

قسم علم اجتماع

تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل

مذكرة ماستر تحت عنوان

دور وكالات السياحة والأسفار في تنمية

السياحة الداخلية بالجزائر

دراسة ميدانية لوكالات السياحة والأسفار في ولاية تبسة

دفعة: 2022

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ

• د. فاتح جبلي

من إعداد الطالبين

• سليمة رزق الله

• خوله بن خديم

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
د. عمار سيدي دريس	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
د. فاتح جبلي	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا و مقررا
د. فيروز لطرش	أستاذ محاضر - أ -	عضوا ممتحنا



شكر وعرافان

قال تعالى (ومن يشكر فانما يشكر لنفسه) {لقمان:12}

وقال رسوله الكريم صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس, لم يشكر الله عز وجل"

أحمد الله تعالى حمدا كثيرا طيبا مباركا ملئ السموات والارض على ما أكرمني به من اتمام هذه الدراسة التي ارجو ان تنال رضاه.

اتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان الى الاستاذ الدكتور المشرف جبلي فاتح على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في اثراء موضوع دراستنا في جوانبه المختلفة , كما اتوجه ايضا بجزيل الشكر والتقدير الى اعضاء اللجنة المناقشة الموقرة

ولا انسى كل من قدم لي يد المساعدة سواء كان من قريب او من بعيد.

الاهـداء

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل ولم أكن لأصل اليه لولا فضل الله عليا
وفضل امي الغالية

اما بعد

الى سندي وعزتي في هذه الحياة والديا العزيزين اطال الله في عمرهما وجعلني

فخرا لهما

الى من لا يمكن للكلمات ان توفي حقهم زميلاتي في العمل

تحية خالصة لكل من شجعني وساندني في مساري الدراسي

سليمة رزق الله

الاهداء

الحمد لله الذي انار علي بنور العقل, و اعطاني العزيمة و الارادة
لإكمال هذا العمل المتواضع فالشكر لله اولاً, ثم الى كل من دعمني
في العمل ولو بذرة.

شكرا لكل يد قدمت لي و كل كلمة تشجيع قيلت لي فكانت بلسما
لروحي و دعما لي.

جزيل الشكر لعائلتي و اصدقائي و احبتي وزميلتي وصديقتي من
كانت معي طيلة هذا المشوار لننجز هاته المذكرة معا "سلمى رزق
الله" ..وجزيل الشكر لاستاذنا المشرف "د.جبلي فاتح" الذي لم يبخل
علينا بنصائحه و توجيهاته لنا

خولة بن خديم

الفهارس

الصفحة	الموضوع
I	فهرس المحتويات
II	فهرس الجداول
IX	فهرس الاشكال
أ- ب- ت	مقدمة
الجاناب النظري	
الفصل الاول: الاطار التصوري و المفاهيمي للدراسة	
06	تمهيد
07	1/اشكالية الدراسة
09	2/فرضيات الدراسة
10	3/ اسباب اختيار الموضوع
10	4/اهمية الدراسة
11	5/ اهداف الدراسة
11	6/ الدراسات السابقة
15	7/ تحديد مفاهيم الدراسة
23	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: ماهية وكالات السياحة والأسفار	
25	تمهيد:
26	1- مدخل عام للسياحة
26	1-1- نشأة السياحة ومراحل تطورها
29	2-1 اهمية السياحة
30	3-1- انواع السياحة

33	1-5- التاثير السلبي والايجابي للسياحة
37	1-6- عوامل جذب السياح
37	2- وكالات السياحة والأسفار
37	2-1- نشأة وتطور الوكالات السياحية والأسفار
39	2-2- أنواع وأقسام الوكالات السياحة والأسفار
40	2-3- خدمات وكالات السياحة والأسفار
41	2-4- الشروط الواجب توفرها في الوكالات السياحة والأسفار
42	2-5- العلاقة الترابطية بين الوكالات السياحية والخدمات السياحية الاخرى
44	2-6- دور وكالات السياحة والاسفار في القطاع السياحي
45	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: تنمية السياحة الداخلية بالجزائر	
48	تمهيد
49	1- السياحة الداخلية بالجزائر
49	1-1- اهمية السياحة الداخلية
49	1-2- اهداف السياحة بالجزائر
50	1-3- انواع السياحة في الجزائر
52	1-4- التنظيم السياحي في الجزائر
54	1-5- نقاط القوة للسياحة في الجزائر
56	1-6- عوامل ضعف ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر
57	ثانيا: التنمية السياحية
57	2-1- العلاقة بين السياحة والتنمية
58	2-2- أهمية وفوائد التنمية السياحية

61	2-3- العوامل التي تساعد في التنمية السياحية
63	2-4- أهداف التنمية السياحية
65	2-5- استراتيجية التنمية السياحية بالجزائر
66	2-6- علاقة وكالات السياحة بالسياحة الداخلية
68	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: مجالات الدراسة	
71	1/المجال المكاني
72	2/المجال الزمني
72	3/المجال البشري
76	4/منهج البحث
77	5/ادوات جمع البيانات
الفصل الخامس: تحليل وتفسير المعطيات الميدانية وعرض النتائج	
79	اولا: تحليل وتفسير المعطيات الميدانية
79	1-1- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمهام وكالات السياحة والاسفار
86	1-2- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بتعزيز التراث الثقافي ومساهمته في نشر الثقافة السياحية الداخلية
91	1-3- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالعراقيل التي تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة
100	2- نتائج الدراسة
100	2-1- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
100	2-1-1- نتائج في ضوء الفرضية الأولى

100	2-1/2- نتائج في ضوء الفرضية الثانية
101	3-1/2- نتائج في ضوء الفرضية الثالثة
102	2-2- النتائج العامة للدراسة
	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	ملخص

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع الجنس لمجتمع البحث	72
02	يوضح الفئة العمرية	73
03	يوضح المؤهل الدراسي	74
04	يمثل الاقدمية في العمل	75
05	يمثل اللغات المتحدث بها	75
06	يوضح نسبة تنظيم الوكالات السياحية لرحلات داخلية بالجزائر	79
07	يوضح نسبة العروض و التسهيلات المقدمة من طرف الوكالات للسياح المحليين	80
08	يوضح نسبة الخدمات الترفيهية السياحية المقدمة من طرف الوكالات داخل الجزائر	80
09	يوضح نسبة انضمام الوكالات لجمعيات ونوادي تساعد على خلق الطلب على خدمتهم	81
10	يوضح نسبة تسويق الوكالات لوجهات سياحية معينة داخل الجزائر	82
11	يوضح نسبة تسويق المناطق الساحلية والمناطق الداخلية	82
12	يوضح نسبة تقديم المعلومات للسياح عن الاماكن السياحية الداخلية التي يمكنه زيارتها للتعرف عليها والخطط المبرمجة والاسعار مسبقا	83
13	يوضح نسبة اعتماد الوكالات على مرشدين سياحيين متخصصين يرافقون السياح اثناء الرحلة	83
14	يوضح نسبة اعتماد الوكالات على الاعلانات و اللوائح اشهارية من اجل التسويق السياحي للمناطق السياحية المحلية	84
15	يوضح نسبة اعتماد الوكالات على مواقع تواصل اجتماعي للترويج للسياحة	85

	الداخلية بالجزائر	
86	يوضح نسبة الثقافة السياحية الداخلية التي يمتلكها السائح لزيارة المناطق السياحية والمعالم الأثرية حسب اجابة المبحوثين	16
87	يوضح نسبة الزيارات و الحضور للمتاحف و الحفلات والمعارض ثقافية المقدمة من طرف الوكالات	17
88	يوضح نسبة قيام الوكالات بنقل السياح لزيارة الاماكن الجبلية والحمامات المعدنية	18
89	يوضح نسبة تنظيم الوكالات رحلات لزيارة مناطق صحراوية داخل الجزائر	19
89	يوضح نسبة تأثير التهميش وعدم الاهتمام بترميم المعالم الاثرية على تدني السياحة الداخلية بالجزائر	20
90	يوضح نسبة تواجد التحفيزات من الجهات الوصية بالقطاع على تشجيع السياحة الداخلية حسب اجابة المبحوثين	21
91	يوضح نسبة البرامج او المخططات الازم تطبيقها من اجل نشر الثقافة السياحية بالجزائر حسب راي المبحوثين	22
92	يمثل نسبة اعتبار السياحة الداخلية بالجزائر سياحة فصلية	23
92	يمثل نسبة تفضيل الوكالات لسياحة الداخلية على السياحة الخارجية	24
93	يمثل نسبة تدني طلب السياحة الداخلية مقارنة مع السياحة الخارجية	25
94	يمثل نسبة عوامل تدني طلب السياحة الداخلية	26
95	يمثل نسبة التنسيق و الارتباط بين الوكالات السياحية (شركات الخطوط البرية, شركات الفنادق, شركات تأجير السيارات او الحافلات)	27
96	يمثل نسبة تأثير التلوث البيئي والازدحام في المناطق السياحية على استقبال السياح المحليين	28
96	يمثل نسبة انتشار الظواهر الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري على المناطق السياحية التي تؤثر على استقبال السياح المحليين	29

87	يمثل نسبة انتشار وباء كورونا وتدهور الوضع الصحي بالجزائر و تأثيرها السلبي على النشاط السياحي الداخلي	30
98	يمثل نسبة تعليق او توقيف الرحلات اثناء انشار وباء كورونا على مناطق سياحية	31
98	يمثل نسبة فرض القيود او اجراءات وقائية من قبل الجيهاات الحكومية اثناء الظروف الاستثنائية	32
99	يمثل العراقيل التي تواجه نشاطهم السياحي الداخلي حسب ما صرح به المبحوثين	33

الصفحة	العنوان	الصفحة
43	علاقة وكيل السفر والخدمات السياحية الأخرى	01
53	الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية	02
71	الهيكل التنظيمي الوكالات السياحية	03

مقدمة

تعد السياحة وسيلة حضارية و من معايير التقدم الدولي, كما انها لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان الذي ينحصر بين المأكل و المشرب و التنزه فقط بل اصبح يلعب دورا هاما للتنمية الاقتصادية حيث صارت مؤثرة ومتأثرة بكل الجوانب الاجتماعية والاقتصادية و السياسية و الثقافية وغيرها, حيث تنوعت لتشمل جميع اوجه الحياة في مختلف المجتمعات.

لقد لعب القطاع السياحي في الجزائر دورا مهما في تنمية القطاع السياحي خاصة من ناحية استقطابها للسياح من مختلف جهات العالم بعد ما شهدته من ثقل اقتصادي خلال القرن الماضي, هذا ما دفع بالحكومة الى اعطاء اهتمام اكبر بالقطاعات الاستراتيجية بما في ذلك الاهتمام بالسياحة بهدف استعادة مركزها و هي مهمة لا تزال تتطلب جهود مضاعفة, اضافة الى المورد السياحي الطبيعي المنشآت من منتجعات و فنادق وهنا لا بد من معرفة ان الوكالات السياحية و الاسفار تلعب دورا مهما فهي تشكل رابطة وصل ووسيط بين السائح محلي و السياحة في الجزائر فالدخول في عمل الوكالات السياحة والاسفار ليس بالامر الهين او اليسير, لكننا حاولنا قدر المستطاع معرفة دورها في تنمية السياحة المحلية بالجزائر فقد انطلقنا في هذه الدراسة والتي قسمناها الى خمسة فصول كالتالي:

الفصل الاول والذي قمنا فيه بعرض كل من اشكالية الدراسة و اهميتها واسباب اختيارها من الناحية الموضوعية ومن الناحية الذاتية, بالإضافة الى ضبط المفاهيم كما ادرجنا فيها الدراسات السابقة والتي تمثل الدراسات التي ساعدتنا في دراستنا كمرجع.

الفصل الثاني المقسم الى مبحثين حيث الذي تطرقنا فيه الى السياحة عموما ثم انتقلنا الى الوكالات السياحية بحيث من ناحية ماهيتها الى غير ذلك .

الفصل الثالث و الذي قمنا فيه بعرض معلومات عن السياحة الداخلية محور دراستنا اضافة الى ذلك التنمية السياحية .

الفصل الرابع حيث يمثل الجانب التطبيقي لدراستنا بداية بالمجال الزمني و المكان ثم البشري المتمثل في عينتنا او مجتمع البحث و منهج وادوات الدراسة .

الفصل الخامس و الاخير فقد قمنا فيه بتحليل البيانات الذي جمعناها من المبحوثين من خلال ادوات جمع البيانات كل من الاستمارة والمقابلة الحرة, اذ حولناها الى جداول ثم تم تحليلها, وعرض نتائج هذه الدراسة و اخيرا توصلنا الى نتائج عام للبحث, كما لن ننكر الصعوبات التي واجهتنا كضييق الوقت والامكانيات, و الصعوبات التي واجهتنا مع اصحاب بعض الوكالات السياحية التي لم تساعدنا بسبب قلة وقت فراغهم منهم من استلم بسرعة الاستبيان ولم يجري معنا مقابلة لكن ارسل لنا بعض المعلومات عبر البريد الالكتروني كما لا ننكر حسن استقبال معظم الوكالات السياحية لنا و مساعدتهم لنا من حيث المعلومات ومنهم من ساعدنا للوصول لبعض الوكالات الاخرى .

الجانب
النظري



الفصل الأول
الاطار التصوري و المفاهيمي
للدراسة

فهرس المحتويات:

تمهيد :

1/اشكالية الدراسة

2/فرضيات الدراسة

3/ اسباب اختيار الموضوع

4/اهمية الدراسة

5/ اهداف الدراسة

6/ الدراسات السابقة

7/ تحديد مفاهيم الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر السياحة من المواضيع التي لها دور فعال في وقتنا الحالي , خاصة السياحة الداخلية , حيث تمحورت دراستنا حول دور وكالات السياحة والاسفار في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر . و الذي إختص بتناول الإشكالية و التساؤلات حول الموضوع ثم أهداف الدراسة و أسبابها واهميتها ثم تطرقنا بعد ذلك الى تحديد المفاهيم واخيرا إنتقلنا إلى الدراسات السابقة .

1/اشكالية الدراسة

بدأت السياحة كمنشأ انساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها ,مثل البحث عن المسكن او الطعام والشراب او الصيد او البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي ,لكن في الوقت الحاضر اصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية لها ابعادها واهدافها في المساهمة في الدخل القومي والاقتصادي الوطني , ولها دور كبير في توعية و ثقافة افراد المجتمع كما اصبحت السياحة وسيلة للاتصال الفكري والاجتماعي والثقافي بين الشعوب المختلفة بشكل يتخللها روح التفاهم والتعاون التسامح والسلام ,ومن عوامل تطوير السياحة سهولة المواصلات ووسائل النقل واحلال السلام في العالم وتبادل الخبرات و الثقافات والتطور الاقتصادي والثقافي والاجتماعي , وكنتيجة لتطور الفكر الانساني من حيث مستوى المعيشة للفرد وزيادة فترة الاجازات مدفوعة الاجر وزيادة اوقات الفراغ نتيجة للتقدم الصناعي وتوفر الوسائل المريحة كل هذه ساعدت على وصول السياحة الى اهم مورد من بين الموارد الاخرى.

وقد سعت دول العالم في كافة مراحل نموها الى الاهتمام بهذه الظاهرة وذلك اعترافا منها بمزاياها العديدة الاجتماعية منها والثقافية والاقتصادية وغيرها,فوكالات السياحة والاسفار احد المؤسسات التنظيمية التي تعتمد عليها وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية , لتحقيق التنمية السياحية وتشجيع افراد المجتمع على زيارة المناطق السياحية من خلال تنظيم الرحلات السياحية فهي ترتكز على السياح للرقى بالقطاع السياحي الداخلي كما ان هذه الوكالات من النوع الخاص وهذا راجع لخصائص الخدمات السياحية التي تعرضها فهي لا تعرض في الاسواق منتوجا ماديا , يمكن معاينته , بل ان السائح يقتنيها على اساس الجهود الترقية مقدمة , فانتعاش النشاط السياحي على مستوى الدولة لا يتم الا بانتعاشه على مستواه المحلي , ولهذا اولت المنظمة العالمية للسياحة اهتماما بالغا بالسياحة الداخلية منذ مؤتمر روما 1963

الذي بين ان ازدهار الحركة السياحية الداخلية هو اساس استقبال السياح الخارجيين و التشجيع الامثل للموارد المتاحة مما يعزز كل من السياحة الداخلية والخارجية.

فمن هذا المنظور لجااء العديد من الدول سواء المتقدمة او النامية منها برامج سياحية ضخمة ومستمرة , قصد تنمية السياحة الداخلية , وهذا الاهتمام من شأنه ان يحقق العديد من الاهداف الاجتماعية سواء كان على الصعيد الاجتماعي او السياسي او الاقتصادي او الثقافي....

ففي وقتنا الحالي تطمح الجزائر الى تنمية السياحة و التشجيع على السياحة (الداخلية المحلية) وجعلها احد اولوياتها كما تعمل على تحويلها الى احد مراكز جذب للسياح من الدرجة الاولى و تحسين الظروف الاجتماعية الممكنة للسياح و السكان الاصليين وجودة التمتع بالمناظر الطبيعية المهيئة من طرف الانسان وذلك من خلال محاولتها لتطبيق لاستراتيجية فعالة فعالة على التجارب الناجحة في البلدان المطلة على حوض البحر الابيض المتوسط وباقي البلدان الاخرى فلتتمية قطاع السياحة في الجزائر يستوجب النهوض بالسياحة الداخلية كونها من الركائز الأساسية التي يقوم عليها النشاط السياحي، فيمكن الاعتماد على خطط وبرامج تهدف الى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي، فالتخطيط العلمي للتنمية السياحية هو السبيل الوحيد لتحقيق التنسيق والتوائم بين مختلف القطاعات ونشر ثقافة السياحة الداخلية وسط أفراد المجتمع الجزائري، والتحسيس بضرورة الاهتمام بهذا القطاع لما له من أهمية بالغة في دفع عجلة التنمية في بلادنا، ولنشر ثقافة السياحة الداخلية ربما يتطلب تضافر كل الجهود من طرف الهيئات الفاعلة في هذا القطاع، وعلى رأسها الوكالات السياحية باعتبارها من أهم المتعاملين الاقتصاديين في مجال السياحة ، و التي تلعب دور الوسيط الذي يساهم في تسهيل التعامل مع القطاع السياحي الوطني كونها مؤسسة تنظيمية لتدعيم القطاع وتحسين الخدمات السياحية والتكفل بالسياح، من خلال ما تمنحه من امتيازات عديدة تسمح لها بجذب كل من العملاء الوطنيين والاجانب للإقبال على المقاصد السياحية التي تزخر بها الجزائر وابرار

موروثها التاريخي والثقافي الذي تتميز به، من أجل النهوض بهذا القطاع داخليا والعمل على تنميته، لأن ازدهار السياحة الداخلية يقودنا للدخول إلى سوق وعالم السياحة الخارجية، من خلال ما ذكرناه سابقا فتعتبر وكالات السياحة من اهم الوسائط بين المقصد السياحي والوجهة السياحية، حيث تساهم في تحديد تلك الوجهة وتنظيمها.

وبناء على ذلك، يمكن طرح السؤال التالي:

ما دور وكالات السياحة والاسفار في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر؟

ويندرج تحت التساؤل الرئيسي مجموع التساؤلات الفرعية:

1- ما مهام وكالات السياحة والاسفار؟

2- كيف تساهم وكالات السياحة والاسفار في نشر الثقافة السياحية بالجزائر؟

3- ماهي المعوقات التي تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة؟

2/فرضيات الدراسة

انطلاقا من الاشكالية قمنا بصياغة الفرضية الرئيسية هي كالتالي:

تلعب وكالات السياحة والاسفار دورا فعالا في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر

تندرج تحتها ثلاث فرضيات:

❖ تعمل وكالات السياحة والاسفار على تنظيم الرحلات وتوفير الخدمات السياحية لجذب السياح المحليين.

❖ تعزيز التراث الثقافي الجزائري يساهم في نشر الثقافة السياحية بالجزائر.

❖ تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة مجموعة العراقيل التي ادت الى تراجع النشاط السياحي الداخلي.

3/ اسباب اختيار الموضوع

تنقسم اسباب اختيار الموضوع الى قسمين وهما:

اسباب ذاتية:

الاهتمام الشخصي بهذا الموضوع و طرق و اساليب تنميتها للسياحة الداخلية بالجزائر.

الملاحظة الشخصية لغياب و نقص التشجيع على السياحة الداخلية بالجزائر على الرغم من تعدد

المناطق السياحية الثرية في وطننا.

اسباب موضوعية:

الرغبة في البحث في حيثيات الموضوع و امكانية انجاز هذه الدراسة.

اهتمام الجزائر بقطاع السياحة مؤخرا و محاولة تطويرها.

4/اهمية الدراسة

تكمن اهمية هذه الدراسة في كونها حديثة ومعاصرة تركز على دور وكالات السياحة والاسفار في تنميتها

للسياحة الداخلية في الجزائر , وهذه الدراسة تشكل نقطة التقاء لعدة ميادين ومجالات اهمها العلوم

الاجتماعية و قطاع السياحة والفندقة المندرج في التسيير والاقتصاد والذي ساهم كثيرا في اثناء هذا

البحث بالإضافة الى علوم الاعلام والاتصال.

كما تعتبر هذه الدراسة مساهمة علمية لتنضم الى المكتبة الخاصة بنا كمساهمة متواضعة, وقد تكون

احد الدراسات التي ستساهم في غيرها من البحوث التي طبعا ستعالج هذا الموضوع الشيق و نظرا لتزايد

اهمية هذا الاخير و التطور المستمر لهذا القطاع.

كما ان هذه الدراسة تفيد من الجانب العملي حيث انها تشجع على الاهتمام بالقطاع والعمل على ترقيته

للاعتدال عليه مستقبلا في عملية الدخل الاقتصادي للبلاد

5/ اهداف الدراسة

- تساهم وكالات السياحة والاسفار كثيرا على تشجيع السياحة الداخلية من خلال تنظيم الرحلات و الترويج لها.
- تواجه وكالات السياحة والاسفار مجموعة من المعوقات التي تعرقل نشاطها و الارتقاء بمستواها.
- تلعب وكالات السياحة والاسفار دورا بالغا في تنمية النشاط السياحي الداخلي.
- يمكن لوكالات السياحة والاسفار تفعيل وتنشيط السياحة الداخلية من خلال توفير الخدمات الازمة و الاهتمام بالسياح
- تعمل وكالات السياحة والاسفار على نشر الثقافة وتوعية الافراد على الاهتمام بالسياحة الداخلية من اجل النهوض بالقطاع السياحي الداخلي

6/ الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

واقع وكالات السياحة و الاسفار في الجزائر و دورها في التنشيط السياحي - دراسة حالة - اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتجارية قسم العلوم الاقتصادية , جامعة الجزائر من تقديم الباحث عادل امين مهمل , في السنة الجامعية. 2019

حيث يهدف الباحث من خلال هذه الدراسة لوضع تشخيص لواقع وكالات السياحة والاسفار في الجزائر و معرفة دورها في تنشيط السياحة الداخلية و الخارجية و هذا لمعرفة مكامن الخلل التي تحول دون مساهمة هذه الوكالات في النهوض بالقطاع , باعتبارها أحد الآليات التي تساهم في ترقية القطاع السياحي من جهة و في جذب و إقناع السائح بالوجهة السياحية لاحتكاكها المباشر به.

حيث طرح الباحث التساؤل التالي :ما هو واقع وكالات السياحة و الأسفار في الجزائر و ما الدور الذي تلعبه في تنشيط السياحة؟

-التي ينبثق منها التساؤلات الفرعية التالية:

-ما المقصود بوكالات السياحة و الأسفار ؟ و ما هو واقعها في الجزائر ؟

-ما دور المشرع في تنظيم وكالات السياحة و الأسفار ؟

-ما دور هذه الوكالات في التنشيط السياحية ؟

حيث تبني الباحث المنهج الوصفي والتحليلي , من خلال وصف و تشخيص واقع وكالات السياحة و

الاسفار بالجزائر مع تحليل الاحصائيات المتعلقة بالموضوع , مع الاعتماد على اسلوب المقابلة في الشق

العملي من البحث لغرض جمع المعلومات الخاصة بموضوع البحث من خلال تحديد اهدافه حيث

صاغ صاحب المذكرة الفرضيات التالية:

• توجد رغبة لدى المواطن الجزائري للقيام بجولة سياحية داخل الجزائر

• تمتاز السياحة الداخلية في الجزائر بمستوى متوجد مرض

• توجد تنمية سياحية مستدامة في لجزائر

اختار الباحث المواطنين الجزائريين كمجتمع للبحث و هذا باختلاف جنسهم و مكان اقامتهم بالجزائر

كونهم المعنيون بالسياحة

توصل الباحث في ختام هذه المذكرة الى استنتاجات اهمها :

✓ اصبحت السياحة قطاع متكامل يتميز باتساع انشطته, و يلعب دورا هاما ف قضايا التنمية

المستدامة

✓ توجد رغبة لدى المواطن الجزائري للقيام بجولة سياحية داخل الجزائر و هو ما يثبت صحة

الفرضية الاولى

✓ تمتاز السياحة الداخلية في الجزائر بمستوى مرض و هو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة

حاولت هذه الدراسة البحث في حيثيات لواقع وكالات السياحة و الاسفار و معرفة دورها في تنشيط

السياحة الداخلية والخارجية

حيث ان هذه الدراسة ركزت على السياحة الداخلية والخارجية في ان واحد, هذا ما دفعنا الى الاستعانة بما توصل اليه الباحث في هذه الدراسة للسياحة الداخلية باعتبارها موضوع دراستنا .

الدراسة الثانية:

مساهمة الوكالات السياحية و السفر في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر - دراسة استطلاعية

لعينة من الوكالات السياحية, اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه مأخوذة من مجلة ابحاث اقتصادية

معاصرة, مجلد 04, العدد :02(2021), ص 65-72, من تقديم الباحثين اسماء مصنوعة و مزيان

حمزة , من كلية حسيبة بوعلي, مخبر اقتصاديات شمال افريقيا, الجزائر.

حيث تدور اشكالية هذه الدراسة حول كيفية مساهمة الوكالات السياحية و السفر في تنمية السياحة

المحلية بالجزائر حيث ختمت بالتساؤل التالي : هل تساهم الوكالات السياحية و السفر في تنمية السياحة

الداخلية بالجزائر؟

كما يندرج تحت التساؤل الرئيسي الاسئلة الفرعية التالية :

1- ما مهام الوكالات السياحة و السفر ؟

2- ماهي المعوقات التي تعترض السياحة الداخلية في الجزائر؟

3-كيف يمكن لوكالات السياحة و السفر تفعيل السياحة الداخلية في الجزائر ؟

حيث تبنت الباحثين المنهج الوصفي التحليلي لعرض الاطار النظري, كما صاغت صاحبة المذكرة

فرضية عامة , تتمثل في انه :

تساهم الوكالات السياحة و السفر بشكر مباشر و كبير في تفعيل السياحة الداخلية الجزائرية.

تبنت الباحثين المنهج الوصفي التحليلي لعرض الاطار النظري, كما استخدمتا الاستبيان

توصلت الباحثين الى عدة استنتاجات في خاتمة هذا البحث اهمها:

- تعترض السياحة الداخلية في الجزائر العديد من المعوقات فرغم توفرها على امكانيات طبيعية هائلة الا ان تفعيل السياحة الداخلية يبقى مرتبط بتوفر جملة من المعطيات القانونية و المؤسساتية التي تحقق للسياحة اهدافها و من بينها الوكالات السياحية التي تمثل الجهاز الوسيط بين الوجهة السياحية و السائح, و الوكالات السياحية في الجزائر في غالبيتها تعتمد على السياحة الخارجية لتحقيق المكاسب
- اهم دور لوكالات السياحة والاسفار في تفعيل السياحة الداخلية في الجزائر هو الاهتمام بتكوين المورد البشري المسير للعملية السياحية حيث يعتبر همزة وصل بين السائح من جهة و المقصد السياحي و الخدمات السياحية من جهة اخرى فهي اساس نجاح السياحة في الجزائر.
- الوكالات السياحية وان كان لها دور الا انه يبقى غير كاف بدون تحقيق النضج على المستوى الثقافي و الاجتماعي و الاقتصادي المرتبط بالنشاط السياحي

لقد حاولت هذه الدراسة الكشف عن كيفية مساهمة الوكالات السياحية في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر, حيث ان هذه الدراسة تعتبر الدراسة الاكثر تقاربا الى موضوع بحثنا, وذلك ان كلانا ركز على تنظيم الرحلات الداخلية وتغطية جميع العراقيل التي واجهت عذا القطاع و اثرت على النشاط السياحي الداخلي .

الدراسة الثالثة:

"السياحة في الجزائر" الامكانيات و المعوقات في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025, اطروحة مقدمة لنيل الدكتوراه من اعداد الطالب عبد القادر عوينات , جامعة الجزائر , حيث تناول الباحث الاطار العام للسياحة من نشأتها و مختلف اتجاهاتها و ركز الباحث

على اهم الامكانيات السياحية المتوفرة في الجزائر و العراقيل التي تواجه هذه التنمية كما تناول افاق

القطاع السياحي الجزائري، و طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي:

ماهي الاليات و السبل الكفيلة لدفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر بغية استغلال الامكانيات السياحية

المتوفرة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لافاق 2025؟

و قد توصل الباحث الى نتيجة مفادها ان القطاع السياحي كانت مساهمته ضعيفة في الاقتصاد

الجزائري.

7/ تحديد مفاهيم الدراسة

• مفهوم السياحة:

ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث ، و الاساس منها الحصول على الاستجمام ،

وتغيير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الانسان و الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية

ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعية¹

تشمل السياحة أنشطة الاشخاص الين يسافرون الى اماكن خارج بيئتهم المعتادة و يظلون

فيها لفترة لا تزيد عن سنة دون انقطاع من اجل الترفيه او العمل التجاري او للأغراض اخرى لا تتصل

بممارسة نشاط يدر دخلا من داخل المكان الذي يزورونه²

مجموعة من التنقلات البشرية والانشطة المترتبة عليها ، والناجمة عن ابتعاد الانسان عن

موطنه ، تحقيقا لرغبة الانطلاق و التغيير³

هي عملية انتقال الانسان من كل مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة

النفسية . أو هي ظاهرة من ظواهر العصر التي ينبثق من الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة و

¹- زيد منير عبودي ، مبادئ السياحة الحديثة ، دار المعنز للنشر والتوزيع ، ط1 الاردن ، 2012 ، ص 15.

²- المنظمة العالمية للسياحة ، 2001 ، 14 .

³- عبيدة عبد السلام حسان ، اثر التخطيط السياحيين وجهة نظر مكانية سياحية ، دار عبيد للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان 2017 ، ص38

الاستجمام و تغيير الجو الروتيني و الاحساس بجمال المناظر الطبيعية و الشعور بالبهجة و المتعة في

الاقامة¹

هي مجموع العلاقات التي تترتب على سفر و اقامة مؤقتة لشخص اجنبي في مكان ما ,وان

لا ترتبط هذه الاقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الاجنبي²

مجموعة الظواهر الثقافية الناتجة عن السفر و الانتقال المؤقت للانسان خارج أو داخل

الوطن عندما تهدف هذه الرحلات الى تلبية حاجة ثقافية للحضارة الصناعية في أوقات الفراغ³

عرفها قاموس larrouisse :

بانها عملية السفر و قصد الترفيه عن النفس فهي مجموعة من الاجراءات التقنية

, المالية و الثقافية المتاحة في كل دولة أو كل منطقة و المعبر عنها بعدد السياح .⁴

من خلال تحديد المفاهيم الاصطلاحية السابقة حول مصطلح السياحة ان هذه الاخيرة اشتركت في نقاط

اهمها :

- ضرورة انتقال الفرد من موطنه او منطقتة الاصلية الى منطقة او موطن اخر للتمتع والانتفاع باوقات

الفراغ.

-مدة الانتقال لا تقل عن 24 ساعة حيث ان المعيار الزمني والمكاني مهمان.

¹- زياد منير سلمان , كتاب الاقتصاد السياحي , دار الراية للنشر و التوزيع , ط1 ,عمان 2008 , ص15

²- كواش خالد, السياحة ,مفهومها , اركانها ,انواعها , دار التنوير الجزائر, ط1 2007, بتصرف , ص20

³ - **Méthode dévaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain** ,Université du Québec à Trois-Rivières Service de la bibliothèque,2001,page 21.

⁴-قاموس لاروس للطلاب¹

- لا بد ان لا يكون الهدف من هذا الانتقال العمل او الإقامة الدائمة.

ومن خلال ما سبق يمكن اعطاء تعريف اجرائي للسياحة على انها:

عملية انتقال الانسان من مكان الى مكان اخر سواء كان على الصعيد الداخلي او الخارجي

بهدف الاستجمام او الترويح عن النفس لمدة زمنية بحيث لا تقل هذه المدة عن 24 ساعة و لا تزيد عن

مدة سنة, كما نستطيع وصفه بالنشاط الانساني السيكولوجي

• السياحة الداخلية:

و هي عبارة عن نشاط سياحي داخل حدود الدولة نفسها و اي من قبل سكان و افراد البلد

نفسه , بحيث يسافر سكان منطقة معينة من مكان اقامتهم الى منطقة اخرى في البلد نفسه ,بهدف الترفيه

و الاستجمام و السياحة , و يكون السفر لمسافة 80 كيلومترا على اقل تقدير من بيوتهم او مكان اقامتهم

داخل حدود الدولة نفسها , وفي فترة لا تقل عن 24 ساعة و لا تزيد عن سنة , ثم الرجوع الى مقر الإقامة

الاصلي . كما يمكن ايضا تعريفها بانها انتقال بشكل مؤقت للفرد او الجماعة داخل حدود الدولة¹

يمكن تعريفها على انها السياحة التي يمارسها ابناء البلد داخل دولتهم , حيث تمكنهم من زيارة

المناطق السياحية و التعرف عليها و الارتباط بها , بهدف ربط المواطنين ببلادهم و زيادة الوعي

السياحي لديهم , و تشغيل المؤسسات السياحية على مدار السنة²

تمثل حركة وانتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم والسائح فيها هو أي شخص من مواطن

الدولة ينتقل من مكان إقامته المعتادة ليزور مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود الدولة التي يقيم فيها

ويقضى ليلة على الأقل في المكان المزار ليس بغرض العمل، ولكن بغرض الترفيه أو الرياضة أو

الاستجمام أو زيارة الأصدقاء والأقارب أو لأسباب دينية أو العلاج أو حضور مؤتمرات أو ندوة³

¹ - عصمت عدلي , السياحة المحلية و الدولة , مؤسسة عالم الرياضة للنشر , الاسكندرية , مصر , ط1 , 2017 , ص113

² - لطفي مخزومي و اخرون , السياحة الداخلية في الجزائر : واقعها وسبل تطويرها , مجلة الدراسات المالية و المحاسبية , مجلد 11 , العدد 65-55 , 2020 , ص 55-65

³ - وفاء زكي ابراهيم , دور السياحة في التنمية الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث , 2006 , ص154 , 155

سفر مواطني الدولة داخل بلدهم , كما تشمل انتقال السائحين داخليا , و يتم انفاق العملة

المحلية¹

انتقال الافراد داخل البلد نفسه اي انتقال مواطني الدولة نفسها في داخل بلدهم وهذا النوع من

السياحة يحتاج الى خدمات متنوعة و اسعار مختلفة وتشجيعه لمواطني البلد²

من خلال ما سبق من تعاريف يمكن اعطا تعريفا اجرائيا للسياحة الداخلية :

حيث تمثل السياحة التي تتم داخل حدود الدولة من قبل مواطنيها حيث تتجاوز اليوم الواحد كما تعتبر هه

الاخيرة فرصة لمواطنين المحليين للتعرف اكثر على مقومات بلدهم السياحية .

الوكالات السياحية:

هي المكان الذي يقدم خدمات و معلومات استشارية و فنية و يعمل الترتيبات اللازمة للسفر برا او

بحرا او جوا الى اي مكان في العالم , و كل هذه الخدمات و الاستشارات الى المواطنين مجانا بدون

مقابل , و تكون وكالة اسفر صغيرة و عديدة الموظفين فيها محدود³

هي وحدة انتاجية سواء كان هذا الانتاج ماديا او معنوي اذ تعتبر هذه الاخيرة مؤسسة تقوم بتوفير

خدمات سياحية عن طريق تنظيم رحلات سياحية فردية كانت ام جماعية داخل او خارج الوطن وفقا

لبرامج معينة⁴

وكالات السياحة والسفر هي عبارة عن مؤسسة او منشأة سياحية تقوم بتنظيم و تسويق و تنفيذ الرحلات

الشاملة كما تقوم بتنفيذ كافة الخدمات الخاصة بالرحلات و هناك شركات ذات تعاملات ضخمة

عرفها القانون الجزائري رقم 99/06 المؤرخ في 18 ذي الحجة 1419 الموافق ل 04 افريل

1999 على انها كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا و يتمثل في بيع مباشر او غير مباشر

¹ - مروان السكر, الاقتصاد السياحي, دار المجدلوي عمان الاردن, ط1 1995, ص13

² - جغرافيا السياحة والطيران, مبادئ السياحة, كاتب مجهول, ص 21

³ - العدوان , مروان محسن , ادارة وكالات و شركات السفر و السياحة , جز الثالث , دار المجدلوي للنشر , عمان , 1997

⁴ - لقانون رقم 99-06 المؤرخ في 04-افريل 1999, يحدد القوانين التي تخدم الوكالات السياحية والسفر , ج ر , عدد 24 , 1999

لرحلات و اقامات فردة او جماعية و كل انواع الخدمات المرتبطة بها من خلال التعاريف السابقة
لوكالات السياحة والاسفار

فانه يمكننا وضع تعريفا اجرائيا لها : فهي عبارة عن مؤسسة سياحية تهدف لتوفير خدمات سياحية و
ذلك من خلال تسويق و تنظيم الرحلات السياحية سواء كانت هذه الاخيرة فريدة او جماعية , داخلية
كانت او خارجية و هذا وفق برنامج معينة.

3/التنمية السياحية:

تعرف عملية التنمية بأنها " عملية ديناميكية تتكون من سلسلة من التغيرات الوظيفية في المجتمع
وتحدث عن طريق التدخل الإداري والتوجيه لطاقات المجتمعات البشرية لتفاعلها مع عوامل البيئة بهدف
زيادة قدرة المجتمع على البقاء والنمو"

تعرف التنمية السياحية على أنها "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة
والموازنة في الموارد السياحية و تعميق و ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي".

كما تعنى " عملية الإمداد بالتسهيلات والخدمات أو الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين، وهي
تأخذ عدة أشكال متباينة بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية في الدولة."

وهي أيضا "الزيادة المستمرة والموازنة في الموارد السياحية أو الزيادة الإنتاجية في القطاع السياحي
بالاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية."

ويمكن إعطاء تعريف شامل لعملية التنمية السياحية فهي إذا محاولة النهوض بالقطاع السياحي
بتحديد الأهداف العامة التي يمكن أن تؤدي إلى ازدهار الصناعة السياحية، وهي أحد أساليب التنمية
الاقتصادية التي تتخذ التخطيط أساسا لنجاحها¹.

يعبر مصطلح التنمية السياحية عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف الى تحقيق

¹ - شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم
التسيير، جامعة الجزائر 03، سنة 2014/2015، ص 21

الزيادة المستمرة المتوازنة فب الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي, فالتخطيط العلمي للتنمية السياحية هو السبيل الوحيد لتحقيق التنسيق والتوائم بين مختلف القطاعات وايجاد التوازن بين المطالب المتنافسة والمتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم الناتج والآثار الايجابية للتنمية السياحية مع تخفيف الناتج والآثار السلبية .

فالتنمية السياحية عيا الامداد بالتسهيلات والخدمات او الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات

السائحين وهي تأخذ عدة أشكال متباينة فقد تشمل تنمية المجتمعات الشاطئية والمنتجعات الجبلية , كما تمثل العواصم الكبرى السياحية

كأحد الأمثلة البارزة حيث تجذب هذه العواصم سنويا الملايين من السائحين علاوة على الموارد والمقومات المحلية لاستغلال التراث المحلي.

فالتنمية السياحية هدفها تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول ولذلك و تعمل على تحقيق مختلف

البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

وتعني التنمية السياحية أيضا تنمية الموارد الطبيعية والحضارية والبشرية (مكونات المنتج

السياحي) وتعني الجهود المبذولة لإحداث تطورات 2 البنية الأساسية للمجتمع سواء كانت بنية مادية أو

بشرية بهدف تحقيق معدل سياحية عالية، ودفع المجتمع إلى الأمام دفعة قوية هدفها تحقيق مستوى عال

من الدخل القومي والدخل الفردي مستخدمة كافة الطاقات والموارد المتوفرة و المتاحة سواء كانت هذه

الموارد طبيعية أو بشرية وما تستلزمه تلك العملية من جهود و دراسات ومشروعات واستثمارات وذلك

لتصل البلاد إلى مستوى بلاد الجذب السياحي طوال العام من حيث معدلات النمو السياحي وتحقيق

العائد المادي والاقتصادي والاجتماعي¹.

¹ - مروان السكر, المرجع السابق,ص20-21

والتنمية السياحية تعني أيضا التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية والبيئية المتاحة والموجودة في المنطقة بالإضافة الي الخدمات والتيسيرات والمرافق التي تساعد على إقامة المشروعات والاستثمارات بهدف الاستغلال الأمل لعناصر المنتج السياحي (موارد طبيعية وحضارية وبشرية) . ويمكن تعريف التنمية السياحية بأنها: عمليات تهدف الي تطوير المجتمعات المحلية السياحية وتحقيق الاندماج مع المجتمع الكبير، والمساهمة من اخلال مناشط السياحة المختلفة في التقدم الاقتصادي والاجتماعي بأقصى قدر المستطاع. وينظر الي التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية، وهو ما يجسد اعتماد التنمية الاقتصادية على النشاط السياحي بدرجات متفاوتة في زيادة الدخل القومي ومتوسط نصيب الفرد منه ، والدخل الحقيقية من خلال دفع المتغيرات السياحية للنمو بأسرع من معدل النمو الطبيعي ، أي ان التنمية السياحية تعتبر وفق هذا الوصف النمو اراديا مدفوعا، وهناك مؤشرات يمكن استخدامها لقياس النمو في النشاط السياحي من اهمها : زيادة عدد السائحين ، والليالي السياحية ، والانفاق السياحي ، الايرادات السياحية¹.

من خلال التعاريف السابقة يمكن ان نعطي **تعريفا اجرائيا للتنمية السياحية :**

على انها محاولة النهوض بالقطاع السياحي بتحديد الأهداف العامة التي يمكن أن تؤدي إلى ازدهار

الصناعة السياحية، و الزيادة المستمرة للموارد السياحية و تطويرها

5- تعريف التنمية السياحية المحلية

يقصد بالتنمية السياحية المحلية هو الارتقاء بخدمات البنية الأساسية التحتية من حيث شبكات

الطرق والاتصالات والنقل، وتطوير مناطق الجذب السياحي والمساعدة في جذب العمالة من الريف إلى

مناطق المقاصد السياحية. ،

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعي، تنمية المبيعات السياحية ، دار النشر مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية ، ط1، 2009 ، ص14-15

تعريف جمال زكي " و"فؤاد أحمد"1960: تعرف التنمية المحلية مبدئياً بأنها: العملية التي يقصد بها خلق ظروف النهوض الاقتصادي والاجتماعي كله مع المساهمة الفعالة، والاعتماد الكلي بقدر المستطاع على مبدأ

تعريف "عبد المنعم شوقي"1963: يعرف التنمية المحلية على أنها: عمليات التي تبذل بقصد ووفق عامة سياسة عامة، لإحداث تطور وتنظيم اجتماعي واقتصادي للناس وبيئاتهم سواء كانوا في مجتمعات محلية أو قومية بالاعتماد على المجهودات الحكومية والأهلية المنسقة على أن تكتسب كل منها قدرة أكبر على مواجهة مشكلات المجتمع نتيجة لهذه العمليات¹

خلال التعاريف السابقة يمكن ان نعطي تعريفا اجرائيا للتنمية السياحية المحلية:

حيث انها تمثل الارتقاء بالسياحة وتطويرها داخليا من خلال تبني سياسات و عمليات هادفة و منظمة للنهوض بالقطاع السياحي الداخلي اقتصاديا و اجتماعيا و سياسيا الخ.

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعي، المرجع السابق، ص16-17

خلاصة الفصل

لقد حرصنا في هذا الفصل على شرح المعايير الابستمولوجية و الميتودولوجية وكيفية توظيفها في البحث العلمي، فهذا الاخير يساعد الباحث الاجتماعي على صياغة إشكاليته ويبين له كيفية بناء فرضياته وفهم ظاهرتة إلى اختيار المنهج الملائم ثم إلى تحديد أدوات رصد المعلومات الميدانية المفسرة للظاهرة، فكان عملنا بذلك مجرد تتبع للمعايير وفق البحث الاجتماعي.

الفصل الثاني ماهية وكالات السياحة والاسفار

قائمة المحتويات:

تمهيد:

أولاً: مدخل عام للسياحة

1-1- نشأة السياحة ومراحل تطورها

2-1- اهمية السياحة

3-1- انواع السياحة

5-1- التأثير السلبى والايجابى للسياحة

6-1- عوامل جذب السياح

ثانياً: ماهية وكالات السياحة والأسفار

1-2- نشأة وتطور الوكالات السياحية والأسفار

2-2- أنواع وأقسام الوكالات السياحية والأسفار

3-2- خدمات وكالات السياحة والأسفار

4-2- الشروط الواجب توفرها في الوكالات السياحية والأسفار

5-2- العلاقة الترابطية بين الوكالات السياحية والخدمات السياحية الاخرى

6-2- دور وكالات السياحة والاسفار في القطاع السياحي

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر السياحة احد الظواهر الاجتماعية و التي شهدت تطورا سريعا خاصة في النصف الثاني من القرن العشرين , وللسياحة عدة دوافع تباينة بين الاقتصادية والعلمية و الرياضية والعلاجية وغيرها كما تحمل رسالة ثقافية دينية , ولعل السياحة من الطبيعة البشرية حيث انه فضولي بطبعه للاطلاع وحب المعرفة والتي تدفعه الى الاستطلاع و هذا بالضبط ما دفع في ظهور الوكالات السياحية والاسفار ، لهذا خصصنا هذا الفصل للتعريف بكل من السياحة عامة والوكالات السياحية والاسفار من النشأة مرورا بتطورهما الى غير ذلك لنعطي نظرة حول الموضوع واهميته.

أولاً: مدخل عام للسياحة

1-1- نشأة السياحة ومراحل تطورها

تعد السياحة من الظواهر الانسانية التي نشأت منذ ان خلق الله الارض ومن عليها , فهي قديمة قدم الحياة , فمنذ ازمان طويلة والانسان في حال دائمة من السفر والتنقل بحثا عن امنه واستقراره و وسعيا وراء رزقه ومعاشه , وتحولت ظاهرة انتقال الانسان الى ظاهرة اجتماعية و ثقافية هدفها المتعة والراحة و الاستجمام والتعرف على تقاليد الشعوب الاخرى واثارها وثقافتها.

ومع التطور الدائم لحياة الانسان واحتياجاته اضطر الى السعي لإيجاد صلات بين تجمعاته وتجمعات غيره من بني الانسان سعيا لاستكمال ما ينقصه , وتصريف ما يزيد عن حاجته , ونتج عن هذه الاتصالات اكتسابه لمعارف جديدة.

ومنذ الرحلات الاستكشافية المبكرة لبولو وابن بطوطة وماجلان وكولومبس , حدثت تطورات تاريخية في السفر و في القرن العشرين اخترعت السيارة وانشئت الطرق التي اسهمت في مزيد من النمو لم يسبق له مثيل , تلى ذلك اختراع الطائرة " الجيت " و خاصة ذلك الحجم الكبير منها وانشاء خطوط جوية عالمية , مما مكن الملايين من السفر بسرعة , وحقق السفر جوا على المستوى القومي والعالمي تطورا هائلا لم يحقق من قبل , كما اتاحت السفن الفاخرة التي تقوم بالنزهات البحرية والسيارات المريحة ذات المحركات , و القطارات البخارية و المنتجات الجميلة , وسائل للنقل والاقامة تتسم بالارتياح والبهجة.

وتعكس السياحة صورة التطور الحضاري لشعوب العالم وذلك بما تضمنه من نشاط , انساني له ابعاده الاجتماعية و الثقافية والاقتصادية. فضلا عن تعاملها واتصالها بمختلف القطاعات الانتاجية و الخدمة حيث تسهم في دعم و تنشيط اقتصاديات الكثير من الدول الامر الذي ادى الى ظهور القواعد والاسس والنظريات لدراسة الانشطة السياحية. فالسياحة تعني " التنقل من بلد الى بلد طلبا للترفيه او الاستطلاع والاكتشاف , وقد بذل الكثير من العلماء جهودهم في ايجاد تعريف للسياحة ومكوناتها ,

فبعضهم يعرف السياحة بالنظر الى الجانب الاقتصادي , في حين يعرفها بعضهم الاخر بالنظر الى الجوانب الاخرى كالجانب الاجتماعي والثقافي ونحوها.

وفي سنة 1942 م عرفها هونزيكر وكلافات في كتابهما " النظرية العامة للسياحة " بانها المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من اقامة السائحين طالما ان هذه الاقامة لا تؤدي الى اقامة السائحين طالما ان هذه الاقامة لا تؤدي الى اقامة دائمة او ممارسة اي نوع من العمل بصفة دائمة او موقوتة

وتعرفها المنظمة السياحية العالمية في المؤتمر الدولي للسفر والسياحة بأنها " تمثل السياحة أنشطة الأفراد المسافرين والمقيمين في الأماكن خارج موطنهم أو بيئتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة متعاقبة لقضاء أوقات الفراغ أو بعض الأعمال أو لأغراض أخرى¹ ."

مراحل تطور السياحة

مرحلة الحضارات القديمة :

منذ وجود الإنسان وهو في تنقل من مكان إلى آخر إذ كان السفر والتنقل جزء من حياته ولم تكن هناك حدود ولا حواجز تنظم طرق التنقل سوى

الطبيعة ولم تكن تتوفر على وسائل الأولى مرحلة الحضارات القديمة :منذ وجود الإنسان وهو

في تنقل من مكان إلى آخر إذ كان السفر والتنقل جزء من حياته ولم تكن هناك حدود ولا حواجز تنظم طرق التنقل سوى الطبيعة ولم تكن تتوفر على وسائل نقل ولكن بظهورها وقيام الحضارات صار السفر وسيلة للتجارة والثقافة و المتعة و المنفعة ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة الذين اتسموا بحب

الترحال البحري بحثا عن المغرفة والكسب المادي وقد بلغ النشاط البحري للفينيقيين الذروة خلال الفترة من القرن العاشر قبل الميلاد.

مرحلة العصور الوسطى¹:

¹رجاء هباس الحربي, التسويق السياحي للمنشآت السياحية, دار اسامة للنشر والتوزيع, الاردن-عمان, ط1, 2012, ص91.

امتدت هذه الفترة بين حوالي القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر قبل الميلاد وتميزت هذه المرحلة بنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيون والعرب كانت هذه الرحلات السياحية ذات طابع ديني إذ كثر السفر إلى المعابد المسيحية في أوروبا في حين اتسع نطاق رحلات السفر فيما يعد حدود القارة لتعدد الرحلات الرئيسية إلى الأماكن المقدسة في فلسطين كما عرفت الرحلات البحرية الأوروبية خلال القرن الخامس عشر رواجاً كبيراً مع بداية حركة الاكتشافات العمرانية

المرحلة الحديثة:

امتدت هذه المرحلة ما بين القرن السادس عشر ونهاية التاسع عشر الميلادي بدأت مباشرة بعد ظهور حركة الاكتشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار والتنقلات ليشيد العالم تغييراً في نوع الرحلات القارية داخل الأقاليم المجهولة فما يعرف بقارات العالم الجديد حيث غطت رحلات الاسبان معظم أقاليم أمريكا اللاتينية وفي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر أحدثت الثورة الصناعية تغييراً كبيراً في وسائل المواصلات والاتصال وأدى ذلك إلى اقتصار الوقت والمسافات وارتفاع عدد المسافرين ومع تحسن أوضاع الطبقة العامة وارتفاع أجورها ظهر ما يسمى بالإجازات المدفوعة الأجر فانخفضت قليلاً تكاليف السياحة وعرفت بالسياحة الاجتماعية

المرحلة المعاصرة :

تسمى كذلك بعصر السياحة بدأت مع القرن العشرين منذ عرفت السياحة تطوراً ملحوظاً لم تشيده من قبل خاصة بعد الحرب العالمية الثانية حيث تحسنت الأوضاع الاقتصادية وازداد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للمجتمعات حيث سنت العديد من القوانين لحماية الإنسان وفي نفس هذه المرحلة ظهرت العديد من المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة فيبقى القرن العشرين عتبة التغيير للسياحة

¹ -رجاء هباس الحربي, المرجع السابق, ص 92.

1-2 أهمية السياحة

تتمثل أهمية السياحة في ما يلي:¹

- ❖ الاتصال والاندماج الاجتماعي و اكتساب ثقافات و معارف و تجارب جديدة انسانية واجتماعية.
- ❖ الاسهام في رفع المستوى العمراني و الحضاري و الثقافي في انحاء البلاد سياحيا و عمرانيا .
- ❖ التشجيع على الحرف و الصناعات التقليدية و المتوارثة .
- ❖ التشجيع على انشاء المزيد من الانشاءات الفندقية و التوسع فيها لاجتذاب الاعداد المتزايدة من السياح .
- ❖ الاسهام في ايجاد فرص عمل متزايدة و متجددة للشباب و تطوير النسبة الحالية للقوى العاملة في المجال السياحي وهي 6%
- ❖ انعاش السياحة لكونها طاقة تنموية كامنة ومستمرة تؤثر على انتعاشها على الاقتصاد الوطني و تؤثر على الدخل القومي .
- ❖ عدم تؤثر اسعار السياحة بتقلبات الاسعار التي تعاني منها الدول النامية في انتاجها.
- ❖ دور السياحة الهائل في تحسين الاقتصاد لتصنيفها ثالث القطاعات بعد الزراعة و الصناعة وكونها مصدرا سريعا للعمالات الاجنبية بما تدره من ايرادات سياحية تتمثل فيما يدفعه السائح نظيرا للحصول على تأشيرات الدخول و المغادرة.
- ❖ احتياج مجال الانفاق في السياحة الى كثير من النقد الاجنبي سواء في استثماراتها ام في مصروفاتها التجارية .

¹ - خالد بن عبد المنيف , الوطنية السياحة وتنمية السياحي الاعلام , دار اسامة للنشر و التوزيع الاردن , عمان , ط.2014 ص 42

قدرة السياحة على تنشيط عدد من القطاعات الأخرى مثل :صناعة الاغذية و الابنية الفندقية و صناعة المعدات الخاصة و التجهيزات الخاصة بالفنادق ايضا القرى السياحية والمرافق المختلفة من طرق و مطارات و موانئ و تنشيط غيرها من القطاعات الاقتصادية.

❖ تعمل السياحة على الاتصال بالثقافات و الحضارات بالانفتاح عليها بما يتناسب و الثقافة

السائدة في هذا العصر وبما يخالف ثوابت المجتمع و عاداته .

❖ ان السعي الى زيادة حجم النشاط السياحي يؤثر في الدخل القومي و يحقق الرخاء و الانتعاش

الاقتصادي, ويسهم في تحقيق التنمية البشرية و الاجتماعية .

ومن جانب اخر تؤدي السياحة الى نهضة شاملة ,حيث تدفع المسؤولين الى زيادة اهتمامهم بالمرافق و

الخدمات المختلفة ورفع المستوى العمراني و تجميل الاحياء و الاعتناء بالبنية الاساسية من طرق و

مواصلات و شبكات الاتصال و انشاءات و ملاعب رياضية و اندية ترفيهية

1-3- انواع السياحة

ان للسياحة انواع مختلفة ,حيث يمكن تصنيف انواع عديدة منها ,وفقا لعدة اسس معينة و يختلف

التصنيف من دولة لأخرى, ومن اهمها ما يلي¹:

اولا : تقسيم السياحة وفقا للغرض:

❖ سياحة التعليم و التدريب .

❖ السياحة الثقافية.

❖ سياحة لغرض العمل المؤقت .

❖ سياحة الصحة والعلاج.

❖ سياحة الهوايات .

❖ سياحة الرياضة.

¹- زيد منير عبودي , المرجع السابق, ص 35-44.

❖ سياحة زيارة الاثار و الاماكن التاريخية.

❖ السياحة الاجتماعية .

❖ سياحة المؤتمرات و الاجتماعات .

❖ سياحة المشتريات .

❖ السياحة الدينية.

❖ سياحة قضاء الاجازات و الترفيه .

❖ سياحة لأغراض اخرى.

ثانيا : تقسيم السياحة وفقا للعدد:

❖ سياحة فردية .

❖ سياحة جماعية (منظمة)

ثالثا : تقسيم السياحة وفقا للعمر¹:

❖ سياحة الطلائع .

❖ سياحة الشباب.

❖ سياحة الناضجين .

❖ سياحة المتقاعدين.

رابعا : تقسيم السياحة وفقا لمدة الاقامة:

❖ سياحة ايام .

❖ سياحة موسمية .

❖ سياحة عابرة .

¹ -زيد منير عبودي, المرجع السابق, ص35

خامسا : تقسيم السياحة وفقا للنطاق الجغرافي:

❖ سياحة داخلية.

❖ سياحة خارجية .

سادسا :تقسيم السياح وفقا للجنسية :

❖ سياحة الاجانب (السياحة العالمية)

❖ سياحة المقيمين خارج البلاد (المغتربين)

❖ سياحة مواطني الدولة (السياحة الداخلية)

1-4- دوافع السياحة : تتمثل دوافع السياحة في النقاط التالية :¹

❖ مشاهدة الاثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الاثرية.

❖ مشاهدة بعض الاحداث المهمة بالعالم او حضور مهرجانات او حفلات ثقافية او معارض ...الخ

❖ الاطلاع على اسلوب حاة الاس في البلدان الاخرى و التعرف على عاداتهم وتقاليدهم و ثقافته

و اكتشاف اشياء جديدة لغرض العلم و الثقافة و المعرفة.

❖ الرغبة في الحصول على الراحة و الاستجمام و الاستشفاء او الاستمتاع بإشباع الرغبة في

الطعام و الشراب و غيرها من الدوافع.

¹ - خليل محمد سعد الادارة السياحية , رسالة ماجستير , الجنادرية للنشر والتوزيع ط1, عمان, 2010, ص40.

1-5- التأثير السلبي والايجابي للسياحة

تؤثر السياحة بطرق مباشرة و غير مباشرة بالإيجاب و السلب على سكان الدول المستقبلية للسياح و على

المستوي القومي للدولة في الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية و العمرانية كالتالي:¹

اولا : التأثير الايجابي :

للسياحة دور هام في تنمية الجوانب الاقتصادية و الاجتماعية و العمرانية ومن جهة اخرى تعتبر صناعة

السياحة اداة اجتماعية بما توفره من فرص للتعارف و التالف بين الشعوب و تعتمد مواقع السياحة الاكثر

نجاحا في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف , والبيئات المحمية و الانماط الثقافية المميزة

للمجتمعات المحلية , اما المناطق التي لا توفر هذه المميزات فتعاني من تناقص في الاعداد ونوعية

السياح, وهو ما يؤدي بالتالي الى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية .

ومن الجائز ان تكون السياحة عاملا بارزا في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية و المجتمع

المحلي ومع ذلك من خلال التخطيط و الادارة السليمة و ويتوفر عذا عند وجود بيئة ذات جمال طبيعي و

تضاريس مثيرة للاهتمام و حياة نباتية برية وافرة وهواء نقي و ماء نظيف مما يساعد على جذب السائحين

ويتساوى كل من التخطيط و التنمية السياحية في الاهمية من اجل حماية التراث الثقافي لمنطقة معينة ,

وتشكل المناطق الاثرية و التاريخية , وتصاميم العمارة المميزة و اساليب الرقص الشعبي , والموسيقى ,

والدراما و الفنون , والحرف التقليدية و الملابس الشعبية , والعادات و التقاليد و ثقافة و تراث المنطقة

عوامل جذب للزوار و بخاصة اذا كانت على شكل محمية يرتادها السياح بانتظام فتعزز مكانتها و الا

تبقى ذات اهمية اقل و كل ذلك يرجع للطريقة التي يتم بها تنمية السياحة و ادارتها و تساهم السياحة في

تعزيز النمو الاقتصادي و توسيع قاعدة الاقتصاد و خفض البطالة كما تحد من تسرب الدخول و النقد

الى الخارج كما تعمل على تحفيز الاستثمارات الاجنبية و تدعيم الامن الوطني الشامل من خلال تعزيز

الاقتصاد ورفع معدلات و تساهم في تحفيز العناية بالتراث الوطني و ابراز الثقافات المحلية المتنوعة

¹حسين شوقي, التسويق في السياحة و الفنادق, مطابع دار المعارف, مصر, 1993, ص 139

وتعزيز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب و الناشئة من خلال برامج الرحلات السياحية و التنقل بين المناطق .

ثانيا: التأثير السلبي:¹

كما ان للسياحة جوانب سلبية تتمثل في البعد الاقتصادي و الاجتماعي والثقافي والبيئي:

البعد الاقتصادي:

قد تكون الابعاد الاقتصادية السلبية للسياحة في بعض المناطق نتيجة وجود صعوبات مناخية تنتج عنها فصيلة واضحة في السياحة , وعادة ما يكون معظم الدول الجاذبة للسياحة قمة موسمية في النشاط السياحي , و قد نتج عن هذه الفصيلة نقص تشغيل الموارد و التسهيلات , بل اغلاقها تماما في بعض الحالات في جزء من السنة , كما ان السياحة قد تتعرض لضربات قاسية غير متوقعة نتيجة احداث فجائية امنية او سياسية او اقتصادية غير مواتية مثل الركود الاقتصادي و التغيرات في اسعار الرحلات نتيجة الذبذبة في اسعار العملات في دول العالم او المنافسة , او التغير الفجائي في اسعار البترول , بالإضافة الى عدم الاستقرار السياسي مثل الحالة في منطقة الربيع العربي و منها مصر و تونس و اليمن وسوريا , او نتيجة للحروب الاهلية.

كما ان السياحة تمثل احد مصادر العملات الصعبة فقد يتعرض النشاط السياحي لبعض المعوقات مثل عدم الاستقرار الامني او السياسي و هذا يؤدي الى عجز في ميزان المدفوعات.

البعد الاجتماعي:

ينظر الى المجتمع المضيف ليس فقط كمكون اساسي من مكونات المنتج السياحي , و لكن ايضا كمشارك في عملية التنمية السياحية , وكمستفيد من نتائجها , كمؤثر فيها بالسلب و الايجاب , كما تؤثر هي ايضا فيه , وقد اكتسبت العلاقة بين النمو السياحي السريع و المجتمع المحلي اهمية متزايدة , و ذلك لما يمكن ان تسفر عنه هذه لعلاقة من مشاكل.

¹-حسين شوقي, المرجع السابق, ص 140

يعتبر المجتمع المحلي في الدول المضيفة عنصرا أساسيا في عملية التنمية السياحية , و مؤثر ومتأثر , ولقد أسفرت عملية النمو السياحي عن وجود علاقة سلبية مكتسبة لدى المجتمع المحلي المضيف, نتيجة التدهور الثقافي و الحاق الضرر بالتراث الثقافي الذي قد نشأ عن التخريب او النهب او النقل غير الشرعي لبعض مكونات التراث الثقافي او تغيير المشهد التاريخي المحيط , وتشمل الابعاد الاجتماعية و الثقافية الرئيسية للسياحة (اعتبارات الاخلاقية , السياحة و الارهاب , الاثر على الثقافة , اختلال الاولويات و نمط توزيع المنافع , المنافسة على الموارد المحلية , السياحة والتفاهم الدولي)

البعد الثقافي:

اصبح السائحون يرغبون بشكل متزايد في التعرف على المظاهر الثقافية الغربية و المتقدمة , ويبدون استعدادا لدفع اموال اضافية للاستمتاع بتلك المشاهد و الخبرات ولكن مجرد وجود السائحين يمكن ان يصبح مخالفا للثقافة المحلية , و دافعا لإجراء تعديل فيها بما يتلائم و مطالب صناعة السياحة , وبذلك فان المجتمعات المحلية المضيفة تجد احيانا ان ثقافتها معرضة للخطر من جانب القوة الشرائية لصناعة السياحة , حيث يحدث:

صدام الثقافات نتيجة لانطواء السياحة على حركة الاشخاص الى مواقع جغرافية مختلفة و تأسيس العلاقات الاجتماعية بين الشعوب الذين ما كان لهم ان يتقابلوا في سياق اخر , يمكن ان يحدث صدام الثقافات بسبب الاختلافات الثقافية والعرقية و الدينية و القيمية و الحياتية و اللغوية و العرقية و الدينية و القيمية و الحياتية و اللغوية و الاقتصادية , وتتطور توجهات السكان المحليين تجاه التنمية السياحية فتمر بعدة اطوار تبدأ بالسعادة البالغة عندما يتم الترحاب بالزائرين , ثم تصل الى البلادة و اللامبالاة لوجودهم , ثم تبلغ حد الشعور بالضيق و ربما يصل هذا الى روح عدائية عندما تبدأ التوجهات المعادية للسائحين في التزايد بين السكان المحليين , وقد ينشأ صدام ثقافي.¹

¹ -حسين شوقي, المرجع السابق, ص 140

البعد البيئي:

تشمل التأثيرات السلبية للسياحة التي تقع على البيئة الآتي:

التدهور السريع لبعض الموارد الطبيعية والحضارية و الازدحام و التلوث , ومن جانب اخر , فان الاستخدام المفرط للبيئة في المناطق السياحية قد يؤدي الى تدهور قيمتها , و تدمير اهم العناصر التي تقوم عليها السياحة.

-انبعاث غازات التدفئة و الملوثات الاخرى مما يسهم في تغير المناخ و الاضرار بنوعية الهواء المحلي, وينتج ذلك بصورة رئيسية عن استخدام النقل الجوي و النقل البري لأغراض السياحة.

-تشغيل المرافق السياحية مما يؤدي الى استخدام الموارد غير المتجددة او الثمينة كالمياه العذبة وانواع الوقود الحفري, و توليد الملوثات و النفايات, وتشمل الفئة الاخيرة مخلفات مياه الصرف الصحي و النفايات الصلبة.

البعد العمراني:

تحول مساحات من المناطق الزراعية الى مباني سياحية, وهدم البنية الريفية القديمة و اقامة

البنية المتعددة الطوابق بدلا منها.

يحدث تغيرات اجتماعية و اقتصادية متشابكة بين السكان المحليين و الفئات الاجتماعية من خارج الموقع

السياحي , ومع سكان المدن الكبرى في المحلات العمرانية الصغيرة و التي تحتوي على مقومات جذب

سياحي متميزة مثل وجود فروع لمؤسسات سياحية عالمية كالتي توجد في المدن الكبرى مثل باريس ولندن

, بسبب وجود سياح من ذوي دخل مرتفع في المنشآت السياحية ذوي قدرة شرائية عالية.

التزايد السريع في الطلب على الراغب لإقامة المنشآت و الاستثمارات السياحية يؤدي الى رفع اسعار

الاراضي¹

¹-زيد منير عبودي, المرجع السابق, ص25

1-6- عوامل جذب السياح

تتميز صناعة السياحة بأنها دائمة التغير و التطور و النمو ومن اهم دوافعها الرغبة في المعرفة و الاثارة و اكتساب الخبرات و الشعور بالأهمية و الاستجمام و الترويح ,ومن اهم عوامل جذب السياحة ما يلي¹:

- مناطق الجمال والمناظر الطبيعية .
- الاماكن التاريخية .
- النشاطات والاحداث الثقافية .
- الاحداث الاجتماعية و التعليمية .
- التسلية والترفيه الرياضي .

المشاركة في النشاطات الخارجية الترفيهية

ثانيا: وكالات السياحة والأسفار

2-1- نشأة وتطور الوكالات السياحية والأسفار

يعود تاريخ وكالات سفر و السياحة إلى نهايات القرن الثامن عشر حيث كانت أول وكالة سفر تم تأسيسها في إنجلترا عام 1758 تحت اسم كوكس كنج ، غير أن أول ظهور لوكالة سفر حديثة في العالم كان في النصف الثاني من القرن التاسع عشر وكانت تحمل اسم توماس كوك وبعدها بدأت وكالات السفر والسياحة في ظهور والتطور حيث تم إنشاء سلسلة من وكالات السفر في الربع الأخير من القرن التاسع عشر وكانت تربطها أعمالا تجارية مع شركة الخطوط الحديدية والمعروفة آنذاك باسم ميرلاند ريل ويا.

¹- زيد منير عبودي ، المرجع السابق ، ص 25.

ولم تكن وكالات السفر تمثل شركات الطيران فقط بل بدأت في تنظيم البرامج السياحية وبيعها على العامة عبر الهاتف السلكي إذ لم تكن تقنية الحجز الآلية عبر الحوسبة الرقمية متوفرة آنذاك كما هو الحال في يومنا هذا، ففي عصرنا الرقمي توجد عدة تطبيقات تعمل عليها وكالات السفر والسياحة وكان أكثر هذه التطبيقات استخداما نظام جاليليو وأماديوس وسابير للحجز وهي ببرنامج التوزيع العالمي. ومع بداية القرن العشرين بدأت وكالات السفر بالانتشار على مستوى العالم والذي تزامن مع النمو الاقتصادي المتصاعد لحركة السفر وخطوط الطيران وهي تقدر الآن بالمئات و لم تكن بالآلاف على مستوى العالم وتعمل معظم هذه الوكالات تحت مظلة منظمات واتحادات وطنية و دولية من أبرزها الاتحاد الدولي للنقل الجوي.¹

2-2- أنواع وأقسام الوكالات السياحية والأسفار

تماشيا مع التطور الذي حدث بالنسبة لأعمال وكالات السياحة و السفر و دورها في إعداد البرامج السياحية و تنظيمها و تسويقها فإنه يمكن تقسيم وكالات السياحة إلى ثلاث تقسيمات رئيسية:²

- ❖ منظم الرحلات : (Tour operator)
- ❖ وكيل منفذ للخدمات السياحية : (Tour Travel Agent)
- ❖ وكالة السياحة والسفر بالتجزئة : (RetailTravel Agent)
- ❖ شركات السياحة ووكالات السفر المنظمة للرحلات:(Tour operator)
- ❖ شركة السياحة المنظمة تقوم بعملها كوكيل سياحي حيث تتولى تجميع عناصر المنتج السياحي و تنظمها في شكل رحلة أو مجموعة من الخدمات السياحية في مواقيت و مناطق محدودة سلفا

.Package Tour

¹ - جلال لد خضرة، تاريخ السياحة، دار النشر و التوزيع ألفا ، الجزائر، ط 1 ، 2017 ، ص 132
² - سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات السفر، مكتبة الأنجلو المصرية، الطبعة الاولى، 2010، ص71

❖ وعادة ما يقوم منظم الرحلات بالتعامل مع وكالات السفر الأخرى أو وكالات التجزئة

retailres

وفي هذه الحالة يقوم بدوره كوسيط (middle man) بين موردي الخدمات السياحية (suppliers)

ووكالات السفر بآئعي التجزئة الذين يتعاملون مع المستهلك المباشر (السائح) و أحيانا يقوم المنظم بالبيع مباشرة للسائحين عن طريق وكالات تملكها.

منظم الرحلات يمتلك أحيانا جانبا من مكونات الرحلة مثل (مركبات النقل وأماكن الإقامة) ويقوم بمزاولة عمله بعقد كافة الاتفاقات الأزمة للتنفيذ والإشراف والمتابعة مع تحمل كافة المسؤوليات والمخاطر.ومجال

عمل الشركات المنظمة هو الأسواق التي يتواجد فيها السائحون (geng rating)

وتتولى الشركة المنظمة التسويق و الدعاية للمنتج السياحي و اختيار أفضل الأساليب و الأشكال التي

توصل للمستهلك النهائي سواء عن طريق الشركات الوسيطة أو المباشرة عن طريق فروعها المختلفة

منظم الرحلات هو المسؤول عن إعداد مطبوعات الرحلة التي تبين و تشرح مكونات و تفاصيل الرحلة و كافة شروطها.

تساهم شركات الطيران وغيرها في إعداد هذه النشرات و ذلك بتقديم نشرة غير مكتملة و يترك لمنظم

(Shell) بعض الصور الملونة و يطلق على النشرة في هذه المرحلة إعداد وطبع تفاصيل الرحلات

ووضع التواريخ و Tour Operator الرحلات الأسعار و الشروط¹.

وكالة الخدمات السياحية: Ground Travel Agent

تكون مسؤولة عن تنفيذ البرامج السياحية المعدة سلفا بمعرفة منظمي الرحلات وحسب الاتفاق معها

تواجه هذه الوكالات في المناطق و البلدان المستقبلة للسائحين.

¹ - سعيد البطوطي، المرجع السابق، ص 81

تقوم وكالات الخدمات السياحية بدور هام في تنشيط السياحة حيث تقوم بزيادة نشاطها عن طريق توثيق علاقاتها مع منظمي الرحلات في الخارج.

تطور عمل هذه الوكالات السياحية حيث بدأت في مشاركة منظمي الرحلات في الخارج و تنظيم و تمويل و تحمل مخاطر إعداد برامج سياحية .

وفتح فروع لها في الخارج بحيث يكونون على اتصال دائم بمنظمي الرحلات. و الإشراف مع وكالات محلية في البلاد المصدرة للسائحين تقوم بطرح برامج في السوق مباشرة من خلال الوكالات الوسيطة

وكالات السفر السياحية بالتجزئة : ReteilTravel Agent :

يوجد هذا النوع من وكالات السفر في الأسواق التي تعتبر مصدرا للسائحين و يطلق عليها (الوسطاء) التي تتولى البيع بالقطع لما ينتجها بالجملة منظمو الرحلات (Tour-operator) و شركات النقل المختلفة (بري- جوي - بحري)

تعتمد هذه الوكالات في عملها على انتشارها ووجودها في التجمعات السكانية و قربها من المستهلك (العميل- السائح)

هي مؤسسات صغيرة (Small business) لا تحتاج إلى رأس مال كبير و لا تتحمل مخاطر وتعمل مقابل عمولة.

2-3- خدمات وكالات السياحة والأسفار

الوكالات السياحية العديد من الخدمات نذكر منها:¹

- الحجز: تقوم وكالات السياحة بحجز تذاكر طيران وبواخر، وحجز غرف في فنادق محلية وعالمية بناء على طلب المستفيد.
- تنظيم الرحلات السياحية الداخلية والخارجية من خلال برامج جذابة وبأسعار مغرية وتنافسية

¹فرح اسامة, دور وكالات السياحة و الأسفار في تشجيع السياحة الداخلية دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة و الأسفار بولاية الشلف, مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية ، المجلد 08، العدد 03،2019، ص 107

• المرشد السياحي: من بين أدوار وكالات السياحة توفير مرشدين سياحيين للسياح المحليين أو الأجانب.

• المترجمين: تسعى وكالات السفر إلى توفير مترجمين للسياح الخارجيين.

• استقطاب السياح : تقوم وكالات السياحة والأسفار بتقديم حملات دعائية مدعمة ببرامج سفر

جذابة وبأسعار منافسة لجذب أكبر عدد ممكن من السياح.

• تنظيم رحلات السياحة الدينية من عمرة وحج.

• خدمات الاتصالات بكل أنواعها، محلات بيع الهدايا والتحف التذكارية ، الملاهي ، المتاحف

والأماكن الأثرية دور السينما ، مكتب الإعلام الحقائق العامة...الخ¹

2-4- الشروط الواجب توفرها في الوكالات السياحية والأسفار:

الشروط الواجب توفرها لنجاح عمل الوكالات السياحية هناك مجموعة من المواصفات يجب أن تتوافر في

وكالات السياحة والسفر لتتجح في أداء مهمتها وهي:²

لا أن يقع المكتب على شارع رئيسي أو داخل مركز تجاري، وأن يكون المكان كافيا لاستيعاب جميع

الموظفين والأجهزة.

• كلما تواجد المكتب في مناطق تكثر فيها حركة المشاة وعلى الشوارع الرئيسية كلما ساعد

ذلك على جذب العملاء إليه.

• يجب أن يتواجد مكتب وكالة السياحة والسفر بالقرب من أماكن انتظار السيارات لتسهيل

النقل.

• إن تصميم المكتب السياحي من الداخل يعتبر عنصرا يميز المكتب السياحي عن

المكاتب المنافسة، والتنسيق في المكتب له دور فعال في نجاح إدارة العمليات السياحية.

¹ - عصام حسن السعدي ، ادارة مكاتب و الشركات السياحية و السفر ، دار الراهبة للنشر و التوزيع ، 2099 ، عمان الاردن ، ص 59

² - لمياء حنفي ، مقدمة عن شركات السياحة و وكالات السفر ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الاسكندرية ، ط1 ، مصر ، 2011، ص175

لا يجب وضع لوحة خارجية عليها الاسم التجاري المرخص لو باللغة العربية والانجليزية، وتكتب بخط كبير واضح وتركيب بشكل مناسب.

لا يجب أن يتوفر في المكتب الحد الأدنى من الأجهزة وسائل الاتصالات الهاتف، الفاكس، الاتصال عن طريق الانترنت...الخ)

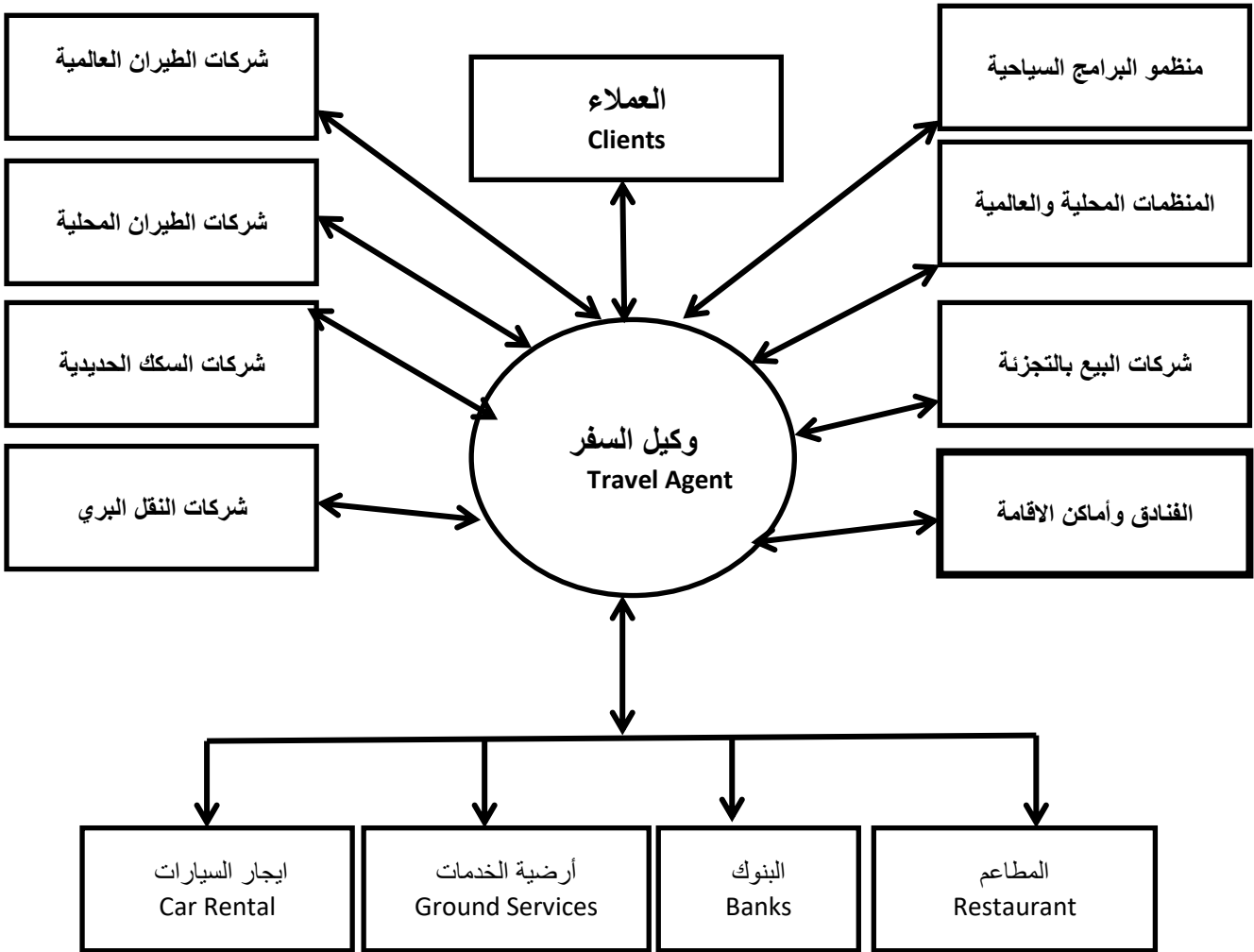
2-5- العلاقة الترابطية بين الوكالات السياحية والخدمات السياحية الاخرى

إن وكالة السياحة هي منشأة تجارية مملوكة لصاحبها أو لأصحابها، وتأخذ أحد الأشكال الثانوية المعروفة، وغالبا ما تأخذ شكل الشركة ذات المسؤولية المحدودة والعاملون موظفون أهليون يتقاضون مرتباتهم من صاحبها، وينظم العلاقة بينهم قانون العمل الفردي، ويعد المكان الذي يستطيع السائح الحصول على المعلومات والمشورة ذات الخبرة وعمل الترتيبات للسفر عن طريق البر والبحر والجو، وتقوم بتقديم كافة الخدمات السياحية من خدمة نقل وخدمة الإقامة والإيواء وخدمات أخرى مقابل أجر معلوم يأخذ من السائح كريح مرض.¹

ويمكن تمثيل هذه العلاقة وعلى ضوء ما تقدم، بالشكل رقم (1)

¹ - سمير خليل سمطو، ادارة وكالات السياحة والاسفار، دار الكتب والوثائق العراقية ، بغداد، سنة 2017، ص125-126

(الشكل رقم 01): علاقة وكيل السفر والخدمات السياحية الأخرى



المصدر: سعيد بطوطي، المرجع السابق، ص 59

2-6- دور وكالات السياحة والاسفار في القطاع السياحي

تبرز أهمية ودور الوكالات السياحية من خلال ما يلي¹:

- تقديم المعلومات والاستشارات الى العملاء عن الرحلات المناسبة واسعارها و الاماكن المناسبة لهم حسب رغباتهم.
- حجز وبيع تذاكر السفر الخاصة بوسائل النقل المختلفة برية و بحرية و جوية .
- تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية الجماعية والفردية في الداخل والخارج وعمل الترتيبات اللازمة لها وتزويد العملاء بالمطبوعات.
- عمل الترتيبات اللازمة نحو حجز الغرف بالفنادق واماكن الاقامة المختلفة .
- الالمام التام بكافة المعلومات الخاصة بجداول ومواعيد رحلات الطائرات والقطارات واسعار الخدمات المقدم بها تنظيم الاشتراك في الاحداث السياحية الخاصة والمهرجانات المختلفة.
- مساعدة العملاء في تجهيز المستندات الخاصة بالسفر واستخراج التأشيرات السياحية .
- تنظيم وتحديد اماكن الزيارة التي ينظمها البرنامج السياحي.
- اجراء كافة الترتيبات الخاصة برحلات المجموعات ذات الاهتمامات الخاصة .

¹ - سليم بطرس جلد ، ادارة مكاتب السياحة والسفر ، دار الخليج ، ط1، عمان ، الاردن، 2007، ص 33

خلاصة الفصل

تمثل الوكالات السياحية انعكاس للمنظومة السياحية سواء من حيث التنظيم أو الأهداف التي

تصبو إليها

حيث لها دورا هاما في تحريك النشاط السياحي و ما توفره من خدمات متعلقة بالسفر , و توفير كل الظروف المناسبة للسياح , كما تعد الوكالات السياحية العنصر الاساسي التي تقوم عليه الاستراتيجيات التي تساعد على النهوض بالقطاع السياحي, باعتبارها قادرة على انعاش القطاع السياحي سواء على الصعيد الخارجي او الداخلي¹.

¹ - سليم بطرس جلدة , المرجع السابق,ص41-42

الفصل الثالث: تنمية السياحة الداخلية بالجزائر

قائمة المحتويات:

تمهيد

أولاً- السياحة الداخلية بالجزائر

1-1-اهمية السياحة الداخلية

1-2- اهداف السياحة بالجزائر

1-3-انواع السياحة في الجزائر

1-4- التنظيم السياحي في الجزائر

1-5- نقاط القوة للسياحة في الجزائر

1-6- عوامل ضعف ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر

ثانيا: التنمية السياحية

2-1- العلاقة بين السياحة والتنمية

2-2- أهمية وفوائد التنمية السياحية

2-3- العوامل التي تساعد في التنمية السياحية

2-4-أهداف التنمية السياحية

2-5- استراتيجية التنمية السياحية بالجزائر

2-6- علاقة وكالات السياحة بالسياحة الداخلية

خلاصة الفصل

تمهيد

تعتبر السياحة الداخلية وسيلة فعالة في تحقيق التنمية السياحية وعنصر مهم في معالجة تراجع السياحة لذلك تبرز اهمية ان تتبنى وزارة السياحة بالتعاون مع المعنيين بالشأن السياحي تنفيذ برامج للترويج للسياحة الداخلية لمواجهة المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي ونظرا لتوفر الجزائر على العديد من المقومات السياحية (طبيعية بشرية مالية) فقد أظهرت السلطات نيتها و عزمها على النهوض بالقطاع وفي هذا الفصل تطرقنا اولاً الى السياحة الداخلية الجزائرية ثم الى التنمية السياحية.

أولاً- السياحة الداخلية بالجزائر

1-1- أهمية السياحة الداخلية:

تتجلى أهمية السياحة كنشاط اقتصادي من خلال الآتي:

مساهمتها الفعالة في الناتج المحلي الإجمالي و توفير العملات الأجنبية و زيادة مدخرات الحكومة و تحسين ميزان المدفوعات.

خفضها لمعدلات البطالة من توفير فرص للعمل و توليد الاستخدام على نحو مباشر أو غير مباشر .

ان السياحة توسع نطاق التعاملات التجارية مع باقي القطاعات الاقتصادية داخليا من جهة , وتنشيط الحركة التجارية مع مختلف الدول من جهة اخرى.

تسهم في تأمين الموارد المالية الضرورية لرعاية المواقع التاريخية و الدينية و الترفيهية و الابنية و المراكز التراثية كما تنمي الحرف والصناعات اليدوية التقليدية المرتبطة بالسياحة على نحو مباشر و المعروفة بأهميتها الاقتصادية و السياحية و الثقافية و التراثية¹

1-2- اهداف السياحة بالجزائر

تتجلى اهداف السياحة في ما يلي :

❖ زيادة الانفاق السياحي المحلي اي الإيرادات²

❖ زيادة حجم السياحة الداخلية .

¹- فارس كريم بريهي , تطوير السياحة , السياحة المستدامة في العراق , مجلة المثلى للعلوم التجارية و الاقتصادية , المجلة 1 , العدد 1 العراق 2011 ,ص(2017-2018)

²- الانترنت , استراتيجية نمو السياحة 2012-2020 , ص12 رابط الملف :

<https://www.tourism.gov.za>

- ❖ تعزيز مستوى الثقافة السياحية داخل الوطن .
- ❖ تغني عن السياحة خارج الوطن وتكون بمثابة فرصة بديلة للسياحة .
- ❖ تعزيز التدابير والجهود الرامية الى معالجة موسمية السياحة وايضا العدالة التركيز للمناطق السياحية (خلق التوازن في المناطق السياحية داخل الوطن).
- ❖ تنشيط الحركة الاقتصادية داخل الوطن و التفاعل بين جميع القطاعات الاقتصادية

1-3- أنواع السياحة في الجزائر

تتمثل انواع الساحة ف الجزائر في ما يلي

السياحة الساحلية: وهي اكثر انواع السياحة انتشارا في الجزائر وذلك بفضل الشريط الساحلي الممتد على

مساحة 1200م كلم , حيث اخترعت مناطق كبرى من اجل التوسع في هذا النوع من السياحة وهي

-غرب مدينة الجزائر : موريثي , نادي الصنوبر , سيدي فرج , زرالدة و تيبازة.

-في الغرب : الأندلسيات في وهران

-في الشرق : بجاية, عنابة, سرايدي, سكيكدة و القالة.

السياحة ذات الطابع العائلي : وهذا النوع يتميز بطابعه الاخلاقي كونها موجهة للعائلات و تسمع

بالاندماج مع السكان المحليين , كما انها تسمح بتطوير النشاطات الاقتصادية في المناطق المحدودة التي

تفتقر للمناطق السياحي.

السياحة الثقافية: تكاد تنعدم هذه السياحة في الجزائر و لا نجد اقبال كبير عليها من طرف السكان

المحليين , وتبقى حكرا على السياح الاجانب.

السياحة الصحية والمعدنية : تمتلك الجزائر امكانيات هامة من الحمامات المعدنية, والتي تسمح لها

باستقبال السياح المهتمين بهذه السياحة بهدف صحي او الاستجمام و الراحة , ولقد تم احصاء 2052

منبع للمياه المعدنية سنة 1986 , من بينها حمام ربي بسعيدة , حمام الشلالة بقالمة , حمام الصالحين

ببسكرة، حمام بوحنيفة بمعسكر، وهي مركبات سياحية مجهزة بمرافق صحية و مرافق ترفيهية.

السياحة الريفية: تعتبر هذه السياحة سلوك مؤلف لدى الجزائريين حيث تسمح لهم بالتجوال و الصيد و الزيارات الدينية الى غير ذلك، وهي مهمة كونها تسمح باستغلال الامكانيات المحلية كالصناعات التقليدية و النشاطات الفلكلورية و تغيير التحرك السكاني و التخفيف من العزلة.

السياحة الحضرية: هي سياحة نهاية الاسبوع، ترتبط بالسياحة الثقافية، كما انها تحتاج الى وسائل النقل و الاتصال و تستدعي انجاز منشآت فندقية، جهزت في الجزائر عدة مناطق حضرية بفنادق سياحية مثل: فندق الهضاب بسطيف، شيلية بباتنة، مرمورة بقالمة، سيرتا قسنطينة، الفندق الكبير بوهران، فندق زيري بالجزوات، الزيانين بتلمسان و عمراوة بتيزي وزو.

السياحة الشبابية: يمثل الشباب نسبة كبيرة من المجتمع الجزائري، مما يسمح بانتشار هذا النوع من السياحة و ازدياد الطلب على جولات الترفيه و النشاطات الثقافية و الرياضية، لذا يبدو من الضروري ايجاد الظروف المناسبة لتطويرها حتى لا تسمح بتدفق السياح الجزائريين نحو البلدان المجاورة.

السياحة الصحراوية:

تمثل السياحة الصحراوية خاصية متميزة تضاف الى التراث السياحي في الجزائر، فالمناطق الصحراوية تتمتع بمناظر جميلة واثار و نقوش صخرية، وهذا ما جعلها قطب سياحي حقيقي لجلب السياح الاجانب، كما انشأت في هذه المنطقة فنادق.

السياحة ذات طابع ديني: تتمثل في زيارة المناطق التي تتواجد بها الاضرحة المحلية المشهورة و التي

تعتبر محل اهتمام السياح الاجانب لمشاهدة الطقوس و التظاهرات التي تقام فيها من قبل مختلف

الطوائف التي اعتادت على زيارتها¹

¹ - سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2006/2005، ص 101، ص 102

1-4- التنظيم السياحي في الجزائر

يمثل الاطار التنظيمي مجموعة قواعد اعلام وتشاور مشتركة تطبق على العمليات العمومية والخاصة وكذا اعداد دليل للممارسات الجيدة , يذكر بالمبادئ القاعدية المتمثلة في طبيعة المتعاملين , نمط العمليات و مبادئ لعمل و كذا نظام المتابعة

ويخضع القطاع السياحي الجزائري في الوقت الراهن لوزارة السياحة والصناعات التقليدية , و الاطار القانوني الذي ينظم هذا القطاع ومختلف التشريعات السياحية كلها الموجودة في الجريدة الرسمية , ومن اهم محاوره الكبرى نذكر انه يسعى للمحافظة على الخصوصية السياحية لمناطق التوسع السياحي الجزائري ,المحافظة التامة على المؤهلات السياحية التي تتمتع بها الجزائر مع تطوير آليات التنمية السياحية و الترقية المستمرة للسياحة ¹.

يتكون القطاع السياحي الجزائري من العديد من المؤسسات السياحية نذكر من اهمها :

- ❖ الديوان الوطني للسياحة .
- ❖ الديوان الوطني الجزائري للسياحة.
- ❖ الديوان الوطني الجزائري.
- ❖ المؤسسات الوطنية للدراسات السياحية .
- ❖ المؤسسات السياحية.
- ❖ وكالات السفر .

ونشير الى ان الوكالات السياحية تعتبر من اهم المنشآت القاعدية التي تقوم بعملية

تنظيمية و استقطابية للسياح , حيث ان الوكيل السياحي يعتبر خبيرا في تخطيط وتنظيم وبيع الرحلات

السياحية من حجز تذاكر السفر في الطائرات و البواخر و القطارات و الغرف في الفنادق ومشاهدة

¹ - السياحة في الجزائر, وزارة السياحة الجزائرية , www.mta.gov.dz, تاريخ الاطلاع : 2022/04/20 , توقيت الاطلاع : Am10:00

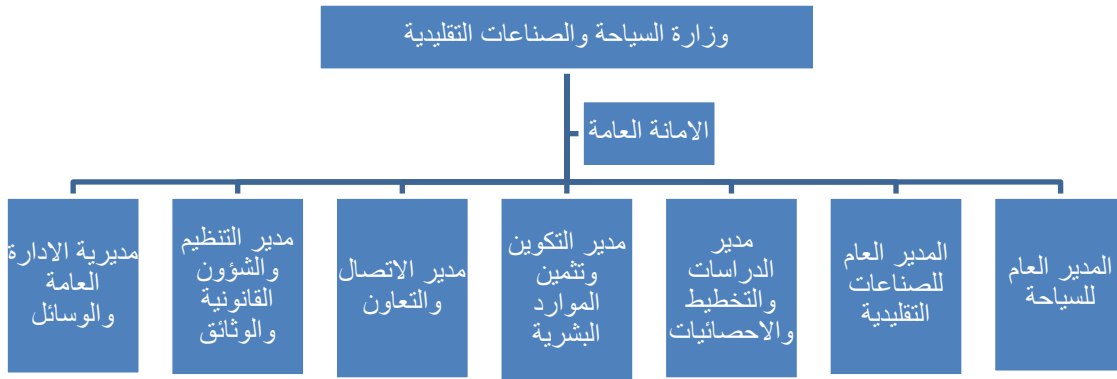
المعالم السياحية في البلاد , حيث اصبح لوكلاء السياحة دورا هاما في التنمية نظرا لما يقدمونه من تسهيلات للمجموعات السياحية و قيامهم بعمليات التسويق و اكتشاف اسواق جديدة عن طريق الاعلانات والانضمام الى الجمعيات و النوادي المختلفة و طبع الكتيبات و النشرات السياحية التي تساعد على خلق الطلب على خدماتهم.¹

حيث يقدر عددها الاجمالي على مستوى التراب الجزائري حوالي 638 وكالة سياحية في السنة 2004 , كما يوضح الملحق رقم (2) , حيث نلاحظ تزايد عدد الوكالات السياحية في الجزائر سنويا , و لكن بمعدلات متناقصة .

مما يعني عدم الاهتمام بهذا النوع من الهياكل القاعدية السياحية الهامة , كما ان توزيعها غير منتظم عبر كافة التراب الوطني , حيث توزع في الجزائر عبر 48 ولاية بطريقة متفاوتة , تحتل العاصمة الصدارة ب 345 وكالة أي بنسبة 26 %²

أما الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية فهو كالتالي:

الشكل رقم(2):الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة والصناعات التقليدية



المصدر: تشريعات وقوانين, تشريعات وقوانين السياحة, الموقع الالكتروني, www.meta.gov.dz

, تاريخ الاطلاع 2022/04/13, توقيت الاطلاع 20:02 مساء

¹ - احمد فوزي ملوخية , اقتصاديات الفنادق , مركز الاسكندرية للكتاب , الاسكندرية , مصر , 2009 , ص 214 .

² - السياحة في الجزائر , موقع السياحة الجزائري , www.lgeriantourism , تاريخ الاطلاع : 2022/04/20, توقيت الاطلاع : 10:50

1-5- نقاط القوة للسياحة في الجزائر

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

أولاً: الجوانب الطبيعية في السياحة الجزائرية

تتمثل هذه الجوانب في:

- ❖ تتوفر بالجزائر إمكانات طبيعية واعدة كالموقع الجغرافي المتميز والذي ينطوي على إمكانية تنوع سياحتها، بالإضافة إلى أهمية الصحراء الجزائرية من حيث المساحة، إذ أنها تعتبر قارة لوحدها.
- ❖ القرب من عدة دول أوروبية، إفريقية، عربية وغربية مما يعني إمكانية تنوع زبائنها.
- ❖ المناخ المتنوع مما يعني تنوع المتاحات السياحية وديمومتها على مدار السنة .
- ❖ وجود أقطاب سياحية هامة تسعى لتثمين السياحة الجزائرية سواء في الساحل، الداخل أو في الجنوب يمكن دعمها لتكون أقطاب عالمية.
- ❖ أولوية السياحة الساحلية على بقية الأنواع السياحية الأخرى، مما قد يفتح آفاقا كبيرا للاستثمار من أجل إنعاش السياحة الداخلية، وتشجيع الطلب السياحي الداخلي على مختلف الشواطئ الجزائرية.
- ❖ وجود بعض المحميات الدولية التي قد تصبح مزارات دولية، والتي تحتوي بعض حيوانات نادرة كذلك.

ثانياً: الجوانب الاجتماعية والثقافية في السياحة الجزائرية

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

ثالثا: الجوانب الهيكلية في السياحة الجزائرية:

- ❖ تتمثل هذه الجوانب في:
- ❖ هناك مكتسبات في النقل السياحي تمس عدة مواقع هامة يمكن إثرائها سواء على صعيد شبكة الطرقات، أو شبكة السكة الحديدية أو المطارات.
- ❖ وفرة الفنادق ذات ثلاث نجوم التي يمكن تأهيلها لإستقبال السياح على اختلاف أنواعهم، وتحسين مستوى الخدمات فيها.
- ❖ وجود عدد معتبر من الوكالات السياحية التي تتكفل بالرحلات السياحية لمختلف المناطق السياحية، والتي تطبق عليها معايير الجودة.
- ❖ توفير بعض الملاعب، والمعارض والتي قد تحفز بعض التظاهرات والأحداث سواء كانت ذات طابع ثقافي أو رياضي أو غير ذلك.
- ❖ انتشار شركات تأجير السيارات عبر ربوع القطر الجزائري.
- ❖ هناك بعض الامتيازات والقوانين التي تحفز العمل والمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي.

1-6- عوامل ضعف ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر

ذكرنا سابقا نقاط القوة لدى القطاع السياحي في الجزائر لذا لا بد لنا ايضا ان نتعرض لنقط ضعفها

المتتمثلة في ما يلي :¹

- ❖ عدم الاهتمام الحكومي بالسياسات السياحية
- ❖ عدم استغلال الامكانيات الموجودة و المقدرات السياحية .
- ❖ ضعف القطاع المصرفي (قابلية تحويل العملات)
- ❖ الخدمات السياحية باهظة التكلفة حيث ان تكلفة يوم واحد في مدينة وهران تعادل تكلفة اسبوع في تونس في فندق ثلاث او اربع نجوم .
- ❖ ضعف دور القطاع الخاص و دوره المحدد في السياحة .
- ❖ ان الجزائر احتلت سنة 2013 المرتبة الرابعة في الوجهات السياحية الافريقية بعد كل من المغرب وتونس وجنوب افريقيا ، و ذلك حسب تقارير المنظمة العالمية للسياحة ان الجزائر لم تتأثر بالانخفاض المسجل في تدفق السياح بسبب الازمة الاقتصادية العالمية وسجلت بذلك ازيد من مليوني سائح سنة 2010 وسجلت 7.2 مليون سائح سنة 2012 من بينهم 7.1 مليون جزائري مقيم في الخارج وارجعت المعطيات المقدمة من طرف الديوان الوطني للسياحة دوافع الاقامة السياحية في الجزائر بالدرجة الاولى الى الترفيه.

2-لحسن عبد القادر , استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي 2025 , مجلة اداء

المؤسسات الجزائرية 2012 , العدد 02

ثانيا: التنمية السياحية

2-1- العلاقة بين السياحة والتنمية

أصبحت قضية التنمية من أهم القضايا التي تثير الاهتمام في عصرنا الحالي باعتبارها

السبيل الوحيد لمواجهة تحديات العصر تكنولوجيا واجتماعيا، والتنمية هي الطريق الطبيعي للمستقبل،

ولكن هناك مفهوم التنمية الي عهد قريب مفهوما اقتصاديا خالصا، لكن ثبت مع حركة التطور أن التنمية

البشرية ينبغي أن تسبق كل حلقات التنمية الأخرى، حتى يمكن أن تؤتي ثمارها، لأن الإنسان هو الهدف

الأخير لعملية التنمية بكل حلقاتها، وهو المحرك الأول والمتابع المستمر لها في الوقت نفسه، وقد تفرعت

شجرة التنمية مع التطور المستمر إلى فروع كثيرة منها التنمية البشرية، التنمية التعليمية، التنمية الثقافية،

التنمية الاجتماعية، التنمية الاقتصادية، التنمية السياحية، التنمية الصناعية، التنمية الزراعية، التنمية

السياسية.

وتمثل التنمية تطور وتغيرا ماديا مواجهها ديناميكيا، وهذا هو أساس التطور السياحي، إلا أنه

في البداية سيطر على معظم كتاب التنمية تجاهل واضح في دراسة القطاعات الخدمية، وركزت التنمية

على الانتقال من المجتمع الزراعي إلي الصناعي، وبالرغم من التجاهل الواضح للأنشطة الخدمية، إلا أنه

ظهرت بعض المناقشات حول الربط بين السياحة ونظريات التنمية الاقتصادية، ولكنها كانت لاتزال في

إطار محدود للغاية.

ولقد قدم Douglas Pearce اول محاولة للربط بين السياحة و التنمية حيث أشار إلى

طبيعة الدول النامية والنمو الاقتصادي، وأنواع المساعدة التي تحتاجها تلك الدول، والدور الذي يمكن

للسياحة أن تلعبه لتدعيم أوضاع تلك الدول. و لكن آثار التساؤل حول كيفية تنمية السياحة كقطاع خدمي

ترفيهي في مجتمع لا يمتلك الاحتياجات الرئيسية للحياة، إلا أنه عاد ووازن بين أهمية السياحة كصناعة

اقتصادية، وأوضح أن السياحة يمكن أن تعالج مشاكل الدول النامية في توفير الاحتياجات الضرورية.

وفي بداية السبعينات أوضح Kasse (1973): ضرورة التنمية السياحية في الدول

النامية، لقدرة القطاع السياحي علي النمو والتطور بإمكانيات وتكلفة محدودة بالمقارنة بالقطاعات الأخرى، إلا أنه آثار موضوع التكاليف الناجمة عن التنمية السياحية، وقام بعمل دائرة موسعة للانتقادات الموجهة للتنمية السياحية¹

2-2- أهمية و فوائد التنمية السياحية:

ويمكن تعريف التنمية السياحية بأنها: عمليات تهدف الي تطوير المجتمعات المحلية السياحية وتحقيق الاندماج مع المجتمع الكبير، والمساهمة من اخلال مناشط السياحة المختلفة في التقدم الاقتصادي والاجتماعي بأقصى قدر مستطاع. وينظر الي التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية، وهو ما يجسد اعتماد التنمية الاقتصادية على النشاط السياحي بدرجات متفاوتة في زيادة الدخل القومي ومتوسط نصيب الفرد منه ، والدخل الحقيقية من خلال دفع المتغيرات السياحية للنمو بأسرع من معدل النمو الطبيعي ، أي ان التنمية السياحية تعتبر وفق هذا الوصف النمو اراديا مدفوعا، وهناك مؤشرات يمكن استخدامها لقياس النمو في النشاط السياحي من اهمها : زيادة عدد السائحين ، والليالي السياحية ، والانفاق السياحي ، الايرادات السياحية .

والتنمية السياحية تقوم بتحقيق جانب هام من الجوانب التنمية الاقتصادية وهو التنمية الاقليمية وذلك بخلق مناطق ومجتمعات عمرانية وسياحية جديدة تساهم في خلق فرص عمل للمواطنين وتسمح بالاستيطان الدائم لهم ومن هنا تظهر أهمية التنمية السياحية وفوائدها :

نستنتج من هذا التعريف وتعريفات سابقة ان التنمية السياحية تعتمد على مجموعة من الركائز

أهمها:

أ-الاختيار الامثل للمكان

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعي، نفس المرجع السابق، ص14-15

ويتحقق ذلك بالدراسة الجيدة للأماكن المختلفة واختيار الأنسب منها .

ب- المحافظة على عناصر الجذب الطبيعية

ترتكز التنمية السياحية السليمة على ضرورة المحافظة على المقومات الطبيعية الموجودة في مناطق التنمية حتى تستمر كمصدر هام من مصادر الجذب السياحي.

ج- تحقيق مصلحة المجتمع

التنمية السياحية يجب أن يتحقق من وراءها مصلحة ومنفعة المين الكلى بصفة عامة والمحلي بصفة خاصة وذلك من خلال الوصول إلى بعد الغايات أهمها:

- تحقيق النمو الحضاري والتوازن الاجتماعي والاقتصادي في المناطق التي تقام بها المشروعات

السياحية المختلفة مما ينعكس على أفراد المجتمع انعكاسه إيجابية ملحوظة.

- التطوير الصناعي في الأنشطة المرتبطة بالتنمية السياحي كصناعات

الأغذية والأثاث والنسيج وأجهزة التكييف الى غير ذلك من الصناعات .

- زيادة الدخل القومي ونصيب الفرد من خلال دفع المتغيرات السياحية للنمو.¹

فوائد التنمية السياحية

يفيد تحقيق التنمية السياحية في الآتي :

❖ تشغيل كثير من العمالة في المشروعات السياحية و إيجاد الأسواق الاستهلاكية، وتحقيق الفائدة

الاقتصادية و الاجتماعية.

❖ سرعة تحقيق عائد المشروعات واسترداد الأموال التي أنفقت ودفع عجلة التنمية

❖ تحسين الخدمات وتنمية البنية التحتية.

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعى, نفس المرجع السابق , ص15-17

❖ تحريك الصناعات الأخرى، حيث تعتبر مصدر هام للدخل القومي، ومصدر هام للعملات الأجنبية.

❖ الارتقاء بمستوى الدخل الفردي

❖ القضاء على البطالة من خلال توفير فرص عمل في مجال القطاع السياحي .

لذا فالتنمية السياحية تهتم بأبعاد اقتصادية واجتماعية وبيئية وثقافية وإدارية تمثل شروطا لنجاحها، وتلك الأبعاد تجعل التنمية تتصف بصفات أساسية من أهمها:

التوازن والتواصل، فالتنمية السياحية المتوازنة تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة مخططة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للدولة ككل، وتشير التنمية السياحية المتوازنة إلى ضرورة تحقيق التوازن علي عدة مستويات أهمها:

❖ التوازن بين التنمية السياحية و غيرها من مجالات التنمية الأخرى - اجتماعية، اقتصادية، بيئية، ثقافية، في الدولة.

❖ التوازن بين قرار نوعية التنمية المختارة والمتفقة مع الأهداف القومية والإقليمية والمحلية سواء من الوجهة الاقتصادية أو الاجتماعية أو الحضارية أو البيئية.

أما التنمية السياحية المتوازنة هي : استخدام الموارد الطبيعية والبشرية لمساندة الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية وتدعيمها، بدون أثر سلبي على البيئة لتمكن البيئة - اقتصادية واجتماعية وطبيعية - من الاستمرار في انتاج الخدمات في المستقبل بنفس مستوى الجودة فالتنمية السياحية المتوازنة او المستدامة هي التي تسعى لتحقيق احتياجات الأجيال الحالية في استخدام الموارد اللازمة لعملياتهم الإنتاجية دون التجني علي حق الأجيال المستقبلية في استخدام نفس الموارد، أي أن الأجيال الحالية لا بد أن تترك الموارد بنفس مستوى الجودة والعطاء وتسليمها للأجيال القادمة. لذا فالتواصل يعطي مجالات متعددة تمثل أبعادا رئيسية للسياحة والتي منها:

1- التواصل الاقتصادي: أي التنمية المحققة للأهداف المرسومة مع الحفاظ على الموارد المادية والبشرية واستمرار فعاليتها.

2- التواصل الاجتماعي: أي تدعيم للقيم والكيان الاجتماعي بحيث يجعل الأجيال القادمة ذات هوية وشخصية قومية واضحة.

3- التواصل الثقافي: أي زيادة قدرة المجتمع على التحكم في حياته وقيمه وثقافته وتدعيم الشخصية القومية.

4- التواصل الأيكولوجي: أي المحافظة على البيئة الطبيعية بكافة مواردها العمل بنفس الكفاءة وتحقيق التنمية للأجيال المستقبلية.¹

2-3- العوامل التي تساعد في التنمية السياحية

من أهم هذه العوامل ما يلي:

1- عوامل اقتصادية: وهي من أهم العوامل المؤثرة على التنمية السياحية، وتتمثل في تدعيم اقتصاد

مصر عن طريق العمالة، والنقد الأجنبي، والدخل وتحفيزها لتنمية القطاعات الأخرى في الدولة.

2- عوامل اجتماعية: حيث تعمل السياحة علي تشجيع التبادل الحضاري والثقافي بين السائح والمقيم،

والتقارب بين الأفكار والاتجاهات، م ع توفير الراحة والاستجمام، وتدعيم المحافظة علي التراث، وتقوية

الشخصية القومية والعادات والتقاليد، ومدى توافق تلك العادات والتقاليد مع السواح، فضلا عن المنتدي

الحضاري للمجتمع، إذ كلما كان ذلك المستوى مرتفعة، كان من ضمن العوامل المؤدية إلى جنب أعداد

كبيرة من السائحين.

3- عوامل تنموية: حيث تعمل التنمية السياحية على تدعيم البنية الأساسية اومستوى التسهيلات

والخدمات، وتنمية مناطق نائية بعيد عن العمران

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعي، نفس المرجع السابق، ص 17

مثل البحر الأحمر والوادي الجديد و سيناء .

4- عوامل بيئية: حيث تساعد السياحة على بيان أهمية البيئة الطبيعية، وكيفية الحفاظ على البيئة

والحفاظ على الإطار الأيكولوجي للدولة

5- عوامل طبيعية: كالموقع الجغرافي، والتضاريس، والمناخ، ومناظر طبيعية من غابات ومرتفعات

وأنهار، ومنشآت حضرية، فهي قوي جذب للسائحين.

6- عوامل تاريخية: وهي التي تميز دولة عن أخرى، وتشتمل تلك العوامل ذلك التراث الإنساني الخالد

والذي يعتبر معلما من المعالم السياحية، وخير شاهد على ذلك الآثار الفرعونية التي لا تزال من الأسرار

المتعلقة، والآثار المسيحية، والآثار الإسلامية.

7- عوامل صحية: تتعلق بالصحة والاستشفاء من الأمراض المختلفة أو الأغراض النقاهة، الراحة

النفسية، أو التمتع بالجو الجميل، والهواء النقي، أو الابتعاد عن الأجواء الباردة، والثلوج.

8- عوامل إدارية: ترتبط مباشرة مدى وجود الإجراءات المرنة السهلة من علمه عند التعامل مع السائح

سواء عند القدوم أو المغادرة.

9- الإعلام السياحي: ويقصد به الأساليب المختلفة للدعاية و الإعلان، و الترويج السليم للسياحة،

ومقوماتها، وتوخي الصدق والدقة في نقل المعلومات، ويعتمد نجاح الإعلام السياحي دراسة الأسواق

العالمية المصدرة للسائحين، والمستوردة لهم، ومعرفة إمكانيات تلك الأسواق ومعرفة العادات و التقاليد،

وتحديد الوسائل الإعلامية الملائمة لبلوغ أهداف الدعاية وهذه العوامل داخل ولازم، مع صعوبة فصل أي

من هذه العوامل عن باقي العوامل الأخرى، وهذه تتضافر فيما بينها لتؤثر على التنمية السياحية بأشكال

مختلفة وهذه العوامل مثل الأساس في تكوين إطار عام لأهداف التنمية السياحية، حيث تمثل السياحة

أحد المدعمات للتنمية الشاملة في الدولة، عن طريق التزام التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف

القطاعات الإنتاجية والخدمية، للوصول للهدف النهائي ألا وهو إحرار التقدم في أسلوب الحياة. والعمل على تحقيق التنمية السياحية هو هدف في حد ذاته، وفي ذات الوقت هو مرحلة من المراحل لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة¹.

2-4- أهداف التنمية السياحية

تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف في حد ذاته، وفي الوقت ذاته هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة. فكأن الأهداف حلقات متعاقبة في سلسلة متصلة، يؤدي تحقيق إحداها إلي هدف آخر يعتبر الهدف الأول مقدما له أو وسيلة لتحقيقه.

أ- من الناحية السياحية إلى ما يلي:

- ❖ زيادة العائدات الاقتصادية.
- ❖ تحسين وضع ميزان المدفوعات.
- ❖ تحقيق التنمية الإقليمية والمحلية بما يحقق توفر و ايجاد فرص جديدة في المناطق الريفية.
- ❖ توفير خدمات البنية التحتية .
- ❖ زيادة مستويات الدخل للأفراد و المجتمع.
- ❖ زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.
- ❖ خلق فرص عمل جديدة
- ❖ تنشيط الصناعات التي تعتمد على التنمية السياحية.

ب - من الناحية الاجتماعية

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعى ,نفس المرجع السابق , ص21

- ❖ زيادة المعارف والتعرف على عادات وثقافات الآخرين، وتقادي النشاطات التي تؤدي الي تدهور القيم الحضارية والاجتماعية.
- ❖ توفير تسهيلات ترفيهية للسكان المحليين.
- ❖ حماية الرغبات الاجتماعية للأفراد و الجماعات.
- ❖ 4. توسيع الآفاق والمدارك للأفراد.

ج - من الناحية البيئية:

- ❖ المحافظة على جمال البيئة، ومنع تدهورها.
- ❖ الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية.
- ❖ الحفاظ على موارد التراث القومي وإحياء فن العمارة.
- ❖ وضع إجراءات حماية دائمة للبيئة وتطويرها كسبيل رئيسي من سبل التنمية المتواصلة.

د - من الناحية الثقافية والسياسية :

- ❖ التعرف على الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب و بعضها.
- ❖ تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية المنا
- ❖ زيادة التفهم لأوضاع الآخرين وظروفهم المعيشية و الحياتية.
- ❖ رفع مستوى الوعي الشعبي بالسياحة.
- ❖ تشجيع القطاع الخاص بشتى الحوافز لتوسيع دائرة اهتماماته بالتنمية
- ❖ السياحة المتوازنة و المتواصلة.
- ❖ إصدار التشريعات اللازمة لتنظيم السياحة ورفع مستوى خدماتها.

❖ وعلي الرغم من تنوع تلك الأهداف السياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية إلا أنها

يجب أن تتفق في مجموعة خصائص معينة وهي:¹

1. الواقعية Realistic بحيث لا يتم وضع أهداف للتنمية السياحية يصعب تحقيقها لعدم وجود

الإمكانات اللازمة للوصول إليها مثلاً، بل نضع أهداف واقعية تتناسب مع الطاقات والإمكانات المادية والبشرية.

2. الشمول Comperhensive أي تشمل كل ما يراد تحقيقه من نتائج.

3. المرونة Flexible بحيث يمكنها مواجهة التغيرات الطارئة بحيث إذا حدث طارئ أثناء تنفيذ

خطة التنمية السياحية يمكن التأقلم مع هذا الطارئ وتنفيذ حلول بديلة للخطة.

ولا بد كذلك من تحديد هل تهدف التنمية السياحية الي التركيز علي السياحة الداخلية أم سوف

تعتمد التنمية السياحية على المزج بين نوعي السياحة، فالتنمية السياحية يجب أن تهتم بالنوعين معاً، لأن

الهدف الأساسي للتنمية السياحية هو تحقيق التنمية الاقتصادية في الدولة وتحقيق الرخاء للمواطنين ،

وهذا بالطبع ينعكس بالإيجاب على تحقيق التنمية الاجتماعية للدول من خلال انشاء مدارس التعليم الفني

الفندقي التي تخدم البيئة المحيطة بها والتي تشمل مطاعم وفنادق وقاعات للمناسبات المختلفة.

2-5- استراتيجية التنمية السياحية بالجزائر

تتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:²

❖ بناء خطة لتوضيح توزيع انواع السياحة على المواقع السياحية المختلفة، والمناطق والاقاليم

السياحية الداخلية، شبكات النقل المختلفة الجوية والبرية والبحرية

¹ - طارق عبد الفتاح الشريعي، نفس المرجع السابق، ص 22-23

² - عبد السلام بلبالي، اسماء عمرون، د. حسين بن العارية، واقع السياحة الداخلية بالجزائر و متطلبات تحقيق التنمية السياحية المستدامة، (17)، عدد(3)، مجلد46، ص218.

- ❖ تحديد مراحل التنمية السياحية من خلال فترات زمنية متعاقبة
- ❖ تحديد أنماط وبرامج الرحلات السياحية بما فيها طرق وخطوط النقل والمواصلات والحلقات السياحية
- ❖ تحديد الآثار الاقتصادية للسياحة واسهامها في الناتج المحلي الاجمالي والصافي والايادات السياحية والعملات الصعبة, والتأثيرات المضاعفة وفرص العمل المتاحة , والعوائد المتحققة لخزينة الدولة من الضرائب والجمارك والرسوم المختلفة'
- ❖ تحليل وبناء توقعات للانفاقات التي يقوم بها السياح بأشكالها وأنواعها
- ❖ تحديد اهداف ومواصفات واستراتيجيات التسويق والترويج
- ❖ تحديد برامج محددة للتسويق السياحي مع تقديرات التكاليف المترتبة عن تنفيذها وتحديد مصادر التحويل اللازم لذلك
- ❖ وضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر , وتوجيهاتها الاستراتيجية للتهيئة السياحية في اطار من التنمية المستدامة.

2-6- علاقة وكالات السياحة بالسياحة الداخلية

إن للوكالات السياحة أهمية بالغة في السياسة السياحية لأي بلد، حيث أن نسبة كبيرة من السياح الأجانب يعتمدون في تنقلاتهم على خدماتها، فهي بذلك تكون في المقام الأول والعامل الملائم لزيادة معدل السفر من اجل السياحة الداخلية والخارجية، كما تمثل صلة الربط بين السائح والمنتج السياحي وبقية المرافق والمؤسسات السياحية، فهي من جهة توجد لغاية توفير المعلومات ومساعدة السياح ومن جهة ثانية تعمل على ترويج الأماكن السياحية وتسعى إلى إيجاد ظروف ملائمة لإشباع الطلب والعرض في النشاطات السياحية. وتبرز العلاقة التكاملية من خلال الدور الذي تلعبه الوكالات السياحية في

الترويج للسياحة الداخلية، والحث على تفعيلها ونشر ثقافتها ، وذلك من خلال جملة من النشاطات أهمها ما يلي :

- القيام برحلات سياحية إلى مختلف أرجاء الوطن بمختلف أنواعها (صحراوية، ترفيهية، رياضية علاجية.. الخ) وفي مختلف المواسم و المناسبات.

-المبادرة بالتحفيز والتوعية والاشهار للمواطنين من اجل القيام بالسياحة الداخلية بدل الخارجية

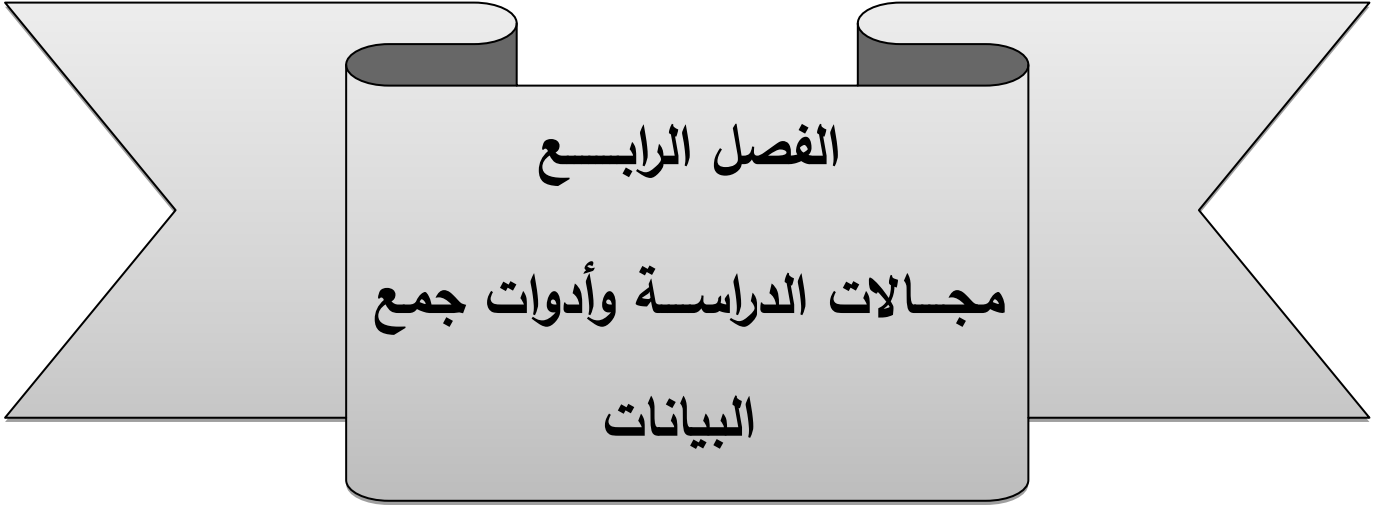
مثل تقديم التخفيضات والاسعار مناسبة, جوائز ومسابقات ...الخ¹

¹ - خالد بن عبد الرحمان آل دغيم , الاعلام السياحي والتنمية السياحية الوطنية , دار اسامة نيلاء الناشرين , 2014, ص 123

خلاصة الفصل:

ان تشجيع السياحة الداخلية و تطوير التنمية السياحية تهدف الى خلق تحولات هيكلية في المنتجات و الوسائل السياحية المتواجدة في اي مكان, وهذا يحدث عند الاستخدام الامثل للموارد المتوفرة والمتواجدة بها, وهذا يشمل كل من الموارد الاجتماعية والطبيعية الخ, ولا بد من الاستفادة منها بشكل عام

الجانب التطبيقي



قائمة المحتويات

1/المجال المكاني

2/المجال الزمني

3/المجال البشري

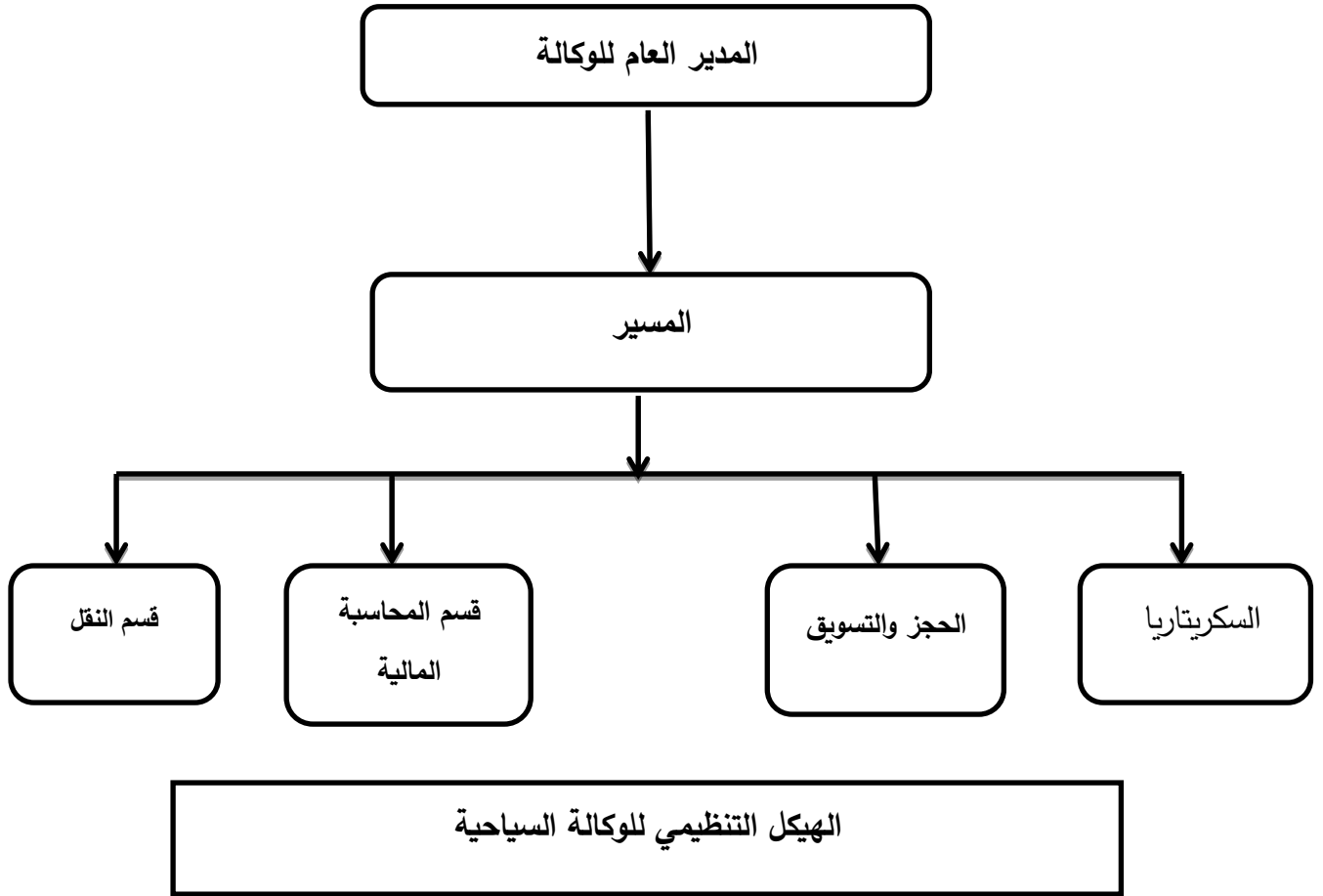
4/منهج البحث

5/ادوات جمع البيانات

1/المجال المكاني

التعريف بوكالة السياحة والاسفار لولاية تبسة :

هو النطاق الذي اجرينا به دراستنا حيث قمنا بتطبيق ادوات جمع البيانات, حيث تتواجد اجمالا 50 وكالة سياحية بولاية تبسة حسب ما ورد الينا من معلومات, هذا يشمل بعض الوكالات التي لم ترد بها اي ملاحظات و منها من لا تعمل, لذا قمنا بتغطية الوكالات الاكثر نشاطا حسب ما توصلنا اليه عبر مديرية السياحة و الاسفار و التي ساعدتنا كثيرا و قدمت لنا تسهيلات .



الشكل ادناه يوضح الهيكل التنظيمي للوكالة السياحية من طرف مديرية السياحة و الاسفار.

2/المجال الزمني

استغرقت دراستنا التابعة للوكالات التابعة لمديرية السياحة الاسفار مدة شهرين و 14 يوما بالتحديد من 25 مارس الى غاية 29 ماي و التي قسمناها الى مرحلتين :

المرحلة الاولى:

حيث خصصنا الفترة الممتدة بين 25 مارس الى غاية 20 افريل بتوزيع الاستمارات على الوكالات السياحية و بالتحديد الى اصحاب الوكالات , بالإضافة الى اجراء مقابلات حرة معهم .

المرحلة الثانية:

حيث خصصناها لكتابة المعلومات التي جمعناها وقمنا بتدوينها ثم مراجعتها.

3/المجال البشري:

اعتمدنا في دراستنا على اسلوب العينة القصدية حيث اننا قصدنا افراد معينين المتمثلين في مدراء الوكالات السياحية والاسفار لولاية تبسة, كما ان مجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في 50 وكالة سياحية .

خصائص مجتمع البحث:

الجدول رقم(01): توزيع الجنس لمجتمع البحث

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
مذكر	42	%84
مؤنث	08	%16
المجموع	50	%100

من خلال الجدول الثاني الذي يمثل توزيع الجنس لمجتمع البحث, نجد ان نسبة الذكور اكثر من نسبة الاناث اذ ان نسبة الذكور تمثل 84% و هذه نسبة عالية جدا مقارنة بنسبة الاناث المتمثلة في 16% فقط من العينة, يعود هذا التباين الى ان عمل الوكالات يتطلب جهد وحركية كالسفر وخاصة العمل الليلي الى غير ذلك وهذا الاخير لا يلائم كثيرا عمل المرأة الجزائرية .

الجدول رقم (02) : يوضح الفئة العمرية

النسبة	التكرار	الاحتمالات
76%	38	بين 25-35 سنة
24%	12	اكثر من 35 سنة
100%	50	المجموع

الجدول رقم 04 يوضح لنا فئة اعمار مجتمع البحث اذ ان الفئة المتصدرة لهذه الوكالات هم الاعمار المتراوحة بين (25سنة-35 سنة) اي بنسبة 76% و قدر عددهم ب38 فردا تليها الفئة العمرية الاكثر من 35 سنة بنسبة 24% و قدر عددهم ب 12 فردا.

من خلال نتائج الجدول نلاحظ ان الوكالات تعتمد في الاغلب على فئة الشباب ذلك راجع الى انهم الفئة الاكثر نشاطا وخبرة تليها الفئة التي تفوق 35 سنة بنسبة قليلة و هذا قد يعود الى الجهد المطلوب للوكالات والذي يعد كثيرا على اصحاب الاعمار الكبيرة.

الجدول رقم (03): يوضح المؤهل الدراسي

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
20%	10	جامعي فقط
80%	40	جامعي + مؤهلات اخرى
100%	50	المجموع

الشكل رقم 05 يمثل المستوى الدراسي لأصحاب الوكالات اذ ان اغلب النسبة هنا لأصحاب الجامعات بالإضافة الى مؤهلات اخرى حيث تمثل % 80 تليها نسبة تقدر ب20% ممن يملكون مستوى جامعي فقط.

من خلال التعليق على الجدول السابق فان ارتفاع نسبة المستوى الجامعي بالإضافة الى مؤهلات اخرى يعود الى ان هذا المجال يستدعي زيادة الخبرات في عدة مجالات كاللغات و دورات تكوينية في مجال السياحة, مع العلم ان ولاية تبسة منطقة حدودية اذ ان اغلب اصحاب الوكالات توجهوا الى تونس لزيادة الخبرات و تكوينات كونها دولة ناجحة في مجال السياحة ومهتمة بهذا المجال, اما الفئة الذين لديهم مستوى جامعي فقط نسبة منخفضة جدا فكما ذكرنا سابقا ان ها المجال يتطلب المزيد من الخبرات و هذا لا يمنع وجود اصحاب وكالات بمستوى جامعي فقط قد تكون في الاختصاص عادة.

الجدول رقم (04) : يمثل الاقدمية في العمل

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
26%	13	اقل من 05 سنوات
74%	37	من 05 الى 10 سنوات
100%	50	المجموع

يوضح الشكل رقم 06 الاقدمية في العمل اذ ان قدم نسبة عمل لأصحاب الوكالات تمثل 74% الذين لهم سنوات عمل بين 05 الى 10 سنوات تليها 26% للوكالات الاقل من 05 سنوات . من خلال تحليل نتائج الجدول نلاحظ ان الوكالات السياحية شبه حديثة فنجد ان اكثر نسبة متمثلة في 74% أي الوكالات التي لها من 5 الى 10 سنوات عمل وهذا يعود الى ان التوجه الى هذا المجال زاد في تلك الآونة اما الوكالات التي لها اقل من 05 سنوات نسبة متوسطة هذا يعود الى ان السنوات الخمس الاخيرة اصبحت هناك عوامل خارجية اهمها كوفيد-19 التي ادت لغلق و توقف بعض الوكالات الناشئة ومنها لم يعمل.

الجدول رقم (05): يمثل اللغات المتحدث بها

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
04%	02	عربية فقط
76%	38	عربية و فرنسية
20%	10	عربية و فرنسية و انجليزية
100%	50	المجموع

يمثل الشكل رقم 08 اللغات المتحدث بها داخل السياحية' اذ نلاحظ ان اكبر نسبة حازت عليها اللغة العربية والفرنسية معا اذ تمثل 76% تليها نسبة 20% للوكالات المتحدثة بثلاث لغات المتمثلة في اللغة العربية بالإضافة للإنجليزية والفرنسية معا و اقل نسبة لدى الوكالات المتحدثة باللغة العربية فقط و المتمثلة في 04% فقط.

نستنتج من التعليق على هذا الجدول ان الفئة الغالبة هي الفئة المتحدثة باللغة العربية والفرنسية وهذا راجع ان المجتمع الجزائري يستخدم اللغة الفرنسية كلغة ثانية ومنهم من يتحدث بها اغلب الوقت ولهذا الوكالات تركز على ان تتقن اللغة الفرنسية اكثر من اللغة الانجليزية رغم انها لغة عالمية لكن بالنسبة للسياحة الداخلية في الجزائر فالفرنسية لا زالت اللغة الثانية و اقل نسبة هي نسبة المتحدثين باللغة العربية فقط وهذا راجع الى ان العمل داخل وكالة يستدعي التمكن من اللغات للتعامل مع السياح .

4/منهج البحث

أي بحث علمي يحتاج الى منهج معين يسير عليه بغية الوصول الى نتائج و حقائق معينة, كما ان نوعية البحث هي التي تحدد نوع المنهج الواجب اتباعه واستخدامه.

حيث تدرج دراستنا ضمن الدراسات التحليلية , كما ان معظم دراسات علم الاجتماع تعتمد على المنهج الوصفي.

يمكن تعريف المنهج الوصفي على انه الطريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات على المشكلة وتصنيفها و تحليلها و اخضاعها للدراسة الدقيقة في حين المنهج التحليلي يعتمد على كلا الكمي و الكيفي معا

فاتباعنا لهذا المنهج فرضه علينا طبيعة الموضوع, كما قمنا بدراسات ميدانية اعتمدنا فيها على جمع البيانات من خلال الاستبيان الذي قمنا بتوزيعه على اصحاب الوكالات فهم يمثلون عينة البحث الخاصة بنا بالإضافة الى المقابلات الحرة التي افادتنا كثيرا و اضافت معلومات قيمة في موضوع دراستنا. إضافة الى استعانتنا بالمكتبة الجامعية و الالكترونية لتغطية الجانب النظري.

5/ادوات جمع البيانات

الاستمارة:

هي اكثر الادوات استخداما من طرف الطلبة خاصة طلبة العلوم الانسانية والاجتماعية, ويعرف على انه مجموعة من الاسئلة التي تدور حول موضوع يعالج مشكلة ما حيث يقدم هذا الاخير الى عينة من الافراد للحصول على اجابات دقيقة منهم. كما انها تمثل قائمة تضم مجموعة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع في اطار الخطة الموضوعية. تم استخدام الاستمارة وفق موضوع البحث وتماشيا مع فرضياته مع مراعات الجانبين المنطقي و المنهجي للأسئلة بأسلوب واضح و دقيق.

تحتوي استمارة البحث الخاص بنا على 33 سؤال مقسم الى 3 محاور معبرة عن الفرضيات الخاصة بالمذكرة والتي نحن بصدد انجازها.

حيث قمنا بتوزيع الاستمارة على 50 وكالة منهم من اجاب على الاستبيان بالإضافة الى اجراء مقابلات معهم ومنهم من قمنا بإرسال الاستبيان عبر البريد الالكتروني نظرا الى تعذر الذهاب الى جميع الوكالات

المقابلة :

تمثل المقابل في البحث العلمي اللقاء المباشر الذي يجري بين الباحث و المبحوث واحدا او اكثر تكون على شكل مناقشة لموضوع معين بهدف الحصول على معلومات صحيحة حيث ان المقابلة تسمح للباحث بالتمييز بين الاقوال الصادقة وغيرها من خلال الملاحظة ولغة الجسد

هذا ما دفعنا الى اجراء المقابلات الحرة الغير مقننة, حيث قصدنا مدراء الوكالات لولاية تبسة على مستوى 25 وكالة فلم نجري المقابلة مع 50 صاحب وكالة كليا فبعض المدراء لم يملك وقتا لإجراء المقابلة فإكتفينا بانتظار اجابته على الاستمارة ومنهم كما ذكرنا سابقا ارسلنا لهم الاستمارة عبر البريد الالكتروني مع تقديم طلب منهم بإفادتنا باي معلومات اضافية حول الموضوع .

ومن ثم انتقلنا بعد الحصول على اجابات المبحوثين الى توظيفها في جداول احصائية خاصة بالاستمارة ثم تحليلها وبالتالي امكانية قياس الظاهرة

عبد المرور بكل الخطوات والمراحل التي ذكرناها سابقا قمنا بتحويل المعطيات الكمية التي تحصلا عليها الى وحدات احصائية و تقديمها بنتائج نسبية, واستنادا للمقالات الحرة التي اجريناها مع عينة البحث استطعنا تفسير تلك المعطيات الكمية مما يساعد في الحصول على النتائج المرجوة.

الفصل الخامس

تحليل وتفسير المعطيات الميدانية

وعرض النتائج

قائمة المحتويات:

اولا: تحليل وتفسير المعطيات الميدانية

1-1- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمهام وكالات السياحة والاسفار

1-2- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بتعزيز التراث الثقافي ومساهمته في نشر الثقافة السياحية

الداخلية

1-3- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالعراقيل التي تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة

ثانيا: نتائج الدراسة

2-1- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

1/2-1- نتائج في ضوء الفرضية الأولى

1/2-2- نتائج في ضوء الفرضية الثانية

1/2-3- نتائج في ضوء الفرضية الثالثة

2-2- النتائج العامة للدراسة

اولا- تحليل وتفسير المعطيات الميدانية

1-1- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بمهام وكالات السياحة والاسفار

الجدول رقم(6): يوضح نسبة تنظيم الوكالات السياحية لرحلات داخلية بالجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	%78
لا	11	%22
المجموع	50	%100

من خلال الجدول الموضح امامكم نلاحظ ان اغلب الوكالات السياحية تقوم برحلات داخلية حيث تمثل

%78 تليها %22 من الوكالات السياحية لا تقوم بتنظيم رحلات داخلية نهائيا .

من التعليق على الشكل رقم 06 يعود وجود نسبة مرتفعة من الوكالات التي تعمل على تنظيم الرحلات

الداخلية الى انه في السنوات الاخيرة خاصة في اواخر ال 2021 ساعدت جائحة كوفيد -19 و بالتحديد

بعد غلق الحدود على دول الجوار الى توجه السياح المحليين نحو السياحة الداخلية .

بينما %22 هم رافضين للسياحة الداخلية وليست ضمن اهتماماتهم ومنهم من يكتفي ببيع تذاكر الطيران

وتجهيز ملفات الاقامة وطلبات الهجرة.

الجدول رقم(07) : يوضح نسبة العروض و التسهيلات المقدمة من طرف الوكالات للسياح المحليين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	%78
لا	11	%22
المجموع	50	%100

من خلال الجدول الموضح امامكم نلاحظ ان اغلب الوكالات التي تنظم الرحلات الداخلية تقوم بعروض وتسهيلات للسياح المحليين تمثل 78% هذه النسبة للفئة التي شجعت على السياحة الداخلية في الآونة الاخيرة

بينما 22 % الفئة الراضة لفكرة السياحة الداخلية وهذا راجع للعديد من الاسباب التي جعلت هذه الوكالات ترفض السياحة الداخلية .

جدول رقم(08) : يوضح نسبة الخدمات الترفيهية السياحية المقدمة من طرف الوكالات داخل الجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76
لا	12	24
المجموع	50	100

من خلال الجدول رقم (08) الموضح امامكم نلاحظ نسبة الخدمات الترفيهية المقدمة من طرف الوكالات داخل الجزائر تقدر ب 76% يعود هذا الارتفاع دائما للوكالات التي نظمت الرحلات الداخلية هي التي تقدم هذه الخدمات
 اما نسبة 12% فهي الفئة الراضة للسياحة الداخلية بالاضافة للوكالات التي تنظم السياحة الداخلية لكن لا توفر هذه الخدمة

جدول رقم(09) : يوضح نسبة انضمام الوكالات لجمعيات ونوادي تساعد على خلق الطلب على خدمتهم

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	60%
لا	20	40%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (09) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 60% تمثل الوكالات التي لها انضمام مع الجمعيات والنوادي حيث ان هذه النسبة تعود على الوكالات التي تنظم الرحلات الداخلية وكذا الخارجية اما نسبة 40% فهي تمثل الوكالات التي ليس لها انضمام للنوادي والجمعيات.

جدول رقم(10) : يوضح نسبة تسويق الوكالات لوجهات سياحية معينة داخل الجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	%78
لا	11	%22
المجموع	50	%100

من خلال الجدول الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 78% تمثل الوكالات التي تعمل على تسويق لوجهات سياحية معينة داخل الجزائر وهي نفسها التي تنظم الرحلات السياحية الداخلية بينما نسبة 22% فهي الوكالات الراضة دائما للسياحة الداخلية.

جدول رقم (11) : يوضح نسبة تسويق المناطق الساحلية والمناطق الداخلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
المناطق الساحلية و الداخلية	39	%78
عدم الاجابة	11	%22
المجموع	50	%100

من خلال الجدول رقم (11) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 78% تمثل نسبة التسويق للمناطق الساحلية والمناطق الداخلية وهم نفس الوكالات المنظمين لرحلات سياحية داخلية ذلك كون الجزائر لديها اكبر شريط ساحلي وغنية بالتراث الثقافي والمناطق السياحية

اما نسبة 22% اهم دائما الوكالات الراضين للسياحة الداخلية والبعض منهم غير راغب في احياء النشاط السياحي الداخلي.

جدول رقم(12) : يوضح نسبة تقديم المعلومات للسياح عن الاماكن السياحية الداخلية التي يمكنه زيارتها للتعرف عليها والخطط المبرمجة والاسعار مسبقا

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	78%
لا	11	22%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (12) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 78% تمثل نسبة تقديم المعلومات للسياح عن الاماكن السياحية الداخلية والخطط المبرمجة والاسعار فهم الوكالات التي تقوم بالسياحة الداخلية اما نسبة 22% فهي تمثل الوكالات التي لا تقوم بتنظيم الرحلات السياحية الداخلية.

من خلال التعليق على الجدول الموضح امامكم فان جميع الوكالات تقدم معلومات مسبقا للسائح سواء في السياحة الداخلية او الخارجية اما نسبة 78% فهي تخص فقط الوكالات التي تقوم بالسياحة الداخلية

جدول رقم(13) : يوضح نسبة اعتماد الوكالات على مرشدين سياحيين متخصصين يرافقون السياح

اثناء الرحلة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	44	88%
لا	6	12%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (12) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 88 % من الوكالات تعتمد على مرشدين سياحيين هذا لا يقتصر على السياحة الداخلية فقط بل يتعدى حتى السياحة الخارجية اما نسبة 12% فهي تمثل الوكالات التي لا تعتمد على مرشدين سياحيين فمنهم الوكالات التي ترفض السياحة الداخلية ومنهم الوكالات التي تعتمد على حجز التذاكر فقط .

جدول رقم(14) : يوضح نسبة اعتماد الوكالات على الاعلانات و اللوائح اشهارية من اجل التسويق

السياحي للمناطق السياحية المحلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
لوائح وملصقات حائطية	16	32%
عدم الاجابة	34	68%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (14) الموضح امامكم نلاحظ نسبة 68% تمثل اغلبية الوكالات التي لم تجب على هذا السؤال لانها لا تعتمد على الاعلانات على التلفزيون واللوائح والملصقات سواء في السياحة الداخلية او السياحة الخارجية هذا راجع الى ان مواقع التواصل هي التي ساعدت بشكل بالغ على عملية التسويق والترويج السياحي ودفعت بالوكالات التخلي على هذه الوسائل

اما نسبة 32 % فهي تمثل فئة الوكالات التي اعتمدت على اللوائح والملصقات في عملية الترويج للسياحة الداخلية فقط انخفاض هذه النسبة يعود الى تدني النشاط السياحي الداخلي وكما ذكرنا في السبق الى الاعتماد على مواقع التواصل

جدول رقم(15) : يوضح نسبة اعتماد الوكالات على مواقع تواصل اجتماعي للترويج للسياحة الداخلية

بالجزائر

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
12%	6	فايسبوك+أنستغرام
4%	2	فايسبوك +واتساب
6%	3	مواقع اخرى
78%	39	جميع الاختيارات
100%	50	المجموع

من خلال الجدول رقم (09) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 78% من الوكالات السياحية محل الدراسة

تعتمد على (جميع مواقع التواصل الاجتماعي) في عملية الترويج السياحي

هذا راجع الى ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد بشكل كبير على على عملية تنشيط السياحة وكذا

التواصل مع الزبائن و معرفت اذواقهم ورغباتهم وسهولة استخدامها تماشيا مع عصر العولمة, وخاصة مع

ظروف كورونا وتحول العالم الى تجارة الكترونيا

بينما نسبة 12% الوكالات التي تعتمد على (فايسبوك+ انستغرام) هذا راجع الى ان هذه الوكالات

تعتبرهما الاكثر مواقع تساعد على عملية الترويج

اما نسبة 6 % هم الوكالات التي تعتمد على مواقع اخرى الغير مذكورة والتي يمكن من خلالها ايضا ترويج السياحة لكن بنسبة قليلة هذا راجع الى ان المجتمع الجزائري لا يستخدم جميع مواقع التواصل بل الاكثر تداولاً منها واستخدام

1-2- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بتعزيز التراث الثقافي ومساهمته في نشر الثقافة السياحية الداخلية

جدول رقم(16) : يوضح نسبة الثقافة السياحية الداخلية التي يمتلكها السائح لزيارة المناطق السياحية والمعالم الاثرية حسب اجابة المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	1	2%
لا	49	98%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول(16) :الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 98 % من الوكالات السياحية يرون ان السائح المحلي لا يمتلك الثقافة السياحية الداخلية لزيارة المناطق السياحية والمعالم الاثرية

هذا راجع الى غياب الوعي وعدم التشجيع على السياحة الداخلية والارتقاء بمستواها والاهتمام بها و

غياب الثقافة السياحية

بينما 2% يرون ان السائح المحلي يمتلك ثقافة سياحية هذا كون الجزائري يحب وطنه ويفضل زيارة مناطق سياحية داخل بلاده لكن التهميش وعدم الاهتمام وارتفاع الاسعار بالسياحة الداخلية ما دفع الى تدني الطلب على السياحة الداخلية

جدول رقم (17): يوضح نسبة الزيارات و الحضور للمتاحف و الحفلات والمعارض ثقافية المقدمة من طرف الوكالات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	3	6%
لا	47	94%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (17) الموضح امامكم نلاحظ ان نسبة 47% تمثل نسبة الوكالات التي لا تقوم بزيارات وحضور المتاحف والحفلات والمعارض ثقافية بما فيهم الوكالات التي لا تنظم الرحلات السياحية الداخلية بينما 6% تمثل نسبة الوكالات التي تقوم بزيارات وحضور المتاحف والحفلات والمعارض الثقافية ذلك للتخفيف على السياحة الداخلية والتعرف على مختلف الثقافات و عادات وتقاليد المناطق السياحية

جدول رقم(18) : يوضح نسبة قيام الوكالات بنقل السياح لزيارة الاماكن الجبلية والحمامات المعدنية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الاماكن الجبلية	5	10%
الحمامات المعدنية	16	38%
الاجابة على الاختيارين	18	10%
عدم الاجابة	11	12%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم(18) الموضح امامكم نلاحظ ان تمثل نسبة الزيارات للحمامات المعدنية يفسر هذا الارتفاع مقارنة بالنسب الأخرى بأن الاغلبية يتوجهون دائما للحمامات المعدنية خاصة في فصل الربيع وفصل الخريف وعادة ما يكون كبار السن هم من يقبلون اكثر على السياحة الداخلية للاماكن الحمواتية

اما نسبة 10 % تمثل نسبة زيارات الاماكن الجبلية مثل جبال تيكجدة كما صرح احد المبحوثين خاصة فترة الظروف الاستثنائية عند غلق الحدود اصبحت هذه الاماكن الاكثر طلب حيث اصبح للسائح المحلي الحل الوحيد لا بديل له من غير السياحة الداخلية وزيارات مناطق وطنه .

جدول رقم(19) : يوضح نسبة تنظيم الوكالات رحلات لزيارة مناطق صحراوية داخل الجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	%78
لا	11	% 22
المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (19) نسبة تنظيم الوكالات السياحية لرحلات نحو مناطق صحراوية داخل الجزائر حيث سجل %78 اي ما يوافق 39 فردا ينظمون رحلات الى المناطق الصحراوية, و %22 وما يوافق 11 فردا لا ينظمون هذه الرحلات.

جدول رقم(20) : يوضح نسبة تأثير التهميش وعدم الاهتمام بترميم المعالم الاثرية على تدني السياحة الداخلية بالجزائر

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	%100
لا	0	%0
المجموع	50	%100

من خلال الجدول رقم 20 نلاحظ ان 100% من الوكالات السياحية يرون ان احد اسباب تدني السياحة المحلية بالجزائر يعود الى التهميش و عدم الاهتمام بالمعالم الاثرية, اذ اتفق جميعهم على هذا الرأي. هذا يعود الى اهمية الاهتمام بالمناطق السياحية لجلب السياح وعدم تنفيرهم منها .

جدول رقم(21) : يوضح نسبة تواجد التحفيزات من الجهات الوصية بالقطاع على تشجيع السياحة

الداخلية حسب اجابة المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	2	4%
لا	48	96%
المجموع	50	100%

من خلال الشكل رقم 21 نلاحظ انه 96 اي ما يوافق 48 فردا من الوكالات التي ترى انه لا يوجد

تحفيز لهذا القطاع وهي نسبة مرتفعة مقارنة بنسبة الوكالات المتمثلة في 4 اي ما يوافق فردين ممن يروا

انه هناك تحفيزا من الجهات الوصية .

وهو ما يجعل السياح المحليين يتجهون الى السياحة الخارجية.

جدول رقم(22) : يوضح نسبة البرامج او المخططات الازم تطبيقها من اجل نشر الثقافة السياحية

بالجزائر حسب راي المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التسويق الجيد للسياحة الداخلية	8	%16
التوعية السياحية	23	%46
انشاء فنادق ومرافق سياحية ذات جودة عاليا وتحسين الخدمات	19	%38
المجموع	50	%100

يوضح الجدول رقم (22) نسبة البرامج او المخططات الازم تطبيقها من اجل نشر الثقافة السياحية بالجزائر حسب راي المبحوثين, حيث نسجل 46 وما يوافق 23 وكالة سياحية بالجزائر ترى انه لا بد من التوعية السياحية بالدرجة الاولى ثم يليها 38 من الوكالات التي تقترح انشاء فنادق و مرافق سياحية ذات جودة عالية, و اخيرا 16 منهم ما يوافق 08 وكالات ابدت رايها بانه لا بد من التسويق الجيد على السياحة الداخلية بالجزائر

1-3- تحليل وتفسير البيانات المتعلقة بالعراقيل التي تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة

جدول رقم (23): يمثل نسبة اعتبار السياحة الداخلية بالجزائر سياحة فصلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	%28
لا	36	%72
المجموع	50	%100

من الجدول المبين اعلاه نلاحظ نسبة اعتبار الوكالات السياحية للسياحة الداخلية بالجزائر فصلية نسبة قليلة جدا وتقدر ب%28, في حين %72 من الوكالات اي 36 وكالة سجلناها تعتبرها غير فصلية اذ انها سنوية غير مرتبطة بفصل معين .

جدول رقم(24) : يمثل نسبة تفضيل الوكالات لسياحة الداخلية على السياحة الخارجية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	%0
لا	50	%100
المجموع	50	%100

من خلال الجدول المبين اعلاه نلاحظ ان 00% من الوكالات السياحية تفضل السياحة الخارجية على السياحة الداخلية, وهذا راجع الى ان الطلب على السياحة الداخلية منخفض بالإضافة الى كثير من الاسباب.

جدول رقم(25) : يمثل نسبة تدني طلب السياحة الداخلية مقارنة مع السياحة الخارجية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	%100
لا	0	%0
المجموع	100	%100

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان الطلب على السياحة الداخلية متدني بنسبة 100 من خلال ما سجلناه من طرف 50 وكالة سياحية .

لهذا راجع الى جودة الخدمات في البلدان الاخرى و البنية التحتية مقارنة بالمتواجدة بالجزائر .

جدول رقم (26): يمثل نسبة عوامل تدني طلب السياحة الداخلية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ارتفاع الاسعار مقارنة بالوجهات الخارجية	0	%0
عدم توفر الخدمات السياحة المطلوبة لدى السائح المحلي	10	%20
تدني مستوى المعاملة او التعامل مع السياح المحليين	3	%6
الاجابة على جميع الاختيارات	37	%74
اجابة اخرى	0	%0
المجموع	50	%100

من خلال الجدول المبين اعلاه تم تسجيل 74% من الوكالات السياحية اي ما يوافق 37 وكالة بالتحديد ارجعت سبب تدني للسياحة الداخلية الى كل الاختيارات المطروحة في الاستمارة اي الاسعار المرتفعة و ايضا تدني المعاملة مع السياح المحليين فكلها بالنسبة لهم اسباب قوية تدفع بالسائح الى اختيار السياحة الخارجية و تفضيلها .

نسبة منعدمة من الوكالات التي اختارت ارتفاع الاسعار فقط كسبب فرغم انها عامل قوي الا ان الخدمات لو كانت ذي جودة فهناك من لا يهتم للسعر , مع هذا فلن يقبل سائح بدفع مبلغ قليل مقابل خدمات متدنية

6% من الوكالات ما يوافق 3 وكالات سياحية انسبت تدني السياحة الداخلية الى تدني المعاملة فالسائح

يبحث عن الراحة و حسن المعاملة فلن يدفع مقابل الحصول على عطلة سيئة ومعاملة غير لائقة به.

جدول رقم (27): يمثل نسبة التنسيق و الارتباط بين الوكالات السياحية (شركات الخطوط البرية،

شركات الفنادق، شركات تأجير السيارات او الحافلات)

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	20%
لا	40	80%
المجموع	50	100%

نلاحظ من خلال الجدول ذي يمثل طبيعة التنسيق بين الوكالات السياحية والشركات السياحية ان نسبة

كبيرة توافق 80 من الوكالات السياحية اي 40 وكالة لا تتسق معهم، و 20 منهم صرحوا بان هناك

تنسيق .

يعود انخفاض نسبة التنسيق مع الشركات السياحية الى ان الوكالات السياحية بالدرجة الاولى لا تنظم

كثيرا الرحلات الداخلية و ايضا الى تدني الخدمات بالاضافة الى بعض المشاكل التي تحدث لهم مع

الفنادق على سبيل المثال وغيرها وهذا ما يدفع اغليبتهم بتجنب الامر.

جدول رقم (28): يمثل نسبة تأثير التلوث البيئي والازدحام في المناطق السياحية على استقبال

السياح المحليين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	50	%100
لا	0	%0
المجموع	50	%50

من خلال نتائج الجدول 28 نلاحظ ان تأثير التلوث البيئي و الازدحام في المناطق السياحية على استقبال السياح المحليين تمثل 100 من اجابة المبحوثين, فالسياح المحليين لن يقصدوا مناطقها ازدحام او تلوث .

جدول رقم(29) : يمثل نسبة انتشار الظواهر الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري على المناطق

السياحية التي تؤثر على استقبال السياح المحليين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
السرقه	47	%94
انتشار الامراض والابوئة	3	%6
المجموع	50	%100

الجدول اعلاه يمثل طبيعة انتشار الظواهر الاجتماعي التي تؤثر على استقبال السياح المحليين, اذ تم تسجيل 94 من نسبة الوكالات ما يوافق 47 وكالة صرحت بان السرقة هي اكبر ظاهرة منتشرة تنفر السياح المحليين, الفئة التالية 6 ما يوافق 3 وكالات ترى ان انتشار الامراض و الاوبئة هو سبب رئيسي الذي اثر على استقبال السياح المحليين

جدول رقم(30) : يمثل نسبة انتشار وباء كورونا وتدهور الوضع الصحي بالجزائر و تأثيرها السلبي

على النشاط السياحي الداخلي

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	%0
لا	50	%100
المجموع	50	%100

من خلال الجدول رقم 30 نلاحظ ان 100 من الوكالات السياحية وهو ما يوافق 50 وكالة اجابة بلا اي ان وباء كوفيد-19 لم يؤثر بالسلب بل انه كان فرصة ذهبية لتوجه السياح الى السياحة الداخلية بدلا من الخارجية بالاضافة الى ان غلق الحدود لم تترك له خيارا و هذا عاد بالإيجاب على الجزائر من هذه الناحية

جدول رقم(31) : يمثل نسبة تعليق او توقيف الرحلات اثناء انشار وباء كورونا على مناطق سياحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
كليا على جميع المناطق	00	%00
جزئيا على مناطق محددة	39	%78
عدم الاجابة	11	%22
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم (31) نلاحظ ان %78 اي ما يوافق 39 وكالة سياحية اجابت انه تم تعليق

الرحلات جزئيا على مناطق محددة, وهذه الوكالات هي الفئة التي كانت تقريبا اكثر نشاطا مقارنة

بالوكالات الاخرى و التي تمثل %22 اي 11 وكالة لم تعمل في تلك الفترة.

جدول رقم (32): يمثل نسبة فرض القيود او اجراءات وقائية من قبل الجيهاة الحكومية اثناء الظروف

الاستثنائية

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
بروتوكول صحي	0	%0
الحجر الصحي	0	%0
الاجابة على جميع الاختيارات	50	%100
المجموع	50	%100

من الجدول رقم (32) الذي سجلنا من خلاله ان اجمالي الوكالات و بنسبة 100% فرضت عليهم قيود و اجراءات وقائية من قبل الجهات الحكومية اثنا الظروف الاستثنائية

جدول رقم 33: يمثل العراقيل التي تواجه نشاطهم السياحي الداخلي حسب ما صرح به المبحوثين

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
عدم توفر بنية تحتية ملائمة	32	64%
الارتفاع الهائل للاسعار مقارنة بدول الجوار	08	16%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول رقم 33 نلاحظ ان 64 من نسبة الوكالات السياحية اي ما يوافق 32 وكالة سياحية صرحت بان العراقيل التي تواجهها هي عدم توفر بنية تحتية ملائمة, تليها نسبة 36 وهو ما يوافق 18 وكالة ترى ان العراقيل التي تواجه نشاط الوكالات السياحية الداخلي تعود اولا لارتفاع الاسعار الهائل مقارنة بدول الجوار.

ثانيا- نتائج الدراسة

1-2- نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

1-1/2- نتائج في ضوء الفرضية الأولى

- تساهم وكالات السياحة والاسفار في تفعيل و السياحة الداخلية ذلك من خلال تنظيمها للرحلات الداخلية والتسويق الجيد وترويج لها ذلك لجعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد كبديل للمحروقات
- تقديم الوكالات السياحية عروض وتسهيلات وكذلك الخدمات الترفيهية للسياح المحليين يساعد على التشجيع للسياحة الداخلية .
- انضمام الوكالات السياحية للجمعيات والنوادي يساعد على خلق الطلب للسياحة الداخلية.
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لع دور كبير في استقطاب اكبر عدد من السياح وزيادة شدة التنافس بين الوكالات السياحية بولاية تبسة.

2-1/2- نتائج في ضوء الفرضية الثانية

- غياب الوعي وتدني الثقافة السياحية لدى السائح المحلي لزيارة المناطق السياحية الجزائرية بينما السياح المحليين عادة ما يفضلون الوجهة الى دول الجوار ,
- تتمين الوجهات السياحية الجزائرية الصحراوية منها والجبلية والحمولتية مثلا لزيادة جاذبية السياح المحليين وحتى الخارجيين وتنافس الجزائر خاصة مع دول الجوار .
- تحسين صورة الجزائر دئما من خلال الحضور للحفلات والمعارض الثقافية وزيارة المتاحف من قبل الوكالات السياحية
- تعزيز التراث يساعد على تبادل الثقافات بين الافراد والتعرف على العادات وتقاليد كل منطقة مما يخلق الطلب على السياحة الداخلية لدى وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة

- تحفيز الوكالات السياحية من قبل الجهات الوصية له دورا بالغا في التشجيع على السياحة

الداخلية

- كذلك الاهتمام بالمعالم الاثرية وترميمها يساعد الوكالات على تنظيم رحلات لزيارتها

3-1/2- نتائج في ضوء الفرضية الثالثة

- السياحة الداخلية بالجزائر لا تعتبر فصلية, اذ انها سنوية و لا تنحصر في فصل معين.
- تدني الطلب على السياحة الداخلية دفع الوكالات السياحية على تفضيل السياحة الخارجية على الداخلية, ها راجع الى تدني البنية التحتية و الخدمات و ايضا ارتفاع الاسعار مقارنة بالوجهات

الخارجية

- تدني نسبة التنسيق بين الوكالات و الشركات السياحية يعد عائقا تواجهه الوكالات من ناحية و السياحة الداخلية من جهة اخرى.

- هناك ظواهر اجتماعية منتشرة اثرت في استقبال السياح كالسرقة و التلوث, الا ان ظاهرة تفشي وباء كوفيد-19 لم يؤثر بالسلب بل وجه السياح المحليين نحو السياحة الداخلية.

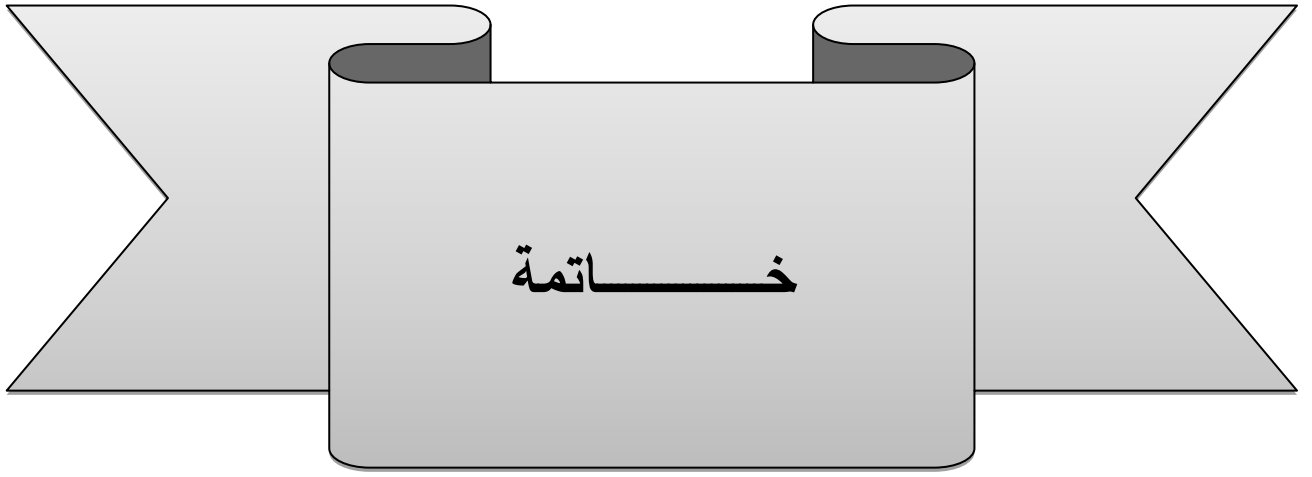
- من العراقيل التي تواجه النشاط السياحي للوكالات السياحية تدني الخدمات و البنية التحتية كما يعد ارتفاع الاسعار في الجزائر عاملا اخر يعرقل النشاط الداخلي للسياحة بالتالي الوكالات السياحية.

2-2- النتائج العامة للدراسة

ما تم استنتاجه من هذه الدراسة موضح فيما يلي:

- ✓ تفضل الوكالات السياحية السياحة الخارجية على السياحة الداخلية و ذلك بنسبة تقدر ب100%ومنها لا يعمل في السياحة الداخلية ويتجنبها فالسياحة الخارجية نشطة ومربحة بالنسبة لهم اما السياحة الداخلية غير نشطة فحتى مع ارتفاع الاسعار في الجزائر الا ان الطلب عليها منخفض جدا فالفترة الوحيدة التي كانت فيها نشطة هي فترة انتشار وباء كوفيد-19 عند غلق الحدود حيث اضطر السائح الجزائري الى تغيير وجهته من خارجية الى داخلية فلا خيار له ,اما باقي الفترات فان الرحلات الدينية بالتحديد العمرة هي اكثر نشاط تقوم به داخليا فقط.
- ✓ انتشار وباء كوفيد-19 اثر بالإيجاب على السياحة في الجزائر بنسبة 100% , و ذلك بالتحديد بداية من اكتوبر 2021 حيث اقر المبحوثين انها كانت فرصة كبيرة استعادة منها السياحة الداخلية في الجزائر عكس دول الجوار.
- ✓ تعتبر الوكالات السياحية حلقة وصل بين السائح والسياحة و تعمل على تنمية السياحة الداخلية لكن و بنسبة 80% لا يوجد تشجيع وتحفيزات و تنسيق مع الجهات الاخرى الوصية لها فالقطاع السياحي بحاجة الى هاته الاخيرة فهي مهمة لتعزيز النشاط السياحي
- ✓ تدني الخدمات وارتفاع الاسعار في الجزائر يعد عائقا بنسبة 74% للنشاط السياحي المحلي اذ ينفر السائح المحلي و يجعله يختار وجهات خارجية بالإضافة الى ان الاسعار لا تتوافق مع الخدمات المقدمة بالتالي تدني الطلب على السياحة المحلية بنسبة 100% وهو ما جعل الوكالات السياحية تفضل السياحة الخارجية و ليس الداخلية كما ذكرنا سابقا.
- ✓ تقوم الوكالات السياحية بتحديد اسباب عزوف السياح عن السياحة المحلية و تقترح اقتراحات من شأنها ترقية القطاع السياحي وجذب السائح المحلي, حيث 46% من الوكالات السياحية تقترح

- رفع الثقافة والوعي السياحي لدى المواطن الجزائري، و 38% من الوكالات تقترح انشاء فنادق اكثر عددا و ذا جودة عالية و مريحة و تلائم جميع الاذواق بالإضافة لتحسين الخدمات, 16% من الوكالات السياحية تقترح التسويق الجيد للسياحة الداخلية فكل ما كان الموظفون ذا كفاءة ومختصين في مجال السياحة كلما زادة كفاءة التسويق والعمل بالتالي الجذب السياحي.
- ✓ ان هدف وكالات السياحة و الاسفار ربحي اكثر من استثمارها في القطاع السياحي , كما انها تقوم بنفس الخدمات التي تقدمها للزبائن من حجز التذاكر و الفنادق و بيع التذاكر
- ✓ رغم ان للوكالات السياحية دور في تفعيل السياحة الداخلية, الا ان هذا غير كاف اذ لا بد من تطوير المورد البشري فهو عنصر اساسي, بالإضافة الى تحقيق نضج ثقافي للسائح المحلي.



خاتمة

وفي الأخير نستنتج ان تنشيط السياحة الداخلية يجب ان يراعي تأهيل المواقع السياحية من خلال ترقية البنية التحتية وتعديلها بما في ذلك مراكز الاقامة والخدمات السياحية وشركات النقل وتشجيع المستثمرين لإقامة المشاريع السياحية التي توفر فرص العمل لاصحاب المهن السياحية ان يكون العمال حسب التنظيم الهيكلي ويشغل هذه المناصب اصحاب الاختصاص .

هناك مسؤولية من قبل الحكومة والشركات والجمعيات السياحية المتعددة والمجتمعات للمساهمة في انجاح وتفعيل السياحة الداخلية من خلال التخطيط المتقن والمدرّوس في تنفيذ المشاريع والانشطة السياحية وتوزيعها بشكل عادل ويسهل الفرص للمواطنين للمشاركة في السياحة والعمل في هذا القطاع الاستثماري الحيوي لينعكس بذلك المردود الايجابي لتحقيق التنمية السياحية .

ان تفعيل السياحة الداخلية له اسهامات اقتصادية واجتماعية وثقافية ولا يمكن حصره لان قطاع السياحة قطاع اقليمي, وهذا يحتاج الى مراجعة عميقة لأولويتنا في سياسات التنمية الوطنية بالجزائر باستخدام السياحة كأداة للتنمية المحلية وكبديل للمحروقات في الدخل الاقتصادي.

يتوجب على الوكالات السياحية تفعيل الحركة السياحية الداخلية من خلال تنظيم العديد من الرحلات المدعومة والجاذبة سياحيا كما يستلزم تضافر الجهود مع القطاعات الاخرى في اقامة البرامج والمعارض السياحية والتراثية والمهرجانات الهادفة في المواقع السياحية والاثرية لتعريف السائح وانباء المجتمع المحلي بالمنتج التراثي والحرف اليدوية التي تنتجها الجمعيات الخيرية والتعاونية وسيدات المجتمع المحلي بهدف نشر السياحة الداخلية وتسويق المناطق السياحية الجزائرية .

قائمة المراجع

المراجع

1/المعاجم والقواميس

1. قاموس la rousse

2/القوانين

1. القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04-أفريل 1999, يحدد القوانين التي تخدم الوكالات السياحية والسفر, ج ر, عدد 24, 1999

1/ الكتب

1. احمد فوزي ملوخية , اقتصاديات الفنادق , مركز الاسكندرية للكتاب , الاسكندرية , مصر , 2009
2. جلال لد خضرة, تاريخ السياحة, دار النشر و التوزيع ألفا , الجزائر, ط 1 , 2017
3. خالد بن عبد الرحمان آل دغيم , الاعلام السياحي والتنمية السياحية الوطنية , دار اسامة نيلاء الناشر , 2014
4. خالد بن عبد المنيف , السياحة وتنمية الاعلام السياحي, دار اسامة للنشر والتوزيع الاردن, ط1, 2014, عمان
5. زياد منير سلمان , كتاب الاقتصاد السياحي , دار اليازية للنشر و التوزيع , ط1 , عمان 2008
6. زيد منير عبودي , مبادئ السياحة الحديثة , دار المعزز للنشر والتوزيع , ط1 الاردن , 2012
7. سعيد البطوطي, شركات السياحة ووكالات السفر, مكتبه الأنجلو المصرية, الطبعة الاولى, 2010
8. سليم بطرس جلدة , ادارة مكاتب السياحة والسفر , دار الخليج , ط1, عمان , الاردن, 2007
9. سمير خليل سمطو, ادارة وكالات السياحة والاسفار, دار الكتب والوثائق العراقية , بغداد, سنة 2017
10. طارق عبد الفتاح الشريعي, تنمية المبيعات السياحية , دار النشر مؤسسة حورس الدولية, الاسكندرية, ط1, 2009

11. عبيدة عبد السلام حسان , اثر التخطيط السياحيين وجهة نظر مكانية سياحية , دار عبيدات للنشر والتوزيع , ط1, عمان, 2017
12. العدوان , مروان محسن , ادارة وكالات و شركات السفر و السياحة , جز الثالث , دار المجدلاوي للنشر , عمان , 1997
13. عصام حسن السعدي , ادارة مكاتب و الشركات السياحية و السفر , دار الولاية للنشر و التوزيع , عمان الاردن, 2009
14. عصمت عدلي , السياحة المحلية و الدولية , مؤسسة عالم الرياضة للنشر , الاسكندرية , مصر , ط1 , 2017
15. كواش خالد, السياحة ,مفهومها , اركانها ,أنواعها ,دار التنوير الجزائر, ط1 2007
16. لمياء حنفي , مقدمة عن شركات السياحة و وكالات السفر ,دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الاسكندرية , ط1 , مصر , 2011
17. مروان السكر , الاقتصاد السياحي , دار المجدلاوي عمان الاردن , ط1 , 1995
18. هباس رجاء الحربي ,التسويق السياحي في المنشآت السياحية ,دار اسامة للنشر والتوزيع, الاردن عمان , ط1, 2012
19. وفاء زكي ابراهيم , دور السياحة في التنمية الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث , 2006
20. - Methode dévaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain , Université du Québec à Trois-Rivières Service de la bibliothèque, 2001

1. عبد السلام بلبالي ,اسماء عمرون, د. حسين بن العارية, واقع السياحة الداخلية بالجزائر و متطلبات تحقيق التنمية السياحية مجلد46, عدد(3)
2. فارس كريم بريهي , تطوير السياحة , السياحة المستدامة في العراق , مجلة المثني للعلوم التجارية و الاقتصادية , المجلة 1 , العدد 1
3. فراح أسامة , عبد العزيز رحمة , دور وكالات السياحة و الأسفار في تشجيع السياحة الداخلية دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة و الأسفار بولاية الشلف, مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية , المجلد 08, العدد 2019, 03

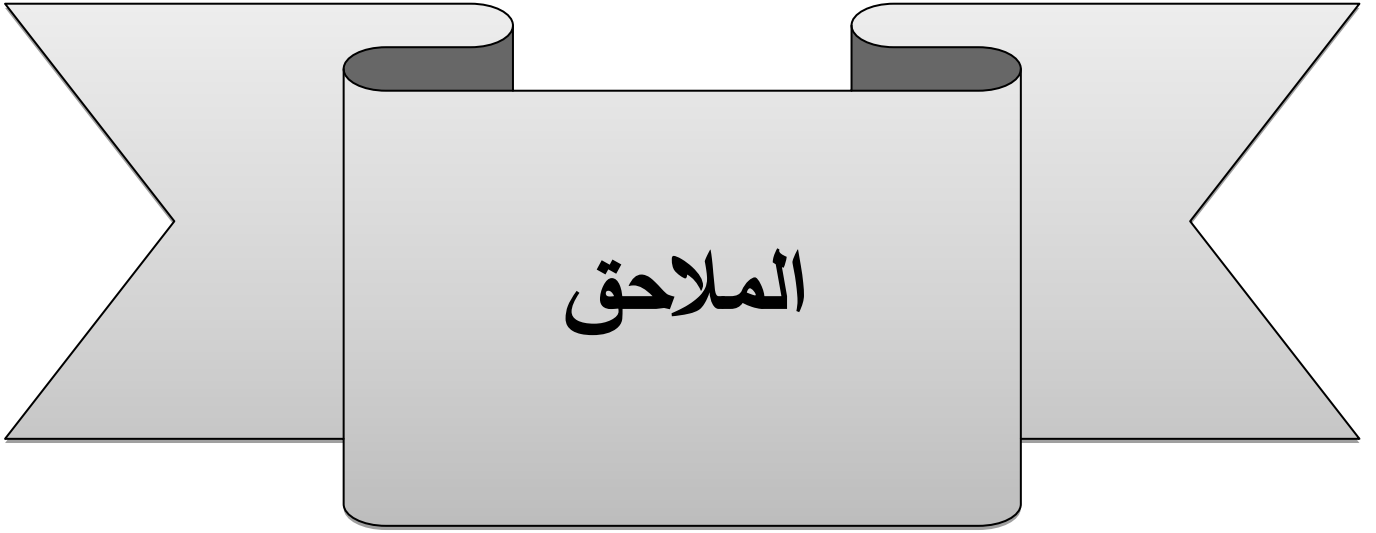
4. لحسن عبد القادر , استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر غلى ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي 2025 , مجلة اداء المؤسسات الجزائرية 2012 , العدد 02
5. لطفي مخزومي و اخرون , السياحة الداخلية في الجزائر : واقعها وسبل تطويرها , مجلة الدراسات المالية و المحاسبية ,مجلد 11 , العدد 01

3/ الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. سعاد صديقي , دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل , رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير , جامعة منتوري - قسنطينة ,2006/2005
2. شرفاوي عائشة, السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية ,اطروحة لنيل شهادة الدكتوراء في علوم التسيير,جامعة الجزائر 03,سنة 2015/2014
3. شوقي السيد محمد دابي, اطروحة دكتوراه تحت عنوان المدخل الى جغرافيا السياحة , جامعة كلية الاداب والعلوم الانسانية جامعة قناة السويس , 2019

4/ المواقع الالكترونية

- توقيت الاطلاع : 15: 16, تاريخ الاطلاع 2022/04/20, السياحة في الجزائر, <https://www.tourism.gov.za>
- توقيت الاطلاع : 10:00 , تاريخ الاطلاع 2022/04/20, استراتيجيات نمو السياحة, <https://www.meta.gov.za>
- توقيت الاطلاع : 10:50 , تاريخ الاطلاع 2022/04/20 , السياحة في الجزائر, <https://www.algeriantourism.gov.za>



الملحق رقم (01):استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشيخ العربي التبسي

كلية العلوم انسانية واجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل

استمارة البحث حول

دور وكالات السياحة والاسفار في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر

عينة من وكالة السياحة والاسفار لولاية تبسة

تحت إشراف:

د. فاتح جبلي

من إعداد :

سليمة رزق الله

خولة بن خديم

ملاحظة:

لا تستعمل البيانات الواردة في الاستمارة إلا لأغراض علمية والمعلومات المقدمة ستساهم في إثراء

الموضوع

يرجى وضع العلامة X في المكان المناسب ويمكن وضع العلامة في أكثر من خانة

المحور الأول : البيانات الشخصية

1-الجنس:

ذكر انثى

2- العمر:

بين 25 و35 أكثر من 35

3- المستوى التعليمي:

جامعي مؤهلات اخرى

4- الأقدمية في العمل :

أقل من 5 سنوات
 من 5 الى 10 سنوات

5- اللغات المتحدث بها:

عربية فرنسية أنجليزية

لغات اخرى.....

المحور الثاني : تعمل وكالات السياحة والاسفار على تنظيم الرحلات و

وتوفير الخدمات السياحية لجذب السياح المحليين

- 1- هل تقوم وكالتكم بتنظيم رحلات سياحية داخلية بالجزائر؟
 نعم لا
- 2- هل تقدم وكالتكم عروض و تسهيلات للسياح المحليين ؟
 نعم لا
- 3- هل تقدم وكالتكم خدمات ترفيهية سياحية داخل الجزائر؟
 نعم لا
- 4- هل لوكالتكم انضمام لجمعيات ونوادي تساعد على خلق الطلب على خدمتكم؟ نعم لا
- 5- هل تقوم وكالتكم بتسويق لمناطق سياحية معينة داخل الجزائر؟
 نعم لا
- 6- اذا كانت الاجابة السابقة ب (نعم) هل هذه المناطق؟

مناطق ساحلية

مناطق داخلية

- 7- هل تقدم للسائح معلومات عن الاماكن السياحية الداخلية التي يمكنه زيارتها للتعرف عليها والخطط المبرمجة والاسعار مسبقا ؟
 نعم لا
- 8- هل تعتمد وكالتكم على مرشدين سياحيين متخصصين يرافقون السياح اثناء الرحلة؟
 نعم لا
- 9- هل تعتمد وكالتكم على الاعلانات و اللوائح اشهارية من اجل التسويق السياحي للمناطق السياحية المحلية؟

اعلانات على التلفزيون

لوائح وملصقات حائطية

- 10- هل تعتمد وكالتكم على مواقع تواصل اجتماعي للترويج للسياحة الداخلية بالجزائر؟

فايستوك

فايستوك+انستغرام

فايستوك+ واتساب

فايستوك+ تليغرام

مواقع اخرى.....

المحور الثالث : تعزيز التراث الثقافي يساهم في نشر الثقافة السياحية الداخلية
بالجزائر

11- هل السائح المحلي يمتلك الثقافة السياحية الداخلية لزيارة المناطق السياحية والمعالم الأثرية؟

نعم لا

12- هل تقوم وكالتكم بنقل السياح للزيارة المتاحف او حضور حفلات ومعارض ثقافية؟

نعم لا

13- هل تقوم وكالتكم بنقل السياح لزيارة الاماكن؟

الجبلية

حمامات معدنية

14- هل تنظم وكالتكم رحلات لزيارة مناطق صحراوية داخل الجزائر؟

نعم لا

15- هل يؤثر التهميش وعدم الاهتمام بترميم المعالم الاثرية على تدني السياحة الداخلية بالجزائر؟

نعم لا

16- هل يوجد تحفيزات من الجهات الوصية بالقطاع على تشجيع السياحة الداخلية؟

نعم لا

17- حسب رأيك ماهي البرامج او المخططات الازم تطبيقها من اجل نشر الثقافة السياحية

بالجزائر؟.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

المحور الرابع: تواجه وكالات السياحة والاسفار بولاية تبسة مجموعة العراقيل التي

ادت الى تراجع النشاط السياحي الداخلي

- 18- هل يمكن اعتبار السياحة الداخلية بالجزائر سياحة فصلية؟
 نعم لا
- 19- هل تفضل وكالتكم السياحة الداخلية على السياحة الخارجية؟
 نعم لا
- 20- هل هناك تدني في طلب السياحة الداخلية مقارنة مع السياحة الخارجية ؟
 نعم لا
- 21- اذا كانت الاجابة على السؤال السابق ب (نعم) هل نقص طلب السائح المحلي للسياحة الداخلية
راجع الى: لارتفاع اسعارها مقارنة بالوجهات الخارجية

عدم توفر الخدمات السياحية المطلوبة لدى السياح المحليين

تدني مستوى المعاملة او التعامل مع السياح المحليين

اجابة اخرى.....

- 22- هل هناك ارتباط وتنسيق بين الوكالات السياحية و (الخطوط البرية. شركات الفنادق. تأجير السيارات او الحافلات) ؟
 نعم لا

- 23- هل يؤثر التلوث البيئي والازدحام في المناطق السياحية على استقبال السياح المحليين؟
 نعم لا

- 24- هل توجد ظواهر اجتماعية منتشرة داخل المجتمع الجزائري على المناطق السياحية تؤثر على استقبال السياح المحليين؟
 سرقة

تسول

انتشار الامراض والابوئة

ظواهر اخرى

25- هل انتشار وباء كورونا وتدهور الوضع الصحي بالجزائر اثر بالسلب على نشاط السياحي الداخلي نعم لا

26- هل تم تعليق رحلاتكم اثناء انشار وباء كرونا على مناطق سياحية؟

كليا على الجميع المناطق

جزئيا على مناطق محددة

27- هل فرضت عليكم قيودا او اجراءات وقائية من قبل الجهات الحكومية اثناء الظروف الاستثنائية؟

بروتوكول صحي

حجر صحي

28- في رأيك ماهي العراقيل التي تواجه نشاطكم السياحي الداخلي؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

السنة	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
عدد وكالات السياحة والأسفار	17	18	26	39	48	50	60

الملحق رقم (02): عدد و أسماء وعناوين الوكالات السياحية المعتمدة بولاية تبسة

أسماء وعناوين الوكالات السياحية المعتمدة بولاية تبسة لسنة (2022)

الايمل	رقم الهاتف/ الفاكس	صاحب الوكالة	العنوان	الوكالات	الرقم
desti-word.m@hotmail.com	037595382	جبايلي طارق	حي 78 مسكن تساهمي رقم ك 5 طريق عنابة - تبسة-	دستي وارلد للسفر والسياحة	01
djaffeli1969@gmail.com	037597171 0671375072 0669501940	جفالي نور الدين	المنطقة الحضرية الثالثة - تبسة-	فردوس الصديقة للسياحة و الاسفار	02
elanfal_tour2011@yahoo.fr elanfal.travel@hotmail.com	tel: 037516415 fax: 037516316	ش.ذ.م.م	حي المنطقة الحضرية رقم 01 الشارع الجديد - تبسة-	الانفال للسياحة و الاسفار	03
jugurthavoyages@gmail.com	tel:037581674 fax:037483728	بن حدة الهادي	حي المدارس 29/64، محل رقم 02 تبسة	يوغرطة للسياحة و الاسفار	04
diamond.bleu.booking@gmail.com	037553939 037553747 0660949999 0671636346	ضفافلية محمد الامين	حي المطار 731 رقم 69 مجموعة ملكية رقم 19- تبسة-	ديامون بلو	05
laimechevoyage@gmail.com	0 37 555 059	العيماش سمية	حي طريق المطار قسم 62 - تبسة-	العيماش للسياحة و السفر	06
mekhazniab@gmail.com	037464898 0661196375	مخازنية الجموعي	بلدية الوزنة - تبسة-	مخازنية للسياحة و الاسفار	07
berguig.service@gmail.com	0659252554	برقيق	حي فاطمة	برقيق أمير	08

	0560374022	مولدي	الزهراء محل رقم 05 - تبسة-	للسياحة و الأسفار	
youkous.reservation@gmail.com	037550818	بوذراع بشير	التحصيل البلدي طريق المطار - تبسة-	يوكوس تور	09
elbatoultebessa@gmail.com	0770537080	بن علي سفيان	التحصيل البلدي طريق المطار المحل رقم 02- تبسة-	البتول للسياحة و الأسفار	10
eldjorftour@yahoo.fr	037562032	حامد عز الدين	حي تيفاست ب 01 - تبسة-	الجرف للسياحة و الأسفار	11
brahmi_tour@yahoo.fr	037516089 0661622657	براهمي مفيدة	شارع هواري بومدين المنطقة الحضرية رقم 01 تبسة	براهمي للسياحة و السفر	12
info@bouguerrouche-ts.com	tel: 037516319 fax: 03751620	بوقصة لندة	شارع هواري بومدين التحصيل البلدي "الأصيل" رقم 18 تبسة	بوقروش لخدمات الاسفار	13
alaa.tour@hotmail.com	037550815	قاسمي عمار	طريق المطار - تبسة-	ألاء للسياحة و السفر	14
mefascinettravel@outlook.com	037592963 0541032547	تبينة الياس	حي فارس يحي 250 سكن - تبسة-	مي فاسين ترافل	15
lahcene_voyages@yahoo.com	037505252	لحسن عبد المعز	حي طريق عناية قسم 032، مجموعة ملكية رقم 391 - تبسة-	لحسن للسياحة و الأسفار	16
luxair.tebessa@gmail.com	037592521	غول سليمان	محل رقم 02، تحصيل الجيش الوطني الشعبي 1685 رقم 01 طريق قسنطينة - تبسة-	ليكسر ترافل	17
madourimohamedsaleh@gmail.com	0772216900	مدوري محمد الصالح	حي المطار رقم 05 قسم 65تبسة	مدوري للسياحة و الاسفار	18
guesmi_ilyes@ymail.com	037515076 0550049008 0655258269	قاسمي الياس	حي مقاوله ترقية السكن العائلي 580 سكن الحصة رقم 01 تبسة	قاسمي للسياحة و الأسفار	19

seddiktourisme16@gmail.com	0555008615 0795118996	رجب بولعراس	محل رقم 01 تخصيص المنطقة الحضرية رقم 03 حي الدنيا - تبسة -	الصديق للسياحة و الأسفار	20
boumedjane.tour@gmail.com	037678762	بومجان يحي	البياضة الجديدة، شارع 01 نوفمبر محل رقم 08 الونزة - تبسة-	بومجان للسياحة و الأسفار	21
osmortour@yahoo.fr	037 516 621	محفوظ هشام	حي يحي فارس حائطة 1025 رقم 01 - تبسة-	اوسمور تور	22
ecatompiletravel@yahoo.com	037583084 0560017623	بلقاسم خالد	المنطقة الحضرية الجديدة رقم 01 قطعة رقم 14- تبسة-	اكاتومبيل ترافل	23
aoun.tours@gmail.com	037562323	عون عبد الله	حي الشيخ العربي التبسي، محل 18/284، رقم 03 - تبسة-	عون ترافل سرفيس	24
bennour.voyage@gmail.com	037506465 0656372424 0550801897	بالنور العيد	شارع هواري بومدين رقم 10 تبسة	بالنور للسياحة و الأسفار	25
Chelbi.12@hotmail.com	0554639463	م.د.ش.و.ذ. م.م. شلبي نجم الدين	بحي طريق المطار - تبسة	شلبي نجم ترافل	26
optiontraveldz@gmail.com	0552512944 0773034866 037500002	زراعي زكرياء	بالمنطقة الحضرية الجديدة محل رقم 03 بتبسة	فرع وكالة ابسيون ترافل	27
Louafiabdo0672@gmail.com	0672740234	الوافي عبد الغني	تخصيص بلدي رقم 02 بلدية الشريعة ولاية تبسة	المنتقى للسياحة و الأسفار	28
bakavoyage@hotmail.com	0551195243 0662033446 0557650309	دوار محفوظ	بحي جبل الجرف - تبسة-	فرع وكالة بكة للسياحة و الأسفار	29
Rofaidamail24@gmail.com	0666571069 0558860598	فرحات رفيدة	حي جبل لجرف تبسة	حور العين للسياحة و الأسفار	30
Lmaifi2015@gmail.com	037659072 0559754496	معيفي طارق	بطريق عنابة - مرسط ولاية تبسة	تومنوس للسياحة و الأسفار	31

Mesbahitour15@gmail.com	0559512793	مصباح ي الحاج	محلات جبائلي حي الهواء الطلق - تبسة -	أجناد للسياحة و الأسفار	32
platinumtravelalgeria@gmail.com	0772926847 037586057	طواهي ة ناجي	حي جبل الجرف تبسة	رولينغ ستونز للسياحة و الأسفار	33
Ab.tatar@gmail.com	0771977973 0666724564 037563992	تطار عصمان	حي الامير عبد القادر الطايق الارضي قسم 105 رقم 32 محل رقم 01 تبسة	تطار قولدن ترافل	34
/	0776514214 0661967923	جبار صابر	حي 55 مسكن عمارة B03 رقم 11 المحل رقم 02 الونزة تبسة	جبار ترافل للسياحة والأسفار	35
Hatem.maalem@gmail.com	0774452248	معلم حاتم	حي الزاوية 526 رقم 02 تبسة	تشاو ترافل	36
Imanbarkat17@gmail.com	0675513195 0661365807	ضيبي ايمان	حي هواري بومدين بئر العاتر ولاية تبسة	شارنا تورز	37
tourismetoile@gmail.com	0661596569	ورغي تقي الدين	حي امال قسم 105 مجموعة ملكية رقم C20 القطعة 02 تبسة	تالين طاسيلي سفاري للسياحة و الأسفار	38
baaloudjdjalloul@yahoo.fr	0662854956	بعلوج السعيد	شارع الشهيد عباد الزين الشريعة- تبسة	القارات السبع للسياحة	39
saidthevesttiur@gmail.com	0661774040	بخوش سعيد	حي سكانسكا تخصيص الشيخ العربي التبسي تبسة	رودينا للسياحة والأسفار	40
bhl.mohamed001@gmail.com	0675391426 0657303386	بهلول محمد الازهر	حي 50 سكن بلدية الشريعة ولاية تبسة	محمد الأزهر للسياحة و الأسفار	41
Amdjed.djeddi10@gmail.com	0542292888	جدي امجد	بشارع هواري بومدين رقم 94 تبسة- تبسة	امجد للسياحة و الأسفار	42
/	0557512715	براهمي رشيد	وسط مدينة بلدية الشريعة ولاية تبسة	الحاجة ربعية للسياحة و الأسفار	43
zinouabh@gmail.com	0670227193	عبد الحميد زين الدين	أرض قابة محمود بلدية الشريعة ولاية تبسة	يوغالي ترافل	44
saiidsakhri@gmail.com	0550446003	صخري السعيد	بجي واد الناقص محل رقم 01 تبسة	اينجوي ترافل سرفيس	45

Saadounesoufiane5@gmail.com	0665064708 0658669204	سعدون سفيان	الكائن مقرها الاجتماعي بحي يحي فارس حائطة 1025 رقم 01 تبسة	صمادح للسياحة و الأسفار	46
dhiamenas34@gmail.com	0666060035	مناصر ية ضياء الدين	حي الشيخ العربي التبسي	مناصيرية ضياء للسياحة و الأسفار	47
tender-travelBI969@gmail.com	0671322804	حميدان ابراهيم	طريق عنابة تبسة	دلولة للسياحة و الأسفار	48
tender-travelBI969@gmail.com	0560489751 0666001204	بومنجل نوار	الشارع الجديد محل رقم 04 تبسة	تندر للسياحة و الأسفار	49
/	0778734356	علوي خالد	المنطقة الحضرية الجديدة رقم 01	علوي ترافل	50
/	/	علوي عبد الرحيم	حي المطار رقم 01 تبسة	لوليت ترافل	51
Farouk djeddi 19878@gmail.com	0672218070	جدي فاروق	ارض صمادي علي محل رقم 01	ساند للسياحة و الاسفار	52
/	0666860620	شارف حكيم	شارع هواري بومدين	حكيم شارف للسياحة و الأسفار	53
idrisgaba@gmail.com	549824788	قابة ادريس	شارع الامل ،قسم 182 تبسة	قابة تورز	54
/	0662706371	ش.ذ.م. م	شارع الامير عبد القادر محل رقم 01 قسم 120 مجموعة رقم 20 تبسة	فرع وكالة النجاح ترافل انجسي	55
/	0662387358	زيد وناس	حي الدائرة السوق المغطاة، رقم 01 بئر العاتر تبسة	زيد وناس للسياحة و الأسفار	56
Ritej24@live.fr	0558019875	مرابط امير	المنطقة الحضرية الجديدة رقم 03 طريق عنابة مجموعة ملكية N52 قطعة رقم 07 قسم 22 تبسة	فرع وكالة رتاج للسياحة و الأسفار	57
Khalissa.f1988@gmail.com	0657706413	فرطاس خليصة	شارع هواري بومدين طابق الارضي قسم 133 مجموعة ملكية 163 تبسة	موفنيك للسياحة و الأسفار	58

medkoursihem12@gmail.com	0771415001	مذكور سهام	حي قنز حفناي محل رقم 02 بلدية العوينات تبسة	مواسم الغفران للسياحة و الأسفار	59
/	/	عرعار خولة	الشارع الجديد قسم 190 مجموعة ملكية رقم 84 تبسة	تريفاقو ترافل	60

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن دور وكالات السياحة والاسفار في تنمية السياحة الداخلية بالجزائر, وقد توصلت الدراسة الى ان دور هذه الوكالات في تنمية السياحة الداخلية لا يرقى الى المستوى المطلوب حيث ان هذه الاخيرة تواجه العديد من العراقيل اهمها عدم توفر الهياكل والخدمات السياحية اللائقة , اضافة الى ضعف التحفيزات من الجهات الوصية للقطاع بدلا من تنشيط السياحة الداخلية التي تعاني من اهمال وتهميش هذا ما دفع وكالات السياحة والاسفار الى التركيز على تنظيم السياحة الخارجية وكذا تصدير السياح .

حيث لابد من تسليط الضوء على السياحة الداخلية وتضافر الجهود من طرف الوكالات السياحية من خلال وضع اتفاقيات مع مديرية السياحة ووزارة السياحة وجميع المؤسسات المسؤولة على تطوير هذا القطاع الذي يعتبر قطاع اقليمي, لضمان مكانة الوكالات السياحية وزيادة الدخل الوطني وتعزيز التراث الثقافي الجزائري للنهوض بالقطاع السياحي بالجزائر والوصول للمستوى المطلوب

Abstract :

This study aimed to reveal the role of tourism and travel agencies in the development of internal tourism in Algeria. The study found that the role of these agencies in the development of internal tourism does not rise to the desired level as the latter faces many obstacles, the most important of which are the lack of accessible tourism structures and services, as well as the weak stimulus from the sector's wills rather than the revitalization of internal tourism that suffers from neglect and marginalization. Tourism and travel agencies have focused on regulating foreign tourism as well as tourist exports. Internal tourism must be highlighted and concerted by tourism agencies through agreements with the Directorate of Tourism, the Ministry of Tourism and all institutions responsible for the development of this sector, which is considered a horizontal sector, to ensure the status of tourism agencies, increase national income and promote Algeria's cultural heritage to promote the tourism sector in Algeria and reach the required level.