



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال سياحي

العنوان

واقع العملية الاتصالية في المؤسسة السياحية دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

من اعداد الطالب :

هداجي عمر

لجنة المناقشة :

الاستاذ : محفي امين

مشرفا

الاستاذ : بعلي سعيد

رئيسا

الاستاذ : بوظراف جيلالي

مناقشا

السنة الجامعية : 2015 - 2016

فهرس

الجانب المنهجي:

مقدمة

الجانب النظري:

الفصل الاول: ماهية الاتصال

المبحث الاول: الاتصال

المطلب الاول: مفهوم الاتصال

المطلب الثاني: مكونات العملية الاتصالية

المطلب الثالث: انواع الاتصال

المطلب الرابع: عوامل فعالية الاتصال وعوائقه

المبحث الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة

المطلب الاول: تعريف الاتصال الداخلي في المؤسسة

المطلب الثاني: انواع الاتصال الداخلي في المؤسسة

المطلب الثالث: اساليب ووسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة

المبحث الثالث: الاتصال الخارجي في المؤسسة

المطلب الاول: تعريف الاتصال الخارجي في المؤسسة

المطلب الثاني: انواع الاتصال الخارجي في المؤسسة

المطلب الثالث: وسائل الاتصال الخارجي واهدافه

الفصل الثاني: ماهية المؤسسة و السياحة

المبحث الاول: المؤسسة

المطلب الاول: تعريف المؤسسة وتصنيفاتها

المطلب الثاني: وظائف المؤسسة

المطلب الثالث: اهداف المؤسسة

المبحث الثاني: السياحة

المطلب الاول: تعريف السياحة ومكوناتها

المطلب الثاني: انواع السياحة

المطلب الثالث: دوافع السياحة واهميتها

المبحث الثالث: السياحة في ولاية ادرار

المطلب الاول: نبذة عن ولاية ادرار

المطلب الثاني: الامكانيات السياحية لولاية ادرار

المطلب الثالث: الهياكل السياحية لولاية ادرار

الجانب التطبيقي:

الفصل الثالث: دراسة حالة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المبحث الاول: لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المطلب الاول: نشأة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المبحث الثاني: واقع الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار

المطلب الاول: المراجعة الاتصالية

المطلب الثاني: تحليل الاستمارة ونتائج الدراسة

المطلب الثالث: التوصيات والاقتراحات

خاتمة



صورة توضح مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار



صورة توضح فقارة

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الجدول
11	يوضح عناصر عملية الاتصال	01
19	يوضح الاتصال الهابط	02
20	يوضح الاتصال الصاعد	03
20	يوضح الاتصال الافقي	04
46	يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار	05

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
53	يوضح البيانات الشخصية الجنس الخاصة بالموظفين	01
54	يوضح المستوى التعليمي الخاص بالموظفين	02
54	يوضح الموقع المهني للموظفين في المديرية	03
55	يوضح القيام بدورات تكوينية للموظفين	04
55	يوضح إطلاع الموظفين على خدمات مؤسسات سياحية أخرى	05
56	يوضح انتماء الموظفين إلى جماعة معينة	06
56	يوضح التقاء الموظفين معلومات حول	07
57	يوضح كيفية اعتبار الموظفين الاتصال داخل المديرية	08
57	يوضح التقاء الموظفين المعلومات التي يحتاجونها من المسؤول	09
58	يوضح كيفية المعلومات الصادرة من المسؤولين	10
58	يوضح صعوبة الاتصال بالمسؤول الإداري	11
59	يوضح تقديم الموظفين اقتراحات إلى المسؤول	12
59	يوضح الوسائل التي يفضلها الموظفين للاتصال بزملائهم	13
60	يوضح الطريقة التي يفضلها الموظفين لنقل معلوماتهم	14

60	يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المديرية	15
61	يوضح الوسائل الاتصالية تكفي لتبادل المعلومات	16
61	يوضح تلقي الموظفين معلومات	17
62	يوضح حاجة الموظفين إلى تكوين في العملية الاتصالية	18
62	يوضح رؤية الاتصال داخل المديرية	19

فهرس

الصفحة	المحتويات
	إهداء
	شكر
	فهرس
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	الجانب المنهجي
1	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الأول : ماهية الإتصال
8	المبحث الاول: الاتصال
8	المطلب الاول: مفهوم الاتصال
9	المطلب الثاني: مكونات العملية الاتصالية
11	المطلب الثالث: انواع الاتصال
13	المطلب الرابع: عوامل فعالية الاتصال وعوائقه
18	المبحث الثاني: الاتصال الداخلي في المؤسسة
18	المطلب الاول: تعريف الاتصال الداخلي في المؤسسة
18	المطلب الثاني: انواع الاتصال الداخلي في المؤسسة

21	المطلب الثالث: اساليب ووسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة
24	المبحث الثالث: الاتصال الخارجي في المؤسسة
24	المطلب الاول: تعريف الاتصال الخارجي في المؤسسة
24	المطلب الثاني: انواع الاتصال الخارجي في المؤسسة
25	المطلب الثالث: وسائل الاتصال الخارجي واهدافه
الفصل الثاني: ماهية المؤسسة و السياحة	
27	المبحث الاول: المؤسسة
27	المطلب الاول: تعريف المؤسسة وتصنيفاتها
29	المطلب الثاني: وظائف المؤسسة
32	المطلب الثالث: اهداف المؤسسة
34	المبحث الثاني: السياحة
34	المطلب الاول: تعريف السياحة ومكوناتها
35	المطلب الثاني: انواع السياحة
37	المطلب الثالث: دوافع السياحة واهميتها
40	المبحث الثالث: السياحة في ولاية ادرار
40	المطلب الاول: نبذة عن ولاية ادرار
41	المطلب الثاني: الامكانيات السياحية لولاية ادرار
43	المطلب الثالث: الهياكل السياحية لولاية ادرار
الجانب التطبيقي:	
الفصل الثالث: دراسة حالة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار	

44	المبحث الاول: لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
44	المطلب الاول: نشأة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
45	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
47	المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
50	المبحث الثاني: واقع الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
50	المطلب الاول: المراجعة الاتصالية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ادرار
53	المطلب الثاني: تحليل الاستمارة ونتائج الدراسة
64	المطلب الثالث: التوصيات والاقتراحات
66	خاتمة
قائمة المصادر والمراجع	
ملاحق	

مقدمة

يعد الاتصال أحد السمات البارزة وأقدم أوجه النشاط الإنساني ومن أجل تسهيل العملية الاتصالية وتحقيقها بفعالية فإنه يمكن استخدام جملة من الوسائل حسب طبيعة المرسل والموقف الذي يملئ عليه الاتصال، ومن بين هاته الوسائل نذكر السياحة التي تبدو أهميتها من الناحية الاجتماعية واضحة كونها وسيلة فعالة من وسائل الاتصال الفكري بين الشعوب لتبادل الثقافات والعادات والتقاليد أيضاً، ومن أجل خلق جو مشبع بروح التفاهم والتسامح وبالتالي إقرار السلام بين الدول.

لكن الشيء الذي لا يمكن التغاضي عنه أنه لا يمكن لأي مجهود أو أنشطة في المجال السياحي أن تنجح إلا بوجود إستراتيجيات مناسبة على المستوى الإداري وعلى المستوى الاتصالي خصوصاً، وذلك لأن التخطيط السليم للاتصال السياحي يعطي الضمان الأكيد لوجود سياحة كنشاط إنساني من جهة وكرافد اقتصادي من جهة أخرى.

فعلى المستوى الوطني تعد السياحة بكل أنواعها في الجزائر النفط الدائم الذي من شأنه أن يقدم للجزيرة الجزائرية مليارات الدولارات، وذلك طبعاً بتطورها والإهتمام بها وبالشكل السليم سواء من الناحية الإدارية أو الاتصالية، ذلك أن المؤهلات التي تذخر بها بلادنا من تراث فني ومناخ متنوع وموقع استراتيجي وصحراء رائعة وشاسعة وفضاءات طبيعية مختلفة وهائلة، والتي تشكل عوامل أساسية في إعداد منتجات سياحية ومتنوعة وفريدة من نوعها، ولا يمكن التغاضي أو التقليل عن أهميتها الإنسانية والحضارية والاجتماعية والاقتصادية، فلا بد من وجود مبادرات ومشاريع وخطط إتصالية مدروسة لتطويرها وترويجها وتسويقها بالشكل الصحيح، كما أن مستقبل الجزائر متوقف على مدى الاستفادة من هذه الكنوز واستغلالها بالشكل الأمثل بعد القيام بتطويرها وإدارتها بشكل إتصالي فعال، خاصة في ظل الأزمة التي تضرب الجزائر في الوقت الحالي وذلك بتدهور أسعار البترول التي كانت الجزائر تعتمد عليه في بناء اقتصادها، مما جعل الجزائر تعطي بديل له وكان القطاع السياحي له النصيب الأوفر وحظى بإهتمام السلطات الجزائرية به والقيام باستراتيجيات وتسهيلات للإستثمار في هذا الجانب قصد النهوض به وميلاد اقتصاد جديد ودائم للجزائر.

من هنا بدأ بحثي الذي شغلني ورأيت أنني بحاجة إلى محاولة معرفة واقع العملية الاتصالية في المؤسسة السياحية بصفة خاصة باعتبارها نشاطاً حركياً يكمل بقية الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، كما أنها

صناعة تتضمن التخطيط والتنفيذ والترويج وذلك من خلال ما توصل إليه الباحثون في هذا الجانب وما توصلت إليه أنا من خلال دراستي لحالة من المؤسسات السياحية وهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار.

ولتفكيك هذا الموضوع ارتأيت بالإستعانة بالخطة الآتية والتي قسمتها إلى الجانب المنهجي، الجانب النظري ، الجانب التطبيقي.

حيث قسمت الجانب النظري إلى فصلين الفصل الأول تطرقت فيه إلى ماهية الاتصال وقسمته إلى ثلاثة مباحث هي: المبحث الأول يتحدث عن الاتصال أما المبحث الثاني الاتصال الداخلي في المؤسسة والمبحث الثالث الاتصال الخارجي في المؤسسة.

أما الفصل الثاني فقد تطرقت فيه إلى ماهية المؤسسة والسياحة واحتوى أيضاً على ثلاثة مباحث وهي: المبحث الأول المؤسسة أما المبحث الثاني في السياحة والمبحث الثالث السياحة في ولاية أدرار.

أما الجانب التطبيقي فقد تطرقت إليه في الفصل الثالث الذي خصصته للحدوث عن واقع العملية الاتصالية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار وقسمته إلى مبحثين هما: المبحث الأول لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار من النشأة إلى الهيكل التنظيمي ومهامها، أما المبحث الثاني عن واقع الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار من مراجعة اتصالية وتحليل الاستمارة ونتائج الدراسة ثم الخروج بتوصيات واقتراحات.

وفي الأخير أتممت هذا المبحث بخاتمة شملت أهم ما توصلت إليه في دراستي والتي دعوت من خلالها إلى ضرورة الاهتمام بالمؤسسات السياحية لتقديم خدمات وتسهيلات سياحية خاصة المؤسسات العامة.

1-الإشكالية:

كيف تتم العملية الاتصالية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار ؟

وما مدى فعالية الاتصال الداخلي والخارجي فيها ؟

2- التساؤلات:

2-1- ما مفهوم الاتصال ؟ وما أهميته في المديرية ؟

2-2- كيف تتم هذه الممارسة داخل المديرية ؟

2-3- ما هي طرق الاتصال المتبعة في المديرية ؟

2-4- ما هو واقع الاتصال في المديرية ؟

2-5- كيف يتم الاتصال الداخلي والخارجي في المديرية ؟

2-6- ما هي أساليب الاتصال المتبعة في المديرية ؟

3- أهمية الموضوع:

لهذا الموضوع أهمية كبيرة لما يقدمه من حلول لمشاكل الاتصال بين المسؤول والموظفين أو العكس، أو بين الموظفين في نفس المستوى داخل المؤسسة وتحقيق الفعالية الاتصالية بالتغلب على المعوقات التي تعيق العملية الاتصالية، كما أن الاتصال الجيد والفعال ضروري في مرحلة التخطيط والتنفيذ ومتابعة البرامج، ومن الضروري التعرف على مدى فعالية الاتصال وأهميته في المؤسسات السياحية.

4- أسباب اختيار الموضوع:**4-1- أسباب موضوعية:**

- نقص الأبحاث والدراسات في هذا المجال؛

- إثراء المكتبة الجامعية بمرجع يفيد الطلبة في بحوثهم؛

- إبراز دور فاعلية الاتصال على الصعيد الداخلي.

4-2- أسباب ذاتية:

- الرغبة الكبيرة في الخوض أكثر في هذه التخصص؛

-حادثة الموضوع وقلة التطرق إليه كدراسة جامعية؛

-معرفة الأسباب التي تؤدي إلى عرقلة الاتصال في المؤسسة السياحية؛

-قناعاتي التامة وتمسكي بأهمية الدراسة التي تمس مؤسسة حكومية والعلاقات الاتصالية داخلها؛

-محاولة تطبيق ما تطرف إليه في الجانب النظري مع ما هو موجود في أرض الواقع.

5-أهداف الدراسة :

إن أي دراسة هادفة وجادة إلا وترسم لنفسها أهداف تسعى لتحقيقها قدر الإمكان ومن هنا حاولت في

موضوعي واقع العملية الاتصالية في المؤسسة السياحية تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

-إيضاح ماهية الاتصال وأهميته في المديرية؛

-التعرف على واقع العملية الاتصالية داخل المديرية؛

-معرفة مدى فعالية الاتصال الداخلي والخارجي في المديرية؛

-معرفة عوائق الاتصال داخل المديرية ووضع اقتراحات وتوصيات لها.

6-منهج الدراسة وأدواته:

غالباً ما يفرض البحث العلمي المنهج الذي يناسب طبيعته ويختلف المنهج باختلاف الوسائل والإمكانيات

المتاحة، فالمنهج هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقية، حين

نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة عليها للآخرين، حين نكون بها عارفين¹.

والمقصود بالمنهج في البحث العلمي هو مجموعة من الأساليب والوسائل المستعملة في عملية البحث من جمع

المادة العلمية إلى تحليلها وصولاً إلى عرض نتائجها.

واتبعت في دراستي هذه منهج دراسة حالة الذي يعني البحث المتعمق الذي يهتم بجميع الجوانب المتعلقة

بموقف معين أو موضوع واحد وبصورة مفصلة ودقيقة، ويعد هذا المنهج الأسلوب المناسب لجمع معلومات

¹-عبد الرحمان بدوي : "مناهج البحث العلمي"، ط3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977، ص4.

تفصيلية وشاملة عن حالة محددة ومحاولة دراسة وتحليل ما تم جمعه من هذه المعلومات والبيانات دراسة عميقة وشاملة تفصيلية للوصول إلى النتائج الأفضل لتلك الحالة².

-أدوات المنهج:

لا تخلوا أي دراسة من استخدام عدد من الأدوات المنهجية في جمع المعلومات والبيانات في مجتمع البحث المدرس، وقد استخدمت في دراستي الأدوات التالية:

-الملاحظة: تعتبر من أهم الأدوات المستخدمة في جميع البيانات لأنها تسمح للباحث بجميع المعلومات والحقائق والحقل الطبيعي للدراسة³.

وللملاحظة فوائد كثيرة حيث تسمح مجالاً للباحث لملاحظة الظروف التي تنحصر فيها البحث، كما يمكنه كذلك من مشاهدة السلوك والعلاقات وتفاعلات المبحوثين في الأجواء الطبيعية والمميزة بعيداً عن التصنع وهذا ما يؤدي إلى الفهم الصحيح والحقيقي للظاهرة محل الدراسة، وهذا ما تجلّى لي من خلال اقتراي من مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار وانشغالي بالموضوع رصدت العديد من الملاحظات والتي سوف أتطرق إليها في الجانب التطبيقي.

-المقابلة: تعتبر من ضمن أدوات البحث العلمي حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات من الأشخاص الذين يملكونها⁴.

فقد قمت بالعديد من المقابلات ومن بينها مع مدير السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار، ورئيس مصلحة الإدارة والوسائل و بعض رؤساء المكاتب وبعض الموظفين وذلك بتوجيه أسئلة عن واقع العملية الاتصالية بالمديرية.

-الإستمارة: هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة تدور حول مواضيع نفسية أو اجتماعية أو تربوية، يجب عنها المفحوص بنعم أو لا أو وضع علامة حول الإجابة المختارة، وهو يصلح للكشف عن الميول المهنية والثقافية والمعتقدات أو عن سمات خلفية واجتماعية.

²-دلال القاضي، محمود البياتي : "منهجية وأساليب البحث العلمي"، دون طبعة، عمان، دار حامد، 2008، ص66.

³-إحسان محمد حسن : " الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي"، دون طبعة، دار الطليعة، 1999، ص55.

⁴-جيهان أحمد رشتي: "الأسس العلمية لنظريات الاتصال"، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975، ص50.

حيث اعتمدت في دراستي على استمارة موجهة إلى موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار والعينة كانت (20 موظف)، والتي تناولت فيها أسئلة مقسمة إلى 5 محاور وكل محور يحتوي على مجموعة من الأسئلة.

7-الدراسات السابقة:

يتميز المجال العلمي بالتراكم المعرفي فكل دراسة جديدة إلا وتستعين بالدراسات السابقة وفيما يخص موضوع دراستي صادفت دراستي واحدة وهي:

-دراسة تحت عنوان الاتصال في المؤسسات السياحية فندق الشيراتون بوهران نموذجاً، من إعداد الطالبة: جيلالي بوزيد كريمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، سنة 2010-2011، اعتمدت على منهج دراسة حالة واستخدام أداة الملاحظة والمقابلة والاستبيان، حيث توصلت إلى النتائج التالية: الاتصال بنوعيه الداخلي والخارجي في الفندق يستعمل كل الوسائل التي تسهل العملية الاتصالية، و أن الفندق له سياسة اتصالية واضحة المعالم والأهداف، وأن الفندق يستعمل جميع الأساليب الاتصالية بطريقة مستمرة.

8-تحديد المفاهيم:

-الاتصال: هو العملية أو الطريقة التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل في مضامين معينة، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.

-المؤسسة: هي وحدة إنتاجية تمارس نشاط الإنتاج والنشاطات المتعلقة بالتخزين والشراء والبيع من أجل تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها.

-السياحة: قامت المنظمة العالمية للسياحة بتعريفها على أنها مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة ولأغراض أخرى.

8-صعوبات الدراسة:

اعتترضت صعوبات في إنجاز بحثي والتي وقفت كحاجز أمام توسع الدراسة أكثر ولعل أبرزها:

-ندرة المراجع التي تصب في إطار موضوعي إن لم نقل انعدامها؛

-صعوبة ترجمة المعلومات المتوفرة في الموضوع من الفرنسية إلى العربية.

المبحث الأول : لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

المطلب الأول : نشأة مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية أدرار

مرت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار بعدة مراحل فكانت كمصلحة للسياحة تحت وصاية مديرية الثقافة والسياحة وهذا قبل سنة 1987م، وبعدها كمصلحة تحت وصاية مديرية الطاقة و المناجم، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 غشت 1995 تم إنشاء مديريات السياحة والصناعة التقليدية أو مفتشية للسياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية، وكانت من بينهم ولاية أدرار التي تم فيها إنشاء مديرية السياحة والصناعة التقليدية.⁷¹

وفي سنة 2005 وبناءً على الدستور لاسيما المادتان 85-4 و 125 (الفقرة 2) منه، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 05/216 في 11 يونيو 2005 تم إنشاء مديريات السياحة بالولايات وتم الاستغناء عن الصناعة التقليدية.⁷² وفي سنة 2010 وبناءً على الدستور لاسيما المادتان 85-3 و 125 (الفقرة 2) منه وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 تم إنشاء مديرية السياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية، وتم من خلال هذا المرسوم إعادة إدراج الصناعة التقليدية إلى جانب السياحة وعليه تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية يضم ثلاث مصالح وتضم كل مصلحة مكاتبين أو ثلاثة مكاتب وهذا هو الوضع الساري المفعول حالياً.⁷³

وفي سنة 2015 أدرج تغيير في الوزارة وأصبحت تسمى وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية تحت إشراف الوزير عمار غول ولم يلاحظ أي تغيير على مستوى المديريات الولائية بل بقية على حالها.

⁷¹-مقابلة مع السيد : نهار نور الدين، مفتش في مصلحة السياحة، تمت يوم 10/04/2016 على الساعة الثالثة زوالاً بمكتبه.

⁷²-الجريدة الرسمية، العدد 41، المؤرخ في 12 يونيو 2005، ص10.

⁷³-الجريدة الرسمية، العدد 63 المؤرخ في 26 أكتوبر 2010، ص18.

الموقع: تقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية في ولاية أدرار في الحي الإداري بتيليلان يحدها من الشمال وحدة البحث و الطاقات المتجددة ومن الجنوب الطريق الوطني رقم 06، ومن الشرق ديوان مؤسسات الشباب لولاية أدرار، ومن الغرب شارع.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

تضم المديرية ثلاثة مصالح وهي :

1-مصلحة السياحة : وتضم ثلاثة مكاتب وهي :

-مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية؛

-مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء؛

-مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

2-مصلحة الصناعة التقليدية : وتضم ثلاثة مكاتب وهي :

-مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف؛

-مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية؛

-مكتب الدراسات والإحصاء.

3-مصلحة الإدارة والوسائل : وتضم ثلاثة مكاتب وهي :

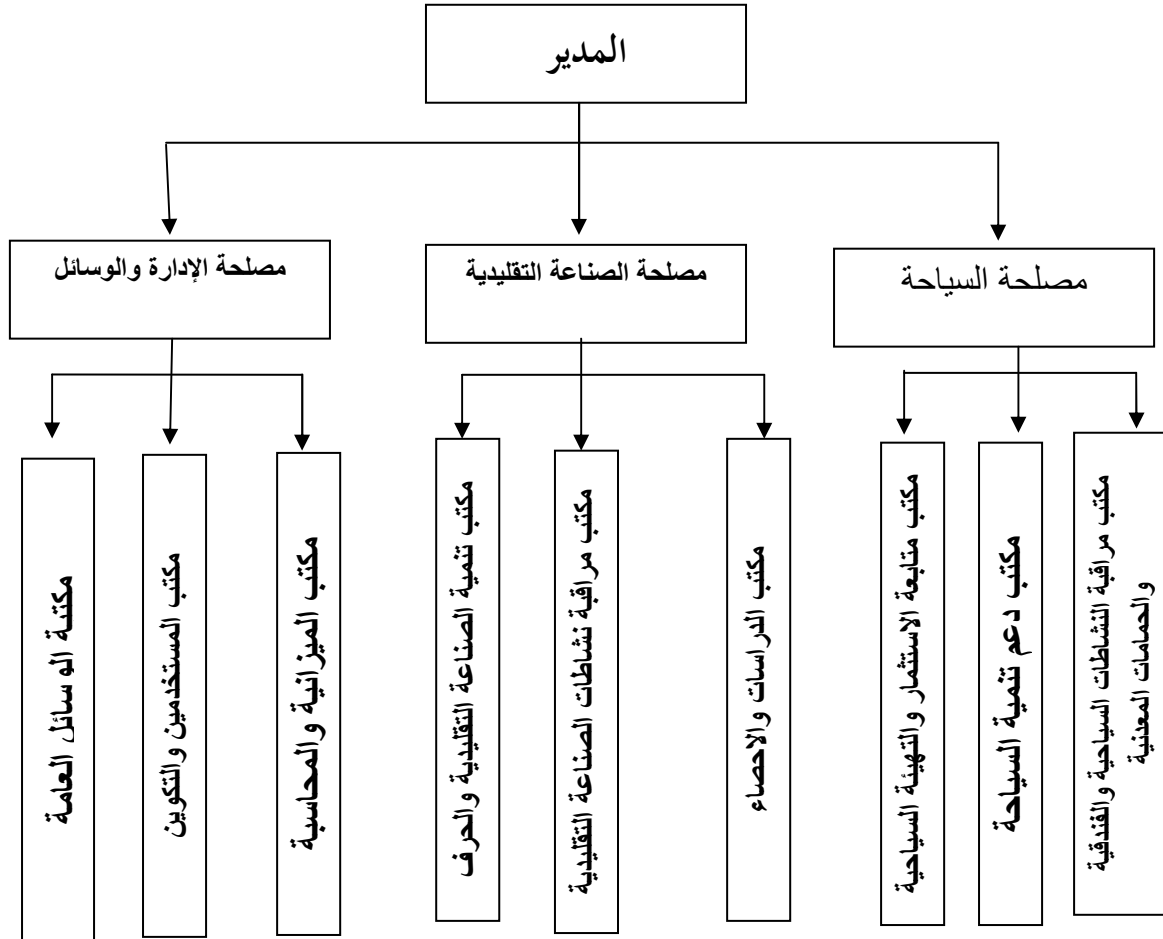
-مكتب الوسائل العامة؛

-مكتب المستخدمين والتكوين؛

-مكتب الميزانية والمحاسبة.

دراسة حالة لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار
لمحة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية

الفصل الثالث
المبحث الاول
أدرار



الشكل رقم (05) : يوضح الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار.

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار.

المطلب الثالث : مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية بمهام خاصة بكل المصالح الثلاثة الموجودة فيها وهي :

1-مصلحة السياحة⁷⁴ :

-إعداد مخطط سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية؛

-المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية؛

-السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية؛

-تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية؛

-تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقوم نتائجها؛

-جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات

المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها؛

-المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد

البشرية؛

-إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي؛

-توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية؛

-السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال؛

-المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط

السياحي؛

⁷⁴ -الجريدة الرسمية، العدد 63، مرجع سابق، ص18.

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه؛
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي؛
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق الاستثمار وترقية و جودة النشاطات السياحية؛
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعينة في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف واثمين الموارد البشرية؛
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية؛
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2-مصلحة الصناعة التقليدية⁷⁵ :

- إعداد مخطط سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية؛
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- السهر على تطبيق واحترام قوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛

⁷⁵-الجريدة الرسمية، العدد 63، مرجع سابق، ص19.

-تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها؛

-المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلق بتقييم الأنشطة الحرفية؛

-جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها؛

-إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية؛

-تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

3-مصلحة الإدارة والوسائل⁷⁶ :

-إعداد مخطط تسيير الموارد البشرية؛

-إعداد حصيلة الشغل؛

-وضع الميزانية السنوية ومتابعتها؛

-إعداد الوضعية المالية السنوية والشهرية؛

-إقتناء اللازم والعتاد الخاص بالمديرية؛

-إعداد الرواتب والأجور؛

-متابعة المشاريع القطاعية.

⁷⁶ -مقابلة مع السيد : بن هاشم مولاي سليمان، رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، تمت يوم 2016/04/12. على الساعة الثانية والنصف زوالاً بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار.

المبحث الثاني : واقع الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

المطلب الأول : المراجعة الاتصالية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار

إن الهدف الأساسي لإجراء هذه المراجعة الاتصالية هو التعرف على الوظيفة الاتصالية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار ومدى تأثير ذلك على العملية الإدارية بالمديرية، واقتصرت ذلك من خلال المقابلة والملاحظة التي قمت بها، حيث كان الهدف هو الحصول على معلومات كافية ووافية حول موضوع الدراسة، فقد أجريت مقابلة مع مدير مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار السيد "عوماري مولاي التهامي" وطرحت عليه بعض الأسئلة التي تصب حول واقع العملية الاتصالية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية، وكانت الأسئلة على النحو التالي⁷⁷:

-السؤال الأول : ما هو واقع العملية الاتصالية داخل المديرية فكانت إجابته ب : بأن واقع العملية الاتصالية بالمديرية سلس وفعال لكون عدد الموظفين محدد جداً ومصالحها ليست بالحجم الكبير الذي تتعقد فيه العلمية الاتصالية بالإضافة إلى أن المهام محددة ومعروفة لدى الجميع بحكم القانون الذي يحكم ويسير المديرية (القانون الأساسي) كما أن الهيكل التنظيمي للمديرية مستوعب من طرف جميع الموظفين نظراً لبساطته أي غير معقد ولا يحتوي على أقسام متشعبة (كثيرة) مما يسهل على الموظف التعرف بشكل صحيح وسهل على الأوامر كما يسهل على المدير ورؤساء المصالح بتحليل التغذية الراجعة كذلك بشكل بسيط.

-السؤال الثاني : ما هي الخدمات التي تقدمها المديرية فأجاب قائلاً : بأن الهدف من تأسيس المديرية هو تقديم خدمة عامة للجمهور العام والمتعاملين في قطاع السياحة بشكل عام وعلى وجه السوى، بمعنى أن المؤسسة لا تهدف للربح بل تهدف إلى تقديم خدمة عامة وهيئة البيئة الملائمة لترقية وتطوير النشاط السياحي عبر كامل تراب إقليم الولاية، كما أنها من حين إلى آخر تقوم بعلميات ترقية في هذا الإطار وذلك بطبع مطويات ودلائل إرشادية تحسيسية تبرز من خلالها الإمكانيات والمتاحات السياحية الموجودة بالولاية والفرص الاستثمارية المتوفرة والخدمات الملحق بها.

⁷⁷ - مقابلة مع السيد : عوماري مولاي التهامي، مدير السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار، تمت يوم 2016/04/12 على

الساعة العاشرة صباحاً بمكتبه .

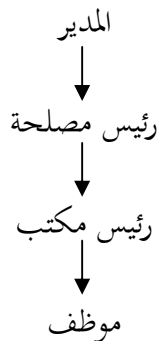
-السؤال الثالث : هل لديكم سياسة اتصالية تطبقونها أو تعتمدون عليها فأجاب أن السياسة الاتصالية الوحيدة المعتمدة داخل المديرية مؤطرة عن طريق القانون الذي يضبط تسيير المديرية ويحدد مهام مصالحها فيرى أن الواقع الاتصالي في المديرية يهدف إلى إيصال المعلومات إلى الموظفين بشتى الوسائل وبخاصة منها ما هو واقعي يتماشى وطبيعة العلاقات الإنسانية داخل المديرية. ومن خلال ملاحظتي أيضاً أنا في المديرية رأيت بأن العملية الاتصالية تحدث بشكل عفوي بين الموظفين.

-السؤال الرابع : هل يخضع الموظفون إلى تكوين علمي في الاتصال فأجاب قائلاً : بصفة دورية وحسب البرنامج الذي تسطره الجهات الوصية (المركزية) الوزارة، ويخضع له في غالب الأحيان الموظفون ذوي الدرجات العالية (رئيس مكتب، رئيس مصلحة، مفتشون ومهندسون).

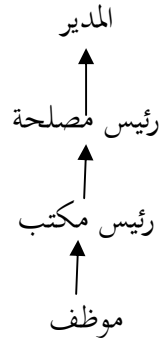
-السؤال الخامس : ما هي أنواع الاتصال الموجودة في المديرية فأجاب عليه هناك نوعين رئيسيين هما الاتصال المباشر أي من الرئيس إلى المرؤوسين ونوع غير مباشر عن طريق المنظمات العمالية كالنقابة ولجنة الخدمات، أما الخارجي فيعتمد على القنوات الرسمية المنصوص عليها قانوناً. بالإضافة إلى ما لاحظته من خلال تواجدي في المديرية أن هناك أنواع أخرى تحدث في المديرية وهي :

1-الاتصالات الرسمية : والتي تتمثل في الوثائق الرسمية وتسير في الاتجاهات الآتية :

1-1-الاتصال الهابط : يتمثل في القرارات والأوامر التي تصدر من المستويات العليا للإدارة على مستوى المديرية إلى المستويات الدنيا، والمتمثلة في المدير ورؤساء المصالح و رؤساء المكاتب، ويكون على الشكل التالي :



1-2-الاتصال الصاعد : ويتمثل في الاقتراحات والشكاوى التي تصدر من المستويات الدنيا على مستوى المديرية إلى المستويات العليا للإدارة، والمتمثلة في موظفو المصالح ويكون على الشكل الآتي :



1-3-الاتصال الأفقي : ويتمثل في الاتصال بين مصلحة ورئيس مصلحة مثلاً ويكون على الشكل الآتي :

رئيس مصلحة السياحة ← رئيس مصلحة الصناعة التقليدية

رئيس مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية ← رئيس مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف

موظفي في مصلحة السياحة ← موظف في مصلحة الإدارة والوسائل

2-الاتصال الغير الرسمية : وهو الذي يتمثل من خلال الاتصالات الشخصية الغير الرسمية بين الموظفين والعمل بحكم العلاقات الاجتماعية والمقابلات مع الموظفين الآخرين.

السؤال السادس : ما هي الوسائل المستعملة في الاتصال في المديرية فكان جوابه هناك عدة وسائل وبعبارة أدق يمكن استعمال كل الوسائل التي من شأنها أن تجعل من العملية الاتصالية تسير بشكل مستمر ودائم وهي على النحو التالي :

1-الوسائل المكتوبة الموجودة في المديرية : هي المطبوعات، التقارير، الشكاوي، لوحة الإعلانات، الفاكس، دليل سياحي.

2-الرسائل الشفوية الموجودة في المديرية : هي الأوامر، التعليمات، مقابلات، الاجتماعات.

3-الوسائل السمعية والبصرية الموجودة في المديرية : هي الهاتف، الملصقات، الانترنت، البريد الإلكتروني.

-السؤال السابع : من هو الجمهور الذي تتعاملون معه خارج المديرية فأجاب قائلاً بان المؤسسة تتعامل مع الجمهور العام بشكل إجمالي إلا أن في غالب الأحيان يكون التعامل محصور على طالبي الخدمة في إطار القطاع

السياحي، وخاصة منهم المستثمرين وأصحاب الوكالات السياحية والمؤسسات الفندقية بالإضافة إلى الحركات الجمعية التي تنشط في القطاع السياحي ومن حين لآخر الطلبة والباحثين... الخ.

المطلب الثاني : تحليل الاستثمار ونتائج الدراسة

1-تحليل الاستثمار :

استعملت في دراستي هذه الاستثمار وذلك لهدف واحد وهو الوصول إلى نتائج أكثر دقة و مصداقية، وقد اخترت 20 موظف كعينة للدراسة مقارنة بعدد الموظفين الذي يفوق 30 موظف حسب ما قال لي السيد: نهار نور الدين مفتش لدى مصلحة السياحة، وسوف اكتفي في تحليلها في جداول بسيطة فقد تكون كافية لمعالجة دراستي، وتحتوي الاستثمار على 20 سؤال وزعتها على الموظفين بكل الأطياف وذلك خدمة لدراستي المتمثلة في واقع العملية الاتصالية في المؤسسة السياحية .

الجدول رقم (01) : يوضح البيانات الشخصية (الجنس) الخاصة بالموظفين

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
65	13	ذكر
35	7	أنثى
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول الخاص بالجنس أن معظم الموظفين في المديرية من الذكور بحيث بلغت نسبتهم 65%، وأما بالنسبة للإناث فبلغت نسبتهم 35% فتعد أصغر من الذكور، ويتضح لنا هذا أن المديرية يغلب عليها الجنس الذكري أكبر من الإناث.

الجدول رقم (02) : يوضح المستوى التعليمي الخاص بالموظفين.

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
35	7	ثانوي
60	12	جامعي
5	1	دراسات عليا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أنه يوجد في المديرية مستوى تعليمي عالي وهذا من خلال النسب المتحصل عليها فقدرت نسبة الجامعيين ب: 60% وهناك أيضاً أصحاب دراسات عليا وقدرت نسبتهم ب: 5%، وأما نسبة الثانويين قدرت ب: 35%. وأثناء تواجدي في المديرية سألت أحدهم كيف تم توظيفك قال لي على أساس شهادة تحصل عليها في المعهد في تخصص الإعلام الآلي .

الجدول رقم (03) : يوضح الموقع المهني للموظفين في المديرية .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
10	2	رئيس مصلحة
40	8	رئيس مكتب
50	10	موظف عادي
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة الموظفين العاديين تحتل أكبر نسبة قدرت ب 50%، ونسبة رؤساء المكاتب ب: 40%، أما رؤساء المصالح ب: 10%، ونلاحظ أيضاً أن من بين الموظفين الذين لهم نفس المستوى التعليمي (جامعي) إلا أن واحد موظف عادي والآخر رئيس مصلحة، وقد سألت أحد الموظفين الذين تنطبق عليه هذه الخاصية وأجاب بأنه يفوقه خبرتاً .

الجدول رقم (04) : يوضح القيام بدورات تكوينية للموظفين .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
25	5	نعم
75	15	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن هناك عدد كبير من الموظفين لم يقوموا بدورات تكوينية في الاتصال، ونسبتهم 75% . أما الذين قاموا بدورات تكوينية فنسبتهم 25%، ومن خلال ملاحظاتي لأوراق الاستمارة فإن الخمسة الذين قاموا بدورات تكوينية كلهم رؤساء مكاتب، ورؤساء مصالح وكانت الدورة عبارة عن أيام وأنهم استفادوا من هاته الدورة والخمسة أجابوا هكذا.

الجدول رقم (05) : يوضح إطلاع الموظفين على خدمات مؤسسات سياحية أخرى .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
75	15	نعم
25	5	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن هناك نسبة كبيرة أطلعت على خدمات سياحية أخرى قدرت ب: 75%، وأما 25% المتبقية فهي لم تطلع على أي خدمات سياحية أخرى وهذا ما يكسب الموظفين عنصر الاكتشاف وزيادة المعلومة.

الجدول رقم (06) : يوضح انتماء الموظفين إلى جماعة معينة .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
30	6	نعم
70	14	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية الموظفين لا ينتمون إلى أي جماعة معينة، وجاءت نسبتهم ب: 70%، أما 30% المتبقية فهم ينتمون إلى جماعة معينة ولاحظت من خلال تواجدي في المديرية أن من معيقات الاتصال داخلها هو عدم الانتماء إلى جماعة معينة و ذلك يؤدي إلى عدم الاحتكاك بين الموظفين و عدم تحقيق عملية التواصل فيما بينهم، وأما الستة (06) أشخاص الذين ينتمون إلى جماعة معينة من بينهم 03 ينتمون إلى جماعة نفس الوظيفة، واثنان إلى جماعة في الصداقة و واحد إلى جماعة في نفس الجنس .

الجدول رقم (07) : يوضح التقاء الموظفين معلومات حول .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
60	12	كيفية تنفيذ العمل
20	04	البرنامج اليومي للعمل
20	04	الأجل الزمني للعمل
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن معظم الموظفين داخل المديرية يتلقون معلومات حول كيفية تنفيذ العمل وجاءت نسبتهم ب: 60%، وتساوي في البرنامج اليومي والأجل الزمني بنسبة 20% لكل واحد منهما، وهذا ما يدل على أن الميسر في المديرية كثير الكلام والأوامر وكذلك التعليمات نتيجة لنقص مؤهلات عملية لدى الموظفين .

الجدول رقم (08) : يوضح كيفية اعتبار الموظفين الاتصال داخل المديرية .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
50	10	عادي
40	08	عملي
10	02	تشجيعي
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن الاتصال في المديرية بالنسبة لأغلبية الموظفين اتصال عادي وجاءت بنسبة 50%، وهذا ما لاحظته شخصياً في المديرية، أما البعض فرأى ان الاتصال عملي وقدرت بنسبة 40%، وجاء في الأخير باعتباره تشجيعي بنسبة 10%.

الجدول رقم (09) : يوضح التقاء الموظفين المعلومات التي يحتاجونها من المسؤول .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
85	17	نعم
00	00	لا
15	03	من جهة أخرى
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أغلبية الموظفين في المديرية يتلقون المعلومات التي يحتاجونها من المسؤول الإداري، وجاءت نسبتهم 85% وهذا يعني أن العملية الاتصالية بطريقة منتظمة ومتسلسلة وهناك بعض العمال يتلقونها من جهات أخرى، وقدرت نسبتهم ب: 15% وهذا ممكن في نظري يرجع إلى عدم التفاهم بين الموظف ومسؤوله.

الجدول رقم (10) : يوضح كيفية المعلومات الصادرة من المسؤولين .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
70	14	واضحة
00	00	غير واضحة
20	04	تتحصل عليها بسرعة
10	02	تتحصل عليها ببطء
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن معظم المعلومات التي تصدر من المسؤولين واتجاه الموظفين واضحة بنسبة قدرت ب: 70% وهذا ما وضحه لي السيد المدير (عوماري مولاي التهامي) ، حيث قال أن الموظفين في المديرية يتحصل على المعلومة بشكل صحيح وهذا ما يجعلها واضحة، أما البقية فتتحصل عليها بسرعة وقدرت النسبة ب: 20%، أما الآخرون فيحصلوا عليها ببطء وقدرت النسبة ب: 10% وهذا ما يعيق الاتصال في المديرية .

الجدول رقم (11) : يوضح صعوبة الاتصال بالمسؤول الإداري .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
15	03	نعم
75	15	لا
10	02	أحيانا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 75% من الموظفين لا يجدون صعوبة في الاتصال بالمسؤول الإداري وهذا يعني أن هناك اتصال صاعد في المديرية، بينما 15% يجدون صعوبة في الاتصال، و 10% أجابوا أحيانا .

الجدول رقم (12) : يوضح تقديم الموظفين اقتراحات إلى المسؤول .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
65	13	نعم
35	07	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 65% من الموظفين قدموا اقتراحات إلى مسؤولهم وهذا ما يجسد اتصال تصاعدي وذلك من الموظف إلى المسؤول عن طريق اقتراحات، و 35% لم يقدموا اقتراحات، أما الموظفين (13) الذين قدموا اقتراحات (09) منهم قدموها على شكل كتابي أما الأربعة الباقية على شكل شفهي .

الجدول رقم (13) : يوضح الوسائل التي يفضلها الموظفين للاتصال بزملائهم .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
20	04	الهاتف
30	06	الاجتماع
50	10	المقابلة
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أغلب الموظفين في المديرية يفضلون المقابلة للاتصال بزملائهم، حيث وصلت النسبة إلى 50% لأنها تعد وسيلة لتبادل المعلومات وجه لوجه، ومنهم من يفضل الاجتماع وجاءت نسبتهم 30% وهذا ما ينمي روح الفريق الواحد ويمنحهم الفرصة للتعبير عن رغباتهم وأرائهم وجاء في الأخير الهاتف بنسبة 20%، وهذا راجع لصغر حجم المديرية وقرب مصالحها.

الجدول رقم (14) : يوضح الطريقة التي يفضلها الموظفين لنقل معلوماتهم .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
10	02	الرؤساء
35	07	الزملاء
20	04	الرسائل الرسمية
05	01	الشبكة الخاصة بكم
30	06	الاجتماعات
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 35% من الموظفين يفضلون نقل المعلومة عبر الزملاء، و30% يفضلون نقلها عن طريق الاجتماعات التي تعطي إمكانية الحوار، و20% يفضلون نقلها عبر الرسائل الرسمية التي تكون في إطار الأسس والقوانين التي تحكم المديرية. و10% منهم يفضل نقلها عبر الرؤساء، وكانت النسبة ضئيلة بالنسبة للذين يفضلون نقلها عبر الخاصة ب 5%.

الجدول رقم (15) : يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المديرية .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
35	07	الوسائل الكتابية
45	09	الوسائل الشفوية
00	00	الوسائل السمعية البصرية
20	04	الوسائل الإلكترونية
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن أغلب الموظفين يرون أن المديرية تعتمد على الوسائل الشفوية التي قدرت ب: 45%، وتعتبر سهلة ويمكن إيصالها بسرعة وبالنسبة للوسائل الكتابية قدرت ب: 35% وتعد حسب قول أحد الموظفين أنها ذوي مصداقية وثقة، أما الوسائل الإلكترونية فجاءت بنسبة 20% و الشيء الملاحظ من الجدول أن الوسائل السمعية البصرية تنعدم في المديرية.

الجدول رقم (16) : يوضح الوسائل الاتصالية تكفي لتبادل المعلومات .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
65	13	نعم
35	07	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 65% من الموظفين يرون أن الوسائل الاتصالية في المديرية تكفي لتبادل المعلومات وهذا ما أكد عليه السيد المدير في المقابلة حين قال يمكن استعمال كل الوسائل التي من شأنها أن تجعل من العملية الاتصالية تسير بالطريق الجيد، وجاءت نسبة 35% أنهم يرونها لا تكفي لتبادل المعلومات في ظل التطورات التكنولوجية الموجودة حالياً حسب أحد الموظفين الذي لا يراها تكفي .

الجدول رقم (17) : يوضح تلقي الموظفين معلومات .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
30	06	سلم الترقية
35	07	سلم الأجور
35	07	التكوين والتربصات
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 35% من الموظفين يتلقون معلومات حول التكوين والتربصات وحسب المقابلة مع السيد نهار نور الدين الذي قال لي أن الكثير من الموظفين يتلقون تكوينات ولكنها ليست في الاتصال بل حسب المناصب التي يشغلونها وحسب تخصصاتهم وهذا ما لاحظته من طرف بعض الموظفين أن لديهم نقص في الاتصال، و جاءت نسبة 35% من الذين يتلقونها في سلم الأجور و30% في سلم الترقية وهي ما يطمح لها الكثير من الموظفين .

الجدول رقم (18) : يوضح حاجة الموظفين إلى تكوين في العملية الاتصالية .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
90	18	نعم
10	02	لا
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن معظم الموظفين التي جاءت نسبتهم ب: 90% بأنه يجب على الموظفين تلقى تكوين خاص بالعملية الاتصالية وهذا ما لاحظته في المديرية شخصياً أن الاتصال بين الموظفين يتم بطريقة عادية، و10% يقولون أن الموظفين ليس بحاجة إلى تكوين في الاتصال وهي نسبة ضئيلة جداً .

الجدول رقم (19) : يوضح رؤية الاتصال داخل المديرية .

النسبة (%)	التكرار	الإجابة
15	03	ضعيف
65	13	متوسط
20	04	جيد
100	20	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 65% يرون أن الاتصال داخل المديرية متوسط، و15% ضعيف، ونسبة 20% يرون أنه جيد وهذا ما يعكس واقع المديرية في الاتصال بصفته اتصال عادي وبسيط.

السؤال رقم 20 : الاقتراحات التي قدمها الموظفون لتحسين العملية الاتصالية داخل المديرية هي :

- الشفافية في العمل والوضوح وعدم احتكار المعلومة؛
- إعطاء المعلومة من غير طلبها؛
- دورات تكوينية في الاتصال؛
- استغلال التكنولوجيا الحديثة؛
- تقديم آراء مختلفة حول تحسين عملية الاتصال؛
- احتكاك الموظفين بالعالم الخارجي والمؤسسات الأخرى من أجل كسب الخبرة؛
- اشتراك بعض الموظفين (الإطارات) في عملية اتخاذ القرارات؛
- إنشاء شبكة معلوماتية داخلية بين جميع المصالح والمكاتب والمسؤول المباشر؛
- ضرورة وضع منهجية معينة في الاتصال واحترام السلم الإداري في الاتصال؛
- وضع شبكة رقمية داخلية بين الموظفين وحتى بالوزارة الوصية لتسهيل الاتصال بدل الوسائل المكتوبة ؛
- الصراحة في التعامل الإداري.

2-نتائج الدراسة:

إن النتائج المتوصل إليها من خلال بحثي هي الإجابة على مجموعة التساؤلات التي رافقت الإشكالية من جهة وفي ذات الوقت هي خلاصة ما تم دراسته في الجانب التطبيقي بناء على الجانب النظري الذي سبقه وهي أن دراستي وأسئلتي تمحورت حول الاتصالات الإدارية ومدى فعاليته ومن المشرف عليه، وقد أردت قياس هذه الفعالية عن طريق معرفة واقع العملية الاتصالية ومدى فعاليتها في المؤسسة السياحية، وقد اخترت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار كدراسة حالة، وحاولت الخروج ببعض التوصيات والاقتراحات الهامة التي استخلصتها من خلال مقابلي مع مسؤولي المديرية والتي من شأنها أن تساعد مختلف الموظفين العاملين في المديرية

في تعديل وتغيير العوامل السلبية وتشمين العوامل الايجابية حتى تؤثر على مدى كفاءة عملية الاتصالات في المديرية وفي الأخير توصلت إلى النتائج التالية:

- أن الدراسة لا تزال تحتاج إلى تعمق وتدقيق بهدف الاستفادة من نتائجها؛
- أن الاتصال الداخلي أو الخارجي في المديرية تستعمل فيه مجموعة من الوسائل أهمها: الفاكس، الهاتف، الإعلانات، المقابلة... الخ؛
- أن المديرية لا تطبق فيها سياسة اتصالية واضحة المعالم والأهداف؛
- أن المديرية تحتوي بنسبة كبيرة على موظفين ليس لديهم تكوين علمي في مجال الاتصال؛
- أن المديرية تعتمد على الوسائل الشفوية في اتصالها الداخلي، وذلك راجع إلى صغر حجمها، فهي تعد من المؤسسات الصغيرة؛
- أنها تصدر مطويات اشهارية ودليل سياحي وتنشره، قصد التعريف بالمنطقة ومعرفة مناطقها السياحية للزوار؛
- عدم وجود مكتب مخصص للاتصال أو العلاقات العامة، وذلك لتسهيل عملية الاتصال؛
- أن أغلبية موظفي المديرية لهم مستوى تعليمي عالي؛
- أن الاتصال في المديرية متوسط نوعا ما؛
- نقص عامل الخبرة لدى الموظفين في المديرية.

المطلب الثالث : التوصيات والاقتراحات

من خلال الدراسة التي قمت بها والملاحظات التي لاحظتها في المديرية استخلصت بعض التوصيات والاقتراحات وهي كالتالي :

- دعوة الموظفين للتوجه والتعمق أكثر في موضوع دراستي؛

-لابد من إدخال طرق وكيفية تعليم الاتصال بفعالية حتى تكون لدى الموظفين ثقافة اتصالية في التعامل مع الآخرين؛

-ضرورة وجود إدارة للاتصال أو العلاقات العامة في المديرية لخلق ثقافة اتصالية وإيجاد نوع من الصلات القوية بين المدير و رؤساء المصالح والمكاتب والموظفين؛

-قيام الموظفين بتكوين علمي في الاتصال للتعامل مع الآخرين؛

-اطلاع الموظفين على مؤسسات سياحية أخرى، لكسب الخبرة في هذا المجال؛

-يجب امتلاك الموظفين روح المبادرة والإبداع وحب هذا المجال لتقديم الإضافة والنهوض به؛

-توفير الإمكانيات المادية الحديثة والضرورية لتسهيل وتفعيل النشاط الاتصالي في المديرية.

المبحث الأول: الاتصال

المطلب الأول: مفهوم الاتصال

إن الاتصال ظاهرة اجتماعية قديمة ظهرت بظهور الإنسان على وجه الأرض، بدأ بالإشارات والرموز ثم تطور إلى رموز صوتية مفهومة، وأصبح كذلك مكتوب، وبذلك اتسعت دائرة الاتصال ووسائله إلى إن جاءت الطباعة التي أسهمت في ظهور المواد المطبوعة (كتب، مجلات، صحف....)، ثم ظهرت تكنولوجيا الاتصالات (الهاتف، التلفزيون.....)، وظهرت شبكات الاتصال والمعلومات.

ولا يعد مفهوم الاتصال مفهوماً حديثاً، لقد استخدمه علماء الاجتماع الأوائل وبخاصة تشارلز كولي يعني به: "ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية وتنمو وتتطور الرموز العقلية بواسطة وسائل نشر هذه الرموز عبر المكان واستمرارها عبر الزمان، وهي تتضمن تعبيرات الوجه والإيماءات والإشارات ونغمات الصوت والكلمات والطباعة والتليفون وكل تلك التدابير التي تعمل بسرعة وكفاءة على قهر بعدي الزمان والمكان".⁵

وعرف إبراهيم إمام الاتصال بأنه حامل العملية الاجتماعية والوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغير حياته الاجتماعية ونقل أشكالها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتعليم.⁶

إن كلمت اتصال مشتقة من الأصل اللاتيني **Communis** بمعنى عام شائع أو يذيع عن طريق المشاركة، فنحن عند ما نتصل نعمل على إقامة مشاركة مع طرف آخر في المعلومات والأفكار والاتجاهات، وتحمل باللغة العربية المعنى نفسه حيث تشير إلى إقامة الصلة بين أطراف عملية الإيصال.⁷

نجد أن كل تعريف من هذه التعاريف له مزايا باعتباره أنه يقدم معنى إضافياً، يزيد من فهم ظاهرة الاتصال، ويعكس وجهة نظر عدد من الباحثين والمتخصصين الذين درسوا الاتصال رغم اختلاف تخصصاتهم ما بين الهندسة والاجتماع والإعلام وعلم النفس.

⁵-محمود عودة: "أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي"، دون طبعة، بيروت، دار النهضة العربية و النشر، 1988، ص7.

⁶-نعيمه واكد: "مقدمة في علم الاعلام"، دون طبعة، الجزائر، طاكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2011، ص15.

⁷-عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد: "مدخل إلى الاتصال"، دون طبعة، القاهرة، دار الفكر العربي، 2010، ص12.

وكخلاصة للتعريف السابقة يمكن أن نعرف الإتصال على أنه عملية نقل وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشاعر من فرد إلى آخر ومن مجموعة إلى أخرى، عبر وسيلة معينة بهدف التعديل فيه وخلق التفاهم المتبادل والتفاعل بين أطراف العملية الاتصالية .

المطلب الثاني: مكونات العملية الاتصالية

وتحتوي عملية الإتصال على أربع عناصر رئيسية لها صفاتها الخاصة ولا يمكن أن تتم إلا إذا توفرت هذه العناصر الرئيسية وهي: المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل، هذه العناصر الأساسية بالإضافة إلى عناصر أخرى سوف نتحدث عنها في الآتي:

1- المرسل: هو مصدر الرسالة أو النقطة التي تبدأ عندها عملية الإتصال عادة، وقد يكون هذا المصدر هو الإنسان أو الآلة أو المطبوعات أو غير ذلك، ويحول هذا المصدر الرسالة التي يريد أن يعيها إلى رموز تأخذ طريقها من خلال قنوات الإتصال المختلفة.⁸

2- الرسالة: يقصد بالرسالة فحوى الخطاب الذي يرغب المرسل إيصاله إلى المتلقي عن طريق وسيلة مختارة في وقت محدد، ويشمل هذا المحتوى حقائق وأفكار أو مشاعر ومواقف ومهارات صاغها المرسل بطريقة ما وتسلسل ما لتحقيق هدف محدد.⁹

3- الوسيلة: هي القناة أو القنوات أو المنهج الذي تمر خلالها أو تنقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، أي أنها عبارة عن قنوات للإتصال ونقل المعرفة وهي مثل اللغة اللفظية والإشارات والحركات والصور والتمثيل والسينما وهذه جميعها وسائل لنقل الرسائل المختلفة.¹⁰

4- المستقبل: يعد المستقبل أو المتلقي عنصراً هاماً ضمن العملية الاتصالية، وهو الذي يتلقى الرسالة ويقوم بفك رموزها ويتفاعل معها ويتأثر بمضمونها.¹¹

⁸-مي العبد الله : "نظريات الإتصال"، ط2، لبنان، دار النهضة العربية، 2010 ، ص30.

⁹-حارث عبود : "الاتصال التربوي"، ط1 ، الأردن ، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع،2009، ص34.

¹⁰-عمر عبد الرحيم نصر الله : "مبادئ الإتصال التربوي والإنساني " ط2، الأردن ، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع ،2010، ص69.

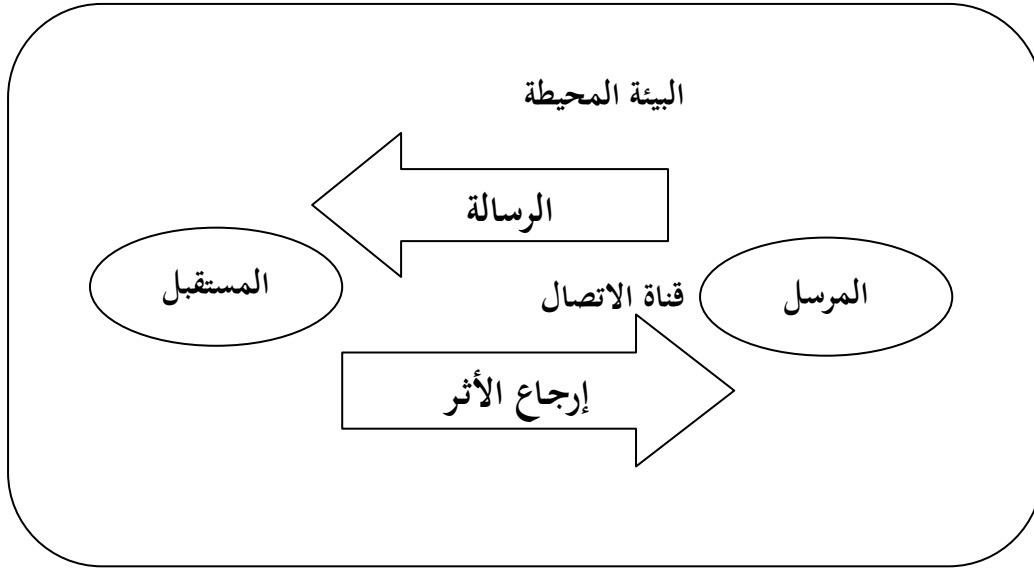
¹¹-نعيمه واكد: "مبادئ في علم الإتصال"، دون طبعة ، الجزائر ، طاكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2011، ص14.

5-رجع الصدى: في العملية الاتصالية التي يحدث فيها تفاعل بين عناصرها المختلفة، عند ما يأخذ المستقبل دور المرسل والمصدر، ويبدأ بالقيام بعملية الاتصال حيث يقول رأيه أو يعبر عنه بصورة من الصور، ويقوم بإرساله إلى المصدر الأول هذا ما نطلق عليه رجوع الصدى.¹²

6-بيئة الاتصال: ويقصد بها جميع مفردات البيئة الخارجية التي تؤثر في عمل المرسل، وطبيعة المتلقي، وإشغال الوسيلة وصياغة الرسالة إذن هذه المفردات يمكن أن توظف لتحقيق الأهداف الموضوعية لعملية الاتصال، بالمقابل فإن بعض مفردات البيئة الاتصالية يمكن أن تعرقل وصول الرسائل على نحو واضح إلى المتلقي، وهو ما يسميه علماء الاتصال بعناصر التشويش التي تسهم في تشويه الرسالة أو التشويش عليها وحرفها عن هدفها في مرحلة من مراحل صياغتها أو إنتقالها إلى المتلقي.¹³

¹²-عمر عبد الرحيم نصر الله، مرجع سابق، ص72.

¹³-حارث عبود، مرجع سابق، ص37.



الشكل رقم 01 : يوضح عناصر عملية الاتصال

المصدر : علاء محمد القاضي، بكر محمد حمدان : "مهارات الاتصال"، ط1، عمان، الأردن، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2010، ص142.

المطلب الثالث : أنواع الاتصال

وضمن هذا الإطار انصرف العلماء والباحثين إلى وضع تصانيف مختلفة تحدد أنواع الاتصال حسب التطورات التي عرفها هذا المفهوم، لذلك نجد للاتصال أنواع عدة ومن بينها نجد :

1- حسب اللغة المستخدمة :

1-1- الاتصال اللفظي : يستعمل فيها اللفظ، ويكون بمثابة الوسيلة التي تنقل بها الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه، وهذا اللفظ من الممكن أن يكون منطوقاً.

1-2- الاتصال الغير اللفظي : تستعمل فيه اللغة الغير لفظية ويطلق عليها اللغة الصامتة ويقسم إلى :

* لغة الإشارة : وهي الإشارات المختلفة والمستعملة من قبل الإنسان في عملية التفاهم والاتصال مع الآخرين.

* لغة الحركة أو الأفعال : وتضم هذه اللغة الحركات التي يقوم بها الإنسان بهدف نقل ما يريد من المعاني أو الأحاسيس الموجودة لديه والتي يقصد ويريد أن يؤثر بها على الآخرين.¹⁴

* لغة الأشياء : ويقصد بها التعبير الرمزي والدرامي كلغة المسرح والتمثيل السينمائي والإيماءات، ويمكن الحديث هنا عن لغة المظهر والزي فعندما نلبس لباساً تقليدياً غير أن نلبس لباساً عصرياً وارتداء اللون الأسود دلالة على وجود حزن في الكثير من المجتمعات.¹⁵

2- حسب طبيعة الإتصال¹⁶ :

1-2 - اتصال مباشر : هو الذي يجري بين المرسل والمرسل إليه وجهاً لوجه، بحيث يستطيع كل من الطرفين التواصل الحي مع الآخر.

2-2 - اتصال غير مباشر : وهو الذي يجري فيه الاتصال دون أن يكون طرفا عملية الاتصال في مكان واحد.

2-3 - اتصال وسطي أو مزدوج : وهو اتصال بين طرفي يجري بشكل غير مباشر لكن كلاً منهما يستطيع ملاحظة ردود فعل الآخر آنياً، كما يحصل في الاتصال الهاتفي والصوت والصورة عبر الإنترنت.

3- حسب الجمهور :

3-1 - الاتصال الذاتي : وهو العملية الاتصالية التي تحدث بين الشخص وذاته أو نفسه، ويرتبط هذا النوع من الاتصال بالشعور، الإدراك والتعلم، ويسمى أيضاً بالاتصال الداخلي والمفاهيم والجهود الخاصة بتوجيه وتحريك أنفسنا من منطلق أن الإنسان يقوم بمخاطبة ذاته دون التعبير الخارجي عن وجوده فيتحول المرسل إلى متلقي في آن واحد.¹⁷

¹⁴ -عمر عبد الرحيم نصر الله، مرجع سابق، ص153.

¹⁵ -حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد : "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002، ص27.

¹⁶ -حارث عبود، مرجع سابق، ص40.

¹⁷ -نعيمة واكد : "مبادئ في الاتصال"، مرجع سابق، ص18.

3-2-الاتصال الشخصي : هو الاتصال الذي يتم بين مرسل ومستقبل وجهاً لوجه دون استخدام وسائل الاتصال كالإذاعة والمطبوعات والتلفزيون.¹⁸

3-3-الاتصال الفردي : وهو الذي يستهدف فرداً واحداً كما يحدث في الخطاب الموجه للطالب في موقف التدريس الخصوصي مثلاً.

3-4-الاتصال الجماهيري : وهو اتصال يكون فيه المتلقون جمهوراً كبيراً يصعب تحديد مواصفاته بدقة، سواء أكان ذلك من حيث الزمان أو المكان أو الخصائص العامة، وهو في غالب الأمر جمهور غير متجانس، وهذا ما نراه في التجمعات الجماهيرية في الملاعب الرياضية.¹⁹

3-5-الاتصال الجماعي : وهو الاتصال الذي يستهدف مجموعة من المتلقين، كما يجري عند إدارة مدير المدرسة لاجتماع مجلس المدرسين.

المطلب الرابع : عوامل فعالية الاتصال وعوائقه

1-عوامل فعالية الاتصال

الاتصال الذي يحقق النجاح هو الذي يؤثر على الأفكار والاتجاهات والسلوك والآراء، ويتم ذلك من خلال عوامل تتحكم في المكونات الأربعة الأساسية في عملية الاتصال وهي : المرسل، الرسالة، الوسيلة، المستقبل .

1-1-عوامل فعالية المرسل : هناك 03 عوامل تجعله مؤثراً في إقناع جمهور وهي²⁰ :

-المصدقية : ويعتمد قياس مصداقية القائم بالاتصال على عنصرين أساسيين هما الخبرة وزيادة الثقة في القائم بالاتصال.

¹⁸ -مجد الهاشمي : "تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري"، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2004، ص37.

¹⁹ -حارث عبود، مرجع سابق، ص41.

²⁰ -مي العبدالله، مرجع سابق ، ص132.

-**الجاذبية** : نظراً لصعوبة قياس هذه الخاصية موضوعياً، فقد ركز كثير من الباحثين على محددات خاصة لهذا المفهوم تتمثل في التشابه والتماثل والمودة وكذلك الحب وذلك بناءً على الفرض القائل بأن القائم بالاتصال ذو الجاذبية سيكون أكثر تأثيراً عن الشخص المحايد، أو الذي ليس له الجاذبية في عملية الإقناع.

-**قوة المصدر** : قد لا يملك البعض المصدقية أو الجاذبية ولكن يظل لهم التأثير في تغيير اتجاهات الأفراد وسلوكهم، هؤلاء يكون لهم القوة التي يمكن إدراكها من خلال سيطرت الفرد وضبطه للأمر وكذلك أهميته بالإضافة إلى قدرته على التدقيق.

1-2-عوامل فعالية الرسالة : ليس من شك أن تقييم نجاح المصدر من فشله منوطاً بالرسالة التي ينقلها إلى المتلقي وعليه وجب أن تكون سهلة الاستيعاب وأن تتضمن اهتمامات المتلقي ومصالحه وتستخدم الاستمالة العاطفية والعقلية للتأثير على المتلقي.

1-3-عوامل فعالية الوسيلة : إن فعالية الوسيلة في التأثير تختلف على حسب تنوعها فنجد مثلاً²¹ :

-الوسائل الحية السمعية البصرية أكثر فعالية في تغيير الاتجاهات ثم تليها الوسائل الشفوية ثم المكتوبة؛

-تكون الرسائل المكتوبة أسهل للتعلم من الرسائل المسجلة صوتياً أو بالصورة خاصة عندما تكون هذه

الرسائل صعبة فإن قدرة المتلقي في فهم الرسائل المكتوبة تكون أفضل من فهم المسموعة والمرئية؛

-يتفاعل المتلقي مع التلفزيون أكثر من تفاعله مع الراديو ، ويتفاعل مع الراديو أكثر من المواد المطبوعة.

1-4-عوامل فعالية المتلقي : إن نجاح العملية الاتصالية مرتبط بمدى معرفتنا لخصائص الجمهور المستهدف

بالرسالة، لذا فإن علينا معرفة الخصائص الديموغرافيا للجمهور لتوجيه الرسائل الملائمة إليهم، وتتمثل المميزات

الديموغرافية في متغير العمر، النوع، الوضع الاجتماعي، الانتماء الديني، في حين تشمل الخصائص السيكولوجية

متغيرات مثل : الذكاء، السلوك، الآراء، الثقة بالنفس، وهذه الخصائص تعتبر مهمة في عملية الإقناع

²¹-حسن عماد مكاوي : ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ،ص58.

2-عوائق الاتصال

عوائق العملية الاتصالية تخص كل العوامل والمتغيرات التي من شأنها أن تسهم في تشويه الرسالة وبالتالي تأخر الفهم لدى المتلقي مما يؤدي إلى تعطيل العملية الاتصالية وفيما يلي نقف عند كل حاجز يصادف كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية :

2-1-عوامل متعلقة بالمرسل²² :

-الحالة النفسية للمرسل حيال المتلقي : أي الموقف من الشخص المستهدف هل يميل المرسل للمتلقي أو يستلطفه ويرغب في الحديث معه دون انزعاج أو توتر.

-تعالى أو تكبر المرسل على المتلقي : وذلك من ترفع المرسل على المتلقي بحجة اكتمال ثقافته ورصيده المعرفي.

-عدم مخاطبة المتلقي بلغته : قبل أن يتوجه المرسل برسالة نحو المتلقي، عليه أن يكون متمتعاً بفن الخطابة وعارفاً للمهارات الاتصالية.

-إخفاء النوايا : إذ تعتمد المرسل وأخفى أو تجاهل معايير التفاعل حتى لا يظهر المرسل خلفية حديثه أو نواياه.

-غياب الصراحة بين المرسل و المتلقي :أي إذا كانت الصراحة غائبة ضمن أي موقف اتصالي فإن كل السلوكيات اللاحقة ينتابها نوع من النفاق.

2-2-عوائق متعلقة بالرسالة²³ :

-يخطئ المرسل عند ما لا يدرك أو لا يفهم معنى المعلومات التي لديه؛

-يخطئ المرسل عندما لا ينتقي الكلمات السهلة والمعبرة ؛

-يخطئ المرسل عند ما لا يأتي بتعبيرات وجه تيسر من أو تعزز المعاني التي لديه؛

²²-نعيمه واكد : "مبادئ في علم الاتصال " ، مرجع سابق ، ص32.

²³-أحمد ماهر : "كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال"، د طه الإسكندرية، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2000، ص42.

-يخطئ المرسل عند ما لا يأتي بحركات حسيمة تيسر من أو تعزز المعاني التي لديه؛

-يخطئ المرسل عند ما لا يتكلم بلغة ومصطلحات يفهمها المرسل إليه.

2-3- عوائق متعلقة بالمتلقي²⁴ :

-تعالى المتلقي على المرسل : المغالاة بالنفس والاعتزاز بكل القدرات والمهارات التي يمتلكها، تجعل المتلقي يشعر أنه لا يحتاج للمرسل لا من قريب ولا من بعيد.

-الحاجة النفسية للمتلقي : إذا كان المرسل الذي يوجه له المعلومات لا يرقى لاستلطافه أو رغبته فإنه يحول دون فهمه أو استيعابه، وقد يعزف عن الحضور أو الاستماع.

-الفهم الخاطئ للمعنى : فكلما تسربت معلومات خاطئة للمتلقي، فإنه يستوعبها كما تلقاها خاطئة ويتداولها بشكل خاطئ.

-الشك في المرسل : إذا ما ساور المتلقي الشك في نوايا المرسل وأهدافه الكامنة، فإن اهتمامه بما يدور من أحداث ومعلومات يسر بها المرسل يتضاءل ويتناقص، فنجد في كل ما يطرحه المرسل غير قابل للأخذ به.

2-4- عوائق متعلقة بالوسيلة²⁵ :

-يخطئ المرسل عندما يختار وسيلة الاتصال التي لا تتناسب مع الموضوع محل الاتصال؛

-يخطئ المرسل عند ما يختار وسيلة الاتصال التي لا تتناسب مع الوقت المتاح للاتصال؛

-يخطئ المرسل عند ما يختار وسيلة الاتصال التي لا تتناسب مع الأفراد القائمين بالاتصال؛

-يخطئ المرسل عند ما لا يتعرف على الإجراءات الرسمية في استخدام وسيلة الاتصال؛

-يخطئ المرسل عند ما يوازي بين استخدام الوسائل المكتوبة بالوسائل الشفوية للاتصال.

²⁴-نعيمه واكد : "مبادئ في علم الاتصال" ، مرجع سابق ، ص39.

²⁵-أحمد ماهر : "كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال" ، مرجع سابق ، ص43.

2-5- عوائق متعلقة برفع الصدى²⁶ :

-إستجابة غير مناسبة : سواء كانت لفظية أو غير لفظية وتظهر من خلال المتلقي في شكل تلميحات لفظية بعدم الفهم أو سبق له وأن سمعها، أو في شكل تلميحات غير لفظية كهز الكتف كإشارة أن الأمر عنده سيات.

-استجابة هامشية : ليس لها علاقة مع الرسالة وتظهر من خلال الاتصال اللفظي والغير اللفظي، كأن يدخل المتلقي مفردات وجمل لا علاقة لها بالرسالة، فقط لسد الفراغ.

-استجابة مقاطعة أو اعتراض كقطع الحديث قبل نهايته : فالمتلقي لا يتوانى في تذكير المرسل بنهاية الوقت مشيراً بطرف أصبعه للساعة، الأمر الذي يشوش ذهن المرسل ويخلط تسلسل أفكاره.

2-6- عوائق متعلقة ببيئة الاتصال²⁷ :

-أحد أطراف الاتصال أو كلاهما على غير علم أو لا يفهم أهداف المنظمة أو الأهداف المشتركة بينهما؛

-أحد أطراف الاتصال أو كلاهما لا يفهم وظيفته أو وظيفة الطرف الآخر على خير وجه، فيكون الاتصال معيياً؛

-أحد أطراف الاتصال تتعارض أهدافه مع أهداف المنظمة مع أهداف الطرف الآخر في الاتصال؛

-أحد الأطراف أو كلاهما لا يفهم الفوائد التي ستعود عليه من جراء الاتصال؛

-أحد الأطراف أو كلاهما لا يفهم العواقب السيئة التي ستصيبه أو تصيب المنظمة والآخرين من جراء سوء الاتصال.

²⁶-نعيمه واكد : "مبادئ في علم الاتصال " ، مرجع سابق ، ص44.

²⁷-أحمد ماهر : "كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال" ، مرجع سابق ، ص43.

المبحث الثاني : الاتصال الداخلي في المؤسسة

المطلب الأول : مفهوم الاتصال الداخلي في المؤسسة

ويقصد به عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها، وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات والآراء بين أعضاء التنظيم، ويحقق الاتصال التعاون الذهني العاطفي بين أعضاء التنظيم وبذلك يساعد على الارتباط والتماسك ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى أو معاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف وكما أن الاتصال أداة هامة لأحداث التغيير في السلوك البشري.²⁸

كما يعرفه إبراهيم أبو عرقوب بأنه : "عبارة عن اتصال المنطوق والمكتوب يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي، ويساهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين."²⁹ ومن التعاريف السابقة نجد أن الاتصال الداخلي في المؤسسة هو عملية نقل وتبادل المعلومات والمهارات والاقتراحات من طرف إلى آخر داخل المؤسسة، سواء كان شخص أو جماعة من اجل التماسك والارتباط وتحقيق الهدف الذي وجدت من أجله.

المطلب الثاني : أنواع الاتصال الداخلي في المؤسسة

ويمكن تقسيم الاتصال الداخلي في المؤسسة إلى قسمين أو نوعين رئيسيين هما :

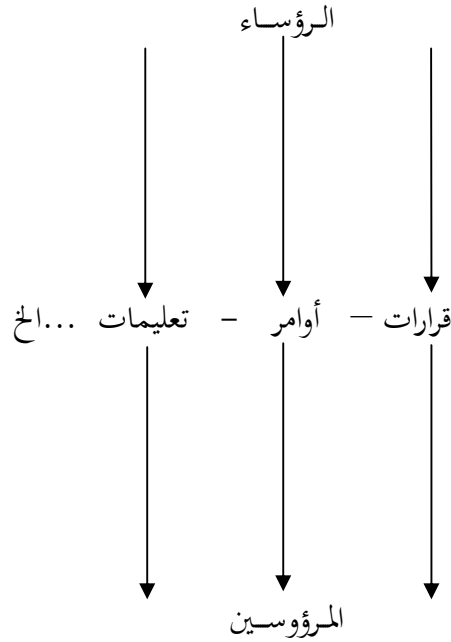
1-الاتصالات الرسمية : وهي الاتصالات التي تكون في إطار الأسس والقوانين التي تحكم المؤسسة، فهي التي تتم في إطار التنظيم أي لها إجراءات وقواعد رسمية تسير وفقها، وتكون واضحة ومعروفة لجميع أعضاء المؤسسة، وهذا النوع من الاتصالات يسير في الاتجاهات الآتية :

1-1-الاتصال الهابط : من أعلى إلى أسفل، وهو الذي يتم بين الإدارة العليا وأعضاء الإدارة الوسطى وبين هؤلاء ورجال الإدارة المباشرة أو المشرفين وبين الآخرين والعاملين في مستوى التنفيذ، فيتم الاتصال متفقا مع خط

²⁸ -منال طلعت محمود : "مدخل إلى علم الاتصال"، دون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2001، ص22.

²⁹ -إبراهيم أبو عرقوب : "الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي"، دون طبعة، دار محمد لاوي، الأردن، 1993، ص163.

السلطة ويأخذ هذا الاتصال شكل تعليمات وأوامر وتوجيهات وقرارات وسياسات تصدرها الهيئة الإدارية بغرض تنظيم وتوجيه الأعمال بالمشروع.³⁰

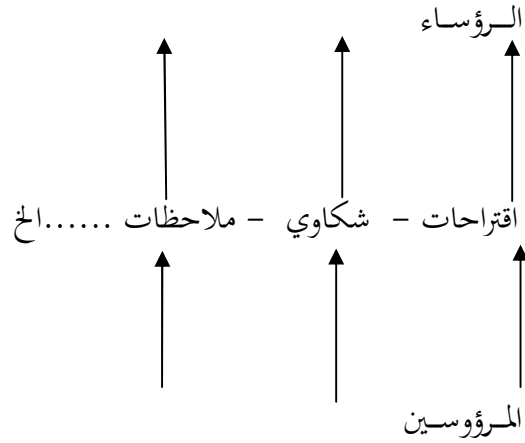


الشكل رقم 02 : يوضح الاتصال الهابط

المصدر : إعداد الطالب هداجي عمر

1-2-الاتصال الصاعد : هذا النوع يتم بين المرؤوسين إلى رؤوسائهم أي من أسفل إلى أعلى، من العاملين إلى الإدارة لتبدأ فيه عملية التفاعل من المرؤوسين لتتجه إلى المستويات الإدارية كأن يقدم المرؤوسين اقتراحات أو شكاوى إلى رئيسهم.

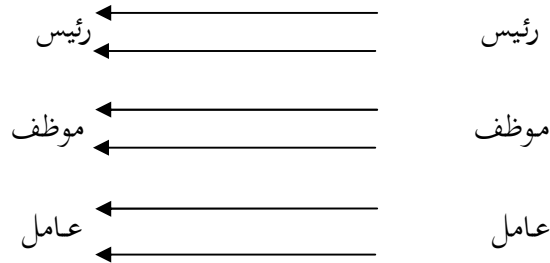
³⁰-عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد، مرجع سابق، ص63.



الشكل رقم 03 : يوضح الاتصال الصاعد

المصدر : إعداد الطالب هدا جي عمر

1-3-الاتصال الأفقي : يحدث في اتجاه أفقي، ويقصد به الاتصال الذي يحدث بين موظفي الإداري أو العملي الانجاز الواحد، بهدف تبادل المعلومات والتنسيق بين الجهود والأعمال التي يقومون بها، وفي كثير الأحيان يحدث ويمارس على شكل اجتماعات اللجان والمجالس المختلفة الموجودة داخل المؤسسة.³¹



الشكل رقم 04 : يوضح الاتصال الأفقي

المصدر : إعداد الطالب هدا جي عمر

2-الاتصالات الغير الرسمية : هي الاتصال الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية بين العاملين بتبادل المعلومات والأفكار أو وجهات النظر في الموضوعات التي تهمهم وتتصل بعملهم، أو تبادل المعلومات من خارج منافذ الاتصال الرسمية، أو تعبير عن خطوط تحددها وتدعمها السلطة الرسمية خلال السلم الهرمي المتدرج للتنظيم

³¹-عمر عبد الرحيم نصر الله، مرجع سابق، ص206.

مثل اللقاءات غير الرسمية في أي مناسبة من المناسبات التي تسمح بنقل المعلومات بين الأشخاص مثلاً حينما يتقابل زميل من جهة مع زميل من جهة أخرى في حفل ويتبادلان وجهات النظر في موضوع يهمهما.³²

المطلب الثالث : أساليب ووسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة

تستعمل المؤسسة في اتصالها الداخلي وسائل متعددة ومتنوعة وذلك لضمان السير الحسن للعمل، فمنها الوسائل المكتوبة والشفوية والتكنولوجية.

1-الوسائل المكتوبة

تكون عن طريق استعمال الكتابة، والتوثيق وإثبات المعلومات بهدف الرجوع إليها وقت الحاجة ويستعمل في المؤسسات أو المنظمات الكبيرة والمنتشرة في عدة أماكن، وعملية الاتصال الكتابي تحقق الدقة والأمانة أثناء نقل الرسائل الاتصالية وطرق الاتصال الكتابي كثيرة ومختلفة ونذكر منها :

-التقرير : عبارة عن عرض الحقائق الخاصة بموضوع معين أو مشكلة عرضاً تحليلياً بطريقة مسلسلة مبسطة مع ذكر الاقتراحات التي تتماشى مع النتائج التي تم التوصل إليها بالبحث والتحليل.³³

-الشكاوى: تحدث عند ما تكون أسباب قاهرة أو أمر لم يفهم أو عامل مظلوم، وفي معظم الأحوال تقدم من العاملين إلى المرؤوسين، وهي في العادة تحدث في المؤسسات أو المنظمات الكبيرة ولكنه لا يعني أن المؤسسات الصغيرة لا تحدث فيها شكاوى ولكن حدوثها يكون أقل.

-الأوامر والتعليمات : تكون في معظم الحالات بصورة إصدار القرارات أو إعطاء الأوامر أو الإرشاد والتوجيه للعاملين وجميعها تصدر مكتوبة من أعلى إلى أسفل لكي تنفذ على أيدي المستويات الأدنى، وفي هذا النوع من الاتصال يشترط أن يكون واضحاً ومفهوماً منذ اللحظة الأولى لوصوله إلى العاملين.³⁴

³²-عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد، مرجع سابق، ص62.

³³-نعيمة واكد: "مبادئ في علم الاتصال"، مرجع سابق، ص161.

³⁴-عمر عبد الرحيم نصر الله، مرجع سابق، ص234.

-المذكرات والاقتراحات : وهي عبارة عن نوع من الاتصالات الكتابية في معظم الأحيان، التي يقوم بإعدادها وكتابتها العاملين أو المرؤوسين إلى المسؤولين عنهم وعن إدارة المؤسسة أو المنظمة، بهدف القيام بتوضيح وتفسير بعض الجوانب والمشكلات التي تصادف العمل والتطبيق.³⁵

2-الوسائل الشفوية

تكون عن طريق نقل وتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل شفاهياً أي بواسطة الكلمة المنطوقة ونذكر منها :

-الاجتماعات : تعد أحد وسائل الاتصال المباشر المهمة في المؤسسة على إختلافها لكونها أداة فاعلة تؤثر في سلوك المجتمعين وتوجه أدائهم فالاتصال الفاعل بين رئيس الاجتماع والأعضاء يرفع روحهم المعنوية وينمي روح الفريق الواحد، ويمنحهم الفرصة للتعبير عن رغباتهم وأرائهم ومعرفة ما يجري من أعمال ونشاطات في المؤسسة ويمكن الإدارة من تعرف مطالبهم وحاجاتهم.³⁶

-المقابلات : تبادل لفظي وجهاً لوجه بين شخصين أو أكثر حيث يقوم أحد الطرفين بنقل معلومات للطرف الآخر تكون موجهة نحو هدف محدد.³⁷

-الهاتف : هو من الوسائل الهامة في الوقت الحاضر، حيث يتميز بانخفاض تكلفته، ويعد سيد الاتصالات الشفوية.

3-الوسائل التكنولوجية

وهي الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة وذلك بفضل التقدم التكنولوجي أو تطور مجال الإعلام والاتصال، وهذا ما جعل المؤسسات تعتمد عليها في عملياتها الاتصالية الداخلية، ومن بين هاته الوسائل :

-الانترنت : هي شبكة الحواسيب الداخلية، تمكن من الاتصال والتنسيق بين مختلف الأطراف المكونة للمؤسسة، وبالتالي تزيد في فاعلية التسيير وريح الوقت والجهد.

³⁵-عمر عبد الرحيم نصر الله، مرجع سابق، ص233.

³⁶-نعيمة واكد : "مبادئ في علم الاتصال"، مرجع سابق، ص146.

³⁷-نعيمة واكد، المرجع نفسه، ص141.

-الأقراص المضغوطة : هي دعامة تكنولوجية هامة، حيث تستطيع تخزين الألف المعلومات المصورة والمكتوبة والصوتية، و استرجاعها عند الحاجة.

المبحث الثالث : الاتصال الخارجي في المؤسسة

المطلب الأول : تعريف الاتصال الخارجي في المؤسسة

فالإتصال الخارجي يعتبر وظيفة من وظائف الإدارة التي تقيم اتجاهات الجمهور وتحدد سياسات وإجراءات الفرد والمنظمة مع الصالح العام، وتخطيط وتنفيذ برامج عمل لتحقيق الفهم والقبول العام.

يعني الإتصال الخارجي كل ما يرمز للإتصال والعلاقات الخارجية لمؤسسة ما.

ويشمل الاتصالات الجارية بين المدراء والأطراف الأخرى خارج المنظمة مثل المنظمات والمؤسسات والدوائر ذات العلاقة والوزارات والأجهزة الحكومية وغيرها، وتساهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الأداء الإداري والاستثمار الأفضل للموارد كما تلعب دوراً مهماً في الإعلام والتسويق والتعاون وتبادل الخبرات.³⁸

المطلب الثاني : أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة

1-الاتصال المؤسساتي : هو كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها، أو عن نشاطاتها، أو تأكيد حضورها، أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي.

2-الاتصال التجاري : هو مجموع التعاملات التي تقوم بها المؤسسة مع محيطها الخارجي، المرتبطة بتسويق السلع والخدمات وحتى مختلف الزبائن إلى اقتناء منتجاتها من خلال الإشهار والترويج ولهذا لا بد أن يكون الإتصال التجاري في مستوى راقى، هذا الأخير يعكسه منتجات المؤسسة من خلال الجودة والنوعية ويهدف إلى ترويج منتجات المؤسسة و جلب الزبائن إلى المؤسسة.

3-الاتصال الاجتماعي : هو أحد الأساليب التي يستعملها الإنسان في حل مشاكله، فهو ركيزة لتغيير الآراء إلى الأفضل وتعديل السلوك المعاكس.

يعني الإتصال الذي توجهه المؤسسة للمواطنين، الجماعات العامة والمحلية والوطنية والإداريين الذي تتمنى المؤسسة خلق علاقات جيدة معهم.

³⁸ -جيلالي بوزيد كريمة: "الاتصال في المؤسسة السياحية فندق الشيرطون نموذجاً"، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، المدينة،

المطلب الثالث : وسائل الاتصال الخارجي في المؤسسة وأهدافه

1- وسائل الاتصال الخارجي في المؤسسة:

1-1- العلاقات العامة : فقد عرفت الجمعية الفرنسية العلاقات العامة بأنها : "طريقة للسلوك وأسلوب للإعلام والاتصال يهدف إلى إقامة علاقات مفعمة بالثقة والمحافظة عليها بين المنظمة والفئات المختلفة من الجماهير داخل المؤسسة وخارجها التي تتأثر بنشاط تلك المؤسسة " .³⁹

1-2- الإعلان : هو وسيلة مدفوعة الثمن تستخدمها المؤسسة وذلك من أجل خلق حالة من الرخاء النفسي في الجمهور لغرض بيع أو للمساعدة في بيع سلعة أو خدمة معينة، أو كسب موافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيهه وجهة معينة.

1-3- العلاقات مع الصحافة : تعرف على أنها تقنية اتصال قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة المتزايدة للمستهلك.

2- أهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة:

- كسب ثقة العملاء؛
- كسب تأييد المجتمع، وجذب أكبر عدد من الزبائن الجدد؛
- تنمية العلاقة مع رجال الإعلام؛
- نشر الوعي الصحي والصناعي والأمني؛
- تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة؛
- توطيد الصلات والعلاقات بالجهات الداعمة؛
- إعادة صياغة سياسة المؤسسة بناءً على المعلومات التي تتحصل عليها؛

³⁹-نعيمه واكد : "مبادئ في علم الاتصال"، مرجع سابق، ص102.

-إطلاع المعنيين على إنجازات المؤسسة؛

-الحصول على الإقتراحات والشكاوى.

المبحث الأول : المؤسسة

المطلب الأول : تعريف المؤسسة وتصنيفاتها

1- مفهوم المؤسسة

نظراً لتعدد المؤسسات وتنوعها أصبح من الضروري إعطاء عدة مفاهيم مختلفة لتلك المؤسسات تبعاً للنشاط الذي تقوم به، وأطلقت عليها مصطلحات مختلفة، ويمكن تعريف المؤسسة بما يلي:

- إن كلمة مؤسسة هي ترجمة للكلمة *entreprise* وهي الوحدة التي تجمع فيها وتنسق العناصر البشرية والمادية للنشاط الاقتصادي.⁴⁰

- وتعرف المؤسسة على أنها تجمع أشخاصاً ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى من تكلفته⁴¹.

- ويمكن تعريف المؤسسة على أنها منظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعاً ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المادية، والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني ومكاني⁴².

إذن فالمؤسسة نظام اجتماعي نسبي أو إطار تنسيقي عقلاي بين أنشطة مجموعة من الناس تربطهم علاقة مترابطة ومتداخلة، يتجهون نحو تحقيق أهداف مشتركة وتنظيم علاقاتهم بمبكلة محدودة في وحدات إدارية وظيفية ذات خطوط محددة السلطة والمسؤولية، وتعمل على تلبية الحاجات الإنسانية بطريقة منظمة ذات نسق معين، وتنظم وتدار المؤسسات التي تلي حاجات المجتمع بطرق مختلفة ولإغراض مختلفة⁴³.

⁴⁰ - ناصر دادي عدون : "المؤسسة الاقتصادية"، دون طبعة، الجزائر، دار المحمدية العامة، 1998، ص9.

⁴¹ - ناصر دادي عدون، المرجع نفسه، ص11.

⁴² - غول فرحات : "الوجيز في اقتصاد المؤسسة"، ط1، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2008، ص8.

⁴³ - بن عبد الله محمد، لفتح عبد المالك : "الاتصال الداخلي في المؤسسة (إذاعة الاهتار نموذجاً) ، مذكرة لنيل شهادة

الليسانس في علوم الاتصال، أدرار ، 2010-2011، ص32.

ولاية أدرار

2- تصنيفات المؤسسة

يمكن تصنيف المؤسسة حسب ثلاثة معايير مهمة وهي : المعيار القانوني ومعيار الحجم والمعيار الاقتصادي (نوع النشاط) وهي كما يلي :

2-1- تصنيف المؤسسة حسب المعيار القانوني⁴⁴:

*المؤسسات الخاصة : قد تكون مؤسسات فردية أو شركات، فالمؤسسات الفردية تنشأ عن شخص واحد هو رب العمل أو صاحب رأس المال عوامل الإنتاج بالإضافة إلى عمل الإدارة والتنظيم أحياناً، أما مؤسسات الشركاء فتكون تحت حيازة عدة حاملين لرؤوس الأموال بحوزتهم شخصية معنوية وذمة خاصة حيث يتوزع التنظيم والتسيير ورأس المال على أكثر من شخص المؤسسة.

*المؤسسات العمومية : في هذا النوع من المؤسسات يكون رأس المال مملوكاً لمجموعة عمومية ممثلة في الدولة أو الجماعات المحلية، كما أن سلطة القرار ترجع إليها، فهي مؤسسات تابعة للقطاع العام (الدولة)، وتخضع للتشريعات الخاصة به.

2-2- تصنيف المؤسسة حسب معيار الحجم : من أهم المعايير المعتمدة عليها في تصنيف المؤسسات عدد العمال حيث نميز بين خمسة أنواع من المؤسسات وهي⁴⁵ :

- من 0 إلى 9 عمال مؤسسات مصغرة؛
- من 9 إلى 49 عامل المؤسسات الصغيرة؛
- من 50 إلى 499 عامل المؤسسات المتوسطة؛
- من 500 إلى 999 عامل المؤسسات الكبيرة؛

⁴⁴- غول فرحات، مرجع سابق، ص16.

⁴⁵- رقيقة حروش : "اقتصاد وتسيير المؤسسة، دون طبعة، الجزائر، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص36.

ولاية أدرار

- بداية من 1000 عامل المؤسسات الكبيرة جداً.

2-3- تصنيف المؤسسة حسب المعيار الاقتصادي : يمكن تصنيف المؤسسات تبعاً لمعايير اقتصادية من خلال النشاط الذي تمارسه وعليه قسم CLARCK النشاطات الاقتصادية إلى ثلاثة قطاعات وهي على النحو التالي :⁴⁶

- **القطاع الأول :** يجمع تلك المؤسسات المتخصصة في الزراعة (الفلاحة) مختلف أنواعها ومنتجاتها وتربية المواشي، بالإضافة إلى أنشطة الصيد البحري.

- **القطاع الثاني :** تتمثل في قطاع الصناعة أي المؤسسات الصناعية، وهي مختلف المؤسسات التي تعمل على تحويل المواد الطبيعية أساساً إلى منتجات قابلة للإستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيط وتشمل بعض الصناعات المرتبطة بتحويل المواد الزراعية إلى منتجات غذائية وصناعية مختلفة، بالإضافة إلى الصناعات تحويل وتكرير المواد الطبيعية من معادن وطاقة وغيرها (الصناعات الاستخراجية).

- **القطاع الثالث :** يتمثل في المؤسسات الخدمائية، أي المؤسسات المنتجة للخدمات (التوزيع، النقل، السياحة، البنوك، التأمين.....).

تجدر الإشارة إلى أن قطاع الخدمات يعرف تطوراً مدهلاً في العقدين الآخرين، وعليه هناك من يضيف قطاعاً رابعاً الذي يتمثل في تلك المؤسسات التي تمنح الخدمات لمؤسسة أخرى : الإعلام الآلي، الأمن، الاستشارة.

المطلب الثاني : وظائف المؤسسة

إن لأي مؤسسة وظائف تقوم بها، والمؤسسة تمارس في وحدة لها هدف معين هو إنتاج سلعة أو الخدمة لا تتحقق إلا من خلال توفر مجموعة من عناصر الإنتاج المناسبة، وعناصر الإنتاج لا تتحرك نحو الهدف إلا من خلال مجموعة من الأنشطة المقننة والمبرمجة والتي يطلق عليها وظائف المؤسسة وهي كالآتي :

⁴⁶ - غول فرحات، مرجع سابق، ص18.

1-وظيفة التسويق : يمكن اختصار تعريف التسويق بأنه مجموعة العمليات والمجهودات التي تبذلها المؤسسة من أجل معرفة أكثر لمتطلبات السوق، وما يجب إنجازه في مجال مواصفات المنتج، الشكلية والتقنية، حتى تستجيب أكثر لهذه المتطلبات من جهة وكل ما يبذل من جهود في عملية ترويج وتوفير المنتج للمستهلك في الوقت المناسب وبالطريقة الملائمة، حتى تبيع أكبر كمية ممكنة وبأسعار ملائمة تحقق أكثر أرباحاً لها، تتوقف عليها حياتها⁴⁷.

ويعمل التسويق على قيادة المؤسسة فيما يتعلق ببرامجها التنموية والتقنية وتقوم وظيفة التسويق على عناصر أساسية هي :

– **السلعة :** تعبر عن منتج مادي أو خدماتي، يتم تقديمها إلى السوق بغرض تجاري، وتعتبر أداة وصل بين المؤسسة والمستهلك فهذا الأخير يهتم ما سوف يتحصل عليه من منفعة عند الاستعمال، أما المؤسسة فهي تهتم بدرجة إقبال المستهلك على سلعتها.

– **السعر :** من المؤشرات المهمة في نجاح عملية البيع، إذ له دور مهم في رفع حجم المبيعات، وتقبلها من طرف المستهلك ويحدد السعر طبقاً لاعتبارات منها الفترة الموجود فيها هل هي في مرحلة انطلاق أو نضوج أو نزول.... الخ، وهي أهم العوامل المؤثرة في السعر.

–**الترويج :** يتم الترويج للسلعة في عدة حالات يصاب فيها المنتج بالبطء في البيع، ولكي يتم بيعه لا بد من الترويج في هذه الوضعية، وهي تشمل العديد من العمليات مثل : الإعلان، التخفيض في الأسعار إلى حد معين . تنظيم معارض المنتوجات، توفير جوائز عن كميات معينة من البيع أو تقديم عينات بدون مقابل خاصة في حالة إنطلاق المنتج أو دخول المؤسسة منطقة جديدة⁴⁸.

⁴⁷ - ناصر دادي عدون، مرجع سابق، ص326.

⁴⁸ - ناصر دادي عدون، المرجع نفسه، ص330.

ولاية أدرار

- **البيع** : ويعتبر من الوظائف الرئيسية للتسويق ويهدف إلى توصيل السلع بعد الانتهاء من إنتاجها إلى المستهلك الأخير، فقد تباع إلى بائعي الجملة ثم بائعي الجملة يبيعون إلى بائعي التجزئة ثم إلى المستهلك أو قد تكون بين المؤسسة ثم بائعي التجزئة ثم المستهلك، أو عن الوسطاء أو الوكلاء.

2- وظيفة الإنتاج : تعتبر وظيفة الإنتاج وظيفة رئيسية للمؤسسة كيفما كانت صناعية، زراعية، خدمية، والنشاط الإنتاجي للمؤسسة يضمن التوفيق بين عوامل الإنتاج (العمل، رأس المال، الطبيعة) من أجل الحصول على سلع وخدمات تشبع حاجات ورغبات المستهلكين وقادرة على التنفس والإنتاج هو عبارة أخرى تحوّل الموارد التابعة لنظام إنتاجي والتي تقود إلى سلع وخدمات وينقسم النظام الإنتاجي إلى مراحل هي ⁴⁹ :

- **المدخلات** : وهي بداية النظام وتشمل كل ما يدخل إلى المؤسسة مواد (خام، تجهيزات ...) عمالة (تنفيذية إدارية) (بيانات (حول التكاليف المستهلكين).

- **العمليات** : تعتبر أساس النظام حيث تقوم من خلالها بتحويل المدخلات إلى مخرجات داخل الورشات الإنتاجية والتي قد تكون : صناعية أو خدمية أو معلومات.

- **المخرجات** : تمثل نهاية النظام في التنفيذ وبداية في التفكير وتسمى بأسماء مخرجاتها فنقول شركة السكر ولا نقول شركة تصنيع القصب.

- **البيئة** : تعتبر العنصر الذي يوفر المدخلات ويستقبل النظام.

- **الرقابة (التغذية العكسية)** : وهي المتابعة للمخرجات قبل نزولها للبيئة وذلك من أجل تحسين النظام في كل مراحله.

3-وظيفة المالية : تعد الوظيفة المالية من الوظائف الحاكمة في أي مؤسسة سواء كانت عمومية أو خاصة، ومهما كان طبيعة نشاطها، وهي مجموعة من المهام والعمليات التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال من مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة بعد تحديد الحاجات التي تريدها من الأموال من خلال برامجها وخططها

⁴⁹ - غول فرحات، مرجع سابق، ص119.

الاستثمارية، ثم تأتي مرحلة القرار باختيار أحسن الإمكانيات التي تسمح لها بتحقيق خططها ونشاطها، بشكل عادي والوصول إلى الأهداف المسطرة.

4-وظيفة التمويين : تعتبر من الوظائف الرئيسية في المؤسسة، حيث بواسطتها تنطلق مختلف العمليات والأنشطة وتساهم بصفة كبيرة في دورة الاستغلال للمؤسسة، وتعرف على أنها مجموعة من المهام و العمليات، تعمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليها من خارج المؤسسة بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقاً لبرامج وخطط المؤسسة. والمقصود بتوفير مختلف عناصر المخزون الشراء و الاحتفاظ بعناصر المخزون من أجل تنفيذ البرامج الخاصة بنشاط المؤسسة سواء الإنتاجية أو البيعية في إطار متناسق وفي الوقت المطلوب.

5-وظيفة إدارة الموارد البشرية : تعد وظيفة الموارد البشرية من الوظائف الفاعلة في أي مؤسسة بالأخص في الوقت الراهن بعد ما كانت تتركز مهامها في التوظيف فقط من أجل رفع كمية الإنتاج وسد حاجات المؤسسة من اليد العاملة فإن التطورات التكنولوجية والقانونية والاقتصادية جعلت من مهامها تزداد وتنمو ويمكن جمع هذه المهام في ثلاثة مجالات هي⁵⁰:

- مهام التسيير البحتة : تضم كل من التوظيف تشريعات العمل، التعويضات (الرواتب)..الخ.

- مهام متعلقة بسياسة التحفيز وإدماج الموظفين : وتضم كل من الاتصال داخل المؤسسة، إعداد الميزانية الاجتماعية...الخ.

- مهام مرتبطة بالتسيير التقديري للمؤسسة : وهي مهام مرتبطة بمستقبل المؤسسة ومختلف تحركاتها المستقبلية واستغلالها للفرص وتتمثل في التدريب والتكوين، ترقية داخلية للموظفين، تقييم الأداء....الخ.

وبناءً على ما سبق يمكن تعريف وظيفة الموارد البشرية على أنها استقطاب واختيار وإدارة الموارد البشرية التي تحتاجها المؤسسة، حيث تنطلق هذه العملية من تخطيط الموارد البشرية (تحديد الاحتياجات) الى تقييم الأداء مروراً بالاستقطاب والاختيار والتدريب والتطوير مع مراعاة القيود القانونية والنقابات أو الاتحادات العمالية.

⁵⁰ - غول فرحات، مرجع سابق، ص146.

المطلب الثالث : أهداف المؤسسة

تسعى المؤسسات سواء كانت عامة أو خاصة إلى تحقيق أهداف مختلفة ومتنوعة حسب طبيعة ونشاط المؤسسة، وتبقى هذه الأهداف مترابطة ومتداخلة فيما بينها ويمكن تلخيصها فيما يلي⁵¹:

1-الأهداف الاقتصادية : من الأهداف الاقتصادية التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها : الربح، تحقيق متطلبات المجتمع، عقلنة الإنتاج.

2-الأهداف الاجتماعية : وهي ضمان مستوى مقبول من الأجور، تحسين مستوى معيشة العمال، والعمل على تغيير نمط استهلاك المجتمع، الدعوة إلى تنظيم وتماسك العمال، توفير تأمينات ومرافق للعمال.

3-الأهداف الثقافية : وهي توفير وسائل ترفيهية، تدريب العمال المبتدئين ورسكلة القدامى، تخصيص أوقات للرياضة.

4-الأهداف التكنولوجية : وهي البحث والتنمية، التعاون مع مؤسسات البحث العلمي مثل الجامعات للقيام بعمليات البحث العلمي لتطور المؤسسة.

⁵¹ - رقيقة حروش، مرجع سابق، ص33.

ولاية أدرار

المبحث الثاني : السياحة

المطلب الأول : تعريف السياحة ومكوناتها

1-تعريف السياحة

فهي تلعب دوراً هاماً على مستوى دول العالم، ولهذه الأهمية المتزايدة اتجهت معظم الدول إلى الاهتمام بها حتى أصبحت عامل هام وفعال في اقتصاد العديد من الدول وتعرف السياحة على أنها "التنقل والحركة التي هي من خصائص الإنسان، والذي اعتاد على الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع لفترة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة وترتبط بعمل مأجور"⁵².

وفي مفهوم الحديث للسياحة حسب تعريف منظمة السياحة العالمية فإنها تعني انتقال الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة⁵³.

ولا يتسع المجال هنا لسرد التعاريف جميعها ولكن نلخص منها إلى أن السياحة عبارة عن الانتقال الوقتي للأشخاص من الوطن الذي اعتادوا الإقامة فيه إلى أي مكان آخر خارج هذا الوطن والبقاء فيه مدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة ولأي غرض غير العمل أو الإقامة الدائمة، بمعنى أن يندرج تحت الأغراض السياحية أي غرض فيما عدا العمل الذي يدر على صاحبه دخلاً⁵⁴.

أما السائح فيعرف على أنه كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة على ألا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة بحيث لا تزيد عن سنة كاملة وينتقل فيها لزيارة أو مهرجان أو علاج ولا يدخل في التعريف (المهاجرون، البعثات الدبلوماسية، وأطقم الطائرة)⁵⁵.

⁵² - منال شوقي عبد المعطي أحمد : "جغرافية السياحة"، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2010، ص9.

⁵³ - أكرم عاطف رواشدة : "السياحة البيئية"، ط1، عمان، دار الراية للنشر والتوزيع، 2008، ص19.

⁵⁴ - إلياس عياشي : "الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجيل (مدينة جيجيل نموذجاً)، دراسة مكملة لنيل

شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، قسنطينة، 2008-2009، ص15.

⁵⁵ - أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص21.

2- مكونات السياحة⁵⁶:

2-1- السائحون : وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضيفة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح .

2-2- المعرضون: وهي الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من امكانيات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من اجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

2-3- الموارد الثقافية (المعالم السياحية) : باختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقديم التعريفات المختلفة لها فنجد منها : البيئة، الرياضة، الآثار..... الخ.

المطلب الثاني : أنواع السياحة

تتعدد الأنواع السياحية تبعاً لميولات ورغبات السائح المراد إشباعها من خلال قيامه بالرحلات السياحية وهذا تماشياً مع التطورات التي يشهدها العالم، ونظراً لتعدد أنواعها سوف نعرض بعضها وفقاً للمعايير فيما يلي :

1- وفقاً للمعيار الجغرافي : وتنقسم السياحة وفقاً لهذا النمط إلى⁵⁷ :

1-1- السياحة الداخلية (المحلية) : وهي حركة انتقال السائح من مكان إقامته المعتاد لزيارة مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود دولته التي يقيم فيها، وتتميز بانخفاض التكلفة.

1-2- السياحة الإقليمية : ويقصد بها حركة السفر والإقامة بين دول متجاورة تشكل منطقة سياحية واحدة وتقدم الدول المتجاورة تسهيلات متبادلة لتحقيق التجانس والتكامل كما هو الحال في ماليزيا وتايلاند و سنغافورة..... الخ.

⁵⁶- أمانة أبو حجر : "الجغرافيا السياحية"، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص69.

⁵⁷- منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سابق، ص72.

ولاية أدرار

1-3-1 السياحة الدولية (الخارجية) : وتمثل في حركة انتقال الأفراد وإقامتهم المؤقتة عبر حدود الدول المختلفة في العالم.

2-2 وفقاً لمعيار الفئة العمرية⁵⁸ :

1-2-1 سياحة فئة الصغار : تمتاز باكتساب مهارات سلوكية لازمة لنضوجهم كالمعسكرات الصيفية.

2-2-2 سياحة فئة الشباب : وتمتاز بالبحث عن الآثار وتكوين صداقات ومعارف.

2-3-3 سياحة فئة الناضجين : وتتميز بالاسترخاء من عناء العمل والإرهاق وتكون معظمها في الشواطئ والصحراء.... الخ.

2-4-4 سياحة فئة المتعاقدين : وتمتاز بالبحث عن الاستجمام والراحة والهدوء، وزيارة الأماكن التي كان يحلم بها قبل التقاعد لعدم الوقت الكافي.

3-3 وفقاً لمعيار المدة :

1-3-3 سياحة لمدة أيام : وعادة ما تكون لأيام محددة مسبقاً ويقضيها السائح وفق إطار معين مثل مناسبات الأعياد.

2-3-3 سياحة موسمية : وهي ترتبط بموسم معين مثل الاستمتاع في الشواطئ في الصيف والتزحلق على الجليد في الشتاء.

3-3-3 سياحة عابرة : وتأتي فجائية ودون تخطيط مسبق وبشكل عابر.

4-4 وفقاً لمعيار الهدف :

وتتعدد أنواع السياحة حسب الهدف ونذكر منها ما يلي :

⁵⁸ - أمانة أبو حجر : "الجغرافية السياحية"، مرجع سابق، ص79.

ولاية أدرار

4-1 السياحة الدينية : وتمثل في زيارة الأماكن المقدسة مثل : الحج إلى البقاع المقدسة بالسعودية.

4-2 السياحة الاستشفائية : تعتمد على العناصر الطبية في علاج المرض مثل : الينابيع المعدنية والرمال الصحراوية قصد شفاء الأفراد.

4-3 السياحة العلاجية : تعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها الكفاءة في علاج الأفراد الذين يلجأون إلى هذه المراكز.

4-4 السياحة الرياضية : وهو السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات أو البطولات الرياضية أو من أجل الاستمتاع بمشاهدتها.⁵⁹

4-5 السياحة الثقافية : يهدف هذا النوع من السياحة إلى التعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى والمناطق التي تتوفر فيها الآثار والتراث.

4-6 سياحة المعارض : وهي سياحة تشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض الصناعية ومعارض الكتاب، فمن خلالها يستطيع الزائرون التعرف على آخر الإنجازات التكنولوجية والعلمية.⁶⁰

المطلب الثالث: دوافع السياحة وأهميتها

1-دوافع السياحة

في هذا الوقت يوجد في الإنسان دافع يؤدي إلى تحركه من مكان لآخر سواء داخلياً أو خارجياً، وذلك نتيجة لعوامل اجتماعية واقتصادية ونفسية وما إلى ذلك، ومن هذه الدوافع التي تؤدي بتحركه هي⁶¹:

⁵⁹-أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص33.

⁶⁰-إلياس عياشي، مرجع سابق، ص22.

⁶¹-سماعيني نسبية : "دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر " ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال ، وهران ، 2013-2014 ، ص23.

ولاية أدرار

1-1-دوافع ثقافية وتاريخية : تتعلق بالرغبات المختلفة للتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة الآثار والتعرف على حياة الشعوب وثقافتهم.

1-2-دوافع دينية : تتمثل في زيارة الأماكن المقدسة أو زيارة المعابد والأضرحة نظراً لما تمثله من قيم روحية لمختلف الأديان والمعتقدات.

1-3-دوافع الراحة والاستجمام والترفيه : يرتبط بمحاولة الهروب المؤقت من إرهاق العمل وضجة المدن واللجوء إلى الأماكن الهادئة من أجل الاستمتاع بأوقات الفراغ.

1-4-دوافع عرقية : هذا الدافع ينشأ بقوة لدى المغتربين عن بلدهم حافز قوي لزيارة بلدهم الأم وتحديد الروابط الأسرية.

1-5-دوافع اقتصادية : تتمثل في الاستفادة من انخفاض الأسعار ومن فرق العملة في التحويل وهذا يؤدي توجه السياح إلى البلد الذي انخفضت عملته للتمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.

1-6-دوافع رياضية : السفر بغرض مشاهدة المباريات الرياضية وتشجيع فرق معينة أو ممارسة الرياضة والمشاركة فيها.

وهناك دوافع أخرى كالصحية والتعليم، مما يجدر بالذكر أن هذه الدوافع تختلف من سائح إلى آخر وأنه يمكن أن يجتمع دافعان أو أكثر في سائح معين.

2-أهمية السياحة

- خلق مناصب عمل؛

- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية؛

- تعدد مطلب اجتماعي ونفسي هام؛

- تعدد أداة للإتصال وتبادل الثقافات والعادات والتقاليد بين الشعوب؛

ولاية أدرار

- تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول؛
- تدفع للمحاكاة والتقليد وتحقيق الرفاهية للإنسان؛
- الاستغلال الأمثل للموارد والمعطيات الطبيعية والمحافظة عليها.

ولاية أدرار

المبحث الثالث: السياحة في ولاية أدرار

المطلب الأول : نبذة عن ولاية أدرار

ظهرت ولاية أدرار بعد التقسيم الإداري لعام 1974 وهي تقع في جنوب غرب الصحراء الجزائرية التي هي جزء من الصحراء الإفريقية الكبرى، وتبعد أقرب نقطة منها عن العاصمة الجزائرية بحوالي 1500 كلم مربع وهذه المنطقة تسمى منطقة توات⁶². التي تشمل على عدد من الواحات والمدن والقصور تزيد عن الثلاثمائة وخمسين واحة متناثرة هنا وهناك على رمال الصحراء⁶³. وهي تغطي مساحة 427.968 كلم مربع يحدها من الشمال ولاية البيض ومن الشمال الغربي ولاية بشار، ومن الغرب ولاية تندوف، ومن الجنوب الشرقي ولاية تمنراست، ومن الشمال الشرقي ولاية غرداية، ومن الجنوب دولة مالي، ومن الجنوب الغربي دولة موريتانيا، تنقسم ولاية أدرار إدارياً إلى 11 دائرة و28 بلدية. أما عدد سكانها فهو 320000 نسمة، وتنقسم الولاية إلى أربع مناطق وهي : قورارة - توات - تيديكلت - تنزروفت .

تقع ولاية أدرار بين خطي طول 1 درجة شرقاً، و3 درجات غرباً وبين دائرتي عرض 20 إلى 30 درجة شمالاً.

*التضاريس : يتكون السطح الأرض لولاية أدرار من :

- الهضاب : تغطي مساحة معتبر من الولاية وهي ذات تكوينات جيولوجية مختلفة ومن بينها هضبة تادميت حيث يصل إرتفاعها إلى 600م.

- العرق : تتألف من كثبان رملية مرتفعة، والتي تجلبها الرياح مثل عرق شاش.

- السبخة : هي عبارة عن مناطق نشأت في مجاري أودية قديمة وعريضة، وعادة ما تكون ذات تربة مالحة.

⁶²-عاشور سرقمة : "القصص والأغاني الشعبية بمنطقة توات"، دون طبعة، وهران، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2004، ص13.

⁶³-فرج محمود فرج : "إقليم توات خلال القرنين 18 و 19 الميلاديين"، أطروحة تقدم بها لنيل شهادة الدكتوراه، الدور الثالث في التاريخ، ص1.

ولاية أدرار

- الحمادة : فهي هضبة صخرية تغطيها صخور جيرية ممتدة في شكل صفائح طبقية.

*المناخ : يسود الولاية مناخ صحراوي جاف شديد البرودة شتاءً وشديد الحرارة صيفاً، وتصل درجة الحرارة القصوى في شهر جويلية 50 درجة، أما الأمطار فهي شبه معدومة إلا في بعض الحالات الاستثنائية⁶⁴.

*النبات : نظراً للطابع الصحراوي للولاية تكثر فيها النباتات الشوكية مثل : الاكسيا بالاضافة إلى أشجار النخيل.

*الحيوان : فبالنسبة للحيوانات فنجد الجمال والمعز والغزال والأغنام والأفاعي والعقارب وغيرها.

المطلب الثاني : الإمكانيات السياحية لولاية أدرار

تتوفر الولاية على موارد سياحية ساحرة ما يجعلها تستقطب العديد من المستكشفين والسياح، بيد أن تقاطر السياح على الولاية يتعدد الجوانب السياحية ومن بين هاته الإمكانيات ما يلي :

1-الموارد الطبيعية : تتوفر الولاية على عناصر طبيعية هامة للجذب السياحي تؤهلها لتكون في مقدمة الولايات في الاستقطاب السياحي ومقصداً سياحياً بامتياز ومن أشهر هذه العناصر : العرق الكبير، عرق شاس و السبخات المنتشرة عبر الولاية كسبخة مقرحان والوديان كوادي مسعود⁶⁵. بالإضافة إلى زيارة عين بودة بغرض الاستشفاء بماء عينها، والاستطباب برمل عرقها ولاسيما لمن يعاني من مرض الروماتيزم⁶⁶.

2-الموارد الأثرية والتاريخية : وتتضمن ما يلي :

1-2- النقوش الصخرية : تواجدت هذه النقوش في منطقة أولف والمطارفة، تيمياوين، تمقطن.

⁶⁴ -الصيديق حاج أحمد آل المغيلي : "التاريخ الثقافي لإقليم توات"، ط2، الجزائر، منشورات الخبر، 2011،ص44.

⁶⁵ -رسالة أدرار، مجلة دورية تصدر عن ولاية أدرار، العدد 5، ص20.

⁶⁶ -أدرار واحات الفن وقصور الأمان، ص99.

ولاية أدرار

2-2- الفقارة : هي تحفة هندسية ونظام خارق عبقرى في استغلال المياه وتحدي قسوة الطبيعة، والفقارة في أدرار هي روح الحياة التي أدت الوجود من العدم وفجرت جناناً وواحات روعتها من روعة الرياض الساحرة⁶⁷.

2-3- المعالم الأثرية العمرانية : من المعالم الأثرية والتي تتباهى بها ولاية أدرار هي القصور القديمة والقصبات (قصبة إغزر وقصر حماد وقصر تمنطيط وأغلاد وتماسخت....) وفضاءات واحاتية (واحة تابلكوزة، ماسين، أقبلي، أولف....).

3- الموارد الثقافية : تعتبر المؤهلات الثقافية التي تزخر بها الولاية جد هامة ومن أهمها :

3-1- الزيارات : هي ذات أبعاد ثقافية ودينية واجتماعية وسياحية دأب عليها أصحاب المنطقة تبركاً بمآثر أولياء الله الصالحين، ومن بينها زيارات الرقاني السنوية برقان وزيارة السبوع بتميمون.

3-2- الزوايا والأضرحة : إضافة إلى الدور العلمي الديني والثقافي فهي تعتبر مصدر إلهام روحي مثل زاوية سيدي البكري و زاوية مولاي عبد الله الرقاني... الخ، وأما الأضرحة كضريح سيدي محمد بلكبير بوسط الولاية.

3-3- الصناعة التقليدية : ومن بينها الفخار (الفخار الأسود بتمنطيط) ، النسيج (زربية فاتيس بفاتيس)، الجلود (النعال والأحذية بأولف)، الحلبي (الفضة من خواتيم و اساور)⁶⁸.

3-4- الفولكلور والغناء الشعبي : تشتهر ولاية أدرار بأنواع مختلفة من الغناء منها : الطبل، صارة، قرقابو، الزمار، الحضرة، البارود، أهليل (غناء زنائي محلي مصنف من طرف UNESCO كتراث غير عادي)⁶⁹.

⁶⁷ -أدرار رائعة الصحراء ، دليل سياحي،ص17.

⁶⁸ -المرجع نفسه، ص23.

⁶⁹ -رسالة أدرار، مرجع سابق، ص22.

المطلب الثالث :الهياكل السياحية في ولاية أدرار

1- الفنادق : بالنسبة للفنادق هناك أربعة فنادق بأدرار المركز، يأتي على رأسها فندق توات حيث تبلغ طاقة إيوائه 108 سرير بالإضافة إلى فندق تيممي الذي تبلغ طاقته هو الآخر 64 سرير، وكذا فندق الرحمة الذي تبلغ طاقته 60 سريراً، وفندق الجامعة الإفريقية بطاقة استيعابية تقدر بـ : 60 سريراً ، أما بتيميمون فيوجد العديد من الفنادق ومن أهمها فندق قورارة الذي تبلغ طاقته 184 سرير وفندق إغزر الذي يستوعب 64 سريراً وفندق مولاي الحسين الذي تبلغ طاقة استيعابه 60 سريراً⁷⁰.

2- المخيمات : أما بالنسبة للمخيمات فهناك أربعة مخيمات، منها مخيم البستان (مراقن) بأدرار المركز، والذي تبلغ طاقته 70 سريراً، مخيم أقرينج بأدرار المركز الذي تبلغ قدرة إستيعابه 80 سريراً، ومخيم الرمال الذهبية بتيميمون الذي يستقبل 75 سريراً ومخيم النخيل بتيميمون الذي تقدر طاقة استيعابه بـ 150 سرير ومخيم جنان المالك وغيره.

3- الدواوين والجمعيات السياحية : وفرت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار عدة دواوين وجمعيات سياحية تنشط على مستوى الولائي من أجل الدفع بالسياحة إلى الأمام، ومن بين هذه الدواوين (الديوان المحلي للسياحة أدرار، الديوان المحلي للسياحة رقان ...) والجمعيات (جمعية المحافظة على قصر تمنطيط، الجمعية السياحية أصدقاء تيميمون...).

4- وكالات السياحة والأسفار : تحتوي الولاية على مجموعة من الوكالات تنشط في تسويق المنتج السياحي ومنها أدرار جولات، سيدي أحمد بن موسى، الهامل سفر.... الخ.

5- هياكل إدارية : وتتمثل في مديرية السياحة والصناعات التقليدية، مركز الإعلام والتوجيه السياحي لولاية أدرار، مقر السوق، مركز الصناعة التقليدية إنتاج، عرض و بيع، غرفة الصناعة التقليدية .

⁷⁰ -أدرار واحات الفن وقصور الأمان، مرجع سابق، ص96.

يعد الاتصال من بين أسباب نجاح المؤسسة على اختلاف نشاطاتها سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، وهذا نتيجة للدور الذي يؤديه من خلال المساهمة في الحفاظ على استمرارية هذه المؤسسة.

ومن هنا انطلقت لكي يكون الهدف الأساسي لدراستي هذه، هو الإطلاع على واقع العملية الاتصالية في المؤسسات السياحية الجزائرية، وكان اختياري على إحدى المديريات التي لها وزن ثقيل على مستوى ولاية أدرار، ألا وهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار، هذه الأخيرة التي تشهد حيوية ونشاط ملحوظ وقفزة نوعية في مجال إنجاز مشاريع حماية السياحة، فهي تخطوا خطوات لتفعيل وتنشيط العملية الاتصالية على المستوى الداخلي والخارجي.

حيث توصلت إلى أن المديرية تستعمل في أداء العملية الاتصالية جملة من الوسائل والتقنيات والتي من شأنها بناء صورة حسنة لدى جمهورها، كما توصلت أيضاً إلى عدم وجود سياسة إتصالية واضحة المعالم ومحكمة بشكل جيد من أجل تحقيق فاعلية الاتصال وتمكين المديرية من كسب ثقة جمهورها، وأنها تمارس العملية الاتصالية بصفة عادية وعشوائية وذلك نتيجة نقص في الاتصال وانعدام التكوين العلمي في الاتصال السياحي.

وما يمكن قوله في هذا المقام، هو دعوة مني إلى الاهتمام بمجال الاتصال السياحي في بلدنا وكسب ثقة الجمهور، وهذا ما لم يتجلى في المؤسسات الحكومية (مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار)، فلاحظت أن المديرية لا يهتمهم إرضاء جمهورها لأنه حسب قولهم أن المديرية تقدم خدمات بدون مقابل وهذا ما ترك الموظفين في المديرية لا يهتمهم إرضاء الجمهور أو عدم رضاهم، وهذا عكس المؤسسات الخاصة التي تجعل هدفها الأسمى هو إرضاء جمهورها وكسب ثقته بكل الوسائل والطرق المتاحة.

وبناء على هذا يجب على المديرية أن تعي دور النشاط الاتصالي سواء بين الرئيس والمرؤوس والعكس، وأبين المديرية وجمهورها، فهو يعد بمثابة المحرك بالنسبة للمركبة، فإذا ما حصل خلل أو عطل فيه، يؤدي بطريقة أو بأخرى إلى الاختلال والشلل.

قائمة المصادر والمراجع

1/ الكتب:

- إحسان محمد حسن : " الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي "، دون طبعة، دار الطليعة، 1999؛
- أحمد ماهر : "كيف ترفع مهارتك الإدارية في الاتصال"، د ط، الإسكندرية، دار الجامعة للطبع والنشر والتوزيع، 2000؛
- إبراهيم أبو عرقوب : "الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي"، دون طبعة، دار محمد لاوي، الأردن، 1993؛
- أكرم عاطف رواشدة : "السياحة البيئية"، ط1، عمان، دار الذاكرة للنشر والتوزيع، 2008؛
- أمنة أبو حجر : "الجغرافيا السياحية"، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010؛
- الصديق حاج أحمد آل المغيلي : "التاريخ الثقافي لإقليم توات"، ط2، الجزائر، منشورات الخبر، 2011، ص44؛
- جيهان أحمد رشدي: "الأسس العلمية لنظريات الاتصال"، ط3، القاهرة، دار الفكر العربي، 1975؛
- حارث عبود : "الاتصال التربوي"، ط1، الأردن، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2009؛
- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد : "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، ط3، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2002؛
- دلال القاضي، محمود البياتي : "منهجية وأساليب البحث العلمي"، دون طبعة، عمان، دار حامد، 2008؛
- منال شوقي عبد المعطي أحمد : "جغرافية السياحة"، ط1، الإسكندرية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، 2010؛
- محمود عودة : "أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي"، دون طبعة، بيروت، دار النهضة العربية و النشر، 1988؛
- مي العبد الله : "نظريات الاتصال"، ط2، لبنان، دار النهضة العربية، 2010؛
- مجد الهاشمي : "تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري"، ط1، الأردن، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2004؛
- منال طلعت محمود : "مدخل إلى علم الاتصال"، دون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2001؛

- نعيمة واكد: "مبادئ في علم الاتصال"، دون طبعة، الجزائر، طاكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2011؛
- ناصر دادى عدون: "المؤسسة الاقتصادية"، دون طبعة، الجزائر، دار المحمدية العامة، 1998؛
- نعيمة واكد: "مقدمة في علم الاعلام"، دون طبعة، الجزائر، طاكسيح، كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2011؛
- عبد الرحمان بدوي: "مناهج البحث العلمي"، ط3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977؛
- عاطف عدلى العبد، نهي عاطف العبد: "مدخل إلى الاتصال"، دون طبعة، القاهرة، دار الفكر العربي، 2010؛
- عمر عبد الرحيم نصر الله: "مبادئ الاتصال التربوي والإنساني"، ط2، الأردن، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2010؛
- عاشور سرقمة: "الرقصات والأغاني الشعبية بمنطقة توات"، دون طبعة، وهران، دار الغرب للنشر والتوزيع، 2004؛
- غول فرحات: "الوجيز في اقتصاد المؤسسة"، ط1، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2008؛
- فرج محمود فرج: "إقليم توات خلال القرنين 18 و 19 الميلاديين"، أطروحة تقدم بها لنيل شهادة الدكتوراه، الدور الثالث في التاريخ؛
- رفيقة حروش: "اقتصاد وتسيير المؤسسة، دون طبعة، الجزائر، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، 2013.

2/ الرسائل الجامعية:

- إلياس عياشي: "الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجيل (مدينة جيجيل نموذجاً)، دراسة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري، قسنطينة، 2008-2009؛
- بن عبد الله محمد، لفتح عبد المالك: "الاتصال الداخلي في المؤسسة (إذاعة الاهتقار نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الاتصال، أدرار، 2010-2011؛
- جيلالي بوزيد كريمة: "الاتصال في المؤسسة السياحية فندق الشيرطون نموذجاً"، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال، المدية، 2010-2011؛
- سماعيني نسبية: "دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، وهران، 2013-2014.

3/ الجرائد الرسمية:

- الجريدة الرسمية، العدد 41، المؤرخ في 12 يونيو 2005؛

- الجريدة الرسمية، العدد 63 المؤرخ في 26 أكتوبر 2010.

4/ المجالات والدوريات:

- أدرار واحات الفن وقصور الأمان؛

- أدرار رائعة الصحراء ، دليل سياحي؛

- رسالة أدرار، مجلة دورية تصدر عن ولاية أدرار، العدد 5.

5/ المقابلات:

- مقابلة مع السيد : نهار نور الدين، مفتش في مصلحة السياحة، تمت يوم 2016/04/10 على

الساعة الثالثة زوالاً بمكتبه؛

- مقابلة مع السيد : عوماري مولاي التهامي، مدير السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار، تمت يوم

2016/04/12 على الساعة العاشرة صباحاً بمكتبه؛

- مقابلة مع السيد : بن هاشم مولاي سليمان، رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، تمت يوم

2016/04/12. على الساعة الثانية والنصف زوالاً بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية أدرار.