

دور الوكالات السياحية في تسويق الوجهات السياحية

دراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والاسفار

The role of tourism agencies in marketing tourist destinations Case study of Anouar elSabah Tourism and Travel Agency

خالد بوعدة^{1*} ، جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعرييج؛ الجزائر

² جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بوعرييج؛ الجزائر.

تاريخ الاستلام: 04/05/2024؛ تاريخ القبول: 28/06/2024

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الوكالات السياحية في تسويق الوجهات السياحية بالجزائر، ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي من خلال التطرق لمختلف المفاهيم المتعلقة بالموضوع، بالإضافة إلى الاستعانة بدراسة الحالة من خلال دراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار.

أهم النتائج التي انبثقت عن هذه الدراسة أن الوكالات السياحية في تزايد مستمر لها دور في بعث وتسويق الوجهات السياحية لكن ليس بالمستوى المطلوب، حيث أن أغلبها تنشط في تنظيم رحلات الحج والعمرة، إلا أن هناك القليل منها ينظم رحلات للداخل خاصة السياحة الصحراوية والحموية.

الكلمات المفتاح: سياحة، وكالات سياحية، وجهات سياحية

Abstract: The study aims to highlight the role of tourism agencies in marketing tourist destinations in Algeria. To achieve the objectives of this study, the descriptive method was followed by addressing the various concepts related to the topic. We relied also on the case study strategy where we highlighted the case of **Anouar El Sabah** Travel and Tourism Agency.

It was found that tourist agencies are constantly increasing and have a role in the revival and marketing of tourist destinations, but not at the required level, as most of them are active in organizing Hajj and Umrah trips, but there are few of them organizing trips to the interior, especially desert and thermal tourism

Keywords: Tourism, tourism agencies, tourist destinations.

Résumé : L'étude vise à mettre en évidence le rôle des agences de tourisme dans la commercialisation des destinations touristiques en Algérie. Pour atteindre les objectifs de cette étude, la méthode descriptive a été suivie en abordant les différents concepts liés au sujet. Nous nous sommes également appuyés sur la stratégie de l'étude de cas en mettant en évidence le cas de l'agence de voyage et de tourisme Anouar El Sabah.

*خالد بوعدة

Il a été constaté que les agences de tourisme sont en constante augmentation et ont un rôle dans la relance et la commercialisation des destinations touristiques, mais pas au niveau requis, car la plupart d'entre elles sont actives dans l'organisation des voyages Hajj et Umrah, mais il y a peu d'entre elles qui organisent des voyages à l'intérieur du pays, en particulier le tourisme de désert et le tourisme thermal.

Mots-clés : Tourisme, agences de tourisme, destinations touristiques.

1- تمهيد :

يتميز النشاط السياحي بالتعقيد والتداخل مع الكثير من القطاعات مثل: الصناعات التقليدية، قطاع الفلاحة (منتجاته)، الصناعة...، كما أن لديه العديد من المحددات وتأثره بما كالعرض والطلب السياحيين، الاستقرار الأمني والسياسي.

تعتمد الكثير من الدول على طرق وآليات مختلفة لتنشيط وتسويق وجهاتها السياحية، فمنهم من تركز على السياحة الدولية ومنهم من تعتمد على السياحة الداخلية، فبالإضافة للجهود التي تقوم بها الجهات الوصية ممثلة في وزارة السياحة، الديوان الوطني للسياحة، وسائل الاعلام...، نجد أن الوكالات السياحية تعمل كحلقة وصل بين المسافرين والوجهات السياحية، وتوفر خدمات متعددة تسهل تجربة السفر، مما يساعد في تعزيز الجذب السياحي وزيادة الطلب على السياحة، حيث يعتبر تسويق الوجهات السياحية موضوع دراستنا، من خلال ابراز دور الوكالات السياحية في تسويق الوجهات السياحية الجزائرية.

- الإشكالية: يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:
هل للوكالات السياحية دور في تسويق الوجهات السياحية في الجزائر؟ وما واقع ذلك في وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار؟

- الأسئلة الفرعية: من الإشكالية المطروحة تتفرع الأسئلة التالية:
- ما المقصود بالوكالات السياحية وما هو نشاطها وكيف يتم انشائها؟
- ما طبيعة الامتيازات الجبائية التي تستفيد منها؟
- ماهي أبرز الوجهات السياحية التي تزخر بها الجزائر؟
- الفرضيات: من خلال الأسئلة السابقة يمكن صياغة الفرضيات التالية:
- تعتمد أغلب الوكالات السياحية في الجزائر على السياحة الدينية من خلال تنظيم رحلات الحج والعمرة؛ وهي لا تمتلك الآليات الكافية لتسويق الوجهة السياحية.
- تستفيد الوكالات السياحية من تحفيزات من أجل التسويق للسياحة الداخلية؛
- تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم المقال إلى ثلاث محاور كالتالي:

- المحور الأول: الوكالات السياحية؛

- المحور الثاني: الجهات السياحية بالجزائر؛

- المحور الثالث: دراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار؛

1.1- الوكالات السياحية:

من خلال هذا الجزء نتطرق لمفهوم الوكالات السياحية، الخدمات التي تقدمها، ومجال عملها في الجزائر، بالإضافة لعرض مؤشرات حول القطاع السياحي الجزائري.

1.1.1- مفهوم الوكالات السياحية: هناك عدة تعاريف للوكالات السياحية نأخذ بتعريف المشرع الجزائري بحيث، اعتبر وكالة السياحة والأسفار على أنها كل مؤسسة ذات طبيعة تجارية تمارس نشاطا سياحيا يتمثل في بيع: رحلات، إقامات فردية أو جماعية، وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وبصفة دائمة كما هو منصوص عليها في المادة 03 أدناه (القانون 39-06 المؤرخ في 04/04/1999، 07/04/1999، ص11).

2.1.1- الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار: تشير المادة الرابعة من القانون رقم 99-06 المؤرخ في الرابع من شهر أبريل 1999، المتضمن للقواعد التي تضبط نشاط وكالة السياحة والأسفار على أن الخدمات المتعلقة بنشاط وكالة السياحة والأسفار على وجه الخصوص تتمثل أساسا في: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 24، الصادرة 21 ذو الحجة 1419 هجري الموافق ل 4 أبريل 1999م):

- العمل على تنظيم أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية والتسويق لذلك؛
- تنظيم زيارات سياحية مؤطرة بمرشدين سياحيين داخل المدن، والآثار والمواقع ذات الطابع السياحي الثقافي والتاريخي؛
- تنظيم النشاطات والتظاهرات الثقافية والرياضية، وكذا المؤتمرات والملتقيات المكتملة لنشاط الوكالة ويطلب منها؛
- توفير وضمان خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين، ووضعها تحت تصرف السياح؛
- تقديم خدمة الإيواء أو الحجوزات في المؤسسات الفندقية، مع توفير عروض متنوعة لكل الخدمات المرتبطة بها؛
- ضمان خدمة النقل السياحي وتوفير تذاكر النقل بمراعاة الشروط والتنظيم المعمول بهما من طرف مؤسسات النقل؛
- بيع التذاكر الخاصة بحضور التظاهرات ذات الطابع الرياضي، الثقافي والترفيهي أو غير ذلك؛
- التكفل بعملية استقبال السياح، مساعدتهم ومرافقتهم خلال إقامتهم؛

- القيام بإجراءات التأمين لصالح الزبائن من كل المخاطر المرتبطة بنشاطاتهم السياحية، أو التي تكون حسب طلبهم؛
- تقديم الوكالة لخدمات وكالات أخرى محلية أو أجنبية بعد حصولها على تراخيص تمثيلها؛
- توفير عروض الكراء ل: السيارات ونقل الأمتعة، البيوت المنقولة، معدات التخيم... .
- بالإضافة إلى ما تم ذكره، تقوم الوكالات السياحية بأي نشاط أساسي أو ثانوي ومساعد يندرج ضمن احتياجات وطلبات السائح، سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

3.1.1. مؤشرات القطاع السياحي: نستعرض أهم المؤشرات الإحصائية خاصة بالقطاع السياحة والصناعة

التقليدية لسنة 2022، والتي تبين مدى تطور القطاع. ومن أهمها:

- الحاضرة الفندقية التي تضم 1 502 مؤسسة إيواء، بطاقة إستيعاب إجمالية قدرها 132 266 سرير.
- عدد المرشدين السياحيين : 165
- عدد المشاريع السياحية في طور الإنجاز : 804
- وكالات السياحة والاسفار بمجموع 4 267 وكالة معتمدة من بينها 3 648 وكالة سياحية أم و716 فرع توفر 11 506 منصب شغل.

وللتفصيل أكثر حول موضوع دراستنا نستعين بالاحصائيات المبينة في الجدول 01:

الجدول رقم 01: تطور عدد الوكالات السياحية بالجزائر

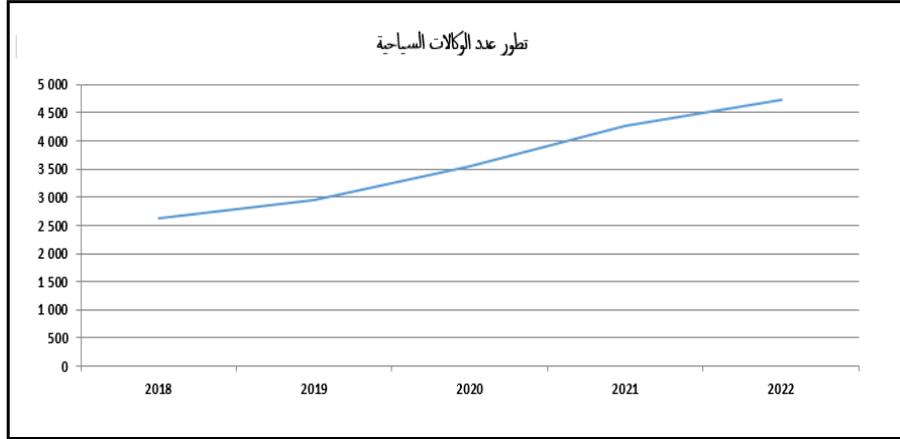
السنة	2018	2019	2020	2021	2022
عدد الوكالات السياحية	2626	2942	3546	4267	4722

المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط، موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 18 أفريل 2024

نلاحظ من الجدول أعلاه التزايد المستمر لعدد الوكالات السياحية وتضاعفها من 2626 وكالة سنة 2018 إلى 4722 وكالة سنة 2022، في المقابل فانه في بداية الألفية كان عددها لا يتجاوز 500 وكالة سياحية.

من خلال البيانات أعلاه يمكن الاستعانة بالبيان التوضيحي أدناه

الشكل رقم 01: تطور عدد الوكالات السياحية بالجزائر



المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط، موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ 18 أبريل 2024.

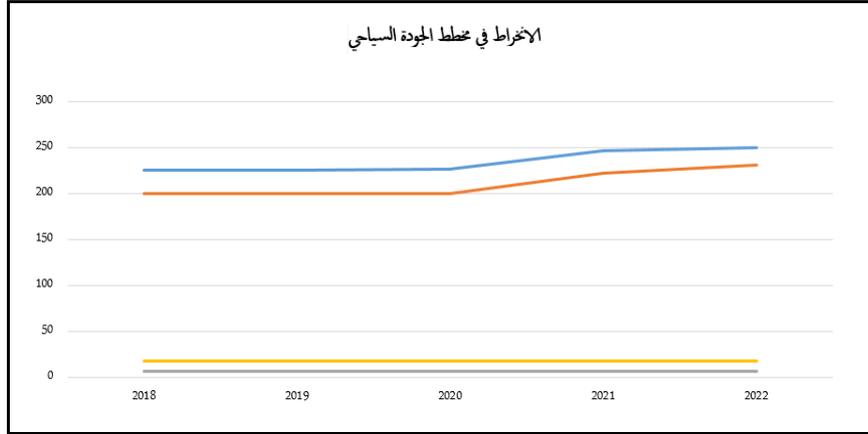
ولمعرفة عدد الوكالات السياحية المنخرطة في مخطط الجودة السياحية يمكننا الاستعانة بالبيانات الموالية (مديرية مخطط جودة السياحة والضبط، موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية، بتاريخ 18 أبريل 2024).

الجدول رقم 02: عدد الوكالات السياحية المنخرطة في مخطط الجودة السياحية

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
عدد الوكالات	200	200	200	222	231

المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط، موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 20 أبريل 2024. والشكل أدناه يبين تطور المؤسسات المنخرطة في مخطط الجودة السياحية ومن بينها الوكالات السياحية المنخرطة والمتمثلة باللون البنفسجي.

الشكل رقم 02: الانخراط في مخطط الجودة السياحي



المصدر: مديرية مخطط جودة السياحة والضبط، موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 20 أبريل 2024.

حيث يتضح من خلال الشكل نفس عدد الوكالات المنخرطة تقريبا من سنة 2018 حتى سنة 2021، ثم تسجيل زيادة ب 11 وكالة سنة 2022، ويُفسر ذلك بتجاوز فترة وباء كورونا الذي شهد تراجع كبير في النشاط السياحي، ودخول الوكالات السياحية في حالة فراغ، لكن بعد هذه الفترة شهد السوق السياحي حركة وانتعاش ملحوظ.

2.1 - مجال عمل الوكالات السياحية في الجزائر:

كما هو معلوم إن أغلبية الوكالات السياحية تعمل في خدمات الحج والعمرة، وتوجد وكالات تسوق برامجهما بخطة علمية واضحة، كما توجد محاولات ضعيفة لتسويق للخارج خاصة السياحة الصحراوية، فرغم تضاعف عدد الوكالات السياحية والذي تجاوز 4700 وكالة سنة 2024، لا يزال نشاطها مقتصرًا على السياحة الدينية، وحسب عدد من مدراء وكالات السياحة فيرجع السبب إلى عدة عوامل منها (بلعربي ابتسام، راتول محمد، 2021، ص-ص:42-43).

- البنية التحتية.

- ارتفاع الضرائب والرسوم.

- ضعف التشريعات المنظمة لخدمات وعمل الوكالات.

حيث تكمن أهمية الوكالات السياحية في تنشيط السياحة الداخلية والخارجية، وتسويق وجهة الجزائر من خلال تعاملاتها مع الوكالات والسياح الأجانب، والمشاركة في التظاهرات الدولية وتزويد السياح بجغرافيا المناطق السياحية والحصول على المعلومات، كما أنها تساعد في تحريك عجلة الاقتصاد وذلك من خلال الضرائب التي تدفعها والخدمات التي تقدمها. (زيان عبد الحليم، فطم عبد القادر، 2022، ص320)

أما بخصوص الإخضاع الضريبي للوكالات السياحية فتجدر الإشارة أنها تخضع لمعدل ضريبة على ارباح الشركات بمعدل 26% ، وهذا نتيجة لان اغلبها ينظم رحلات للخارج وتعتبر تحويلات للخارج، في المقابل هناك اعفاء لرقم الأعمال المحقق بالعملة الصعبة لمدة 03 سنوات.(قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2024)

3.1. الوجهات السياحية بالجزائر

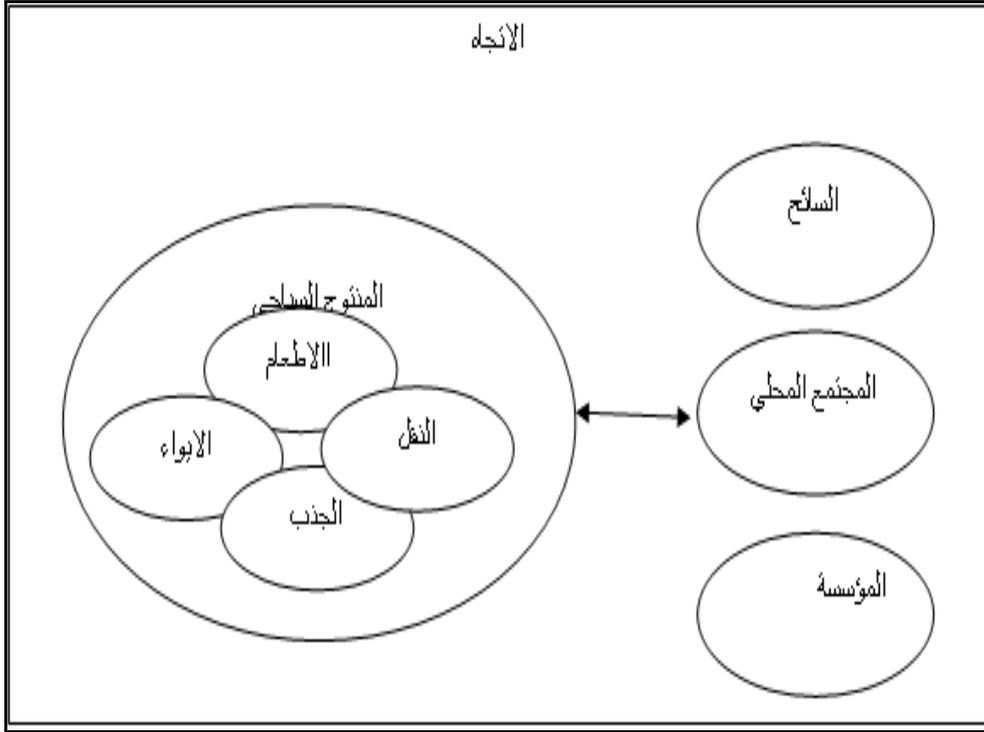
في هذا الجزء نتطرق الى المفاهيم التي لديها علاقة بموضوع الدراسة، بدءا بمفهوم التسويق السياحي، ثم الوجهة السياحية وفي الأخير تطرقنا الى أهم الوجهات السياحية حسب ماتم الاشارة اليه من طرف وزارة السياحة والصماعات التقليدية.

1.3.1. التسويق السياحي: حظي التسويق السياحي بتعاريف متعددة ومتنوعة، من أهمها التعريف الذي يعتبره نشاط إداري وفي تقوم به المؤسسات السياحية، سواء داخل الدولة أو خارجها من أجل تحديد الأسواق السياحية الحالية والمرتبقة ومن ثمة التعرف عليها ومحاولة التأثير فيها. بهدف تطوير وتنمية الحركة السياحية المرتبطة بما يضمن تحقيق التوافق بين كل من المنتج السياحي مع حاجات ودوافع السائحين". (أحمد الجلاذ، 1997، ص 82).

2.3.1 الوجهات السياحية: الوجهة السياحية هي منطقة جغرافية يقرر السائح قضاء وقته فيها، وهي مزيج من المنتجات والخدمات والموارد الطبيعية...الخ، قادرة على جذب السياح. (Laurent botti et autres, 2008,) (p 20.

و لتوضيح المفهوم أكثر نستعين بالشكل الموالي.

الشكل رقم 03: نظام الوجهة



source : Laurent botti et autres, **ingénierie du tourisme**, de Boeck, paris,2008,

3.3.1- أهم الوجهات السياحية:

تمتلك الجزائر عدة مؤهلات سياحية وهي متنوعة وتشمل أغلب أنواع السياحة (دينية، حموية، صحراوية، علمية، بحرية، جبلية...) ويمكننا عرض بعض الأنواع فيما يلي:

- **السياحة الصحراوية:** تشكل الصحراء حوالي 85% من المساحة الإجمالية للجزائر، وهي تزخر بالعديد من المعالم السياحية: واحات، جبال وكتبان رملية، بحيرات، وديان ومجاري مائية...

فمن حيث شساعتها تعد الثانية، إذ تقارب مساحتها 2 مليون متر مربع وهي تزخر بمقومات سياحية متميزة، وتزخر بتراث طبيعي، تاريخي وثقافي غني ومتنوع. وبذلك تعد السياحة الصحراوية أساس وجوهر السوق السياحي الجزائري، فهي تحتوي على خمسة حظائر سياحية مصنفة عالميا: الأولى بولاية إيليزي تسمى حظيرة الطاسيلي، الثانية بولاية تمنراست وتعرف بحظيرة الهقار، الثالثة في ولاية غرداية تسمى بحظيرة وادي ميزاب، بالإضافة إلى الحظيرة الثقافية المعروفة بالأطلس الصحراوي الممتد إلى حظيرة توات، قورارة، تيديكلت.

- **السياحة الجزائرية الساحلية:** تتمتع الجزائر بشريط ساحلي بطول 1600 كيلومتر والذي يعتبر مكسبا لتطوير سياحة الصحة والترفيه، اعتمادا على استغلال هذا المورد لإنجاز مراكز المعالجة بمياه البحر. ونشير الا أن الساحل الجزائري متنوع ويحتوي على عدة مؤهلات سياحية.

-السياحة الثقافية بالجزائر: بالإضافة إلى ما تزخر به الجزائر من تراث غير مادي، فهي تحتوي أيضا على سبعة مواقع سياحية ثقافية مصنفة ضمن قائمة اليونسكو على أنها تراث مادي، وهي تشمل:

- قلعة بني حماد بمنطقة المعاضيد، بولاية المسيلة، حيث أدرجتها اليونسكو ضمن التصنيف العالمي سنة 1980.
- وادي ميزاب، بولاية غرداية، تم تسجيله من طرف اليونسكو سنة 1982 ضمن قائمة التراث العالمي.
- مدينة جميلة (كويكول)، بولاية سطيف، التي صنفها منظمة اليونسكو سنة 1982 كتراث عالمي.
- المدينة الأثرية تيمقاد، بولاية باتنة، والتي أدرجت كذلك سنة 1982 ضمن التراث العالمي.
- السلسلة الجبلية طاسيلي ناجر (نعاجر)، بولاية إيليزي، حيث أدرجت كتراث عالمي سنة 1982.
- قسبة الجزائر المعروفة باسم "القسبة"، بالجزائر العاصمة، المصنفة ضمن التراث العالمي منذ سنة 1992.

بالإضافة إلى التصنيفات العالمية التي تطرقنا إليها، توجد أيضا مواقع ومعالم سياحية ذات طبيعة ثقافية وتاريخية مصنفة وطنيا كتراث سياحي محلي أو وطني يقدر عددها بحوالي 1000 موقع ومعلم سياحي.

- السياحة الحموية في الجزائر: على غرار الوجهات السياحية المذكورة سابقا، فإن الجزائر تزخر كذلك بمقومات ومؤهلات سياحية حموية هامة ومتنوعة وموزعة عبر كامل التراب الوطني، تتميز مياهها المعدنية بالعديد من المكونات والخصائص العلاجية. وحسب الموقع الرسمي لوزارة السياحة والصناعة التقليدية فإن تجميع قائمة المناطق الحموية المنجزة سنة 2015، تبين وجود 282 منبع حموي عبر كل التراب الوطني، موزعة بين منابع طبيعية وأخرى عبارة عن أنقاب.

1-4-4- دراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار

نتطرق لدراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار من خلال العناصر أدناه:

1.4.1. التعريف بوكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار

نشأت وكالة أنوار الصباح سنة 2016 من طرف شريكين هما لقمان شريفني و زهير معوش فهي شركة ذات مسؤولية محدودة توظف عدة عمال و موظفين وصل تعدادهم إلى أربعين عاملاً منهم مرشدين سياحيين و سائقي سيارات و أعوان استقبال و مكلفي بالإعلام و الاتصال و محاسبين و غيرهم، تقوم الوكالة بتنظيم رحلات سياحية غالباً ما تكون سياحة دينية نحو البقاع المقدسة لأداء الحج أو العمرة وقد حققت الوكالة نجاحاً كبيراً فيه فأصبح عدد المعتمرين الذين تعاقدوا معها بالآلاف، كما أن لها مشاركات في المعارض التي تقام من أجل العمرة داخل الوطن. (الصفحة الرسمية للوكالة، أفريل 2024).

شركة "أنوار الصباح" تتميز بانتشار واسع وتوزيعاً مدروساً في مجال السياحة، حيث تدير 38 فرعاً في جميع أنحاء البلاد، بالإضافة إلى ذلك ترتبط الشركة بأكثر من 150 وكالة سياحية، مما يعزز قدرتها على توفير خدمات متنوعة وتلبية احتياجات العملاء المتعددة.

الشكل رقم 03: صورة تمثل شعار وكالة أنوار الصباح للسياحة والأسفار



المصدر: الصفحة الرسمية للوكالة، 2024/04/01

4.1.2. نقاط القوة التي تمتلكها الوكالة في تسويق الوجهات السياحية الداخلية:

- **شبكةها القوية** من الشركاء في معظم البلدان والوجهات السياحية الأكثر طلباً.
- تقدم "أنوار الصباح" قيمة مضافة للعملاء، مما يعزز من سمعتها في سوق السياحة ويجعلها خياراً مفضلاً للعديد من المسافرين. كما أنها تلعب دوراً مهماً في تعزيز السياحة المحلية من خلال توفير فرص عمل وتحفيز النشاط الاقتصادي في المناطق التي تعمل فيها.
- مكتب "أنوار الصباح" الرئيسي يقع في ولاية برج بوعرييج، ويمتلك ثلاثة أقسام رئيسية تقدم خدمات متنوعة لتلبية احتياجات وكالات الأسفار والعملاء. أحد هذه الأقسام هو منصة **حجوزات مخصصة RTW Booking**، والتي تسهل عمليات الحجز المتنوعة لوكالات الأسفار وللعملاء على حد سواء. وتمتاز هذه

المنصة RTW Booking المخصصة للحجوزات بالعديد الإمكانيات و توفر وسائل سهلة وفعالة لوكالات الأسفار لإجراء الحجوزات، سواء كانت للفنادق، أو الطيران، أو التأمين على السفر يمكن لوكالات الأسفار استخدام هذه المنصة لتبسيط عملياتها الداخلية وتقديم خدمات أفضل لعملائها.

- الأنشطة المتنوعة: الفيزا الإلكترونية، حجوزات الفنادق وتذاكر الطيران، التأمين على السفر.
- تبني منصة RTW Booking استراتيجيات ترويجية فعالة لدعم وكالات السفر وزيادة شهرة خدماتها. فيما يلي بعض الجوانب التي تبرز فيها وبعض الطرق الرئيسية التي تتبعها المنصة في الترويج لعروضها وبقائها المخصصة لوكالات السفر:

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك عبر صفحاتها الرسمية، تضاف إلى موقعها الرسمي؛
- الشراكات مع الوكالات المحلية؛
- الترويج للثقافة المحلية؛
- التركيز على الاستدامة؛
- تقديم الدعم المستمر للعملاء؛
- النشر المستمر للعروض والباقات؛
- المشاركة في المعارض والصالونات الدولية؛
- الخرجات الميدانية.
- زيارة الوكالات السياحية من خلال إرسال فرق مبيعات أو تسويق لزيارة وكالات السفر المحلية والعالمية لعرض خدمات المنصة، وبناء علاقات تعاون مع وكالات السفر لتقديم خدمات الحجز عبر المنصة بشكل مباشر للعملاء.

1.4.3 أهم الوجهات السياحية الوجهات الداخلية التي تركز عليها منصة RTW Booking:

- الحممامات المعدنية: الجزائر غنية بالحممامات المعدنية الطبيعية التي تُستخدم للعلاج والاسترخاء. من أشهر هذه الحممامات "حمام بوحجر" و"حمام قرقور" و"حمام ملوان". تُعتبر هذه الحممامات وجهات مثالية للأشخاص الذين يبحثون عن الاسترخاء والعلاج الطبيعي من خلال الاستحمام بالمياه الساخنة والحرارية.

-العاصمة الجزائرية: يمكن للزوار استكشاف المعالم التاريخية مثل القصبة، وهي المدينة القديمة المدرجة في قائمة التراث العالمي لليونسكو، بالإضافة إلى العديد من المتاحف والمراكز الثقافية. كما تشتهر العاصمة بأسواقها التقليدية وحدائقها الجميلة.

- **الصحراء الجزائرية:** تعتبر واحدة من أكثر الوجهات سحرًا وجاذبية لمحبي الطبيعة والمغامرة. يمكن للزوار استكشاف مدن الواحات مثل تمنراست وورقلة، حيث يمكنهم تجربة الحياة الصحراوية الأصيلة. يعد حقل "تاسيلي ناجر" أحد المعالم الرئيسية، وهو موقع تراث عالمي لليونسكو ويتميز برسومات صخرية تعود إلى آلاف السنين. حيث تعمل وكالة أنوار الصباح على الترويج لهذه الوجهة السياحية المتميزة وتوفر عروض ثرية ومتنوعة لجذب السياح المحليين والأجانب خاصة.

2 - الطريقة والأدوات :

للإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات تم إتباع المنهج الوصفي في عرض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة وذلك من خلال دراسة حالة وكالة أنوار الصباح للسياحة والسفر.

3 - النتائج ومناقشتها :

مما سبق يتضح أن الوكالات السياحية تلعب دورا أساسيا في التأثير على قطاع السياحة، فهي تساهم في زيادة التدفق السياحي، من خلال التعريف بالمقومات والمؤهلات السياحية للبلد من أجل جذب السائح المحلي والأجنبي وإحداث زيادة في الطلب على المنتج السياحي الوطني مما يزيد في الإيرادات المتأتية من هذا القطاع الذي يعتبر مصدرا هاما من مصادر تمويل الخزينة، ناهيك عن كونه محرك ومنشط أساسي لكل القطاعات الأخرى.

نتائج الدراسة: من خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تعمل الوكالات السياحية باستعمال مختلف الطرق الترويجية، بما يضمن وصول خدماتها إلى جمهور واسع من وكالات السفر والعملاء، بينما المشاركة في المعارض والصالونات الدولية يساعد على بناء علاقات قوية وتوسيع نطاق الأعمال. هذه الجهود الترويجية المشتركة تساهم في تعزيز مكانة وكالات السياحة والاسفار في تسويق الوجهات السياحية الداخلية.
- أغلب وكالات السياحة والاسفار تعمل في مجال الحج والعمرة وبالتالي التدفق للخارج (تحويلات للخارج) مما يجعل ميزان الخدمات سالب، لكن هناك جهود متواصلة للترويج للوجهات السياحية من طرف بعض الوكالات ومن بينها وكالة أنوار الصباح، خاصة السياحة الصحراوية والحموية.

4- الخلاصة:

- كخلاصة لهذا العمل ومن خلال النتائج المتوصل إليها يمكن اقتراح بعض التوصيات التالية:
- تحفيز الوكالات السياحية للتسويق للسياحة الداخلية من خلال منح امتيازات جيائية كتخفيض معدل الضريبة على رقم الأعمال الناتج عن الخدمات السياحية الداخلية، وليكن 17% عوض 26%.

- فرض تنظيم رحلات الى الداخل من طرف الوكالات السياحية والالتزام بذلك على الأقل 05 رحلات خلال السنة.

المراجع :

- 1- أحمد الجلاّد: السياحة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، القاهرة، 1997،
- 2- بلعربي ابتسام، راتول محمد: دور الوكالات السياحية في تسويق الخدمات السياحية في الجزائر الديوان الوطني للسياحة كنموذج، المجلة الأورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، المجلد 03، العددى 03، 2021.
- 3- زيان عبد الحليم، فطم عبد القادر: دور الوكالات السياحية في تنشيط السيحة الداخلية- دراسة حالة ولاية الجلفة- مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، 2022.320.
- 4- القانون 39-06 المؤرخ في 04/04/1999 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة /عدد 24 المؤرخة في 1999./04/07
- 5- قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة، 2024.
- 6- موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية: <https://www.mta.gov.dz>
- 7- Laurent botti et autres, ingénierie du tourisme, de Boeck, paris,2008-