توقعاته عن البيئة الداخلية التي يعكسها في ذهنه مبنى المؤسسة السياحية ومن ثم يصبح المبنى هو مفتاح العميل المحتمل لتقليل خطر الاختيار الخطأ؛

➤ ويمكن تدعيم المظهر الخارجي بالمناخ الداخلي بدءا بالديكورات ، الأثاث ، والإضاءة واللوحات الإلكترونية...إلخ ، حيث يؤثر ذلك في سلوك العملاء الشرائي كوسيلة لتحريك الانتباه ، وخلق الرسالة الاتصالية الايجابية وتحريك العواطف.

ومن خلال ما تقدم يمكن القول أن التسويق تطور مفهومه ليشمل مجالات عديدة خاصة الاجتماعية منها وانتشر ليصل تأثيره حتى إلى القطاعات الخدمية ، ومن بين أهم القطاعات القطاع السياحي والذي يعتبر محرك رئيسي للتنمية المحلية ، فهو يهتم بجميع المراحل الإنتاجية سواء قبل أثناء وبعد مما يجعله يدرس جميع العناصر التي تجعل من المنتج السياحي منتجا متميزا .

### المبحث الثاني :مدخل للتنمية المحلية

أصبحت علاقة الإنسان مع بيئته في مجتمعاتنا اليوم تعاني من اختلال التوازن، حيث زادت أعداد النفايات التي تخرج عن نشاطاتهم .ومع تفاقم مشكلة التدهور البيئي؛ وتصادم مطالب حماية البيئة مع مطالب التنمية الاقتصادية، ظهر مفهوم التنمية المستدامة كبديل لمفاهيم التنمية السابقة وانتقل ليصل كل المجالات حتى السياحية منها.

### المطلب الأول : مفاهيم حول التنمية المحلية

<sup>1</sup>- لمياء السيد حنفي، مرجع سابق، ص 120، 122 .

تعتبر التنمية المحلية عنصرا مهما لتحقيق تنمية وطنية شاملة ومتكاملة حيث ازداد اهتمام مختلف الدول النامية أو المتقدمة بالتنمية المحلية ، لتلبية الحاجات الأساسية للمجتمع.

### أولا: تعريف التنمية المحلية

هناك عدة تعاريف للتنمية المحلية منها<sup>1</sup>:

العمليات التي بواسطتها يمكن تحقيق التعاون الفعال بين الجهود الشعبية والجهود الحكومية للارتقاء بمستويات التجمعات المحلية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وحضريا من منظور تحسين نوعية الحياة لسكان تلك التجمعات المحلية من أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة.

-عملية التغيير التي تتم في إطار سياسي عامة محلية تعبر عن احتياجات الوحدة المحلية وذلك من خلال القيادات المحلية القادرة على استخدام واستغلال الموارد المحلية وإقناع المواطنين المحليين بالمشاركة الشعبية والاستفادة من الدعم المادي والمعنوي الحكومي، وصولا إلى رفع مستوى المعيشة لك أفراد الوحدة المحلية ودمج جميع الوحدات في الدولة.

-التنمية المحلية هو مدى تأثير مشروعات وبرامج التنمية على المجال الجغرافي الصغير الذي يعيش فيه السكان ، سواء كانت تلك المشروعات و البرامج ذات الطابع القومي أو ذات طابع إقليمي مثل مشروعات البنية التحتية أو الخدمات بمختلف أشكالها، يتم هذا الاهتمام في هذا المجال بالمخرجات المحلية والآثار الثانوية للمشروعات و البرامج التنموية التي تعتبر في غاية الأهمية للوسط المحلي.<sup>2</sup>

### ثانيا: مبادئ التنمية المحلية

هناك مبادئ تتصل بقضية التنمية ذاتها كعملية تكاملية، حيث إن لم تتوفر هذه المبادئ فقدت التنمية ركائز تحقيق أهدافها، وأهم هذه المبادئ<sup>3</sup>:

#### 1-مبدأ الشمول :

<sup>1</sup>-عبد المطلب عبد الحميد ، التمويل المحلي والتنمية المحلية ، إصدار الجامعة للطبع و النشر و التوزيع ، مصر ، 2001، ص 13 .

<sup>2</sup>-علواني عمار ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية المحلية ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، سطيف ، ع 10 ، 2010 ، ص186 .

<sup>3</sup>-بسمة عولمي ، تشخيص نظام الإدارة المحلية في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، ع4، الشلف، 2006، ص268 . 269.

بمعنى أن تتضمن كافة الاحتياجات البشرية، بمعنى توفير ضروريات الحياة من تعليم وصحة ومأكل وملبس ومسكن ونقل وغيرها من الحاجات التي تساعد الإنسان على تطوير طاقاته والمساهمة في المجهود الاجتماعي.

## 2- مبدأ التوازن :

يعني الاهتمام بجوانب التنمية حسب حاجات المجتمع ، فلكل مجتمع احتياجات تفرض وزنا خاص لكل جانب منها فمثلا في المجتمعات الفقيرة تحتل قضايا التنمية الاقتصادية فيها وزنا لكل القضايا الأخرى ما يجعل التنمية للموارد الإنتاجية هي الأساس المستهدف من التنمية ، والقضايا الأخرى بمثابة فروع.

## 2- مبدأ التنسيق :

يهدف هذا المبدأ إلى توفير جو يسمح بتعاون جميع الأجهزة القائمة على خدمة المجتمع تضافر جهودها وتكاملها بما يمنع ازدواجية الخدمة وتضاربها وتداخلها مما يهدر الجهود وزيادة التكاليف.

## 3- مبدأ التكامل :

لا يمكن أن تؤدي الوظائف على وجه المرجو منها إلا بتكامل الجوانب المادية والبشرية وهذا يكون بتحقيق جهاز يشتمل على كل المتغيرات الضرورية لأداء المهام ذات الطبيعة المتكاملة ويتم إسناد برامج التنمية المحلية إلى الجماعات المحلية التي لها دور في نجاحها .وتتمثل في:

- أ- **الولاية:** تعمل الولاية على تحقيق التنسيق والتعاون بين وظائف واختصاصات البلديات وبين مهام السلطة المركزية في الدولة وتقوم بتحقيق التوازن بين المصلحة المحلية الإقليمية العامة للدولة.
- ب- **البلدية:** إن للبلدية دور هام في مجال التنمية المحلية ، حيث منحت الصلاحيات التي تجعل منها أداة لخدمة المواطن وهذا لن يتأتى إلا إذا كانت البلدية متكاملة من حيث مواردها المادية والبشرية وتركز على الموارد المادية التي تعتبر ضرورة لتمويل برامج التنمية المحلية.

## ثالثا: أهداف التنمية المحلية

- تهتم جميع الدول بعملية التنمية المحلية ، نظرا لما يترتب عليها من أهمية للنهوض بالمجتمعات المحلية ورفع مستوى الدخل والمعيشة للمواطنين .وهذا يتحقق عند تنفيذها لأهدافها وهي<sup>1</sup> :
- ✓ إشباع الحاجات الأساسية للأفراد ، كالأكل ، السكن ، اللباس ، العلاج والحماية وذلك قصد تحقيق استقرار الأفراد و إزالة الفوارق الاجتماعية بينهم.
- ✓ تحقيق مشاركة جميع الأفراد في العمل وتأکید الشعور بالإعزاز و الإلتواء للمجتمع المحلي.
- ✓ رفع المستوى المعيشي للفرد وتطوير الحياة اليومية وتحسين مستوى الخدمات وفك العزلة عن المناطق المهجورة ودمجها في الإقتصاد القومي.
- ✓ إدخال التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج وتحديث وبناء القدرات و زيادة الإنتاجية، من خلال الإرشاد

<sup>1</sup>جسمة عولمي ، مرجع سابق ، ص 168 .



الصناعي يحول ذلك المجتمعات القروية المعزولة إلى زراعية حديثة.

✓ زيادة الدخل المحلي حيث يعتبر عصب التنمية ومحركها الأساسي ، والتي على أساسها يتم برمجة المشاريع وإقامة المخطط.

✓ إتاحة الحرية والقدرة على الاختيار حيث تسعى التنمية المحلية لبلوغ التحرر من قهر الظرف البيئية والثقافية للإنسان والتحرر من العادات والمعتقدات التي تقف عائقا في طريق التنمية والقدرة على تجاوز العوائق الفكرية والإنسانية لتحقيق حياة أفضل.

✓ تنوع المشاريع والمشاركة الواسعة في البرامج التي يمكن تنفيذها.

### المطلب الثاني : ركائز التنمية المحلية

للتنمية المحلية ركائز هامة تقوم عليها لضمان تحقيق البرامج التنموية تتمثل في المشاركة الشعبية و تكامل مشروعات الخدمات و تحقيق المشروع التنموي لنتائج ملموسة تعود بالنفع على أفراد المجتمع المحلي و الاعتماد على الموارد المالية و البشرية المحلية.

#### 1- المشاركة الشعبية :

يجب إشراك جميع أفراد المجتمع المحلي في التفكير و العمل على وضع و تنفيذ البرامج التي إلى النهوض بهم وذلك عن طريق إثارة الوعي بمستوى أفضل يتخطى حدود حياتهم التقليدية و عن طريق إقناعهم بالحاجات الجديدة وتدريبهم على استعمال الوسائل الحديثة في الإنتاج و تعويدهم على أنماط جديدة من العادات الاقتصادية و الاجتماعية مثل الادخار والاستهلاك .

إن المشكلة الحقيقية التي تواجه عمليات التنمية في المجتمعات النامية هي ضعف استجابة هذه المجتمعات لها و عدم اشتراك أفراد المجتمع المحلي مع السلطات العامة في برامجها .

#### 2- تكامل مشروعات الخدمات :

من ركائز التنمية المحلية أن يكون هناك تكامل بين مشروعات الخدمات داخل المجتمع و أن يوجد نوع من التنسيق بحيث لا نجد لا خدمات مكررة و لا نوعا من التناقض و التضاد في تقديم هذه الخدمات.

#### 3- الاسراع في الوصول إلى النتائج :

ويقصد بهذا أن تتضمن برامج التنمية خدمات سريعة النتائج كالخدمات الطبية والإسكان وغيرها ، و إذا حدث و بدأ المخطط بوضع مشروعات إنتاجية في خطته الإنمائية فيجب اختيار تلك المشروعات ذات العائد السريع وقليلة التكاليف ما أمكن والتي تسد في الوقت نفسه حاجة قائمة والسبب في ذلك هو كسب ثقة أفراد المجتمع بأن هناك فائدة أو منفعة ملموسة يحصلون عليها جزاء إقامة مشروع ما في مجتمعهم ، إذا فالثقة مطلب ضروري وجوهري في فعالية برامج التنمية المحلية .

#### 4- الاعتماد على الموارد المحلية للمجتمع :

يعتبر الاعتماد على الموارد المحلية من أساليب التغيير الحضاري المقصود حيث نجد أن موارد المجتمع المعروفة لدى أفرادها أسهل لديهم من استعمال موارد جديدة غير معلومة ، كما أن المسير المحلي الذي يعتبر موردا

بشريا مؤثرا وهاما في عملية التنمية يكون فعالا أكثر في تسيير الموارد المحلية كما أنه قادر على التغيير في أفراد مجتمعة المحلي على عكس المسير الاجنبي ، كما أن الاعتماد على الموارد المحلية له عائد يتمثل في انخفاض تكلفة المشروعات نظرا لكون المشروع يعتمد على مورد ذاتي .<sup>1</sup>

### المطلب الثالث : عوائق التنمية المحلية

للتنمية المحلية أهداف عديدة حيث تدور معظم برامجها حول تحسين الظروف المادية والاقتصادية من أجل رفع مستوى معيشة الأفراد في المجتمعات المحلية ، غير أن هناك مجموعة من العوائق تعترض تحقيق التنمية المحلية يمكن تصنيفها في العوامل التالية :

#### 1-عوامل ديمغرافية :

يعتبر النمو الديمغرافي معوقا من معوقات التنمية على أساس حالة عدم التوازن التي تبدو واضحة بين حاجات السكان و الموارد الاقتصادية ، أي أن زيادة السكان بالنسبة للطاقة الإنتاجية تقف عقبة في سبيل زيادة مستوى رفاهية أفراد المجتمع .

#### 2-عوامل اجتماعية :

و تتمثل في النظم الاجتماعية السائدة مثل نظام الملكية الفردية قد يتعارض مع تطبيق أنماط التغيير والتحضر بالإضافة إلى اعتقاد المجتمعات بأن التغييرات الجديدة تهدف استقرارهم وتفكك وحدتهم مما يجعل الكثير يقف في وجه التغيير .

#### 3-عوامل ثقافية :

تتمثل معظم هذه العوائق في التقاليد السائدة في المجتمع نتيجة تمسك الأفراد بهذه التقاليد و رفضهم للتغيير والتعديل ، كذلك المعتقدات السائدة تعرقل برامج التنمية ، حيث يقف أفراد المجتمع في وجه التغييرات الحديثة لاعتقادهم بأنها تضرهم و لا تنفعهم .

#### 4-عوامل نفسية :

إن قبول أو رفض التجديدات التي تطرأ على المجتمعات تعتمد على العوامل النفسية و يتوقف إدراك الجديد و كيفية ظهوره و انتشاره على الثقافة السائدة ، أن يختلف أفراد المجتمع في إدراكهم للجديد باختلاف الثقافات .

#### 5-عوامل تكنولوجية :

يتوجب على الدول النامية بذل جهود مضاعفة لزيادة مستوى إنتاجها و هذا لا يتم إلا باستخدام التكنولوجيا الحديثة و المتطورة و إخضاعها للبرامج التنموية .

#### 6-عوامل إدارية :

<sup>1</sup> السيتي وسيلة ، تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوق الزكاة والوقف ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ، جامعة بسكرة ،2012، ص ،ص: 29، 30 .

إن إدارة التنمية عملية غاية في الصعوبة تحتاج إلى قيادات واعية و مدربة وقادرة على اتخاذ القرارات الهادفة ، حيث يمكن أن تتلكأ الإدارة فيعم الكساد و تقل الموارد و تهبط معدلات الدخول ، ويدخل في كنف المعوقات الإدارية :

- تخلف الأجهزة الإدارية القائمة التي تتسم بالتعقيدات الروتينية و البطء في اتخاذ القرارات وانتشار اللامبالاة
- صعوبة التنسيق بين الوحدات الإدارية وبينها وبين الأجهزة التقليدية .
- عدم توفر القيادة الإدارية المتطورة المؤمنة بالتغيير .

#### 7-عوامل مادية :

إن عدم توافر التمويل الكافي لإقامة القواعد الأساسية للتنمية يعتبر من أهم العوائق التي تشغل المحليات نظرا للفقر الشديد الذي تعانيه ، لذلك نجدها تعتمد بدرجة عالية على المعونات من الحكومة المركزية .<sup>1</sup>

### المبحث الثالث :الدراسات السابقة

تعددت الدراسات التي تناولت حول موضوع البحث المراد دراسته .

#### المطلب الأول :الدراسات المتعلقة بالتسويق السياحي

فيما يلي عرض لبعض الدراسات التي انصبت حول موضوع التسويق السياحي

##### الدراسة الأولى :

مذكرة مقدمة لنيل رسالة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات بعنوان التسويق السياحي و أثره على الطلب السياحي جامعة تلمسان لسنة 2012/2011 من إعداد الطالب لمروان صحراوي تعرض فيها لمفاهيم اساسية متعلقة بالسياحة وأنواعها و دوافعها ، والتطرق لمفهوم الطلب السياحي باعتباره العنصر المستهدف من خلال التسويق السياحي وكيفية تأثيره التسويق السياحي وتوصل الطالب إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1-أن الطلب السياحي عبارة عن مزيج من المحددات الخارجية و السلوكية المتعلقة بالفرد .

2-أن التسويق السياحي له دور هام في تنمية و دفع القطاع السياحي من خلال اعتماده على السوق لصياغة الاستراتيجيات و الخطط التسويقية الفعالة التي سيكون لها تأثير في تحفيز السياح الدوليين و المحليين و توجيههم نحو الوجهات السياحية .

##### الدراسة الثانية :

عبارة عن مقال "تشخيص إستراتيجية التسويق السياحي في الجزائر" ، من إعداد الطالبة :فوزية

بوصفصاف"مجلة رؤى اقتصادية "جامعة الشهيد لخضر، الوادي، الجزائر ، العدد 21 ، جوان 2015 .

<sup>1</sup> -بوسميين أحمد ،الإستثمار في المؤسسات المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوت الغربي الجزائري ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 03، 2009 ، ص: 111، 113 .

حيث تطرقت الدراسة لواقع التسويق السياحي في الجزائر والتحديات التي تواجهه حيث تناولت العناصر الإستراتيجية التسويق السياحي من خلال الحديث عن إستراتيجيات المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج وتطوير وتنمية الموارد البشرية ، هذا بعد دراسة للسوق السياحي الجزائري ، استهدافه و التمتع الجديد للسياحة الجزائرية . وقد بينت أهم نتائج الدراسة إلى أن الجزائر تعتمد على إستراتيجية تسويقية واضحة لتسويق السياحة الجزائرية و لقد اعتمدنا على هذه الدراسة من أجل معرفة واقع عناصر المزيج التسويقي الخمسة والتي تمثلت في المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج والموارد البشري المطبقة داخل القطاع السياحي الجزائري .

### الدراسة الثالثة :

عبارة عن أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، تخصص تسويق، تحت عنوان التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية وميدانية جامعة الجزائر 03 ، من اعداد الطالب الشاهد إلياس سنة 2013/2012 وكان محور إشكالية البحث حول : في ظل النمو المتزايد للحركة السياحية عالميا ، كيف يساهم التسويق في تنشيط القطاع السياحي في الجزائر وكيف يمكن تسويق منتج سياحي للجزائر وجعله تنافسي ؟ و توصل الطالب فيها الى مجموعة من النتائج أهمها :

- 1- أن موقع الجزائر الجغرافي قد ساهم في بلورة الأهمية السياحية التي تتمتع بها الجزائر .
  - 2- تمتلك الجزائر مزيجا متنوعا من المقومات والإمكانيات السياحية الطبيعية و البشرية التي يمكن ان تشكل أساسا مناسباً لتطوير السياحة.
  - 3- تحتل السياحة أهمية اقتصادية كبيرة اذ ما اهتم بها تكمن في مساهمتها في الدخل الوطني عن طريق الإيرادات السياحية بالإضافة الى تدفق العملة الصعبة.
  - 4- اتضح من الدراسة ان جهود التنمية وتطوير السياحة والاستفادة من المقومات والإمكانيات السياحية تواجهها الكثير من المعوقات منها ما هو متصل بالبنية التحتية أو البنية الفوقية أو التسويق السياحي .
- الدراسة الرابعة :

عبارة عن أطروحة دكتوراه في علوم التسيير بعنوان دور التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر - السياحة بالجنوب الغربي - من إعداد الطالب بودي عبد القادر لسنة 2006/2005. تعرض فيها إلى أهمية قطاع السياحة في التنمية المحلية وأهمية التسويق السياحي لدراسة السوق السياحي وتحديد احتياجاته، وكذا حصر لأهم السياسات و الإستراتيجيات المتبعة من طرف الدولة لتطوير القطاع السياحي، وقد وصل إلى سلسلة من النتائج أهمها :

1-التسويق السياحي يحتاج مجموعة من الآليات لمواجهة متطلبات السياح المتجددة، وكذا وجوب تطبيق مبادئ التسويق في صناعة السياحة وذلك بتفاعل التسويق الخارجي والداخلي والتفاعلي، من أجل إشباع رغبات السياح والعاملين.

### المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالتنمية المحلية

فيما يلي سنعرض بعض الدراسات التي انصبت حول موضوع التنمية المحلية

#### الدراسة الأولى :

عبارة عن مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال تخصص استراتيجية بعنوان دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، جامعة وهران، من إعداد الطالبة سماعيني نسبية، سنة 2014/2013، تمحورت الإشكالية البحث حول: ما هو الدور الذي يمكن أن تلعبه السياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، و مدى مساهمتها في التنمية مع الإشارة إلى الجزائر؟ وتوصلت الطالبة إلى النتائج الآتية :

1-إن ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية، واعتبار غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد.

2- عدم الاستقرار السياسي و الأمني الذي عاشته الجزائر منذ أوائل العقد الأخير من القرن الماضي قد ساهم في تعميق أزمة القطاع السياحي، و قد أفرز كل ذلك في تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية و ضالة حصة البلاد من السياح الأجانب، و من الطبيعي أن ينعكس ذلك أيضا على حجم الإيرادات المسجلة على مستوى هذا القطاع.

3- غياب سياسة تسويقية للمنتوج السياحي في الجزائر، إذ لا يحظى هذا الأخير بأي اهتمام في وسائل الإعلام و الاتصال، وهذا مما جعل المنتج غير قادر على المنافسة في سوق السياحة الدولية، بعبارة أخرى لم تتمكن الجزائر من استغلال مقوماتها السياحية المتعددة و المتنوعة.

4-اعتماد الجزائر على القطاع العام في الهياكل السياحية ذات التكاليف الباهضة و التسيير البيروقراطي لفترة طويلة، و أهملت دور القطاع الخاص في هذا المجال مما أسهم في تراجع بل و تدهور القطاع السياحي بشكل عام بحرمانه من الاستثمار الخاص الوطني و الاجنبي، و كرس ذلك غياب مناخ الاستثمار المناسب في الجزائر.

5- يظهر أداء قطاع السياحة في الجزائر ضعيفا و غير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من واقع إيرادات هذا القطاع، و مدى مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي.

6- تسجيل ميزان السياحة و السفر لعجز دائم خلال الفترة محل الدراسة، بسبب كون إيرادات القطاع السياحي أقل من مدفوعاتها.

7-ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكل البطالة و إحداث مناصب شغل، و مرد ذلك قلة الاستثمار السياحي الوطني والأجنبي، إضافة إلى نقص مراكز التكوين و التأهيل مما أدى إلى افتقار هذا القطاع إلى عمالة متخصصة في هذا المجال.

#### الدراسة الثانية :

- عبارة عن مذكرة ماستر في العلوم السياسية تخصص إدارة محلية تحت عنوان دور السياحة في التنمية المحلية دراسة حالة مدينة بوسعادة ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، من إعداد الطالبة سلوى شاكي سنة 2019/2018 ، وكان محور إشكالية البحث حول : ما هو واقع السياحة في التنمية كإطار لتثمين التراث الثقافي و المعماري لدعم التنمية المحلية ؟ و أهم ما توصلت إليه الطالبة من نتائج ما يلي :
- 1-السياحة المحلية تعمل على تدعيم التفاهم بين الشعوب، و الإهتمام بالتراث الحضاري وتعمل على زيادة التعرف على القيم الثقافية ، فهي وسيلة فعالة من وسائل الإتصال الفكري.
  - 2-نشر الثقافة السياحية و زيادة الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع ، فاحترام السياحة والسائحين يجب أن يكون شعورا داخليا لدى المجتمع ، وهو من أوائل المسؤولين عن قطاع السياحة.
  - 3- تتميز مدينة بوسعادة بمقومات سياحية كثيرة ، كالموقع الجغرافي المعروف ببوابة الصحراء ، واعتدال المناخ ووجود معالم أثرية، وكذلك يوجد بها مقومات الجذب السياحي المورثة والتي تتمثل : زاوية الهامل، المدينة العتيقة،متحف الرسام إتيان ديني...الخ.
  - 4-إحلال قيم و تقاليد تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد ، والتي تهدف إلى التغيير و رفع مستوى المعيشة ، و أن يعي الأفراد أبعاد هذه القيم ، بحيث تصبح من كيانهم الثقافي والاجتماعي.
  - 5-السياحة لها دور في تفعيل التنمية المحلية عن طريق تطوير مجالات الإعلام والوعي السياحي للسكان المحليين، و الشراكة بين السلطات المحلية والوكالات السياحية في تنمية السياحة.
- الدراسة الثالثة :

- عبارة عن مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة بعنوان دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة الجزائر جامعة فرحات عباس سطيف من إعداد الطالبة بوعموشة حميدة سنة 2012/2011 وكان محور الاشكالية : ما دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني الجزائري لتحقيق تنمية مستدامة ؟ وكيف يمكن وضع استراتيجية وطنية من أجل تنمية سياحية فعالة و التي تعتمد بشكل أساسي على إيرادات المحروقات ؟ و أهم ما توصلت إليه الطالبة من النتائج ما يلي :
- 1-ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر يعود إلى ضعف الاستثمار في هذا القطاع منذ المخطط الثلاثي الذي كان بعد الاستقلال و ما تبعه من مخططات أعطت الأولوية لقطاع الصناعات الثقيلة على حساب قطاع الخدمات بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة وهذا تماشيا مع المنهج الاشتراكي لتلك الفترة .
  - 2-تأخر في إنجاز المشاريع المقررة خلال المخططات الوطنية وتراكمها بسبب سوء التسيير زادت من ضعف هذا القطاع .
  - 3- عدم الاستقرار والمؤسستي كان من الأسباب التي لعبت دورا هاما في تعطيل و إهمال هذا القطاع رافقها تراجع في عدد الوافدين .

- 4- عدم وجود طاقات إيواء كافية وتوزيعها مرتكز أساسا على المنتج الحضري بنسبة 51% يليه الشاطئي بنسبة 30 % أما باقي المنتجات فطاقات إيواءها ضعيفة .
- 5-عدم وجود مناخ ملائم تشجيع الاستثمار في هذا القطاع .
- 6- ضعف نوعية المنتج السياحي بالرغم من المؤهلات المميزة للمنتج السياحي الجزائري إلا أنه غير تنافسي فيما يخص نوعية الخدمات السياحية المقدمة على مستوى المؤسسات الفندقية و هياكل الاستقبال التي تتميز هي الأخرى بضعف طاقاتها و عدم احترامها للمعايير المعوم لبها عالميا .

#### الدراسة الرابعة :

عبارة عن مذكرة ماستر في العلوم السياسية و العلاقات الدولية تخصص السياسة العامة و الإدارة المحلية تحت عنوان دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة مركب حمام الصالحين بخنشلة جامعة محمد خيضر بسكرة من إعادة الطالبة فرح رواقات سنة 2014/2013 تمحورت إشكالية البحث حول : كيف يساهم القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية ؟ وكيف يمكن للسياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية وثقافية بلوغ الأهداف التنموية بشكل علمي وسليم خاصة على المستوى المحلي ؟ و توصلت الطالبة إلى النتائج الآتية :

- 1-تطوير القطاع السياحي على المستوى المحلي في الجزائر لا يعتمد على خطة استراتيجية شاملة فحسب بل من الضروري اشرك المجتمع المحلي في عملية التنمية والذي يعتبر فاعل رئيسي في نجاحها من خلال المساعدة في تطبيق البرامج على ضوء التركيبة البيئية و الاجتماعية التي تتماشى مع احتياجاته و متطلباته.
- 2-تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال التأثير المباشر في تحسين الدخل القومي و ميزان المدفوعات ، توفير العمالة و توزيع الدخل اما التأثير غير المباشر :تمويل ميزانية الحكومة ،المستوى العام للأسعار اضافة الى الاثر المضاعف للسياحة وتنمية القطاعات الاقتصادية .

- 3-كما تساهم السياحة في التنمية الاجتماعية من خلال تخفيض نسبة البطالة و تحسين المستوى المعيشي
- 4-اضافة الى مساهمتها في تفعيل التنمية الثقافية من خلال تنمية الثقافة السياحية و تحقيق التبادل الثقافي و الفكري .

- 5-ضرورة الاهتمام بالمعالم السياحية و الاستغلال الامثل لموارد التراث الثقافي لما لها من اهمية و قدرة على تحقيق فوائد اقتصادية اجتماعية و ثقافية متعددة .

#### المطلب الثالث : القيمة المضافة للبحث

بعد عرض الدراسات السابقة يتبين لنا أن كل الدراسات تتناول متغير أو أكثر من متغيرات الدراسة وهي "التسويق السياحي والتنمية المحلية " كما أنها تعتبر من المواضيع المهمة التي تدخل ضمن مجال دراسة الاقتصاد الوطني وكيفية الوصول إلى تنمية اقتصادية واجتماعية وثقافية وسياسية شاملة مستدامة في ظل الاهتمام المتزايد

بقطاع السياحة، كما أن جل الدراسات التي تناولت موضوع التسويق السياحي والتنمية المحلية أكدت على ضرورة النهوض بهذا القطاع لما يكتسبه هذا الأخير من أهمية ومدى تأثيره على بعض القطاعات الأخرى ، وارتكزنا في بحثنا دراسة حالة مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية عين الدفلى من خلال جمع ودراسة وتحليل بعض والمتعلقة بمدى توفير الامكانيات و الوسائل و الطاقات المنجدة للنهوض بالتنمية المحلية ومدى تأثير هذه الأخيرة على التسويق السياحي .

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور التسويق السياحي في إنعاش التنمية المحلية و ومدى مساهمة هذه الأخيرة في دفع عجلة السياحة وذلك عن طريق تشجيع الاستثمارات السياحية للولاية.



## خلاصة الفصل الأول

إن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية من حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما توفر فرصا مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية والتي هذه الأخيرة احد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم، و تقوم عليها اقتصاديات كثيرة من الدول و التي تنطلق من المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بحد ذاتها لها مدخلاتها و مخرجاتها، الأمر الذي جعلها تمثل مصدرا رئيسيا للدخل في عدد كبير من دول العالم. في حين يتميز المردود المادي لصناعة السياحة عن غيره من مردودات المرافق الإنتاجية بأنه مردود متفرع ومتشعب ، و تستفيد منه مختلف النشاطات سواء الاقتصادية أو الاجتماعية أو السياسية أو الثقافية أو غيرها من النشاطات الإنسانية.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

لواقع التسويق السياحي لولاية عين الدفلى

**تمهيد**

تزخر ولاية عين الدفلى بالعديد من الإمكانيات التي تجعل منها قبلة للسياح و يسهر على تأطير النشاط السياحي في الولاية مديرية السياحة والصناعة التقليدية وهي المؤسسة التي تنفذ السياسة السياحية ، و لقد استفادت الولاية من العديد من البرامج التنموية ومشاريع الاستثمار السياحي الذي يمكن الولاية من تحقيق تنمية سياحية و التي ستعكس إيجابيا على التنمية المحلية .  
و من خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى المباحث الآتية :

**المبحث الأول: الواقع السياحي لولاية عين الدفلى**

**المبحث الثاني: أثر البرامج و المشاريع السياحية في تحقيق التنمية المحلية بولاية عين الدفلى**

## المبحث الأول: الواقع السياحي لولاية عين الدفلى

تعتبر ولاية عين الدفلى من أهم أقدم المدن الجزائرية فهي تزخر بموقع استراتيجي هام وقدرات هائلة في مجال السياحة و التنمية المحلية ككل .

### المطلب الأول : الإمكانيات السياحية لولاية عين الدفلى

تتميز ولاية عين الدفلى بإمكانيات سياحية تمكنها من أن تكون وجهة سياحية بامتياز ، خاصة وأنها تقع ضمن القطب السياحي للامتياز "شمال وسط" وهي بذلك قريبة من الأسواق الموفدة للسياح وفي متناول الطلب الداخلي المعتبر والذي هو في نمو مستمر .

#### أولا / التعريف بولاية عين الدفلى

تقع ولاية عين الدفلى على بعد 145 كلم جنوب غرب الجزائر العاصمة ، وقد انبثقت عن التقسيم الإداري لعام 1984، عن الولاية الأم شلف ، تتربع على مساحة قدرها 4260 كلم مربع ، ويقدر عدد سكانها ب 821320 نسمة (إحصائيات عام) 2012 ، يحدها من الشمال ولاية تيبازة ، ومن الشمال الشرقي البليدة والمدية، ومن الجنوب تيسمسيلت ومن الغرب ولاية شلف.

وتتميز الولاية بمناخ شبه قاري بامتياز، مناخ حار صيفا وبارد شتاء، كما تتوفر ولاية عين الدفلى على ثروة غابية هامة لاسيما في جبال الظهرة و زكار في الشمال، وفي الونشريس ناحية الجنوب. تقدر المساحة الغابية الإجمالية حاليا ب 132.709 هكتار، مشكلة أساسا من الصنوبر الحلبي، البلوط، الفلين ، البلوط الأخضر، السرو و العفصية .

#### ثانيا/هياكل النقل والمواصلات

يعتبر قطاع النقل والمواصلات المحرك الأساسي و الضروري لإقامة أي استثمار سياحي ، فالنقل يعتبر عنصر أساسي و كفيل بوجود السياحة من عدمها .

و بولاية عين الدفلى يعتبر قطاع النقل من العناصر الحيوية و الركائز الأساسية للتنمية المستدامة حيث يشكل محرك أساسي لمختلف لمختلف النشاطات التجارية و الفلاحية والصناعية ، الاجتماعية و كذا المساهمة في التنمية الاقتصادية و رفاهية الحياة للمواطن و الاستقرار البيئي .

وقد القطاع في السنوات الأخيرة قفزة نوعية و تحولا حقيقيا من حيث الكفاءة و النجاعة والفعالية مع تحسن كبير في خدمات النقل المقدمة بكل أنماطه (النقل بالسكة الحديدية ، النقل الحضري ،النقل العمومي للأشخاص و البضائع عبر الطرقات) حيث زاد عدد القطارات المتوقفة بالولاية إلى 10 قطارات يوميا منها قطارين سريعين تتوقف ب06 محطات للسكة الحديدية كما تدعم النقل الحضري بالولاية ليصبح عددها 28 حافلة إضافة إلى حافلات النقل العمومي للمسافرين التي يقدر عددها ب 1060 حافلة 28539 مقعد مع تحسن ملحوظ في سن الحظيرة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مطويات مقدمة من طرف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى.

جدول رقم (2-1): خطوط النقل العمومي ما بين الولايات

خطوط النقل	عدد الخطوط	عدد المتعاملين	عدد المركبات	عدد المقاعد	معدل سن الحظيرة
ما بين الولايات	27	168	214	6372	07
ما بين البلديات	58	538	581	14189	12
خطوط ريفية	125	306	312	6389	15
خطوط حضرية	10	01	28	2800	03
المجموع	220	1013	1135	29750	12

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

### ثالثا : أنواع السياحة في ولاية عين الدفلى

على من الرغم من أن ولاية عين ولاية فلاحية بامتياز إلا أن موقعها مكنها من امتلاكها مؤهلات سياحية معتبرة وجعل منها وسطا طبيعيا و فضاءا مميزا للزائرين من خلال تعاقب الحقب التاريخية على المنطقة و الآثار المتواجدة و كذا الصناعة التقليدية العريقة التي وجب الحفاظ عليها ، لذلك يختلف السياح الوافدين فحسب دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT آفاق 2030 فإن ولاية عين الدفلى تتميز بستة أقطاب رئيسية و أربع أقطاب ثانوية موزعة على ثلاثة شعب سياحية رئيسية وهي السياحة الطبيعية والمناخية ، السياحة الثقافية والأثرية والدينية ، سياحة الصحة العلاج والترفيه .

#### أ و لا : السياحة الطبيعية والمناخية:

إن الموقع الاستراتيجي لولاية عين الدفلى، جعل منها مركزا هاما لنشاطات اقتصادية وتجارية مختلفة، حيث تعبرها ثلاث طرق وطنية : الطريق الوطني رقم 04 ، الطريق الوطني رقم 18 ، الطريق الوطني رقم 14 ، كما يعبر ولاية عين الدفلى طريق السيار شرق- غرب على طول 104 كلم يضاف الى ذلك خط السكة الحديدية الرابط بين الشمال والغرب الجزائري .

#### 1-تضاريس عين الدفلى : يتشكل إقليم ولاية عين الدفلى حسب التكوين الجغرافي التالي :

- ✓ في الشمال الظهرة زكار
- ✓ في الشرق المتيجة والأطلس البلدي
- ✓ في الجنوب سلسلة الونشريس
- ✓ في الغرب هضبة الهيرة<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - مديرية السياحة والصناعة التقليدية عين الدفلى

**2-التقسيم الإداري : تتكون ولاية عين الدفلى من أربعة عشر ( 14 ) دائرة أهمها:**

✓ عين الدفلى

✓ خميس مليانة

✓ مليانة

✓ العطف

ومن ستة وثلاثين ( 36 ) بلدية، منها عين الدفلى مقر الولاية، خميس مليانة، سيدي لخضر، مليانة، عين ، جندل، وادي الجمعة ، عين السلطان ، وادي الشرفاء .

**3-المناخ :**

بالرغم من أن ولاية عين الدفلى لا تتواجد إلا على بعد 12 كلم من البحر من جهتها الشمالية (تاشته، زواقعة) إلا أنها تتميز بمناخ شبه قاري بامتياز، مناخ حار صيفا وبارد شتاءا ، فالولاية يسود فيها مناخ البحر الأبيض المتوسط أي مناخ شبه جاف، حيث يدوم الصيف فيها مدة تتراوح بين خمسة إلى ستة أشهر أما نسبة الأمطار فتبقى متدببة إذ تبلغ من 500 إلى 600 ملم سنويا .  
يسود الولاية سلسلة من المستويات المناخية إذ نجد مناخا شبه جاف أسفل الوادي الى شبه رطب على مرتفعات جبال الظهرة.

**ثانيا: السياحة الثقافية والأثرية والدينية**

توجد على مستوى الولاية عدة مواقع أهمها:

**1-مدينة مليانة :**

تعتبر مليانة مدينة سياحية، تتميز بمناخ بارد حيث تتساقط الثلوج بكثافة في فصل الشتاء، أما في فصل الصيف فيكون مناخها معتدلا واسمها مشتق من اللقب مائلاني هذا الإسم اللاتيني الأصل، منح لفتاة من عائلة شريفة رومانية كانت تمتلك حقولا في منطقة زراعية وبعد مجيء العرب تم تعريب اسم مدينة مليانة بمعنى مملوءة ، في إشارة الى وفرة مياهها وثرورة بساينها ، أما بالنسبة للمعالم الاثرية القليلة التي بقيت قائمة الى يومنا هذا فيرجع تاريخها الى القرنين 17 و 19 ميلادي.

**2-الحديقة العمومية :**

أنشأت هذه الحديقة عام 1980 في وسط مدينة مليانة تمتد على مساحة تفوق الهكتار كما تتوفر على أصناف وأنواع نباتية كثيرة ، لقد كانت هذه الحديقة المكان المفصل لسكان المنطقة ، فهي تشكل الى جانب المسبح البلدي مجموع وسائل التسلية والترفيه الأكثر إرتيادا من طرف السكان<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مديرية السياحة والصناعة التقليدية عين الدفلى

## 3- الأثار الرومانية :

تزرخ بعض ولايات عين الدفلى بمعالم أثرية تعود الى العهد الروماني لازالت قائمة الى يومنا هذا وشاهدة على تلك الحقبة الزمنية الغابرة يمكن للزائر أن يستمتع بها نذكر منها:

## أ - أكواكاليداي حمام ريغة :

مستعمرة رومانية تأسست حوالي 44 ق م إزدهرت أيام حكم الامبراطور تيبار من 14 إلى 37 م ، في مدينة أثرية التي كانت تقع على سطح هضبة تتحدر جنوبا الى موقع الحمامات القديمة إكتشف فيه هياكل من الكتل الحجرية وقناة مائية ،ومعصرتين لطحن الزيتون وفخاريات وجرار تعود الى الفترة الرومانية.

ب - أبيدوم نوفوم" عين الدفلى :شيد هذا الموقع تحت إمرة الامبراطور كلود في النصف الأول من القرن الأول بين سنتي 41 و 45 م وهو مركز الحضارة المسيحية الحديثة ، أستغل هذا المكان من طرف المسلمين ويرجع أنه من الفترة الزيانية أو الموحدية ، وأثاره مزال قائمة إلى يومنا هذا.

## ج - قناة السقي بالروينة :

عبارة عن قناة سقي مبنية على شكل رصيف مكونة من جزئين وملحقة بمجرى من الصلصال الرملي ، وهي توجد في أسفل طريق الروينة ، منجم من الشمال الشرقي إلى الجنوب الغربي، إستعملت من طرف القدماء الرومان في أشغال الري

ت - مؤذنة المسجد العتيق البطحاء :

المؤذنة هي من بقايا المسد العتيق " البطحة " الذي تم تشيده في نهاية الفترة العثمانية ، حيث تم تدميرها عام 1844 ، ومنذ ذلك الوقت حولت الى ساحة كبيرة سميت ساحة الكنيسة ثم ساحة" كارنو" ليطلق عليها بعد الإستقلال إسم ساحة الامير عبد القادر لقربه من دار الأمير عبد القادر.

## ث - مسجد سيدي احمد بن يوسف :

مسجد يحمل إسم شخصية صوفية مدفونة بمليانة فهو يعتبر من اهم معالم المنطقة القديمة المعمارية، ولتأثيره الإجتماعي يتوسط المسجد نافورة يتدفق منها الماء في حوض من الرخام ،منظر يدعو الزائر للتحليق بعيدا في الأحلام ،مدينة مليانة تتألق اليوم بوجود ضريح الولي الصالح أحمد بن يوسف، هذا المكان الذي أصبح مزار تأتيه أمواج بشرية تهب من كل حذب وصوب.

## د - دار الأمير عبد القادر :

لقد كانت هذه الدار مقر إقامة" باي مليانة "أثناء الفترة العثمانية ،ثم أصبحت مقر الخلافة الأمير ومنها جاءت التسمية الحالية" دار الأمير"بعد إحتلال مليانة من طرف الفرنسيين، عام 1840 ،أصبحت هذه البناية مقرا للفرع العسكري الذي يحكم الفيلق التاسع للقنصاة.

كما تم إستقبال نابليون الثالث في هذه البناية في 08 ماي 1865 غداة زيارته للجزائر <sup>1</sup>.

1- مديرية السياحة والصناعة التقليدية عين الدفلى

ثالثا: السياحة الصحة والعلاج والترفيه:

أ- السياحة الحموية :

حمام ريغة قطب سيحي بإمتهازه مصنفة كمنطقة هيدرو معدنية، بالإضافة الى طابعه السياحي الحموي وعلى إرتفاع 600 م يوجد حمام معدني يملك تاريخا يعد بالقرون حيث يعد إكتشاف أحواضه المعدنية إلى عام 44 ق. م ، يتمتع حمام ريغة بموقع جغرافي مميز، فهو يقع في منطقة جبلية تحيطه غابات تحميه من الرياح والطقس البارد،مكان ينصح به لراحة النفس والجسد. تعتبر مياه هذا الحمام المعدني مياه مالحة غنية بكبريتات الكالسيوم، تتراوح درجة حرارته باختلاف الينابيع بين 44° و 68° م.

و في حمام ريغة تتواجد المياه المعدنية مع الماء البارد الغازي والحديدي (عين القارصة ) ، لهذه المياه خصائص علاجية جد فعالة في أمراض الروماتيزم ،أثار الرضوض، فقر الدم، العجز الكلوي ، اليرقان، واضطراب وظائف الجهاز الهضمي بصفة عامة ،وهو مجهز بتجهيزات صحية حديثة ،قاعة للمعالجة الطبية والمعالجة الحركية ...إلخ.

أما فيما يخص الإيواء فإن المركب يتوفر على فندق بثلاث نجوم ،يتمثل في فندق زكار يحوي غرف وشقق فاخرة مجهزة بكل ضروريات الحياة المريحة،كما يوجد بالمركب شاليهات مجهزة بمطابخ صغيرة،كما يعتبر مركب حمام ريغة مكانا هاما لتحضير المنافسات الرياضية.<sup>1</sup>

رابعا : الحظيرة الفندقية

تعتبر الفنادق السياحية تلك المؤسسات المعتمدة من وزراء السياحة ،حيث تستجيب للمقاييس التقنية التي يفرضها القانون ، والذي يصنف الفنادق إلى خمس درجات ، إضافة إلى فنادق المسافرين و التي هي مؤسسات إيواء غير معتمدة من طرف وزارة السياحة وغير مصنفة كما يبينها الجدول الآتي :

الجدول رقم (2-2) :يبين تصنيف وعدد الفنادق في ولاية عين الدفلى

العنوان	التصنيف	المؤسسة الفندقية
حمام ريغة	03 نجوم	فندق زكار
عين الدفلى	01 نجمة	فندق ناجم
العطاف	01 نجمة	فندق البحري
عين الدفلى	01 نجمة	فندق دوي
عين الدفلى	بدون نجمة	فندق العباس
عين الدفلى	01 نجمة	فندق النجاح
عين الدفلى	بدون نجوم	فندق السلام قلواز

<sup>1</sup> - مديرية السياحة والصناعة التقليدية عين الدفلى



خمس مليانة	/	هياكل أخرى معدة للفندقة " الكون "
خمس مليانة	/	هياكل أخرى معدة للفندقة " الشلف "

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

وحسب الجدول الموضح فإن عدد الفنادق في ولاية عين الدفلى هي تسع فنادق تتمركز أغلبها في عاصمة الولاية و الحظيرة الفندقية على مستوى الولاية ككل عددها ضئيل جدا ، و يظهر افتقار باقي البلديات لفنادق مما ينتج عليه عدم توازن في توزيع المؤسسات الفندقية .

الجدول رقم (2-3): عدد الوكالات السياحية و الأسفار على مستوى ولاية عين الدفلى

الرقم	اسم الوكالة	الرقم	اسم الوكالة
1	زهرة تور	17	زبوج للسياحة و الاسفار
2	سيرين تور	18	عين السلطان للسياحة و الاسفار
3	دوي للسفر	19	سور فول تور
4	زكار للسياحة والاسفار	20	الفنك تور
5	المروج للسياحة والاسفار	21	خيو
6	بابا ادريس للسياحة والاسفار	22	فرع جات تور
7	عين الحاج للسياحة والأسفار	23	المانورة للاسفار
8	المزهرية للسياحة والأسفار	24	امسان للسياحة و الاسفار
9	الواحة تورز	25	العقيقية للسياحة و الاسفار
10	بي أم اش للسياحة والأسفار	26	الفسيفساء للسياحة و الاسفار
11	تمولقة للسياحة والأسفار	27	خديجة تامريت ترافل
12	الميثالية للسياحة و الأسفار	28	السكب للسياحة و الاسفار
13	أفروفيال للسياحة والأسفار	29	افيانتا للسياحة و الاسفار
14	فرع تمولقة للسياحة و الاسفار	30	فرع ساحة التوت
15	زيكابارا للسياحة و الاسفار	31	نسائم الخير
16	بوسليماني للسياحة و الخدمات		

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

نلاحظ من الجدول أن عدد الوكالات السياحية في ولاية عين الدفلى يعد معتبر مقارنة بعدد المؤسسات الفندقية ، كما أن توزيعها جيد في بلديات الولاية حيث تتمركز هذه الولايات في البلديات التي تعتبر الأكثر حيوية في الولاية لكن ما يعيب على هذه الوكالات أن معظم نشاطها يتمحور في تقديم خدمات العمرة والحج .

الجدول رقم (2-4): عدد الدواوين الناشطة على مستوى ولاية عين الدفلى

الرقم	اسم الديوان أو الجمعية	المقر
01	الديوان المحلي للسياحة	مليانة
02	الديوان المحلي للسياحة	وادي الشرفاء
03	الديوان المحلي للسياحة	عين الدفلى
04	الديوان المحلي للسياحة	بوراشد
05	الديوان المحلي للسياحة	المخاطرية
06	الديوان المحلي للسياحة	الحسانية
07	الديوان المحلي للسياحة	جليدة
08	الديوان المحلي للسياحة	العامرة
09	الديوان المحلي للسياحة	العطاف
10	الديوان المحلي للسياحة	عريب
11	جمعية صوفا صار	وادي الشرفاء
12	الجمعية المحلية للسياحة و التسلية علي عمار	مليانة

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

نلاحظ من الجدول أعلاه أن عدد الدواوين في ولاية عين الدفلى مقبول نوعا ما حيث أن معظمها تتمركز في المناطق الحيوية للولاية و تعمل على تنشيط القطاع السياحي أما فيما يخص الجمعيات الناشطة في مجال السياحة فهناك جمعيتين وهذا العدد يعتبر قليل جدا باعتبار أن الجمعيات تلعب دور و محرك فعال في قطاع السياحة وهذا راجع ربما لنقص الاهتمام من طرف القائمين على الولاية .

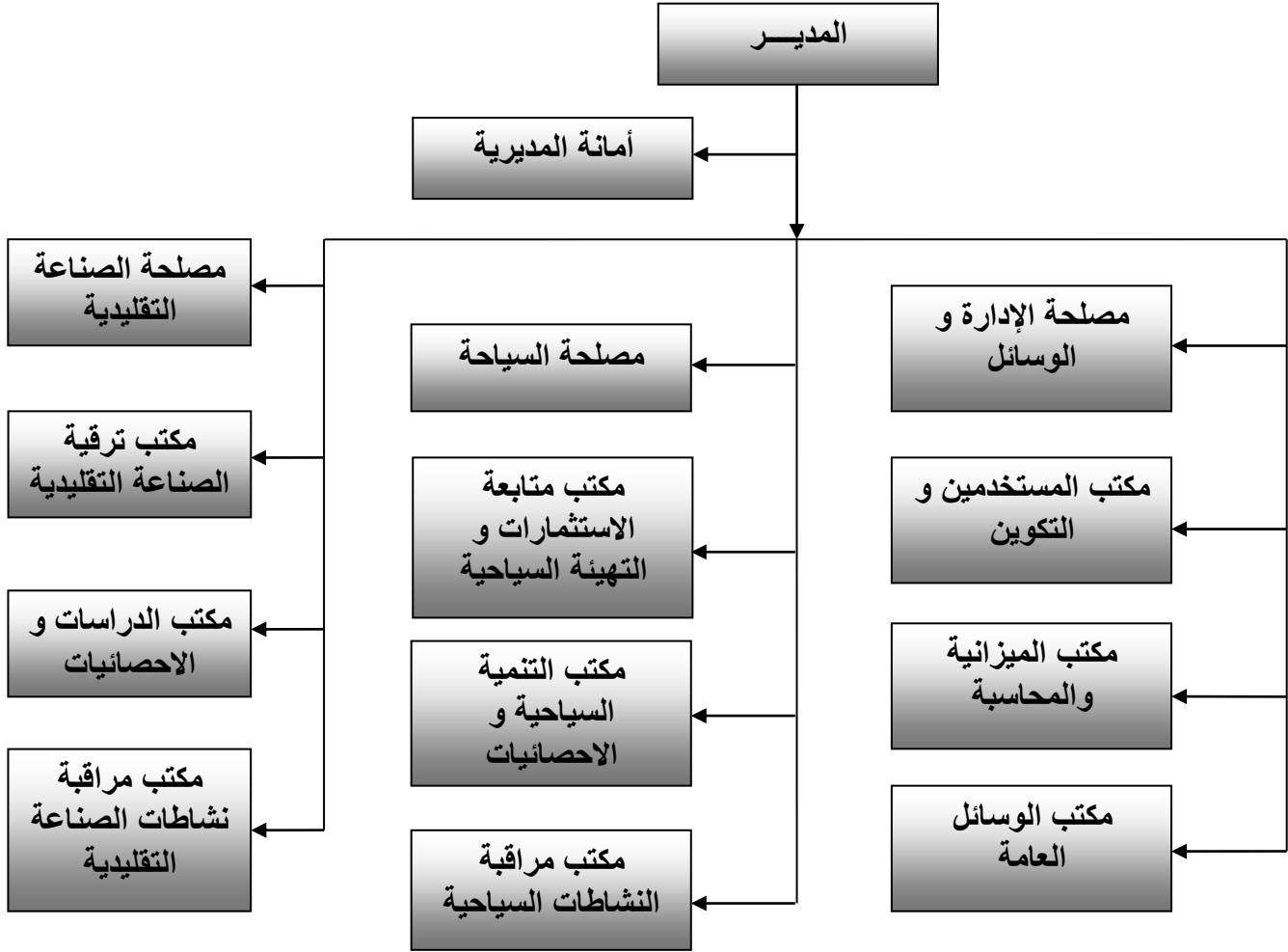
### المطلب الثاني: التسيير و التأطير المحلي للنشاط السياحي بولاية عين الدفلى

عملية التسيير السياحي تتضمن مجموعة من الوظائف المتناسقة وهي التخطيط والتنظيم والتوجيه و المراقبة و ذلك باستخدام الوسائل أو الموارد المتاحة لتحقيق أهداف معينة ، والغرض منها العمل المتواصل على إشباع حاجات و رغبات السائح .

#### أولا : لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى

أنشأت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى بالمرسوم التنفيذي رقم 10/ 257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 المتضمن انشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها و بصدر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق ل 20 مايو سنة 2012 ، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في المكاتب، ووفق هذا القرار تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ما يلي :

الشكل رقم (1-2) : الهيكل التنظيمي



المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى 2020

وتضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث مصالح:

أ - مصلىحة الإدارة والوسائل: تتكفل هذه المصلىحة بتسيير شؤون المسار المهني للمستخدمين وكذا تنفيذ ميزانية التسيير و التجهيز المعتمدة للمديرية وقد حددت المصالح المركزية للوزارة مخطط تنظيمي للمديريات الولائية للسياحة و تنقسم إلى :

✓ مكتب المستخدمين والتكوين

✓ مكتب الميزانية والمحاسبة

✓ مكتب الوسائل العامة

ومن مهام مصلىحة الإدارة الوسائل نذكر :

✓ تقييم الاحتياجات المادية والبشرية والمالية

✓ التوظيف وتسيير المسار المهني للمستخدمين

✓ متابعة الميزانية وتنفيذها

✓ ضمان الوسائل الضرورية لسير المصالح أو إعداد الجرد

ب - **مصلحة السياحة:** تتكفل هذه المصلحة بمتابعة ومراقبة الأنشطة السياحية ومدى مراعاة المتعاملين في المجال السياحي، تسويق الخدمات وفقا للمعايير و النصوص التنظيمية المحددة للممارسة النشاط و كذا السهر على إصدار الاعتمادات و التراخيص لممارسة الأنشطة السياحية ومدى مراعاتها لمعبي النوعية والجودة المسطرة من طرف المصالح المركزية و تشمل :

✓ مكتب متابعة الاستثمارات والتهيئة السياحية

✓ مكتب التنمية السياحية و الاحصائيات

✓ مكتب مراقبة النشاطات السياحية

ومن مهام المصلحة أيضا :

✓ ضمان دراسة ملفات طلبات الاعتماد و تصنيف المؤسسات الفندقية

✓ فتح وكالات للسياحة و الأسفار

✓ متابعة المشاريع الاستثمارية السياحية

ج - **مصلحة الصناعة التقليدية**

✓ مكتب ترقية الصناعة التقليدية :يعمل على تنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

✓ مكتب الدراسات و الاحصائيات :جمع المعلومات والمعطيات الاحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

✓ مكتب مراقبة النشاطات الصناعة التقليدية : المبادرة بالتحقيقات و الدراسات ذات الطابع التقني و الاقتصادي و الاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية .

ومن مهام هذه المصلحة :

✓ إعداد برامج و ترقية نشاطات الصناعة التقليدية

✓ متابعة استعمال إعانات صندوق نشاطات الصناعة التقليدية

✓ السهر على احترام مقاييس النوعية والشروع في دمج منتج الصناعات التقليدية

فمن خلال الهيكل التنظيمي نستنتج أن مديرية السياحة والصناعة التقليدية يتمثل دورها في دعم السياحة و تأطير النشاط السياحي على المستوى المحلي .

## المبحث الثاني: أثر البرامج والمشاريع السياحية في تحقيق التنمية المحلية بولاية عين الدفلى

تشهد ولاية عين الدفلى تحولات هامة في العديد من القطاعات التنموية خاصة فيما تعلق بالقطاع السياحي حيث شهدت انطلاق العديد من المشاريع و الاستثمارات السياحية التي ستحولها إلى وجهة سياحية خلال السنوات القادمة .

### المطلب الأول : موقع ولاية عين الدفلى ضمن مخططات التنمية الوطنية

إن تنمية القطاع السياحي بولاية عين الدفلى مرتبط بإستراتيجية الدولة وتنمية قطاع السياحة على المستوى الوطني ،هذه الاستراتيجية التي بدأت تتضح معالمها في السنوات الأخيرة بظهور برنامج الوزارة المعنية و المتمثل في جعل الجزائر وجهة سياحية أور ومتوسطة و حتى عالمية ، و ذلك من خلال إنجاز المخطط الوطني للتهيئة الذي انبثق منه المخططات الولائية للسياحية، هذا المخطط الذي قسم الجزائر إلى أقطاب سياحية ممتازة و أقطاب بدرجة ثانوية ، الأقطاب السياحية للامتياز تعد من بين الأهداف التي ركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

و تتميز ولاية عين الدفلى بستة أقطاب رئيسية و أربع أقطاب ثانوية موزعة على ثلاثة شعب سياحية رئيسية حيث تعرف هذه الأخيرة حركية حضرية بفضل مختلف أعمال التهيئة و أهم ما تم إنجازه أو في طور الانجاز من ناحية المشاريع نجد مشروع ترميم متحف الأمير عبد القادر و بالإضافة إلى الزوايا والأضرحة وغيرها .

أ-القطب السياحي للامتياز شمال- وسط : يتكون هذا القطب من من الولايات الآتية: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة ، تيزي وزو، بجاية... القطب مطل على البحر الأبيض المتوسط، ويحتوي على 39 منبع حيوي ، كما يحتوي على مواقع أثرية.

و يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كمخطط محلي تكميلي لمخطط إقليمي وطني هدفه التنمية السياحية ، والغاية منه هي إنشاء استراتيجية مفهومة وواقعية بمساهمة الجهات المعنية العامة والخاصة والتي تسمح بجعل الولاية وجهة سياحية بالاتفاق مع توجيهات المخطط التوجيهي للتنمية السياحية وألويات تنمية القطب السياحي المتميز شمال وسط ، و طبعا تثمين المكسب الطبيعي والثقافي للمنطقة من خلال تطوير السياحة و كذا ضمان التوازن البيئي و تحسين الظروف المعيشية لسكان المنطقة. وهذا يدخل في نهج مشترك بين صانعي القرار وكل الأطراف المعنية الفعالة المحلية تعتبر المفتاح الأساسي لتفعيل الأنشطة والموارد السياحية في الولاية.

### المطلب الثاني : مشاريع الاستثمار السياحي المحلي بولاية عين الدفلى

في إطار ترقية السياحة الوطنية و تطويرها و عملا بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مفهوما جديدا للسياحة الوطنية تقوم على الامتياز و الأصالة و الاستدامة في إعادة تشكيل مقصد الجزائر عامة و الإقليم خاصة ، في هذا المجال عمدت المديرية إلى وضع استراتيجية و خارطة طريق مستوحاة من صميم المخطط التوجيهي للتهيئة للسياحية ، و ذلك بفتح المجال أمام الاستثمار في المجال السياحي و مرافقة اصحابه عبر جميع مراحل من تكوين و إيداع الملف الاستثمار إلى غاية دخول الاستغلال.

#### الجدول رقم (2-5) : المشاريع الاستثمارية السياحية الخاصة بولاية عين الدفلى

الرقم	المقرر	نوع المشروع	عدد مناصب الشغل	نسبة الانجاز	نوع القطاع	ملاحظة
01	بلدية حمام ريغة (منطقة التوسع حمام ريغة )	فندق	45	45 %	خاص	المشروع في طور الانجاز
02	بلدية حمام ريغة (خارج منطقة التوسع حمام ريغة )	إقامة سياحية	22	80 %	خاص	المشروع في طور الانجاز
03	سيدي بوعبيدة العطاف	نزل طريق	17	60 %	خاص	المشروع في طور الانجاز
04	العطاف	مركب سياحي	206	75 % بالنسبة للحمام 0 % بالنسبة للمنشآت الأخرى	خاص	المشروع في طور الانجاز
05	بلدية مليانة	فندق حضري	16	100 %	خاص	المشروع انتهى الأشغال به
06	بلدية حمام ريغة (خارج منطقة التوسع حمام ريغة )	تهيئة بناية إلى فندق	10	100 %	خاص	المشروع انتهى الأشغال به
07	عين الدفلى	تهيئة غرف إلى شقق F4+F3	14	100 %	خاص	المشروع انتهى

الأشغال به				(منزل سياحي مفروش )		
المشروع متوقف	خاص	17%	15	فندق حضري	عين الدفلى	08
المشروع لم ينطلق بعد	خاص	0%	15	نزل طريق	عين الدفلى	09

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

من خلال الجدول نجد أن المشاريع التي هي في طور الانجاز سيكون لها دور مهم وجد فعال في زيادة الاستقبال بالولاية وتطورها، كما أن المشاريع التي ستنجز هي أكثر تطور و كفاءة و ذات جودة عالية و الذي يمكن من خلال تحقيق نوع من الرضا للسياح وهذا ما يتضح من خلال المعطيات أن أغلب الفنادق تتركز بالمناطق الحيوية بالولاية و التي من شأنها أن تساهم في خلق مناصب شغل ، أما فيما يخص المشاريع التي انتهت الأشغال بها تعتبر من الهياكل التي تحتوي عليها المنطقة و تشجيع الاستثمارات السياحية لجعلها مستجيبة لمتطلبات التنمية المحلية .

أما المشاريع المتوقفة فتواجه العديد من المشاكل من أجل الانطلاق فيها منها مشكلة القروض الممنوحة هذه العراقيل من شأنها أن تأثر سلبيا على القطاع بالولاية و كذا على المستثمرين على سحب مشاريعهم لذا يجب توفير كل التسهيلات من أجل الاستثمار في المشاريع السياحية التي سيكون لها دور جد ايجابي في تحقيق التنمية بالولاية ، والمشاريع التي لم تنطلق بها الأشغال ستكون بمثابة اضافة معتبرة للولاية مما يقلل الضغط على باقي هياكل الاستقبال الأخرى وهذا بالنسبة للقطاع الخاص بينما نجد أن القطاع العمومي فقد كانت المشاريع الاستثمارية فيه وفقا للجدول كالاتي :

الجدول رقم (2-6): المشاريع الاستثمارية السياحية العمومية بولاية عين الدفلى

الرقم	نوع المشروع	نسبة الانجاز	نوع القطاع	ملاحظة
01	دراسة قصد إنجاز وتجهيز مقر مديرية السياحة مع سكن وظيفي	100 %	٧	العملية مغلقة بموجب و ذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 12/2013 المؤرخة في 2013/06/18 .
02	دراسة قصد انجاز وتجهيز مركز المعلومات والتوجيه السياحي بعين الدفلى			العملية مغلقة وذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 36/2016 المؤرخة في 2012/12/31 .
03	دراسة تهيئة منطقة التوسع السياحي سد غريب			العملية مغلقة وذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 16/2018 المؤرخة في 2018/05/16 .
04	دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية			العملية مغلقة وذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 06/2018 المؤرخة في 2018/05/09 .
05	دراسة نضج وتحضير من أجل إنجاز دار الصناعة التقليدية بخميس مليانة	100 %	٧	العملية مغلقة وذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 05/2016 المؤرخة 2018/05/09 .
06	دراسة نضج لإنجاز مركز الصناعة التقليدية بالعطاف			العملية مغلقة و ذلك وفقا لمقررة الاختتام رقم 04/2016 المؤرخة 2018/05/09
المشاريع التي في طور الانجاز				
01	دراسة تهيئة منطقتين للتوسع السياحي بحمام ريغة والعايد	الحصة رقم 01 : 100%	٧	منطقة العابد الحصة رقم 02 متوقفة بسبب تحفظ اللجنة الولائية للأرضية المقترحة بعد معارضة مصالح محافظة الغابات للولاية
المشاريع المجمدة				



01	تهيئة وتحسين منطقة التوسع السياحي لحمام ريغة	عملية مجمدة	لم تتطرق بعد تحفظ اللجنة الولائية للارضية المقترحة بعد معارضة مصالح محافظة الغابات
02	دراسة التهيئة السياحية للموقع الطبيعي سيدي مجاهد بين علال	عملية مجمدة	لم تتطرق بعد تحفظ اللجنة الولائية للارضية المقترحة بعد معارضة مصالح محافظة الغابات

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى

### المطلب الثالث : دور مديرية السياحة والصناعة في التنمية المحلية بولاية عين الدفلى

الهدف من أي تنمية هو الوصول إلى الأفضل و تنمية القطاع السياحي بصفة خاصة تساهم في تحقيق التنمية المحلية وولاية عين الدفلى تمتلك جميع المؤهلات الطبيعية منها والثقافية التاريخية التي تساعدها على تحقيق تنمية سياحية محلية و التي دور كبير في المحلية .  
يسعى القائمون على قطاع السياحة بولاية عين الدفلى و المتمثلين في مديرية السياحة والصناعة التقليدية إلى تحقيق جملة من الأهداف و ذلك عبر تشجيع الاستثمارات السياحية المحلية في ولاية عين الدفلى و تحفيز المستثمرين الخواص و الوقوف على أهم المشاريع المنجزة للنهوض بالقطاع السياحي في الولاية هذه المشاريع سيكون لها دور كبير في تحقق تنمية سياحية محلية وترقية القطاع السياحي و الاسهام في تحقيق التنمية المحلية للمنطقة .

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 الإطار المرجعي للسياسة السياحية لولاية عين الدفلى ، حيث تم إدراج ولاية عين الدفلى ضمن القطب السياحي شمال -وسط و من خلال مبادئه و أهدافه تمت صياغة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية عين الدفلى ، الذي أعدته مديرية السياحة لولاية عين الدفلى بالتعاون مع مختلف القطاعات الأخرى للولاية ، ويعتبر المخطط التوجيهي بمثابة رؤية مستقبلية لتنمية القطاع السياحي على مستوى الولاية من خلال ثلاثة عناصر أساسية :الاستثمار السياحي ، آليات تفعيل السياحة ، وترقية المنتج السياحي .

#### أولا/الاستثمار السياحي :

تمتلك ولاية عين الدفلى منطقة للتوسع السياحي و التي تعتبر وعاء للاستثمار السياحي والفندقي و لديها الكثير من المناطق والمواقع السياحية التي يمكن أن تكون مساحات استثمارية إضافية في الولاية بحكم تمتعها بمؤهلات سياحية .

ووفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية عين الدفلى الذي بلورته مديرية السياحة والصناعة التقليدية تم تحديد مجموعة من الفضاءات الموجهة للاستثمار السياحي والفندقي بالولاية .

من أجل تثمين هذه المناطق من جهة وتوزيع المنتج السياحي للولاية من جهة أخرى و كذا تفعيل أنماط سياحية أخرى .

إن السياسة السياحية للسياحة في ولاية عين الدفلى تنظر إلى ترقية الاستثمار السياحي على أنه أمر ضروري لتطوير القطاع بحكم أن الولاية تتمتع بالعديد من المساحات الاستثمارية ، بالإضافة إلى منطقة التوسع السياحي.

### ثانيا /آليات تفعيل السياحة بالولاية :

بناء على مرجعية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 ، الذي حدد خمس ديناميكيات لتفعيل السياحة على المستوى الوطني ،حيث تم إسقاط هذه الآليات على مستوى الولاية من خلال أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية ففي إطار المخطط " وجهة الجزائر " لابد من القيام ببعض الخطوات لتفعيله على مستوى ولاية عين الدفلى لجعل هذه الأخيرة أكثر جاذبية للسياح ، بتثمين المورد السياحي فيها و نلخص هذه الأهداف كالآتي:

أ- تحسين التوازن الاقتصادي الكلي: التشغيل، الميزان التجاري والمالي والاستثمار،

ب-توسيع الآثار المترتبة عن هذا القطاع إلى القطاعات الأخرى: الفلاحة، الصناعة، النقل، الخدمات، التشغيل.

ت-المساهمة في المبادلات الاجتماعية والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي.

وبهذا نجد أن السياحة ستصبح عنصرا أساسيا للتنمية الاقتصادية في المستقبل قادرة على التخفيض وحتى التغيير من اعتماد الجزائر والولاية على الموارد النفطية والغازية.

في هذا الإطار، وطبقا لمرحلة التدقيق في الموارد، الثروات والعوامل التي تؤثر على الاستقطاب السياحي للولاية تم وضع خيار استراتيجي وخطة تنفيذية.

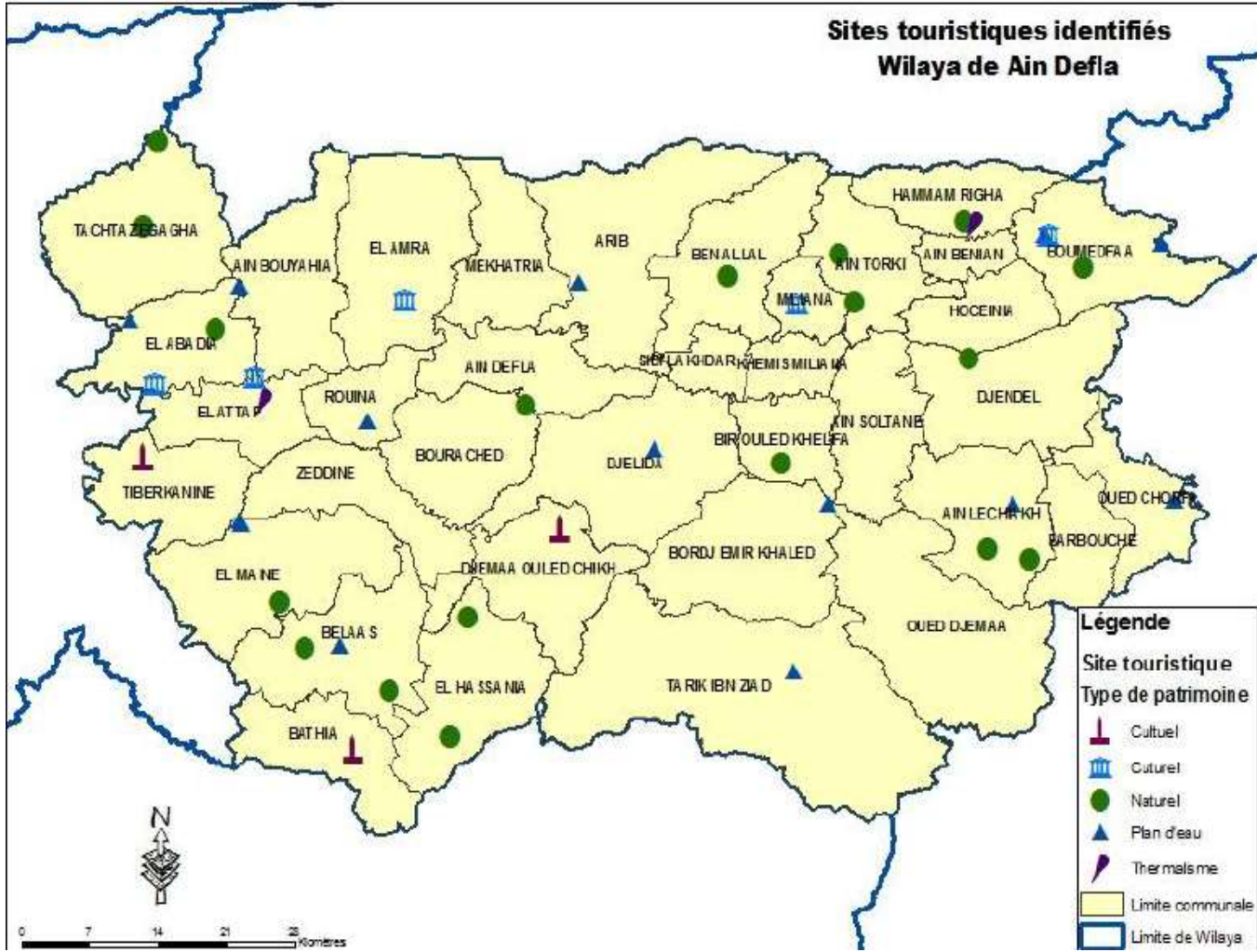
وعملية إسقاط المسار السياحي على الإمكانيات السياحية مكن من تقدير ما يلي:

➤ أغلب المواقع غير مثمرة سياحيا

➤ هيمنة المواقع الطبيعية ،

➤ أهمية الاستفادة من المسطحات المائية المختلفة لاسيما السدود التي تزخر بها الولاية،

الشكل رقم (2-2): عدد المواقع السياحية المسجلة بولاية عين الدفلى



### 1- سياحة المؤتمرات والأعمال :

هي الإقامة المؤقتة لعدة أشخاص خارج مقره إقامتهم لاعتبارات مهنية (اجتماعات، مؤتمرات، ندوات) بفضل التظاهرات العلمية التي تقام في ميدان الصناعات التقليدية و كذا السياحة.

### 2- السياحة الثقافية والدينية :

وذلك لاكتشاف الموروث الثقافي والتاريخي و المعماري للمدن والقرى ،و المواقع الأثرية و الهياكل الدينية،بالإضافة إلى التراث اللامادي ، المتمثل في الأعياد الدينية والوطنية و لعادات التقليدية والمحلية . فمن أهم البنود العريضة للسياحة هي كيفية التوفيق بين الجانب الثقافي و القطاع السياحي ضمن استدامة هذه الموروثات و استغلالها و المحافظة عليها لدعم و تشجيع السياحة الثقافية ، لإعطاء صورة ايجابية و العمل على تحسين صورتها لدى الأخر والدعاية لثقافتها.

إن أهم الأهداف التنموية التي تسعى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى إلى

تحقيقها ما يلي :

- ✓ إنشاء نشاط اقتصادي خالق للثروة و لفرص العمل المباشرة و غير المباشرة لفائدة سكان الولاية.
- ✓ ضف إلى ذلك خلق ديناميكية إيجابية للقطاعات الأخرى (تجارة, صناعة تقليدية, النقل..... إلخ) بدون التأثير بصفة سلبية على النظام البيئي من خلال تطوير سياحة مستدامة.
- ✓ ومن بين أهم التظاهرات والمواعيد ذات الطابع السياحي المحلي والوطني والدولي التي نظمتها وشاركت فيها مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى من أجل ترقية المنتج السياحي نجد كالاتي :
- ✓ المشاركة في اليوم العالمي للمناطق الرطبة 02 فيفري 2019 المنظم من قبل محافظة الغابات ومختلف القطاعات .
- ✓ تنظيم المعرض الجهوي للمرأة تحت المرأة الجزائرية شريك أساسي في التنمية المحلية المستدامة من 05 مارس إلى 10 مارس 2019.
- ✓ المشاركة في اليوم العالمي للغابات 21 مارس من كل سنة المنظم من قبل محافظة الغابات.
- ✓ المشاركة في الملتقى الدولي للمذهب المالكي في طبعته الخامسة عشر من 05 إلى 07 نوفمبر 2019.
- ✓ المشاركة في تظاهرة سدود وموانئ زرقاء سد سيدي امحمد بن طيبة يوم 29 جوان 2019 منظم من طرف الصيد البحري والموارد الصيدية .
- ✓ المشاركة في اليوم العالمي للبيئة يوم 05 جوان 2019 منظم من قبل البيئة .
- ✓ تنظيم اليوم الوطني للسياحة 25 جوان 2019 ، حيث سطرت مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بالتنسيق مع غرفة الصناعة التقليدية والحرف ومختلف القطاعات لولاية عين الدفلى برنامجا للاحتفال بهذه التظاهرة على النحو التالي:
- ✓ تنظيم أبوابا مفتوحة بالإضافة إلى إقامة معرض "بدار الصناعة التقليدية ناصري بلقاسم بخميس مليانة بمشاركة ، مديرية البيئة، مديرية الشباب والرياضة ، مؤسسة التسيير الحموي لحمام ريغة، وكالات السياحة والأسفار لولاية عين الدفلى، الديوان المحلي للسياحة لبلدية عين الدفلى، حرفيين بمختلف النشاطات، فوج الكشافة الإسلامية للأمير عبد القادر بخميس مليانة ،
- ✓ الإحتفال باليوم العالمي للسياحة 27 سبتمبر 2019 تحت شعار " السياحة و العمل من أجل مستقبل أفضل" بدار الصناعة التقليدية عين الدفلى ، حيث سطرت مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بالتنسيق مع غرفة الصناعة التقليدية والحرف ومختلف القطاعات لولاية عين الدفلى برنامجا ثريا للاحتفال بهذه التظاهرة على النحو التالي:
- ✓ تنظيم معرض "بدار الصناعة التقليدية ناصري بلقاسم بخميس مليانة بمشاركة مختلف القطاع القطاعات .

- ✓ إفتتح المعرض من قبل السيد مدير السياحة والصناعة التقليدية للولاية بمرافقة مدراء تنفيذيين في حدود الساعة العاشرة و النصف صباحا(10:30) سا حيث زار مختلف الأجنحة المخصصة للمشاركين و إستمع للشروحات المقدمة من طرفهم ،كما تم عرض حول البوابة الإلكترونية المنشأة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية والتي تخص مجال نشاط وكالات السياحة والأسفار، ومجال الاستثمار السياحي ،و توزيع عدد من الدعائم الترقية المتمثلة في أقراص مضغوطة، خرائط سياحية، دليل سياحي.
- ✓ تسجيل حصة إذاعية حول السياحة بالتنسيق مع الاذاعة الجهوية بعين الدفلى بمناسبة اليوم العالمي للسياحة وهذا من أجل تحسيس المتعاملين حول أهمية الرقمنة في التعاملات التجارية.
- ✓ المشاركة في تظاهرة اليوم العالمي للجبل يوم 11 ديسمبر 2019 المنظم من قبل محافظة الغابات.

## خلاصة الفصل الثاني

تزخر ولاية عين الدفلى بإمكانيات سياحية تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا ووجهة رائدة ، و ذلك لما لها من موقع استراتيجي و مقومات سياحية متنوعة ،منها الطبيعية والتاريخية و الأثرية و الثقافية والدينية ،لكن رغم هذه المقومات التي تتوفر عليها الولاية إلا أن محدودية المنشآت السياحية ، وضعف جودة الخدمات السياحية المقدمة تبقى عائقا على مساهمة قطاع السياحة في تحريك عجلة التنمية المحلية بالولاية ، و تحقيق الإيرادات و إمتصاص البطالة ، و هنا يرجع إلى ضعف تسويق الخدمات السياحية حيث أن للتسويق السياحي دور فعال و كبير في النهوض بالمؤسسات السياحية وزيادة مداخيلها من خلال زيادة الطلب على خدماتها ، و لكن حسب ما لاحنا أن الوكالات السياحية للولاية تقتصر تقريبا على العمرة والحج ، اضافة إلى الغياب التام لثقافة التسويق السياحي لدى بعض المستثمرين هذه الأخيرة التي لا تحظى بالاهتمام و هذا ما يعتبر من نقاط ضعف التي تقف أمام النهوض بقطاع السياحة بولاية عين الدفلى .

حائمه

إن للسياحة دور فعال في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية يتجلى ذلك من خلال أثارها الايجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحقيق الايرادات كما انها مجال واسع لجذب رؤوس الاموال الاجنبية .كما يمكن القول أن للسياحة والتنمية المحلية مساهمة غير مباشرة في تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى.

ان الجزائر بفضل موقعها الاستراتيجي تزخر بمقومات و مؤهلات سياحية تختلف من منطقة لأخرى ، وولاية عين الدفلى على غرار العديد من الولايات الجزائرية تمتلك مقومات الجذب السياحي، التي تؤهلها لأن تكون ولاية سياحية بامتياز، إلا أنه وبالرغم من الجهود التي تقوم بها مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى بالتعاون مع الوزارة الوصية الا انها لا تزال بعيدة على مستوى الاقليمي و العالمي و الاحصائيات السياحة تؤكد على انه لا يزال دون المستوى المطلوب وهذا ما يترجم نقص تسويق الخدمات السياحية بالولاية بالرغم من أن التسويق يعتبر اداة ادارية فعالة يمكن انقضاء استراتيجية تسمح بالنهوض بالقطاع السياحي و ترقيته وذلك لأن التسويق السياحي يعمل توفير جميع المتطلبات لتحقيق التنمية المحلية.

### -اختبار الفرضيات :

**الفرضية الأولى :** للتسويق السياحي دور مهم في ترقية الخدمات السياحية وتطوير القطاع السياحي وتعزيز مساهمته في التنمية المحلية. أثبتت الدراسة صحة هذه الفرضية حيث تبين لنا أن التسويق السياحي من المحددات الأساسية لتنمية وتفعيل قطاع السياحة ، إذ يقوم بدراسة وتحديد رغبات السياح وتحريك دوافعهم السياحية من خلال تعريف السائح بالقدرات والمقومات السياحية التي تتمتع بها الدولة ودفعه إلى زيارتها

**الفرضية الثانية :** تعتمد ولاية عين الدفلى على برامج تسويقية مؤثرة وتتناسب مع احتياجات السوق السياحي. أثبتت الدراسة صحة الفرضية وذلك من خلال عملها على تنفيذ سياسية سياحية من خلال تجسيد المشاريع و البرامج التنموية للقطاع و تشجيع المستثمرين في الجانب السياحي بتقديم التسهيلات للمتعاملين الاقتصاديين للاستثمار في مناطق التوسع السياحي بالولاية و ذلك لترقية السياحة من جهة و خلق مناصب شغل من جهة أخرى و الذي سوف ينعكس على التنمية المحلية .

**الفرضية الثالثة :** يوجد مجهودات مبذولة للدفع بعجلة التنمية المحلية والسياحية في ولاية عين الدفلى والوصول إلى تحقيق الاستدامة. فيما يخص هذه الفرضية أثبت الدراسة صحتها حيث لا تزال تسعى الجهات الرسمية القائمة على قطاع السياحة إلى بذل مجهودات كبيرة لانهوض بالقطاع بالرغم ما يعانيه من نقص في النية التحتية و الهياكل السياحية و غياب الاستغلال الأمثل للإمكانيات الأمر الذي انعكس سلبا على تحقيق التنمية المحلية ومساهمات هذا القطاع في التنمية في الولاية ضعيف .

### نتائج الدراسة النظرية :

من بين أهم النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة النظرية كالاتي :



- السياحة أصبحت صناعة قائمة بذاتها لها العديد من الآثار الايجابية و تعتبر من مصادر العملة الصعبة كما تعد من أهم القطاعات المعززة للتنمية المحلية .
- التنمية المحلية تعني عملية تغيير هادفة و مستمرة تشمل كافة جوانب المجتمع تصاحبها تحولات هيكلية تهدف لتحسين مستوى حياة الأفراد و عيشهم من خلال الاستغلال الرشيد للموارد والإمكانات المتاحة .
- الحفاظ على ذاكرة الماضي و التمسك بالعادات والتقاليد والقيم و إحياء تراث الأجداد والعمل على استمراريته للأجيال القادمة بما يواكب روح العصر .
- التسويق السياحي عملية يمكن من خلالها تأمين و تلبية احتياجاتهم الاستهلاكية و تشجيع الطلب من أجل رفع مردودات القطاع السياحي و من ثمة انعاش و تعزيز التنمية المحلية .
- يساهم التسويق السياحي بشكل كبير في التنمية المحلية .
- تساهم المشاريع الصغيرة في تغطية السوق والأنماط الاستهلاكية فضلا عما تتميز به من خصائص وما تقدمه من دعم للناتج الداخلي الخام، وخلق فرص عمل جديدة.

#### نتائج الدراسة التطبيقية :

- نقص الوعي السياحي لدى الأفراد ، وتدني وضعية الخدمات المقدمة رغم تميز المعطيات الطبيعية السياحية بولاية عين الدفلى.
- نقص في التكوين السياحي ، و قلة المعاهد التكوينية المتخصصة في السياحة .
- نقص البنية التحتية خاصة المؤدية الى المواقع السياحية حيث لا يمكن القول عن منطقة بانها سياحية في غياب شبكة نقل مؤدية الى هذه المواقع السياحية.
- نقص آليات الدعم .
- تزخر ولاية عين الدفلى بمقومات طبيعية هائلة مهمة فريدة من نوعها و لكن أغلبها يظل غير مستغل .
- بالنسبة للهيئات القائمة على قطاع السياحة فهي تعمل من أجل تنمية السياحة بالولاية وذلك من خلال المشاركة في التظاهرات المحلية والوطنية من أجل التعريف بالمنتج السياحي و لكنها مع ذلك لا تملك الوسائل الكافية .

#### توصيات و اقتراحات :

- وبناء على النتائج المتوصل إليها نقدم بعض التوصيات والاقتراحات كالاتي :
- تفعيل دور الجماعات المحلية في التنمية السياحية من خلال تشجيع الدواوين السياحية والجمعيات السياحية لتنشيط التظاهرات المحلية بالولاية وتخصيص مناطق التوسع السياحي في مناطق أخرى من الولاية .

- تشديد الحرص على المؤسسات السياحية لتطبيق مخطط الجودة السياحية الذي سوف يكون بمثابة أداة تحسن من جودة الخدمات السياحية وتحسين صورتها .
- إعداد برامج لنشر الوعي بين جميع المتعاملين في الميدان السياحي و بين المواطنين وبأهمية القطاع السياحي ودوره في تنمية الولاية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا .
- ضرورة إنشاء مركز للتكوين في السياحة ،و لِمَا لا فتح تخصص في السياحة بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة أو المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني.
- الاهتمام بتنوع المنتجات السياحية .
- دعم الاستثمار في مشروعات البنى التحتية و التجهيزات الأساسية و التقنيات الحديثة في الاتصالات و نظم المعلومات التي تخدم التنمية السياحية .
- ضرورة إحداث التوافق بين الخطط السياحية وخطط التنمية المحلية .
- تأهيل المحطات الحموية بالولاية و عصرنتها و إنشاء حمامات معدنية أخرى في الينابيع الحموية الأخرى الغير المستغلة .
- منح التسهيلات للمستثمرين في القطاع السياحي و تقديم التوجيهات لهم و العمل على مرافقتهم من أجل الاسراع في تجسيد المشاريع الاستثمارية .
- ضرورة إحداث بنك للمعلومات السياحية يمكن من الجمع الجيد للمعلومات من حيث نقص المعلومات التي تهتم قطاع السياحة و عدم توفر إحصائيات دقيقة .

### آفاق الدراسة :

- إن أهمية التسويق السياحي في التأثير على قطاع السياحة و دوره في إنعاش التنمية المحلية تفتح المجال أمام دراسات أخرى تتعلق بهذا الموضوع و آفاق الدراسة في المستقبل سوف تكون حول :
- دور الجماعات المحلية في تفعيل التسويق السياحي بولاية عين الدفلى
  - التنمية السياحية كقاطرة للتنمية المحلية بولاية عين الدفلى
  - تسويق السياحي وأثره على التنمية المحلية في ظل التنمية المستدامة
  - دور السياحة المحلية في التنمية المحلية المستدامة بولاية عين الدفلى

قائمة

المراجع

1/الكتب:

- 1- إبراهيم إسماعيل الحديد ، إدارة التسويق السياحي ،دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع ، ط1 ،الأردن ،2010 .
- 2- احمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية ، دار الوفاء لدنيا الطباعات و النشر الإسكندرية،2002 .
- 3-إياد عبد الفتاح النصور،أسس التسويق الخدمات السياحية العلاجية ، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ،2008 .
- 4-حميد عبد النبي الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، دار اليازوري لنشر و الطباعة و التوزيع، الأردن ، 2013 .
- 5-خالد مقابلة ، علاء السرابي ، التسويق السياحي الحديث ، دار وائل للنشر،2000 .
- 6-صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي ، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، 2006.
- 7-طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010 .
- 8-عبد المطلب عبد الحميد ، التمويل المحلي والتنمية المحلية ، إصدار الجامعة للطبع و النشر و التوزيع ، مصر ، 2001 .
- 9-عصام حسن السعيد ، التسويق و الترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، دار الراية ، عمان الاردن، 2008 .
- 10-علي رضا الجياشي ، التسعير مدخل تسويقي ،دار جبهة للنشر و التوزيع ،عمان ، 2013.
- 11-عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر ، القاهرة، الطبعة الأولى ، 1999.
- 12-لمياء السيد حنفي ، فتحي الشرقاوي، الاتجاهات الحديثة في السياحة، دار المعرفة الجامعية للنشر والطبع والتوزيع، مصر،2008 .
- 13-محمد عبيدات إبراهيم، التسويق السياحي-مدخل سلوكي-، دار وائل للنشر و الطباعة، الأردن، 2000
- 14-مروان أبو رحمة وآخرون، تسويق الخدمات السياحية ، دار البركة ، الطبعة الأولى ، الأردن، 2001 .

## 2/ أطروحة الدكتوراه

1- السيتي وسيلة ، تمويل التنمية المحلية من منظور إسلامي مساهمة صندوق الزكاة والوقف ، أطروحة دكتوراه ، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة بسكرة ، 2012.

2-بوسميين أحمد ،الاستثمار في المؤسسات المصغرة ودوره في التنمية المحلية بمنطقة الجنوب الغربي الجزائري ، أطروحة دكتوراه ،غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 03، 2009.

3-عرب عبد العزيز، استراتيجيات تسويق الخدمات السياحية انعكاساتها على الاقتصاد الوطني ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، .

## 3/ مذكرات ماجستير

1 – DJEBBARI Souad ,mémoire pour l’obtention du magister ,L’application du marketing touristique en Algérie –cas de la région de Tamanrasset ,université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID , faculté des sciences économiques et sciences de gestion , 2008–2009.

2-مسكين عبد الحافظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحية، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية ،جامعة قسنطينة ، 2009 .

## 4 / المجالات و الدوريات

1-أحمد قايد نوالدين وسهام شاوش أخوان، إدارة الجودة في القطاع السياحي في الجزائر ، مجلة التنمية الاقتصادية، ع1 ، جامعة الوادي ، 2016 .

2-المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم تطوير المناهج ، سفر و سياحة، المملكة العربية السعودية

3-بسمة عولمي ، تشخيص نظام الإدارة المحلية في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، ع4، الشلف، 2006 .

4-علواني عمار ، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية المحلية ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، سطيف ، ع 10 ، 2010.

5- مباركة بلاطة ، خالد كواش، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ع 04 ، جامعة سطيف، 2005 .

5/ الملتقيات

1-R . BARETIE, Aspects économiques du tourisme, paris , presse universitaire de France, 1990.

2-مختفي حميدة، العيداني إيمان، نحو نظرة استشرافية لتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة البويرة، 2015 .

قائمة

الملاحق

## الملحق رقم (01)

### 1- عرض المقابلة :



جامعة الجليلي بونعامه بخميس مليانة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية  
تخصص تسويق الخدمات



### نموذج عن استمارة

الخاصة بإجراء المقابلة العلمية في الدراسة الميدانية  
التي شملت مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى

في اطار تحضير شهادة الماستر في العلوم التجارة، تخصص تسويق الخدمات، والتي يدور موضوعها حول دور التسويق السياحي في انعاش التنمية المحلية، دراسة ميدانية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى، نود إجراء مقابلة مع شخصكم المحترم، من خلال تقديم مجموعة من الاسئلة تصب في صلب الموضوع. ونحيطكم علما ان هذه المقابلة تدخل في إطار البحث العلمي في مجال الخدمات لا غير، نرجو منكم ان تبسطوا لنا يد العون من أجل اتمام هذا البحث وفق الأطر العلمية والمنهجية المتعارف عليها.

\***الهدف من المقابلة :** ان الغاية من إجراء هذه المقابلة معرفة دور التسويق السياحي في إنعاش التنمية المحلية.

\***السيد الذي أجريت معه المقابلة السيد/ بوعقادة عبد القادر مفتش في السياحة - رئيس مهمة -**،  
مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى، يوم 08 سبتمبر 2020 على الساعة 09 صباحا.

### \*أسئلة المقابلة:

**السؤال 01 :** هل توجد مصلحة أو مكتب خاص بالتسويق على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية ؟

### **الجواب :01**

لا يوجد مكتب خاص بالتسويق على مستوى مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، و انما هناك مهام منوطة بإطارات المديرية المكلفة بترقية منتوج الصناعة التقليدية او الوجهة السياحية لولاية عين الدفلى تحت مسمى مكتب التنمية و الاستثمار يشغله مهندس معماري يختص في متابعة المشاريع الاستثمارية الخاصة و العمومية و مشاريع التنمية المحلية و القطاعية .

**السؤال 02 :** بالنسبة للتنمية السياحية هل هناك دعم مقدم من طرف الجماعات المحلية فيما مجال السياحة ؟



## الجواب 02 :

نعم هناك دعم من طرف الجماعات المحلية في مجال السياحة ، بحيث هناك مشاريع تسجل ضمن المخططات التنموية البلدية و الولائية و التي تخصص بصفة عامة في تهيئة مناطق التوسع السياحي مثل منطقة التوسع السياحي لحمام ريغة و منطقة التوسع السياحي لبلدية وادي الشرفاء التي استفادت من مشروعين لتهيئة السياحية بتكلفة اجمالية تقدر ب 170 ملون دينار جزائري .

**السؤال 03:** ما هي الآليات المُتبعة في تفعيل السياحة الداخلية بولاية عين الدفلى ؟

## الجواب 03 :

الاليات المتبعة في تفعيل السياحة الداخلية و تتمثل في دعم الاستثمار من اجل الرفع من القدرات الاستقبلية التي بدورها ستوفر للزبون الخيارات اللازمة من دراسة السوق المحلي و التركيز على الدور الاجتماعي للسياحة .

**السؤال 04 :** هل هناك مساعدات مقدمة من طرف الوزارة الوصية لترقية القطاع السياحي؟ فيما تتمثل ؟

وهل هي كافية ؟

## الجواب 04 :

نعم هناك مساعدات تقدم من طرف الوزارة الوصية تتمثل في تخصيص ميزانية و لو انها بسيطة في ميزانية الدولة القطاعية مخصصة للمهام الترويجية و الترقية ( المطبوعات - إنشاء المواقع الالكترونية ... ) بالإضافة إلى مساعدات تقدم الى الدواوين المحلية للسياحية بهدف القيام بأنشطة ترويجية وفق دفتر شروط معد من طرف الوزارة الوصية .

**السؤال 05:** ماذا أضاف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 كإستراتيجية لترقية السياحة

على مستوى ولاية عين الدفلى ؟

## الجواب 05 :

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ت.س/SDAT ) يحدد المبادئ التوجيهية الرئيسية لإستراتيجية التنمية السياحية في ولاية عين الدفلى . الهدف الأولي لهذا المخطط هو تثمين المكسب الطبيعي والثقافي للمنطقة من خلال تطوير السياحة و كذا ضمان التوازن البيئي و تحسين الظروف المعيشية لسكان المنطقة. وهذا يدخل في نهج مشترك بين صانعي القرار وكل الأطراف المعنية الفعالة المحلية تعتبر المفتاح الأساسي لتفعيل الأنشطة والموارد السياحية في الولاية.

للمخطط التوجيهي السياحي **03 أهداف رئيسية** وهي:

1- تحسين التوازن الاقتصادي الكلي: التشغيل، الميزان التجاري والمالي والاستثمار،

2-توسيع الآثار المترتبة عن هذا القطاع إلى القطاعات الأخرى: الفلاحة ، الصناعة ، النقل ،

الخدمات ، التشغيل.

### 3-المساهمة في المبادلات الاجتماعية والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي.

وبهذا نجد أن السياحة ستصبح عنصرا أساسيا للتنمية الاقتصادية في المستقبل قادرة على التخفيض وحتى التغيير من اعتماد الجزائر والولاية على الموارد النفطية والغازية.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(م.ت.ت.س /SDAT) لولاية عين الدفلى يعتبر مخطط محلي تكميلي لمخطط إقليمي وطني هدفه التنمية السياحية. الغاية إذا هي إنشاء استراتيجية مفهومة وواقعية بمساهمة الجهات المعنية العامة والخاصة والتي تسمح بجعل الولاية وجهة سياحية بالاتفاق مع توجيهات المخطط التوجيهي للتنمية السياحية وأولويات تنمية القطب السياحي المتميز شمال وسط.

في هذا الإطار، وطبقا لمرحلة التدقيق في الموارد، الثروات والعوامل التي تؤثر على الاستقطاب السياحي للولاية تموضع خيار استراتيجي وخطة تنفيذية.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ينقسم إلى أربعة(04) مراحل، وهي كالتالي:

- ✓ تجسيد الوضع الحالي وتشخيص حالة السياحة المحلية،
- ✓ اقتراح نماذج تنمية واستراتيجية تهيئة سياحية،
- ✓ الاستراتيجية المحددة وخطوات العمل، البرنامج التنفيذي.

أهم رهانات التطوير السياحي تتعلق ب:

- ✓ كيف تصبح عين الدفلى وجهة حقيقية ؟
- ✓ الشعب السياحية الواجب تطويرها؟
- ✓ أي مشروع سياحي مندمج للولاية؟
- ✓ ما هي حيثيات سياسة الترويج السياحي انطلاقا من دراسة المنافسة المفروضة من الجهات الأخرى؟
- ✓ قدرة الاستيعاب و هياكل الإيواء؟

أهم ما اضافته المخطط التوجيهي للسياحية لولاية عين الدفلى هو انه رسم خريطة الطريق و التوجه العام لمجهودات السلطات المحلية سوف تكون منصبة على تنفيذ هذا المخطط و هو ما سيوفر الوقت و المجهود .

**السؤال 06:** تقوم مديرية السياحة والصناعة التقليدية بتنظيم تظاهرات ومهرجانات وصالونات على المستوى المحلي الوطني في نظركم هل هي كافية ؟ وما هي الإضافة التي يمكن أن تقدمها هذه الأخيرة لقطاع السياحة بالولاية ؟

**الجواب 06 :**

تقوم مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بمهام ترقية .، تهدف الى التعريف بالمقومات السياحية المحلية ونذكر من هذه الأنشطة :

- ✓ الاحتفال باليوم العالمي للسياحة المصادف ل 27 سبتمبر من كل سنة
- ✓ اليوم الوطني للسياحة 25 جوان من كل سنة

بالإضافة الى المشاركة في الصالون الدولي للسياحة الذي يقام كل سنة بالجزائر العاصمة ، و هي فرصة لتبادل الخبرات و التعريف و الترويج للمنتج السياحي المحلي ، و تعريف المستثمرين بالفرص المتاحة في مجال الاستثمار السياحي بالولاية ، كما ان المديرية تواكب مختلف التطورات التكنولوجية في مجال تكنولوجيات الاتصال بحيث اصبح للمديرية موقع الكتروني وحساب و صفحة على كل المواقع الالكترونية سيما : فايسوك-تويتر - انسغرام .

**السؤال 07:** من هي الفئات الأكثر إقبالا للسياحة على مستوى الولاية ؟ وهل يتم إعداد دراسة أو إحصائيات لمعرفة نسبة التوافد ؟

**الجواب 07 :**

تعتبر حمام ريغة الوجهة الاولى لزوار ولاية عين الدفلى ، بحيث تشتهر المنطقة بالمحطة الحموية حمام ريغة ذات التاريخ القديم ( 44 قبل الميلاد اكتشاف المياه الحموية من طرف قيصر شرشال ) ، ويمثل المركب 50 بالمائة من القدرة الاستيعابية الولاية 780 سرير ، اما الفئات الاكثر اقبالا على المحطة هم الاشخاص المسنين المقبلين على العلاج الحموي و مختلف فئات المرضى الذين يقصدون حمام ريغة من اجل الاستشفاء ، تقوم المؤسسة المسيرة للمحطة (مؤسسة التسيير الحموي حمام ريغة ) بارسال الاحصائيات بصفة شهرية الى المديرية .

**السؤال 08:** ما هي البرامج التي تستخدمها مديرية السياحة كبديل من أجل تحسين أو تطوير خدماتها السياحية ؟

**الجواب 08 :**

تستخدم المديرية التكنولوجيات الحديثة في الاتصال من اجل دعم الاتصال التقليدي ، سيما فتح حسابات على مستوى وسائط الاتصال.

**السؤال 09 :** هل ترون أن الوسائل المستعملة للترويج للسياحة على مستوى الولاية فعالة وهل هي كافية ؟ وإلى أي مدى يكمن أن تساهم تغيير رأي السائح حول الخدمات السياحية المقدمة ؟

**الجواب 09 :**

ان الحركية التي يشهدها العالم و خاصة و نحن نواجه جائحة كورونا ، وكيف وقفت السلطات العليا في البلاد مع العالقين في الدول الاجنبية و اجراءات الحجر الصحي بالمؤسسات السياحية الجزائرية ، قربت كثيرا السائح ببلده و بالمؤسسات الفندقية الجزائرية و هذا ما لمسناه عند قدوم الجزائريين العالقين بفرنسا الى المركب الحموي حمام ريغة خلال فترة 27 جويلية الى 04 اوت 2020 الذين عبرو عن فرحتهم امتنانهم و امكانية عودتهم كسواح مستقبلا و هو نفس انطباع الالاف من الجزائريين الذين قضوا فترة الحجر الصحي في الجزائر .

**السؤال 10 :** هل ترون أن واقع السياسة السياحية والتنمية المحلية على مستوى ولاية عين الدفلى في مستوى يسمح له بمنافسة الولايات الأخرى في مجال الخدمات السياحية ؟

**الجواب 10 :**

ان حجم الطلب المتزايد على الاستثمار السياحي بالولاية ، لا سيما على مستوى منطقة التوسع السياحي حمام ريغة و عين الدفلى مقر الولاية يمكن الولاية من زيادة طاقة الاستيعاب و يوفر للزائر التنوع و الجودة المرغوبة مما يمكن الولاية من منافسة الولايات المجاورة بالاضافة الى اختصاصها في السياحة الحموية الصحية و التي تعتبر حمام ريغة رائدة فيها بدون منازع.

**2-تحليل المقابلة :**

من خلال الاجوبة التي تفضل بها السيد بوعقادة عبد القادر بصفته مفتشا للسياحة بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية عين الدفلى، إجابة عن استفساراتنا وأسئلتنا الملحة عن وضعية قطاع السياحة بالولاية، نستخلص ما يلي:

صحيح لا توجد مصلحة أو مكتب على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية، غير أن المهام المتعددة المنوطة بإطارات المديرية المكلفة، تعمل على ترقية مختلف مقومات السياحة وتهيئتها وكذلك دعم منتجات الصناعة التقليدية بولاية عين الدفلى، في إطار مكتب التنمية والاستثمار بالمديرية، هذا المكتب الذي يتولاه مهندس معماري لغرض متابعة مختلف المشاريع الاستثمارية السياحية الخاصة والعمومية ومشاريع التنمية المحلية والقطاعية. مما يعنى أن هذا المكتب يحظى بأهمية بالغة في عملية تسيير ومتابعة المشاريع السياحية بالولاية.

يمكن القول بأن الآليات المنتهجة في تفعيل السياحة بولاية عين الدفلى، تتبني على دعم الاستثمار السياحي والذي يتم من خلاله إقامة المزيد من المشاريع السياحية، مع وتوفير شروط عمل المستثمرين بهذا الخصوص، والعمل على جذب السياح والزوار للفنادق وأماكن الترفيه والتسلية، وكذلك للرفع من قدرات استقبال السياح بالفنادق المتواجدة وتسريع وثيرة أشغال المشاريع التي هي في طور التشييد والبناء، وتحسين الخدمات المرفقة بها والتي بدورها ستوفر للزبائن خيارات متنوعة في الاستمتاع والتسوق. وكذلك تتبع المسارات المفضلة لترقية الشعب السياحية وإقامة المشاريع المحتملة، مع تحديد المشاكل التي تعترض مجمل الخدمات السياحية ومحاولة تذليلها، أو تلك التي قد تعترض خيارات الاستثمار للفشل. علما بأن مديرية السياحة والصناعة التقليدية تسير مختلف توجهات الإعلام والاتصال الحديثة، وهي تحوز على موقع إلكتروني وحساب وصفحة على مختلف المواقع الاجتماعية الإلكترونية.

وبحسب ذات المسؤول، هناك إقرار بتقديم الدعم والمساندة من طرف الإدارة المحلية والمركزية على حد سواء، وهو ما يؤكد اقتطاع نصيب من الميزانية القطاعية لدعم التنمية السياحية بالولاية، والمساعدات المقدمة إلى الدواوين المحلية للسياحية للقيام بأدوارها على أحسن وجه. حيث تجدر الإشارة إلى مشاريع سُجلت ضمن المخططات التنموية البلدية والولائية، غير أن اعتماداتها المالية تبقى ضعيفة ولا تعكس الوجهة السياحية الجذابة للولاية، هذه الاعتمادات حُصصت في تهيئة مناطق التوسع السياحي مثل منطقة التوسع

السياحي لحمام ريغة ومنطقة التوسع السياحي لبلدية وادي الشرفاء التي استفادت من مشروعين لتهيئة السياحية بتكلفة إجمالية تقدر بـ 170 مليون دينار جزائري.

يجب أن يستند جهد السلطات المحلية ومديرية السياحة وكذلك صانعي القرارات السياحية وكل الأطراف المعنية بالشأن السياحي بالولاية إلى المبادئ التوجيهية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ت.س./SDAT)، لضمان ترقية الأنشطة السياحية وترشيد الموارد السياحية وتأمين المكاسب والمقومات الطبيعية والثقافية مع ضمان الحفاظ على التوازنات البيئية، وكذلك العمل على تحسين ظروف معيشية السكان المجاورين.

ويبقى مركب حمام ريغة الوجهة الاولى لزوار ولاية عين الدفلى، بحيث تشتهر المنطقة الحموية الحيطه به بمختلف مقومات الجذب السياحي، حيث يمثل المركب 50 بالمائة من القدرة الاستيعابية الولاية بـ780 سرير، وقد كشف المسؤول عن الفئات الاكثر اقبالا على المحطة وهم الاشخاص المسنين للاستجمام والمرضى الذين يقصدون حمام ريغة للاستشفاء. وللتذكير، شهدت سنة 2020 انتشارا لفيروس خطير وقاتل يسمى فيروس كورونا أو كوفيد-19 (covid-19) أدى إلى توقف وتلمل لبعض أنشطة الشركات والمؤسسات السياحية بالولاية. ومنها مؤسسة مركب حمام ريغة والأماكن السياحية بالولاية، حيث اتخذت في الآونة الأخيرة بعض الإدارات إجراءات السلامة من الجائحة: وأصدرت تعليمات صارمة ملزمة يجب الامتثال لها من قبل الزوار.

وأخير، وفي ظل الطلب المتزايد على الاستثمار السياحي بالولاية، لا سيما على مستوى منطقة التوسع السياحي حمام ريغة وعين الدفلى عاصمة الولاية، تسعى السلطات السياحية بالولاية إلى الاستجابة لمختلف التطلعات وتحسين خدمات الإيواء والخدمات المرتبطة بها، وتوفير الدعم اللوجستي وخدمات الاتصال إضافة إلى طرح خدمات الانشغالات ودراستها ومحاولة تليبيتها. من دون التفريط في زيادة طاقة الاستيعاب وتوفير الجودة والتنوع للسياح.

وبإمكاننا القول، بأن القائمين على قطاع السياحة بالولاية يبذلون قصارى جهودهم لتقديم الخدمات والمنتجات السياحية بالشكل الذي يرضي تطلعات الزبائن عبر كامل أرجاء الولاية .

الملحق (02): مرافق الاستقبال



الملحق رقم (03) : مناطق السياحة الطبيعية و البيئية بولاية عين الدفلى



اسوار مدينة مليانة



سد احمد بن طيبة



سد اولاد ملوك



المعلم الاثري قرقررة



سد غريب



جبل دوي العابد



الحسنية



واد الشرفة



الملحق رقم (04): المعالم الأثرية و الدينية على مستوى ولاية عين الدفلى

دار الأمير عبد القادر



متحف الأمير عبد القادر



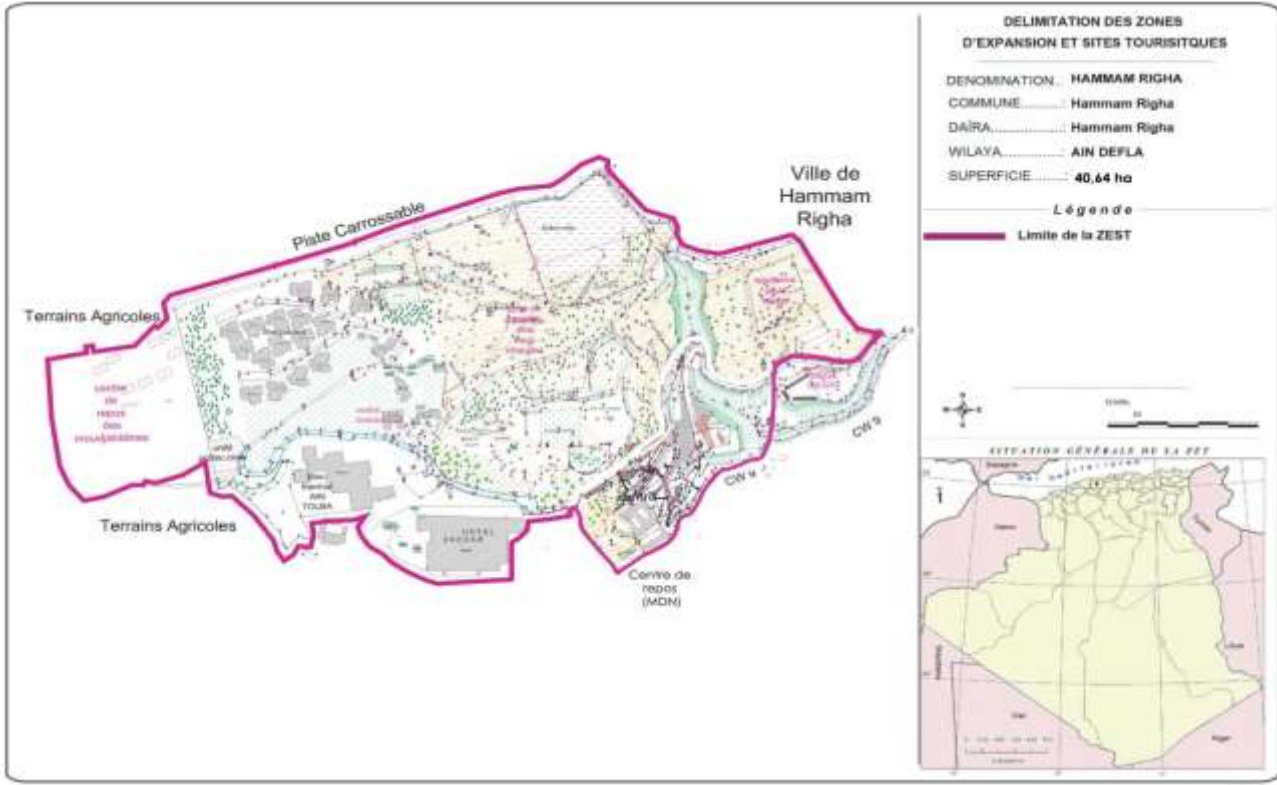
مئذنة المسجد العتيق البطحاء



مسجد سيدي أحمد بن يوسف



الملحق رقم (05): العقار السياحي بولاية عين الدفلى



الملحق رقم (06): مناطق التوسع بولاية عين الدفلى



الملحق (07): الاستراتيجية المقترحة لتنمية قطاع السياحة في ولاية عين الدفلى

