

النهوض بالسياحة في الجزائر من خلال العناقيد السياحية

اقتراح عنقود سياحي لولاية بسكرة نموذجاً

*Promoting tourism in Algeria through tourist clusters
-Proposed tourist cluster for the state of Biskra model*

نورهان قرون ³ <i>Nourhane GROUNE</i> أستاذة مساعدة جامعة بسكرة -الجزائر Hanano.1992@gmail.com تاريخ النشر: 2019-03-30	أحلام دريدي ² <i>Ahlem DRIDI</i> أستاذ محاضر ب جامعة بسكرة -الجزائر dridiahlem70@yahoo.fr تاريخ القبول: 2019-02-13	خيرالدين جمعة ¹ <i>kheireddine DJEMAA</i> أستاذ محاضر أ جامعة بسكرة -الجزائر djemaa.kheireddine@univ-biskra.dz تاريخ الاستلام: 2019-02-06
--	---	--

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لتسليط الضوء على أحد أهم وأحدث المواضيع والتي تكتسي أهمية خاصة نظرا لارتباطها بالاقتصاد الجزائري ألا وهو موضوع العناقيد الصناعية، حيث تناولنا موضوع النهوض بالسياحة في الجزائر من خلال العناقيد السياحية -اقتراح عنقود سياحي لولاية بسكرة نموذجاً.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن العنقود السياحي أداة داعمة لتطوير وتعزيز السياحة في الجزائر، وأن الجزائر مؤهلة طبيعياً لتصبح وجهة سياحية لمختلف أذواق السياح داخليا وخارجيا. بالإضافة إلى اقتراح عنقود سياحي محتمل كنموذج يمكن أن يقتدى به في بسكرة أو مختلف ربوع الوطن.

كلمات مفتاحية: العناقيد الصناعية، العناقيد السياحية، السياحة.

Abstract:

This study aims to shed light on one of the most important and latest topics, which is especially important because of its association with the Algerian economy, which is the subject of industrial clusters, where we dealt with the promotion of tourism in Algeria through the clusters of tourism - proposing a tourist cluster for Biskra state.

That the tourist cluster is a tool to support the development and promotion of tourism in Algeria, and that Algeria is naturally qualified to become a tourist destination for different tastes of tourists internally and externally. In addition to proposing a possible tourist cluster as a model that can be used in Biskra or different parts of the country.

Keywords: industrial clusters, tourism clusters, tourism.

مقدمة:

تعتبر السياحة من أهم الصناعات العالمية التي تدر عائدات هائلة على اقتصاديات الدول التي تملك إمكانيات سياحية على اختلاف أنواعها، و الجزائر من البلدان التي تتمتع بإمكانيات سياحية هائلة ومتنوعة تجعلها قادرة على المنافسة في سوق السياحة العربية والإفريقية و العالمية، فالسياحة يمكن أن تصنع من "اللاشيء" أشياء كثيرة، ومن الجبل منظرًا يرتاده السياح، ومن الأنهار منتجات تتسابق عليها الشركات العالمية لبناء ناطحات السحاب والفنادق، حيث تتنافس المؤسسات السياحية في جودة منتجاتها من خلال تقديم أفضل الخدمات والعروض، من هنا انطلقت بعض الدول كماليزيا مثلا، وانتعش اقتصادها، و خلقت ملايين الفرص من الوظائف والأعمال، ونشط أفرادها في التجارة، وتحسن مستوى الدخل و المعيشة لديهم.

إن أهم الحلول التي ساهمت في تطوير وتنمية الصناعات بمختلف أنواعها هي التوجه نحو التجمع بدل العمل الفردي ونحو الابتكار المفتوح بدل الابتكار المغلق، فقد يكون العمل الجماعي هو الخيار الأنسب والاستراتيجي في تعزيز السياحة في الجزائر، وتعتبر العناقيد الصناعية شكل من أشكال التجمعات الأكثر نضجا للعمل التكاملي والتي تربطها غايات وأهداف مشتركة لذلك قد تكون العناقيد الصناعية حل من الحلول الواعية لتعظيم نتائج أفضلية الزيادة في القطاع السياحي. وكما جاء عن Michael Porter أن العناقيد تستطيع التأثير في التنافس كونها تستطيع زيادة الإنتاجية، قيادة الإبداع في مجال النشاط، واستحداث أعمال جديدة في قطاع النشاط، كما أنها مدخل لتقاسم تكاليف البحث والتطوير لتنمية الابتكار بجعله ابتكارا مفتوحا بين المؤسسات والهيئات المنتمية للعنفود الواحد، مع الإبقاء على التنافس القائم بين المؤسسات داخل العنفود.

إشكالية البحث: انطلاقا مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيس للدراسة كما يلي:

كيف تساهم العناقيد السياحية في النهوض بالسياحة في الجزائر؟

ينبثق منها التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مفهوم السياحة؟ وما هي مقوماتها ومعوقاتنا في الجزائر؟
 - ما مفهوم العناقيد السياحية؟ وما أهميتها؟
 - ما هي عوامل دعم العناقيد السياحية التي تساهم في النهوض بالسياحة في الجزائر؟
- من خلال التساؤل الرئيس للدراسة يمكننا صياغة الفرضية الرئيسة التالية:

تساهم العناقيد السياحية من خلال عدة عوامل داعمة في النهوض بالسياحة في الجزائر.

أهمية البحث: تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الأهمية والدور الكبير لمفهوم العناقيد السياحية ومساهمتها في النهوض بالسياحة في الجزائر، مما يستدعي التعرف على مختلف المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى بيان عوامل النهوض بالسياحة في الجزائر من خلال العناقيد السياحية مع اقتراح عنقود سياحي لولاية بسكرة نموذجا، من خلال:

- إبراز مفهوم العناقيد السياحية.
- توضيح أهم مقومات ومعوقات السياحة في الجزائر.
- بيان عوامل دعم العناقيد السياحية التي تساهم في النهوض بالسياحة في الجزائر.
- اقتراح عقود سياحي محتمل لولاية بسكرة كنموذج.

بغية الإجابة على تساؤل الدراسة، ارتأينا تناول الدراسة ضمن أربعة محاور:

- المحور الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة.
- المحور الثاني: مفاهيم أساسية حول العناقيد السياحية.
- المحور الثالث: عوامل دعم العناقيد السياحية المساهمة في النهوض بالسياحة في الجزائر.
- المحور الرابع: اقتراح عقود سياحي لولاية بسكرة.

I. مفاهيم أساسية حول السياحة

1. مفهوم السياحة: السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح¹. وبالتالي فإن السياحة هي أكثر من صناعة خدمتية بل هي ترابط وتوافق معقد بين صناعات ونشاطات مختلفة تتوزع بين الإرث التاريخي، جمال الطبيعة، المناخ، عادات وتقاليد، الفنادق، النقل، الطعام، ... وكل هذا الترابط مبني على العوامل الأساسية والتي هي الإنسان، الطبيعة والزمن. وهكذا فإن السياحة تؤثر وتتأثر بالمحيط الاجتماعي، الثقافي، الاقتصادي، السياسي، البيئي والتكنولوجي².

وتتعدد أشكال وأنواع السياحة المحلية من حيث نشاطات التي تميزها وكذا المناطق التي يقصدها السائحون عادة وذلك ابتغاء تحقيق أهداف معينة وتمثل أهم أنواع السياحة المتعلقة بزيارة الآثار والمناطق، السياحة الدينية، السياحة العلاجية، السياحة الثقافية والرياضية، سياحة المعارض والمهرجانات، السياحة الاجتماعية، السياحة الترفيهية، سياحة التسوق، سياحة السفاري، التجوال والمغامرات عبر الصحراء، السياحة التعليمية، سياحة الحوافر... الخ

2. أهمية السياحة: تحقق السياحة لسياح مزايا عديدة وعلى مستويات مختلفة داخل المجتمع ولمختلف فئاته، كونها تعد إحدى الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية وكذا الثقافية التي تؤثر بشكل ايجابي إن استحسن استغلالها وتسييرها.

1.2. السياحة والجانب الاجتماعي والاقتصادي: تسهم السياحة المحلية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال توفير دخل للأفراد الناشطين في مجال السياحة مما يؤدي بالضرورة إلى خفض مستويات البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين³، وذلك من خلال توفير فرص عمل ناتجة عن حاجة السياح إلى الخدمات، والتسهيلات مباشرة خاصة في المناطق المتوجه إليها والتي تتطلب العديد من الخدمات تستوجب يد عاملة لها، وكذلك في مكاتب السفر والسياحة التي سيتوسع نشاطها ولن يتوقف

على السياحة الخارجية أو الموسمية التي تتعلق بأوقات معينة، ومنظمي الرحلات، المطاعم، القرى والمجمعات السياحية، مدن الألعاب والترفيه والتسلية⁴، و ذلك انطلاقا من أن السياحة تعتمد على حجم كبير لليد العاملة في قطاع السياحة لتوفير مختلف الخدمات السياحية كالنقل، الإسكان، الإطعام، الاتصال والبيع وغيرها، و في الجزائر تشير الإحصائيات بأن نسبة المستخدمين في إدارة القطاع السياحي تمثل 24% كما تؤكد إحصائيات أخرى إلى أن نسبة المستخدمين في السياحة وبما يقدر بـ50% يفتقدون إلى المؤهلات⁵.

2.2. السياحة والعمالة: إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية (رأسيا وأفقيا) وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها (المرفقية، الخدمات التكميلية والأساسية وصناعة في خدمة السياحة) تمكن من خلق العديد فرص العمل الجديدة سواء متوسطة التأهيل أو غير مؤهلة، كما تمكن من تحقيق السلام الاجتماعي، و يمكن أن نميز بين التوظيف المباشر في قطاع السياحة والتوظيف غير المباشر الذي يرتبط بالنشاطات التي تهدف إلى إشباع الاستهلاك السياحي الداخلي في القطاعات الأخرى غير القطاع السياحي (التجهيزات المختلفة، النقل، الإطعام... إلخ⁶ .

3.2. خلق وتنمية العلاقات الاقتصادية والخدمية مع قطاع السياحة: إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك تطوير المشروعات الحالية بإمكانية أن يحقق - إلى درجة معينة- نوعا من التكامل الرأسي والذي نعني به التوسع في اتجاهين،الأول نحو السوق تقديم الخدمة أو السلعة،أما الثاني يتجه للتكامل الأفقي الذي يتمثل في دخول المنظمة السياحية في انجاز نوع محدد من النشاطات السياحية.

وتنتج عدة منافع من علاقات التكامل التي تنتج بين مختلف المشروعات السياحية والأنشطة الاقتصادية الداخلية المحلية والخدمية الأخرى والتي يمكن أن نوجزها كالتالي⁷:

- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها نحو الاستثمارات الجديدة؛
- ارتفاع حصيلة الدولة من إيرادات السياحة والجباية مما يمكنها من خلق مناصب عمل؛
- استغلال الموارد الطبيعية بشكل أفضل وذلك لظهور الأنشطة الجديدة؛
- تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية كالنقل، السكن والإطعام ويتم الاستفادة بشكل جيد من تكامل هذه القطاعات عن طريق وضع قوانين تنظيمية لمثل هذه العلاقات.

4.2. تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين مختلف الأقاليم: تؤدي العمليات توجيه الأنشطة السياحية إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم بخلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة لسكان وإيصال هذه المناطق المحلية كالريف والبادية وإحاقها بالركب الحضري وذلك من خلال منح الدولة للمستثمرين في المناطق الريفية والنائية امتيازات جبائية، مالية وفنية.

5.2. الأهمية الثقافية للسياحة المحلية: يشكل هذا النوع السياحي أداة وشكلا تواصليا وتبادلا ثقافيا وفكري من خلال اكتشاف عادات وتقاليد اندثرت مع التقدم والتطور العصري الذي مس بعض الجهات

والمناطق المحلية والعمل على نقلها بين الأفراد والمحافظة عليها، كما تعتبر أداة فعالة لتفاهم وخلق روح التماسك الاجتماعي والتسامح والتبادل المعرفي⁸.

3. مقومات ومعوقات السياحة في الجزائر:

1.3. **مقومات السياحة في الجزائر:** تتمتع الجزائر بمناطق سياحية ومواقع الأثرية متنوعة وعلى مستوى الوطني وفي مختلف جهاتها أربع وذلك بفضل التنوع الثقافي الذي تتميز به والتنوع في طبيعتها ومناخها وتضاريسها، حيث تؤهلها هذه المقومات المتنوعة لتكون من أهم المناطق والدول السياحية على مختلف المستويات حيث تتمتع الجزائر بما يلي:

- **مقومات المنطقة الشمالية للجزائر:** ما يميز هذه المنطقة تنوعها الكبير من حيث الأنشطة السياحية التي تعرض على السائح للقيام بها، حيث تنتشر بها السياحة الشاطئية والخرجات البحرية وذلك على طول شريط ساحلي يقدر بـ1200 كلم وأهم هذه المناطق الساحلية هي كل من القالة، تينفيننت، سيدي فرج، تنس ويني صاف..الخ.

تمنح السياح إمكانية القيام بالسياحة الجبلية والغابية في الجزائر وذلك على مستوى سلسلة الأطلس التلي وهي المناطق التي تمنح فرصا للقيام بالسياحة الرياضية والترفيهية كالصيد والتزلج...الخ. كما تتنوع الثروة الحيوانية بهذه المنطقة وتعرف انتشارا العديد من الأصناف الطيور النادرة التي تخلق نوعا من الفضول لدى السياح لاكتشافها عن القرب في هذه المناطق، تنتشر في هذه المناطق الينابيع العذبة والحمامات المعدنية حيث اشارت العديد من التقارير إلا أن أهم الحمامات المعدنية العلاجية تتركز في المنطقة الشمالية للبلاد والتي قدر عددها 202 مركز معدني وتعد أهمها في حمام ريغة في عين الدفلة، حمام بوحيفة في معسكر، حمام قرقور في سطيف، كما تنتشر المواقع الأثرية التاريخية والدينية في هذه الجهة من الجزائر كمدن جميلة و تيمقاد الحضاريتين والتاريخيتين القصب، العمارة الإسلامية ومدينة تيبازة، وتعرف انتشار العديد من المهرجانات والمعارض الثقافية السياحية كمهرجان المرجان الفراولة، و صناعات الحرفية كالنقش على النحاس والتطريز وغيرها⁹.

- **مقومات منطقة الجنوب الشرقي والغربي:** وهي إحدى الأقطاب الرئيسية التي حددتها الجزائر في سياستها التنموية من أجل النهوض بالقطاع على مستوى المحلي حيث تنقسم هذه المنطقة إلى:

- واد ميزاب والذي يتميز بعادات وتقاليد ميزابية عريقة، نسيج الزربية، الهندسة المعمارية، المواقع التاريخية الدينية، التوزيع التقليدي للمياه وسط النحيل، الحمامات المعدنية في كل من القرارة وبالريان.

- الزيبان (بسكرة) وهي منطقة اشتهرت بتراثها الروماني والعربي والاسلامي، اشتهرت هذه المنطقة باستقطاب السكان إلى منطقة سيدي عقبة، الحمامات المعدنية، منحرجات الفنطرة وجميلة ومشونش، فن الطبخ الخاص ومناسبات عيد التمور.

- واد سوف وهي ولاية التي لقبت تاريخيا وسياحيا بولاية ألف قبة تميزت هذه الولاية بزراعة نخيل، الصناعة التقليدية، المناظر الطبيعية، أماكن الزيارات الدينية.

كما تتميز هذه المناطق بمؤهلات ثقافية والشعائرية كالنقوش والرسوم الحجرية، مقابر ما قبل الإسلام والشواهد التذكارية الجنائزية، الآثار الرومانية تشتهر هذه المناطق بالصناعات التقليدية كالفخار والزرايبي. أما منطقة الجنوب الغربي وهي المنطقة التي تضم ولاية تيندوف تعتبر منطقة تجارية تتمتع بتنوع كبير في النباتات وتنوع ثقافتها وكذا عاداتها وتقاليدها كونها اتسمت بوجود قبائل عديدة في هذه الولاية¹⁰.

- **مقومات منطقة الجنوب الكبير:** تتمتع منطقة الجنوب الكبير التي تمارس بها مختلف الأنشطة السياحة الصحراوية بمميزات كبيرة:

- الثروات الطبيعية والأثرية والبشرية وتنوع منتجاتها التي يمكن أن يقدمها من الصناعات التقليدية التي تخص منطقة التوارق في المنطقة، وهي على عكس المناطق أخرى في الجزائر فإنها تمتلك إمكانيات أكبر لاستحداث أماكن التوسع السياحي بالحجم المطلوب.

- تتميز هذه السياحة بمختلف الأنشطة السياحية الصحراوية المختلفة و ذلك لتمتعها بالمغارات والمناجم السطحية والصحيرية، كما أنها منطقة تتمتع بالشواهد والأضرحة (ضريح تين هينان)، و الحظيرة الطبيعية بمنطقة تمنراست، عين قزام، تيمازوتين، تازورك... الخ¹¹.

2.3. معوقات السياحة في الجزائر: تتعرض السياحة المحلية لمجموعة من المشاكل والعراقيل التي تتسبب في تراجع عمليات التنمية التي تعمل مختلف الجهات والعناصر الاجتماعية والمؤسسية من أجل تحقيقها والنهوض بهذا القطاع وعلى المستوى المحلي الضيق الذي بدوره سينعكس بالإيجاب على المستويات الأخرى والقطاعات الأخرى¹²:

- الافتقار إلى استراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطورها المطلوبة على المستوى القومي الاقليمي المحلي في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والموروث الحضاري وعدم وضوح الرؤية السياحية.

- نقص الوعي بأهمية السياحة لدى المواطن أو السائح الداخلي والذي له الدور الكبير في نشر السياحة الدولية.

- انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية وعدم كفاية من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في إطار انخفاض الوعي السياحي.

- إهمال المناطق الأثرية والمدن الحضرية وخصوصية المباني التاريخية فهناك تقصير في الأعمال الصيانة والترميم وإعادة البناء وإجراء المزيد من الأعمال التنقيب.

- عدم كفاية وسائل الحد من تهريب الآثار والقطع التاريخية أو إرجاعها من الدول الاستعمارية التي تستفيد منها كما سبق ان سهلت سرقة العديد منها والمتاجرة بها.

وفي الحديث عن المشكلات التي تميز حالة الجزائر والتي تسببت في عرقلة عجلة التنمية في هذا القطاع وفي المجال المحلي فإننا نشير إلى مجموعة العراقيل اخرى في النقاط التالية:¹³

- غياب المنتجات السياحية المحلية الخاصة بكل منطقة أو غياب صيغ تنظيمها وتسويقها والترويج لها خاصة في الأسواق التي تقترحها الوكالات السياحية والأسفار.
- عدم ملائمة وسائل النقل الموجودة مع النشاط السياحي وتحدث هنا على العلامة، سمعة الجودة والسعر المقترح.
- غياب مشاركة الجماعات المحلية في الفعل السياحي التأسيسي رغم كونه ثروة أكيدة لتنمية المحلية.
- التعمير العشوائي للمدن والقرى، الأمر الذي شوه المناظر إلى جانب غياب ترميم التراث الثقافي وإهماله.
- إلى جانب المشكلات التي ذكرت تعد الوضعية الأمنية إحدى النقاط الأساسية التي يعاني منها قطاع السياحي في الجزائر وذلك من خلال الصورة السلبية التي يكونها السياح حول الوضع الأمني في الجزائر، لذا من الضروري العمل على التنسيق بين مختلف الوزارات الداخلية والأمنية والسياحية من أجل توفير الأمن والسلامة لسياح في أي وجهة يقصدونها من خلال وضع كل الترتيبات الأمنية لمختلف المزارات والمواقع الدينية والتاريخية التي تعبر الوجهة المفضلة للعديد من الأسر وكذا المناطق الغابية والجبلية.

II. مفاهيم أساسية حول العناقد السياحية.

1. مفهوم العناقد الصناعية: وضع M.Porter أول تعريف واضح للعناقد الصناعية في عام (1990) في كتابه "المزايا التنافسية للأمم" والذي عرفها على أنها "تمركز جغرافي لعدد من المؤسسات المرتبطة فيما بينها وبعض الهيئات التابعة لمجال معين؛ حيث تكون بينها عناصر مشتركة ومكملة، ويشمل الامتداد الجغرافي لهذه العناقد مدينة أو منطقة إقليمية من دولة أو دولة بأكملها أو عدد من الدول المتجاورة"¹⁴.

كما تعرف على أنها "تجمع يضم مجموعة من مؤسسات التي تجمع بينها عوامل مشتركة كاستخدام تكنولوجيا متشابهة أو الاشتراك في القنوات التسويقية ذاتها. ويضم هذا العنقود كذلك مجموعة من المؤسسات المرتبطة به والداعمة له، والتي يعتبر وجودها ضرورة لتعزيز تنافسية أعضاء العنقود كالجامعات والمعاهد التعليمية"¹⁵.

2. آلية عمل العناقد الصناعية: تقوم آلية عمل العنقود الصناعي على خمسة مبادئ أساسية متمثلة في: التركيز الجغرافي، التخصص، الابتكار، المنافسة والتعاون فمن خلال هذه المبادئ يمكن لمؤسسات العنقود أن تحقق غاياتها المشتركة وفيما يلي شرح مبسط لهذه الآليات¹⁶:

1.2. التركيز الجغرافي: تتجمع المؤسسات في مكان واحد رغبة في القرب من الموارد الطبيعية أو البنية التحتية، الاقتراب إلى الأسواق والمستهلك، القرب من بيئة المعلومات .. الخ، حيث تتضمن المؤسسات إلى هذا العنقود رغبة في خفض التكاليف.

2.2. التخصص: فالعنقود الفاعل بحاجة إلى مؤسسات قوية في تخصصها تتكامل مع بعضها في إنتاج منتجات أكثر تخصصا وتميزاً، وبمقدار ما تكون هذه المؤسسات متمكنة من تخصصها وسباقه في طرح

وتطوير منتجاته، بقدر ما يكون التجمع قادراً على النجاح، ويساعد التخصص في الاجتماع على موضوع البحث والتطوير وتقليل تكاليف الابتكار.

3.2. الابتكارات: ويعتبر الابتكار أهم مبدأ لقيام العناقيد الصناعية، وهو المقياس الحقيقي لحبوية العنقود، حيث أن المؤسسات خارج العنقود تكون أضعف من حيث الموارد المادية والبشرية، لذلك المؤسسات داخل العنقود هي الأقرب لتحقيق الابتكار بفضل التشارك المعرفي والمادي.

4.2. المنافسة: يتنافس العنقود كمؤسسة واحد مجتمعة وقوية للتمكن من تحقيق مراكز تنافسية عالية في السوق، وفي نفس الوقت تقوم المنافسة حتى بين المؤسسات داخل العنقود لرفع مستوى الابتكار والتطوير داخل العنقود، خاصة أن العناقيد قد تجمع في غالب الأحيان المؤسسات المتنافسة والخصم لبعضها، كون أحد مبادئها التخصص.

5.2. التعاون: هذا المبدأ يؤكد على ما جاء في المبدأ السابق، فمع تطور العنقود تتعزز علاقات التبادل بين مؤسساته وتتدفق المنفعة من الأمام إلى الخلف والعكس، فالاستراتيجيات التي يقوم عليها أو يتكون من خلالها العنقود هي من الأساس استراتيجيات تعاونية، تهدف إلى القيام الجماعي بدل الوقوف أمام المنافس مستقلة وأضعف تنافسا من كونها مجموعة متعاونة.

3. مفهوم العناقيد السياحية: باعتبار الصناعة السياحة نوع من أنواع الصناعات الأخرى التي لها خصائص تتفرد بها فإن العناقيد السياحية لا يكاد يختلف تعريفها عن العناقيد الصناعية إلا بارتباطها بالجانب السياحي حيث تعرف العناقيد السياحية على أنها "مجموعة من الوحدات المجمعة في رقعة جغرافية محدودة بهدف تقديم منتجات سياحية متكاملة، وهذه العناقيد يمكن أن تتواجد على مستوى مناطق حضرية أو ريفية، كما أنها قد تأخذ بعدا إقليميا وطنيا أو محليا، ويمكن أن يتموقع العنقود في قرية سياحية أو في محطة سياحية، ولكن أن تتواجد عناقيد في مواضيع مختلفة من مدينة سياحية كبرى"¹⁷.

4. أهمية العناقيد السياحية: إن تطبيق مفهوم العنقود على صناعة السياحة مناسب للغاية بالنظر إلى أن المنتج يتفاعل مع القواعد المحلية، مما يعزز الإجراءات المشتركة للشركات المترابطة، فعلى الرغم من أن بورتر (1998) طور الدراسات بشكل مفصل في سياق الصناعات الأكثر تقليدية، إلا أن السياحة وصناعاتها تعتبر من الصناعات الأكثر حاجة للتكتلات. لذلك وحسب (Geddes & Brown) يجب على الحكومة تشجيع وتمويل البرامج لجذب الاستثمارات الخاصة، والاستثمار في البنية التحتية، وكذلك تعزيز السياحة في المنطقة لأن مجموعة السياحة يمكنها التغلب على الأزمات.

الهدف من العنقود السياحي هو جلب الشركات التي تعمل بصفة عامة بمفردها معاً وبناء منتج سياحي ناجح في منطقة ما، إن خدمات الإقامة والمطاعم وخدمات المشروبات التي تمثل العناصر الثابتة للقطاع وخدمات النقل للمسافرين وخدمات وكالات السفريات ومنظمي الجولات السياحية وخدمات تأجير السيارات ...، يجب تضمينه في تطوير المجموعة في مجال السياحة. أيضا الخدمات الترفيهية والثقافية

تمثل العناصر الديناميكية للقطاع، والتي تعد أحد الأسباب الرئيسية لزيادة معتدلة للدوام وزيادة الإنفاق من جانب السياح، لأنهم يشكلون القطاعات الفرعية " للدخل المتغير " في القطاع.

إن الوجهة السياحية هي الارتباط الشامل للعديد من الاستراتيجيات التي تعتبر عقود للسياحة. بعبارة أخرى، يرتبط العقود السياحي بمنتج سياحي ووجهة سياحية، أي أن عقود السياحة يشمل، بالإضافة إلى الأنشطة التي يتم النظر فيها في قطاع السياحة، الإقامة، المطاعم، الترفيه، العديد من عوامل الجذب، المشغلين ووكالات السفر، الحرف، تأجير السيارات والنقل السياحي، وغيرها من الخدمات والأنشطة ذات الصلة والدعم، مثل المنظمات وخدمات الدعم، والبنية التحتية للنقل، التعليم والتدريب والاستشارات وخدمات الأعمال الأخرى. هناك حاجة إلى مشاركة جهات أخرى غير الموردين فقط لتطوير عقود سياحي¹⁸.

III. عوامل دعم العناقيد السياحية المساهمة في النهوض بالسياحة في الجزائر.

من الصعب لمؤسسة أو هيئة واحدة مستقلة بذاتها الاهتمام بكل ما يحتاجه السائح بل كل مؤسسة قد تقدم له أحد الخدمات دون غيرها، أو ربما بعض الخدمات ولكنها لن تستطيع تغطية كل حاجاته ورغباته، هذا ما يجعل من الارتباط والتعاقدات بين المؤسسات والهيئات الناشطة في مجال السياحة مهم جدا للتنسيق في توفير الخدمات، والرفع من درجة رضا السائح، ليتم توفير الخدمات للسائح بكل تفاصيلها دون أن يضطر للاتصال والتواصل مع الهيئات المختلفة من مطاعم، فنادق، نقل... الخ، كل ذلك قد يوفره العقود كهيئة واحدة رغبة في راحة الزبون السائح وكسب رضاه.

وبالتالي يمثل العقود الصناعي للسياحة (العقود السياحي) السلسلة الكاملة للقيمة المضافة، إذ تتشابه هذه المؤسسات والهيئات في علاقات عمل مترابطة أمامية وخلفية ضمن العقود الصناعي الذي تنتمي إليه، حيث تهدف من هذا الارتباط خلق منتج سياحي لوجهة ما، مما يثير ويجذب اهتمام السائح المحلي والأجنبي ويكسب رضاه، إن رضا السائح لا يعتمد فقط على جاذبية المكان فقط، ولكن أيضا على جودة وكفاءة الأعمال ذات الصلة - الفنادق والمطاعم ومراكز التسوق والنقل... الخ. إن تكامل جاذبية المكان مع توفير الخدمات السياحية وجودتها هو ما يكون منتج سياحي.

تساهم العناقيد السياحية في النهوض بالسياحة في الجزائر من خلال عدة عوامل أهمها¹⁹:

1. وضع بنية تحتية للسياحة الجزائرية: تعتبر الجزائر من الدول التي تتمتع بإمكانيات سياحية هائلة ومتنوعة من شواطئ ومناظر طبيعية خلابة وحمامات وآثار، وهي غنية بالشواهد التاريخية التي تروي لزوارها تلك الحقب الزمنية المتعاقبة والحضارة الإنسانية التي عرفتتها، إضافة إلى شساعة ترابها وجمال عمرانها وفنونها. إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر، فإنها تملك تراثا ثقافيا شعبيا، مما يدعم التوجه نحو تنمية السياحة الوطنية، إن السائح يرغب في تلقي الخدمات السياحية بشكل جيد وبجودة عالية ومن أهم الخدمات التي يجب أن تتوفر لتدعم السياحة الوطنية والتي لا يجدر الإستهانة ولا التقصير في توفيرها نذكر ما يلي²⁰:

1.1. خدمات وكالات السياحة والسفر: وكالة السفر هي جهة تساعد الناس على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر. فهي تحجز لهم غرفا في الفنادق، ومقاعد في وسائل النقل، كما تنظم لهم رحلات سياحية. وتعين لهم مرشدين يساعدونهم في الحصول على جوازات السفر والتأشيرات التي يحتاج إليها المسافرون إلى البلاد الأخرى، وتنظم الرحلات السياحية للأفراد والجماعات.

- **النقل السياحي:** يفترض الاهتمام بجانب النقل بما يشمل النقل الخارجي والنقل الداخلي وبشتى أنواعه البري، الجوي والبحري، وذلك لضمان راحة السائح.

- **الإرشاد السياحي:** أي العمل على مرافقة السائح المحلي أو الأجنبي من لحظة وصوله إلى عودته إلى الديار للتعريف بالأماكن السياحية والقصص التراثية والتاريخ المتعلق بتلك المنطقة السياحية بالإضافة إلى توفير المساعدات للسائح خاصة إذا كان من خارج الوطن.

2.1. الأمن السياحي: فيستحيل وجود حركة سياحية في ظل تدهور الأمن، وذلك بمثابة تهديد لسلامة السائح.

3.1. الخدمات الرياضية والترفيه: الخدمات الرياضية تعطي فرصة للسائح للتعرف على رياضات من ثقافة البلد المضيف أي قد تكون جديد على السائح، كما تسمح لبعض السياح ممارسة الرياضات المعتادين عليها والتي تدخل ضمن روتينهم اليومي، أي قد تكون الرياضة أحد المتطلبات والاحتياجات السائح.

4.1. خدمات التسويق السياحي: توفير الخدمات التسويقية يكون من خلال مراعاة طلب السياح بتوفير الهدايا التذكارية، والأسواق والمحلات وتوفير النقل لهذه المحلات من وإلى أماكن الإقامة.

5.1. خدمات الإطعام: يجب التركيز على تقديم الوجبات الشعبية لأن السائح يرغب في تجربة أطباق جديدة، مع ضرورة توفير الأكلات السريعة والأطباق العصرية والتي تناسب جميع الأذواق.

6.1. خدمات الإيواء: جودة الخدمات الفندقية، كخدمة الاستقبال وغيرها من الخدمات التي تضمن رضا الزبون (السائح).

7.1. الخدمات العامة والاجتماعية: وهي البنية التحتية العادية، كالخدمات الصحية، الخدمات الإدارية، المراكز العمومية بصفة عامة.

بالإضافة إلى خدمات أخرى، كالخدمات المساعدة للسائح، الخدمات الثقافية.... الخ.

2. التسويق للسياحة الوطنية ثم لصورة الجزائر: يعتبر موضوع التسويق قضية العصر فالمبرر الاقتصادي لوجود أي مؤسسة على اختلاف أهدافها وبقاءها ونموها في السوق إنما يعتمد بصفة أساسية على مدى قدرتها على إشباع احتياجات مستهلكيها وتحقيق رضاهم من خلال تسويق منتجاتها في الأسواق التي تخدمها.

ويختلف المزيج التسويقي للسياحة عن المزيج التسويقي لمختلف الخدمات المتعارف عليه، إن أهم ما تحتاج الجزائر إلى توفيره وتسويقه هو:

1.2. الثقافة السياحية: ويرتبط هذا العنصر بوجود موروثا ثقافيا تقدر قيمة السياحة، بالنسبة للجزائر يوجد بعض الوعي حول أهمية السياحة غير أن الأوضاع السياسية والإجتماعية التي يعيشها الفرد يجعله يبتعد نوعا ما على التفكير بوعي سياحيا.

2.2. تنوع الأماكن السياحية: تتمتع الجزائر بتنوع شامل للأماكن السياحية وتمتلك أهم مقوماتها من بحار، جبال، وصحراء رائعة الجمال.

3.2. وسائل الترفيه: وربما تفتقر الجزائر نوعا ما لوسائل الترفيه خاصة بالنسبة للسائح الأجنبي وهذا لإختلاف الثقافات والرغبات من مجتمع لآخر، لذلك يجب الإهتمام بهذا المتطلب والسعي نحو تحقيقه.

4.2. التسهيلات السياحية الفندقية: وتتضمن توفر الفنادق بأماكن قريبة من وسائل التواصل داخل البلد مع ضمان الإقامة بأسعار مناسبة وخدمات وجودة تليق أو تتناسب ومتلقي الخدمة.

5.2. توفير الأمن: إن أهم ما تحتاج الجزائر إلى تسويقه هو سمعة الجزائر الأمنية أو صورتها الأمنية وضمان الحماية للسائح محليا ودوليا.

6.2. تسويق الصورة او السمعة: هي عبارة عن مجمل الجهود المبذولة من قبل الأفراد للاتصال بالآخرين بالشكل الذي يهدف إلى ترويج الأفكار الخاصة بهم أو المحافظة على الشهرة أو السمعة لدى الجهات المستهدفة²¹، وتتسم السمعة بأنها تتكون خلال مدى زمني طويلاً نسبياً ويقوم العملاء بشكل عام بالمقارنة بشكل مستمر بين المنتجات خلال مرحلة التسويق وبعد مرحلة الشراء والتجربة الفعلية للمنتج وفي بعض الأحيان تكون نتيجة التجربة إما لصالح المنتج أو ضده.

والمهارة في إدارة السمعة التسويقية تكمن في تكوين اتجاه إيجابي وكسب ثقة العميل في المنتج الذي يقوم بشرائه وقد يكرر تجربة الشراء نتيجة لرضائه عن العلامة التجارية وقد ينصح غيره كذلك باتخاذ قرار الشراء من نفس العلامة التجارية.

وتحتاج الجزائر إلى تسويق صورتها محليا ودوليا فبعد المرور بالعشرية السوداء وانتشار التخويف حول الأمن الجزائري، أصبح هناك خوف من السائح الدولي أو حتى المحلي فنلاحظ أن الفرد الجزائري يخاف التنقل بين الولايات وخاصة الولايات الجبلية خشية انعدام الأمن والأمان فيها، رغم أن الجزائر الآن أصبحت بلدا يتمتع بالاستقرار الأمني.

IV. اقتراح عنقود سياحي لولاية بسكرة

1. التعريف بالولاية: هي ولاية تقع بالجهة الجنوبية الشرقية من الجزائر تبعد عن عاصمة البلاد بـ 400 كلم، عروس الزيبان بؤابة الصحراء و ملتقى الحضارات و مهد العلماء، بسكرة أو فيسيرا أو سكرة هكذا سميت، تتميز ولاية بسكرة بتنوع تضاريسها، حيث تتمركز الجبال في الجهة الشمالية والتي تتحول بسرعة إلى سهول كلما اتجهنا إلى الجهة الجنوبية من الولاية وتنتهي بسهوب صحراوية شاسعة تنتشر بها الواحات الخصبة²².

2. السياحة في ولاية بسكرة: تعتبر ولاية بسكرة مؤهلة لأن تصبح مدينة سياحية بامتياز نظرا لمؤهلاتها السياحية²³:

-تتنوع موارد ولاية بسكرة بين الثروات الطبيعية الخام والإمكانات المادية والبشرية حيث تمثل المناطق المؤهلة كمناطق للتوسع السياحي، المناظر الطبيعية، المواقع الأثرية، الشواطئ، السدود، الينابيع الحموية والحمامات المعدنية ركائز ساعدت على تنمية قطاع السياحة والوصول به لتقديم خدمات ذات نوعية راقية وتفتح باب الاستثمار تبعا لإستراتيجية ترقية مسطرة تهدف إلى تشجيع الاستثمار ودفعه نحو العالمية مع المحافظة على الإرث الطبيعي الحضاري.

-من حيث خدمات المبيت: تتوفر ولاية بسكرة على ستة فنادق مصنفة بطاقة استيعاب إجمالية قدرها 887 سرير وعشرة فنادق غير مصنفة بطاقة استيعاب إجمالية قدرها 1045 سرير.

-المناطق السياحية: الآثار الرومانية، المنقوشات الحجرية، جامع سيدي عقبة، سد فم الغرزة، القنطرة، مشونش، إطلالة على غوفي بين بسكرة وباتنة، جنان لندو، جنان بايلك، سوق للمنتجات التقليدية، دار الثقافة، بالإضافة الى الكثير من الوجهات الأخرى.

- من حيث السمعة الوطنية التي تمتاز بها من ناحية المأكولات المشهورة بها وهي الشخشوخة البسكرية و الدويارة و المحاجب و المحكوك...الخ.

-كما تتميز ولاية بسكرة بالأمن والاستقرار الداخلي، كرم وضيافة سكانها، تقاليدها المتنوعة الخاصة بالأعراس والحفلات منها...الخ.

3. العقود السياحي المحتمل لتعزيز صناعة السياحة بولاية بسكرة: مشكل السياحة ليس في بسكرة فقط بل هو في الجزائر كافة رغم المؤهلات ومقومات الجذب الطبيعية الهائلة، من خلال دراستنا هاته اعتبرنا ولاية بسكرة نموذجا عن وضعية السياحة في الجزائر، والتي يفترض أن يجعل منها وجهة سياحية رائدة، ويمكن أن نقترح عقودا سياحيا لولاية بسكرة حيث يضم مختلف الهيئات التي لها علاقة بتنمية السياحة في بسكرة والتي تستطيع توفير مختلف المتطلبات أو العوامل المساهمة في تعزيز السياحة وترقيتها بالولاية. ونقترح العقود المكون من الهيئات التالية:

- مديرية السياحة والصناعات التقليدية والحرف لولاية بسكرة: كعضو منظم وتهيئة فاعلة في التسويق السياحي وتسويق سمعة الولاية.

- غرفة الصناعات التقليدية والحرف بسكرة: كعضو منظم للمعارض والتفاعلات كجزء من التسويق للسياحة التراثية في الولاية.

- مسجد عقبة الفهري بسيدي عقبة ولاية بسكرة والهيئات التابعة له: كعضو مساهم في تفعيل السياحة الدينية، بالإضافة الى كل من المعالم الدينية بالولاية مثل خنقة سيدي ناجي، ومختلف المساجد العريقة بالولاية...الخ

- فندق الزيبان، مركب حمام الصالحين ومركب سيدي يحيى: في الخدمات السياحية من مبيت وإطعام، بالإضافة الى تعزيز السياحة العلاجية...الخ.
 - مؤسسة الإخوة عموري ومؤسسة مناني لنقل المسافرين: لخدمات النقل داخل وخارج الولاية.
 - حديقة سراوي للألعاب المائية (أكوابارم بسكرة): كأحد أهم الوجهات السياحية التي تزخر بها الولاية.
 - مديرية الثقافة، مديرية الشباب والأنشطة الرياضية: للخدمات الثقافية والرياضية.
 - دائرة طولقة: كما يمكن التعاقد مع مختلف الهيئات الناشطة في مجال السياحة في دائرة طولقة كونها الوجهة السياحية الأولى المستهدفة لزائري الولاية.
- العنقود المقترح هو عنقود متكامل من وجهة نظرنا فقط وقد تتغير بعض الهيئات فيه أو قد تزيد أو تنقص حسب طبيعة العلاقات التي قد تنشأ بين المنظمات المختلفة، التي لم تأخذ بعين الاعتبار في الاختيار، لذلك فهو مجرد نموذج أو مثال وليس عنقود معتمد، بل هو مجرد عنقود محتمل يمكن التغيير فيه أو تعديله أو تحسينه حسب العلاقات والارتباطات داخله.
- إذا تجمعت كل هذه الهيئات والمؤسسات في عنقود واحد بخطط واستراتيجيات مشتركة، بما يساهم في ترقية وتعزيز صناعة السياحة في الولاية وما يخدم مصالح العنقود وعناصره الخاصة، من المؤكد أن بسكرة ستكون وجهة الكثير من السياح الداخليين والأجانب خاصة أنها ولاية تتميز بالتنوع الثقافي والجغرافي وتمتاز بنخيلها وتمورها المتميزة دوليا، فقط ينقصها الجانب التنظيمي والتنسيقي والجانب التسويقي لما تزخر به من خيارات وأماكن وهذا ما سيعمل عليه العنقود السياحي إذا اعتمد.
- خاتمة:**

كان الهدف من هذه الدراسة هو إلقاء الضوء على أحد القطاعات الإستراتيجية في الجزائر والتي لم يتم استغلالها بأمتلية بعد، وهي السياحة، وتطرقنا في دراستنا لأحد أهم الحلول للنهوض بالسياحة في الجزائر ألا وهو العناقيد السياحية أي التجمعات والتكتلات بدل العمل الفردي، والانتقال من الابتكار المغلق إلى الابتكار المفتوح ولقد تم اقتراح عنقود سياحي لولاية بسكرة كمثال يمكن أن يطبق في مختلف ربوع الوطن.

النتائج: من أهم النتائج المتوصل إليها هي:

- أن العنقود السياحي أداة داعمة لتطوير وتعزيز السياحة في الجزائر.
- الجزائر مؤهلة طبيعيا لتصبح وجهة سياحية لمختلف أدواق السياح داخليا وخارجيا.
- السياحة هي أحد أهم البدائل الاستراتيجية في الجزائر.
- هناك نقص في الوعي السياحي في الجزائر.
- تتمتع الجزائر بتنوع شامل للأماكن والمقومات السياحية.
- يوجد نقص في تسويق صورة الجزائر محليا ودوليا.

التوصيات: على ضوء النتائج المتحصل عليها نقترح ما يلي:

- ضرورة البحث عما يمكن أن يكون عنقودا محتملا لترقية وتفعيل السياحة ودراسة الظروف المحيطة به لتسهم بشكل فاعل في توجيهه وتفعيله للانتقال إلى عنقود ناضج.
- العمل على رفع مستوى الوعي بالثقافة السياحية.
- تعزيز التنسيق بين القطاعات المختلفة بما يضمن التكامل مع المشاريع السياحية.
- وضع برامج نوعية للترويج السياحي من خلال تفعيل دور العناقيد السياحية.
- تشجيع القطاع الخاص ودعمه بتعزيز المزايا التفضيلية للتوجه نحو النهوض بالسياحة الوطنية.
- يجب تغيير الصورة التي لاحقت سمعة الجزائر، وذلك من خلال الترويج لها بشتى الطرق والوسائل الإعلامية.

الإحالات والمراجع:

- ¹ سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، سوريا، 2001، ص 57.
- ² ستيفن بيج، إدارة السياحة، ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للإستثمارات الثقافية، القاهرة، 2008، ص 26.
- ³ بن رجم محمد خميسي، الاستثمار في السياحة ودوره في التنمية المستدامة بالجزائر، ملتقى الدولي الأول "التسويق السياحي وتنميين صورة الجزائر: جامعة عنابة، 6-7 نوفمبر 2013.
- ⁴ عدنان عبد الجبار الحميري وأمين أحمد محمود المومني، هندسة الموارد البشرية في صناعة الفنادق أفكار حديثة وروى مستقبلية، اثناء لنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 64.
- ⁵ بن رجم محمد خميسي، مرجع سبق ذكره.
- ⁶ شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث الدراسات العلمية، جامعة المدينة، الجزائر، 2011، ص 74.
- ⁷ شبوطي حكيم، المرجع نفسه، ص 75.
- ⁸ بن رجم محمد خميسي، المرجع السابق.
- ⁹ عيسى مرزاق، محمد شريف شخشاخ، السياحة المستدامة في الجزائر " دراسة في أداء وفعالية المؤسسات السياحية في الجزائر "ملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 9-10 مارس 2010 .
- ¹⁰ وزارة التهيئة والإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، كتاب 03: الاقطاب السياحية السبعة للامتياز 2012.
- ¹¹ وزارة التهيئة والإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، 2012.
- ¹² لمياء حنفي السيد، الاتجاهات الحديثة في السياحة الحديثة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص 90.
- ¹³ وزارة التهيئة والإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة SDAT2030 كتاب 03 الاقطاب السياحية السبعة للامتياز، (2019/01/10) (<https://www.facebook.com/nouriyamina.zerhou>).
- ¹⁴ Caroline Chapain & other, **Creative clusters and innovation (Putting creativity on the map)**, Research report, NESTA, Scotland, 2011.
- ¹⁵ مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، دور العناقيد الصناعية في إدارة مخاطر المنشآت الصناعية الصغيرة والمتوسطة (خبرة دولية)، مؤتمر إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة، الأردن، 2011.
- ¹⁶ ناصر بوعزيز، الهادي لرباع. العناقيد الصناعية البديل الإستراتيجي لتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، ملتقى وطني حول دور التجمعات والعناقيد الصناعية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قلمة، الجزائر، 6-7 ماي 2013.
- ¹⁷ رحيم حسين، دور العناقيد السياحية في تنمية الأقاليم الريفية حالة مناطق الهضاب العليا بالجزائر، ملتقى وطني حول دور التجمعات والعناقيد الصناعية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قلمة، الجزائر، 6-7 ماي 2013.
- ¹⁸ Cristina Maria Santos Estêvão and João J. Ferreira, **the tourism clusters role in regional development:presenting a competitiveness conceptual model**, Conference Proceedings Tourism Destination Development and Branding, Eilat, 2009, p129
- ¹⁹ نورهان قرون، حيمر مريم، صناعة السياحة الجزائرية كبديل استراتيجي لتتويج الاقتصاد الجزئير، مداخلة بيوم دراسي بعنوان: الخيارات الاستراتيجية والبدائل المتاحة لتتويج الاقتصاد الجزائري، 2018، ص.ص 11-13.

- ²⁰ محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008، ص15.
- ²¹ أحلام أحمد غازي محمد المصري، العوامل المؤثرة في نجاح التسويق الشخصي - دراسة وصفية في الأردن -، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الأردنية، الأردن، 2006، ص25.
- ²² موسوعة ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org/wiki/> ولاية بسكرة، (2019/01/10).
- ²³ موسوعة ويكيبيديا، <https://ar.wikipedia.org/wiki/> ولاية بسكرة، (2019/01/10).