

## تسويق الخدمات الفندقية "ولاية مستغانم نموذجا"

### Marketing of Hotels Services "The State of Mostaganem a Model"

بورحلة زهرة<sup>1\*</sup> ، موسى آسية<sup>2</sup>

<sup>1</sup>جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، (الجزائر)، zahra.bourahla.etu@univ-mosta.dz

<sup>2</sup>جامعة سيدي بلعباس، (الجزائر)، assia.moussi@univ-sba.dz

تاريخ الاستلام: 2020/08/13 تاريخ القبول: 2020/09/21

ملخص:

سعت هذه الدراسة لإعطاء نظرة عامة حول واقع تسويق الخدمات الفندقية بولاية مستغانم خلال الفترة الممتدة ما بين 2012-2019، وذلك باستعمال المنهج الوصفي التحليلي لتكوين القاعدة النظرية المستنقاة من مختلف المراجع والتي تم فيها التعريف بكل من تسويق الخدمات، التسويق الفندقي وغيره من مفاهيم. ومن بين أهم النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة التحليلية هو أن تسويق الخدمات الفندقية عبارة عن أنشطة غير ملموسة تهدف إلى إحداث التبادل ومصممة لتقديم وإشباع رغبات وحاجيات السياح، كما أن ولاية مستغانم تعتبر قطب سياحي بامتياز.

كلمات مفتاحية: تسويق، الخدمات، الفنادق، الاقتصاد، السياحة

تصنيف JEL: M31, Z32

#### Abstract :

This research aims to highlight an overview of services marketing hotels at Mostaganem, as a during the period 2012-2019, using the descriptive and analytical approach to form the theoretical base deriving from various references, in which both services marketing, hotel marketing and other concepts have been introduced. Among the most important results reached in the analytical study is that the marketing of hotel services is an intangible activity aimed at creating an exchange and designed to provide and satisfy the desires and needs of tourists, and that the state of Mostaganem is considered a tourist pole par excellence.

**Keywords :** Marketing .Services, Hotels , Economy, tourism.

**Jel Classification Codes :** M31, Z32

## 1. مقدمة

إن تسويق الخدمات الفندقية يختلف عن تسويق السلع، وعليه فإن أهمية الخدمات برزت كظاهرة عامة في مختلف الاهتمامات، نظرا للتغير المستمر في اتجاهات الإنفاق والتحول من الإنفاق السلعي على المنتجات المادية من الملابس وغيرها، إلى الإنفاق الخدمي متمثلا في السياحة والبحث عن أماكن قضاء العطل والراحة والاستجمام وزيارة الأماكن التاريخية والأثرية وغيرها. وفي هذا السياق تكمن أهمية الموضوع بالنسبة للمستهلك الذي يبحث في جميع هذه المواقف عن ظروف إقامة مريحة جراء سفره من بلد إلى بلد آخر، أما بالنسبة لصاحب الفندق الذي يسعى بدوره إلى استقطاب عدد من المقيمين من أجل أن يغطي تكاليف الخدمات المقدمة على مدار الموسم ومن ثم تحقيق الأرباح. وعلى غراره يلعب الترويج في الخدمات الفندقية دورا هاما في الاقتصاديات الحديثة، لأن المنظومة الفندقية في الشرق الأوسط لم تستغل كما يجب في استقطاب عدد كبير من الزوار، وتقديم أفضل الخدمات لهم، لذلك يجب عليها أن تكون في اتصال دائم ومستمر مع زبائنها لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم المتجددة، وهذا من أجل التمكن من إعداد أنشطتها التسويقية المستخدمة للاتصال وإعطاء معلومات شاملة ومقنعة عن الفندق، ونوعية الخدمات التي يقدمها، ومن أجل إيصال المعلومات والحقائق يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال إتاحة الحرية لشتى المستهلكين عبر العالم، لتعرف على الخدمات التي تعرضها الفنادق وهذا ما يسهل إجراءات المقارنة والمفاضلة للمنظمات الفندقية من إيجاد وجلب عملاء جدد وبتكاليف تتناسب وقدراتهم من جهة أخرى.

إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع تسويق الخدمات الفندقية بولاية مستغانم؟؟

فرضيات الدراسة: يمكن الإجابة على إشكالية الدراسة من خلال صياغة الفرضية التالية:

- يعتبر تسويق الخدمات الفندقية بولاية مستغانم من بين العناصر الأساسية التي تعتمد عليها هذه المنطقة الساحلية، لجلب عدد متزايد من السواح من مختلف ربوع البلاد وخارجها، ومن أجل تفعيل هياكل الإيواء وفنادق فيها.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في معرفة معنى كل من تسويق الخدمات، الفنادق، واقع تسويق الخدمات الفندقية، بالإضافة إلى التعرف على المقومات السياحية بولاية مستغانم ومختلف الفنادق المتواجدة بها، وتمييز بعضها من خلال آراء الزوار العرب عبر تعليقاتهم على المواقع الالكترونية.

المنهج المتبع في الدراسة: من أجل معالجة الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة لتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسب لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع.

ومن أجل الإجابة على إشكالية الدراسة سيتم التطرق في هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الإطار النظري لتسويق الخدمات الفندقية.

المحور الثاني: دراسة تحليلية حول واقع تسويق الخدمات الفندقية بولاية مستغانم خلال الفترة

الممتدة ما بين 2012-2019.

## 2. الإطار النظري لتسويق الخدمات الفندقية

### 1.2 مفهوم تسويق الخدمات

لقد تعددت التعاريف واختلفت حول تسويق الخدمات ويمكن التطرق إلى بعض التعاريف من

خلال ما يلي:

- "كلمة التسويق مأخوذة من الكلمة الانجليزية (Market) السوق، ومصطلح التسويق يوضح بشكل جيد مفهوم القاعدة التي يدل عليها البحث عن المستهلك (بصفة أكثر عمومية عن السوق) قبل اتخاذ القرار والمباشرة في الأعمال التجارية" (إبتها، 2019، صفحة 52).

- كما يعرف جرونرس التسويق " هو كل نشاط يدور حول منظومة العلاقة طويلة الأجل مع العملاء بقوله التسويق هو العملية المنظمة التي تهدف إلى بناء، والحفاظ على علاقات ثابتة ومستمرة مع العملاء وكل الأطراف المشاركة بالربحية، وذلك حتى يمكن تحقيق أهداف كل الأطراف، ويتم ذلك من خلال التبادل المشترك والوفاء بالوعد المتفق عليها" (محمد، 2001، صفحة 181).

- كما تعرف تسويق الخدمات بأنها: "كل نشاط يقوم على دراسة واكتشاف رغبات واتجاهات المستهلكين وترجمتها في شكل سلع وخدمات تتميز بمواصفات وخصائص تتفق مع هذه الرغبات والاتجاهات يتم توفيرها لهم في الوقت والمكان والسعر المناسب" (عبد السميع، 2006، صفحة 04).

ويهدف التسويق عادة إلى معرفة وفهم حاجات العملاء والمجتمع تم تلبيتها، ويمكن تطبيق تسويق الخدمات في العديد من المجالات منها: التسويق المصرفي، التسويق الصحي، التسويق السياحي.....الخ

## 1.1.2 أهمية تسويق الخدمات

"تقليديا لم تكن مؤسسات الخدمات موجهة نحو التسويق، وإنما كانت تولي اهتماما أكبر نحو الانتاج، وبهذا فقد تجاهلت ولسنوات طويلة إمكانية تسويق خدمتها. لكن بالنظر لطبيعة الخدمة التي يستلزم تقديمها الاحتكاك المباشر والتفاعل بين مقدم الخدمة الزبون، فإن هذا في حد ذاته يستوجب أن تكون المؤسسات الخدمية أول من يتفهم ويطبق المفاهيم التسويقية الحديثة. كما أصبح على المؤسسة الخدمية تبني توجه تسويقي إذا أرادت البقاء لسببين رئيسيين:

- نمو سوق الخدمات مع ما يوفره من فرص أعمال هامة.
- اشتداد المنافسة في قطاع الخدمات مما يفرض على المؤسسة الاعتماد على التسويق حتى تكون في مستوى هذه المنافسة.

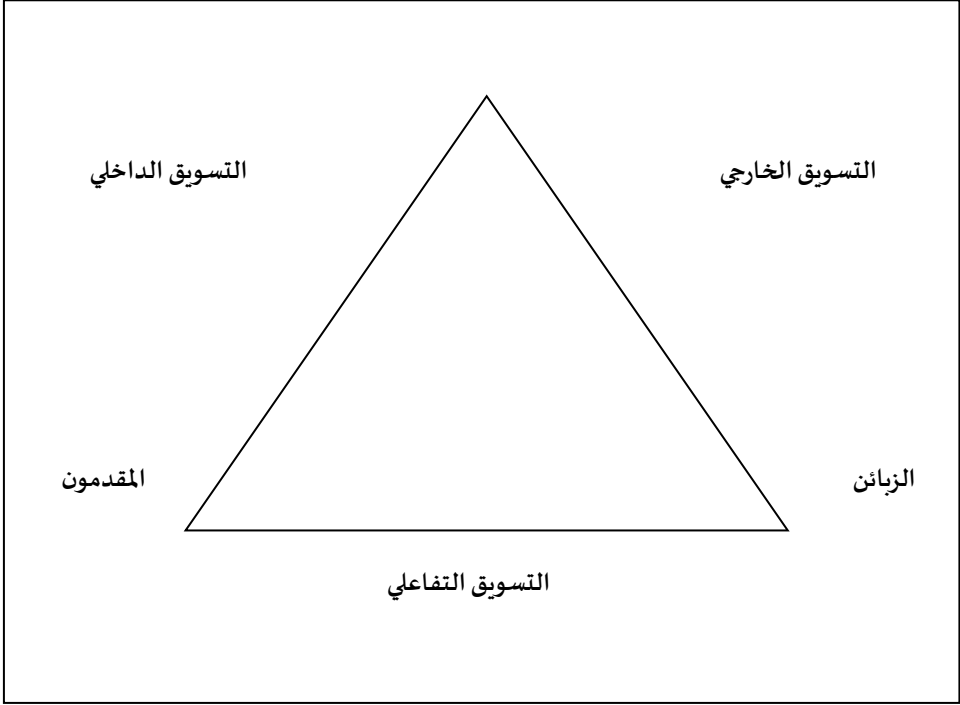
لكن رغم ضرورة تبني مؤسسات الخدمات للمفاهيم والتقنيات التسويقية للأسباب التي سبق ذكرها، إلا أن هذا يبقى بعيدا عن الواقع، حيث أظهرت العديد من الدراسات أن هذه المؤسسات أقل توجهها بالتسويق من المنظمات الإنتاجية" (إيلي، 2013، الصفحات 79-80).

## 2.1.2 أبعاد تسويق الخدمات

تتمثل أبعاد تسويق الخدمات فيما يلي (محمود جاسم و يوسف، 2009، الصفحات 69-70):

- التسويق الداخلي: إن التسويق الداخلي يسهم بشكل كبير في إنجاح عملية تسويق الخدمات لأنه يعبر عن فلسفة معاملة العاملين على أنهم زبائن حقا العمل على إشباع حاجياتهم ورغباتهم وممارسة عليهم عمليات التدريب والتأهيل من أجل رفع كفاءة أداؤهم.
  - التسويق التفاعلي: إن التسويق التفاعلي يسير إلى العلاقة بين مقدم الخدمة والمستفيد منها وبالتالي فإنه يعرف بالعلاقات الشخصية المتبادلة التي تتطور بين الزبون ومقدم الخدمة لبلوغ الأهداف وتحقيق المصالح المشتركة.
  - التسويق الخارجي: يرتبط التسويق الخارجي بالأنشطة التقليدية للتسويق فيما يتعلق باتصال المؤسسة بأسواقها المستهدفة بما فيها مستهلكي الخدمات وأحيانا بالموزعين غير مستقلين عنها والتعرف على احتياجاتهم وتوقعاتهم وتهدف هذه الأنشطة في مجملها إلى التعرف بخدمات المؤسسة، وخلق صورة قوية وإيجابية لها في السوق تميزها عن غيرها.
- ويمكن توضيح هذه الأبعاد وفق الشكل التالي:

## الشكل 01: مثلث تسويق الخدمات



المصدر: (محمود جاسم و يوسف، 2009، صفحة 68)

### 3.1.2 خصائص تسويق الخدمات

من بين خصائص تسويق الخدمات يمكن أن نميز ما يلي (الأمين، 2017، الصفحات

: 170-171)

- التمييز: يكون التمييز عن طريق الإبداع، كأن تدخل تجديداً على خدماتها المعروضة، وزيادة سرعة أدائها، أو اختيار علامة تجارية ملائمة، وهذا لكي تميز خدماتها عن باقي المنظمات المنافسة إذ يجب عليها التجديد باستمرار من أجل الوصول إلى الهدف المراد الحصول عليه.
- الجودة: تعتبر إحدى الاستراتيجيات التنافسية المهمة في قطاع الخدمات ولهذا يجب:
- معرفة رغبات وتوقعات الزبائن من ناحية الجودة (ماذا يريد، متى وأين، وفي أي شكل) مثلاً زبون البنك لا يرغب في الانتظار أكثر من 5 دقائق أمام الشباك.
- الانتقال الجيد والفعال اتجاه الزبون.

- الحصول على الخدمة في أسرع وقت.
- إنتاج الخدمة: مفهوم يظهر التداخل بين الزبون والمنظمة، فتحسين الإنتاجية يخضع إلى تقوية كفاءة الموظفين في كل المستويات الوظيفية وهذا بالاعتماد على نظام إنتاج الخدمات، وهو نظام للتنظيم والإنتاج، والتنسيق لجميع العناصر المادية والبشرية، نظرا لتداخل زبون- منظمة، وضرورة تقديم خدمة تحوي على خصائص تجارية ومستويات جودة محددة مسبقا. يتكون نظام إنتاج الخدمة من العناصر التالية:
- الدعم المادي: يتمثل في اللوازم الضرورية لإنتاج الخدمة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- ممثلين مباشرين: وهم الأفراد الذين لهم اتصال مباشر مع الزبون
- الخدمة: تهدف إلى تلبية حاجة الزبون مع تحقيق ربح للمنظمة.
- نظام التنظيم الداخلي: وهو الجزء الغير المرئي من المؤسسة الذي يقوم بتسيير المؤسسة.
- باقي الزبائن: الخدمة لا تقتصر على فرد واحد أو مجموعة معينة، وإنما توجه إلى عدد كبير من الزبائن مما يؤدي إلى ظهور تأثير بين الزبائن والخدمات المقدمة لهم.

## 2.2 مفهوم الفندق وتسويق الخدمات الفندقية

لقد وردت العديد من التعاريف ويمكن تمييز من خلالها ما يلي:

- التعريف الأول: "الفندق هو عبارة عن بناية أو مؤسسة تقدم خدمات الإيواء ووجبات الطعام والشراب والخدمات الأخرى، كالتسليية والترفيه إلى الجمهور المستهدف، ويجب على إدارة الفندق أن تخلق علاقات طيبة مع زبائنها وتهيئة كوادر فنية مؤهلة قادرة على تقييم الخدمات" (عبد الكريم، 2010، صفحة 63).
- التعريف الثاني: "إن مفهوم تسويق الخدمات الفندقية يقوم على التوازن بين أهداف كل من الفندق والعميل وأن أرباح هذا الفندق لا تأتي فقط من العمليات الفندقية بل من جودة ما يقدم من خدمات ترقى إلى مستوى توقعات العميل" (أحمد، 2020).
- التعريف الثالث: "يمثل التسويق الفندقي تلك الجهود التي تبذلها المنشآت الفندقية من أجل التعرف على الأسواق السياحية الداخلية والخارجية والتأثير فيها بهدف زيادة الحركة الفندقية وارتفاع نسبة الإشغال الفندقي بها" (عبد السميع، 2006، صفحة 292)، كما عرفت جمعية التسويق الأمريكية التسويق بأنه "عبارة عن عملية التخطيط والتنفيذ والتسعير والترويج والتوزيع لفكرة أو سلعة أو خدمة بهدف تبادل مرضي لكلا الطرفين على حد سواء" (Kehila, 2012, p. 78).

- التعريف الرابع: "يعرف البعض التسويق بأنه جميع أوجه النشاط التي تعمل على انسياب السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك الأخير، وعندما نتناول الاستراتيجيات التسويقية لقطاع الفنادق فمن الضروري أن نأخذ بعين الاعتبار الطبيعة الخاصة للنشاط الفندقي والتي تؤثر على عملية تسويقها، ففي جميع الأحوال يجب على السائح التنقل إلى مكان استهلاك الخدمات الفندقية، كذلك فإن الخدمات الفندقية يتم استهلاكها في فترة محدودة لا تتجاوز أياما أو عدة ساعات، ويتحدد الحكم النهائي للسائح على الخدمة الفندقية في فترة زمنية قصيرة، ويترتب على ذلك توفير كل أسباب الراحة للسائح والتأكد من أنه يغادر الفندق حاملا معه ذكريات طيبة وهذا يعطي لإستراتيجية خدمة العملاء أهمية خاصة" (بلقاسم و حنان، 2011، الصفحات 100-101).

### 1.2.2 أهداف التسويق الفندقي

تتلخص هذه الأهداف فيما يلي (أحس، 2009، صفحة 15):

- يؤدي التسويق الفندقي إلى تنشيط حركية المبيعات الفندقية خلال فترة زمنية معينة.
- يهدف التسويق الفندقي إلى دراسة الأسواق السياحية العالمية وتحديد الأسواق المحتملة وذلك لغزو هذه الأسواق وفتح أسواق جديدة من مختلف الدول لزيادة عدد السائحين.
- إيجاد علاقات عامة جيدة بين الفندق ومختلف الأجهزة الحكومية والهيئات والشركات السياحية وغير السياحية العامة والخاصة، مما ينعكس على زيادة الحركة الفندقية.
- دراسة الأسواق السياحية المنافسة (القطاع الفندقي) للتعرف على الإستراتيجية التسويقية، التي تستخدمها الفنادق المختلفة وكذلك الخدمات الفندقية التي تقدمها للسائحين.
- بحث ودراسة شكاوى نزلاء الفندق بشكل فوري والعمل على حلها بمختلف الوسائل والسبل حفاظا على سمعة الفندق وسمعة الدولة السياحية.

### 3. دراسة تحليلية حول واقع تسويق الخدمات الفندقية بولاية مستغانم خلال الفترة الممتدة ما بين

2019-2012

تمتلك ولاية مستغانم مؤهلات كبيرة في المجال السياحي بفضل المواقع الطبيعية التي تمتلكها من غابات خضراء خلابة ومناظر أخاذة، خاصة شريطها الساحلي الذي تتوفر به شواطئ شاسعة لا تزال العديد منها على طبيعتها، وكذا المعالم التاريخية والثقافية مما يجعلها منطقة لاستقطاب الزوار واهتمام المستثمرين لتعزيز قطاع الخدمات الفندقية بها من حيث قدرات مرافق

الاستقبال والترفيه. وتعتبر الولاية من بين أهم المدن الساحلية لغرب الوطن تجلب سنويا عددا متزايدا من السواح من داخل وخارج الوطن لاسيما خلال فصل الصيف.

### 1.3 الموقع السياحي لولاية مستغانم

1.1.3 التعريف بولاية مستغانم: تقع ولاية مستغانم في الشمال الغربي من الجزائر وتغطي مساحة قدرها 2269 كم<sup>2</sup> يحدها من:

- الشرق: ولايتي شلف وغيليزان.
- الجنوب: ولايتي غليزان ومعسكر.
- الغرب: ولايتي معسكر ووهران.
- الشمال: البحر الأبيض المتوسط.

حيث تتميز ولاية مستغانم بمناخ شبه قاري ذو شتاء معتدل بمغاياتية تتراوح بين 350ملم إلى 400 ملم في مرتفعات جبال الظهرة. كما تنقسم تضاريس الولاية إلى 4 مناطق لجهتين أساسيتين هما:

- الهضاب: السهول المنخفضة للمنطقة الغربية وهضاب مستغانم.

- الظهرة: جبال الظهرة وسهول المنطقة الشرقية" (ولاية مستغانم، 2020) .

### 2.1.3 المقومات السياحية لولاية مستغانم: من بين المقومات السياحية التي تزخر بها ولاية

مستغانم يمكن أن نميز ما يلي (مديرية السياحة والصناعات التقليدية(لولاية مستغانم)):

أ- السياحة الشواطئية: الشاطئ هو عبارة عن شريط إقليمي للساحل الطبيعي، يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستوياتها خلال السنة في الظروف الجوية العادية والملحقات المصاحبة لها والتي تضبط حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لاستقبال بعض الهيئات بغرض استغلالها السياحي (ملاحي، 2014، صفحة 16)، وتعتبر هذه السياحة من بين الأكثر الأنواع انتشارا بحكم العدد الكبير لشواطئ الولاية وشساعتها وجمال رمالها الذهبية، حيث يوجد بها 48 شاطئ منها 21 شاطئ مسموح السباحة به و 27 شاطئ ممنوع السباحة به.

الجدول 01: الشواطئ المسموحة للسباحة بولاية مستغانم

مقر الشواطئ المسموحة للسباحة	الشواطئ المسموحة للسباحة
يقع ببلدية فرناكة	شاطئ سيدي منصور
يقع ببلدية استيديا	شاطئ استيديا



شاطئ استيديا شرقا	يقع ببلدية استيديا
شاطئ اوريعة	يقع ببلدية مزگران
شاطئ صابلات 1	يقع ببلدية مزگران
شاطئ صابلات 2	يقع ببلدية مزگران
شاطئ سيدي مجدوب بخروبة	يقع ببلدية مستغانم
شاطئ سوناكتار	يقع ببلدية مستغانم
شاطئ بن عبد المالك رمضان 1 المرسي	يقع ببلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ بن عبد المالك رمضان 2 كلوفيس	يقع ببلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ الصخرة	يقع ببلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ الشعاببية	يقع ببلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ حجاج 1	يقع ببلدية حجاج
شاطئ حجاج 2	يقع ببلدية حجاج
شاطئ عين إبراهيم 1	يقع ببلدية سيدي لخضر
شاطئ عين إبراهيم 2	يقع ببلدية سيدي لخضر
شاطئ الميناء الصغير	يقع ببلدية سيدي لخضر
شاطئ الميناء الصغير الجهة الشرقية	يقع ببلدية سيدي لخضر
شاطئ سيدي العجال	يقع ببلدية خضرة
شاطئ البحارة	يقع ببلدية أولاد بوغالم
شاطئ سيدي عبد القادر	يقع ببلدية عشعاشة

المصدر: (مديرية السياحة والصناعات التقليدية(ولاية مستغانم))

ب- الغابات والأماكن الخلابة: تشكل الغابات ثروة طبيعية وسياحية لولاية مستغانم، حيث تميز من بينها: غابة يداوة، غابة زريقة، غابة استيديا، غابة بن عبد المالك رمضان، غابة شواشي، غابة أولاد سيدي العربي.

ج- أماكن السياحة العلاجية: يعنى بها ينابيع المياه المعدنية الحارة، والتي تستخدم لعلاج الكثير من الأمراض التي تصيب الانسان، ومن أهم المنابع المعدنية التي تمتلكها ولاية مستغانم يمكن أن نميز ما يلي:

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع ببلدية عين نويصي، تصل درجة حرارة مياهه إلى حوالي 22 درجة مئوية وتستخدم لمعالجة الامراض الجلدية والروماتيزم.
- المنبع الحموي مكبرتة: يقع ببلدية سيرات، غير مستغل تصل درجة حرارة مياهه حوالي 25 درجة مئوية وتستعمل لمعالجة الأمراض الجلدية.
- منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، مغمور حاليا بمياه سد بن يفرن، تصل درجة حرارة مياهه إلى حوالي 22 درجة مئوية نافعة لأمراض الجلد والمعدة.

د- المعالم الثقافية: من بين النشاطات الثقافية التي تشتهر بها ولاية مستغانم والتي تنظمها سنويا يمكن أن نميز ما يلي:

- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي.
- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف الذي يحتفل كل شهر أوت من كل سنة على شكل حفلات موسيقية ذات طابع شعبي.
- مهرجان الشعر والموسيقى البدوية الذي ينظم في شهر سبتمبر من كل سنة.
- المهرجان الوطني لثرات العيساوي الذي ينظم كل صائفة.

هـ- المعالم الأثرية والتاريخية: تشتمل ولاية مستغانم على مجموعة من المعالم يمكن ذكر ما يلي: مدينة كيزا وهي إحدى المواقع السكنية للعهد الفينيقي، برج محل والذي يعتبر شبه قلعة بني عام 1082م من طرف ابن تاجيف، برج الترك والذي هو مسجد قديم وسمي أيضا بالطبانة بني عام 1340م، الحي القديم تيجديت، المسجد المريني الكبير بني في عام 1340م، المغامرات المشهورة بغار الفراشيخ دليل على وحشية المستعمر.

"كما تسجل مستغانم هذه المدينة السياحية، كل عام عدد مرتفع من السياح، تتميز بجمال البحر وفوائد الطبيعة الخلابة. ولا تزال بعض من شواطئها العذراء والشاسعة غير مستغلة وسط مناظر طبيعية جميلة، كما تتمتع بمساحات كبيرة شرقا على طول جبل الظهرة والمنحدرات والغابات الساحلية إضافة إلى منطقة خصبة (المقطع) التي تستضيف العديد من أنواع الطيور المهاجرة في فصل الشتاء" (https://www.urtrips.com/mostaganem-hotels، 2020). ويوجد بها وكالات عديدة

للسياحة والأسفار يمكن أن نميز من بينها أربعة وكالات تقع في بلدية مستغانم من خلال الجدول أدناه.

الجدول 02: بعض الوكالات السياحية والأسفار لولاية مستغانم

الوكالة	العنوان	الهاتف/ الفاكس	البريد الالكتروني
موستا تور	شارع خطاب عبد القادر رقم 25 بلدية مستغانم	045 41 36 46 07 82 83 83 44	Mosta_tours27@yahoo.fr
موريستاقا تور	شارع جلطي عريبي رقم 16 بلدية مستغانم	045 41 53 46 05 42 69 84 66	Murustaga.tours@gmail.com
المؤسسة الوطنية الجزائرية للسياحة	12 نهج محمد خميستي بلدية مستغانم	045 41 33 50 07 91 23 66 70	ONAT_mostaganem@yahoo.fr
الحاج جيلالي للسياحة والأسفار	96 شارع العقيد عميروش بلدية مستغانم	045 41 81 95 07 73 57 89 17	Elhadj_djilali@yahoo.fr

source: (<http://www.dtamostaganem.com/agences-de-voyages>)

### 2.3 المؤسسات الفندقية المتواجدة بولاية مستغانم

تمتلك ولاية مستغانم مجموعة من الفنادق لاستقبال السواح من جميع أنحاء العالم حيث كل فندق يختلف عن الفندق الآخر، هنالك فنادق فخمة وباهظة الثمن، كما أنه هنالك فنادق أخرى

متوسطة الثمن وعادية ولكل فندق قدرة إستقبال خاصة به. من خلال الجدول أدناه يمكن إعطاء نظرة عامة حول بعض الفنادق الموجودة بولاية مستغانم وقدرة استقبالها للزوار.

**الجدول 03: بعض الفنادق المتواجدة بولاية مستغانم سنة 2012**

قدرة الاستقبال	العنوان	الفنادق		
45	شارع بن قادة الطيب مستغانم	الساحل	الحضري	الفندق
36	28، شارع بن سي قدور ببببنيار مستغانم	بلاسيو		
112	صلامندر مستغانم	سنوسيا	حول الشاطئ	
28	قطعة رقم 42 صابلات مزگران مستغانم	المنتزه		
19	صابلات مستغانم	الفتح		
92	صابلات مستغانم	مورستقا		
18	صابلات مستغانم	الساحل الغربي		
/	شاطئ ويليس بن عبد المالك رمضان	الشمس		
41	52، شارع شريك سعيد مستغانم	روايال		
71	01، شارع خليفة محمد مستغانم	موناتك		
22	06، شارع أول نوفمبر 54 مستغانم	الجزائر		

48	شارع الإخوة الثلاثة بن شيخ مستغانم	الرياض	الإقامة السياحية	
55	03 شارع مختاري بن شاعة مستغانم	البدر		
94	القطعة رقم 42 صبلات مستغانم	المنتزه		
250	شاطئ ويليس بن عبد المالك رمضان	السفير		
72	صبلات مستغانم	أولاد بن زين		
128	صبلات مستغانم	الأمراء		
225	صبلات مستغانم	السنينات		
225	صبلات مستغانم	أفموس		
36	شارع وهران بلدية أوربية مستغانم	الباهية		موتيل
28	شارع وهران بلدية أوربية مستغانم	الحوت		

المصدر: (مديرية السياحة والصناعات التقليدية (ولاية مستغانم))

من خلال الجدول رقم 03: تم التوصل إلى أن ولاية مستغانم يوجد بها حوالي 21 فندق مع قدرة إستيعاب تقدر بحوالي 1470 سرير، كما هنالك العديد من أنواع الفنادق منها فنادق مخصصة للضيافة، السياحة وغيرها. وكل فندق له قدرة استيعاب محددة، وأكبر قدرة استقبال هي لفندق السفير الذي به حوالي 250 سرير، بينما أقل قدرة استقبال لفندق الساحل الغربي الذي به حوالي 18 سرير فقط.

3.3 أفضل الفنادق الموجودة بولاية مستغانم من خلال تعليقات الزوار العرب عبر المواقع الإلكترونية لكل فندق سنة 2019

تمتلك مستغانم عددا من أفضل فنادق المتواجدة بالجزائر والمنتجات المثالية لاستضافة الأفراد والعائلات بأسعار متفاوتة وخدمات فاخرة تلائم مختلف الإمكانيات، فان كانت الرحلة لمستغانم سياحة أو عمل أو غير ذلك فقطعا سيتم البحث عن مكان إقامة راقي خلال الرحلة وعليه ولتسهيل الوصول لبعض الفنادق الراقية، تم جمع مجموعة من أفضل الفنادق المتواجدة بالولاية وذلك بناء على مجموعة من آراء الزوار بناء على قراءة تعليقاتهم في المواقع الالكترونية لكل فندق ونزولي بهم شخصا.

**الجدول 04:** أرقى وأفضل الفنادق بولاية مستغانم لسنة 2019 بناء على تعليقات بعض الزوار في المواقع الالكترونية لكل فندق

الفنادق	الموقع	عدد النجوم	الغرف	الخدمات المتوفرة في الفنادق
فندق آز مونتانا	مستغانم خروبة	5 نجوم	219	<ul style="list-style-type: none"> <li>- مرافق ترفيهية.</li> <li>- مسبح الأطفال الآمن المسيح مع بعض الألعاب المائية.</li> <li>- تراس للشمس مع مضلات.</li> <li>- سبا علاجي تجميلي يوفر حمامات البخار والساونا ومساح للاسترخاء مع باقات.</li> <li>- صالة لياقة بدنية مع غرفة خاصة لتبديل الملابس.</li> </ul>
فندق آز لوزفير	مستغانم مزهران	4 نجوم	289	<ul style="list-style-type: none"> <li>- خدمات الغرف والتنظيف اليومية.</li> <li>- مكتب استقبال يعمل على مدار الساعة.</li> <li>- خدمات إنترنت وصف السيارات مجانية.</li> <li>- مرافق ترفيهية مثل مسبح خارجي.</li> <li>- مركز لياقة بدنية، خدمات الساونا والجاكوزي ومركز تجميل.</li> </ul>

فندق كوت أويست	مزعران صابلات مستغانم	3 نجوم	/	- إقامة راقية في غرف وأجنحة عصرية مكيفة مزودة بتلفزيون مسطح وحمام خاص مجهز، مع شرفة ذات إطلالة. - خدمات النقل للمطار عند الطلب. - مكتب استقبال على مدار الساعة يتحدث العربية والفرنسية. - إنترنت وصف سيارات مجاني.
----------------------	-----------------------------	--------	---	--

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مجموعة من المواقع الالكترونية

من خلال الجدول رقم 04: نستنتج تعرف هذه الفنادق بناء على التعليقات المتواجدة في المواقع الالكترونية لكل فندق، وتقديم خلاصة لكل فندق من خلال تقييمات الزوار العرب للفنادق عبر تعليقاتهم في المواقع الالكترونية لكل فندق وفق ما يلي:

أ- "فندق آز لوزفير: ذا فئة 4 نجوم توفر لنزلاتها إقامة راقية في غرف وشقق فندقية مكيفة مزودة بتلفزيون مسطح، حمام خاص مزود بلوازم الاستحمام المجانية وشرفة أو تراس يطلان على البحر أو الجبل أو المسبح.

كما يوفر الفندق خدمات الغرف والتنظيف اليومية مكتب إستقبال يعمل على مدار الساعة، خدمات إنترنت وصف السيارات مجانية. إضافة إلى مرافق ترفيهية مثل مسبح خارجي، مركز لياقة بدنية، سبا يوفر خدمات الساونا والجاكوزي ومركز تجميل. ويقع الفندق على بعد 22.1 كلم من ولاية مستغانم بالجزائر، 6 كلم من الميناء.

خلاصة تقييمات الزوار العرب: حصل الفندق على تقييم جيد جدا بفضل النظافة، الراحة، المرافق.

ب - فندق آز مونتانا: هو أحد أرخص فنادق ولاية مستغانم التي توفر لنزلاتها إقامة في غرف وأجنحة عصرية مكيفة مزودة بتلفزيون مسطح وشرفة أو تراس يطلان على البحر أو المسبح أو الجبل، بالإضافة إلى حمام خاص مجهز بالكامل.

كما يوفر الفندق مرافق ترفيهية برسوم مثل المسبح الداخلي والخارجي الموسمي أو الدائم، مسبح الأطفال الأمن المسبح مع بعض الألعاب المائية، تراس للتشمس مع مضلات، سبا علاجي تجميلي يوفر حمامات البخار والساونا ومساح للاسترخاء مع باقات، صالة لياقة بدنية مع غرفة خاصة لتبديل الملابس. ويقع الفندق على بعد 13.6 كلم من ولاية مستغانم، 2.4 كلم من الميناء.

خلاصة تقييمات الزوار العرب: حصل الفندق على تقييم جيد في الراحة، النظافة، المرافق.

ج- فندق كوت أويست: من فنادق مستغانم الشاطئية التي يفضلها كثير من الزوار العرب لما توفره من إقامة راقية في غرف وأجنحة عصرية مكيفة مزودة بتلفزيون مسطح وحمام خاص مجهز، مع شرفة ذات إطلالة.

هذا بالإضافة إلى توفير مرافق ترفيهية مثل المسبح الداخلي والخارجي الموسمي وثالث مسبح للأطفال، تراس للشمس مع مرافق شواء وأخرى للرياضات المائية برسوم إضافية.

مع خدمات النقل للمطار عند الطلب، مكتب استقبال على مدار الساعة يتحدث العربية والفرنسية، إنترنت وصف سيارات مجاني. يقع الفندق على الكورنيش على بعد 22.9 كلم من ولاية مستغانم، 0,6 كلم من الميناء.

خلاصة تقييمات الزوار العرب: حصل الفندق على تقييم جيد جدا وجاء في خدمة الإنترنت، طاقم العمل، الموقع" (<https://www.urtrips.com/mostaganem-hotels>، 2020).

#### 4. خاتمة

من خلال ما سبق تم التوصل إلى أن تسويق الخدمات الفندقية يعتبر من العوامل الأساسية التي تساعد ولاية مستغانم على جذب السياح وزيادة عدد الزائرين، وهذا بما تتوفر عليه من مقومات إراحة السائح وتمتعه بإجازة متميزة، بما في ذلك تأثير العوامل الطبيعية هي الأخرى كالمناخ، والمناظر الطبيعية الخلابة، والمعالم الفريدة والتمتيز وهذا بالإضافة لتوفير قدرات وطاقات وموارد إقامة متعددة المستويات على أن تتمتع كلها بمستوى خدمات رفيع. ومن بين النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة نجد:

- تسويق الخدمات الفندقية عبارة عن أنشطة غير ملموسة تهدف إلى إحداث التبادل ومصممة لتقديم وإشباع رغبات وحاجيات الضيوف الزوار.
- الخدمات الفندقية عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي ترتبط بإقامة وإيواء وإعاشة النزلاء بصرف النظر عن وسيلة هذه الإقامة أو الإعاشة، وذلك بهدف إسعادهم وتحقيق رضاهم.
- يمثل تسويق الخدمات الفندقية وسيلة مهمة لتعريف الآخرين بتراث الوطن الحضارية وعادات وقيم أهمها المستمدة من الشريعة الإسلامية.
- تمتلك ولاية مستغانم مؤهلات كبيرة في المجال السياحي بفضل مواقعها الطبيعية الخلابة.



- يوجد بمستغانم عددا من بين أفضل الفنادق المتواجدة في الجزائر والمنتجات المثالية لاستضافة الأفراد والعائلات بأسعار متفاوتة وخدمات فاخرة تلائم مختلف الإمكانيات.
- تتميز ولاية مستغانم بشواطئها الخلابة حيث بها 48 شاطئ، منها 21 شاطئ مسموح السباحة به و27 شاطئ ممنوع السباحة به.
- كما تم التوصل إلى العديد من التوصيات ويمكن التمييز من بينها ما يلي:
- وضع إستراتيجية لتسويق الخدمات الفندقية محددة ومدروسة تكون قائمة على معطيات واضحة ومحددة تظهر نتائجها في الأجلين المتوسط والبعيد.
- ضرورة مواكبة أحداث المعلومات في مجال تسويق الخدمات الفندقية والاستفادة من التقنيات الحديثة والمتطورة وإنشاء مركز معلومات سياحية متطورة.
- إنشاء قاعدة بيانات نوعية لكافة أنشطة السياحة والفندقة وأعمالها تضم معلومات عامة عن ولاية مستغانم.
- سد النقص وتفعيل دور الترويج الفندقي محليا ودوليا وتنشيط مكاتب السياحة والسفر والاستفادة من دور السفارات.
- على الفنادق توظيف أشخاص ذوي خبرة في مجال التسويق.
- عقد دورات تدريبية للموظفين وصل مهاراتهم في مجال التسويق والمبيعات.
- وضع سياسات وإستراتيجيات تسويقية تتلاءم ودرجة تصنيف الفندق من جهة، والقدرة الشرائية للزلاء من جهة أخرى.
- تغيير وتكييف عناصر المزيج التسويقي الخدمي باستمرار بما يضمن النهوض بالعملية التسويقية ككل.

## 5. قائمة المراجع

- Consulté le (09 07, 2020), sur <http://www.dtamostaganem.com/agences-de-voyages>.
- Consulté le (15 02 , 2020). Récupéré sur <https://www.urtrips.com/mostaganem-hotels>.
- Kehila, A. (2012). Rôle de la promotion en marketing des services hôteliers Etude de cas : le grand hôtel « Cirta » ville de «Constantine ». Revue des Sciences Humaines (27/28).
- الصميدعي محمود جاسم، و ردينة يوسف. (2009). تسويق الخدمات. عمان: دار الميسرة.
- العايب أحس. (2009). دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية دراسة حالة فندق السيوس الدولي-عنابة. مذكرة ماجستير في المناجمنت. جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة. الجزائر.
- المصري سعد محمد. (2001). إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية: المفاهيم والاستراتيجيات. الإسكندرية: الدار الجامعية.

- حافظ عبد الكريم. (2010). الإدارة الفندقية والسياحة. دار أسامة للنشر والتوزيع: الطبعة الأولى.الأردن.
- حلموس الأمين. (2017). دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق ميزة تنافسية دراسة عينة: مجموعة من البنوك الجزائرية بولاية الأغواط. أطروحة دكتوراه في علوم التسيير. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر.
- رقية ملاحى. (2014). واقع وتحديات الاستثمار السياحي في الجزائر -ولاية مستغانم نموذجا-. المجلة الجزائرية للعولمة والسياسات الاقتصادية (04)، 16.
- صبري عبد السمیع. (2006). التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية. مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- عوض أحمد محفوظ إبتهاال. (2019). دور الأنترنت في تسويق الخدمة السياحية في وكالات السفر والسياحة في محافظة عدن من وجهة نظر العاملين. مجلة إقتصاد المال والأعمال،جامعة عدن اليمن ، 03 (03).
- ماضي بلقاسم، و برجم حنان. (2011). مستقبل التسويق الفندقي بالجزائر. مجلة جديد الاقتصاد (06).
- مديرية السياحة والصناعات التقليدية (ولاية مستغانم)
- مطالي لیلی. (2013). تسويق الخدمات بين خصوصية الخدمة وحنمية تدعيم الجوانب المادية والمرئية. مجلة الواحات للبحوث والدراسات (03).
- نصحات أحمد. (30 1, 2020). نبده عن التسويق الفندقي. تم الاسترداد من <https://fr.scribd.com/doc/129087210>
- ولاية مستغانم. (14 2, 2020). تم الاسترداد من <https://ar.wikipedia.org/wiki>

## 6. ملاحق

الملحق 01: موقع فندق آز مونتانا الفنادق بولاية مستغانم بالساتيليت



Source : <https://www.google.com/maps/search/photo+az+montana/@35.9540252,0.0927131,452m/data=!3m2!1e3!4b1?hl=fr> 21-02-2020.