



آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تميم الواجهة السياحية لولاية قسنطينة

د/ عبود زرقين

أ.ة/ إيمان العلمي*

مرّ التسويق بمراحل متعاقبة وواجه الكثير من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها، التي أثرت على المفاهيم التسويقية وانتهى ذلك بظهور المفهوم الحديث للتسويق، الذي يركز على المستهلك ويتخذ من إشباع حاجاته ورغباته محورا أساسيا تدور حوله جميع الجهود والأنشطة التسويقية، ولم يقتصر النشاط التسويقي على السلع والخدمات النمطية التقليدية، بل امتد إلى الصناعة السياحة باعتبارها من أبرز القطاعات في معظم دول العالم المتقدمة والنامية، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو الثقافي، وتبرز أهمية هذه الصناعة في مدى مساهمتها في الناتج المحلي، وقدرتها على تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للدولة، وتحقيق معدلات نمو عالية. وهذا مرهون بتبني إستراتيجيات علمية مبنية على أسس تسويقية صحيحة تمثل نقطة البداية لانطلاق ونجاح أي جهد سياحي هادف لاجتذاب المزيد من السياح والمزيد من العائدات.

ولقد تبنت الجزائر إستراتيجية لترقية السياحة وتنميتها إلى غاية سنة 2025، بهدف تحسين الواجهة السياحية الجزائرية بالخارج وجذب الاستثمارات الأجنبية من أجل تسويق المنتج السياحي، الذي يتميز بالوفرة

*أستاذ محاضر - ب- من جامعة أم البواقي *أستاذ مساعد - أ- من جامعة أم البواقي

من حيث المرافق السياحة الترويحية والعائلية في مختلف المناطق والمدن الجزائرية، وتعتبر مدينة قسنطينة بمخزونها الثقافي ومقوماتها السياحية وتاريخها الحافل منذ 3000 سنة، من بين المناطق الداخلية في الجزائر التي حظيت باهتمام من قبل السلطات الجزائرية، بأن تكون عاصمة الثقافة العربية سنة 2015، وستحتضن خلالها تظاهرة ثقافية كبرى، يمكنها من خلالها أن تدعم الولاية بمشاريع سياحية تنموية وأساسات أكثر صلابة، لأن مثل هذه التظاهرات ستعمل على جعل الجزائر واجهة سياحية كبيرة.

مشكلة البحث

لا يزال القطاع السياحي في ولاية قسنطينة يواجه الكثير من الصعوبات التي حالت دون وصوله إلى المستوى المطلوب، الذي يلائم هذه التظاهرة الثقافية التي تستدعي الانطلاقة الجيدة للسياحة التشاورية في القطاع، وفي جميع أطراف المجتمع المدني، وذلك للإدلاء برأيه وتقديم الاقتراحات اللازمة لوضع السياحة على سكة الطريق. والعمل باستمرار على بعض المناهج والسبل من أجل التحضير لاستقبال هذه التظاهرة الثقافية العربية وما بعدها، فمستقبل ولاية قسنطينة السياحي يتوقف على مدى الاستفادة من هذه التظاهرة الكبرى واستغلالها بالشكل الأمثل. لذا تتبلور المشكلة الرئيسية لهذا البحث من خلال التساؤل الجوهري التالي:

✓ ما مدى أهمية التسويق السياحي في تثمين الواجهة السياحية لولاية قسنطينة؟

يمكن تجزئة هذا التساؤل، إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أهمية التسويق السياحي في التنمية السياحية؟

- ما مدى حركية السوق السياحي بولاية قسنطينة؟

- ماهي المشاكل والمعوقات التي تواجه القطاع السياحي بالجزائر بشكل عام بولاية

قسنطينة بشكل خاص؟

- ماهي السبل الكفيلة لتفعيل دور التسويق السياحي في تثمين الواجهة السياحية

لولاية قسنطينة؟

فرضيات البحث

ينطلق البحث من الفرضيات الآتية:

- * - يؤدي التسويق السياحي أثر إيجابي في تنمية ونمو القطاع السياحي؛
- * - لا توجد إستراتيجية تسويقية واضحة المعالم في مجال الصناعة السياحية في الجزائر.
- * - يرتبط نجاح التسويق السياحي بالإمكانيات والمقومات السياحية الحالية والمستقبلية.

أهمية البحث: تبرز وتتجلى أهمية البحث فيما يلي:

- ✓ - إبراز المسؤوليات الاجتماعية والبيئية والثقافية والسلوكية للتسويق السياحي؛
- ✓ - محاولة لفت الانتباه لدور القطاع السياحي في التنمية كونه بديل اقتصادي، من شأنه المساهمة في الدخل الوطني وتوفير إيرادات مهمة بالعملية الصعبة؛
- ✓ - - محاولة إلقاء الضوء على أهم السياسات والبرامج التسويقية التي طبقت في الجزائر للنهوض بالقطاع السياحي، من أجل التعرف على حقيقة وأبعاد هذه السياسات والبرامج، وما أفرزته من آثار ونتائج مختلفة على القطاع السياحي.

أهداف البحث يهدف البحث إلى:

- تبيان تزايد أهمية السياحة في العالم بشكل عام وفي الجزائر بشكل خاص.
- تحليل وتقييم العرض والطلب السياحي في ولاية قسنطينة.
- استعراض لأهم المشاكل والمعوقات التي تواجه القطاع السياحي في الجزائر بشكل عام وولاية قسنطينة بشكل خاص.
- إبراز النتائج التي من شأنها رفع كفاءة التسويق السياحي في تحسين الوجهة السياحية لولاية قسنطينة.

منهجية البحث

يعتمد البحث سعياً لتحقيق أهدافه على منهجين: المنهج الوصفي والمنهج التحليلي عبر جوانبه المختلفة، وذلك بتشخيص وتحليل التقارير والجداول الإحصائية الخاصة بواقع

القطاع السياحي في الجزائر بشكل عام وولاية قسنطينة بشكل خاص. استناداً إلى المصادر الثانوية مثل: الندوات، والمؤتمرات ذات العلاقة لاسيما المنشورة عبر الانترنت لافتقار موضوع البحث إلى الأبحاث العلمية الأكاديمية بسبب حداثة. هيكلية البحث: بناء على ماسبق وتحقيقاً لأهداف البحث قمنا بتقسيم موضوعاته إلى أربع محاور رئيسية على النحو الآتي:

المحور الأول-الإطار العام للتسويق السياحي

المحور الثاني-تحليل السوق السياحي لولاية قسنطينة خلال الفترة (2007-2012)

المحور الثالث- عوائق التسويق السياحي في ولاية قسنطينة

المحور الرابع- آليات لتفعيل دور التسويق السياحي في ولاية قسنطينة

المحور الخامس-مستقبل الصناعة السياحية في ولاية قسنطينة

المحور الأول- الإطار العام للتسويق السياحي

1- ماهية التسويق السياحي: تغير مفهوم التسويق كلياً فلم تعد السلعة الجيدة تسوق نفسها، حيث يؤكد أحد علماء التسويق الأمريكيين على أهمية التسويق بقوله (إن بيضة الدجاجة مرغوبة أكثر من بيضة البطة) ، والسبب برأيه هو أن الدجاجة عندما تبيض، تسمع الجيران بصياحها وكأنها تسوق لإنتاجها، بينما البطة تبيض بصمت ولا أحد يسمع بها، وبالتالي لا أحد يرغبها. وولاية قسنطينة تعد متحفاً يحتوي على الكثير من الحضارات والمواقع الأثرية والدينية التي ترجع إلى الحقب الرومانية والعربية والعثمانية، وهي أقدم عاصمة للشرق الجزائري ويمكن اختصار التاريخ فيها في منطقة من زارها زار العالم. ومن هنا تنبع أهمية التسويق السياحي في تهيئة الوجهة السياحية لولاية قسنطينة، فالتسويق في صناعة السياحة أهمية مضاعفة تتمثل في جانبين أساسيين: الأول كون التسويق السياحي مفهوماً حديثاً نسبياً يستند إلى ثلاث ركائز¹:

-الركيزة الأولى: إنه موجه بالسائح: أي يجب أن يركز التسويق السياحي على توفير كل الخدمات التي تعمل على تحقيق أعلى درجات الإشباع لحاجات السائح ورغباته الحالية

والمستقبلية والتي تختلف من فئة إلى أخرى ومن سائح إلى آخر فحاجات السياح السعوديين ورغباتهم تختلف عن الألمانين، والسائح الشاب يختلف في حاجاته ورغباته عن السائح المسن الخ، وهنا يكمن دور التسويق في تحقيق ذلك.

-الركيزة الثانية: إنه يعتمد على إرضاء تشكيلة متنوعة ومتباينة من الحاجات والرغبات التي تختلف من حيث النوعية والسعر والموقع ووسائل الترويج وطريقة التعامل والتخاطب فمثلاً الاقتراب الزائد من السائح الخليجي أمر عادي أما من السائح الأوربي فهو أمر غير مرغوب فيه.

-الركيزة الثالثة: إن التسويق السياحي كمفهوم حديث ومتجدد يعتمد على تكاثف جميع الجهود والطاقت ابتداءً من جهود السفارة والملحق السياحي في الخارج مروراً بموظف المطار والمعابر الأخرى والهجرة والجوازات وحامل الحقائب وسائق التاكسي وصاحب المطعم والفندق والعاملين فيه والمرشد السياحي وصولاً إلى كل مواطن في البلد.

أما الجانب الثاني فيختص بطبيعة صناعة السياحة نفسها ويتميز هذا الجانب بإبراز المسؤوليات الاجتماعية والبيئية والثقافية والسلوكية للتسويق السياحي، وإذا لم تتوافر لدى كل من له علاقة بالسائح على نحو مباشر أو غير مباشر، خلفية ثقافية وحس وطني ووعي جيد لمفهوم ثقافة السياحة وثقافة الخدمة وأهمية السياحة وما هو مردودها بالنسبة للوطن والمواطن، ودورها في رفع مستوى معيشة المواطن، فلا يمكن لنا أن نتطور سياحياً.

و نظراً للأهمية التي اكتسبها التسويق السياحي مع زيادة شدة المنافسة بين الدول للاستحواذ على أكبر نصيب ممكن من الأسواق المصدرة للسائحين، أصبح نجاح التسويق السياحي مقياس نجاح الدولة في تحقيق أهدافها السياحية المتنوعة، كما بات عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية السياحية، نظراً لما يقوم به من دور هام في تعريف وترويج المنتج السياحي وإقناع العملاء الحاليين والمرتقبين بالتعرف على المنتجات السياحية وزيادة الطلب على الخدمات السياحية، هذا علاوة على الدور البارز الذي يلعبه نشاط التسويق السياحي في تخطيط وتطوير وتصميم المنتج السياحي.

2- عناصر التسويق السياحي: إن العناصر التي يجب أن يتضمنها التسويق السياحي هي²:

أ- تحديد المجموعات السياحية المتوقع الاتصال بهم عن طريق المكاتب السياحية المتواجدة في المناطق المنوي التسويق إليها، وتقدير مختلف الطلب لدى أفراد هذه المجموعات؛

ب- خلق تصور مفصل وواضح لدى هذه المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها؛

ج- تحديد مكاتب السياحة والسفر بشكل محلي أو إقليمي أو عالمي والتنسيق مع تلك المكاتب بهذه استقبال تلك المجموعات السياحية؛

د- تحديد المنشآت السياحية القادرة على استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع تلك المكاتب السياحية؛

و- عمل كافة الأنشطة المؤدية إلى إشباع حاجات هذه المجموعات ورغباتها مثل سهولة الانتقال وذلك من خلال التنوع في وسائل المواصلات والتسهيل في منح تأشيرة السفر وتوفير أماكن الإقامة... الخ؛

ه- توفير البنية المناسبة من شبكات المواصلات والاتصالات.

3- مفهوم السوق السياحي: وهو عبارة عن مجموعة الأبحاث والتحليل، وعملية التنبؤ بالطلب المستقبلي وكذا إعداد دراسة وإعطاء اقتراحات خاصة بالبرامج التسويقية، فالسوق ومهما كانت طبيعته يمثل عادة بمجموعة من الأفراد والذين³:

يحتاجون ويريدون خدمة معينة؛

✓ لديهم القدرة (القوة الشرائية) لشراء الخدمات الفندقية والسياحية؛

✓ لهم الرغبة لإنفاق ما لديهم للحصول على الخدمة؛

✓ لديهم الصلاحية لشراء الخدمة.

وهذا المنتج قد يكون سلعة أو خدمة، والنشاط السياحي يمثل منتجا يتمثل عادة في

خدمة معينة تقدم إلى الذين يترددون على المراكز السياحية. ويمكن النظر للسوق السياحي

بمفهومه الواسع من خلال العناصر الآتية:

أ- مقومات العرض السياحي: وهي مجموعة المقومات التي تشكل القاعدة العامة اللازمة لصناعة السياحة ومنها:
- مقومات طبيعية.
- التراث التاريخي والثقافي.

ب- مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني، من خلال دور الدولة والقطاع الخاص في توفير كل ما يلزم للسائح من تجهيزات منشآت المبيت، إلى المطاعم إلى، الأنشطة السياحية المختلفة، إلى التسهيلات السياحية سواء تسهيلات الدخول والخروج والإقامة للسائح، إلى نظام إدخال السيارات وإخراجها ونظام المناطق الحرة والصيرفة وأسعار الصرف، وأنظمة عمل الأجهزة خاصة بالسائح كالمُرشدين السياحيين والمرافقين والجمعيات السياحية ومكاتب السفر والسياحة.

4- أهداف التسويق السياحي: هناك عدة أهداف للتسويق السياحي وهي⁴:

أ- الأهداف القريبة: هي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية وتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة أو سنتين.

ب- الأهداف المتنوعة: يقصد بهذا النوع من الأهداف تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى الوصول إليها المنشآت السياحية المختلفة، مثل تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها. هذا بالإضافة إلى الأهداف التسويقية المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية كذلك يمكن أن يدخل ضمن الأهداف التسويقية التوسع وفتح أسواق جديدة.

ج- الأهداف المشتركة: وهي الأهداف التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات السياحية، مثل تحقيق سمعة سياحية طيبة أو توفير خدمات سياحية على درجة عالين من التقدم والتطور، وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية.

د-الأهداف الخاصة: يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت السياحية بشكل خاص، مثل احتكار سوق سياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة إلى غير ذلك من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية.

5-أهمية التسويق السياحي: ظهرت أهمية النشاط التسويقي السياحي، لما أصبحت أنشطة وأهداف المؤسسة لا تتحقق بمجرد التفكير والاهتمام بالعملية الإنتاجية انطلاقاً من توفير الموارد وتصميم شكل المنتجات وتوفيرها في الأسواق، بل تعددت إلى ضرورة دراسة السوق والتعرف على المكانة التي تطمح المؤسسة الوصول إليها (كحصة السوق، التميز، الربح...) وأيضاً على رغبات وحاجات المستهلكين وتحديد حجم الطلب (مكانه وزمانه والطريقة والأسلوب الذي يشبع به هذا الطلب) وما هي المؤثرات التي تؤثر في المستهلكين (السعر، الإعلان، البيع الشخصي، شكل السلعة، لونها، غلافها، وقت توفيرها، عاداتهم، تقاليدهم، جنسهم، أعمارهم...) وتشير الإحصائيات الصادرة من منظمة السياحة العالمية أن: «السياح في مختلف أنحاء العالم قدر بحوالي 900 مليون سائح عام 2007 وتطور عام 2008 ليصبح 922 مليون سائح، كما بلغ إنفاق السياح لعام 2008 نحو 944 مليار دولار في حين بلغ عدد السياح عام 2012 حوالي مليار سائح. والتوقعات طبقاً لتقديرات الهيئات السياحية الإقليمية والعالمية وصول عدد السياح على الصعيد العالمي نحو 1.6 مليار سائح في عام 2020 وإنفاق ما يقارب 2000 مليار دولار، كما توفر السياحة 231 مليون منصب شغل مباشر وغير مباشر أي 8% من مجمل مناصب العمل، وتمثل 12% من الناتج العالمي و30% من المبادلات الدولية في الخدمات التجارية»⁵.

وحيث أن الصناعة السياحية أصبحت كظاهرة اقتصادية واجتماعية تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل وسوف تحتل موقعا متميزا في النشاطات الاقتصادية لبعض البلدان السياحية في القرن الواحد والعشرين⁶: «إن هذه الأرقام والإحصائيات التي تبين أهمية هذا القطاع الحيوي في دعم وتطوير اقتصاديات البلدان المصدرة والمستوردة للسياح، وإن المحصلة النهائية لهذه النشاطات تتوقف على كفاءة وقدرة المسوقين في قطاعي السياحة

والضيافة. ويعد التسويق الأداة الرئيسية في تطوير السياحة من خلال تقديم المنتج السياحي بأنواعه الجذابة و أطيافه الواسعة إلى الأسواق المحلية والعالمية هذا ويساهم قطاع السياحة والسفر في خلق فرص عمل جديدة في اقتصاديات الدول التي استطاعت أن تخطط ضمن المفهوم السياحي المستدام».

المحور الثاني: تحليل السوق السياحي لولاية قسنطينة خلال الفترة (2007-2012)

لا يمكن الحديث عن السياحة بولاية قسنطينة بمعزل عن موقعها، وتاريخها، واثرائها صنفاتها كمحطة سياحية، وهذا لموقعها المنفرد في العالم و تموضعها فوق الصخر المسيطر على الآفاق المجاورة التي لا يمكن أن تضاهيها، مما زاد من تكاثر السياح المتوافدين إليها سنويا. وسنحاول من خلال هذا المحور استعراض أهم المؤهلات السياحية التي تتمتع بها ولاية قسنطينة، والتمثلة في المؤهلات الطبيعية، التاريخية والأثرية، الدينية، الثقافية، الهياكل السياحية والصناعات التقليدية، إلى جانب الطلب عليها.

أولا- العرض السياحي بولاية قسنطينة:

يتميز العرض السياحي على مستوى ولاية قسنطينة بالتعدد والتنوع وفقا لما يلي:

1-الإمكانات الطبيعية: من خلال تحليل الخريطة الجيولوجية للمدينة يمكن ملاحظة تجانس المنطقة في تكوينها الصخري، إذ تغلب عليها الصخور الكلسية و بعض الرواسب التي يعود معظمها إلى الزمن الجيولوجي الثاني⁷.

أ-الصخر العتيق: يمثل موزعا سياحيا مهما يحكي قصة مدينة عريقة عمل على حمايتها وتحسينها طبيعيا و اليوم يمثل بانوراا رائع الجمال، له شكل شبه منحرف مساحته 470000م². مليء بالشقوق و الفوالق والحفر و كذا المغارات و المخابئ تخفي أسرار حضارات مضت و آثار لمختلف العصور.

ب-الكهوف و المغارات: كهف الدبية(Grotte des Ours)، كهف الأروي، مغارة الحمام(Grotte des Pigeons).

ج-الجسور: وتواجد المدينة على صخرتين يفصل بينهما واد الرمال استلزم أن يوصل طرفاهما ب7 جسور كاملة مما زاد المدينة رونقا خلابا و جمالا جذابا تنفرد به في شمال إفريقيا.

د-المساحات الخضراء: تمثل رئة المدينة كما توفر أماكن للترفيه، تلتطف الجو وتخفف من الضوضاء، وهي مناطق للجذب السياحي.

ه-المواقع السياحية الحموية للولاية: هناك عدة مواقع حموية منها⁸: منبع سيدي مسيد ويقع على مستوى مدينة قسنطينة في منطقة ذات تضاريس خلابة، منبع صالح باي المسمى «الغراب»، منبع دار الواد والذي يقع على مستوى بلدية بني حميدان.

2- التراث الأثري و التاريخي و الثقافي:

أ-المواقع الأثرية و التاريخية: تعرف قسنطينة تعاقب الحضارات المختلفة منذ 2005 عام، مما جعل منها أقدم الحواضر في الجزائر حيث توالى عليها 7 حضارات مختلفة تخلفت آثارها إلى الآن ونذكر منها⁹:

تعرف قسنطينة تعاقب الحضارات المختلفة منذ 2005 عام، مما جعل منها أقدم الحواضر في الجزائر حيث توالى عليها 7 حضارات مختلفة تخلفت آثارها إلى الآن ونذكر منها¹⁰:

• مدينة تيديس **Tiddis**: على بعد 30 كلم شمال غرب مدينة قسنطينة وتسمى باللاتينية كاستيلوم تيديتانوروم **Castellum Tidditanorum** وهي عبارة عن حاضرة محصنة كانت تحمي مدينة سيرتا **Cirta** ضد الغزوات الأجنبية هذه المدينة الصغيرة الفينيقية- رومانية، توجد في منطقة صخرية و هي صورة مصغرة عن قسنطينة إذ تسمى بقسنطينة القديمة.

• ضريح لوليوس **Lollius**: ويقع على بعد 4 كلم شرق مدينة تيديس في منطقة تسمى الحري وقد يكون ضريحا للموتى، وقد شيده لوليوس اوربيكوس لوالديه وأخويه الاثنين

إضافة إلى عمه، ويشكل إنجازا ذو قيمة تاريخية كبيرة و كذا عملا معماريا متين و في حالة جيدة.

• **ضريح ماسينيسا Massinissa**: يبعد ب16 كلم إلى الجنوب الشرقي و ب4 كلم عن مدينة الخروب، وقد شيد للملك ماسينيسا (238 - 148 قبل ميلاد المسيح) أول ملوك نوميديا الموحدة و الذي جعل من سيرتا Cirta فاحشة الثراء ليختارها فيما بعد عاصمة له سنة 202 قبل الميلاد.

• **ضريح الصومعة**: يقع على بعد 3 كلم شرق الخروب وهو ضريح إغريقي-روماني يدعى الصومعة شيد بين القرن الثاني و الثالث قبل الميلاد و هو عائد للملك النوميدي ميسيسا Mecipsa وهو ذو شكل رباعي على شاكلة الأضرحة في إقليم قرطاجنة.

• **حمامات القيصر**: مازالت آثارها قائمة إلى اليوم، توجد في منحدر وادي الرمال في الجهة المقابلة لمحطة القطار، كانت تستقطب العائلات و الأسر للاستحمام بمياهها الدافئة والاستمتاع بالمناظر المحيطة بها خاصة في فصل الصيف، غير أن فيضانات 1957 أتلقت هذا المعلم جزئيا.

• **الأقواس الرومانية Aquedus**: هذا المعلم الشامخ شاهد على الحضارة الرومانية بالمنطقة و يقع بشعب الرصاص تبقت منه 5 أقواس في حالة جيدة.

• **باب سيرتا**: معلم أثري يوجد بمركز سوق بومزو و يرجح أنه كان معبدا، ويعود تاريخ اكتشافه إلى سنة 1935، و حسب بعض الدراسات فإن المعبد قد بني حوالي سنة 363 م.

• **نصب الأموات**: وهو قوس نصر كبير رفع تذكارا للذين ماتوا في الحرب العالمية الأولى وهو نسخة عن ذلك الموجود في تيمقاد، ومن خصوصياته أنه يتنصف المسافة بين تونس العاصمة و الجزائر العاصمة، كما يوجد قبالته تمثال السيدة مريم العذراء سيدة السلام.

• **تمثال سيدة السلام Notre dame de la paix**: و يعرف أيضا بتمثال مريم العذراء والواقع قبالة نصب الأموات أعلى قمة سيدي مسيد.

ب- التراث الثقافي والإنساني: تزخر ولاية قسنطينة بتراث إنساني فريد من نوعه في الوطن كله، ويتألف من قصور و بنايات و مساجد ... وغيرها حيث نذكر منها:

• قصر الباي. ، المتحف الوطني سيرتا. ، المسرح الجهوي. ، مصعد سيدي مسيد، درب السياح.

• المساجد و المدارس الدينية (الزوايا): طغت على ولاية قسنطينة صبغتها الدينية والثقافية منذ القديم، وتكرس هذا المظهر في المسجد الكبير، سيدي عفان، سيدي لخضر، سيدي الكتاني و الأمير عبد القادر و مجموعة من الزوايا.

• المؤهلات الثقافية: تحتوي ولاية قسنطينة على عدة هياكل ثقافية منها: دار الثقافة محمد العيد آل خليفة، قصر الثقافة مالك حداد.

• عادات وتقاليد ولاية قسنطينة: يوجد العديد من العادات والتقاليد التي تمسك بها سكان قسنطينة منذ القدم وفي عدة مجالات نذكر منها المجال الموسيقي (الموسيقى الأندلسية) واللباس القسنطيني والحلويات الشهية.

• مراكز الجمعيات والمراكز الثقافية.

• المدينة القديمة: تحفة فنية تعكس عبقرية الإنسان عبر الحضارات تقع وسط المدينة يحدها أخاديد وادي الرمال ما عدا الجهة الغربية و الجنوبية الغربية المحدودة بساحة 1 نوفمبر. تمتاز بطابع عمراني مستمد من التخطيط العربي الإسلامي وبيوت متلاصقة و مترابطة تتشابه في احتوائها على فناء داخلي، نوافذ داخلية مطلة عليه، يتم التنقل فيها عبر الدروب و الأزقة الضيقة و الملتوية. وتوجد بها رحبة الصوف، رحبة الجمال، الرصيف، سيدي جليس الجزائريين.

ج- الصناعات التقليدية

يلعب قطاع الصناعات والحرف التقليدية دورا هاما في الإنعاش الاقتصادي بخلق العديد من مناصب الشغل خاصة مع دخول الجزائر في اقتصاد السوق وارتفاع نسبة البطالة. ويمثل هذا القطاع كذلك رافدا يربط المدينة بموروثها الثقافي والحضاري.

كما تعتبر الصناعة التقليدية قطاعا ذو قدرات كامنة ومكملا للسياحة وأحد أهم القطاعات التي تشجع و تنمي السياحة¹¹، و يقدر عدد الحرفيين إلى غاية مارس 2012 بحوالي 8661 حرفي.

جدول رقم (1): المراكز الحرفية بولاية قسنطينة في مارس 2012

عدد المحلات	اسم المراكز الحرفية
156	المركز الحرفي لحلي مسكين
239	المركز الحرفي بحلي البوليكون
172	المركز الحرفي بحلي باردو
68	مركز المؤسسات المصغرة 'شيهاني بشير' بالخروب
635	المجموع

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية، ولاية قسنطينة، ديسمبر 2012.

أما فيما يخص عدد الحرفيين حسب نوع الصناعة التقليدية فالجدول الموالي يوضح ذلك¹²:

جدول رقم (2): عدد الحرفيين حسب نوع الصناعات التقليدية بولاية قسنطينة في مارس 2012

النسبة %	عدد الحرفيين	نوع الصناعة التقليدية
22.12%	1916	الفنية
33.78%	2926	إنتاج المواد
43.75%	3790	خدمات

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية، ولاية قسنطينة، ديسمبر 2012.

- فروع النشاطات الحرفية: تتنوع الصناعة التقليدية بين صناعة تقليدية فنية، الصناعة التقليدية لإنتاج المواد والصناعة التقليدية للخدمات، ويوجد بالولاية هذه الأنواع من النشاطات التقليدية والمتمثلة في:

أ-الصناعات التقليدية الفنية، وهي الصناعات التقليدية اليدوية والتي تتمثل في الطرز بالذهب على القטיפفة، النقش على النحاس، صناعة الحلبي الذهبية والفضية، النقش على الخشب والخياطة... الخ.

ب-الصناعات التقليدية لإنتاج المواد، وهي الصناعات الآلية وليس اليدوية، ليس لها ميزة خاصة، وتوجه إما للاستهلاك اليومي المنزلي أو للصناعة والزراعة.

ج-الصناعات التقليدية لإنتاج الخدمات، هي مجموعة من نشاطات يقوم بها الحرفي من شأنها تقديم خدمة خاصة بالصيانة، الإصلاح أو الترميم وأهمها هي البناء، كهرباء البنايات وغيرها.

• أهم الحرف التقليدية التي يجب إحياءها أو الحفاظ عليها:

من بين هذه الصناعات التقليدية التي تعمل على الحفاظ على التراث الحضاري لولاية قسنطينة نجد: الصناعة النحاسية، الطرز، صناعة الحلبي الذهبية والفضية، صناعة الحلويات التقليدية.

ومن بين الصناعات التقليدية التي هي في طريق الزوال والتي يجب إحياءها وأخذها بعين الاعتبار صناعة الآلات الموسيقية، صناعة السراجة وخياطة الزربية القسنطينية.

• أحياء الحرفيين: يوجد على مستوى ولاية قسنطينة مركزين للنشاطات الحرفية هما حي مسكين (طريق جبل الوحش)، وحي البوليقون.

3-الهايكل والتجهيزات السياحية: تتمثل هايكل السياحة الموجودة بولاية قسنطينة في ما يلي:

أ-النقل والمواصلات: تشمل شبكة الطرقات 258 كلم من الطرقات الوطنية و 416 كلم من المسالك الولائية و 632 كلم من المسالك البلدية¹³. تضم شبكة النقل الحضري وشبه الحضري التي تنشط عبر ولاية قسنطينة 91 خطا، وتمتد شبكة النقل بواسطة السكة الحديدية بولاية قسنطينة على طول 90 كلم و تضم 8 محطات و سبعة محطات لربط الشبكة منها 5 ما بين الولايات و 02 في الضاحية، كما تتميز هذه الشبكة بازدواجية السكة علما أن ولاية قسنطينة تعتبر ناحية جهوية تربط عدة ولايات من الوطن، فيما يخص نقل 700 ألف مسافر و500 ألف طن من البضائع سنة 2010.

ويشمل قطاع النقل الجوي في ولاية قسنطينة مطارا دوليا ومحليا. وقد شهد المطار خلال سنة 2009 حركة طائرات وصلت إلى 8500 رحلة ومن المنتظر أن تتسلم ولاية قسنطينة المحطة الجوية الجديدة نهاية 2013، من أجل الرفع في طاقة استيعاب المسافرين إلى مليون مسافر سنويا.

-طريق السيار شرق-غرب الرابط بين الحدود الجزائرية الشرقية والغربية والمتجه من الحدود التونسية إلى غاية الحدود المغربية، حيث يمر على ولاية قسنطينة هذه الأخيرة تعتبر من أهم المدن الرئيسية (الجزائر العاصمة، وهران، تلمسان، قسنطينة، شلغوم العيد، سطيف) التي يمر بها الطريق.

-تيليفريك قسنطينة (Télécabine de Constantine) هو مصعد هوائي وأحد شبكات النقل العصرية التي تخدم مدينة قسنطينة، يشغله مؤسسة النقل الحضري وشبه الحضري لمدينة قسنطينة¹⁴. وعربات تيليفريك قسنطينة ذات الشكل البيضاوي والتصميم المنسجم والمزودة بجواجز زجاجية تسمح لمستعمليها بإلقاء نظرة عامة على أحادييد وادي الرمال وجسور قسنطينة المعلقة.

ب-هياكل الإيواء السياحي: يقدر عدد الفنادق بولاية قسنطينة 19 فندقا بطاقة إيواء إجمالية تصل إلى حوالي 1466، وذلك بدخول نزلين جديدين الاستغلال مطلع سنة 2012 و هما الفندقين التابعين للشركة العقارية للاستثمار الفندقي في الجزائر SIAHA و هما إيبس و نوفوتيل. كما تقوم هذه الفنادق على توفير خدمات و تلبية طلبات و احتياجات مختلف الزوار و السياح الوافدين إليها¹⁵.

جدول رقم (3): الوضعية العامة لفنادق الولاية في بداية الفترة 2012

عدد الوجبات المقدمة	عدد الليالي الإجمالي	عدد الوصول الإجمالي	الزبائن الأجانب		الزبائن الجزائريين		عدد الأسرة	عدد الغرف	عدد المناصب	العدد الإجمالي للمؤسسات الفندقية بولاية قسنطينة
			عدد الليالي	عدد الوصول	عدد الليالي	عدد الوصول				
48466	89571	54511	17008	6717	72563	47794	1006	1879	551	19

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2012

ومن بين هذه الفنادق توجد:

- **الفنادق المصنفة:** تتوفر ولاية قسنطينة على سبعة (07) فنادق على مستوى مدينة قسنطينة و فندق واحد (01) على مستوى بلدية الخروب، بقدرة إيواء 747 سرير و 434 غرفة كما وفرت 322 منصب عمل.
- **الفنادق غير المصنفة:** الفنادق الغير مصنفة عددها أحد عشرة فندق من بينها فندقين على مستوى بلدية الخروب أما الباقي (09) فنادق متمركز على مستوى بلدية قسنطينة، بقدرة إيواء 431 سرير و 241 غرفة و 55 منصب عمل.

جدول رقم (4): الفنادق 19 لولاية قسنطينة وتصنيفها في بداية الفترة 2012

تصنيفه	اسم الفندق
CLASSIFICATION	DENOMINATION
QUATRE ETOILES	HOTEL PANORAMIC
TROIS ETOILES	HOTEL ARC EN CIEL 1
PROCEDURE DE CLASSEMENT	HOTEL ARC EN CIEL 2
TROIS ETOILES	GRAND HOTEL CIRTA

PROCEDURE DE CLASSEMENT	HOTEL NOVOTEL
DEUX ETOILES	HOTELDES PRINCES
DEUX ETOILES	HOTEL EL MARHABA
PROCEDURE DE CLASSEMENT	HOTEL IBIS
UNE ETOILE	LE GRAND HOTEL
UNE ETOILE	HOTEL BEN M'HIDI
NON CLASSE	HOTEL CENTRAL
NON CLASSE	HOTEL HOUB EL KHEIR
NON CLASSE	HOTEL YOUGHOURTA
NON CLASSE	HOTEL SIDI LAKHDAR
NON CLASSE	HOTEL ELMOUNTAZEH
NON CLASSE	HOTEL EL HAWA TALK
NON CLASSE	HOTEL EL AURES
NON CLASSE	HOTEL CYRNOS
NON CLASSE	AUBERGE EL GHARIOUN

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، مارس 2012.

• المطاعم: يوجد بولاية قسنطينة العديد من المطاعم منها المصنفة وغير المصنفة والجدول الموالي يوضح الوضعية العامة لمجمل المطاعم الموجودة بالولاية. حيث بالنسبة للمطاعم المصنفة توجد 08 من (3 إلى 4 نجوم) حيث توفر هذه المؤسسات المطاعم أنواع مختلفة من الأكلات المحلية التقليدية.

جدول رقم (4): الوضعية العامة للمطاعم السياحية بولاية قسنطينة في السداسي الأول من مارس 2012

ملاحظات	عدد الوجبات	عدد الأطباق	عدد المناصب	العدد	المطعم
مطعم فندق 4 نجوم	8100	200	32	1	مطعم فندق بانوراميك
مطعم فندق 3 نجوم	6800	150	30	1	مطعم فندق سيرتا

مطعم فندق 3 نجوم	8000	150	22	1	مطعم فندق قوس قزح 1
مطعم فندق:الصف المطلوب 4 نجوم	8600	250	28	1	مطعم فندق قوس قزح 2
مطعم مصنف 4 نجوم في 1992	6006	100	6	1	مطعم خيمة الزهور
ثلاثة (03) نجوم تم تصنيفهم بمناسبة اليوم العالمي للسياحة المصادف ليوم 27 سبتمبر 2011.	5008	200	18	1	مطعم البلاطان
	6008	150	16	1	مطعم الصنوبر
	8007	250	22	1	مطعم سارة

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2012.

نادي الفروسية: الكائن بالبايقون قرب المنطقة الصناعية وعلى حدود مدخل حي بو الصوف وهو من المرافق التي تجمع بين ممارسة الرياضة والاستجمام ومعظم خيول النادي من سلالة أصيلة رغم قلتها، ويستغل هذا النادي مختلف المنافسات المحلية وتربية الخيول.

4- مجموعة الإجراءات الإدارية: تتوفر ولاية قسنطينة على عدة هيئات تشرف على القطاع السياحي وهي:

- مديرية السياحة:

تم إنشاء مديرية السياحة بالولاية تتولى الاهتمام بالقطاع السياحي والنهوض به وترقيته.

- الحركة الجمعوية في قطاع السياحة و الدواوين:

أ- الحركة الجمعوية في الصناعة التقليدية: توجد بالولاية 10 جمعيات نشطة في الصناعة التقليدية.

ب- كما يوجد بالولاية ديوان واحد للسياحة المسمى: الديوان المحلي للسياحة الواقع مقره بنهج عبان رمضان رقم 32 قسنطينة والرئيس هو السيد فندري عبد القادر الذي تنتهي عهده بتاريخ 26/01/2014. الهاتف والفاكس: 54-25-91-031.

5- وكالات السياحة والأسفار: تشط على مستوى ولاية قسنطينة حوالي 40 وكالة معتمدة، منها 19 من الصنف (أ) و21 من صنف (ب)، حسب المرسوم التنفيذي رقم 10-186 المؤرخ في 14 جويلية 2010 الذي يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 200-48 المؤرخ في أول مارس 2000 المتعلق بكيفيات إنشاء و استغلال وكالات السياحة و الأسفار و استغلالها.

تفتح الشروط الجديدة المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، آفاقا أمام الوكالات السياحية من أجل تنشيط السياحة الوطنية و سياحة الاستقبال من خلال توجيه اهتمام أكبر لعملية جذب السياح خاصة ذات الصنف (أ) منها. وقد ارتفع عدد السياح المتوافدين الأجانب إلى حوالي 7452 سائح أجنبي سنة 2011 بزيادة تقدر بحوالي 10% مقارنة بإحصائيات 2010 و يبلغ عدد السياح الأجانب حوالي 3256 السداسي الأول لسنة 2012، حيث توفر 135 منصب عمل، كما تساهم هذه الوكالات السياحية في ترقية و تنشيط السياحة المحلية والوطنية.

جدول رقم (5): وكالات السياحة والأسفار بولاية قسنطينة في بداية 2012

الدرجة المطلوبة أو المقبولة	العدد	عدد المناصب	السياحة الوافدة	السياحة الموفدة	السياحة الداخلية
A	19	86	112	39	420
B	21	24	38	4292	283
المجموع	40	110	150	4331	703

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2012.

ثانيا- الطلب السياحي في ولاية قسنطينة

عرف الطلب السياحي بولاية قسنطينة نموا ملحوظا خلال الفترة 2007-2012، حيث يمكن قياس الطلب السياحي بالولاية من خلال عدة معايير معتمدة سابقا والمتمثلة في:

1- تطور الطلب السياحي والفندقي وفقا لعدد الأسرة المشغولة خلال الفترة (2007-2012)

تعد ولاية قسنطينة من بين الولايات الساحرة بالوطن رغم أنها ولاية داخلية نظرا لما تتميز به من مناظر خلابة، وآثار تاريخية ودينية عريقة، وثقافة أصيلة، وهياكل حمة تساعد على إحياء السياحة من بابها الواسع، هذا ما دفع العديد من السياح لتفضيل الولاية عن باقي ولايات الوطن لتحقيق عدة أغراض (ترفيه، تسلية، أعمال، رياضة) لذلك شهدت السياحة تطور في الطلب السياحي المحلي والأجنبي على المؤسسات الفندقية كما هو موضح في الجدول:

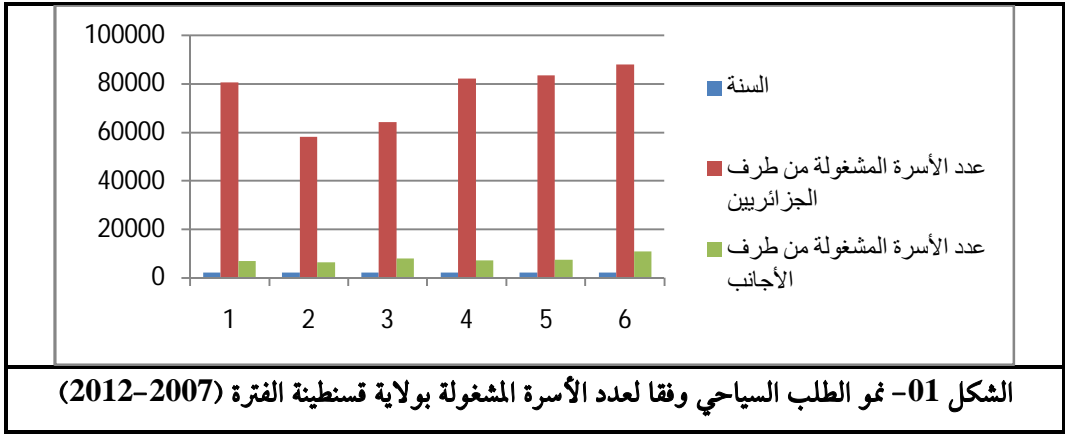
جدول رقم (6): نمو الطلب السياحي والفندقي بولاية قسنطينة وفقا لعدد الأسرة المشغولة
الفترة (2007-2012)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012
عدد الأسرة المشغولة من طرف الجزائريين	80514	58000	64200	82070	83428	87794
عدد الأسرة المشغولة من طرف الأجانب	6905	6341	8028	7132	7452	10717
المجموع	87409	64341	72228	89202	90880	98511
النسبة %	/	26.39	12.25	23.50	01.88	08.39

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. جانفي 2013.

كما يمكن تمثيل تطور الطلب السياحي على مستوى المؤسسات الفندقية وفقا للأسرة

المشغولة من خلال المدرج التكراري التالي:



المصدر: من إعداد الباحثين استنادا للتقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية بولاية قسنطينة 2013.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك نموا ملحوظا في الطلب السياحي من سنة لأخرى، مع وجود فقط تذبذب في سنتي 2008 و 2009 بالمقارنة مع سنة 2007، كما يمكن الإشارة إلى أن العدد المسجل في سنة 2007 قدر بـ 87409 سرير في حين قدر بـ 98511 سرير سنة 2012، أي بزيادة قدرها 12.70%. كما نلاحظ أن الأسرة المشغولة من طرف الجزائريين المحليين أكبر بكثير عنها المشغولة من طرف الأجانب وهذا يمكن إرجاعه لعدة أسباب:

-النقص في الترقية السياحية وخاصة الخارجية للولاية مما أدى بالكثير إلى تجاهل سياحي بالولاية من خلال عدم معرفة المناطق والمقاصد السياحية.

-عدم وجود جهات معنية تحث الجهود المبذولة من أجل الترويج للمنتج السياحي القسنطيني بالخارج سواء عبر وسائل الإعلام المختلفة أو الانترنت....

2- تطور الطلب السياحي الفندقية من خلال عدد الليالي المقضاه خلال الفترة (2007-2012):

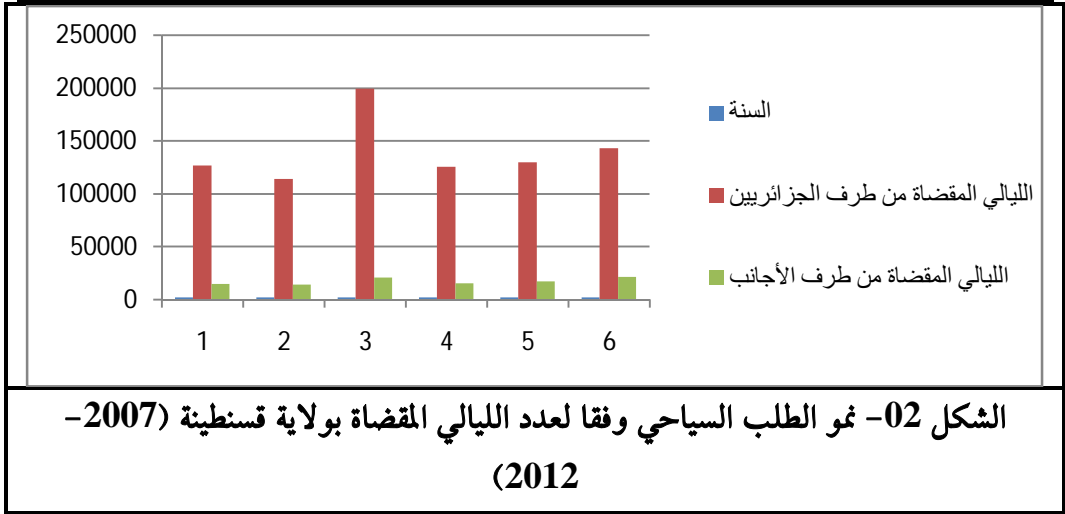
يمكن قياس الطلب السياحي على مستوى الولاية من خلال عدد الليالي المقضاه من طرف السياح حيث كلما زادت عدد الأسرة المشغولة زادت عدد الليالي المقضاه من طرف السياح، فأدناها تكون ليلة واحدة وأقصاها تكون 365 ليلة من طرف سائح واحد، وقد تم تسجيل عدد الليالي المقضاه من طرف السياح على مستوى فنادق الولاية كما هي موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (7): نمو الطلب السياحي والفندقية بولاية قسنطينة من خلال عدد الليالي المقضاه (2007-2012)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012
الليالي المقضاه من طرف الجزائريين	126523	113516	199114	125034	129736	142563
الليالي المقضاه من طرف الأجانب	14559	13956	20612	15052	17128	21008
المجموع	141082	127472	219726	140086	146864	163571
النسبة %	/	09.64-	72.37	36.29-	04.83	11.37

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. شهر جانفي 2013.

و يمكن تمثيل تطور الطلب السياحي على مستوى المؤسسات الفندقية وفقا لليالي المقضاه من خلال المدرج التكراري التالي:



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية بولاية قسنطينة 2013

كما سبق وأشرنا إلى أن عدد الأسرة المشغولة من طرف الجزائريين أكبر منها المشغولة من طرف رجال الأعمال الأجانب وهذا حتما يؤدي إلى التفاوت في عدد الليالي المقضاه، فنجد عددها المقضاه من طرف الجزائريين أكبر منها المقضاه من طرف الأجانب¹⁶، وهذا راجع إلى النقص الكبير في تسويق المنتج السياحي والفندقي في الخارج كما نجد أن النسبة الكبيرة من السياح الأجانب غرضهم الأعمال.

3- معدل تطور الطلب السياحي خلال الفترة (2007-2012)

كما يمكن قياس الطلب السياحي على مستوى ولاية قسنطينة أيضا من خلال قياس نسبة الأسرة المشغولة إلى عدد الليالي المقضاه، فالنزيل في الفندق الذي تكون له أغراض (الترفيه، العلاج، الرياضة..) قد يقضي ليلة واحدة كما قد يقضي أكثر، وذلك حسب الغرض من تنقله من جهة وقيمة مدخراته من جهة أخرى، فيكون أفضل لصاحب الفندق كلما قضى نفس السائح مدة أطول، لأن ذلك يقلص عليه تكلفة الترويج والبحث عن زبون جديد «حيث تؤكد الدراسات الميدانية التي أظهرت أن 5% من القدرة على

الاحتفاظ بالزبون، تقود إلى زيادة تقدر بـ25% من الأرباح التي يحققها الفندق لقاء قيام العاملين بإقناع الزبون بالعودة مرة ثانية إلى الفندق أو للبقاء فترة إقامة أطول فيه¹⁷، كما قد تكون لدى صاحب الفندق فرصة ضائعة، لأنه بمجرد أن يهيئ الغرفة (غرفة جاهزة) ولم يكن هناك زبون جديد هذا سيجعله يفقد فرصة في تقديم الخدمة، فعلى مستوى ولاية قسنطينة كانت نسب نمو الطلب السياحي من خلال عدد الأسرة المشغولة إلى عدد الليالي المقضاة كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (8): نمو الطلب السياحي والفندقي بولاية قسنطينة من خلال عدد الأسرة/ عدد الليالي الفترة (2007-2012)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012
(سرير/ ليلة) الجزائريين	0.63	0.51	0.32	0.65	0.64	0.61
(سرير/ ليلة) الأجانب	0.47	0.45	0.39	0.47	0.43	0.51

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على التقارير السنوية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية بولاية قسنطينة 2013

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الطلب السياحي أقل من (1)، وهذا نفسه بأن عدد الليالي المقضاة أكبر من عدد الأسرة المشغولة وهذا منطقي، حيث أن النسب المتقاربة من الواحد تعني أن معظم السياح قضوا ليلة واحدة لا أكثر من ذلك، في حين أن النسب الأقل بكثير من (1) يعني أن معظم السياح الوافدين (الجزائريين والأجانب) كانت مدة بقائهم في الفندق أكبر من ليلة واحدة وهذا يكون لفائدة صاحب الفندق. كما يلاحظ أن النسب متقاربة سواء بالنسبة للمعدل لدى الجزائريين أو الأجانب على حد سواء.

ثالثا- أهمية القطاع السياحي بولاية قسنطينة

إن للقطاع السياحي أهمية كبيرة من شأنها المساهمة في الحركة الاقتصادية والاجتماعية وكذا الثقافية، فمن خلال ممارسة النشاط السياحي يمكن توفير مناصب عمل، الرفع من الإيرادات الوطنية، الرفع من المستوى الثقافي والعلمي والصحي للأفراد وغيره، كل ذلك يكون وراء دافع أساسي للسائح. فولاية قسنطينة عرف قطاعها السياحي نوعا ما تحسنا من خلال توافد السياح إليها سواء إلى فنادقها أو إلى مناطقها السياحية كالأثار وغيرها.

1- مساهمة القطاع السياحي في توفير مناصب شغل

يعد القطاع السياحي من بين القطاعات التي تعتمد على الموارد البشرية، حيث أثبتت الدراسة التي تم الإشارة إليها سابقا إلى أن تشغيل سرير في فندق يوفر منصب شغل مباشر ومنصبيين غير مباشرين، منهم الدائمين والمؤقتين حيث كان تطورها على مستوى فنادق الولاية كما هي موضحة في الجدول التالي¹⁸:

جدول رقم (9): تطور عدد العمال الدائمين والمؤقتين بولاية قسنطينة في الفترة (2007-2012)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012
عمال دائمين	355	331	377	333	398	516
عمال مؤقتين	32	35	43	37	35	35
المجموع	387	366	420	370	433	551
النسبة %	/	5.42-	14.75	11.90	17.02	27.25

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. شهر جانفي 2013.

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القطاع السياحي الفندقية ساهم في توفير مناصب شغل وخاصة الدائمة بنسبة معتبرة، بالإضافة إلى مناصب العمل التي توفرها المؤسسات السياحية الأخرى (المطاعم، وكالات السياحة والأسفار) فقد لوحظ ارتفاع في عدد المناصب وهذا راجع للمشاريع الاستثمارية الفندقية الجديدة وكذا وكالات السياحة والأسفار التي توفر 135 منصب عمل حاليا (بداية من سنة 2013).

2- مساهمة القطاع السياحي في تطوير المشاريع الاستثمارية خلال الفترة (2007-2012)

لقد تعددت المشاريع الاستثمارية على مستوى الولاية حيث تمركزت بعدة مناطق

بولاية قسنطينة

*الاستثمار السياحي: تشكل الاستثمارات السياحية النسبة الأكبر من الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في التأثير على القطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث يعمل على خلق توازن جهوي بين المناطق، تساهم في استيعاب المزيد من السياح و بالتالي تشجيع الحركة السياحية. وتتوفر ولاية قسنطينة على الشروط الأساسية لإقامة صناعة سياحية رائدة، فهي وجهة للمستثمرين الداخلين و الأجنب كونها بوابة الشرق الجزائري¹⁹. انظر الجدول الموالي:

جدول رقم (10): مشاريع الاستثمار السياحي العام بولاية قسنطينة

الملاحظات	نسبة التقدم	مجموع الاستهلاك	رخصة البرنامج النهائية (دج)	عنوان العملية	البرنامج
انطلاق العملية لاختيار مؤسسة أخرى للإنتاج. -طلب لإعادة تقييم المشروع و ذلك لإدماج مصالح الصناعة	3%	3434649.00	27000000.00	دراسة وانجاز: *دار الصناعات التقليدية *متحف الصناعات التقليدية *دراسة و إنجاز مقر مديرية السياحة مع	برنامج 2005-2010

التقليدية مع مصالح السياحة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 257-10 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1432 الموافق 20 أكتوبر 2010 يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها و تنظيمها				سكن وظيفي	
---	--	--	--	--------------	--

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. 2012.

آليات تفعيل دور التسويق السياحي في تهيئة الواجهة السياحية لولاية قسنطينة
د/ عبود زرقين أ.ة/ إيمان العلمي

أ- المشاريع السياحية التابعة للقطاع الخاص قيد الإنجاز: إضافة إلى نزلي إيبس ونوفوتال اللذان بدءا النشاط في أبريل 2012، بطاقة لإيواء إجمالية مجوالي 347 سرير، أي بزيادة تقدر بنسبة 30% من طاقة الإيواء²⁰.

جدول رقم(11): وضعية مشاريع الاستثمار الخاص بولاية قسنطينة نهاية سنة 2012

المشاريع المتوقفة	المشاريع قيد الإنجاز		المشاريع المنتهية		الكلفة المرتقبة للإنتاج (دج)	الطبيعة
	العدد	الطاقة	العدد	الطاقة		
340 سرير	2	956 سرير	5	578 سرير	1	9.246.000.000,00 فنادق

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. شهر جانفي 2013.

ب- فرص الاستثمار في القطاع: يوفر قطاع الصناعة التقليدية و الحرف ميادين متعددة في مجال الاستثمار بترقية الحرف التقليدية:

- ❖ إنشاء مؤسسات صغيرة لإنتاج التحف النحاسية؛
- ❖ إنشاء مؤسسات في مجال صناعة اللباس التقليدي؛
- ❖ إنشاء مؤسسات مخصصة في الخياطة الرفيعة؛
- ❖ إنشاء مؤسسات لإنتاج المادة الأولية لاسيما الخيوط الفضية و الذهبية المستعملة في الطرز التقليدي؛
- ❖ إنشاء وحدات إنتاجية لصناعة الفخار؛
- ❖ إحداث مدارس خاصة بالتكوين في مجال الصناعة التقليدية و إعادة رسكلة المعلمين الحرفيين.

3- مساهمة القطاع السياحي في نمو رقم الأعمال خلال الفترة 2007-2009

لقد ساهمت المؤسسات الفندقية في الدخل الاقتصادي من خلال توفير الإيرادات الناتجة عن توافد السياح المحليين منهم والأجانب على المؤسسات الفندقية نظرا لما يدفعونه من

أجر مقابل الحصول على الخدمات السياحية (الإيواء والإطعام) وبذلك عرف رقم الأعمال للمؤسسات الفندقية تطورا كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (12): تطور رقم الأعمال في المؤسسات الفندقية بولاية قسنطينة في الفترة (2007-2009)

2009		2008		2007		السنة
الإطعام	الإيواء	الإطعام	الإيواء	الإطعام	الإيواء	رقم الأعمال
82800000	121256195	78500000	120147 354	91000000	124434774	

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة. 2010.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن رقم الأعمال المسجل من سنة لأخرى عرف تراجعا وهذا راجع للمشاكل الملحوظة في المشاريع الاستثمارية السياحية الفندقية. حيث بلغ عددها في سنة 2012 بـ 19 مؤسسة فندقية بعدما كان 17 مؤسسة سنة 2007، كما يمكن تفسير بعض التراجع في رقم الأعمال إلى غلق بعض المؤسسات الفندقية لعدة أسباب منها عدم استيفائها للشروط المطلوبة.

جدول رقم (13): تطور عدد الفنادق وقدرات إيوائها بولاية قسنطينة خلال الفترة (2007-2012)

2012	2011	2010	2009	2008	2007	السنة
19	17	16	17	17	17	عدد الفنادق
1879	1301	1018	678	1021	1037	قدرات الإيواء (سرير)

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، شهر جانفي 2013.

فرغم الأعمال يمكن أن يسجل أكثر من خلال تنوع الخدمات المقدمة فهناك من الفنادق من توفر خدمة واحدة وهي الإيواء، ومنها من توفر عدة خدمات، وبهدف الرفع من رقم الأعمال يجب عليها القيام بأنشطة تسويقية لتعريفها بعرضها السياحي.

المحور الثالث-عوائق التسويق السياحي في ولاية قسنطينة

بصفة عامة وبعد تحليل الوضع الحالي للقطاع السياحي بولاية قسنطينة ومن أجل النمو به إلى المستوى السياحي الذي تتمتع به المدن السياحية المجاورة، و الأخرى المتواجدة في الدول السياحية القريبة خاصة منها الدول المغربية التي تعرف نفس الظروف التي تتميز بها ولاية قسنطينة من الجانب الطبيعي، عادات و تقاليد متقاربة، مستوى ثقافي و علمي متماثل. غير أن ولاية قسنطينة تعاني من كثير من المعوقات أهمها:

- ❖ نقص في قدرات الإيواء، مرافق الترفيه و التنشيط و في وسائل النقل السياحي؛
- ❖ الفنادق الموجودة حاليا تقدم خدمات بسيطة تحتاج إلى عصرنة أكثر للخدمات التي تعرضها؛
- ❖ صورة مشوهة لمدينة قسنطينة ولإنتاجها السياحي؛
- ❖ تأطير ضعيف على مستوى المؤسسات العمومية (الجماعات المحلية، البلدية و الولاية)؛
- ❖ إجراءات لا تحث على الاستثمار في المجال السياحي؛
- ❖ إطار قانوني غير كافي و يحتاج لأن يتكيف مع اقتصاد السوق و مع السياحة العصرية؛
- ❖ بيئة غير ملائمة و منفرة لكل مبادرة لتنمية السياحة بالولاية؛
- ❖ عدم وجود شرطة للسياحة تعمل على حماية السياح و مراقبة و الحفاظ على المواقع السياحية و خاصة منها الأثرية؛
- ❖ استغلال بعض الأفراد للسياح الأجانب مثل سائقي الأجرة و البائعين؛
- ❖ تعاقب المسؤولين في مديرية السياحة و اختلاف منهج و سبل عملهم و تغييرها مع كل مسئول جديد يتولى منصب مدير مديرية السياحة، و نقص كبير في الميزانية المخصصة للتسويق و الترويج السياحي بالولاية؛
- ❖ نقص في التكوين السياحي و انعدام المؤسسات التكوينية بهذا المجال على مستوى الولاية؛
- ❖ تلف و إهمال بعض المعالم الأثرية، كما و أن المدينة القديمة مهددة بالانهيار، و وجود قدم في هياكلها الدينية، و فقدانها للبعض من عاداتها و تقاليدها، إلى جانب تقهقر تشكيلاتها النباتية؛

- ❖ ضعف في الإنتاج الحرفي، وفي الجمعيات السياحية المشجعة لذلك؛
- ❖ نقص في الترويج و الإعلام السياحي: فعادة ما تهتم وسائل الإعلام بالتعريف بالسياحة في المناطق الساحلية فقط و نلاحظ غياب الإشهار بولاية قسنطينة (الاعتماد على ترويج وإشهار الديوان الوطني للسياحة بصفته المسئول على وظيفة الترويج السياحي) وما تزخر به من مقومات سياحية وثقافية وهو أمر أصبح لا محال منه في يومنا هذا من أجل استرجاع قسنطينة لصورتها ومكانتها السياحية بين أكبر الولايات والمدن السياحية عبر التراب الوطني؛
- ❖ عدم فعالية التسويق السياحي: حيث تمتلك ولاية قسنطينة العديد من الموارد السياحية الهامة لكنها تعاني من العجز في تسويقها وهذا راجع إلى أن المنتج التسويقي اللازم لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد سواء من حيث النوعية أو الكمية، وغياب المنافسة في ميدان السياحة و النقص الكبير في العمليات الإعلامية والإشهارية بالجانب السياحي للولاية سواء من طرف المديرية أو من الفنادق ووكالات السياحة للأسفار هذه الأخيرة التي بدل من أن تسعى لجلب السياح الأجانب فهي تشجع السياحة إلى الخارج؛
- ❖ إضافة إلى هذا ارتفاع أسعار السلع والخدمات الفندقية (صناعية أو استهلاكية) وهو يمثل أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب وهو أمر يدل على عدم القدرة على تحقيق التوازن النسبي بين العرض و الطلب السياحي.

المحور الرابع - آليات لتفعيل دور التسويق السياحي في ولاية قسنطينة

التسويق السياحي عملية مستمرة ومنتظمة لتسويق المنتج السياحي ذات الخدمات المتميزة بالجودة، بهدف بناء الصورة الايجابية لبلد كمقصد سياحي في الأسواق السياحية الداخلية والخارجية، بما يعزز مناخ الثقة لدى الزوار ويزيد من الطلب السياحي على بلد المقصد السياحي، لذا تبنت الحكومة الجزائرية إستراتيجية التسويق السياحي، كما قامت لجنة التخطيط على مستوى الوزارة الوصية بإعداد خطة تسويق سياحية حتى 2025 تحتوي على الأهداف والوسائل والإجراءات الواجب اتخاذها للوصول بها إلى منتهاها²¹. والتي تجعل الجزائر وجهة سياحية دولية ابتداء من سنة 2015 وقسمت الخطة إلى مرحلتين على النحو

التالي: 2008/2015 ثم 2016/2025، ثم تحديد أهداف المرحلة الأولى وترك المرحلة الثانية إلى ما بعد الحصول على نتائج المرحلة الأولى. وقد كان التقييم المرحلي الأولي، نوعي وكمي لمخطط العمل الذي تم إنجازه منذ المصادقة على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في سنة 2008، بغية تدعيم الآليات التي أعطت نتائج إيجابية. تمثلت هذه النتائج في بعض المؤشرات حتى نهاية سنة 2012: ²²

1. فقد بلغ حجم التشغيل في السياحة 430.000 منصب شغل، أي حوالي خمس اليد العاملة الوطنية،
2. المساهمة في الناتج الداخلي الخام 2 % .
3. المساحات العقارية المتوفرة في مناطق التوسع السياحي، بلغت 53000 هكتار موزعة على 205 منطقة توسع سياحي عبر تراب الجمهورية .
4. في المجال الاستثماري، بلغ عدد المشاريع السياحية 713 مشروع مسجل بطاقة 82 ألف سرير منها : 405%-مشروع (50000 سرير و 23000 منصب شغل) في طور متقدم 60 120 مشروع (12000 سرير و 6000 منصب شغل) متوقفة أساسا بسبب التمويل، 130 - مشروع (15000 سرير و 7000 منصب شغل) لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخططات التهيئة بمناطق التوسع السياحي،
5. كما بلغ حجم الاستثمارات الخاصة في المشاريع السياحية 220 مليار دج منها 70.5 مليار دينار في شكل قروض من الخزينة العمومية لإعادة تأهيل وعصرنة الفنادق العمومية (حوالي 70 وحدة منها 10 محطات حموية)،
6. و بلغ عدد الوكالات السياحية المعتمدة 814 وكالة،
7. و وصل عدد الحظيرة الفندقية الوطنية: 1136 وحدة بطاقة 96 ألف سرير منها 18.000 سرير فقط تابع للحظيرة الفندقية العمومية.
8. أما في مجال التكوين فيمتلك القطاع 04 مؤسسات تحت الوصاية بطاقة 880 مقعد بيداغوجي (200 للمدرسة الوطنية العليا بالعاصمة، 380 بمعهد تيزي وزو و ملحفته

بتلمسان، و 300 بمعهد بوسعادة، إضافة إلى مشروع مدرسة وطنية عليا جديدة في تيبازة (1200 مقعد بيداغوجي) وأخرى في عين تيموشنت (400 مقعد بيداغوجي).

إنّ هذه الأرقام تستدعي مّا أن نتوقف عندها فهي تكشف الكثير من الحقائق أذكر منها:

✓ التأخر الكبير في إعداد و المصادقة على مخططات التهيئة السياحية (PAT) والمخططات التوجيهية للتهيئة السياحية الخاصة بالولايات (SDAT-W)، حيث أنّ 85% من المشاريع السياحية الجاري إنجازها تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي، كما أنّ 98% من المساحة العقارية المتوفرة في هذه المناطق لم يتمّ استغلالها لغاية اليوم،
✓ 2. الحاجة إلى مراجعة و تحسين آليات مرافقة وتمويل الاستثمارات السياحية وتخفيف الإجراءات الإدارية خاصة ما تعلق بالمصادقة على المخططات و منح رخص البناء و الاستغلال،

✓ 3. قدرات التكوين التي يملكها القطاع، لا تسمح له بالاستجابة للطلب المتعاظم على التكوين و التكوين المستمر الناجم عن تطور حجم التشغيل في القطاع. و على سبيل المثال، فإنّ الطلب على التكوين سيصل في آفاق 2015 إلى حدود 200.000 منصب بيداغوجي سنويا في مختلف تخصصات و مهن السياحة،

✓ 4. كما أنّ نشاطات وكالات السياحة و السفر التي تعتبر أساس العرض السياحي، لا زالت تركز في معظمها على تصدير السواح الجزائريين إلى الخارج خصوصا في إطار سياحة الحج العمرة، و لازالت تعزف عن تطوير نشاطات السياحة الاستقبالية والداخلية،

✓ 5. لكنني بالمقابل، أسجّل بكل ارتياح انخراط رأس المال الوطني الخاص في الاستثمار في قطاع السياحة والشجاعة والالتزام الذي يبديه في ذلك بالنظر إلى حجم الاستثمارات التي يتطلبها النشاط السياحي و طول مدّة الحصول على الأرباح، ما يعبر عن ثقتهم في مستقبل السياحة في الجزائر، إن هذه الملاحظات، تستدعي مّا إعادة النظر وتصحيح

بعض الرؤى والقوانين و أشكال العمل. إن الهدف من اجتماعكم هذا هو البحث عن الآليات الأساسية التي من شأنها:

* تسهيل و تشجيع الاستثمار السياحي بصفة عامة، بما في ذلك النظر في آليات تسمح بجل إشكالية توفير المساحات العقارية و التكفل بأشغال التهيئة، إضافة إلى مراجعة عملية التمويل و المرافقة و تسهيل إجراءات الاستثمار السياحي و فتح نقاش مع المتعاملين والخبراء حول أنماط الهياكل السياحية و معايير الإنجاز،

* تفعيل و متابعة و تقييم مخطط الجودة، بما يسمح الارتقاء بمستوى الخدمات والعروض السياحية إلى مستوى المقاييس العالمية و يضمن للمنتوج السياحي الوطني التنافسية المطلوبة سواء على مستوى الأسواق المحلية أو الدولية و ذلك من خلال تكوين الموارد البشرية، تحسيس المحيط و مواصلة ضبط معايير خدمات السياحة و الفنادق، والنظر في آليات تسمح بتأهيل الحظيرة الفندقية الخاصة غير المصنفة،

* دعم مسعى ترقية الجزائر كوجهة سياحية من أجل زيادة جاذبيتها لدى المستهلكين داخليا وخارجيا، والاهتمام خصوصا بالمناطق الداخلية بالنظر إلى شساعة التراب الوطني وتنوع المؤهلات السياحية بمختلف الأقطاب، مع أخذ بعين الاعتبار ضرورة الإبداع في تصور و تركيب عروض سياحية جديدة،

* نشر الثقافة السياحية لدى كل مكونات المجتمع و كذا في كل المستويات الرسمية و غير الرسمية، بالنظر إلى خصوصية النشاط السياحي باعتباره نشاطا أفقيا مرتبطا بمختلف القطاعات و الهيئات و الحركة الجمعوية وإنني أدعو في هذا المقام إلى التأسيس لميثاق الشراكة الوطنية من أجل ترقية و تنمية سياحة وطنية مندجة ومستدامة،

* إعطاء الأولوية لتنمية و ترقية السياحة الداخلية، في سياق استغلال المؤهلات السياحية الوطنية بغرض الاستجابة للطلب المتعاضم، خصوصا لدى العائلات و فئة الشباب في ما يتعلق بالاستجمام والراحة. أيتها السيدات، أيها السادة، إن أشغال الورشات التي ستتناول المحاور السابقة الذكر بالمناقشة و التحليل، يجب أن تصل إلى إعداد مقترحات عملية و فعالة

تسمح بإضفاء التعديلات و التصويبات الضرورية لبرنامج العمل المعتمد، بغرض الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة في آفاق 2015: - 75 ألف سرير ذات جودة عالية، 2.5 - مليون سائح، - و مساهمة للقطاع في الناتج الداخلي الخام في حدود 5%، - تثمين وجهة الجزائر السياحية الجديدة وحجز مكانة دائمة بين الوجهات السياحية العالمية وذلك من خلال العمل على:

-تعريف وتحديد هوية جديدة وواضحة؛

-العمل على عرض منتج سياحي يتكيف مع الطلب السياحي الوطني والدولي؛
-تطوير واتباع أدوات وحملات اتصالية فعالة.

و يتمحور وضع خطة وجهة الجزائر الجديدة حول ثلاث مكونات رئيسية وهي²³:

أولاً- ينبغي وضع إستراتيجية التسويق السياحي على أساس:

-دراسة السوق من جانب العرض والطلب؛

-تحديد الأسواق المستهدفة ذات الأولوية؛

-وضع خطط تسويقية تناسب مع متطلبات كل سوق؛

-تحديد الثنائية منتج/ سوق.

ثانياً- تحديد خطة عمل تشغيلية بما يحقق:

-تطوير وسائل الترويج والاتصال؛

-بناء صورة جديدة وتوسيع الوعي بالوجهة الجزائرية.

ثالثاً- إنشاء نظام مستدام لمراقبة ورصد الموارد والأسواق السياحية.

المحور الخامس -مستقبل الصناعة السياحية في ولاية قسنطينة

تعتبر السياحة أهم القطاعات التي تؤثر و تتأثر بباقي القطاعات الأخرى فلا يمكن إقامة صناعة سياحية رائدة بدون هياكل قاعدية، و هو ما يبدو جليا في السياسة الوطنية من أجل تهيئة الإقليم، و الوضعية الحالية لولاية قسنطينة، و التي تتميز بوتيرة أشغال سريعة من

شأنها أن تعطي للسياحة إنطلاقة جديدة و تفتح المجال أمام المستثمرين من الداخل و الخارج لتقديم استثمارات سياحة ذات طابع مميز يمزج بين التراث القسنطيني العتيق و المدينة العصرية. وتنبع أهمية التسويق السياحي والدور الكبير الذي يمكن أن يلعبه من تحول صناعة السياحة إلى ساحة منافسة شديدة بين جميع الدول والمناطق العالمية للسياحة، حيث تحاول كل دولة اجتذاب ما تستطيع من السياح، بالإضافة إلى ذلك هناك نقص كبير جداً في الميزانية المخصصة للتسويق السياحي والتي لم تكن موجودة بولاية قسنطينة حتى عام 2012. حيث يؤكد رئيس رئيس مصلحة التفتيش السياحي بولاية قسنطينة، أن الجهود التسويقية المبذولة مثل الدعاية والترويج والإعلام وغيرها يتولاها الديوان الوطني للسياحة، فهو من يقوم بالوظيفة التسويقية على مستوى كامل التراب الوطني ولكل ولايات الجمهورية. ويضيف المسئول الأول بمديرية السياحة لولاية قسنطينة أنه توجد بعض المبادرات البسيطة التي تتولاها المديرية من أجل التسويق السياحي للولاية تتمثل فيما يلي²⁴:

- إعداد وسائل ترويج وإعلان جديدة للولاية عبارة عن مطويات من الحجم الكبير وقرص يشمل مختلف الأماكن السياحية كما تم إنشاء موقع الكتروني عبر الولاية و بريد الكتروني خاص بالمديرية في انتظار فتح موقع للانترنت؛
- استقبال ومرافقة عدة وفود أجنبية وعربية إلى مختلف المناطق السياحية بالولاية واكتشاف الفرص الاستثمارية في المجال السياحي بالولاية؛
- المشاركة في بعض برامج البث الإذاعي (إذاعة سيرتا) المباشرة وغير المباشرة وكذا استقبال الصحافة للإعلام المكتوبة بخصوص مختلف المواضيع للترويج السياحي والتعريف بالمؤهلات التي تزخر بها الولاية؛
- عروض للمساحات السياحية للولاية من طرف مديرية السياحة؛
- المشاركة في مختلف التظاهرات المحلية والوطنية المنظمة على مستوى الولاية في مختلف القطاعات ومن بينها:

*اليوم العالمي للبيئة 05 جوان؛

*يوم العلم 16 أفريل (شهر أفريل للعلم)؛

*المشاركة في الأيام الوطنية للصناعة التقليدية بالولاية؛

*المشاركة في المهرجانات مثل الأسابيع الثقافية، المهرجان الوطني للمالوف في جويلية، المهرجان الدولي للإنشاد نهاية نوفمبر، المهرجان الدولي للشعر في أكتوبر، صالون الأمازيغ (رأس السنة الأمازيغية في 12 جانفي)، شهر التراث من 18 أفريل إلى 18 ماي؛

*اليوم العالمي للمرأة.

-تم إعداد عدة برامج ومشاريع تعمل على تطوير القدرات السياحية بالولاية تتمثل فيما يلي:

1-البرامج الولائية المدعمة للقطاع السياحي منها:

❖ الطريق السيار شرق غرب ساهم في تسهيل التنقل بين الولاية و الولايات الساحلية خاصة العاصمة و ساعد على ارتفاع السياح الوافدين للولاية؛

❖ المصعد الهوائي الذي أصبح مقصدا لسكان المدينة و للقادمين للتمتع بنظر الصخر العتيق الرائع؛

❖ الجسر العملاق الذي يدعم الخصوصية التي تشتهر بها مدينة الجسور المعلقة؛

❖ الترامواي، إنجاز مميز على الصعيد الجمالي و العملي؛

❖ تهيئة المدينة القديمة من أجل استرجاع المنظر الجمالي للمدينة من خلال إعادة ترميم البيوت التي انهارت بفعل التقادم؛

❖ تهيئة حظيرة التسلية بجبل الوحش؛

❖ تهيئة الحدائق العمومية على مستوى الولاية.

وغيرها من المشاريع التي تفتح آفاق واسعة أمام السياحة بالولاية، إلى جانب مجهودات تسويقية تتمثل في:

❖ ترقية القطاع من خلال سبل حديثة للتسويق عبر الانترنت؛

❖ تكثيف الإعلام بكل أنواعه من أجل الإشهار بالمؤهلات السياحية في قسنطينة.

أما فيما يخص مشاريع التنمية السياحية بالولاية قيد الانجاز:

جدول رقم (14): مشاريع الاستثمار السياحي قيد الانجاز بولاية قسنطينة

الملاحظات	تاريخ الانتهاء النظري	تاريخ الانطلاق النظري	رخصة البرنامج النهائية (دج)	عنوان العملية	البرنامج
العملية في مرحلة إختيار مكتب الدراسات. دراسة مدتها التقديرية 30 شهر	sept-15	mars-12	15, 000, 000,0	دراسة المخطط التهيئة السياحية للولاية SDAT	برنامج 2014-2010
العملية في مرحلة إختيار مؤسسة الدراسة، المتابعة و الترميم. دراسة و إنجاز مدتها التقديرية 36 شهر	févr-15	févr-12	2, 500, 000,00	دراسة لترميم درب السياح على مستوى مغارات الرمال	برنامج 2014-2010
في انتظار اختيار الأرضية دراسة و إنجاز مدتها التقديرية 18 شهر	mai-13	juin-12	2, 000, 000,00	دراسة لإنجاز و تجهيز مركز الإعلام و التوجيه السياحي	برنامج 2014-2010
دراسة مدتها التقديرية 24 شهر	janv-16	janv-14	15, 000, 000,00	دراسة تهيئة 3 مناطق للتوسع السياحي	برنامج 2014-2010

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة.

وبالنسبة للمشاريع المقرر استلامها نهاية 2012، والتي من شأنها إضافة 646 سرير ترفع بذلك طاقة الإيواء إلى 2112 أي بزيادة 70 % من طاقة الإيواء الحالية . فهي:

جدول رقم (15): المشاريع السياحية بولاية قسنطينة المقرر استلامها نهاية عام 2012

اسم الفندق	العنوان	طاقة الايواء المقدره	عدد المستخدمين الجدد	الصف المبرج	تاريخ انطلاق المشروع	تاريخ الاستلام المقترح
فندق حسين	المدينة الجديدة علي منجلي	200 سرير	100 منصب	****4	2007 /04 /10	نهاية 2012
فندق الخيام	المدينة الجديدة علي منجلي	350 سرير	120 منصب	****4	2006 /01 /01	السداسي الثاني 2012
فندق سمرون	عين الباي	96 سرير	10 مناصب	****2	2009 /04 /01	السداسي الثاني 2012

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2013.

2-مراقبة ومتابعة نشاطات المتدخلين في قطاع السياحة و الصناعة التقليدية

وضعية عملية تجديد هياكل الصناعة التقليدية: في إطار تجديد هياكل المنتخبة بغرفة الصناعة التقليدية و الحرف، قامت مديرية السياحة والصناعة التقليدية بتنصيب اللجنة الولائية حسب المادة 09 من القرار الصادر بتاريخ 09 جوان 1997 المتضمن شروط

الانتخاب وتنظيمها بغرف الصناعة التقليدية و الحرف، اللجنة قامت بانعقاد عدة اجتماعات متبوعة بمحاضر الاجتماعات، والتي تم إرسالها إلى الوزارة الوصية.

أ- مشاريع السياحة المقترحة خلال الخماسي 2010-2014:

تم الاتفاق مع لجنة التحكيم لوزارة المالية المجتمعة في 24 ماي 2012، بخصوص المشاريع المقترحة على ما يلي:

-انجاز مشروع مركز حرفي ببلدية الخروب.

-انجاز مشروع مركز حرفي ببلدية ديدوش مراد.

ب- مشاريع الصناعة التقليدية المقترحة على مستوى الولاية:

انجاز مشروع حي حرفي على حافة الطريق الوطني الرابط بين دائرة زيغود يوسف وولاية سكيكدة، بجانب مقبرة الشهداء لبلدية زيغود يوسف. و يكون هذا الحي عبارة عن مجموعة من (الشاليات) يظم مختلف أنشطة الصناعة التقليدية، إضافة إلى بعض المرافق الضرورية للمسافر (مطعم، كشك متعدد الخدمات، مرحاض عمومي...الخ).

ج- فرص الاستثمار في القطاع: يوفر قطاع الصناعة التقليدية و الحرف مجالات متعددة في مجال الاستثمار بتطوير و ترقية الحرف التقليدية:

- ❖ إنشاء مؤسسات صغيرة لإنتاج التحف النحاسية؛
- ❖ إنشاء مؤسسات في مجال صناعة اللباس التقليدي؛
- ❖ إنشاء مؤسسات مختصة في الخياطة الرفيعة؛
- ❖ إنشاء مؤسسات لإنتاج المادة الأولية لاسيما الخيوط الفضية و الذهبية المستعملة في الطرز التقليدي؛
- ❖ إنشاء وحدات إنتاجية لصناعة الفخار؛
- ❖ إحداث مدارس خاصة بالتكوين في مجال الصناعة التقليدية و إعادة رسكلة المعلمين الحرفيين.

كما تعمل المديرية في مجال الصناعة التقليدية على:

-ترقية الصناعات التقليدية والحرف الأهلة؛

-التكوين والتمهين في مجال الصناعات التقليدية؛

-الحفاظ على تراث المدينة؛

-تشجيع فضاء عرض للجمعيات لإنعاش العادات والتقاليد لمدينة قسنطينة من خلال

معارض للباس التقليدي، الحلويات التقليدية القسنطينية الفنون التضييفية، الزجاج المعشق،

الفنون الزخرفية، المنمنمات، الخزف، الخط العربي، النحت، الرسم الزيتي، الزخرفة

النسجية...

3- عقد اتفاقية تعاون بين مؤسسة التسيير السياحي للشرق والديوان الوطني للسياحة بغرض الترويج للمنتج السياحي:

تم يوم الثلاثاء يوم 06 - 11 - 2012 بفندق سيرتا في ولاية قسنطينة التوقيع على

اتفاقية تعاون بين الديوان الوطني الجزائري للسياحة ومؤسسة التسيير السياحي للشرق بولاية

قسنطينة. وتتضمن المحاور الرئيسية لهذا الاتفاق الذي وقع بين مندوب الديوان الوطني

الجزائري للسياحة لناحية الشرق محمد الشريف جباري و المدير العام لمؤسسة التسيير

السياحي للشرق سعيد بودراع «تشجيع السياحة النوعية و الاستجابة لمتطلبات الزبون».

وذكر المسئولان بضرورة «تحسين ظروف الاستقبال و الإيواء وإعطاء الأهمية لجودة المنتج

السياحي الموجه للبيع و تحديث الوسائل لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن»، وأضاف من

جته بودراع أن «مرونة الأسعار» في المركبات السياحية والفندقية التابعة لمؤسسة التسيير

السياحي للشرق ستسمح بدخولها في البورصات المتوسطة²⁵. و تنص الاتفاقية أيضا على

تحسين حسن تصرف الموظفين المكلفين بالاستقبال والخدمات وكذا أداء الإطارات المكلفة

بالسهر على رفاهية الزبائن.

كل هذا التعاون لترويج المنتج السياحي على مستوى الولايات الأربع التي تحوز

فيها المؤسسة على فنادق ومركبات سياحية وحمامات معدنية. وحسب ما أكده السعيد

بودراع، المدير العام لمؤسسة التسيير السياحي بالشرق، فإن هذه الاتفاقية التي تأتي في سياق

السياسة الجديدة المتبعة من قبل الوزارة الوصية والإستراتيجية التي تبنتها المؤسسة، تهدف أساسا إلى ترقية المنتج السياحي والتعاون لترقيته، مبرزا أن مؤسسة التسيير السياحي التي تحوز على فنادق بانوراميك وسيرتا بقسنطينة والحمادين بيجاية وبوقارون بالقل في سكيكدة، وشيلية بباتنة ومركب حمام قرقور المعدني بسطيف، ستستفيد من زبائن جدد يوفرها الديوان الوطني للسياحة الذي سيستفيد بدوره من خلال هذه الاتفاقية من تخفيضات في الأسعار، ومزايا خدمية تخص الوفود الجزائرية والأجنبية، والأزواج والعائلات والفرق الرياضية، وكذا المستفيدين من الخدمات الاجتماعية في مؤسسات وشركات عمومية كانت أو خاصة. ومن جهته، أوضح مندوب الديوان بولاية قسنطينة أن هذه الاتفاقية تأتي في سياق مباشرة سياسة تسويقية جديدة غايتها ترقية المنتج السياحي وجلب السياح، موضحا في سياق حديثه أن الديوان سيعمل على توفير الإمكانيات المادية والبشرية ووضعها في أيدي المؤسسة ليستفيد الزبون من تخفيضات ومزايا عديدة لا تختلف عن ما هو موجود في أكبر الفنادق العالمية.

4- تسجيل مشاريع سياحية مستقبلية للقطاع الخاص:

سجل عشر ملفات تم البث فيها و منحها الموافقة المبدئية على المستوى لجنة المساعدة على تحديد الموقع و ضبط العقار و ترقية الاستثمار على مستوى الولاية calpiref²⁶ منها مشاريع فندقية جديدة:

جدول رقم (15): المشاريع السياحية الجديدة بولاية قسنطينة

المشروع	الموقع	طاقة الإيواء	الصف المحتمل	عدد المستخدمين المحتملين	تاريخ الانطلاق	تاريخ نهاية استغلال الموقع
الفندق الدولي الكسندر	الطريق الوطني 20 الخروب	300	05	150	أفريل 2012	2015
فندق ماريوت	عين الباي (شركة الاستثمار للفندقة SIH)	550	05	600	الموافقة المبدئية في 2011	2015

المصدر: تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2012.

-بالإضافة إلى مشاريع أخرى غاية في الروعة و الجمال:

✓ مطعم في الصخر العتيق بجانب نصب الأموات؛

✓ إعادة تهيئة نصب الأموات؛

✓ إنشاء أحياء حرفية؛

✓ ملعب القولف بجبل الوحش؛

الخاتمة

بعد استعراض لمعظم المؤهلات والمقومات السياحية لولاية قسنطينة ضمن هذه الورقة البحثية، تبين لنا ثراءها التاريخي، الثقافي و الطبيعي؛ والتي تفتقد إليها بعض البلدان صنفت من بين أكبر البلدان السياحية في العالم، إلا أن القطاع السياحي في ولاية قسنطينة مازال لم يحقق الآمال المرجوة منه، ويرجع ذلك إلى ما يواجهه من مشاكل ومعوقات تحد من التنمية السياحية بولاية قسنطينة، الأمر الذي يتطلب ضرورة إيجاد حلول عاجلة للحد من بعض المعوقات التي تحول دون تطور القطاع السياحي بولاية قسنطينة وترقيته، فسوق المنافسة العالمية لا يرضى بالتكاسل والتخلف، بل يجب الإسراع في تغيير المنظور السياحي على مستوى المديرية الولائية للسياحة لتتولى مهام التسويق السياحي إلى جانب الديوان الوطني للسياحة، و ضرورة اللجوء إلى الإعلام بشتى أنواعه، و خصوصة الهياكل السياحية العمومية، حتى تخلق منافسة بين المستثمرين من أجل تحسين الخدمات السياحية وتطويرها، إلى جانب التركيز على التكوين و الإشهار بالمجال السياحي، خصوصا وأن ولاية قسنطينة تستعد لأن تكون عاصمة الثقافة العربية لسنة 2015.

أولا-التائج:

-تشرف مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة على ترقية ونمو القطاع السياحي إلى جانب مجموعة من المؤسسات الفندقية و عدد من وكالات السياحة والسفر، غير أن نسبة مساهمتها تعد ضئيلة جدا في المجال الترقوي؛

- يتميز العرض السياحي بولاية قسنطينة بالوفرة والتنوع، غير أن هذا لم يكن كافيا لجلب طلب كبير نتيجة نقص الجهود التسويقية المبذولة لترقية وتطوير القطاع السياحي بالولاية؛
- يطغى على الطلب السياحي بولاية قسنطينة النمو البطيء، نظرا لضعف الترويج على المستوى الداخلي، وهذا ما يؤدي بالسائح لتفضيل الولايات التي يعرف نشاطها السياحي حركة ديناميكية تسويقية قوية؛

- تتوفر ولاية قسنطينة على 19 فندقا بين المصنف وغير المصنف، غير أن نسبة مساهمة هذه الفنادق في نمو القطاع السياحي وترقيته كان محدودا، وهذا راجع إلى قلة البرامج الإعلامية والترويجية من جهة وطبيعة المؤسسات الفندقية من جهة أخرى، فكون النشاط التسويقي يتطلب ميزانية معتبرة فهذا لم يكن بمقدور بعض الفنادق حسب رأي مسؤوليها؛

- تسعى ولاية قسنطينة من خلال مديريتها السياحية إلى دعم التسويق السياحي والمشاريع السياحية وترقية النشاط السياحي ككل، من أجل النهوض بالقطاع السياحي وتطويره، ووعيتها بأن ذلك يلزم برامج تنشيطية واستراتيجيات خصوصا وأنها تستعد لأن تكون عاصمة الثقافة العربية لسنة 2015.

ثانيا- التوصيات:

في هذا الصدد وعلى ضوء النتائج العامة التي أسفر عنها هذا البحث يمكن تقديم التوصيات التالية التي نراها تساهم في ترقية الخدمات السياحية وتسويقها بولاية قسنطينة:

*- العمل على تحسين وتصحيح صورة ولاية قسنطينة في الأسواق السياحية الداخلية، ومعالجة الآثار السيئة التي تركتها الدعاية السلبية عنها؛

*- زيادة الاعتمادات المخصصة للتسويق السياحي لمواجهة المنافسة الشديدة؛

*- العمل على تقسيم الأسواق السياحية المستهدفة إلى مجموعة من الشرائح السوقية، وإعطاء الاهتمام الكافي للمستهلكين السياحيين من حيث عاداتهم وطبقاتهم الاجتماعية وأهدافهم السياحية، من أجل فاعلية أكبر للحملات الترويجية وزيادة التدفقات السياحية القادمة من تلك الأسواق؛

- *-التعاون مع وسائل الإعلام المتخصصة لنشر الثقافة السياحية والتوعية الاستثمارية إلى كافة المستثمرين الخواص المحتملين، مما يساعد على توجيه قراراتهم الاستثمارية في المجال السياحي، خاصة بعد الجهود التي تبذلها وزارة السياحة لتنظيم العملية السياحية؛
- *-تحسين المنتج السياحي القسنطيني من خلال تحسين الخدمات الأساسية في المواقع السياحية كالنظافة، المياه، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وفتح مكاتب صرف دائمة على مستوى كل المناطق والفنادق المصنفة، إلى جانب الاهتمام بمسألة النقل إلى كل المناطق باتجاه المدن والمركبات السياحية؛
- *-تنظيم مواسم ثقافية ذات بعد دولي كالمهرجانات والمؤتمرات والأيام الثقافية؛
- *-تنظيم رحلات استكشافية وإعلامية في أعماق بقاع ولاية قسنطينة الخصبية بالشروات والمعالم الأثرية لفائدة الصحافة وصانعي الأسفار؛
- *-إنشاء مواقع الكترونية خاصة بالترويج السياحي القسنطيني حسب المناطق والأقطاب بحيث يتم عرض المقومات والخدمات والتسهيلات السياحية .

الهوامش

- (1) راجع: تغريد أحمد: التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض، دار التمييز للطباعة والنشر، دمشق، سورية، 2004.
- (2) سراب إلياس وآخرون: تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص. 11.
- (3) مروان السكر: مختارات من الاقتصاد السياحي - مجداولي للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 108.
- (4) لمياء السيد حنفي: التسويق السياحي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص ص 33-34.
- (5) تقرير المنظمة العالمية للسياحة، سنة 2012.
- (6) حميد عبد النبي الطائي: التسويق السياحي -مدخل استراتيجي-، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 25.
- (7) الدورة العادية الثانية لسنة 2011 للمجلس الشعبي الولائي، ملف السياحة، المواقع الأثرية في ولاية قسنطينة، عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية.
- (8) أمينة بن المجات: التنمية السياحية في ولاية قسنطينة بين المؤهلات والعوائق، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الأرض و الجغرافيا و التهيئة العمرانية، جامعة قسنطينة 2004 / 2005، ص 92.
- (9) الدورة العادية الثانية لسنة 2011 للمجلس الشعبي الولائي، مرجع سابق.
- (10) الدورة العادية الثانية لسنة 2011 للمجلس الشعبي الولائي، نفس المرجع.
- (11) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، 2012.
- (12) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية، ولاية قسنطينة، ديسمبر 2012
- (13) ولاية قسنطينة: موسوعة ويكيبيديا، على الموقع الإلكتروني:
<http://ar.wikipedia.org/wiki>
- (14) تقارير مديرية السياحة و الصناعة التقليدية: مداخلة السيد/مدير السياحة والصناعة التقليدية أمام السادة أعضاء المجلس الشعبي الولائي الموقر، الواقع السياحي في ولاية قسنطينة واليات تفعيله، 2012.
- (15) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، إحصائيات ديسمبر 2012
- (16) - السياح الأجانب الوافدين على فنادق الولاية معظمهم يمثلون فئة رجال الأعمال غرضهم الأساسي تنفيذ المهام.
- (17) غزالة أبو غزالة: ترويج الخدمات السياحية، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2007، ص 101

- (18) التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، احصائيات جانفي 2013.
- (19) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، 2012.
- (20) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة 2013.
- (21) تقرير تفصيلي عن مخطط التهيئة السياحية في الجزائر حتى سنة 2025، صادر عن وزارة السياحة الجزائرية سنة 2008، ص 66.
- (22) كلمة السيد محمد بن مرادي، وزير السياحة و الصناعة التقليدية بمناسبة: الجلسات الوطنية الثانية للسياحة، على الموقع: <http://anart.dz/?q=node/143>
- (23) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، ديسمبر 2012
- (24) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، نفس المرجع.
- (25) مقال بجريدة الفجر الالكترونية: اتفاقية تعاون بين مؤسسة التسيير السياحي للشرق والديوان الوطني للسياحة بغرض الترويج للمنتج السياحي، على الموقع:
- <http://www.djazair.com/aps/269797>, le07/11/2012
- (26) تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، ديسمبر 2012.

المصادر

- 1- مسلم، تغريد أحمد: التسويق السياحي فن الاتصال والتفاوض، دار التميز للطباعة والنشر، دمشق، سورية، 2004.
- 2- سراب إلياس وآخرون: تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- 3- مروان السكر: مختارات من الاقتصاد السياحي - مجدلوي للنشر والتوزيع، الأردن، 1999.
- 4- لمياء السيد حنفي: التسويق السياحي، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008.
- 5- تقرير المنظمة العالمية للسياحة، سنة 2012.
- 6- حميد عبد النبي الطائي: التسويق السياحي-مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 7- الدورة العادية الثانية لسنة 2011 للمجلس الشعبي الولائي، ملف السياحة، المواقع الأثرية في ولاية قسنطينة، عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية.
- 8- أمينة بن المجات: التنمية السياحية في ولاية قسنطينة بين المؤهلات والعوائق، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الأرض والجغرافيا و التهيئة العمرانية، جامعة قسنطينة 2004 / 2005.
- 9- تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، سنة 2012.
- 10- تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية، ولاية قسنطينة، ديسمبر 2012.
- 11- ولاية قسنطينة: موسوعة ويكيبيديا، على الموقع الإلكتروني: <http://ar.wikipedia.org/wiki>
- 12- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية: مداخلة السيد/ مدير السياحة و الصناعة التقليدية أمام السادة أعضاء المجلس الشعبي الولائي الموقر، الواقع السياحي في ولاية قسنطينة واليات تفعيله، 2012.
- 13- تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، إحصائيات ديسمبر 2012.
- 14- غزالة أبو غزالة: ترويج الخدمات السياحية، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2007.
- 15- التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، إحصائيات جانفي 2013.
- 16- تقارير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قسنطينة، سنة 2013.
- 17- تقرير تفصيلي عن مخطط التهيئة السياحية في الجزائر حتى سنة 2025، صادر عن وزارة السياحة الجزائرية سنة 2008.

18- كلمة السيد محمد بن مرادي، وزير السياحة و الصناعة التقليدية بمناسبة: الجلسات الوطنية الثانية للسياحة، على الموقع: <http://anart.dz/?q=node/143>

19- مقال بجريدة الفجر الالكترونية: اتفاقية تعاون بين مؤسسة التسيير السياحي للشرق والديوان الوطني للسياحة بغرض الترويج للمنتج السياحي، على الموقع: <http://www.djazairess.com/aps/269797>, le07/11/2012.