

كلية الآداب والفنون

قسم الفنون البصرية

التخصص:

إدارة الأعمال الفنية والثقافية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في ادارة الأعمال الفنية

الموسومة بـ:

منظومة التسيير الثقافي في الجزائر ودورها في تنمية السياحة الثقافية

تحت إشراف الدكتور:

* بن يلس حكيم

من اعداد الطالبين:

• شعبان سليم

• بوصوار فوزية

اللجنة المناقشة:

الصفة في اللجنة	الرتبة العلمية	لقب واسم الاستاذ(ة)
رئيسا	أستاذ محاضر (أ)	بن ساحة عبد الله
مشرفا	أستاذ مساعدا (أ)	بن يلس حكيم
مناقشا	أستاذة محاضرة (أ)	بومسلوك خديجة

الموسم الجامعي : 2020 / 2019

شكر وعرّفان

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً في

سبيل إسعادي على الدوام (أمي الحبيبة)

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه.

صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم ينخل علي طيلة حياته

(والدي العزيز) رحمه الله

إلى أصدقائي وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون وفي أصعدة

كثيرة.

إلى أساتذة جامعة - مستغانم -

ومؤ طري خاصة الأستاذ القدير عبد الحكيم بن يلس

أقدم لكم هذا البحث وأتمنى أن يحوز على رضاكم.

مقدمة

يحتل الحديث عن التسيير الثقافي في تنمية السياحة في الوقت الراهن مكانة كبيرة من قبل الباحثين باعتبارها صناعة بدأت تتطور مع مرور الوقت، خاصة في بداية القرن 21 م، حيث تؤكد الدراسات الحديثة أن ثلاث صناعات سوف تقود الاقتصاد العالمي ألا وهي : الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات، والسياحة والسفر والسياحة في نشاط ذو أهمية كبيرة له أثر مباشر على التنمية في جميع الميادين ولها تأثير على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي والثقافي، فحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة OMT تعد أول قطاع بديل للمحروقات.

وتعتبر الجزائر من أهم الدول التي تمتلك مخزونا تراثيا فنيا وثقافيا عريقا، على صعيد بلدان العالم العربي والإسلامي وحتى العالمي، وهو التراث الذي تراكم طيلة المراحل التاريخية التي مزت، ناهيك عن تعاقب الحضارات عليها، من الأمازيغية والفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، وهو ما جعل منها مرآة عاكسة لماضيها وحاضرها ومستقبلها .

أسباب اختيارنا لهذا الموضوع:

- محاولة منا لحفظ ما يمكن حفظه من السياحة الثقافية.
- تهدف هذه الدراسة إلى وضع إستراتيجية محكمة للحفاظ على الإرث الثقافي المادي وغير المادي والعمل على منظومة تسيير وتنمية السياحة الوطنية
- وضع حجر الأساس لمنظومة التسيير الثقافي في الجزائر والدور الهام في الحفاظ على السياحة.

إشكالية البحث:

- و بناء على ما سبق من الطرح السابق يمكننا أن نحدد إشكالية البحث كالتالي:
- ماهي منظومة التسيير الثقافي؟ وما هي مميزات وخصائص التسيير الثقافي في تنمية السياحة الثقافية؟
- لذلك أردنا أن ندرس "منظومة التسيير الثقافي في الجزائر ودورها في تنمية السياحة الثقافية".

المنهج المتبع:

وللإجابة على الإشكالية تتبع المنهج التاريخي والمنهج التحليلي والمنهج الوصفي ومنهج دراسة الحالة .

خطة البحث:

1. الفصل الاول: التسيير الثقافي.
 - المبحث الاول: مفهوم التسيير.
 - المبحث الثاني: مفهوم الثقافة (التنظيمية)
 - المبحث الثالث: مفهوم السياحة.
2. الفصل الثاني: السياحة الثقافية.
 - المبحث الاول: نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية.
 - المبحث الثاني: السياحة الثقافية والتخطيط الاستراتيجي لها.
 - المبحث الثالث: مقومات السياحة الثقافية في الجزائر.

3. الفصل الثالث: تنمية السياحة الثقافية.

- المبحث الاول: أهداف التنمية السياحية الثقافية.
- المبحث الثاني: مراحل التنمية السياحية الثقافية.

أهم المصادر والمراجع:

- فهد يوسف الدولية، "أثر الثقافة التنظيمية على أداء الموظفين"، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، الأردن، 2007.
- سعيد محمد جاد الرب، السلوك التنظيمي، مطبعة العشري، جامعة قناة السويس، مصر، 2005.
- محمود سليمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2، دار وائل، الأردن، 2004.

ومن أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال هذا البحث :

- قلة المصادر والمراجع في تخصص إدارة الأعمال الفنية والثقافية نظرا لفتح التخصص لأول مرة وقلة الدراسات حول هذا التخصص ولا توجد في معظم الجامعات.
- نظرا للظروف الصحية بسبب جائحة كورونا covid 19، وتوقف النقل وغلق المكتبات والجامعات واجهنا صعوبة في إيجاد المراجع وخاصة في الفصل التطبيقي بسبب الوباء العالمي.

الفصل الأول:

1. المبحث الأول: مفهوم التسيير.

2. المبحث الثاني: مفهوم الثقافة (التنظيمية)

3. المبحث الثالث: مفهوم السياحة.

تمهيد:

يعتبر التسيير علم وفن في آن واحد، فهو علم لأنه مجموعة من المعارف النظامية المتراكمة والمعروفة تسمح بقهم الحقائق المتعلقة بالتسيير، وهو فن لأنه يترك المجال للمسير في استخدامه استعداداته الإبداعية وقدراته الشخصية في الحصول على النتائج أمام المواقف التي يتعرض لها أو التي تواجهه.

- مفهوم التسيير :

لقد تعددت تعاريف التسيير بتعدد المدارس والإتجاهات الفكرية ونذكر منها: الشهير هو فن تحقيق أهداف التنظيم أو المؤسسة من خلال الآخرين لكن التسيير المعاصر يعتمد بشكل كبير على العلم من خلال استعمال مختلف التخصصات (الرياضيات، علم الاجتماع، الإقتصاد، والطرق الكمية).¹

وقد حدد قابول خمسة أنشطة أساسية للتسيير في تعريفه للوظيفة الإدارية وتتمثل في: التوقع، التنظيم، القيادة، والرقابة والتي تشكل عملية التسيير في مفهومه. كما يفضل كل من **Koontz et C . O ' Donnel. H** ، تعريف عملية التسيير من خلال ممارسة الوظائف التالية: التوقع، التنظيم، التوظيف التوجيه، والرقابة، من خلال التعريفين الأخيرين يمكن تقليص وظائف التسيير إلى: التخطيط، التوجيه التنظيم والرقابة.²

يعرف جورج شيري؛ "التسيير على أنه عملية مميزة تشمل التخطيط التنظيم، النفع، والرقابة، ويتطلع إلى تحقيق الأهداف يفضل العمل الإنساني بمختلف الموارد³ يشير الافلام إلى أنه يمكن النظر إلى التسيير كطريقة عقلانية في تنسيق وتوجيه الموارد

¹ Ghedjghoudj Elhadi, **le management : théorie et pratique**, office des publications universitaires, 2012, Alger,

Idem, p 17. ²

G.R.Terry et S.G.Franklin, **les principes du management**, Economica, Paris, 1985, p05. ³

البشرية والمادية نحو تحقيق الأهداف وتتضمن هذه الطريقة عملية تخطيط وتنظيم وتوجيه ومراقبة الأنشطة للوصول إلى العائد الأمثل وبالتالي بشكل مختصر التسيير هو عملية تتكون من أربعة وظائف في التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة تعمل على استغلال الموارد المتاحة من أجل تحقيق أهداف المؤسسة والعاملين فيها.

وفي الحقيقة أن هذه الوظائف التي يمارسها المسير تتم بغض النظر عن موقعه في المستوى التنظيمي كما أنها لا تمارس وفق ترتيب معين فهي عمليات ديناميكية متداخلة فيما بينها ومن الصعب التحكم فيها نظرا لأن المشكلات تظهر باستمرار وأن الأهداف والحاجات تتجدد وتتنوع حسب الظروف.

-**خصائص التسيير:** للتسيير مجموعة من الخصائص من أهمها نذكر: • شامل؛ أي يشمل كامل نشاط المؤسسة بكل تخصصاته، حيث يأخذ التسيير الكثير من التخصصات من الرياضيات: يحتاج مجموعة من المتغيرات، يحتاج الإحصاء: يستعمل النماذج الإحصائية، يأخذ من بحوث العمليات البرمجة الخطية... إلخ. .

عام: عمومية التسيير معناه أن التسيير لا يعني إلا بحث في تخصص أو مجال معين، ممارسة التسيير تعتمد على مجموعة من السلوكيات والأمور الغير علمية، وهي كممارسة نشاط أو أي علم آخر يختلف من شخص إلى آخر ومن بين أهم الأمور التي تظهر أثناء ممارسة التسيير ما يلي:

- **شخصية الفرد:** أي أن التسيير يختلف من شخص إلى آخر. - ثقافة المسير؛ لأنها تحكم الكثير من سلوكيات الفرد، معتقدات الأشخاص والمسير وتدخل خاصة أثناء اتخاذ القرار. - نظام القيم: مستوى التعلم، تربية الفرد، كل هذه العوامل تدخل في ممارسة التسيير

- **مستويات التسيير:** نظرا لتطور محيط المؤسسة بما يحمله من مخاطر وفرص ونظرا لتطور مفهوم المؤسسة وتعدد نشاطاتها وما تحمله من عوامل النجاح وعوامل الفشل، تعددت وتعقدت مهام المسير وتتوعدت الضغوطات ولم يعد المسير قادر على تسيير المؤسسة بمختلف نشاطاتها لذلك يهتم الباحثون بتقسيم التسيير إلى ثلاثة | مستويات يختلف كل مستوى عن الآخر في أسلوب التسيير.

- **مستوى التسيير الإستراتيجي:** ضمن هذا المستوى يقوم المسير بالبحث عن كيفية ضمان بقاء المؤسسة في السوق فهو عادة ما يتعامل مع ضغوطات المحيط بمتغيراته الداخلية والخارجية في تحديد الوضعية المستقبلية للمؤسسة على المدى البعيد، وتزداد أهمية التخطيط في هذا المستوى أكثر من غيره في المستويات الأخرى نتيجة لهذه الضغوطات عادة ما يكون هذا المستوى من التسيير في قمة الهرم التنظيمي للمؤسسة وقد يكون خارج المؤسسة أصلا كمكاتب الدراسات الإقتصادية أو مكاتب الإستشارات المختلفة... إلخ.

- **مستوى التسيير التكتيكي:** في هذا المستوى يقوم المسير بممارسة وظائفه ضمن أهداف المستوى الإستراتيجي كإطار عام حيث يبحث المسير من خلالها عن كيفية استغلال الموارد المتاحة أو كيفية الحصول عليها من أجل وضع خطط متوسطة المدى، كما يعكس هذا المستوى أهداف المستويات الدنيا ، ويكون هذا المستوى ضمن المستوى التنظيمي الأوسط.

- **مستوى التسيير العملي:** يدعي هذا المستوى بمستوى التسيير الجاري أو التشغيلي ويقوم بالاهتمام بالتسيير اليومي والعادي لمختلف نشاطات المؤسسة، يقوم المسير في هذا المستوى بوضع البرامج والإجراءات والميزانيات التقديرية كخطط تحمل أهدافا فرعية لفترة

قصيرة لا تتجاوز السنة، ويعكس هذا المستوى أيضا أهداف العاملين في الخطط نظرا لاحتكاكه بالمستوى العملي وبالمورد البشري .

لقد حظيت الثقافة التنظيمية باهتمام متزايد على الصعيدين النظري والعملي لدى المنظمات، وهذا يعود إلى تأثيرها المباشر على أداء المنظمة بشكل عام وأداء موظفيها بشكل خاص. فالثقافة التنظيمية تعتبر عنصرا هاما في تكوين منظمات الأعمال، وتقوم بدور حيوي في تجسيد وتطوير الفكر الإداري الحديث داخل المنظمة، ولكل منظمة ثقافتها الخاصة بها، فالثقافة التنظيمية جزء من الثقافة العامة يتعلمها الفرد خلال عمله مع الآخرين.

كما يسعى الباحث في هذا الفصل إلى إلقاء الضوء على طبيعة الأداء الوظيفي، وذلك بدراسة وتوضيح كل من أهميته، عناصره، ومحدداته وأنماطه. بالإضافة إلى توضيح كيفية تقييم الأداء الوظيفي والعلاقة التي تربط الثقافة التنظيمية بالأداء الوظيفي نظريا.

• مفهوم الثقافة التنظيمية:

من خلال ما يلي سيتم تعريف الثقافة التنظيمية.

توجد تعريفات مختلفة للثقافة التنظيمية، إذ سيقوم الباحث بالتطرق إلى أهم هذه التعريفات في الآتي:

عرفها " Taylor " بأنها: " ذلك الكل المعقد الذي يشمل المعرفة والعقيدة والفن والأخلاق والقانون والعادة وأية قدرات يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع".¹

كما عرفها " Nlinto " بأنها: " مجموعة السلوك التي تتعلمها الكائنات الإنسانية في أي مجتمع من الكبار الذين تنتقل منهم إلى الصغار".¹

¹ محمد قاسم القريوتي، السلوك التنظيمي، ط 5، دار وائل، الأردن، 2009، ص 172.

كما عرفت الثقافة التنظيمية على أنها: " مجموعة من العمليات التي تجمع أعضاء المنظمة بناءً على الشكل المشترك من القيم الأساسية والمعتقدات في المنظمة، تتيح ثقافة المنظمة للمنظمة معالجة مشاكل التكيف مع البيئة الخارجية والتكامل الداخلي لموارد المنظمة وتعمل ثقافة المنظمة كأساس لنظام إدارة المنظمة، والذي يشمل على ممارسات إدارية وسلوكيات تعزز المبادئ الأساسية التي يمتلكها أعضاء المنظمة".²

وعرفها أحد الباحثين بأنها: "الافتراضات الشائعة والمعتقدات الأساسية التي يتم تطويرها عن طريق المنظمة بمرور الوقت، وهي واحدة من المكونات الأساسية للمنظمة".³

- أهمية الثقافة التنظيمية:

لقد أصبحت الثقافة التنظيمية جانباً مقبولاً وذا أولوية في كثير من المنظمات ولدى كثير من المديرين، فالكثير من المديرين يعتبرون الثقافة كأصل هام. ويمكن تلخيص أهمية الثقافة التنظيمية في النقاط التالية:⁴

✓ الثقافة التنظيمية بمثابة دليل للإدارة والموارد البشرية، تشكل لهم نماذج السلوك والعلاقات التي يجب إتباعها والاسترشاد بها فهي إطار فكري يوجه أعضاء المنظمة الواحدة وينظم أعمالهم، وعلاقاتهم؛

¹ نفس المرجع السابق، ص 173.

² فهد يوسف الدويلة، "أثر الثقافة التنظيمية على أداء الموظفين"، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، الأردن، 2007، ص 13، غير منشورة.

³ سعيد محمد جاد الرب، السلوك التنظيمي، مطبعة العشري، جامعة قناة السويس، مصر، 2005، ص 162.

⁴ محمد بن علي بن حسن الليثي، "الثقافة التنظيمية لمدير المدرسة ودورها في الإبداع الإداري"، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، السعودية، 2008، ص ص: 16-19، غير منشورة.

- ✓ تعبر الثقافة التنظيمية عن الملامح المميزة للمنظمة عن غيرها من المنظمات، وهي كذلك مصدر فخر واعتزاز للموظفين بها، وخاصة إذا كانت تؤكد قيما معينة مثل الابتكار، والتميز، والريادة، والتغلب على المنافسين؛
- ✓ الثقافة التنظيمية القوية تعتبر عنصرا فعالا ومؤيدا للإدارة ومساعد لها على تحقيق أهدافها وطموحاتها. كما تسهل مهمة الإدارة، وقادة الفرق، فلا يلجئون إلى الإجراءات الرسمية أو الصارمة لتأكيد السلوك المطلوب؛
- ✓ تعتبر الثقافة التنظيمية القوية ميزة تنافسية للمنظمة إذا كانت تؤكد على سلوكيات أخلاقية كالتفاني في العمل، وخدمة العميل؛
- ✓ تعتبر الثقافة التنظيمية عاملا هاما في جذب الموارد البشرية الملائمة بالمنظمات الرائدة تجذب الموظفين الطموحين، والمنظمات التي تبني قيم الابتكار التفوق تستهوي الموظفين المبدعين، والمنظمات التي تكافئ التميز والتطوير ينضم إليها الموظفون المجتهدون؛
- ✓ تعتبر الثقافة التنظيمية عنصرا هاما يؤثر على قابلية المنظمة للتغيير وقدرتها على مواكبة التطورات الجارية من حولها؛
- ✓ الثقافة التنظيمية كأى عنصر آخر من عناصر المنظمة تحتاج إلى مجهودات واعية تغذيها وتقويها، وتضمن لها الاستقرار النسبي ورسوخها في أذهان الموظفين وإتباعهم لتعليماتها والذي ينعكس جليا على سلوكهم وعلاقاتهم.

- خصائص الثقافة التنظيمية:

يجب إدراك أنه لا توجد منظمة ثقافتها مشابهة لثقافة منظمة أخرى حتى لو كانت تعمل في نفس القطاع. وفيما يلي عرض موجز لأهم خصائص ثقافة المنظمة:¹

✓ **الانتظام في السلوك والتفديد به:** نتيجة التفاعل بين أفراد المنظمة فإنهم يستخدمون لغة ومصطلحات وعبارات وطقوسا مشتركة ذات علاقة بالسلوك من حيث الاحترام والتصرف.

✓ **المعايير:** هناك معايير سلوكية فيما يتعلق بحجم العمل الواجب إنجازه (مثلا: لا تعمل كثيرا جدا، ولا قليلا جدا).

✓ **القيم المتحكمة:** توجد قيم أساسية تتبناها المنظمة ويتوقع من كل عضو فيها الالتزام بها.

✓ **الفلسفة:** لكل منظمة سياساتها الخاصة في معاملة العاملين بها والعملاء.

✓ **القواعد:** عبارة عن تعليمات تصدر عن المنظمة وتختلف في شدتها من منظمة إلى أخرى. والفرد يعمل في المنظمة وفقا للقواعد المرسومة له.

✓ **المناخ التنظيمي:** عبارة عن مجموعة من الخصائص التي تميز البيئة الداخلية للمنظمة التي يعمل الأفراد ضمنها فتؤثر على قيمهم واتجاهاتهم وإدراكهم وذلك لأنها تتمتع بدرجة عالية من الاستقرار والثبات النسبي.

¹ محمود سليمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2، دار وائل، الأردن، 2004 ص: 314-316.

- عناصر الثقافة التنظيمية

تتكون الثقافة التنظيمية من مجموعة عناصر والتي يمكن توضيحها كما يلي:¹

✓ **القيم التنظيمية:** القيم التنظيمية تتمثل في القيم التي تتعكس وتظهر في مكان أو بيئة العمل، بحيث تعمل هذه القيم على توجيه

سلوك الموظفين ضمن الظروف التنظيمية المختلفة. كأمثلة على القيم التنظيمية المساواة بين العاملين، الاهتمام بإدارة الوقت، الاهتمام بالأداء... الخ.

✓ **المعتقدات التنظيمية:** هي عبارة عن أفكار مشتركة حول طبيعة العمل والحياة الاجتماعية في بيئة العمل، وكيفية انجاز العمل والمهام التنظيمية، ومن هذه المعتقدات على سبيل المثال أهمية مشاركة الموظفين في صنع القرارات، والمساهمة في العمل الجماعي.

✓ **التوقعات التنظيمية:** تتمثل التوقعات التنظيمية بالتعاقد البسيكولوجي غير المكتوب والذي يعني مجموعة من التوقعات التي يحددها أو يتوقعها الفرد أو المنظمة كل منهما من الآخر خلال فترة عمل الفرد في المنظمة، مثل ذلك توقعات الرؤساء من المرؤوسين، والمرؤوسين من الرؤساء، والمتمثلة في التقدير والاحترام المتبادل، وتوفير بيئة تنظيمية ومناخ تنظيمي يساعد ويدعم احتياجات الفرد العامل النفسية والاقتصادية.

✓ **الأعراف التنظيمية:** عبارة عن معايير يلتزم بها العاملون في المنظمة على اعتبار أنها معايير مفيدة للمنظمة، على سبيل المثال التزام المنظمة بعدم تعيين الأب والابن في نفس المنظمة، ويفترض أن تكون هذه الأعراف غير مكتوبة وواجبة الإتباع.

¹ أسعد محمد عكاشة، أثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2008، ص ص: 13-15، غير منشورة

- أنواع الثقافة التنظيمية:

- تميز أدبيات الفكر الإداري المعاصر بين نوعين من الثقافة التنظيمية هما: ¹
- ✓ **الثقافة القوية والثقافة الضعيفة:** هي التي يهتم فيها المدبرون والقادة بالعملاء وأصحاب الأسهم وبالموظفين اهتماما ملحوظا.
 - ✓ **الثقافة الضعيفة:** فهي التي لا يهتم فيها المدبرون إلا بأنفسهم أو بالعمل المباشر أو بالتكنولوجيا، ويعطون اهتماما قليلا بالناس والعملاء والملاك والموظفين.
 - ✓ وإلى جانب هذا التقسيم العام للثقافة يميز العديد من الباحثين بين عدة أنماط من الثقافة باعتبار الطابع العام لها على النحو التالي:
 - ✓ **الثقافة البيروقراطية:** في هذا النوع يتم تحديد المسؤوليات والسلطات، فيكون العمل منظما ويتم التنسيق بين الوحدات وتسلسل السلطة بشكل هرمي وتقوم على التحكم والالتزام.
 - ✓ **ثقافة القوة:** وهي قريبة من نمط الثقافة الأول ومن أهم سمات هذا النوع من الثقافة النظام والاستقرار حيث أن القيادة عادلة وتوحد الجهود خلف القائد، كما يقوم القائد بحماية التابعين، المخلصين، بالإضافة لذلك يتم تحفيز الأفراد عن طريق أسلوب الثواب والعقاب.
 - ✓ **الثقافة الإبداعية:** هي الثقافة التي تقوم بتوفير بيئة العمل المشجعة والمساعدة على الإبداع، ويتصف أفرادها بالجرأة والمخاطرة في اتخاذ القرارات ومواجهة التحديات.
 - ✓ **الثقافة المساندة:** من أهم سمات هذا النوع أن الإدارة تعامل العاملين معها بصفتهن الإنسانية وليس باعتبارهم آلات.

¹ عبد الله جاد فودة، الثقافة التنظيمية وأثرها على الانتماء الوظيفي، بصائر المعرفة، مصر، 2007، ص ص:

✓ **ثقافة العمليات:** ينحصر اهتمام ثقافة العمليات في طريقة انجاز العمل وليس النتائج التي تتحقق، فينتشر الحذر والحيطه بين الأفراد.

✓ **ثقافة المهمة:** تركز هذه الثقافة على تحقيق الأهداف وانجاز العمل وتهتم بالنتائج وتحاول استخدام الموارد بطريقة مثالية من أجل تحقيق أفضل النتائج بأقل التكاليف.

✓ **ثقافة الانجاز:** وتقرب سماتها من سمات النوع السابق من الثقافة حيث يتم التركيز على الأهداف، إذ للعاملين التزام مشترك وحماس قوي للوصول إلى الأهداف.

✓ **ثقافة الدور:** وينصب تركيزها على نوع التخصيص الوظيفي وبالتالي الأدوار الوظيفية أكثر من الفرد وتهتم بالقواعد والأنظمة.

- **نماذج الثقافة التنظيمية:** يعتبر نموذج إطار القيم المتنافسة ونموذج "دينسون" من أكثر النماذج استخداما في الدراسات الحديثة لقياس وتشخيص ثقافة المنظمة وسيتم تناول هذه النماذج كما يلي:¹

✓ **نموذج القيم المتنافسة:** يعد إطار القيم المتنافسة واحدا من أهم 40 نموذجا تم استخدامها لدراسة منظمات الأعمال حول العالم، وقد طور هذا النموذج في الستينات من القرن الماضي وذلك لدراسة الفعالية التنظيمية بشكل متكامل. ويركز هذا النموذج على الصراعات الكامنة في أي تنظيم يضم مجموعة من الأفراد ويركز بشكل أساسي على الصراع مابين الاستقرار والتغيير، والصراع بين البيئة الداخلية للمنظمة وبين بيئتها الخارجية، ومن خلال التركيز على هذه الصراعات الكامنة في الحياة التنظيمية يمكن معرفة التناقضات والظواهر المثبطة لتحقيق الفعالية التنظيمية والعمل على تغييرها وإحداث التوازن ما بين هذه الصراعات والتناقضات.

¹ زيد صالح حسن سميع، "أثر الثقافة التنظيمية على الأداء الوظيفي"، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، اليمن، 2009، ص : 73-80، غير منشورة.

✓ نموذج "دينسون": قدم "دينسون" نموذجا عمليا يمكن من خلاله فهم وقياس الثقافة التنظيمية ودورها في زيادة الفعالية التنظيمية، ويركز هذا النموذج على أربعة أبعاد رئيسية كما يلي:

- **بعد الاحتواء والترابط:** يعكس هذا البعد مدى اندماج الأفراد بقلوبهم وعقولهم في العمل بحيث يشعرون بأنهم جزء من المنظمة، ويتضمن هذا البعد عناصر الثقافة التنظيمية الآتية: التمكين، والتوجه نحو الفريق، وتطوير قدرات العاملين.

- **بعد الاتساق والتجانس:** يعكس هذا البعد ما إذا كان للمنظمة ثقافة قوية متماسكة، كما يعكس درجة الاندماج السائدة بين العاملين في المنظمة، ويتضمن هذا البعد عناصر الثقافة التنظيمية الآتية: وضوح القيم الجوهرية، والاتفاق، والتنسيق والتكامل.

- **بعد التكيف:** يركز هذا البعد على قدرة المنظمة على سرعة التكيف والاستجابة للإشارات الواردة من البيئة الخارجية بما في ذلك العملاء والسوق ويشمل هذا البعد عناصر الثقافة التنظيمية الآتية: خلق التغيير، والتعلم التنظيمي، والتركيز على العملاء.

- **بعد المهمة:** يعكس هذا البعد مدى امتلاك المنظمة حسا واضحا بالهدف الذي يحدد توجهاتها المستقبلية طويلة الأجل، وتتبع أهمية بعد المهمة من تحديده ما إذا كانت المنظمة تعاني من قصر النظر أم أنها مهتمة بتحديد الإستراتيجية وخطط العمل بشكل منظم، ويتضمن هذا البعد عناصر الثقافة التنظيمية الآتية: الرؤية، والإستراتيجية، والأهداف والغايات.

- قياس الثقافة التنظيمية:

تسعى المنظمات إلى قياس وتقييم ثقافتها التنظيمية تحقيقاً للأهداف التالية:

- التعرف على النمط الثقافي السائد في المنظمة؛
- الربط بين الثقافة التنظيمية والمتغيرات التنظيمية والبيئية المختلفة من حيث العلاقة المتبادلة وطبيعة الأثر الموجود بينها؛
- التحقق من مدى التوافق بين قيم الأفراد والقيم التنظيمية التي يدركونها؛

تمهيد :

تقتضي الطبيعة البشرية من الفرد التطلع الأفضل و البحث عن الأحسن لتوفير جو من الراحة والاستمتاع بالطبيعة، فمن غير الممكن توفير كل تلك الأجواء في مكان واحد. لذا، يضطر الفرد إلى التنقل والترحال بحثا عن المكان الذي يجد فيه الراحة وتسوده المعرفة، روائع الكون، والصحة، والثقافة، و الدين وحتى الاستقرار السياسي و الاقتصادي، فذلك يقال عنه أنه سائح، أما النشاط الذي يقوم به يدعى السياحة. غير أن السائح يعتمد في قيامه بالنشاط السياحي على وسائل تعتبر بمثابة مقومات لذلك النشاط السياحي. تحتل الجزائر المرتبة العاشرة عالمية من حيث المساحة الإجمالية،

كما تعتبر أيضا أكبر دولة في القارة الإفريقية، فهي تتفرد بمقومات طبيعية، وثقافية ودينية، وتاريخية جد مميزة مما يمكنها بمزاولة أنشطتها السياحية على مدار السنة .

وجاء هذا الفصل ليلقي نظرة على أساسيات السياحة من خلال التطرق إلى المحاور التالية :

ماهية السياحة، و دوافع السياحة و مغرباتها.

- مفهوم السياحة:

- ماهية السياحة :

- التعريف اللغوي :

السياحة لغة هي الضرب في الأرض ، حيث اشتقت من سيح الماء وسيحانه ، وساح يسيح سيحانة إذا جرى على وجه الأرض، والسياحة في الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسيح سياحة و سيوفا وسيحا وسيحانة أي ذهب في الأرض¹ أما في اللغة الانجليزية نجد كلمة TOUR وتعني يجول أو يدور، أما كلمة TOURISM فقد استعملت أول مرة في أواخر القرن 18 في إنجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الإنجليز إلى أوروبا خاصة إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى الدول الأوروبية للدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء.

وقد انتقلت كلمتا TOURISM TOURIST إلى كل اللغات تقريبا في نهاية القرن 19، و لها تعاريف و مفاهيم محددة، فقد عرف السائح في سنة 1937 من طرف الخبراء ولأغراض إحصائية بأنه كل شخص مسافر بغرض المتعة مبتعدا عن مقر سكناه لأكثر من 24 ساعة و لأقل من سنة، أما التنقلات التي تقل عن 24 ساعة فتعتبر نزهتا.²

يعرف قاموس لاروس **Larousse** السياحة بأنها عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالأسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقع ما من أجل المتعة والترفيه عن النفس.³ «

- في حين ورد تعريفها في معجم المصطلحات السياحية والفندقية أنها " لفظ من الألفاظ اللاتينية كما أنها تعتبر من الألفاظ العربية، وتعني انتقال الإنسان من مكان لآخر ومن

¹ ابن منظور ، لسان العرب بيروت، المجلد الثالث، ط، 1، 1997.

² - 93 p, 1996, Découvertes, Paris, L'invention du tourisme, art de vivre, Boyer Marc

³ - 1997, Dictionnaire de français N°00/06/79686, imprime on France, Laousse -borda

زمان إلى زمان، أو الانتقال في البلد السياحة الداخلية) لمدة يجب لا تقل عن 24 ساعة، بحيث لا تكون من أجل الإقامة الدائمة وأغراضها تكون من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة «¹.

- التعريف الاصطلاحي :

وهنا سنقف على تعريف عدد من الباحثين المهتمين بالسياحة :

تختلف تعريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعض العلاقات الإنسانية والتنمية الاقتصادية.

- ويكمن ذكر أول تعريف لها للألماني "جويير فرولير" عام 1905 و الذي عرفها بانها عبارة عن ظاهرة من ظواهر عصرنا نتبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء و الإحساس بجمال الطبيعة و إلى الشعور بالبهجة والمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة و الكتاب السياحيين.²

- ويعرفها " لبيير " عام 1981 على أنها نظام مفتوح مؤلف من خمسة عناصر جميعها تتفاعل مع البيئة الأوسع: العنصر البشري، دول الطريق التي يتوقف السائح عندها خلال رحلته، وجهة القصد، والعنصر الاقتصادي، وصناعة السياحة نفسها.³

¹ - زيد عبودي، معجم المصطلحات و تياحيالس الفندقية، عريبي انجليزي، عمان، دار كنوز المعرفة، ط1، 2006 ص 2.

² - محمد منير حجاب، الإعلام السياحي ، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2002، ص 21.

³ - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة ، الأردن،الوراق للنشر والتوزيع، ط2، 2006، ص23.

أما منظمة السياحة العالمية عرفت السياحة بأنها نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من مكان الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، و لا تزيد عن عام كامل الغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة والعمل¹ ومن هنا يمكن اعتبار السياحة مزيج من مختلف القطاعات الاقتصادية ، الاجتماعية، والثقافية.

فهي ظاهرة اجتماعية ينتقل فيها الشخص من مكان إقامته إلى مكان آخر بغرض إشباع رغباته المتمثلة في الراحة والاستجمام، والإطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، وتعتبر ظاهرة اقتصادية من خلال أنها صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم بدرجة كبرى في التنمية الاقتصادية للدولة.

¹ - محمد منير حجاب مرجع سبق ذكره، ص22.

دوافع السياحة ومغرياتها :

1/ دوافع السياحة :

المقصود بالدوافع هي الباعث أو الأسباب الأساسية التي تحرك رغبة الإنسان في السفر، قصد إشباع رغبة إنسانية معينة، سواء كانت ذهنية أم معنوية أم جسدية، و يمكننا أن نجد أكثر من عشرين دافعا أساسيا، و لكن ليست بالطبع جميعها على مستوى واحد من الأهمية، ففي بعض الحالات تتداخل عدة عوامل نحو الرغبة للسفر إلى مكان ما، و يمكن إبراز أهم هذه الدوافع السياحية فيما يلي:

دوافع ثقافية ، تاريخية ، تعليمية : و تتمثل في: . مشاهدة الآثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الأثرية • مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات أو معارض. • الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم و أعمالهم و ثقافتهم و نمط حياتهم الاجتماعية و الحضارية و الثقافية، واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم و الثقافة والمعرفة، معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي، أي التعرف على حقيقة ما يدور من أخبار وحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية ، و هذا الدافع يعتبر من أهم مصادر الدعاية و بالتالي يتعلق هذا الدافع بالتعرف على الحضارات القديمة و التاريخ، و مشاهدة المعالم الأثرية و العلم و الدراسة، و التدريب، بالإضافة إلى تبادل الخبرات البشرية و دراسة العادات والتقاليد والأنماط المعيشية و الاقتصادية و الاجتماعية من خلال معايشة الشعوب المختلفة.¹

و دوافع اقتصادية : و تتمثل في: • انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع و الخدمات بأسعار أقل. فرق في تحويل العملة يؤدي إلى تنفق السياح إلى بلد ما المنخفضة عملته لغرض التمتع بالخدمات والخدمات بأسعار أقل.

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، عمان ، دار زهوان للنشر و التوزيع، 1997، ص 49-48.

• السفر لغرض الأعمال و الحصول على صفقات تجارية بالنسبة للرجال الأعمال.

- دوافع صحية و تتمثل في:

السفر لأغراض العلاج و المداواة.

و دوافع عرقية ذات العلاقات الشخصية و الأسرية : و تتمثل في :

زيارة البلد الأم بتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأقارب، الأصدقاء.. الخ، و هذا النافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم و يولد لهم حافز قوي بزيارة بلدهم الأم. هذه المواقع لها علاقة بالاتصال الجماعي¹، حيث ارتبط الناس في كل المجتمعات في زمر اجتماعية عن طريق أنواع عديدة من الروابط والعلاقات، و تتمثل رابطة القرابة أهم هذه الروابط حيث يقوم عليها الانحدار، والميراث قد تصل إلى أن يقوم عليها الإنتاج في المجتمعات التقليدية التي لا يمكن الفصل فيها بين القرابة من جهة و الزواج والعائلة من جهة أخرى.

و دوافع رياضية و تتمثل في:

• السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين : المشاركة في دورة رياضية أو سفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو التزلج على المياه أو ممارسة رياضة الغطس أو أي رياضة أخرى و دوافع المكانة الاجتماعية فهي تختلف وفقا للوضع الشخصي و متطلباته و قدراته المالية.

وعدة دوافع أخرى : و تتمثل في : المغامرة كسياحة الشباب و السياحة الصحراوية.

- دوافع علمية : مثل دراسة نوعية معينة من الصخور أو دراسة نوعية معينة من التربة²

¹ - فاروق أحمد مصطفى، البناء الاجتماعي للطريقة الشاذلية في مصر، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980، ص 208.

² - ماهر عبد العزيز توفيق ، مرجع سبق ذكره ، ص 51.

و من جملة هذه الدوافع نقول بأن الذواقع تختلف من سائح لأخر وفقا لمصالحه و ذوقه. و يمكن القول هنا أنه بدراسة و تحليل مواقع السفر و السياحة يساعد ذلك على توفير الخدمات السياحية التي ترضي رغبات السائحين حيث يقودنا إلى التنمية السياحية المرجوة لكثير من البلاد التي تسعى إلى التنمية الشاملة، و يتضح من ذلك أن دواقع النشاط السياحي هي دواقع طبيعية واقتصادية و اجتماعية و نفسية و بشرية، إذ كل إنسان يحتاج إلى تخصيص بعض الوقت بروح فيه عن نفسه، حيث يحتاج إلى التغيير.

فالإنسان ينتابه الفلق الذي قد يزول بتغيير المكان و خط الحياة التقليدي وبعده بعض الوقت من مكان إقامته و عمله و تجمعهم. فنشاطه السياحي يتمثل في التغيير والترويج عن النص عن طريق الحركة، الانتقال و السياحة¹. و ترتبط أيضا تلك العناصر المتشابهة مع المواقع السياحية و تتداخل مع العوامل الاجتماعية التي تعمل على تشكيل السياحة بالدول المستقبلية للسياح. و تؤثر اللغة التي يجيدها السائح تأثيرا كبيرا على مدى فهمه و استيعابه و استمتاعه، وقد تقوم اللغات الدولية مثل الإنجليزية و الفرنسية و العربية بهذا التأثير و يؤثر مستوى الدخل للأفراد في الحركة السياحية و تتأثر أيضا الحركة بمدى قرب مصادر السوق السياحي للمزارات السياحية.

2/ مغريات السياحة:

و تتمثل في المغريات الاجتماعية التاريخية والحضارية إضافة إلى الثقافية.

- المغريات الثقافية :

السياحة جسر تعبر عليه كافة أحوال الشعوب ومعارفها فهي وسيلة ثقافية حضارية من وسائل الإعلام و الدعاية العصرية²، باعتبارها أداة تواصل ثقافي واجتماعي وتمازج وتعارف بين الشعوب بالرغم من بعد المسافات، واختلاف اللغات والأجناس، وباعتبار

¹ - حسين عفاقي، رؤية في الدول النامية، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية، ص 16.

² - زهير عبد الله حسين، القطاع السياحي في المغرب: الواقع والأفاق، الرباط، شركة ببادر للنشر والتوزيع، 1991، ص 7.

الثقافة ذلك الكل المركب الذي يشمل المعتقدات والقيم والعادات والسلوكيات وكل ما يميز بلد ما، خاصة من جانب التراث الثقافي بشقيه المادي واللامادي باعتباره أساس لترقية السياحة وتقديم أجمل صورة، فالمغريات الثقافية السياحية تكمن في تحفيز الزوار على التعرف على بلد ما من جهة فنونها وثقافتها وتاريخها وحضارتها وأثارها القديمة الباقية والاستمتاع بتراثها الأدبي، وهذا يتحقق في الغالب من خلال التردد على المتاحف بغرض الاستفادة منها في ميادين العلم والمعرفة وكذا الحفلات والمهرجانات .

- المغريات الاجتماعية والحضارية :

تتشكل المجتمعات من خلال النظام السائد بين شعوبها من خلال تراثها الاجتماعي والثقافي ومختلف العادات والتقاليد والقيم والمعتقدات الدينية، وتتجسد منظومة البيئة الاجتماعية في إنتاج التفاعل الحادث بين المجتمعات البشرية عبر مراحل زمنية مختلفة،¹ فتكمن أهمية المغريات الاجتماعية للسياحة في العلاقات التي تشكل ما بين السياح والسكان الأصليين للمنطقة السياحية ومدى التجاوب معهم، انطلاقا من هذه الفكرة ومن خلال إحياء المهرجانات والمعارض من قبل العديد من الدول بغرض إنعاش فلكورها الشعبي وتراثها الثقافي وخلق علاقات ود ومحبة مع السياح ، بينما تظهر مشاركة الإنسان في إثراء المغريات الحضارية من خلال تشييد المدن والاهتمام بالموروثات وتدوينها دون نسيان أساليب الحياة الفلكلورية والتعبيرات الفنية.

-المغريات التاريخية :

للمظاهر التاريخية جنبا فعلا عند الكثير من السياح، وتشمل هذه المغريات على المواقع التاريخية كالأثار والأطلال (كمدينة بابل في الأثرية في العراق، والأهرامات في مصر، والبراء في الأردن) على المستوى الدولي أما على المستوى الوطني فنجد (تيمقاد، جميلة تيبازة، وبرج الترك والجامع المريني العتيق) وتجد العديد من مدن العالم تحتوي على

¹ - موفق عدنان الحميري،نبيل زعل الحوامدة،الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون ، عمان، دارالحامدة للنشر والتوزيع، ص25.

العديد من الأبنية القديمة ذات الطراز المعماري الفريد الذي يعكس حضارة الشعوب ويزيد أكثر جمالية وهدوء بيئة هذه المدن ، فهي تعد ومازالت عامل جذب لعدد هائل من السواح وعلى المدى الطويل، وبالتالي فالمغربيات التاريخية السياحية تتجلى في المدن التاريخية وكل الثروات التاريخية، مما جعل الدول تهتم بهذا الشكل من المنتجات السياحية، ما يتوجب علينا ضرورة الاعتناء بها وحمايتها وترميمها وتثمينها، واتخاذ مختلف الإجراءات التي تحافظ على ثروة المناطق التاريخية السياحية، حتى يتم تصنيفها عالميا ومنه اكتساب شهرة عالمية.

خلاصة:

من خلال ما سبق عرضه، تقول إنه لا يمكن دراسة أي ظاهرة دون امتلاك فكرة عنها وبعض المفاهيم المرتبطة بها.

فالسياحة والتسيير الثقافي تعتبر همزة وصل فكري وثقافي واجتماعي بين مختلف الأفراد والمجتمعات، إضافة إلى أبرز الخصائص المميزة التي تلعبها كدور رئيسي في خلق مجالات عديدة للتبادل كالمجال الاقتصادي باعتبار أن له دور هام في تحسين الظروف المعيشية.

فالسياحة والتسيير الثقافي أصبحا علما قائما بذاته من حيث الصناعة والفن والمهنة ، وباعتبارها مجموعة من المغريات والنشاطات والخدمات التي يسعى الفرد إلى تقديمها وتجميعها كخدمة متكاملة.

لهذا لقينا اهتماما كبيرا من قبل الكثير من الدول مقارنة بالتقدم العلمي والتقني والتطور الاجتماعي والاقتصادي، ولكن مشكلة الجزائر تكمن في عدم الاهتمام بكل الإمكانيات التي تتميز بها خاصة الثقافية منها وعدم استثمارها بالشكل الصحيح.

الفصل الثاني:

1. المبحث الأول: نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية.

2. المبحث الثاني: السياحة الثقافية والتخطيط الاستراتيجي لها.

3. المبحث الثالث: مقومات السياحة الثقافية في الجزائر.

تمهيد :

السياحة الثقافية يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني على غرار المعالم الأثرية و التاريخية والدينية، أو تراث روعي يتمثل في العادات و التقاليد الوطنية و المحلية و الفنون والغناء الذاكرة التاريخية لأي مجتمع تتجسد في تراثها الحضاري والتي تعمل السياحة الثقافية على تنميته و المحافظة عليه و استغلاله بطريقة مثلى، وزيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته، فالتراث الثقافي بشقيه المادي و اللامادي يعد جزءا لا يتجزأ عن الهوية الوطنية .لذا، فإن فقدان أي عنصر من عناصر هذا التراث يد فقدان لجزء من هذه الهوية وخسارة القيمة متميزة لا تعد بثمن .

1/ نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية :

برزت السياحة كمصطلح مستقل في إنجلترا في سنة 1811، المتمثل في مجموعة العلاقات والظواهر الناتجة عن السفر والإقامة خارج عن مكان العيش المعتاد لمدة لا تتعدى السنة الأغراض الترفيه والتسلية، وإرضاء الحاجة الثقافية، أو لتوابع أخرى بينما ترجع إرهابات السياحة الثقافية، إلى السفر الثقافي الذي كان قائمة منذ العصور اليونانية القديمة¹ عندما كان الكثير من الطلبة اليونان يحاولون دراسة تاريخ مدينتهم فوجدوا أنفسهم ملزمون على زيارة المعالم التاريخية التي لا تزال تشهد عن الأحداث التي ميزت ماضيهم ، ومن بين هذه المعالم التي وصفت من طرف العديد من الكتاب خلال رحلاتهم السياحية الثقافية والاستكشافية والتي أشاروا إليها في قصص و أبله السفر والإرشاد | السياحي، مثل كتاب "هيروديت HERODOTE" الذي كان يصف فيه برج بابل".

وفي العصور الوسطى ظهر السفر الثقافي الديني مثل الحج، وصارت زيارة الآثار التاريخية التي كانت من أهم الأنشطة الثقافية والسياحية في تلك الفترة تعزز الممارسة الدينية وتوسع معارف النصوص المؤسسة للإسلام، المسيحية والبوذية، حيث كانوا يترددون على المناطق التاريخية الدينية، مثل روما في إيطاليا وبيت لحم في فلسطين، وتواصل الاهتمام بنشر البيانات عبر مختلف البلدان خلال عصر النهضة ولكن في القرن 18 م بدأت شطر الخطوط الأولى للممارسات التي تعتبر الآن ركائز السياحة الثقافية وهذا إبتداء من مرحلة الجولة الكبرى وظهر أولى المقاربات العلمية لعلم الآثار وكذا فتح المتاحف الجماهير، وكانت مرحلة الجولة الكبرى" منظمة من طرف شباب من الطبقة الأرستقراطية من أصل بريطاني حيث قاموا برحلات إلى أوروبا لزيارة المعالم التاريخية، والحضور في مختلف التظاهرات وفي القرن 19 م ظهرت ثنائية السفر والتراث

¹ Valéry Patin.Tourisme et Patrimoine,Paris ,la documentation française,2005,p.10

وتطورا بشكل مستمر، فالتراث من خلال إجراءات حماية وتهيئة المواقع والمعالم التذكارية كما تزايدت المتاحف وثمرت العديد من المواقع التاريخية، ومع بداية القرن 20 م زاد الأمر تطوراً حيث ارتفع عدد السياح والزوار وعملت الكثير من الدول على التعريف بتراثها وهذا من أجل فرض هويتها وكان ذلك بنشر البطاقات والطابع البريدية، وبيع المنتجات التذكارية لكل منطقة وإنشاء الفنادق من المحفزات على السياحة الثقافية¹

من خلال النبذة التاريخية عن السياحة الثقافية نجد أن هناك اتجاهين لها :

اتجاه تقليدي من خلال جعل السياحة الثقافية من أقدم أنواع السياحة من خلال ارتباطها بمفهوم السفر الثقافي بكل جوانبه، سواء كان السفر من أجل الدراسة والاستكشاف أو من أجل ممارسة الشعائر الدينية كالحج ونشر الديانات، أما الاتجاه الثاني وهو الاتجاه الحديث للسياحة الثقافية الذي يربطها بالتراث بشقيه المادي واللامادي، وبمدى إقبال السياح والزوار المترددون على المرافق الثقافية من (معالم أثرية وتاريخية ومتاحف والمشاركة في التظاهرات الثقافية (حفلات، المهرجانات الثقافية والموسيقية والفولكلورية ، والمعارض).

¹ Ipid.p.16

تمهيد:

تجاوزت السياحة بمفهومها المعاصر من مجرد كونها سفرا و فعاليات ترويجية إلى نوع من الصناعة لها أبعادها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية وضمن إطار نوع من تنظيم العلاقات والمصالح بين دول العالم لذلك تعد التنمية السياحية في الوقت الحاضر أحد أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية الشاملة لما لها من القدرة على جلب العملة الصعبة و تحسين ميزان المدفوعات و خلق فرص جديدة للعمل المباشر وغير المباشر، فضلا عن الإسهام في تحسين نمط الحياة الاجتماعية لمختلف الأفراد. و لطالما عانى القطاع السياحي في الجزائر عدة مشاكل و معوقات عديدة أبرزها : قلة المؤسسات التعليمية و المعاهد التكوينية للسياحة، وضعف مستوى التأهيل و التدريب لدي خل العاملين في المجال السياحي، أضف إلى ذلك قلة الوعي السياحي لدي الساكنة، وأيضا الإهمال واللامبالاة التي تعاني منه السياحة الثقافية وذلك على مستوى المعالم الأثرية التي أصبحت تعاني الويلات من تخريب و افتقار إلى إستراتيجيات واضحة المعالم حول هذا النوع من السياحة، الأمر الذي انعكس بالسلب عليها ولقد جاء هذا الفصل ليسلط الضوء على استراتيجيات تنمية السياحة الثقافية من خلال التطرق إلى؛ إستراتيجيات السياحة الثقافية و التخطيط الإستراتيجي لها و التنمية السياحية، أهدافها و مراحلها.

2/ السياحة الثقافية و التخطيط الإستراتيجي لها:

استراتيجيات السياحة الثقافية و أهدافها:

إن ما يعرفه العالم اليوم من تغيرات و التي أثرت في جميع الدول، وصار هم كل هذه الدول هو تحقيق الربح دون مراعاة الحدود الجغرافية و الإقليمية و القانونية، وظهر ما يعرف بالعولمة السياحية .

وهذا راجع لإدراك هذه الدول بمدى أهمية قطاع السياحة في بعث التنمية الشاملة خصوصا بعد فتح الحدود بين العديد من الدول و إدماج تقنيات حديثة في العمل السياحي، فالجزائر بكونها تتميز بتنوع إمكاناتها السياحية جعل كل ولاية لها خصائصها التي تميزها عن ولاية أخرى، مما استدعى من الحكومة تعني إستراتيجيات فعالة للحفاظ على التراث بأنواعه، ويكون التخطيط حسب مميزات كل فالإستراتيجية على مستوى الإدارة تعرف بأنها الخطة العامة لتحقيق أهداف منشودة ومحددة فقد استخدمت الإستراتيجية للدلالة على المهارة في التخطيط و الإدارة¹ ، ثم أصبحت مفهوما شاملا يعني الخطة العامة لوسائل تحقيق الأهداف.

أولا : الأهداف العامة للإستراتيجية، عموما تدور حول ما يلي :

* تنوع وتعدد وسائل الجذب السياحي.

• إخراج المنتج السياحي إلى الأسواق العالمية من خلال العمل على تطويره. و جذب

الاستثمارات السياحية المحلية و العالمية.

. وضع معايير الجودة وتحديد مواصفاتها.

• العمل على خلق التنمية المستدامة و تطوير المجتمعات .

¹ - هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره. ص ، 103.

. تطوير أدوات التسويق و الترويج السياحي ، تطوير القطاع الخاص و تشجيعه على الاستثمار في القطاع السياحي

- **ثانيا :** أهداف الإستراتيجية السياحية على مستوى المنشآت السياحية، يمكن حصرها فيما يلي:

• العمل على تنشيط الحركة السياحية ، وضع خطط للحملات الإعلامية المحلية و الدولية: الاهتمام بالمشروعات السياحية و متابعتها .

• الاهتمام بالعنصر البشري والذي يعد محورا أساسيا للارتقاء بجودة الخدمات السياحية . العمل على نشر الوعي السياحي محلية و دولية ولجميع الشرائح المستهدفة

• الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية و حماية النادرة منها. • المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة • تحديد أهداف التنمية السياحية قصيرة و بعيدة المدى، ورسم السياسات السياحية و وضع إجراءات تنفيذها .

- **التخطيط الإستراتيجي للسياحة ، أهدافه و مراحلها :**

التخطيط الاستراتيجي في مجال السياحة هو التخطيط طويل المدى الذي تقوم به وزارة السياحة، أو الإدارات الرسمية و الذي يركز على كيفية تحقيق الأهداف الشاملة بعيدة المدى للمنظمة ككل، ويهتم التخطيط الإستراتيجي بتحديد المستقبل السياحي للبلاد وتحقيق الأهداف العريضة الخاصة بذلك، وهو ما تقوم به الإدارات الرسمية وترتكز على التنمية السياحية بكافة أنواعها .

أولاً: أهداف التخطيط الإستراتيجي للسياحة :

إن الهدف الرئيسي لأي خطة سياحية هو ترقية المنتج السياحي للبلاد لتلبية احتياجات السواح وذلك من خلال الاهتمام الفعلي بجميع أنواع السياحة خاصة السياحة الثقافية لما لها من أهمية، وعليه فإن أهداف التخطيط الإستراتيجي للسياحة¹ هي كما يلي:

- توفير التجهيزات و الخدمات للتنمية القطاع السياحي، من أجل تحسين أداءه و رفع كفاءته.

• العمل على إيجاد مناطق سياحية جديدة .

: تطوير الإطار المؤسسي و الهيكلي لقطاع السياحة من أجل تطويره.

• الإسهام في تكوين أيدي بشرية عاملة مؤهلة و مترية وتوظيفها لمتطلبات القطاع.

• الاهتمام بالمشاريع السياحية و البيئية و مقتضيات الحفاظ على الموروث الثقافي.

• الاهتمام بالوعي المجتمعي العام بفوائد السياحة و تعزيز السلوكيات الجانبية لها، وجعل هذه الصناعة تحتل أولوية متقدمة على أجندة العمل الوطني.

• توفير التمويل من الداخل و اللازم لعملية التنمية السياحية .

• ضمان عدم قيام نشاطات اقتصادية أخرى منافسة في المواقع السياحية

ثانياً : مراحل إعداد خطة إستراتيجية للسياحة :

من أجل إعداد خطة إستراتيجية سياحية، يجب المرور بمجموعة من المراحل يمكن تلخيصها فيما يلي :

¹ فواد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية، عالم الكتاب، 1، ط 2004. ص ، 128.

فحسب كايزر" و آخرون فإن التخطيط الإستراتيجي السياحي السليم يمز بأربعة مراحل¹:
المرحلة الأولى: يتم فيها عملية المسح الشامل للنشاط السياحي، موارده و اتجاهات النمو فيها ،وكل ما يتعلق بالنشاط من عناصر وفرص

المرحلة الثانية: تحديد الأهداف العامة للنشاط من خلال تحديد معدلات نمو معينة، تشجيع نوع معين من السياحة و إنشاء مناطق سياحية جديدة.

المرحلة الثالثة : في هذه المرحلة يتم تحديد الوسائل اللازمة لتنفيذ الأهداف المحددة سابقا من خلال برامج التسويق.

المرحلة الرابعة: الإشراف والرقابة على المشروع السياحي لمعرفة جوانب القوة والضعف فيه .

وبناء على ما سبق يمكننا أن نستنتج بأنه لنجاح عملية التخطيط الإستراتيجي السياحي يجب الاعتماد على :

جمع المعلومات : يتم جمع كافة المعلومات المتعلقة بالنشاط السياحي من أنشطة وموارد الطلب السياحي الخدمات، والتجهيزات الحالية، والعلاقة الموجودة بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى تحدي الأهداف الممكنة في الأجل القصير و الطويل وهذا من خلال « إبراز الموارد الحالية المتاحة و المقومات السياحية به تحليل و تقييم الوضع السياحي.

به تحليل أثر متغيرات و قيود البيئة . مراقبة الأهداف ؛ يتم تحديد الأهداف الممكن تحقيقها في ضوء مساهمة السياحة في النشاط الاقتصادي الوطني. تحديد الإستراتيجيات البديلة أي تحديد عدد البدائل التي يمكن من خلالها تحقيق الخطة الإستراتيجية، فقد يكون واحد أو مجموعة من البدائل. وضع الخطة النوعية (القطاعية) أي وضع الخطة الخاصة لكل قطاع ويتم هذا من خلال :

¹ عثمان محمد غنيم،التخطيط أسس ومبادئ عامة،جامعة البلقاء التطبيقية،عمان، دار حفاء للنشر و التوزيع، ط 1، 1994، ص 160.

و اختيار أفضل الإستراتيجيات ككل قطاع سياحي فرعي ، وضع الخطة الخاصة بتطوير العرض أو المنتج السياحي به تنفيذ الخطة الإستراتيجية، ومتابعة وتقييم المشاريع السياحية، ومقارنتها بالأهداف المسطرة ومن أجل تحقيق هذه المراحل يجب توافر نظام معلومات ووجود معايير التقييم و قياس الفعالية على مستوى القطاع السياحي.

3/ مقومات السياحة الثقافية في الجزائر

1- المقومات الطبيعية، التاريخية، الثقافية، والدينية

تتمتع الجزائر بموارد سياحية طبيعية متنوعة ومختلفة باختلاف المناطق الجغرافية للبلاد، إلى جانب تراث ثقافي وتاريخي وديني مهم. يتم فيما يلي عرض أهم الإمكانات السياحية للجزائر¹.

1-1- المقومات الطبيعية:

- **الساحل:** يمتد على طول (1200 كلم)، يتميز بارتفاعه و تكونه الصخري. أنجزت بالقرب من هذه المرتفعات الساحلية عدة مدن أصبح البعض منها يكتسي أهمية كبيرة في السياحة الساحلية، كما أن البعض من هذه المدن حضيت بتجهيزات سياحية مهمة من : فنادق، قرى سياحية، ومخيمات صيفية، وغيرها؛

- **المناطق الجبلية:** تتمثل في مرتفعات الأطلس التلي الذي يقطع الجزائر من الشرق إلى الغرب، حيث أن هذه المرتفعات تشكل فرصة كبيرة لسياحة الاستكشاف والراحة، بالإضافة إلى الأطلس الصحراوي الذي يختلف عن سابقه في المناظر، المناخ، والنباتات؛

- **الصحراء:** تختلف المناطق الصحراوية عن المناطق الشمالية من حيث طبيعتها الجغرافية، تضاريسها، نباتاتها، مناخها، كما تختلف وتتنوع هذه المناطق فيما بينها. تكتنز هذه المناطق معالم أثرية غنية بالتماثيل والأحجار المصقولة، وصنفت العديد من هذه المواقع الأثرية ضمن التراث العالمي؛

- **الحمامات المعدنية:** تزخر الجزائر بحمامات معدنية طبيعية أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة للعديد من الأمراض، وتم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982،

¹ أمحمدي بوزينة أمنة، السياحة المستدامة و أثرها على التنمية في الجزائر، للملتقى الوطني حول فرص و مخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة، يومي 19 و 20 نوفمبر 2012، ص ص 10، 11.

حيث يسمح استغلالها بتوسيع العرض السياحي الجزائري، وقد شيدت أمام هذه المياه مراكز صحية ومراكز استجمام وترفيه.

1-2- المقومات التاريخية، الثقافية، والدينية: تزخر الجزائر بعدة معالم تاريخية وثقافية ودينية جديرة بأن تلقى العناية والاهتمام الكافيين من طرف الدولة وكذا السياح، فعلى مر العصور توالى على الجزائر عدة حضارات مختلفة منها: الحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية، الحضارة القرطاجية، الحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة 5 قرون، وأعطى هذا الغزو لحضارة الجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها في المناطق الداخلية للبلاد، لتليها الحضارة "الوندالية" و"البيزنطية"، وفي الأخير الحضارة الإسلامية. هذا بالإضافة إلى التراث التقليدي الجزائري الذي يعد بمثابة التغيرات الصادقة عن أنماط معيشة الجزائريين، فالصناعات التقليدية تختلف وتتنوع من منطقة لأخرى حسب العادات والتقاليد المختلفة التي ميزت هذه الجهات.

2- المقومات المادية:

لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية والحضارية والتاريخية فحسب، بل تدعم هذه الإمكانيات بأخرى مادية لتسهيل إستفادة السائحين، وتتمثل الإمكانيات السياحية المادية في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتتناسب مع مختلف المستويات الإقتصادية للسائحين، إضافة إلى البنية التحتية كالطرق، المطارات، الموانئ، وشبكة الاتصالات، والتي تساهم في تدعيم كل القطاعات ومنها قطاع السياحة، وما يترتب على ذلك من استقطاب مزيد من السياح، وإطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف. نعرض فيما يلي تطور الطاقة الفندقية (عدد الأسرة)، وعدد الليالي السياحية للفترة (2005-2014).

1-2- الطاقة الفندقية: تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح إلى الدولة السياحية، وتعد الطاقة الفندقية أحد

المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في البلد. بالنسبة للجزائر فقد عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها تطورات معتبرة، وهو ما يوضحه الجدول الموالي.

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013	2014
إجمالي عدد الأسرة	83895	84869	85000	85876	86383	92377	96497	98804	99605

الجدول (1) تطور قدرات استيعاب الفنادق بالجزائر خلال الفترة 2005-2014¹

يتضح من خلال معطيات الجدول أن إمكانيات الجزائر من الهياكل الفندقية شهدت نموا مطردا و لكنه بطيء، حيث يلاحظ أن معدل النمو السنوي لعدد الأسرة لم يتعدى 2.14%، و هذا الاستقرار و الثبات يرجع إلى عدم زيادة الهياكل الفندقية بالقدر الذي يعتبر كإستثمار يعول عليه من طرف الدولة في هذه الفترة، ومنه نستنتج عدم التطوير في طاقات الإيواء السياحي خلال السنوات محل الدراسة، حيث تبقى طاقات الإيواء المنجزة لا تلبي احتياجات الطلب المحلي والأجنبي. يوضح الجدول الموالي توزيع الطاقة الفندقية للجزائر بحسب تصنيف الوحدات الفندقية.

¹ source: Office national des Statistiques, Répartition des hôtels et établissements, assimilés par catégorie .www.ons.dz/them_sta.htm

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	السنوات
4 242	4 242	3 948	4948	9483	5455	5455	5455	5455	4590	الصف الأول *5
0081	1 600	1 533	3750	3 560	3743	3950	3743	3743	3383	الصف الثاني *4
8295	5 775	3 913	13180	14 090	11601	11700	11225	11225	14807	الصف الثالث*3
4 605	4 605	2 707	8070	8 070	5843	6044	5843	5843	5800	الصف الرابع*2
10 639	10 639	6 326	3804	3 804	2378	2378	2378	2378	2315	الصف الخامس*1
490 72	943 71	78070	58985	58 905	56856	56356	56356	56225	53000	غير مصنفة
605 99	98 804	96497	92737	92377	86383	85876	85000	84869	83895	المجموع

الجدول رقم (2): توزيع عدد الأسرة بحسب تصنيف الوحدات الفندقية بالجزائر خلال الفترة 2014-2005¹

يتضح من الجدول أن أكثر من 80% من الطاقة الفندقية للجزائر سرير تمثل فئة الفنادق من دون تصنيف، وتتضمن هذه الوحدات المنتجات و الشاليات ودور الشباب وغيرها، وهذا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من فئة المغتربين الجزائريين في أوروبا أو من الذين يقصدونها ليوم واحد أو قضاء العطلات على السواحل، كما يتضح أن متوسط نصيب سعة الفنادق الغير المصنفة تفوق سعة الفنادق المصنفة. وحسب نوع المنتج السياحي فان الطاقة الفندقية للجزائر توزع كما يوضحه الجدول الموالي:

¹ - Situation du parc hôtelier national, Ministère du tourisme et de l'artisanat- .gov.dz www.mta.

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013	2014
حضري	50311	749	44592	4470	4490	5208	4750	55988	61012
				0	5	5	8		
بحري	22000	173	23248	2350	2380	3132	3123	29886	27962
				0	4	2	8		
صحراوي	4431	161	11639	1163	1164	3770	1154	6 058	4547
				9	9		8		
حموي	5742	34	4608	4918	4906	4111	5095	5467	4259
جبلي	1411	17	913	1119	1119	1089	1108	1 405	1825
المجموع	83895	8486	85000	8587	8638	9237	9649	98804	99605
		9		6	3	7	7		

الجدول رقم (3): توزيع عدد الأسرة بحسب نوع المنتج السياحي بالجزائر خلال الفترة

¹2014-2005

يتضح من الجدول أن المنتج الحضري يستحوذ على أكبر حصة بنسبة 61.25% من إجمالي الطاقة الاستيعابية على اعتبار أن أغلبها تتواجد في المدن الكبرى، يليها المنتج البحري بسعة إيواء تقدر بـ 28.07%، ثم المنتج الصحراوي بنسبة 4.56% رغم أن هذا المنتج يحظى باهتمام كبير من طرف السياح الأجانب، وبعده المنتج الحموي بنسبة 5.28%، وفي الأخير المنتج الجبلي بنسبة 1.83%².

¹ -Source : Répartition des hôtels et établissements, Office national des Statistiques, assimilés par vocation .www.ons.dz/them_sta.htm

² - Situation du parc hôtelier national, Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat- org.dz.www.matta site internet :

2-2- الليلي في الفنادق الجزائرية: تمثل الليلي السياحية مدة الإقامة التي يقضيها السياح في البلد السياحي المضيف طيلة رحلاتهم السياحية. تتسم الليلي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين إلى الجزائر بمحدوديتها وذلك تماشياً مع حجم الطلب السياحي، وهو ما يوضحه الجدول الموالي.

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الليالي لغير المقيمين	483332	528591	573855	595747	674456	754103	845 367	936631	994266	837812
الجزائريين المقيمين	5	5	5	2	497137	5185231	5484105	5703550	5926968	6215932
المجموع	7	6	0	8	564582	5939334	6329472	6640181	6921234	7053744

الجدول رقم (4): تطور عدد الليالي السياحية خلال الفترة 2005-2014 الوحدة: ألف ليلة¹

يتضح من الجدول تطور بطيء في عدد الليالي السياحية بالفنادق الجزائرية، إذ لم يتعدى معدل نموها السنوي 4.98% ، وبالنسبة لليالي السياحية لغير المقيمين لم يتجاوز نصيبها في المتوسط % 33.7 من إجمالي الليالي السياحية، حيث أن الانخفاض في عدد الليالي السياحية في الجزائر يعود إلى ضعف التدفقات السياحية من جهة، بالإضافة إلى انخفاض معدل الإقامة.²

¹ عشي صليحة، الأداء و الأثر الإقتصادي و الإجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب، أطروحة دكتوراه

غير منشورة، جامعة باتنة، 2011، ص127.

² , Situation du parc hôtelier national, Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat-
org.dz.www.matta site internet :

ثانيا: تطور النشاط السياحي ومردوداته الاقتصادية

1- تطور النشاط السياحي : تسعى الجزائر منذ زمن طويل إلى التحول من بلد مصدر للسياح إلى بلد مستقبل لهم، لكن أحداث العنف التي شهدتها البلاد منذ التسعينات وعوامل أخرى أعاقت بلوغ هذه الطموحات، وفي ضوء التحسن النسبي في الجانب الأمني والإجتماعي بدأت السياحة الجزائرية تستعيد عافيتها، وهو ما مكنها بداية من الألفية من استقطاب عددا أكبر من السياح الأجانب، وبالتالي أصبحت الجزائر بلدا مستقبلا للسياح، وهو ما يظهره الجدول الموالي:

السنوات	السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2000	175538	690446	865984
2001	196229	705187	988060
2002	251145	936915	901416
2003	304914	861373	1166287
2004	3685624	8651157	1233719
2005	441206	1001884	1443090
2006	478358	1159224	1637582
2007	511188	1231896	1743084
2008	556697	1215052	1771749
2009	655810	1255696	1911506
2010	654987	1415509	2070496
2011	901642	1493245	2394887
2012	981955	1652101	2634056
2013	964 153	1 768 578	2 732 731
2014	940 125	1 361 248	2 301 373

الجدول رقم (5): تطور عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2000-2014¹

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، 2010، ص103.

يتضح من خلال تتبع حركة تدفق السياح إلى الجزائر أن عدد السياح عرف وتيرة متزايدة بنسب مختلفة، حيث ارتفع من 865984 سائح سنة 2000 إلى 2301373 سائح سنة 2014، وهو ما يعادل معدل نمو سنوي في المتوسط يقدر ب 11.05%، وهي نسبة تبقى ضعيفة على الرغم من ثراء إمكانات المنتج السياحي بالجزائر بمختلف أنماطه، كما أنها تبقى ضعيفة مقارنة بدول أخرى في المنطقة المغاربية والعربية وفي منطقة البحر الأبيض المتوسط.¹

¹ , Situation du parc hôtelier national, Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat
org.dz.www.matta internet : site

خلاصة :

لا تبنى السياحة الثقافية على ترتيب غير محكم فهي تركز على إستراتيجية محكمة، وقد بنيت هذه الأخيرة على مفهوم جديد للسياحة الجزائرية بالاستفادة مما تملكه من مؤهلات لتحقيق متطلبات السياح المحليين و الأجانب، حيث يرمي هذا المفهوم إلى التمتع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة و الاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض المتوسط، وإجراء تكيف يتمشى مع توجهات الاستهلاك و الطلب السياحي الدولي و المحلي و التوفيق بينهما. فالجزائر بكونها تتميز بتنوع إمكاناتها في السياحة الثقافية استوجب عليها تنويع عرضها السياحي الوطني و سواها حتى يكون النشاط السياحي أكثر فاعلية و مرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق.

الفصل الثالث:

1. المبحث الأول: أهداف التنمية السياحية الثقافية.

2. المبحث الثاني: مراحل التنمية السياحية الثقافية.

التنمية السياحية ، أهدافها و مراحلها :

1/ أهداف التنمية السياحية الثقافية:

التنمية السياحية تعبر عن مختلف الإستراتيجيات التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، بغية ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال إيجاد التوازن بين المطالب التنافسية و المتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة و تعظيم النتائج و الآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية. فالتنمية السياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا و هو تحقق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للدولة، وتختلف أهدافها من دولة لأخرى، ومن وقت لآخر داخل نفس الدولة الواحدة، ويرجع هذا لجملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات العرض السياحي و إمكانياتها التنموية و موقعها من المناطق المصدرة للسائحين، بالإضافة إلى ظروف الداخلية الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية و البيئية فتجد بعض الدول تهدف من عمليات التنمية جلب أكبر عدد ممكن من السياح بما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية و البيئية ، في حين تهدف دول أخرى إلى جنب عدد محدود من السواح من ذوي الدخل المرتفعة .

: ويمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية إلى قسمين:¹

أولا :الأهداف العامة :

وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل :

- تحقيق نمو سياحي متوازن.
- تدعيم المردودات الاقتصادية للسياحة.
- زيادة تصيب الدولة من النشاط السياحي .

¹ خالد قاسمي،السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المتاحة وتحديات التطور ، مجلة الاقتصاد الجديد، 8ماي2013. ص.ص 254- 239.

. خلق فرص العمل و تقليص معدلات البطالة .

. زيادة الدخل القومي الإجمالي .

• تنمية البنية الأساسية و توفير التسهيلات اللازمة للسائحين و المقيمين في الدولة

• المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية

ثانيا : الأهداف المحددة :

وتمثل بالتعريف بالمقومات الأثرية و الدينية و التاريخية التي تزخر بها الدولة، والتعريف بالجانب الحضاري الذي يتميز به البلد، وبلوغ هذه الأهداف هناك مجموعة من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية في مختلف الدول¹ وتتمثل في المحاور التالية :

: جلب عدد كبير من السائحين تسعى الجزائر من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة عدد السواح الوافدين إليها سواء من السياحة الداخلية أو من السياحة الخارجية التي تعتمد على السائح الأجنبي، ويتم هذا من خلال النشاطات التسويقية التي تستعمله الدولة لترويج المنتج السياحي الثقافي و إقناع السياح و استقطابهم بغية إشباع رغباتهم المعرفية و تلبية حاجاتهم.

. تمديد متوسط مدة الإقامة : يعد متوسط الإقامة من المعايير الفعالة في قياس متوسط النشاط السياحي في أي بلد، إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، وبما أن المغريات السياحية لا تقاس بالكم أو الحجم، بل الكيفية و المستوى، فلقد حرصت البلدان السياحية إلى زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية الحركة السياحية و التقليل من عناصر الطرد السلبية بهدف بناء صناعة سياحية مزدهرة تحقق أعلى نسب رضا من قبل

¹ يحي سعيدي، سليم عمراري ، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر) ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية 16:43. الساعة على، 02/10/2016: الاطلاع تاريخ ، -95 114 pdf/www.iasj.net/ ص.ص 201 36 ، العدد، بغداد ، الجامعية

السياح، ويتم هذا من خلال تحسين الخدمات و تطوير المناطق السياحية أولاً، ثم التركيز على خلق مناطق جديدة مزودة بكافة المستلزمات و بأسعار تنافسية مقارنة لما تقدمه الدول المجاورة.

ومن خلال كل هذا يتم تحقيق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع بدوره متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي. : زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائحين : إن متوسط الإنفاق للسائح نور مهم في زيادة أو تقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، ويتوقف متوسط الإنفاق اليومي للسائح على عدة عوامل، يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق البعض الآخر بمدى توفر مجالات الإنفاق التي تجذب السياح، فالعرض هنا يخلق الطلب و يتأثر فيه، وتعمل الجزائر إلى رفع من مستوى إنفاق السائح اليومي من خلال التركيز على جذب السواح أصحاب الدخل المرتفعة، أو العمل على حث الطلب وذلك عن طريق إعداد إستراتيجية في مختلف المناطق السياحية و تهيئتها بمراكز البيع و الاهتمام بكافة مجالات إنفاق السياح.

2/ مراحل التنمية السياحية الثقافية :

لقد تناول موضوع التنمية السياحية العديد من الباحثين وتطرقوا إلى المراحل التي تمر بها، وقدموا في تلك نماذج مختلفة لتحليل الظاهرة ونذكر منها : " نموذج ميوسيك الذي قسم مراحل التنمية السياحية إلى أربعة¹ (04) مراحل و هي :

- **مرحلة الاكتشاف** : حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي.
- **مرحلة النمو** : وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.
- **مرحلة الانطلاق** : وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط و التوسيع السياحي
- **مرحلة النضج** : حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية و فيها يتكامل النشاط السياحي.

من خلال توفر عناصر الجذب السياحي و التسهيلات .

و يأخذ هذا النموذج توقفه عند مرطة النضج السياحي وعلم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي عدم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي احتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور و الانحدار نتيجة التوجه السائحين إلى منطقة سياحية. منافسة لذا، جاء نموذج بي ثلر سنة 1980 وقد حدد هذا النموذج ميت (6) مراحل للتنمية السياحية وهي الاكتشاف، المشاركة، التطور، النضج، الثبات أو الركود، التجديد أو التدهور . يتشابه نموذج ' بيتلر " مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة فتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم تبدأ مرحلة التطور حيث يتم توفر الخدمات السياحية و التسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة الأعداد المتزايدة، وإذا استمر النمو مع مبدأ تحقيق التوازن تصل المنطقة

¹ جليلة حسن حسنين، التنمية السياحية، مصر، الدار الجامعية، 2006، ص 20 ،

إلى مرحلة النضج وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات فلا تشهد المنطقة النمو المتزايد للسواح بل يتوقف النمو عند حد معين من السائحين، وفي هذه المرحلة إن لم تظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة فإنها تتجه إلى التدهور، لذلك فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنب المنطقة الوصول مرحلة التدهور و نقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة بما يعرف بمرحلة التجديد .

خاتمة

أصبحت السياحة الثقافية الرهان الحقيقي في الجزائر ، لما تملكه من ثراء في موروثها الثقافي بشقيه المادي و غير المادي، يمكن أن يكون بنيلا اقتصاديا ومصدرا هاما للتنمية المستدامة، فالبلاد تتمتع بعوامل جذب ثقافية و تاريخية و دينية كبيرة يخول لها أن تكون قطبة سياحية بامتياز، حيث بدأ في الأونة الأخيرة الاهتمام بهذا القطاع الحساس من خلال بعث بعض الاستثمارات ولو أنها تسير وفق خطى بطيئة، كتدشين بعض المنشآت والهيكل السياحية وإنشاء خط الترامواي و فتح الخط البحري الذي يربط عدة ولايات، رغم هذا، إلا أن الآليات المنتهجة ليست بحجم ما تملكه الجزائر من زخم من الإمكانيات الثقافية، مما جعلها تفتقر إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة الثقافية. فهي تركز على السياحة الشاطئية بالدرجة الأولى، هذا جعل نقاط الضعف مسيطرة على نقاط القوة فانتج وجها شاحبة للسياحة الثقافية ، لذا يجب أن تركز السياحة الثقافية على رؤية جديدة تفسيرية محكمة حول تاريخ الجزائر من خلال تبني إستراتيجيات رشيدة قائمة على أطر علمية وأكاديمية يسهر على تطبيقها أشخاص أكفاء يتمتعون بقدرات ومهارات فنية في التخطيط الإستراتيجي السياحي المبني على ثلاثة (03) مستويات، قريب ومتوسط و بعيد المدى. لذا، يجب الاستفادة من الدفعات المتخرجة من الجامعة و أن يتم التنسيق معها حتى تسهم في إعطاء دفعة جديدة للسياحة ، كما يجب أيضا التضافر بين جميع الجهود قصد تحقيق جملة الأهداف التي سطرت أنفا ، أبرزها تحقيق تنمية السياحة الثقافية والعمل على تطويرها بغية استقطاب أكبر عدد من السواح المحليين والأجانب؛ فحتى تتطور السياحة الثقافية يجب الاهتمام بعناصرها بجدية وعلى الدوام و ليس بصفة موسمية، من خلال ترميم المعالم الأثرية وصيانتها وتوفير المرشدين السياحيين على مستواها، وتوفير الأمن، ووضع برامج لتطوير القطاعات السياحية المختلفة من خلال تشجيع الصناعات التقليدية، وإعادة تأهيل القطاع الفندقية وتحديث قطاع النقل السياحي، حتى توفر بذلك كل الخدمات التي يحتاجها السائح وتحقق رضاه وأن يتم أيضا إشراك

كافة المواطنين في هذه العملية و نفهمهم أن السياحة الثقافية أصبحت ضرورة حتمية لما لها من أهمية في جميع الميادين. ويستوجب على الساكنة أن نتخلص من تلك الذهنيات والأفكار السلبية التي قد تعيق نتفق السواح على الجزائر. لذا، يجب عليها أن تحوز على وعي سياحي يمكنها من قبل السائح الأجنبي والتفتح على ثقافته ، فهو ينشط بدوره الحركة السياحية في المنطقة ويزيد من مداخيلها ، وهنا يأتي دور الجامعة ووسائل الإعلام والاتصال التقليدية و الحديثة في الترويج للتراث الثقافي وتسويقه بحلة جذابة تنثر السائح وتنفعه للسفر إلى الجزائر، فلتتحقق بذلك التنمية السياحية المحلية ثم الوطنية .

ويعتبر موضوع السياحة الثقافية ذا أهمية كبيرة فهي تعتبر كصناعة لها عدة أبعاد فهي أحد أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية الشاملة لما لها من القدرة التعرف على ثقافة الآخر وعلى جلب العملة الصعبة وتحسين ميزان المدفوعات و خلق فرص جديدة للعمل، ومن خلال هذا يمكن إقتراح بعض المواضيع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل فاتحة زوايا جديدة جديرة بالدراسة من بينها الوعي السياحي كآلية فعالة في تحقيق التنمية السياحية .

قائمة

المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

باللغة العربية:

- 1 - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة ، الأردن،الوراق للنشر والتوزيع، ط2 2006، ص23.
- 2 - محمد منير حجاب،الإعلام السياحي ، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ،1ط 2002، ص 21.
- 3 - ابن منظور ، لسان العرب بيروت، المجلد الثالث، ط ،1 1997.
- 4- أسعد محمد عكاشة، أثر الثقافة التنظيمية على مستوى الأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2008، ص ص: 13-15، غير منشورة
- 5 - جلييلة حسن حسنين،التتمية السياحية،مصر،الدار الجامعية،2006 20 ص ،
- 6 - زيد عبودي، معجم المصطلحات و تياحيالس الفندق ة،ي عربي انجليزي، عمان، دار كنوز المعرفة، ،1ط ، 2006 ص 2.
- 7- عبد الله جاد فودة، الثقافة التنظيمية وأثرها على الانتماء الوظيفي، بصائر المعرفة، مصر، 2007، ص ص: 63-66.
- 8 - فاروق أحمد مصطفى،البناء الاجتماعي للطريقة الشاذلية في مصر، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 980 ، ص 208.
- 9 ماهر عبد العزيز توفيق ،صناعة السياحة،عمان ، دار زهوان للنشر و التوزيع،1997، ص 48- 49.
- 10 - موفق عدنان الحميري،نبيل زعل الحوامدة ،الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون ، عمان، دارالحامدة للنشر والتوزيع، ص25.
- 11- أمحمدي بوزينة أمنة، السياحة المستدامة و أثرها على التتمية في الجزائر، للملتقى الوطني حول فرص و مخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة، يومي 19 و20 نوفمبر 2012، ص ص 10،11.
- 12- حسين عفاي ،رؤية في الدول النامية، الإسكندرية، دار المطبوعات الجامعية ،ص 16.

- 13- خالد قاسمي، السياحة في الجزائر بين الإمكانيات المتاحة وتحديات التطور ، مجلة الاقتصاد الجديد، 8ماي 2013. ص.ص 254-239.
- 14- زهير عبد الله حسين ، القطاع السياحي في المغرب :الواقع والأفاق ، الرباط ، شركة ببادر للنشر والتوزيع ، 1991، ص7.
- 15- زيد صالح حسن سميع، "أثر الثقافة التنظيمية على الأداء الوظيفي"، رسالة ماجستير، جامعة حلوان، اليمن، 2009، ص : 73-80، غير منشورة.
- 16- عامر عيساني، الأهمية الإقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، 2010، ص103.
- 17- عثمان محمد غنيم، التخطيط أسس ومبادئ عامة، جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، دار حفاء للنشر و التوزيع، ط 1، 1994، ص 160.
- 18- عشي صليحة، الأداء و الأثر الإقتصادي و الإجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، 2011، ص127.
- 19- فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية ،عالم الكتاب ،1، ط2004. ص ، 128.
- 20- محمد بن علي بن حسن الليثي، "الثقافة التنظيمية لمدير المدرسة ودورها في الإبداع الإداري"، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، السعودية، 2008، ص ص: 16 - ،غير منشورة.
- 21- محمد قاسم القريوتي، السلوك التنظيمي، ط 5، دار وائل، الأردن، 2009، ص 172.
- 22- محمود سليمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، ط2، دار وائل، الأردن، 2004 ص: 314-316.
- 23- يحي سعيدي، سليم عمراوي ، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر) ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية 43:16. الساعة على، 02/10/2016:الاطلاع تاريخ ، -95/114 pdf/www.iasj.net/ص.ص ، 201 36 3 العدد، بغداد ، الجامعة

24- سعيد محمد جاد الرب، السلوك التنظيمي، مطبعة العشري، جامعة قناة السويس،
1مصر، 2005، ص 162.

25- فهد يوسف الدويلة، "أثر الثقافة التنظيمية على أداء الموظفين"، رسالة ماجستير،
1جامعة عمان العربية، الأردن، 2007، ص 13، غير منشورة.

باللغة الفرنسية:

1- Laousse –borda :Dictionnaire de français

N°00/06/79686,imprime on France,1997

G.R.Terry et S.G.Franklin, **les principes du management**,

Economica, Paris, 1985, p05.

2- Ghedjghoudj Elhadi, **le management : théorie et pratique**,

office des publications universitaires,2012,Alger,

3- Marc Boyer ,L'invention du tourisme, art de vivre, Paris

- Découvertes ,1996,p.93

4- Valéry Patin.Tourisme et Patrimoine,Paris ,la documentation

française,2005,p.10

المواقع الالكترونية:

1- Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de

site internet : , Situation du parc hôtelier national,l'artisanat

org.dz.www.matta

2- Situation du parc ,Ministère du tourisme et de l'artisanat-

.gov.dz www.mta. ,hôtelier national

Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de – 3
site internet : , Situation du parc hôtelier national,l'artisanat
org.dz.www.matta

Répartition des ,Office national des Statistiques: –**Source** –4
, assimilés par vocation hôtels et établissements
.www.ons.dz/them_sta.htm

فہرِس

فهرس

اهداء

شكر

مقدمة.....ص أ

1. الفصل الاول: التسيير الثقافي.

- المبحث الاول: مفهوم التسيير.....ص 05
- المبحث الثاني: مفهوم الثقافة (التتظمية).....ص 08
- المبحث الثالث: مفهوم السياحة.....ص 18

2. الفصل الثاني: السياحة الثقافية.

- المبحث الأول: نبذة تاريخية عن السياحة الثقافية.....ص 29
- المبحث الثاني: السياحة الثقافية والتخطيط الاستراتيجي لها.....ص 32
- المبحث الثالث: مقومات السياحة الثقافية في الجزائر.....ص 37

3. الفصل الثالث: تنمية السياحة الثقافية.

- المبحث الاول: أهداف التنمية السياحية الثقافية.....ص 47
- المبحث الثاني: مراحل التنمية السياحية الثقافية.....ص 50

خاتمة.....ص 53

قائمة المصادر و المراجع.....ص 56

فهرس