

الدليل السياحي في الجزائر: بين الأهمية وتنظيم النشاط

أ. / حبوشي عبد الناصر
المركز الجامعي لتبليغ - الجزائر
h.nacer2008@hotmail.fr

د. / حواس مولود
جامعة البويرة - الجزائر
houas.md@hotmail.com

The tour guide in Algeria: between its importance and organizing the activity

Received: July 2017

Accepted: August 2017

Published: September 2017

الملخص:

يعتبر نشاط الدليل السياحي من أهم الأنشطة المرتبطة بقطاع السياحة، حيث أنه مفتاح تمتع السائح بالوجهة السياحية، فهو يقوده ويُدله ويشرح له، كما أن الدليل المتمرس يمكنه المساهمة في تحسين صورة البلد المستضيف، عبر ما ينقله السياح من تجاربهم واحتكاكهم به، مما يستدعي العناية بهذا النشاط وضبط معايير صارمة لاختيار أفراد. تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الدليل السياحي في العملية السياحية والعمل الذي يقوم به من أجل إنجاحها، بالإضافة إلى التطرق إلى الضوابط القانونية التي تحكم هذا النشاط في الجزائر من مختلف جوانبه. وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن الدليل السياحي في الجزائر نوعان محلي ووطني وواجباته محددة، كما أن ممارسة هذا النشاط تقتضي الحصول على اعتماد وفق شروط محددة ومعايير مضبوطة مع ضرورة الالتزام ببعض الضوابط التي تحكم هذا النشاط. الكلمات المفتاحية: السياحة، العنصر البشري، الدليل في السياحي، التنمية السياحية، الجزائر. رموز *JEL*: J24، K31، M31، O15.

Abstract:

The activity of the tour guide is considered one of the most important activities related to the tourism sector. As it is the key to enjoying the touristic destination by the tourist, so the tour guide leads, guides and explains to the tourist. and if he has the experience needed, he can contribute to improve the image of the host country through the contact and experience that he pass it to the tourists. This activity requires attention and strict criteria for the selection of its members.

The purpose of this study is to highlight the importance of the tour guide in the tourism process, and the work he is doing in order to make it successful, in addition to it is addressing the legal controls that govern this activity in Algeria from all its aspects

This study shows that the tour guide in Algeria is local or national guide with specific duties, and the practice of this activity require the obtaining of the accreditation according to specific conditions and strict criteria, with the need to comply with some of the controls that govern this activity.

Key words: Tourism, the human element, the tour guide, tourism development, Algeria.

(JEL) Classification: J24, K31, M31, O15.

مقدمة:

مقدمة:

لقد أصبحت السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية الواجب الاعتناء والارتقاء بها لما يمكن أن يكون لها من مساهمة في الاقتصاد وزيادة مداخيل الدول من العملة الصعبة، حيث تعتبر في بعض الدول من القطاعات الإستراتيجية التي تولي لها الأهمية البالغة، نظرا لما تحققه من أرباح وما تعود به من إيجابيات على اقتصاديات تلك البلدان. إن قطاع السياحة ليس قطاعا منعزلا بل هو قطاع يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى على غرار النقل، الأمن، التأمين، .. الخ، كما أنه يحتاج إلى بنى تحتية (فنادق، مطاعم، قرى سياحية، هياكل ترفيه، .. الخ) وموارد بشرية لتنشيط مختلف هذه الهياكل والسهر على راحة السياح ومرافقتهم أثناء رحلاتهم وتجوّلهم في مختلف مناطق البلد المقصود. ومن بين النشاطات المهمة في القطاع السياحي نجد نشاط الدليل السياحي أو الدليل في السياحة الذي يعتبر عنصراً ضرورياً بالنسبة للسياح، فهو مفتاح الرحلة السياحية وبدونه لا يمكنهم فهم الجوانب الخفية في المقاصد السياحية، كما أنه يعكس من خلال تعامله معهم ثقافة بلده ونمط تفكير أهله، ونظرتهم إلى الحياة، فالسائح لا يمكنه أن يتعامل مع جميع السكان في المناطق التي يزورها، لكنه في المقابل قد يمضي أوقاتاً طويلة بجانب الدليل السياحي، وهذا ما يجعل من هذا النشاط ذا أهمية بالغة.

إن تنظيم أي نشاط يخضع لقوانين معينة تضبطه وتحدد إطاره، وفي الجزائر فإن نشاط الدليل في السياحة يخضع للمرسوم التنفيذي المحدد لشروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة وكيفيات ذلك، حيث يعتبر الإطار القانوني لممارسة هذا النشاط، فهو يحدد مفهوم الدليل في السياحة وأنواعه ومجال نشاطه، وشروط الحصول على الاعتماد لممارسة هذا النشاط وكيفيات ذلك، والواجبات المترتبة على الدليل السياحي. وعليه، يمكن طرح الإشكالية التالية:

" ما هي أهمية الدليل السياحي في العملية السياحية؟ وكيف ينظم نشاطه في الجزائر؟ "

وتتفرع عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

☞ ما هو دور الدليل السياحي في العملية السياحية وفيما تكمن أهميته؟

☞ كيف ينظم نشاط الدليل السياحي في الجزائر؟

☞ ما هي واجبات الدليل السياحي وشروط ممارسة هذا النشاط؟

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال تسليطها الضوء على كيفية تنظيم نشاط الدليل السياحي في الجزائر، باعتباره جانباً من الجوانب المفتاحية في نجاح العملية السياحية وضمان استمراريته، حيث أن الدليل السياحي يعتبر الوسيط بين السائح ومختلف جوانب المقصد السياحي الأخرى، وهو أحد الأسباب التي تسهل للسائح التمتع بوجهته وكشف أسرارها وخباياها، لذلك وجب الاهتمام بهذا النشاط.

إن هذه الدراسة تهدف إلى:

☞ التعريف بالدليل السياحي ودوره في العملية السياحية؛

☞ معرفة كيفية تنظيم نشاط الدليل السياحي في الجزائر وشروط ممارسته؛

☞ التطرق إلى أهم الالتزامات والواجبات المترتبة عن ممارسة نشاط الدليل السياحي.

وفي سبيل إجلاء الغموض عن عناصر هذا الموضوع وإبراز أهم مسائله، تم تقسيم هذا العمل إلى المحاور التالية:

☞ أساسيات حول السياحة؛

الإطار التنظيمي لنشاط الدليل السياحي؛

إدارة الإستراتيجية السياحية ودور العنصر البشري فيها.

المحور الأول: أساسيات حول السياحة

يناقش هذا المحور أساسيات حول السياحة، فيتناول مفهومها، أهميتها الاقتصادية، بالإضافة إلى السوق السياحي والعوامل المؤثرة في الجذب السياحي على الترتيب.

أولاً- مفهوم السياحة:

يعود أصل كلمة "السياحة" لكلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno"، والتي تعني السفر أو الترحال. وفي سنة 1643، تم استخدام مفهوم "Tourism" ليدل على التنقل والتجوال من مكان لآخر¹. أما بالنسبة للسياحة الحديثة، فقد ظهر مفهومها في القرن العشرين، نتيجة التطور الذي حدث في وسائل النقل البرية، البحرية والجوية. حيث تناول (Guyer Freuller, 1905)، السياحة بكونها: "ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة"².

أما (Hunziker & Kraft, 1943)، فقد أشارا إلى أن السياحة هي: "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر مؤقت لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي"³. وعرفها (Robert Lanquard, 1980) بأنها: "عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر، وصناعة تهدف إلى إشباع حاجات السياح"⁴.

في المقابل تناول (Joffre Dumazedier, 1988) المفهوم بحيث أشار إلى أن: "السياحة هي مجموعة الانشغالات التي يتعاطاها الشخص من أجل الترفيه عن النفس، أو لتطوير معلوماته أو تكوينه ومشاركته الاجتماعية أو لتطوير قدراته الإبداعية الحرة، بعد تخلصه من واجباته المهنية، العائلية، والاجتماعية"⁵.

في حين عرفتها المنظمة العالمية للسياحة (OMT) على أنها: "اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح"⁶.

وفي هذا الصدد، يمكن الاستناد إلى عدد من الخصائص والنقاط التي انبثقت عن اجتماع عقدهه هيئة الأمم المتحدة في روما سنة 1963، تحت عنوان "السياحة الدولية"، والذي جاء فيه حسب المجتمعين تعريف السائح الدولي على أنه: "كل شخص يكون موجوداً بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال أربع وعشرين (24) ساعة أو أكثر". فالسائح هو: "من ينتقل لغرض ما خارج الأفق الذي اعتاد الإقامة فيه، وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبته في الاستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة، ولسد حاجاته من الاستجمام والمتعة"⁷. وعليه يتم اعتبار الشخص سائحاً إذا قام برحلة⁸:

- للترفيه أو العلاج أو لأسباب أخرى؛
- لحضور اجتماعات أو مؤتمرات أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها؛
- على متن السفن (رحلة بحرية) ولو أقام لمدة تقل عن 24 ساعة؛

ويستثنى من فئة السياح كل من:

- الأشخاص الذين يصلون إلى البلد بعقد عمل أو الذين يبحثون عن العمل؛
- الواصلون للإقامة الدائمة في هذا البلد؛
- الطلبة والدارسين.

من خلال ما تم ذكره من تعريفات مختلفة للسياحة، يمكن أن نستخلص أن السياحة نشاط إنساني ينتج عنه الاتصال بين الأشخاص الذين يزورون مكاناً ما والسكان الأصليين لهذا المكان. فالسياحة هي عامل مساعد على الاتصال والتواصل الثقافي والحضاري بين الشعوب، كما تعتبر السياحة عاملاً للسلم، ومن هنا يظهر البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للظاهرة السياحية التي تساهم في عملية التنمية.

إذ أن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعمالات الصعبة، وفرصة لتشغيل اليد العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية.

ومن منظور اجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والتاريخية للأفراد والشعوب، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية، وتحسن مستوى معيشة الأفراد.

وعلى الصعيد البيئي، تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح، وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية والأثرية المختلفة، والتعرف على تضاريس المناطق، وعلى التنوع البيولوجي؛ بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

ثانياً- الأهمية الاقتصادية للسياحة:

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظراً لما تتمتع به من أهمية كبيرة في جوانب عديدة وبالأخص في الجانب الاقتصادي، حيث يمكن إبرازها من خلال النقاط التالية:

- خلق مناصب عمل: إذ أن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني قدرة السياحة على توليد فرص العمل، بحيث تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل إلى القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج. فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات، و10 مرات بالنسبة لقطاع البناء؛

- جذب العملات الصعبة: إذ تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة؛

- تحسين ميزان المدفوعات: فالسياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات السيادية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية، والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى؛

- نقل التقنيات التكنولوجية: إذ أن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي والفني للدولة المضيفة؛

- المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين المناطق : وهذا بقيام الدولة بتوزيع أوجه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية خاصة أو عمومية أو أجنبية في المناطق المختلفة من الوطن، مما يؤدي

إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم، والمساهمة البناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مناطق الوطن وحل الكثير من المشكلات الاجتماعية فيها؛

▪ المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني وتحقيق الرفاهية للمجتمع، مع حماية الموارد الطبيعية والسياحية.

ثالثاً- السوق السياحي:

إنّ سوق الخدمات السياحية هو ذلك المجال الذي يتقابل فيه الطلب السياحي من السائحين بالعرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات والشركات السياحية العاملة في مجال الخدمات السياحية، وهذا كما يلي¹⁰:

1- العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي بأنه: "ما تقدمه المنطقة السياحية، وما تحتويه من مقومات سياحية، سواء أكانت عوامل جذب طبيعية أو تاريخية أو صناعية. إضافة إلى الخدمات والسلع التي تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر"¹¹.

لقد صنفت المنظمة العالمية للسياحة العرض السياحي في سبعة عناصر، هي¹²:

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، منابع المياه، الشواطئ، الأنهار والصحاري، الجبال، ... إلخ؛
- التراث الطاقوي؛
- التراث البشري: المعطيات الجغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد، والمعطيات الثقافية؛
- الجوانب التنظيمية والدستورية والسياسية؛
- الجوانب الاجتماعية: التركيبات والبنيات الاجتماعية والعرقية للبلد، التربية، الإعلام والإشهار؛
- وسائل الخدمات (النقل، الإيواء، الإطعام)؛
- الأنشطة الاقتصادية والمالية.

وما تجدر الإشارة إليه، هو أنه يمكن إجمال مواصفات العرض السياحي فيما يلي¹³:

☞ يعتمد العرض السياحي بشكل كبير على عنصر العمل، وينسب تفوق عرض الأنشطة الزراعية والصناعية، حيث يمتاز النشاط السياحي كونه نشاطاً خدمياً بصعوبة إحلال الماكنة محل عنصر العمل، ويبقى استخدام الماكنة محدوداً جداً في عملية تقديم الخدمات السياحية؛

☞ يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية مباشرة في الغالب، ويتم تصنيع هذه الخدمات على مدار اليوم أو حتى على مدار الساعة، وفي الغالب يتم تقديم الخدمات السياحية أمام مرأى السياح، وبذلك يمتاز العرض السياحي بعدم إمكانية حجب المنتج الرديء عن المستهلك، وأنّ أي خطأ يقع فيه العامل سوف يكون ظاهراً للعيان ومن الصعوبة تلافيه؛

☞ العرض السياحي غير قابل للتخزين، فطالما أنه عرض خدمي فلا يمكن تخزينه، وبذلك يكون عرضاً آنياً ومباشراً؛

☞ العرض السياحي غير قابل للنقل، فالمعتاد غالباً أنّ المستهلك تثبت والسلعة هي التي تتحرك، ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة، وهناك بعض السلع تصل إلى منزل المستهلك، إلا أنّ الحال يختلف تماماً في العرض السياحي، فالعرض السياحي هو الثابت، والمستهلك (السائح) هو الذي يتنقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمات السياحية؛

يمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له، فالمنتج السياحي مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية، وعادة ما يصعب فصل هذه العناصر والمكونات عن بعضها، فالعوامل الطبيعية تتشابه مع العوامل التاريخية والدينية والتراثية والحضارية... إلخ، لتشكل بمجموعها العرض السياحي، وقد يجمع السائح بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد، فبالإمكان الجمع بين السياحة الدينية والسياحة الاقتصادية والسياحة الموسمية في آن واحد، ففي الوقت الذي يقوم السائح بزيارة الأماكن التاريخية يزور الأسواق بهدف التمتع؛ العرض السياحي يخضع للمنافسة، فطالما أن الحاجة للسياحة حاجة كمالية في الغالب، فإنها تخضع للمنافسة من قبل السلع البديلة، وطالما أن العرض السياحي متوفر بشكل كبير في أرجاء العالم فإن هناك تنافسا بين البلدان على تسويقه (العرض السياحي)، فهناك تنافس على صعيد المواقع السياحية داخل البلد الواحد، وهناك تنافس على المنشآت السياحية داخل الموقع السياحي الواحد؛

تعدد المنتجين الذين يشاركون بالعرض السياحي، فطالما أن العرض السياحي متعدد ومتنوع وواسع وشامل، فهذا يعني أن هناك عددا كبيرا من المنتجين الذين يساهمون في تصنيع المنتج السياحي، ومنهم من يكون داخل حدود القطاع، مثل: أصحاب الفنادق، المطاعم، مكاتب السياحة والسفر... إلخ، ومنهم من يكون خارج حدود القطاع السياحي، مثل: محطات الكهرباء، الغاز، مشاريع البنى التحتية الأخرى، وهكذا فإن لكل منتج دوره في تقديم العرض السياحي؛

العرض السياحي عرض غير مرن، أي أن التغيير النسبي في الكميات المعروضة أقل من التغيير النسبي في الأسعار.

2- الطلب السياحي:

الطلب بشكل عام هو الكمية التي تنوي مجموعة من المستهلكين شراءها من سلعة معينة وبسعر محدد في زمان ومكان محددين. ولكن الطلب بالنسبة للسياحة يجعل المسألة تختلف، وذلك لوجود عوامل عديدة تؤثر على السائح للسفر إلى منطقة ما، وذلك وفقاً لعناصر مختلفة، مثل: مدى توفر وقت الفراغ، ومستوى الدخل، وهل يوجد فائض وزيادة في الدخل يمكن استخدامها للقيام برحلة سياحية. ولا شك أن هذه العوامل تلعب دوراً في تحديد المنطقة المراد زيارتها. ومنه، يمكن تعريف الطلب السياحي على أنه: "العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، وفي مدة زمنية محددة"¹⁴.

إن من أهم أسباب زيادة الطلب السياحي، ما يلي¹⁵:

- زيادة أوقات الفراغ والإجازات المدفوعة الأجر؛
 - زيادة الدخل القابل للإنفاق؛
 - سهولة وإمكانية والقدرة على التنقل؛
 - أسعار السلع والخدمات وتكاليف السفر والإقامة؛
 - الصفات الديموغرافية المختلفة، مثل: العمر والجنس والحالة الاجتماعية.
- وما تجدر الإشارة إليه، هو أنه يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي، هي¹⁶:

☞ الطلب السياحي العام: ويقصد بهذا النوع من الطلب السياحي، الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام بصرف النظر عن الوقت والنوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها؛

☞ الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغبته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات، ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلباً خاصاً بسائح ما أو مجموعة من السياح وليس كل السياح؛

☞ الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكتملة أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على شركات النقل السياحي أو الوكالات السياحية، الطلب على المأكولات والأطعمة. وتوسع أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص، ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك.

ويمكن إجمال خصائص الطلب السياحي فيما يلي¹⁷:

☞ المرونة: يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة اتجاه التغير في الأسعار، أي أنه كلما انخفضت الأسعار في منطقة ما زاد تدفق السياح إليها والعكس صحيح، ولكن هناك بعض المناطق الراقية، مثل: جزر بحر الكاريبي فالأمر مختلف، أي كلما انخفضت الأسعار قل تدفق السياح إليها، والسبب في ذلك أن هذه المناطق مخصصة لطبقة معينة من السياح الذين يمثلون رجال الأعمال بالدرجة الأولى وبعض الممثلين المشهورين في العالم، إذ أنهم يفضلون الذهاب إلى مناطق مميزة وغالية، ويعتبرونه نوعاً من الفخر والتباهي، ولكن عند انخفاض الأسعار يقل تدفق هؤلاء الأشخاص إلى هذه المناطق لأنهم يعتبرونها أماكن عامة لكافة الناس؛

☞ الحساسية: يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية. فالبلدان غير المستقرة سياسياً وأمنياً اتجاه التغيرات الاجتماعية، والتي تتعرض لاضطرابات سياسية لا تستطيع جذب السياح إليها حتى وإن كانت أسعارها منخفضة؛

☞ التوسع: هذا وقد زاد الطلب السياحي في السنوات الأخيرة، وذلك لعدة أسباب، أهمها ما يلي:

- التطور التكنولوجي، وخصوصاً في مجال النقل؛
- تطور وسائل الاتصالات ونقل المعلومات شجع على السفر للتعرف على مناطق وشعوب أخرى؛
- التطور الاقتصادي، وخاصة زيادة الدخل في الدول الغنية ساعد على زيادة عدد القادرين على السفر والسياحة؛
- زيادة أوقات الفراغ.

☞ الموسمية: من المعروف أن للسياحة موسماً يتميز بكثرة تدفق السياح يطلق عليه موسم الذروة، وموسماً يقل فيه عدد السياح يطلق عليه موسم الكساد أو موسم وسط، حيث يسود الطلب السياحي الدولي خاصة الموسمية، والتي تؤثر على اتجاهاته وحجمه فترات الذروة وفترات الركود، وأسباب الموسمية هي المناخ والعوامل التنظيمية في الدول المصدرة للسائحين، وتشمل هذه الأخيرة مواعيد العطلات المدرسية في الصيف ومواعيد غلق المصانع في شهر أوت، بالإضافة

إلى بعض المواسم والأعياد، وبذلك يرتفع الطلب السياحي من الدول المصدرة للسياح في هذه المواسم وينخفض فيما عداها من أشهر السنة؛

﴿ المنافسة: والمقصود بها عدم سيادة المنافسة الصافية أو ما يسمى باحتكار القلة في السياحة، حيث أن الدول التي تمتلك أثراً قديمة أو مقومات سياحية طبيعية يكون من الصعب منافستها من قبل الدول التي لا تملك مثل هذه المقومات؛

﴿ عدم التكرار: أي أن السائح نادراً ما يقوم بزيارة المنطقة نفسها التي زارها من قبل.

رابعا- العوامل المؤثرة في الجذب السياحي:

هناك العديد من العوامل المؤثرة في الجذب السياحي، أهمها ما يلي¹⁸:

1- المقومات التاريخية والدينية والأثرية:

يعتبر العمق التاريخي لبلد المقصد السياحي عامل جذب لعدد كبير من تيارات السياحة حول العالم، فالأثر التاريخي يعطي احترام وتجسيد لهوية تلك المنطقة وهو شاهد على جذورها التاريخية، وبطبيعة الحال فإن للمواقع الدينية اهتمام واحتراماً خاصاً لدى أبناء الديانات السماوية، حيث تعتبر بحد ذاتها عامل جذب كافياً للقيام بالرحلة السياحية كونها ترتبط بأبعاد نفسية وروحية لتلك المواقع.

2- عوامل الأمن والاستقرار:

يشكل الأمن العامل الأبرز لقرار السائح باختيار المنطقة قبل الحديث عن أهمية وجمال المكان، كون المحافظة على الحياة وسلامة النفس واحدة من أهم المتطلبات التي يريدها الفرد أثناء القيام بالزيارة.

3- المقومات الحديثة والتسهيلات السياحية:

ينشد معظم الزوار أثناء القيام بالرحلة السياحية الرغبة في الحصول والتمتع بالخدمات السياحية والرقي في التعامل مقابل المبالغ التي يدفعها السائح، وبالتالي أصبحت الخدمات والتسهيلات المقدمة نقطة مفاضلة في اختيار الموقع السياحي.

4- الاتصالات:

أصبحت الاتصالات في الوقت الحديث علامة فارقة في الحركة السياحية حول العالم، وهي بذات الوقت تعبير عن مدى التقدم الذي وصلت إليه تلك الدولة، فالسياحة الحديثة تعتمد على أنظمة الاتصالات الحديثة في عملية تسويق السياحة وتسهيل الإجراءات والأنشطة المرافقة، كما أنها تعطي للشخص الزائر إمكانية التواصل مع مناطق أخرى أثناء قيامه بالزيارة.

5- النظام المتطور للمصارف:

أصبح نظام المصارف الحديث وسهولة التعامل معه عنواناً ومؤشراً لمدى التقدم في الدول، كونه عنواناً آخر للانفتاح وسهولة التعامل مع العالم الخارجي، لذا يرغب الزائر عادة في الحصول على خدمات مصرفية بأنظمة متطورة تسهل عليه حركة نقل الأموال دون عناء.

6- التطور في المجال الطبي:

أفضى التباين بين دول العالم في المجال الطبي إلى وجود حركة سياحة علاجية باتجاهين، الأول يتمثل بالحركة من الدول الأقل تطوراً إلى تلك الدول التي قطعت شوطاً طويلاً في مجال التقدم الطبي، أما التيار الآخر فجاء نتيجة الاختلاف في تكاليف الرعاية الطبية بين مجموعة الدول المتقدمة في المجال الطبي.

7 - الارتقاء في البنية التحتية:

يشكل تطور خدمات النقل بمختلف أنواعها وتوفرها عاملاً مهماً في سهولة الوصول إلى البلد المضيف وسهولة الحركة بين أطرافه، وعادة ما ترتبط حركة الأفواج السياحية بخطوط النقل المتوفرة والتي تتميز بسهولتها وبأسعارها التنافسية. كما تتطلب العملية السياحية وجود وتوفر الحد الأدنى من خدمات البنية التحتية (الماء، الكهرباء، شبكات الصرف الصحي) في الموقع السياحي ليصبح المكان ملائماً للقيام بتلك الزيارة والتمتع بها.

8 - التطور في المجال التعليمي:

تندرج حركة الأشخاص لطلب العلم تحت مضلة السياحة التعليمية، نتيجة اختلاف قدرات الدول على توفير المؤسسات التعليمية من الناحيتين الكمية والنوعية، لذا يتحرك الطلبة من دولهم باتجاه الدول الأخرى طلباً للمعرفة العلمية أو لتحسين كفاءاتهم أو للتعرف على تجارب الدول في مجالات تعليمية مختلفة أو للمشاركة في الندوات والملتقيات. وهذه الحركة تتوزع باتجاهين، الاتجاه الأول يتمثل في حركة السياحة التعليمية من الدول النامية إلى الدول المتقدمة، أما الثاني فهو الحركة البينية من الدول النامية إلى دول أخرى نامية أكثر تقدماً في المجال التعليمي.

المحور الثاني: الإطار التنظيمي لنشاط الدليل السياحي

يتناول هذا المحور الإطار التنظيمي لنشاط الدليل السياحي، فيتطرق على الترتيب إلى مفهوم الدليل السياحي، شروط ممارسة نشاطه، وكذا واجبات الدليل السياحي.

أولاً - مفهوم الدليل السياحي:

يعرف الدليل السياحي بأنه: "الدليل الذي يقود ويرشد السائح أو المجموعة السياحية أثناء السفر والرحلة السياحية أي كان نوعها"¹⁹. كما يعرف على أنه: "ذلك الشخص (ذكراً كان أم أنثى) المثقف المتعلم والواعي لتقديم رسالة وصورة واضحة وصادقة عن بلده دون زيادة أو نقصان، وهو بالتالي أول وآخر شخص يقابل ويودع المجموعة السياحية، وعليه تقع مسؤولية المحافظة على المجموعة السياحية التي يرافقها، وهو الصورة الحقيقية الممثلة لبلده، أي أنه السفير لبلده، وخلال مرافقته للمجموعة السياحية يجب على هذا السفير أن يكون على خلق رفيع، يتحلى بالصبر، وأن يكون معطاء في جميع الحالات التي تواجهه، وأن يملك القدرة على احتواء جميع المشاكل والمصاعب التي قد تواجهه بكل لطف وكياسة وتهذيب، لأن هذه المهنة من أبل المهن وأرفعها، وبها يستطيع الإنسان الواعي لعمله، التعرف والاختلاط بثقافات ولغات وأفكار وحضارات متعددة، بحيث تحسن رصيده الفكري والحضاري والثقافي واللغوي"²⁰.

وعرفه المشرع الجزائري على أنه: "كل شخص طبيعي يرافق السياح الوطنيين أو الأجانب بصفة دائمة أو موسمية مقابل أجر، بمناسبة رحلات سياحية أو أسفار منظمة أو نزوات على متن سيارات للنقل العمومي في الطريق العام، في المتاحف والنصب التذكارية والمعالم التاريخية والحضائر الثقافية"²¹.

كما نص على أن نشاط الدليل في السياحة ينظم في صنفين، هما²²:

☞ الدليل في السياحة الوطني، المرخص له بممارسة نشاطاته في كامل التراب الوطني؛

الدليل في السياحة المحلي، المرخص له بممارسة نشاطاته في إقليم ولاية أو ولايتين. ما يلاحظ عن تعريف المشرع الجزائري أنه أشار إلى الإطار العام لنشاط الدليل السياحي، من حيث طبيعة هذا الدليل (شخص طبيعي وليس شخصاً معنوياً)، مهامه الأساسية (مرافقة السياح سواء كانوا من داخل الوطن أو أجانب)، مدة الخدمة (دائمة أو موسمية)، أداء الخدمة بمقابل، زمن أداء الخدمة (أثناء الرحلات السياحية، الأسفار المنظمة، النزاهات)، مكان أداء الخدمة (المتاحف، النصب التذكارية، المعالم الأثرية، الحظائر الثقافية). وبالعودة إلى القانون رقم 99-06، نجد أن نشاط الدليل السياحي يمكن أن يكون في إطار عمل وكالات السياحة والأسفار وبالتنسيق معها، حيث تستعين به أثناء تقديم خدماتها للسياح كترجمين أو كدليلين²³. وعليه، فالدليل السياحي بصورة عامة هو الشخص الذي يقوم بمرافقة السائحين والزوار والوفود الأجنبية إلى المدن والمناطق والمعالم والمنشآت والمواقع السياحية والتاريخية والأثرية، ويزودهم بالمعلومات اللازمة عنها، والرد على استفساراتهم بمعلومات دقيقة وصحيحة وموضوعية وتجنب الإضافات والاجتهادات والتعليقات والآراء الشخصية، والبقاء معهم ومرافقتهم من تاريخ وصولهم حتى مغادرتهم، كما يعمل على سلامة السائحين الذين يرافقهم والحفاظ على ممتلكاتهم وعدم تعريضهم لأي مضايقات. ومقابل قيامه بهذه الأعمال يحصل الدليل السياحي على أجر مادي تحدده الأجهزة الرسمية، أو يتفق بشأنه مع المنظمين للرحلات السياحية أو حتى مع السائحين أنفسهم. ويعد الدليل السياحي أهم محور في التنمية السياحية، وتم اعتماد هذا بموجب القرار [A/RES/406(XIII)] الصادر عن الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية في دورتها الثالثة عشرة، التي عقدت في سانتياغو - تشيلي، في الفترة الممتدة ما بين 27 سبتمبر و 01 أكتوبر 1999. هذا وقد أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بضرورة تنشيط السياحة وتنميتها، من أجل المساهمة في التنمية الاقتصادية والتفاهم الدولي والسلام والرفاهية والاحترام العالمي لحقوق الإنسان والحريات الأساسية وتوفيرها للجميع دون تمييز من حيث العرق أو الجنس أو اللغة أو الدين²⁴. وما تجدر الإشارة إليه، أن هناك عدة أنواع من الأدلاء السياحيين، وذلك حسب طبيعة وهدف الرحلات السياحية، وهذا كما يلي:

1. الدليل السياحي Tour Guide
2. المترجم السياحي Interpreters
3. منظم الرحلات السياحية Tour Managers
4. دليل المدن Urban Guide
5. الدليل المحلي Local Guide
6. الدليل الحكومي Government Guide
7. الدليل السائق Driver Guide
8. دليل رجال الأعمال Business or Industry Guide
9. دليل المغامرات Adventure Guide
10. الأدلاء المتطوعون Volunteer guides

ويعد الدليل السياحي بمثابة السفير والصحفي والمعلم والنّاقل الأمين لثقافة وحضارة وأصالة الشعب في البلد المضيف، وهو في نفس الوقت الجندي الوفي لمبادئ أمته من خلال تصحيح الانطباعات الخاطئة، والتصرف الواعي

السليم القائم على الحوار والمنطق، فالدليل السياحي هو أول من يلتقي السائح وآخر من يودعه، كما أنه أولى الأشخاص بتشكيل الانطباع الأول والأخير في ذهن السائح القادم إلى البلد المضيف، فهو يستطيع تغيير أي انطباعات غير إيجابية حول بلده وحضارته، بالإضافة إلى أنه يغرس الصورة المطلوبة في أذهان السياح.

يكتسب دور الدليل السياحي أهمية بارزة في نجاح الرحلة السياحية، وإعطائها طابعاً ثقافياً يركز على معرفة حقائق ومعلومات تغني ذاكرة السائح وثقافته العامة، لتشكل بذلك صورة كاملة تجمع بين مشاهد حية ومعلومات موثقة وصحيحة تساعد على ترسيخها في المخيلة. ولا تقتصر مهمة هذا الدليل على مرافقة السياح وإرشادهم إلى الأماكن السياحية المهمة والمعالم الأثرية والتاريخية والمتاحف وإعطائهم معلومات عنها، بل تمتد إلى مساهمته بدرجة كبيرة في إعطاء صورة سلبية أو إيجابية عن بلاده، خاصة أن السائح قد يمضي أياماً في البلد المقصود من دون أن يتعرف أو يتواصل مباشرة إلا مع الشخص الذي يرافقه لساعات طويلة قد تصل في بعض الأحيان إلى أيام²⁵.

فعلى عاتق الدليل السياحي تقع دائماً مسؤولية إنجاح الرحلة السياحية وتقديم الصورة الإيجابية عن وطنه للسائحين، فهو المصدر الرئيسي للمعلومات التي يحصلون عليها عن التراث الحضاري والتاريخي والثقافي والعادات والتقاليد والحياة الاجتماعية التي يعيشها السكان في المناطق السياحية التي يرافق السائحين لزيارتها. وتشكل المعلومات التي ينقلها الدليل السياحي للسائحين، مع ما يشاهدونه على الطبيعة، من مناظر طبيعية ومنشآت ومعالم وآثار وأدوات وحرف، في المناطق التي يقومون بزيارتها، موضوعاً متكاملًا يشبع فضول السائحين ويوجب على استفساراتهم ويرسخ المعلومات والصور الحية في أذهانهم، وهو ما يشعروهم بالراحة والرضا.

وعليه، فإنه من الواجب الوعي بأهمية العملية الإرشادية، وخطورة ممارستها على العملية السياحة بشكل عام، وبالتالي فنجاح العملية الإرشادية من عدمه، يؤثر سلباً أو إيجاباً على العملية السياحية بأكملها، وذلك بالقدر الذي يبذل في محاولة تقديمها بشكل فني محترف قائم على العلمية والخبرة والمتابعة.

ثانياً- شروط الالتحاق بنشاط الدليل السياحي:

يكتسب نشاط الدليل في السياحة أهمية بالغة نظراً لدوره المحوري في العملية السياحية، حيث أنه في الظاهر يتعلق بمرافقة السياح وإرشادهم، لكنه قد يتجاوز هذا الأمر إذا لم يتم ضبطه بشكل جيد، ليمس تأثيره صورة البلد، بالإضافة إلى حساسيته في بعض الجوانب المتعلقة بأمن السياح من جهة والأمن الوطني من جهة أخرى، وعليه فإن المشرع الجزائري قام بضبط الشروط الواجب توفرها لممارسة هذا النشاط.

حسب المواد (04)، (05) و(06) من المرسوم التنفيذي رقم 06-224، فإن ممارسة نشاط الدليل السياحي تخضع للحصول المسبق على اعتماد - يدعى اعتماد الدليل في السياحة ويسلم من قبل الوزير المكلف بالسياحة - والقيود في السجل التجاري، حيث لا يجوز لأي كان أن يطلب الحصول على اعتماد لممارسة نشاط الدليل في السياحة ما لم تتوفر فيه الشروط الآتية²⁶:

- بلوغ سن واحد وعشرين (21) سنة على الأقل؛
- القدرة البدنية على ممارسة نشاطات الدليل في السياحة؛
- التمتع بحقوقه المدنية والوطنية؛
- إثبات تأهيل مهني له صلة بنشاط الدليل في السياحة، حيث يقصد بهذا التأهيل:

↪ بالنسبة للدليل في السياحة الوطني: حيازة شهادة عليا في مجال التاريخ أو الفن أو علم الآثار أو السياحة أو علوم الطبيعة أو الهندسة المعمارية، بالإضافة إلى إتقان فضلا عن اللغة العربية، لغتين أجنبيتين على أقل؛

↪ بالنسبة للدليل في السياحة المحلي: حيازة شهادة تقني سام في المجال، إضافة إلى إتقان فضلا عن اللغة العربية، لغة أجنبية على الأقل.

يتبين من الشروط المذكورة أعلاه، أن المشرع الجزائري حدد أهم الشروط التي تضبط نشاط الدليل السياحي، فمن جانب السن فرغم أن سن الرشد محدد بـ 19 سنة كاملة، إلا أن تحديد سن 21 سنة لممارسة هذا النشاط تمليه ضرورة حصول صاحبه على شهادة في المجال وتحليه بالمسؤولية، كما أن القدرة البدنية شرط أساسي وعامل ضروري لممارسة هذا النشاط، بالإضافة إلى التمتع بالحقوق المدنية والوطنية، فلا يعقل أن يمارس هذا النشاط شخص فاقد للحقوق ومحروم منها، ولا يمكن إغفال أهم شرط يحدد العلاقة بين الشخص والنشاط، وهو التأهيل المهني المتضمن حيازة شهادة في أي من المجالات المرتبطة مباشرة بمجال السياحة وإتقان لغة أجنبية على الأقل فضلا عن اللغة العربية. كما نشير إلى أن المشرع الجزائري أوجب التعامل مع الأدلاء السياحيين المعتمدين من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة دون غيرهم، وخصوصا وكالات السياحة والأسفار، حيث يشير القانون رقم 99-06، المحدد للقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار في مادته الـ (27) إلى أنه: "يجب على الوكالات استخدام الأدلاء السياحيين المعتمدين من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة في مرافقة السياح خلال زيارتهم للمتاحف والآثار التاريخية والمواقع الأثرية وتقديم شروحات لهم"²⁷.

وما ينبغي التنويه به، هو أن الحصول على اعتماد ممارسة نشاط الدليل السياحي يتم بإيداع طلب لدى المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالسياحة مقابل تسلم وصل استلام يؤكد إيداع الطلب، حيث يجب أن يرفق الطلب بالوثائق الآتية²⁸:

- مستخرج من عقد الميلاد؛
 - مستخرج من صحيفة السوابق القضائية (رقم 3) لا يتجاوز تاريخ إصدارها ثلاثة أشهر؛
 - الوثائق التي تثبت التأهيل المهني.
- يتعين على المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالسياحة الرد على صاحب الطلب في أجل ثلاثة (03) أشهر ابتداء من تاريخ استلام طلب الاعتماد، حيث يرفض الاعتماد:
- إذا لم تتوفر في صاحب الطلب الشروط المطلوبة؛
 - إذا كان صاحب الطلب محل سحب نهائي للاعتماد.
- ويجب أن تبرر المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالسياحة قرار الرفض وتبلغه إلى صاحب الطلب برسالة موصى عليها مع وصل استلام، حيث يمكن لصاحب الطلب في حالة الرفض تقديم طعن كتابي لدى الوزير المكلف بالسياحة مرفوقاً بمعلومات أو مبررات جديدة قصد الحصول على دراسة إضافية، حيث يجب أن يصل طلب الطعن إلى الوزير المكلف بالسياحة في أجل شهرين (02) ابتداء من تاريخ تبليغ الرفض، ويتعين على الوزير في هذه الحالة أن يفصل في ذلك في غضون الشهر الذي يلي استلام طلب الطعن.
- إن اعتماد الدليل في السياحة هو اعتماد:

شخصي: حيث يمنح للشخص (الطبيعي) الذي تقدم بطلب للحصول عليه، وهو خاص بالأشخاص منفردين، وليس بمجموعة أفراد أو بالمؤسسات أو الهيئات؛

قابل للإلغاء: في حالة وفاة صاحبه أو تخليه عن النشاط أو السحب النهائي للاعتماد منه (في حالة مخالفة القواعد والشروط المنظمة لهذا النشاط)؛

لا يمكن التنازل عنه: من شخص إلى آخر مهما كانت صفته؛

لا يمكن أن يكون موضوع إيجار أيا كان شكله؛

يمنح لمدة غير محددة: حيث لا يكون دورياً ولا يخضع للتجديد.

إن الحصول على اعتماد الدليل في السياحة يؤدي إلى تقييد صاحبه في سجل الأدلاء في السياحة المفتوح لدى الوزير المكلف بالسياحة، حيث يفرض القيد في هذا السجل إلى تسليم بطاقة القيد في السجل، والتي تسمى "بطاقة الدليل في السياحة"، وهي على نوعين "بطاقة الدليل في السياحة الوطني" و"بطاقة الدليل في السياحة المحلي"، حيث يجب أن تتضمن:

▪ صنف الدليل الممارس (وطني أو محلي)؛

▪ اسم الدليل في السياحة ولقبه وعنوانه؛

▪ الرقم التسلسلي المطابق للرقم المذكور في السجل المتعلق به.

وفي حالة وفاة صاحب الاعتماد أو تخليه عن ممارسة نشاطه، يصرح الوزير المكلف بالسياحة بإلغاء الاعتماد،

ويجب أن تقييد عبارة الإلغاء على سجل الأدلاء في السياحة الذي تم فيه تقييد صاحب الاعتماد عند منحه الاعتماد لأول مرة.

ومن جهة أخرى، فإن المادة (16) من المرسوم التنفيذي رقم 06-224 المذكور أعلاه²⁹، نصت على أنه: "يحدّد

الاعتمادان النموذجيان للدليل في السياحة، وكذا بطاقة القيد في سجل الأدلاء في السياحة بقرار من الوزير المكلف بالسياحة"، وبالرجوع إلى القرار المؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1429 الموافق 18 مارس سنة 2008، المحدّد للاعتمادين النموذجيين للدليل في السياحة وكذا بطاقة الدليل في السياحة، فإن المادة (02) منه تنص على أن: "يصمّم اعتماد الدليل في السياحة من ورق مقوى لونه أبيض. تصمم بطاقة الدليل في السياحة من ورق مقوى، وتتضمن جناحين (02) يكون مقاس كل جناح 12 سم × 8 سم، بلون أبيض بالنسبة "للدليل في السياحة الوطني" ولون أصفر بالنسبة "للدليل في السياحة المحلي".

ثالثاً- واجبات الدليل السياحي:

نص المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 06-224، على مجمل الواجبات التي يتعين على الدليل

السياحي أدائها في إطار ممارسة مهنته وأثناء ممارسة مهامه، والتي يمكن إجمالها في النقاط الآتية³⁰:

- أداء التزاماته اتجاه زبائنه مع مراعاة الأحكام المنصوص عليها في هذا المرسوم وحسب أعراف المهنة؛
- تقديم الخدمة على أحسن وجه؛
- احترام القوانين والتنظيمات التي تسيّر النشاط؛

- تقييد جميع العمليات التي ينفذها في سجل ترقمه وتؤشر عليه المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالسياحة، مع الاحتفاظ بهذا السجل خلال مدة خمس (05) سنوات على الأقل، وتقديمه إلى كل عون تؤهله الإدارة المكلفة بالسياحة للقيام بمراقبات؛
 - حمل بطاقة الدليل الخاصة به بصفة دائمة، والتزود بدفتر للشكاوى، يوضع تحت تصرف السياح، مرقم ومؤشر من طرف المصالح المختصة للوزارة المكلفة بالسياحة؛
 - تمثيل وكالات السياحة والمتعاملين في السياحة الذين يلتمسون خدماته، لدى السياح والمسافرين عند استيفاء إجراءات السفر والوصول إلى الخدمات التي تهتم بتقلهم وإقامتهم؛
 - تقديم التعليقات والشروحات للسياح حول الأماكن أو المناطق التي تتم زيارتها؛
 - تنظيم تسليية السياح، والتأكد من تحضير العمليات التي كلف بها وحسن سيرها؛
 - اختيار السبل والممرات داخل البلدات تبعاً لمعايير سياحية في جوهرها؛
 - وضع قائمة بأسماء المؤسسات التجارية والأسواق ومعارض الصناعة التقليدية والمواقع المصنفة ضمن التراث العالمي، تحت تصرف زبائنه؛
 - مراعاة التنظيمات الخاصة بهذا المجال بدقة، والتماس مساعدة الأعوان المتخصصين في هذا الإطار، بمناسبة زيارات المتاحف والنصب التذكارية التاريخية ومواقع حرب التحرير الوطني والحظائر الطبيعية والثقافية؛
 - يحضر عليه تنظيم زيارات لأية مؤسسة بمبادرة خاصة منه دون أن يسبقها طلب صريح من السياح الذين يرافقهم؛
 - يحضر عليه التدخل في المعاملات التجارية بين السياح وأصحاب المؤسسات. غير أنه يمكنه أن يساعد زبائنه كمتوهم في تلك المعاملات التجارية؛
 - الامتناع عن كل الأعمال والتصرفات والمواقف التي تتنافى ومصالح البلد أو تساهم في الإضرار به؛
 - الالتزام بإرسال بطاقة إحصائية تبين عدد السياح الذين تمت مرافقتهم والأماكن التي تمت زيارتها، إلى الإدارة المكلفة بالسياحة، في كل ثلاثي؛
 - الالتزام بالخضوع لرقابات الأعوان المؤهلين التابعين للإدارة المكلفة بالسياحة وكل عون آخر مؤهل قانوناً، وتقديم كل وثيقة لها صلة بنشاطه لهم.
- هذه مجمل الواجبات التي يتعين على الدليل السياحي في الجزائر أدائها وفقاً لنص القانون، مع الإشارة إلى أن دخوله أثناء ممارسة أعماله إلى المتاحف والنصب التذكارية والمواقع والحظائر الثقافية والتاريخية الواقعة في منطقة نشاطه يكون مجانياً.

المحور الثالث: إدارة الإستراتيجية السياحية ودور العنصر البشري فيها

يناقش هذا المحور إدارة الإستراتيجية السياحية ودور العنصر البشري فيها.

أولاً- إدارة الإستراتيجية السياحية:

تمثل الإدارة العلمية والمتوازنة والمؤهلة لأية إستراتيجية شاملة للسياحة الشرط الأول والأساسي لنجاحها في تحقيق أهدافها، وبشكل عام، تتضمن معالجة إدارة الإستراتيجية السياحية بالشكل المطلوب عرض عدد من العناصر، والتي نوردتها كما يلي³¹:

- القناعة بشراكة القطاع الحكومي والمحلي في تنفيذ أهداف الإستراتيجية السياحية التي يتم الاتفاق على محاورها، وذلك من خلال تحديد مساهمة كل قطاع في تكاليف تنفيذ الإستراتيجية وحصول كل طرف على العوائد أو الإيرادات التي تحفره للاستثمار واستمرارية العمل في تنفيذ الأهداف المطلوبة منه؛
- تأهيل تسويقي وإداري كافيين لكافة العاملين في إدارة الشؤون السياحية، ذلك أن التأهيل والتدريب للعاملين في الشؤون السياحية من الأمور المساعدة على النجاح وتحقيق الأهداف المراد إنجازها لهذا الموقع أو الفندق أو ذاك، كما أن تأهيل الإدارة العليا تسويقياً وإدارياً في كل موقع أو منطقة سياحية يهيئ البيئة المناسبة لجذب المزيد من السياح؛
- وجود حوافز مالية كافية للعاملين في تلك المرافق والمواقع السياحية، وبالقدر الذي يدفعهم للمزيد من حسن الأداء والإنجاز، ويمنع أية تجاوزات غير قانونية على شكل ابتزاز أو رشاوى قد تكون الدافع وراء عمل بعض الأفراد في أنشطة وعمليات السياحة؛
- وجود دليل واضح بتفاصيل كل نشاط سياحي يتم إعداده من قبل القائمين على إدارة هذا النشاط السياحي، وحسب طبيعة كل موقع سياحي، كما يتبع وجود هذا الدليل إعداد برامج تدريبية لإكساب المتدربين المعاني والرموز المطلوب فهمها ونقلها للسياح بالشكل الإيجابي، بما يعزز قناعة السائح بأهمية المكان الذي يزوره أو يقيم فيه، كما قد يتضمن هذا الدليل نوعية الخدمات التي يمكن تقديمها من طعام وشراب ووسائل ترفيه، وصولاً إلى تزويد السائح بكافة المعلومات عن المعارض والمتاحف الأثرية وعناوينها، بالإضافة إلى وجوب تضمين الدليل معلومات وافية عن الأمن والحماية المتوفرة، وكذا خدمات الطوارئ في حالة الإصابة الصحية والعيادات والمستشفيات المتوفرة وخدمات الهاتف والماء والكهرباء وغيرها.

ثانياً- دور العنصر البشري في العملية السياحية:

إن استقبال السياح في المواقع السياحية يتطلب الإلمام الكبير بالدور المطلوب من العنصر البشري عند بدء العملية السياحية وحتى نهايتها، كما يمتد دور العنصر البشري ليشمل فهم حاجات ورغبات السياح وتهيئة البيئة السياحية المحيطة لإشباعها على أكمل وجه، بما يحقق إنجاز الأهداف السياحية المنشودة. وعلى سبيل المثال، فإن الزائر المراقب لإحدى المواقع السياحية في الجزائر لا بد أن يلاحظ أن هناك تعاوناً وتنسيقاً بين الأفراد الذين يقومون بتقديم الخدمات مباشرة للسياح القادمين وبين المكلفين بإدارة هذا الموقع أو المكان السياحي أو ذاك، بل أن الأمر يتعدى وجود تعاون وتنسيق بين الدليل السياحي والإدارة المركزية للموقع ليصل إلى تكامل عمل الدليل أو الموظف ومدير المطعم والعاملين فيه ومقدمي المشروبات، وحتى السائق الذي أحضر مجموعة السياح للموقع، بل حتى الجمهور المحيط بهم من أهالي المنطقة السياحية وهكذا.

وخلاصة الأمر، فإن كافة العاملين من المدراء والموظفين والأدلاء السياحيين عليهم جميعاً تقع مسؤولية إنجاز الأهداف المنشودة لهذا الموقع السياحي، وبالتالي فإنه لا بد من إيجاد التنسيق والتعاون بينهم جميعاً، كما يجب تأهيلهم في مجال استقبال واستضافة السياح ومجاملتهم والتعرف على حاجتهم والخدمات التي يريدونها أو يرغبون بها في أي وقت. وعليه، فإن القائمين على السياحة الجزائرية مطالبون بتصميم كافة البرامج التدريبية الهادفة لتنشيط السياحة وجذب المزيد منها، وذلك من خلال ما يلي:

☞ وضع برامج خاصة بالمدراء المعنيين بإدارة المواقع السياحية وتعريفهم بأهمية المحافظة على السياح، والذي يمكن أن يتم من خلال المشاركة في وضع إستراتيجية متكاملة للموقع السياحي الذي يديرونه؛

برامج تدريبية مستمرة ودورية للأدلاء السياحيين لإكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات الاتصالية واللغوية، وذلك على اعتبار أن متطلبات السياحة تتطور سنة بعد أخرى؛

برامج توعية لكافة شرائح المجتمع وللسكان القاطنين بالقرب من المواقع السياحية، وذلك من خلال عقد المحاضرات والندوات والنشرات الهادفة لتعريفهم بأهمية الموقع أو المكان السياحي الذي يسكنون بجواره، بالإضافة إلى ضرورة التزامهم بمبادئ المحافظة على المكان وزواره وزيادة ترحيبهم بالسياح، وبالتالي فإن على السكان القاطنين بالقرب من المواقع السياحية أن يكونوا القدوة الحسنة في سلوكهم اليومي وأمام السياح القادمين لزيارة المنطقة.

الخاتمة:

يظهر بوضوح الدور الهام والمحوري الذي أصبح يلعبه الدليل السياحي في العملية السياحية فهو أداة الوصل بين السائح والمقصد السياحي وبواسطته يستطيع السائح أن يتذوق قيمة المكان أو المعلم أو المنظر السياحي نظراً لمعرفته بتفاصيله وتاريخه ومميزاته وكل ما له علاقة به، حيث يوظف هذه المعرفة في إثراء ذاكرة السائح وتوسيع ثقافته وتغيير نظرتة نحو البلد مع ما يجده من مقومات سياحية وقدرات طبيعية، وعليه فإن مهمة الدليل السياحي لا تقتصر على مرافقة السياح وإرشادهم فحسب، بل تمتد إلى مساهمته بدرجة كبيرة في إعطاء الصورة الحقيقية لبلده وشعبه، فهو في نظر السائح مرآة عاكسة للبلد وأهله، وعليه وجب التركيز على الجانب الأخلاقي لما له من انعكاس مباشر على سلوك الدليل اتجاه السائح ونظرة السائح للدليل ومن خلاله لبلده وشعبه.

إن أهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الورقة البحثية تتمثل فيما يلي:

- على العموم استطاع المشرع الجزائري تحديد الإطار القانوني لنشاط الدليل السياحي وضبط المعايير والأسس التي تحكمه؛
- إن جعل المشرع الجزائري لاعتماد الدليل السياحي شخصياً وغير قابل للتنازل يجعل هذا النشاط في أيدي أهله وغير قابل للتلاعب والمتاجرة به بين سماسرة السوق، وهو ما يجنب قطاع السياحة متاعب هو في غنى عنها؛
- إن تشديد العقوبات - تصل إلى حد السحب النهائي للاعتماد - في حالة مخالفة القواعد المسيرة لنشاط الدليل السياحي يهدف إلى الوقاية من أية مخالفات أو تجاوزات قد تمس السائح نفسه أو تمس سمعة البلد أو تسيء إلى أحد مكوناته أو تضر بثرواته، كما أنه من شأنه أن يفرض احترام قواعد وأعراف المهنة؛
- إن منح اعتماد الدليل في السياحة لمدة غير محددة تمنح الحرية لهذا الدليل، وتجعله مركزاً على نشاطه وتجنبه المشاكل البيروقراطية وعناء تحضير ملف جديد لتجديد الاعتماد، وهو ما ينفر من ممارسة هذا النشاط؛
- يعتبر العنصر البشري جوهر نجاح العملية السياحية من بدايتها إلى نهايتها، كما أنه المحدد لتكرار التجربة السياحية في البلد أو الاستغناء عنه نحو جهات أخرى أكثر إقناعاً وجذباً، نظراً لارتباطه بجميع مراحل العملية السياحية، انطلاقاً من الإشهار للسياحة في البلد، ثم استقبال السياح عند المجيء وإيصالهم للفنادق، والقيام بالجولات السياحية، وصولاً إلى توديعهم عند المغادرة؛
- إن العنصر البشري يعتبر جزءاً هاماً من المنتج الخدمي السياحي، فهو العامل الحساس في إدارة المكان أو الموقع السياحي، وإذا لم يكن لديه الإلمام الكافي بالإدارة التسويقية فلن يستطيع أن يكون مؤثراً أو مقنعاً أو جاذباً سياحياً؛
- الدليل السياحي سفير لبلاده على أرضه وليس آلة للترجمة الفورية، كما أنه الأداة المثلى للتعريف بحقيقة بلده وشعبه، على اعتبار أن معظم السياح لديهم نظرة مغايرة لواقع الأمور؛

- مهنة الإرشاد السياحي ليست فقط إتقان لغة أجنبية ووجهاً حسناً، بل هي أيضاً إتقان لغة الترويج السياحي؛
- تزداد أهمية الدليل السياحي المرافق للرحلات السياحية يوماً بعد يوم مع تطور الأنواع السياحية، وتنامي عدد السياح الذين يجوبون العالم بحثاً عن المتعة والإثارة والمعلومة التاريخية المرتبطة بحياة الشعوب وحضارات الإنسانية الممتدة عبر العصور؛
- تقع على عاتق الدليل السياحي مسؤولية إنجاح الرحلة السياحية وتقديم الصورة الإيجابية عن وطنه للسائح، فهو المصدر الرئيسي للمعلومات التي يحصلون عليها عن التراث الحضاري والتاريخي والثقافي والعادات والتقاليد والحياة الاجتماعية التي يعيشها السكان في المناطق السياحية التي يرافق السائح لزيارتها؛
- تشكل المعلومات التي ينقلها الدليل السياحي للسائح، مع ما يشاهدونه على الطبيعة، من مناظر طبيعية ومعالم وآثار وأدوات وحرف، في المناطق التي يقومون بزيارتها، موضوعاً متكاملًا يشبع فضولهم ويجب على استفساراتهم ويرسخ المعلومات والصور الحية في أذهانهم، وهذا يجعلهم يشعرون بالراحة والرضا؛
- إن الدليل السياحي ورغم ازدياد أهميته يوماً بعد يوم، إلا أنه يصعب جداً الحصول عليه على المستوى المحلي بالشروط المطلوبة على المستوى العالمي، حيث أن الدليل المتكامل يشترط فيه المعرفة الجيدة بالبيئة المحلية والخصائص الطبيعية والبشرية والحضارية والتاريخية والاجتماعية... إلخ المميّزة لها، إضافة إلى سهولة التواصل مع السياح عبر معرفة اللغات الأجنبية، هذا دون إهمال الجوانب الأدبية والأخلاقية، وفنون التعامل مع السياح وإرضائهم، والتي يجب توفرها في هذا الدليل.
- بناء على نتائج الدراسة يمكن إعطاء بعض الاقتراحات والتوصيات على النحو التالي:
- وجوب تحديد نقاط القوة والضعف في الموارد البشرية العاملة بالسياحة، بغرض تعظيم نقاط القوة ومحاولة تخفيف نقاط الضعف أو إزالتها، وذلك ضمن خطة عملية زمنية محددة؛
- وضع برامج خاصة بالمدرّاء المعيّنين بإدارة المواقع السياحية وتعريفهم بأهمية المحافظة على السياح، والذي يمكن أن يتم من خلال المشاركة في وضع إستراتيجية متكاملة للموقع السياحي الذي يديرونه؛
- ضرورة الاقتناع بوجوب الشراكة بين القطاع الحكومي والمحلي في تنفيذ أهداف الإستراتيجية السياحية التي يتم الاتفاق على محاورها، وذلك من خلال تحديد مساهمة كل قطاع في تكاليف تنفيذ الإستراتيجية وحصول كل طرف على العوائد أو الإيرادات التي تحفزها للاستثمار واستمرارية العمل في تنفيذ الأهداف المطلوبة منه؛
- ضرورة وجود تأهيل تسويقي وإداري كافيين لكافة العاملين في إدارة الشؤون السياحية، مما يهيئ البيئة المناسبة لجذب المزيد من السياح؛
- إعادة النظر في كيفية منح الاعتماد للأدلاء السياحيين عبر تجنب التعميم، ومحاولة وضع معايير لاعتماد أدلاء سياحيين متخصصين، كالدليل المتخصص في الإرشاد واقتفاء الأثر في الصحاري، الدليل المتخصص في تسلق الجبال والولوج إلى الغابات، الدليل المتخصص في الغوص البحري، الدليل المتخصص في الآثار القديمة والمعالم العريقة، الدليل المتخصص في التراث والثقافة الشعبية... إلخ؛
- توفير حوافز مالية كافية للعاملين في المرافق والمواقع السياحية، وللأدلاء السياحيين المتميّزين، بالقدر الذي يدفعهم للمزيد من حسن الأداء والإنجاز، ويمنع أية تجاوزات غير قانونية على شكل ابتزاز أو رشوى؛

- ضرورة وضع برامج تدريبية مستمرة ودورية للأدلاء السياحيين والزمهم بمتابعتها، لإكسابهم المزيد من الخبرات والمهارات الاتصالية واللغوية، وذلك على اعتبار أن متطلبات السياحة تتطور سنة بعد أخرى؛
- ضرورة إحداث معاهد وتخصصات في الجامعات ومراكز التكوين المهني لتكوين أدلاء سياحيين بمهارات عالية؛
- نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، وكل من يهمهم الأمر في خدمة التنمية السياحية؛
- تشجيع السكان المحليين وإعدادهم لتأدية أدوار قيادية في التخطيط والتنمية بدعم من الحكومة والسلطات المحلية، وجعلهم نواة لتشكيل مجموعات الأدلاء السياحيين وزيادة معارفهم الميدانية نظراً لمعرفتهم الكبيرة بأسرار المناطق التي يقطنونها.

قائمة الهوامش:

- ¹ - جاي ككاندا مبولي، كوني موك، بيفيرلي سباركس، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ، ترجمة: سرور علي إبراهيم، (المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع، 2007)، صص 36-41.
- ² - كمال درويش، محمد الحماحمي، رؤية عشرية للترويج وأوقات الفراغ، (القاهرة: مركز الكتاب للنشر والتوزيع، 1997)، صص 249.
- ³ - إسماعيل علي سعد، الإعلام والدعاية: رؤية تحليلية نقدية، (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004)، صص 33.
- ⁴ - Robert Lanquar, Le tourisme international, Collection : Que sais-je ?, (Paris : Presses Universitaires de France, 1995), P 01.
- ⁵ - G.Wackermanne, Tourisme international, (Paris : Presses Universitaires de France, 1988), P 06.
- ⁶ - عثمان محمد غنيم، بيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 1999)، صص 23.
- ⁷ - Philippe Viallon & Marc Boyer, La communication touristique, Collection : Que sais-je ?, N° 2885, (Paris : Presses Universitaires de France, 1994), P 21.
- ⁸ - هدى حفصي، بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: تسويق، (الجزائر: جامعة الجزائر/ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة الجامعية: 2006/2005)، صص 21.
- ⁹ - أنظر:
- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، ط 2، (جمهورية مصر العربية: المكتب العربي الحديث، 1999)، صص 17.
- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002)، صص 22.
- Jean-Michel Hoerner, Géographie de l'industrie touristique, (Paris : Ellipses, 1997), P 40.
- آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002)، صص 32.
- ¹⁰ - مبارك بلالطة، خالد كواش، "سوق الخدمات السياحية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد: 04-2005، جامعة فرحات عباس، الجزائر، صص 149.
- ¹¹ - إلياس سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2002)، صص 11.
- ¹² - مبارك بلالطة، خالد كواش، مرجع سبق ذكره، صص 150-151.
- ¹³ - طه المثنى الحوري، إسماعيل محمد إسماعيل الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، (عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2001)، صص 160-162.
- ¹⁴ - Gérard Tocquer & Michel Zins, Marketing du tourisme, 2^{ème} édition, (Québec : Gaëtan Morin, 1999), P 24.
- ¹⁵ - خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2000)، صص 50-51.
- ¹⁶ - محسن أحمد الخضير، التسويق السياحي: مدخل اقتصادي متكامل، (القاهرة: مكتبة مدبولي، 1989)، صص 50-51.
- ¹⁷ - إلياس سراب وآخرون، مرجع سبق ذكره، صص 16-17.
- ¹⁸ - زياد سليمان عبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، (عمان: المكتبة الوطنية، 2010)، صص 41-43.

- 19- ويكيبيديا: الموسوعة الحرة ، متاح على: [\[http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D8\]](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D8) ، تاريخ الإطلاع: 2016/07/03.
- 20 - نبيل الحوامدة، "مفهوم الدليل السياحي"، مجلة الشرق الأوسط السياحية ، العدد الأول، (عمان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، مارس 2010)، ص 08.
- 21 - المادة (02)، المرسوم التنفيذي رقم 06-224، المحدد لشروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة وكيفيات ذلك ، المؤرخ في 25 جمادى الأولى 1427هـ، الموافق 21 يونيو 2006م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 42، 29 جمادى الأولى 1427هـ، الموافق 25 يونيو 2006م، ص 17.
- 22 - المادة (03)، المرسوم التنفيذي رقم 06-224، مرجع سبق ذكره، ص 17.
- 23 - المادة (04)، القانون رقم 99-06، المحدد للقواعد التي تحكم نشاط الوكالات السياحية ، المؤرخ في 18 ذي الحجة 1419هـ، الموافق 4 أبريل 1999م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 24، 21 ذو الحجة 1419هـ، الموافق 7 أبريل 1999م، ص 13.
- 24 - مجلة الشرق الأوسط السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 09.
- 25 - إبراهيم بظاظو، "الشباب ومهنة الدليل السياحي"، المسلة: جريدة العرب السياحية الإلكترونية ، متاح على: [\[http://www.almasalla.travel/News/News.asp?id=44146\]](http://www.almasalla.travel/News/News.asp?id=44146) ، تاريخ الإطلاع: 2016/07/03.
- 26 - المرسوم التنفيذي رقم 06-224، مرجع سبق ذكره، ص 17-18.
- 27 - المرجع السابق، ص 15.
- 28 - أنظر:
- المواد من (07) إلى (15) من المرسوم التنفيذي رقم 06-224، مرجع سبق ذكره، ص 18.
- 29 - المرجع السابق، ص 18.
- 30 - أنظر:
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 27، 22 جمادى الأولى 1429هـ، الموافق 28 مايو 2008م، المواد من (25) إلى (33)، ص 19-20.
- 31 - محمد إبراهيم عبيدات، التسويق السياحي: مدخل سلوكي، ط3، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2008)، ص 61-62.

قائمة المراجع:

I - باللغة العربية:

I-1. الكتب:

- 1- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، ط2، جمهورية مصر العربية: المكتب العربي الحديث، 1999.
- 2- إسماعيل علي سعد، الإعلام والدعاية: رؤية تحليلية نقدية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004.
- 3- آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002.
- 4- إلياس سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2002.
- 5- جاي ككاندا مبولي، كوني موك، بيفيرلي سباركس، إدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ ، ترجمة: سرور علي إبراهيم، المملكة العربية السعودية: دار المريخ للنشر والتوزيع، 2007.

- 6 - خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2000.
 - 7 - زياد سليمان عبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، عمان: المكتبة الوطنية، 2010.
 - 8 - طه المهثني الحجوري، إسماعيل محمد إسماعيل الدباغ، مبادئ السفو اولسياحة، عمان: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2001.
 - 9 - عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 1999.
 - 10 - كمال درويش، محمد الحماحمي، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، القاهرة: مركز الكتاب للنشر والتوزيع، 1997.
 - 11 - محسن أحمد الخضير، التسويق السياحي: مدخل اقتصادي متكامل، القاهرة: مكتبة مدبولي، 1989.
 - 12 - محمد إبراهيم عبيدات، التسويق السياحي: مدخل سلوكي، ط3، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2008.
 - 13 - محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
- I-2. الأطروحات والرسائل الجامعية:
- 14 - هدى حفصي، بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص: تسويق، الجزائر: جامعة الجزائر/ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، السنة الجامعية: 2005/2006.
- I-3. المجلات والدوريات :
- 15 - مبارك بلالطة، خالد كواش، "سوق الخدمات السياحية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد: 04، 2005، جامعة فرحات عباس، الجزائر.
 - 16 - نبيل الحوامدة، "مفهوم الدليل السياحي"، مجلة الشرق الأوسط السياحية، العدد الأول، عمان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، مارس 2010.
- I-4. القوانين والمراسيم :
- 17 - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 27، 22 جمادى الأولى 1429هـ، الموافق 28 مايو 2008م.
 - 18 - القانون رقم 99-06، المحدد للقواعد التي تحكم نشاط الوكالات السياحية، المؤرخ في 18 ذي الحجة 1419هـ، الموافق 4 أبريل 1999م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 24، 21 ذو الحجة 1419 الموافق 7 أبريل 1999م.
 - 19 - المرسوم التنفيذي رقم 06-224، المحدد لشروط ممارسة نشاط الدليل في السياحة وكيفيات ذلك، المؤرخ في 25 جمادى الأولى 1427هـ، الموافق 21 يونيو 2006م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 42، 29 جمادى الأولى 1427هـ، الموافق 25 يونيو 2006م.
- I-5. مواقع الانترنت :
- 20 - إبراهيم بظاظو، "الشباب ومهنة الدليل السياحي"، المسلة: جريدة العرب السياحية الإلكترونية، متاح على: <http://www.almasalla.travel/News/News.asp?id=44146>، تاريخ الإطلاع: 2016/07/03.

21 - ويكيبيديا: الموسوعة الحرة ، متاح على: [\[http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D8\]](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B1%D8) ،
تاريخ الإطلاع: 2016/07/03.

II - باللغة الأجنبية:

II-1. الكتب:

- 22- **G. Wackermanne**, Tourisme international, Paris : Presses Universitaires de France, 1988.
- 23- **Gérard Tocquer & Michel Zins**, Marketing du tourisme, 2^{ème} édition, Québec : Gaëtan Morin, 1999.
- 24- **Jean-Michel Hoerner**, Géographie de l'industrie touristique, Paris : Ellipses, 1997.
- 25- **Philippe Viallon & Marc Boyer**, La communication touristique, Collection : Que sais-je ?, N° 2885, Paris : Presses Universitaires de France, 1994.
- 26- **Robert Lanquar**, Le tourisme international, Collection : Que sais-je ?, Paris : Presses Universitaires de France, 1995.