

واقع السوق السياحي بولاية بشار وسبل تنميته

د. بوسهمين أحمد

أستاذ محاضر -ب- بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة بشار

univahmed@gmail.com

أ. دولي سعاد

أستاذة مساعدة -أ- بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة بشار

tn_hayat@yahoo.fr

ملخص:

ولاية بشار باعتبارها من بين المناطق الإستراتيجية في الصحراء الجزائرية، لامتلاكها موارد طبيعية، سياحية، تاريخية وأثرية مهمة تؤهلها لجذب عدد كبير من السياح، لكن ونظرا لنقص الوعي لدى المواطن، وقلة المرافق، وهياكل الاستقبال جعلت عدد السياح يشهد انخفاضاً. يهدف هذا البحث إلى دراسة مقومات السياحة في ولاية بشار وخصائصها مع التركيز على التجربة الجزائرية في صناعة السياحة البيئية الصحراوية في بشار، ورصد الأنشطة التي يمارسها السياح. **الكلمات المفتاحية:** السياحة، البيئة، الخدمات السياحية، السوق السياحي، الطلب السياحي

Abstract:

Béchar is known as strategic city in Algerian Sahara because it owns valuable natural resources, interesting touristic history which makes this city capture a great number of tourists , but unfortunately the lack of civil conscience and infrastructures made number of visitors get lower .

This research aims to study the elements of the Béchar tourism, characteristics and features with special concentration on the Algerian experience in the manufacture of eco-tourism in Béchar city, and monitoring of activities practiced by the tourists

مقدمة:

نظرا للرواج الكبير الذي يعرفه القطاع السياحي عالميا والاهتمام الذي شهده من طرف العديد من دول العالم وهيئاته السياحية مثل المنظمة العالمية للسياحة أو السلطات المحلية العمومية، فقد بات الاهتمام بالسياحة الصحراوية والنهوض بأقطابها المتميزة واستغلال مواردها الطبيعية والأثرية أمرا عاجلا لمساهمتها الفعالة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومصدر دائم لا يزول لخلق الثروات وجذب الاستثمارات المحلية

والأجنبية، مما جعل منها صناعة سياحية مزدهرة، تهدف إلى منح دفعة إضافية للنشاط الاقتصادي من خلال تشجيع المؤسسات الاقتصادية والصناعية مساهمة منها في إعادة إحياء هذا النوع من السياحة. تعد السياحة نشاطاً منتجاً، ذا تأثير إيجابي على جوانب كثيرة: اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، من خلال تعزيز معدلات النمو الاقتصادي، وزيادة مستويات الدخل، وتحقيق التنمية الاقتصادية الإقليمية المتوازنة، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص في البنية التحتية، ومرافق الخدمات السياحية، بالإضافة إلى كونها مرتكزا للحفاظ على الموروث الثقافي، لأي مجتمع، المادي منه وغير المادي. كما يمكن النظر إليها بمثابة جسر يربط بين الشعوب، والحضارات، ويعمل على تعزيز الترابط الإنساني، والثقافي، وتحقيق الانفتاح المرغوب فيه. بالرغم من توفر العديد من المقومات السياحية المتميزة والفريدة في ولاية بشار إلا أن هذه المقومات لم تترجم إلى واقع سياحي حتى يومنا هذا، ففي عام 2011 بلغ عدد السائحين الوافدين للولاية 35157 سائح فقط من الأجانب والجزائريين، كما أن ولاية بشار لم تدرج على الخارطة السياحية بالشكل المناسب وأن الإقبال السياحي يقتصر في معظم الأحيان على سياحة الأعمال¹.

أ- إشكالية الدراسة:

رغم أهمية قطاع السياحة وفرص نجاحه الكبيرة إلا أنه ما زال قطاعاً بكرّاً لم يعطِ ثماره المرجوة للاقتصاد الوطني وفقاً لما يمتلكه من مقومات، حيث تمثل نسبة إسهامه في الناتج المحلي الإجمالي متدنية كما أن حجم ما يستوعبه من القوي العاملة منخفض. وتسعى الدولة لتحقيق تطور فعال في هذا القطاع من خلال خططها المختلفة التي تتجه لتوفير البيئة الاستثمارية الملائمة لنمو هذا القطاع وتنفيذ برامج التنمية السياحية وزيادة حجم أنشطته. لهذا جاءت الدراسة للإجابة على الإشكالية التالية :

هل عرض الخدمات السياحية بولاية بشار يتلاءم وحجم الحركة السياحية

وهل هناك مجهودات رامية لتنمية المنطقة سياحياً ؟

ب- أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى محاولة:

- تشخيص أهم المشكلات والعقبات التي تواجه النشاط السياحي بولاية بشار، واقتراح الحلول اللازمة لعلاجها؛
- دراسة وتحليل للمنتوج السياحي. بمنطقة الدراسة ومعرفة مدى قدرته على المنافسة ؛
- تحليل اتجاهات ورغبات السياح نحو مختلف الخدمات السياحية المقدمة بمنطقة الدراسة ؛

¹ تطور توافد السواح لولاية بشار لسنة 2011، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012، وجاءت في هذه الإحصائية أن هناك، 34372 سائح جزائري و785 سائح أجنبي خلال سنة 2011 بولاية بشار.

- محاولة وضع تصور لتنمية السياحة بولاية بشار.

ت- المنهج المتبع في الدراسة: للإجابة على الإشكالية المطروحة وبالنظر إلى طبيعة الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي الذي نراه ملائم لتشخيص السوق السياحي بمنطقة بشار. أما الإطار العام للدراسة فقد قسمناه إلى محورين أساسيين.

اخور الأول: الجانب النظري

1. السوق السياحي:

يعبر مصطلح السوق في السياحة عن المخطط الجغرافي للبلد، ويمكن ترتيب الأقسام الجغرافية لهذا السوق كما يلي:

1.1. السوق السياحي الدولي: يضم السواح الأجانب المقيمين في البلدان الأخرى، حيث أن المنظمة العالمية للسياحة قامت بتقسيم العالم إلى ستة (6) جهات مرجعية لدراسة السوق: أوروبا، أمريكا، آسيا الشرقية، آسيا الجنوبية، إفريقيا، الشرق الأوسط.²

2.1. السوق السياحي الوطني: يضم السواح المقيمين في الوطن والمقيمين الأجانب (الدبلوماسيين، الطلبة...)، يمثل السوق السياحي كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى إلى إشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار أو أماكن سياحية تقدم عدداً من المنتجات السياحية التي قد ترتبط بموقع أثري أو ديني أو ثقافي من خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما يتضمن السوق السياحي مشتريات السياحة المختلفة والتي تضم السياحة المحلية، الإقليمية والدولية.³

2. تعريف التسويق السياحي:

إشباع حاجاتهم ورغباتهم فهو بذلك بحاجة إلى طلب وعرض للمنتوج السياحي. ويعرفه "فيليب كوتلر" على أنه مجموعة من الأنشطة الإنسانية الموجهة نحو توفير واستهلاك الأشياء القابلة للتبادل.⁴

² Robert LANQUAR, ROBERT HOLLIER, *le Marketing touristique*, 7ème édition, France, 2002, pp 11-12

³ محمد عبيدات، *التسويق السياحي*، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص: 45.

⁴ مسعود مصطفى الكتاني، *علم السياحة والمنتزهات*، الدار الجامعية، القاهرة، 1990 ص 531.

كما يعرف التسويق السياحي: "بأنه نشاط إداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها، بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي ودوافع السائحين"⁵.

ويعرف أيضا التسويق السياحي بأنه: "ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الرغبات والدوافع للشرائح السوقية المختلفة".

مما سبق يمكننا القول بأن عملية التسويق السياحي هي التنفيذ المنظم والمنسق للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي، أو الدولي، لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة نمو سياحي، دخل سياحي... إلخ.⁶

3. تعريف المنتج السياحي: يعرف بأنه يمثل الواقع الملموس للصورة أو الطابع السياحي وينجم عن هذا الواقع بفعل اندماج المعطيات الطبيعية أو المصادر والمرافق والتسهيلات في الموقع السياحي مع وسائل النقل إلى الموقع بحيث تشكل هذه العناصر مجتمعة طابعا بارزا وعلاقة مميزة للموقع أو البلد السياحي.⁷

4. تعريف العرض السياحي: يتضمن جميع ما تعرضه المنطقة السياحية إلى سواحها الفعليين أو المتوقعين، أي عوامل الجذب الطبيعية والتاريخية والصناعية وهي:⁸

❖ مكونات طبيعية: من أهمها: المناظر الطبيعية (غابات)، نباتات وحيوانات، والمناخ.

❖ مكونات صناعية والتاريخية: من أهمها:

- التطور العلمي والتكنولوجي (المطارات، الأنفاق، الأتار)؛
- آثار الحضارات القديمة؛
- الأحداث التقليدية؛
- الأماكن الثقافية.

⁵ بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر "دراسة حالة ولاية مسيلة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير

تخصص علوم التسيير جامعة المسيلة، 2006، ص 28

⁶ خالد مقابلة علاء السراي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل للنشر، عمان، الأردن 2001، ص 12

⁷ عثمان محمد غنيم وم. بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2001، ص 27

⁸ محمد عبيدات، مرجع سابق، ص 46.

5. **تعريف الطلب السياحي:** يعرف على أنه الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شراؤها من السلعة أو بسعر محدد في زمان ومكان محدد، ويمكن قياس مستوى الطلب بأسعار مختلفة.⁹ ويعرف أيضا بأنه هو عدد الزوار الإجمالي لقطاع جغرافي معين في فترة معينة وفي ظروف بيئية محددة،¹⁰ ويمكن تعريف الطلب السياحي على أنه: "العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، في مدة محددة"¹¹

يتميز الطلب السياحي بمرونة عالية بالنسبة للأسعار والدخول ويتأثر الطلب بالظروف السياسية والاجتماعية ويتميز أيضا بالموسمية.

1.5. أسباب زيادة الطلب السياحي: إن من أهم أسباب زيادة الطلب السياحي ما يلي:

- الصفات الديموغرافية المختلفة مثل العمر والجنس والحالة الاجتماعية؛
- أسعار السلع والخدمات وتكاليف السفر والإقامة؛
- زيادة أوقات الفراغ والإجازات المدفوعة الأجر؛
- سهولة وإمكانية القدرة على التنقل؛
- زيادة الدخل القابل للإنفاق.

2.5. أنواع الطلب السياحي: يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي:¹²

- **الطلب السياحي العام:** يقصد بهذا النوع من الطلب السياحي،¹³ 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 رغباته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا وليس بسائح ما أو مجموعة من السياح وليس كل السياح؛
- **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على شركات

⁹ فؤاد رشيد سمارة، **تسويق الخدمات السياحية**، المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2001، ص 24

¹⁰ Gérard Tocquer, Michel Zins, **Marketing du tourisme**, 2 édition, Gaëtan orin éditeur, France, 1999, p 24

¹¹ Gérard Tocquer, Michel Zins, op cit, p 25

¹² محسن أحمد الخضيرى، **التسويق السياحي**، مكتبة مدبولي، مصر، 1989، ص 50.

¹³ للمزيد من التوسع طالع :

• Jean Stafford, **Microéconomie du tourisme**, presses de l'université du Québec, 1999.

النقل السياحي أو الوكالات السياحية، الطلب على المأكولات والأطعمة، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك.

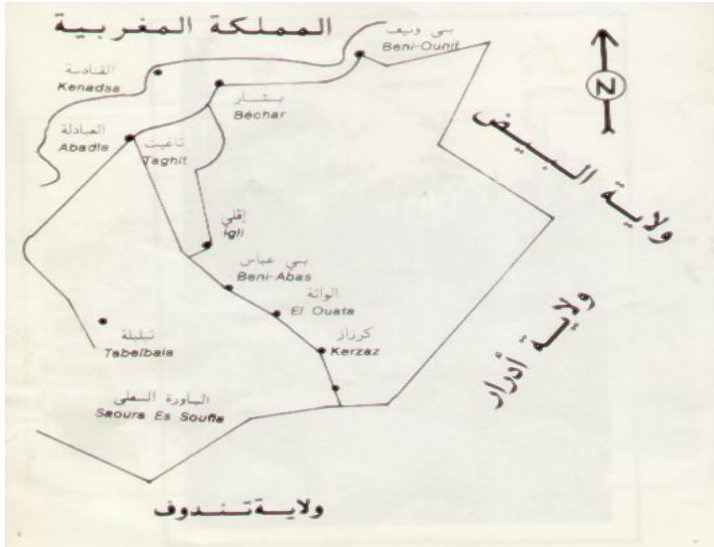
الخو الثاني: الجانب التطبيقي، دراسة السوق السياحي بولاية بشار

1. المقومات السياحية بولاية بشار:

تحتل ولاية بشار بالعديد من المؤهلات التي تبرز الطابع الصحراوي لها، وذلك من خلال مناظرها وواحاتها الخلابة ورمالها الذهبية وقصورها العتيقة وهناك العديد من المقومات التي يمكن من خلالها تنمية القطاع السياحي بولاية بشار ومن أهمها ما يلي:

1.1 الموقع: تقع ولاية بشار في الجنوب الغربي من الوطن، ويحدها: من الشرق ولاية أدرار من الغرب المملكة المغربية من الشمال ولايتي النعامة والبيض من الجنوب ولايتي تندوف وأدرار، تضم 16 بلدية ذات طابع ريفي من أصل 21 بلدية. تحتل ولاية بشار على المستوى الوطني الرتبة السادسة من حيث المساحة التي تبلغ 161400 كم² أي ما يعادل 6.7 ٪ من المساحة الإجمالية للقطر الجزائري. إن شساعة الولاية وتششت السكان يزيد من طول المسافات بين التجمعات السكانية وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (1) يبين حدود ولاية بشار



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012

2.1. **التضاريس:**¹⁴ يتكون إقليم الولاية من خمسة أنواع تضاريس هامة وهي: الجبال والوديان والسهول والحمادات (الرق) والكتبان الرملية (العرق).

▪ **الجبال:** لا تحتوي على أشجار ومرتفعة نذكر منها: جبل عنتر (1953م) وجبل قروز (1835م) وجبل بشار (1206م)؛

▪ **الأودية:** تجوب الولاية 6 أودية هامة، نجد من الشمال إلى الجنوب الأودية التالية: وادي الناموس، وادي زوزفانة، وادي بشار، وادي قير، وادي الساورة ووادي الدورة؛

▪ **السهول:** هي عبارة عن منخفضات مشكلة من تربة خصبة نتيجة جريان مياه الأودية. أهمها سهول زوزفانة وقير والساورة؛

▪ **الرق (الحمادة):** وهي مساحات شاسعة ومسطحة من الأحجار، نذكر منها حمادة قير والدورة.

▪ **العرق:** ويتمثل في الكتبان الرملية والتي يصل ارتفاعها في بعض الأحيان إلى 300 م، العروق الموجودة على مستوى الولاية هي العرق الغربي الكبير وعرق الراوي والعرق العطشان وعرق إيقدي.

3.1. **المناخ:** مناخ المنطقة بصفة عامة حار صيفا وجاف وشديد البرودة شتاء ومعدل سقوط الأمطار 100م، الرياح الموسمية تفوق سرعتها أحيانا 100 كم/ساعة.

4.1. **الواحات:**¹⁵ عدد واحات الولاية 62 واحة، وتتمركز على طول الوديان وخاصة وادي الساورة على مساحة تقدر بـ: 4220 هكتار وذلك على شكل مساحات للنخيل لتخللها زراعات موسمية ومعاشية تكاد تلبى حاجيات سكان هذه المنطقة.

ولاية بشار تحتل مكانة سياحية تاريخية حيث أنها كانت مقصداً لمختلف الأجناس ولازالت ولكن نسبة توافد السياح أصبحت ضعيفة جداً مقارنة مع السنوات السابقة. بشار هي عاصمة الجنوب الغربي ويكمن سر جاذبيتها في واحاتها الجميلة التي تتربع في وسط رملي على ضفاف وادي الساورة، تعيش بهذه المنطقة حيوانات متنوعة كالغزلان والأروية والقنابد والجمال ومختلف الطيور، وبها نباتات مختلفة أغلبها تستعمل لأغراض طبية كما تزخر بآثار ما قبل التاريخ كالنقوش والرماح الحجرية.

2. مناطق الجذب السياحي:

تمتاز ولاية بشار بعدة مناطق أو بلديات تجلب السواح بكثرة نذكر أهمها كالتالي:

¹⁴ تقرير مديرية التخطيط والتنمية العمرانية لولاية بشار 2012 ومديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012.

¹⁵ تقرير حول المعالم السياحية والأثرية لمنطقة بشار، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012.

1.2 القنادسة: بين أحضان السلسلة الجبلية المسماة البرقة أين تركز أفران الجبس والجير التقليدي وتحت سفح هذه السلسلة تقوم القنادسة التي تبعد عن مقر الولاية بـ: 20 كلم غرباً بمساحة تقدر بـ : 3094 كلم² والتي تمتاز بقصرها البني الذي يحمل أروع نسق معماري تلاقت فيه العمارة المشرقية والمغربية والإفريقية في نسق جميل ومتكامل.

2.2 تاغيت: تنتقل إلى بلدية تاغيت التي تبعد عن الولاية بـ 100 كلم تبلغ مساحتها 9040 كلم² وعدد سكانها 7000 نسمة وهي من أبرز المناطق السياحية في الجزائر وتحتل مكانة سياحية مرموقة تمتد على العرق الغربي الكبير برماله الذهبية الساحرة وبالمتحف المفتوح على تاريخها العريق تشتمل على عدة مقومات سياحية هائلة من حيث الآثار التاريخية والطبيعية.

3.2 بني عباس: تبعد بـ 240 كلم عن مدينة بشار وتعتبر من أهم الأقطاب السياحية في الجنوب الغربي وهي واحة ناصعة البياض خلفها منظر للكثبان الذهبية للعرق الكبير يعود تاريخها إلى ما قبل الميلاد وهذا ما أثبتته الدراسات الجيولوجية على المستحاثات والحفريات، وكذلك الرسومات الصخرية التي تعود إلى العصر الحجري. وتعتبر قبيلة بني حسن هي أول قبيلة قطنت المنطقة حيث استقرت بقصرين على منطقتين إستراتيجيتين هما جبل هوشة أين بنوا قصر حرز الليل والقصر الثاني فوق جبل غار الديدية.

4.2 إقلي: تقع إقلي جنوب غرب ولاية بشار، تبعد عنها حوالي 153 كلم، تتربع على مساحة تقدر بـ 6220 كلم²، عدد السكان بها حوالي 6389 نسمة، يعود تاريخها إلى ما قبل الفتوحات الإسلامية، ولسكان المنطقة لهجة محلية مميزة وهي شلحة¹⁶ " تلبديت "، إقلي هي كلمة شلحية معناها "الرجل الشهم"، حيث تزخر بعادات وتقاليد تميزها عن باقي مناطق الولاية.

إضافة إلى هذه المناطق هناك منطقتين تزخرن بعادات وتقاليد مميزة وهي: الواتة وكرزاز .

3. العناصر الفعالة في التسويق السياحي

العناصر الفعالة في التسويق السياحي هي الجهات المعينة بترويج المنتج السياحي، ويجب أن تؤدي دورها كما ينبغي لكي يكون هناك تسويق سياحي فعال.

1.3 الفنادق: تعتبر الفنادق عاملاً رئيسياً وأساسياً في تنشيط السياحة والنهوض بها فمنطقة الجنوب الغربي، إلا أنه لا يوجد بها سوى عدد قليل من الفنادق أهمها فندق ريم وتاغيت بشار.

¹⁶ الشلحة: تلبديت لهجة محلية قريبة من الأمازيغية

عدد الفنادق بولاية بشار 13، المصنفة عددها 04 وغير المصنفة عددها 09 وعدد الأسرة في كل منهما على الترتيب 609 و512 سرير، والجدول الموالي يبين ذلك.

الجدول رقم (1)

ملخص نشاطات المؤسسات الفندقية لولاية بشار الثلاثي الثالث لسنة 2011

رقم الأعمال	عدد الزبائن				عدد المستخدمين		التصنيف	قدرات الإيواء	نوع المؤسسة
	الأجانب		الجزائريين		المؤقتين	الدائمين	النجوم	الأسرة	فندق
	الليالي	الوصول	الليالي	الوصول					
17.392.059.39	191	74	3647	2314	31	89	1-3	609	الفنادق المصنفة 04
2.234.300.00	66	61	3414	2647	18	19	/	512	الفنادق غير المصنفة 09
19.626.359.39	257	135	7061	4961	49	108	/	1121	المجموع العام

المصدر: مديرية الساحة والصناعات التقليدية تقرير الثلاثي الثالث لسنة 2011 عن وضعية النشاطات السياحية في ولاية بشار

أما فيما يخص المشاريع السياحية التي لا تزال في طور الإنجاز فهي عبارة عن 4 مشاريع متنوعة وهذا

ما بينه الجدول التالي:

الجدول رقم (2)

وضعية إنجاز مشاريع الاستثمار السياحي لولاية بشار

العراقيل المسجلة	أشغال منتهية	أشغال موقفة	الأشغال لم تطلق	في طور الإنجاز %	القيمة المالية للمشروع 10 ⁶ دج	عدد المناصب	عدد الأسرة	تاريخ التحصيل على الموافقة البلدية	نوعية المشروع	طبيعة المشروع	صاحب المشروع
/	100	/	/	/	30	30	60	2008/05/12	مركب سياحي	سياحي	بالقرع محمد
/	/	/	/	95%	100	60	180	2008/05/12	مركب سياحي	سياحي	رحالي عبد العالي
/	/	/	/	85%	100	20	80	2008/09/24	فندق	سياحي	بن دحمان الشيخ
/	/	/	/	10%	239	120	200	2011/06/19	مركب سياحي	سياحي	عجلية يزيد
/	/	/	/	04%	58	30	110	2011/08/21	توسعة فندق	سياحي	موساوي محمد

المصدر: مديرية الساحة والصناعات التقليدية تقرير الثلاثي الثالث لسنة 2011 عن وضعية النشاطات السياحية في ولاية بشار

2.3 وكالات السياحة والأسفار: تعرف ولاية بشار في هذا الجانب تأخرا كبيرا مقارنة بولايات الجنوب الأخرى، حيث توجد بها وكالتين فقط، واللتين لا يتعدى نشاطها بيع تذاكر النقل الجوي وتنظيم سفريات العمرة أما باقي النشاطات الخاصة بهذا النوع من المتعاملين فهو تقريبا منعدم. وبالرغم من تواجد الكثير من المستثمرين في هذا الميدان إلا أن انعدام مسيرين تتوفر فيهم الشروط المطلوبة يقف عائقا أمام فتح وكالات أخرى.

3.3 الجمعيات والدواوين: تتوفر ولاية بشار على 6 دواوين، الديوان المحلي السياحي لبلدية بشار، بني عباس، القنادسة، تاغيت، الواتة، إقلي، وجمعيتان الجمعية السياحية لترقية وتبادل الشباب بني عباس، وجمعية الخيمة.

هذه الجهات تجد صعوبة في القيام بمهامها بسبب ضعف التمويل حيث تتمثل مصادر تمويلها في الجماعات المحلية كالبلدية والولاية ووزارة السياحة، اشتراكات الأعضاء الخواص الحرفيين الصناعيين التجار الفنادق المطاعم.¹⁷

4.3 مناطق التوسع السياحي: تتوفر ولاية بشار على منطقتين للتوسع السياحي وهي منطقة واكدة التابعة لبلدية بشار المساحة الإجمالية 77 هكتار والقابلة للتهيئة 25² هكتار ومنطقة بني عباس مساحتها الإجمالية 72 هكتار والقابلة للتهيئة 2.19 هكتار إضافة إلى ثلاثة مناطق مقترحة للتوسع السياحي وهي: بني ونيف (20³ هـ)، عرق فراج (15 هـ)، وتبلالة (10³ هـ)، وهي قيد الدراسة. بالإضافة إلى مناطق النشاطات السياحية وهي: منطقة المريجة (12.86 هـ)، تاغيت (20 هـ)، إقلي (10³ هـ) وهي قيد الدراسة.

4. المشاكل التي تحول دون وضع ولاية بشار على الخارطة السياحية:

على الرغم من كل الإمكانيات التي تزخر بها الولاية التي تؤهلها إلى منطقة جذب سياحي، فأعداد الوافدين إليها لا يتناسب وإمكانياتها السياحية وهذا يتضح من خلال أعداد السواح الذين يدخلون الولاية وعدد الوافدين الذي لا يتناسب تماما مع الإمكانيات والمقومات السياحية الموجودة بها وهو ما يثير قلق سكان الولاية والسلطات المحلية إزاء قلة العوائد الاقتصادية التي تعود بها السياحة على الولاية. كما يعتبر حجم الاستثمارات السياحية الموجهة للولاية من المشكلات الرئيسية التي تعوق التنمية السياحية في الولاية بالإضافة إلى ما يلي:

¹⁷ تقرير مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012 .

1.4 المشكل المالي: وهو المشكل الرئيسي الذي يعاني منه أغلبية المستثمرين، بسبب ارتفاع تكاليف الاستثمار السياحي نظرا لتغيير القوانين والمراسيم التنفيذية المنظمة لقطاع الفنادق من طرف السلطات العمومية، حيث كان في القدام باستطاعة أي شخص أن يحول أي منزل إلى مؤسسة فندقية ويتحصل على سجل تجاري لاستغلاله كفندق، لكن مع ظهور القانون رقم 01-1999 المؤرخ في 06 يناير 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، حيث يهدف هذا القانون إلى حماية وترقية القطاع الفندقي، وتحسين نوعية الخدمات الفندقية، ووضع أخلاقيات مهنية وإرساء قواعد النشاط الفندقي، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 46-2000 المؤرخ في 01 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها،¹⁸ والرسوم التنفيذية رقم 130-2000 المؤرخ في 11 جوان 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك، كل هذه القوانين والمراسيم التنفيذية صعبت من مهمة المستثمرين البسطاء من الاستثمار في قطاع الفنادق.¹⁹

2.4 مشاكل العقار السياحي: في إطار عمل اللجنة الولائية لتحديد الموقع وكذا ترقية الاستثمار تم تسجيل اعتراض عدة مستثمرين على قطع الأراضي التي منحت لهم، حيث أنهم يقدمون في طلباتهم أراضي خارج مناطق التوسع السياحي، وذلك راجع لعدم وجود تهيئة بها، فتقترح عليهم مناطق أخرى، والمناطق التي كانوا يرغبون فيها تكون قد منحت لمستثمرين آخرين خارج قطاع السياحة، أو ترفض لأسباب تقنية أو تكون محمية أو مخصصة لإنجاز مشاريع خاصة بالدولة، وهذا ما يجبر المستثمر إما إلغاء إنجاز مشروعه نهائيا أو قبول القطعة الأرضية المقترحة له لعدم وجود خيار أمامه، وقد تكون المنطقة المقترحة تنعدم فيها عدة عوامل لها علاقة بالاستثمار مثل قنوات المياه الصالحة للشرب، النقل، الكهرباء، المواصلات... إلخ، قد تقدم له ضمانات لإنجاز هذه المنشآت القاعدية، لكن هذا غير كافي ولا يشجع الاستثمار بالمنطقة.

3.4 المناخ العام: المناخ ويقصد به المحيط أو الأجواء العامة التي تسود المدينة والتي تجعل من السائح يشعر بالارتياح أهمها:

- انعدام المساحات الخضراء والتشجير بصفة شاملة، ووجود أحياء لا تبعث على الارتياح، وانعدام الصيانة والترميمات بها؛

¹⁸ المرسوم التنفيذي 2000/46 المؤرخ في 01/03/2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها.

¹⁹ المرسوم التنفيذي رقم 130-2000 المؤرخ في 11/07/2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط.

- عامل النظافة أساسي لجذب السياح، وتعد هذه الخدمة في بلادنا من مهام البلدية إلا أن ذلك غير مجد، فمسؤولية النظافة مسؤولية الجميع دون استثناء؛
- غياب التكوين في قطاع السياحة صعب من مهمة إيجاد يد عاملة مؤهلة، بحيث يعتبر التكوين أداة مفضلة للتثقيف والتوعية السياحية عند المواطن، لهذا تقوم حاليا مديرية السياحة بالتنسيق مع مديرية التكوين المهني والتمهين بإدراج بعض التخصصات السياحية مثل (مرشد سياحي مرافق، تقني سامي في الإدارة الفندقية، تقني سامي مكلف بالاستقبال، تقني سامي في الطبخ فندقي... إلخ) ضمن الدخول المهني 2011-2012. والجدولان المواليان يوضحان ذلك:

الجدول رقم (3): مستوى تأهيل عمال المؤسسات الفندقية المصنفة

عدد المستخدمين			البلدية	التصنيف	اسم الفندق
الدائمين	المؤقتين	مستوى التأهيل			
61	14	جامعي / ثانوي	بشار	***	عنتر
16	06	جامعي / ثانوي	بني عباس	***	الريم
15	03	جامعي / ثانوي	تاغيت	***	تاغيت
04	06	ثانوي/متوسط	بشار	**	الساورة

المصدر: التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012

الجدول رقم (4): مستوى تأهيل عمال المؤسسات الفندقية غير المصنفة

عدد المستخدمين			البلدية	التصنيف	اسم الفندق
الدائمين	المؤقتين	مستوى التأهيل			
05	03	ثانوي/متوسط	بشار	/	التخيل
02	02	ثانوي	بشار	/	المغرب العربي
03	04	ثانوي/متوسط	بشار	/	حمزة
08	01	ثانوي/جامعي	بشار	/	المدنية
01	02	ثانوي/متوسط	بشار	/	الصحراء
02	01	ثانوي/متوسط	بشار	/	السعادة
03	12	ثانوي/متوسط	بشار	/	التركي
05	03	ثانوي/متوسط	بشار	/	الجزائر
02	02	ثانوي/متوسط	بني ونيف	/	إفريقيا

المصدر: التقرير السنوي لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012

4.4 نقص في الإعلام: بالرغم من الجهود التي تبذلها الإذاعة المحلية الساورة من إعداد برامج وريورتاجات عن المنطقة إلا أنها تبقى غير كافية لما تزخر به منطقة بشار وضواحيها .

5.4 قطاع النقل: يبقى المشكل الكبير الذي تعاني منه ولاية بشار، إضافة إلى وضعية الطرق التي تعتبر القاعدة الأساسية فوجد معظمها رديئة بما عدة تشققات الناتجة عن المدى الحراري الكبير المعروف في جميع المناطق الصحراوية.

5. تحليل وعرض نتائج الاستقصاء:

إن طريقة الاستقصاء هي الطريقة التي اعتمدها في دراستنا الميدانية، وهي من أكثر الطرق استخداما عندما تكون الدراسة معتمدة على طريقة أو أسلوب المعاينة،²⁰ بحيث تضمنت الاستمارة 18 سؤال بهدف تحليل المنتج السياحي بولاية بشار والخدمات المكملة له ومعرفة النتائج المرتبطة بالدوافع من زيارة المناطق السياحية، والمشاكل التي تواجه عينة الدراسة المتمثلة في مجموعة السياح الوافدين إلى ولاية بشار، تم توزيع 250 استمارة على عينة الدراسة وذلك في أهم المناطق السياحية بولاية بشار بالإضافة إلى مجموعة من الفنادق، وقد تم استعادة 200 استمارة وبعد فحصها تم استبعاد 50 استمارة لعدم صلاحيتها للمعالجة الإحصائية لعدم اكتمال تعبئتها، وبذلك تكون عدد الاستمارات التي خضعت للمعالجة الإحصائية 150 استمارة فقط، أي ما يعادل 60% من مجموع مفردات العينة الكلية. وأهم النتائج المتوصل إليها في هذه الاستمارة عرضها كما يلي:

- **الجنس:** نتائج تحليل هذا العنصر بينت بأن 70% من العينة المدروسة ذكور، بينما شكلت نسبة الإناث 30%
- **السن:** لاحظنا بأن أغلبية عينة الدراسة يتراوح سنها بين 20 - 30 سنة وذلك بنسبة 36.66% بينما شكلت الفئة التي يتراوح عمرها بين 30 - 40 سنة نسبة 26%، بينما شكلت بقية فئات السن نسب منخفضة. بحيث شكلت نسبة الذين يقل عمرهم عن 40 سنة ما يقارب 75%.
- **الحالة الاجتماعية:** نتائج تحليل هذا العنصر، بينت بأن 49.23% من العينة المدروسة متزوجين، بينما ما نسبته 45.38% غير متزوجين، في ما نسبته 5.39% لا توجد لديهم إجابة.
- **الإقامة:** لاحظ أن أغلبية عينة الدراسة مقيمين بالجزائر وهم يشكلون ما نسبته 82% وهذا ما يفسر تراجع نسبة السواح.
- **الدخل الشهري بالدينار:** نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:

²⁰ عبد الرزاق أمين، العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية، مطابع معهد الإدارة العامة، الرياض، 1998، ص 39

الجدول رقم (5)

النسبة %	التكرار	الدخل الشهري
39.23	56	أقل من 14000
42.31	60	14000-24000
8.46	16	24000-34000
13	18	أكثر من 34000
100	150	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستمارة

من خلال الجدول نلاحظ بأن 42.31% هي أكبر نسبة لأفراد العينة تراوح دخلها الشهري بين 14000-24000 دج.

- **المستوى التعليمي**: نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (6)

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
7.69	15	ابتدائي
14.62	24	متوسط
30	44	ثانوي
47.69	67	جامعي
100	150	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستمارة

- من خلال الجدول نلاحظ بأن أغلبية عينة الدراسة مستواها التعليمي جامعي وشكلت نسبتهم 47.69%
- **القيام بجولات سياحية من قبل**: بينت نتائج تحليل هذا العنصر أن أغلبية عينة الدراسة قامت بجولات سياحية من قبل وشكلت نسبتهم 90%.
- **الزيارات لولاية بشار سابقا**: من خلال نتائج تحليل هذا العنصر لاحظنا بأن 88% من العينة المدروسة قاموا بزيارة ولاية بشار سابقا.
- **المنطقة السياحية المزاراة**: نتائج تحليل هذا العنصر بينت بأن أكثر المنطقة السياحية المزاراة من طرف العينة المدروسة هي تاغيت وذلك بنسبة زيارة قدرها 43.52% تليها مدينة القنادسة بنسبة 27.31%، ثم بني

عباس بنسبة زيارة 17.60 %، في حين شكلت زيارة اقلي ما نسبته 11.57% . وهذا ما يستوجب وضع برامج للجذب السياحي من طرف هذه البلديات.

- **الدوافع من زيارة المنطقة السياحية:** نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (7)

النسبة %	التكرار	الهدف من الزيارة
37.17	71	الراحة
32.44	62	الثقافة
12.57	24	زيارة الأقارب
10.47	20	دافع مهني
05.76	11	مرور سريع
01.5	03	أخرى
100	191	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستمارة

من خلال الجدول نلاحظ بأن النتائج المتعلقة بالدوافع من زيارة المناطق السياحية، كان الدافع الأول هو الاستمتاع بالراحة وذلك بنسبة 37.17%، يليه الدافع الثقافي بنسبة 32.44%. بينما شكلت باقي الدوافع نسب منخفضة. وهذا راجع للطابع السياحي للمنطقة.

- **الإعجاب بالمنطقة السياحية التي تمت زيارتها:** لاحظنا أن أغلبية عينة الدراسة أعجبت بالمنطقة السياحية التي قامت بزيارتها وشكلت نسبتهم 90 % .

- **الإقامة بفندق:** نتائج تحليل هذا العنصر تبين أن 46.15% من العينة المدروسة أقاموا بفندق في ولاية بشار، أما الباقي فيقيمون عند الأقارب أو يستأجرون بيوت.

- **أسعار المبيت:** نتائج التحليل بينت أن الأغلبية ترى بأن أسعار المبيت متوسطة ونسبتهم تشكل 60%، بينما ما نسبته 33.33% ترى بأن الأسعار مرتفعة، في حين 06.67% ترى بان الأسعار منخفضة.

- **تقييم نوعية الخدمات الفندقية:** نتائج تحليل هذا العنصر أوضحت بأن 56% من العينة المدروسة ترى بأن نوعية الخدمات الفندقية متوسطة الجودة، بينما 33.33% ترى بأن الخدمات الفندقية المقدمة مرتفعة الجودة أما البقية والتي شكلت نسبتهم 10.66% فترى بأن الخدمات الفندقية المقدمة منخفضة الجودة.

- **المشاكل التي صادفت السياح أثناء زيارتهم للمناطق السياحية:**

نتائج تحليل هذا العنصر نعرضها من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (8)

النسبة %	التكرار	المشاكل
40	60	الحالة السيئة للطرق وحركة المرور
33,33	50	عدم توفر وسائل الراحة
6,66	10	ارتفاع الأسعار
4	7	سوء الاستقبال
13,33	20	أخرى
8,66	13	لا توجد مشاكل
100	150	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستمارة

من خلال الجدول نلاحظ بأن النتائج المتعلقة بالمشاكل التي صادفت السياح أثناء زيارتهم للمناطق السياحية بولاية بشار، كان مشكل الحالة السيئة للطرق وحركة المرور هو المشكل الأول وذلك بنسبة 40%، يليه مشكل عدم توفر وسائل الراحة المناسبة بنسبة 33.33%، في حين شكل مشكل ارتفاع السلع والخدمات 6.66% وسوء استقبال أهالي البلدة 4%، بينما شكلت المشاكل الأخرى نسبة 13.33% ومن بين هذه المشاكل قلة النظافة وعدم توفر وسائل النقل للمناطق السياحية وكذلك نقص الوعي السياحي لدى المواطنين وعدم وجود مرشدين سياحيين، في حين نجد ما نسبته 8.66% من السياح لم تصادفهم مشاكل.

- الإهمال للمعالم السياحية من طرف القائمين عليها: لاحظنا بأن 90% من عينة الدراسة ترى بأنه هناك إهمال للمعالم السياحية من طرف القائمين عليها وهي ترى بأن هذا الإهمال في عدم ترميم الآثار وعدم حمايتها وهي عرضة للتلف بالإضافة لنقص النظافة وعدم وجود مرشدين سياحيين.
- الرغبة في العودة: نتائج تحليل هذا العنصر تبين أن 90% من عينة الدراسة ترغب في العودة.
- الآفاق المستقبلية للمنطقة السياحية التي تمت زيارتها: في سؤال موجه حول الآفاق المستقبلية للمنطقة السياحية المزاراة فإن ما نسبته 73.85% من العينة ترى بأنه هناك مستقبل زاهر للمنطقة السياحية التي قاموا بزيارتها شرط توفر العناية اللازمة، في حين ما نسبته 14.62% من مفردات العينة ترى عكس ذلك، وما نسبته 11.53% لا توجد لديهم إجابة.

خاتمة:

من خلال تطرقنا لواقع السياحة بولاية بشار، تبين لنا بأن هذه الأخيرة تزخر بإمكانيات سياحية تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا، وذلك لما لها من موقع استراتيجي وما تمتلكه من إمكانيات سياحية متنوعة منها التاريخية والثقافية والدينية والطبيعية ومن أبرز هذه الموارد نجد تاغيت، القنادسة، اقلي، بني عباس المعروفة بمعالها السياحية.

1- نتائج الدراسة:

- إن نتائج تحليلنا للاستمارة الموزعة على عينة الدراسة أبرزت لنا عدة نقاط هامة وهي تتمثل في:
- إن أغلب السياح الوافدين لولاية بشار هم من داخل الوطن وان هؤلاء السياح لهم تجربة سابقة من خلال قيامهم بجولات سياحية سابقة؛
 - إن أهم الدوافع من زيارة المناطق السياحية كان دافع الاستمتاع بالراحة وهو الأول بنسبة 37.17% ثم يليه الدافع الثقافي بنسبة 32.46%، كما تبين لنا كذلك بان أغلبية السياح أعجبوا بالمناطق السياحية وكانت نسبتهم 90% من مجموع السياح. وهم يريدون العودة والتوصية بزيارة المناطق السياحية بولاية بشار؛
 - أما بخصوص ذهاب السياح إلى الفنادق المتواجدة بولاية بشار فحسب العينة المدروسة كانت نسبتهم 46.15%، بينما 33.33% من العينة المدروسة يرون بان أسعار المبيت مرتفعة؛
 - أما بخصوص النتائج المرتبطة بأهم المشكلات التي واجهت السياح أثناء فترة زيارتهم فكان المشكل الأول هو الحالة السيئة للطرق وحرارة المرور وذلك بنسبة 40%، ليليه المشكل الثاني عدم توفر وسائل الراحة المناسبة، وإضافة لمشكل ارتفاع أسعار السلع والخدمات؛
 - أما النتائج المرتبطة بإهمال المعالم السياحية من طرف القائمين عليها فان ما نسبته 90% من عينة الدراسة ترى بأنه هناك إهمال للمعالم السياحية، وتمثل هذا الإهمال في عدم وجود ترميم لهذه المعالم السياحية وهي غير محمية بالإضافة لعدم توفر النظافة؛
 - وفي الأخير فان أغلبية عينة الدراسة ترى بأنه هناك مستقبل واعد لهذه المعالم السياحية شرط توفر العناية اللازمة لتنميتها.

2- التوصيات والاقتراحات:

من خلال هذه الدراسة والتائج المتوصل إليها يمكن الوصول إلى عدد من المقترحات التي من شأنها العمل على تنمية السوق السياحية بالجزائر بصفة عامة وولاية بشار بصفة خاصة، وهي وضع إستراتيجية سياحية وطنية تقوم على ما يلي:

- تشجيع الاستثمار السياحي؛
 - بناء مقاصد سياحية تركز على عامل النوعية والاستدامة والتحكم في مسار التنمية السياحية؛
 - عصرنه المنظومة التكوينية في المجال السياحي؛
 - العمل بالتخطيط السياحي والتسويق السياحي للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري.
- أما الاقتراحات الموجهة على المستوى المحلي فهي كالتالي:
- العمل على التعريف بالمنتج السياحي لولاية بشار؛
 - ضرورة وجود مرشدين سياحيين أكفاء في هذه المناطق السياحية؛
 - العمل على ترميم والحفاظ على المناطق السياحية؛
 - إصلاح الطرقات المؤدية إلى المناطق السياحية؛
 - إعادة بعث المشاريع السياحية المتوقفة وذلك من خلال تقديم المساعدات اللازمة لإكمال إنجازها، وتسوية مشكل العقاري؛
 - توفير وسائل الراحة والترفيه بالقرب من المعالم السياحية؛
 - نشر الوعي السياحي لدى المواطنين وتوعيتهم بمدى أهمية السياحة وذلك عن طريق الحركات الجمعوية والمؤسسات التعليمية وعن طريق أي وسيلة تمكن من ذلك؛
 - تحسين مستوى الخدمات الفندقية وإعادة النظر في أسعار المبيت والإطعام بما يتوافق مع الطبقة الاجتماعية متوسطة الدخل.

قائمة المراجع:**مؤلفات باللغة العربية:**

1. خالد مقابلة علاء السراي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل للنشر، عمان، الأردن 2001.
2. سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار الميسرة، الطبعة الأولى، عمان، 2002.
3. عبد الرزاق أمين، العينات وتطبيقاتها في البحوث الاجتماعية، مطابع معهد الإدارة العامة، الرياض، 1998.

4. عثمان محمد غنيم وم. بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2001 .
5. فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2001.
6. محسن احمد الخضيرى، التسويق السياحي، مكتبة مدبولي، مصر، 1989.
7. محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2000.
8. مسعود مصطفى الكتاني، علم السياحة والمنتزهات، الدار الجامعية، القاهرة، 1990.

مذكرات:

1. بزة صالح، تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية مسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص علوم التسيير جامعة المسيلة، 2006.

تقارير ومراسيم تنفيذية:

1. تطور توافد السواح لولاية بشار لسنة 2011، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012.
2. تقرير حول المعالم السياحية والأثرية لمنطقة بشار، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012.
3. تقرير مديرية التخطيط والتهيئة العمرانية لولاية بشار 2012 ومديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بشار 2012.
4. مديرية السياحة ولاية بشار: تقرير الثلاثي الثالث، حول وضعية السياحة 2011 .
5. المرسوم التنفيذي 2000/46 المؤرخ في 2000/03/01 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها.
6. المرسوم التنفيذي رقم 130-2000 المؤرخ في 2000/07/11 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط.

مؤلفات باللغة الأجنبية:

1. Gérard TOCQUER, Michel ZINS, **Marketing du tourisme**, 2^{ème} éd, Gaëtanmorin éditeur, France, 1999.
2. Jean STAFFORD, **Microéconomie du tourisme**, presses de l'université du Québec, 1999.
3. Robert LANQUAR, Robert HOLLIER, **le Marketing touristique**, 7^{ème} éd, France, 2002.