

دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر و التموّج المرتقب :دراسة حالة ولاية مستغانم

الملخص

تطرقنا في هذا البحث إلى معالجة الجاذبية السياحية للمنطقة، و التعرف على مختلف أدواتها، و معايير اختيار المنطقة السياحية و مختلف النظريات التي عالجتها.

و تم إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي، حيث كانت الدراسة الميدانية حول جاذبية منطقة مستغانم السياحية، و ذكر مختلف مقوماتها التاريخية، الثقافية، السياحية و غيرها و أنواع السياحة المتواجدة فيها، و محاولة إثراءها باستخدام وسائل التسويق.

الكلمات الدالة: السياحة – السائح – التسويق السياحي – الخدمة السياحية – الجاذبية السياحية.

Abstract

We discussed in this search to address the tourist attraction of the region, and to know the various tools, and criteria for the selection of the tourist area and various theories dealt with.

And the theoretical side was dropped on the practical side, where the field study on the attractiveness of the tourist area of Mostaganem, and mentioned various historical merits, gyrate, tourism and other types of tourism which they are located, and try enriching using marketing tools.

Key words: tourism - tourists - Tourism Marketing - tourist service - tourist attraction.

مقدمة:

تعتبر الجاذبية السياحية رهان مهم، ومورد للثروة، إذ تمثل السياحة أكسجين التجارة، فالنشاط السياحي يركز على قدرة الإقليم على جذب السياح في مختلف المجالات الرياضية، الثقافية والترفيهية¹، إذ أصبحت بديل الإقليم لتنمية الاقتصاديات، فهي تعتمد على موارد طبيعية كالآثار و الماء والهواء والطاقة والأرض، المعادن²، تراث، حضارة وعناصر الترفيه، ووسائل نقل وجهود إنسانية، فماذا ينقصنا لكي نكون الأولين؟ وكما قال الشريف خالد بن هزاع: " متى نشهد عندنا سياحة مقنعة وجاذبة "؟³

اهتمت الدول العربية بالسياحة كونها من أكبر الصناعات حاليا ، و لا يزال تقدمها و توسعها ينمو بشكل سريع ، فمن خلالها يمكن الحكم على تقدم البلد أو تأخره ، كونها نشاطا حركيا له أبعاد ثقافية ، اجتماعية ، اقتصادية و سياسية

تتوقع المنظمة العالمية للسياحة زيادة عدد السياح الدوليين إلى 1.56 مليار سائح بحلول سنة 2020 ، من بينهم : 1.2 مليار سائح بين الأقاليم نفسها ، و 0.4 مليار سائح من خارج الأقاليم .

تصدر الأقاليم المستقبل للسياح في كل من أوروبا بـ 717 مليون سائح ، و شرق آسيا و الباسيفيك بـ 397 مليون سائح ، و الأمريكيتين بـ 282 مليون سائح ، ثم تليها بمحصول أقل على التوالي دول الشمال الإفريقي ، الشرق الأوسط ثم إقليم جنوب آسيا⁴.

الجزائر من بين الدول التي شرعت في عملية إحصاء لثرواتها السياحية من أجل استغلالها في عدة قطاعات تنموية ، منها الطبيعية ، التراثية و الثقافية و غيرها ، انشغل بها العديد من الباحثين في إشكالية التطوير، خاصة في دول العالم الثالث و الجزائر واحدة من تلك الدول، التي تزخر من تلك الدول، التي لها مقومات سياحية هائلة و ثروات طبيعية تمكنها من استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح المحليين والأجانب، ما يدفعها بالتفكير في ترقية مناطق التوسع السياحي التي تعد مصدرا هاما للدخل القومي وتحقيق النمو الاقتصادي.

الهدف من هذه الدراسة يتمثل في محاولة التحسس بمكانة السياحة في الجزائر و بالأخص في منطقة مستغانم و دورها في الاقتصاد الوطني ، ومحاولة معرفة أسباب تراجع السياحة في الجزائر و رد اعتبار صورة الجزائر السياحية محليا و دوليا.

و قد تم التوصل إلى النتائج التالية :

لا يزال نصيب الجزائر من السياحة الدولية قليل ، بسبب العجز في هياكل الاستقبال التي لا توفر إلا 81 ألف سرير حاليا منها غير مصنفة حسب تصريح وزير السياحة الجزائري " نور الدين موسى " ، الذي أشار إلى أن " الإستراتيجية القطاعية إلى غاية سنة 2015 ستمكن من استقبال أربع (04) ملايين سائح ، و سيبلغ عددهم إلى 24 مليون سائح سنة 2020 و في تقرير صدر عن عدد كبير من الخبراء تحت إشراف " فابريس هاتم " و بمشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية ، فالقطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10 بالمئة من الناتج المحلي الخام ، و يظل تحت المستوى في الجزائر ، حيث يبقى القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات و الفرص المتاحة .

¹ Dossier attractive :

<http://www.insee.fr/fr/useeregions/f.comte/themes/thematiques/attractivite/attractivite%20touristique.pdf>.p47.

² Isabelle BABOU-Philippe CALLOT, *Les dilemmes du tourisme* , Librairie Vuibert , paris,2007, p 191.

³ .<http://www.albiladaily.com/articles.php?action=show.&id=2338>.

- زيد سلمان عبوي " السياحة في الوطن العربي " دراسة لأهم المواقع السياحية العربية ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2007 ، ص 9-ص 22.

حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة ، أقرت بأن القطاع لا يمثل سوى نسبة 3.9 بالمائة من قيمة الصادرات ، و 9.5 بالمائة من نسبة الاستثمارات المنتجة ، و 8.1 بالمائة من الناتج المحلي الخام ، و صنفتم الجزائر في المرتبة 147 من مجموع 174 دولة القطاع يشغل أكثر من 200 ألف عامل ، و يمثل 6.5 بالمائة من نسبة التشغيل المباشر و غير المباشر ، و لم تسجل الجزائر سوى 23.1 مليون دخول سائح ، حيث لا تستقطب الكثير من السياح ، هذا يرجع لعدة أسباب منها:

* نقص الأمن السياحي الذي لا يضمن السلامة للسياح و خاصة بعد المرحلة التي عاشتها الجزائر في سنوات التسعينات ، لكنه بدأ في استعادة مكانته بفضل المصالحة الوطنية التي جاء بها الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" التي أرجعت الأنفاس من جديد.

* نقص الوعي السياحي لدى المواطن الجزائري الذي يؤدي إلى النفور.

* نقص هياكل الاستقبال للسياح.

* عدم الاهتمام بالتراث الثقافي و التاريخي.

* نقص التكوين و التأهيل للأفراد العاملين في المنشآت السياحية.

* ارتفاع نسبة الأمية و البطالة.

بسبب هذه العراقيل تولت الجزائر أهمية لإعادة إصلاح القطاع السياحي ، مُحاولَة تفادي ما وقع فيه الآخرون من أجل تحسين مستوى القطاع ، كالحفاظة على البيئة لخدمة و مصالح السكان الأصليين ، هذا ما حرص عليه الوفد الجزائري المشارك في أول معرض للسياحة الإفريقية المنعقد في جنيف ما بين 10 و 15 سبتمبر 2006 ، كانت توقعاتها مشاركة في الأسواق السياحية الدولية ، و ربط الصلة بالمحترفين في القطاع ، و بمن لهم الرغبة في الاستثمار ، و إصلاح كل البنيات لكي تكون في مستوى المعايير الدولية من أجل التنافس

قررت الجزائر توفير كل أوجه السياحة ، و السير في طريق تطويرها ، و بحكم النمو الديمغرافي الكبير و نسبة الشباب التي تفوق 75 بالمائة من مجموع السكان ، يشكل القطاع السياحي إحدى الوسائل لتوفير مناصب شغل في المستقبل.

شرعت وزارة السياحة و تهيئة البيئة و الإقليم بتنظيم ملتقيات بالاشتراك مع وزارة الأشغال العمومية و الشؤون الاجتماعية حول مواضيع الاستثمار مع وزارة الأشغال العمومية المتمثل في الطريق السريع ، الممتد من الغرب إلى الشرق الجزائري ، لتحسيس بمدى أهمية القطاع ، إذ لم يمكن إنجاحه إلا بتضافر جهود الكل حتى المواطن أيضا .

و اتباع الطرق الحديثة في التجارة إضافة إلى التكوين الذي يعتبر من الأولويات في تطوير القطاع خاصة من الناحية التسويقية ، كالتجارة الالكترونية في العديد من المنشآت السياحية كالوكالات السياحة و الفنادق حيث تمكن السائح بالحجز و معرفة كل المنتجات و التطلع على الأسعار عبر شبكة الأنترنت.

دون أن ننسى تشجيع الاستثمارات الأجنبية و ذلك بإعطائهم تسهيلات مالية ، جمركية و جبائية لتنشيط البنى التحتية في البلاد و كذلك نشر الوعي السياحي و الثقافي لدى المواطن الجزائري من خلال تدريس موضوع السياحة كمادة في المدارس ، المعاهد و الجامعات ، و بالمثل إقامة ملتقيات وطنية و دولية حول السياحة ليتم التبادل في الثقافات.

فوفقا للمادة 18 و بموجب المرسوم رقم 03-01 المؤرخ في 16 ذي الحجة الموافق لـ 17 فبراير المتعلق بالتنمية المستدامة و منح الامتيازات المالية و الجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع إجراءات و أعمال الدعم ، و تقدم المساعدات في التنمية السريعة للسياحة ، و استحداث آثارها على الاقتصاد الوطني ، و ذلك حسب المادة 19 بهدف:

— إعطاء دفع للنمو الاقتصادي و إدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور و التكيف التكنولوجي.

— ترقية نشر الإعلام ذو طابع تجاري اقتصادي و مهني متعلق بالسياحة و تشجيع إحداث مؤسسات جديدة و توسيع مجال نشاطها، و تشجيع كل عمل يرمي إلى رفع عدد مواقع هياكل الاستقبال الموجهة للسياحة.

*تشجيع القدرة التنافسية داخل القطاع .

* ترقية محيط ملائم لتطوير السياحة .

* إنشاء مدرسة وطنية لصيانة و ترميم التراث الوطني قائمة على مبادئ محكمة.

*ترسيخ مبدأ التعاون بين الأثري و المهندس المعماري ، وتقني الأشغال العمومية و الهندسة المدنية في الصيانة بين الأثري و الكيميائي ، البيولوجي و الفيزيائي ، و غيرهم للمحافظة على التراث.

في هذا المجال برمجت الجزائر المخطط التوجيهي لتنمية السياحة 2025 ، و ذلك بتوسيع العديد من المناطق السياحية واستغلال العديد من المقومات بالاستفادة من مواردها . لتطوير الاقتصاد و تنميته للاتصال بالركب العالمي و محاولة الالتحاق به ، حيث بدأ في الإنجاز في بعض المناطق بالبلاد و مستغنام واحدة من مناطق الوطن التي تشهد حاليا حرمة في الاستثمارات السياحية وبداية توسع العديد من مناطقها السياحية حيث ستصبح في السنوات المقبلة وجهة و مقصدا جاذبا للسياحة في الغرب الجزائري ، و لما لا في الجزائر . ما ينقص إلا الوعي الثقافي السياحي الذي يعتبر مشكل الجزائر بكل و الأمن أيضا ، يبقى التساؤل مفتوحا حول هذا المشكل و كيفية التخلص منه . و سيتم معالجة هذا البحث كالتالي :

أولا : الجاذبية السياحية .

1- مفهوم جاذبية المنطقة السياحية:

1-1 تعريف الجاذبية السياحية:

تمثل الجاذبية السياحية في القدرة على جذب السياح والمنشآت السياحية في مكان معين، للتنقل على المستوى المحلي والدولي⁵، ومن بين مفاهيمها، كونها تشكل إحدى عناصر النظام السياحي والتي بدونها يصبح هذا النظام غامضا، إذ يتكون من ثلاث عناصر أساسية، أولها العنصر الديناميكي المتمثل في الانسان، أي السائح، والثاني العنصر الثابت المتمثل في المكان أي الموقع السياحي، أما العنصر الثالث فهو طرق النقل أو وسائل الربط بين السائح والمكان.

2-1 أنواع الجاذبية السياحية وطرق تصنيفها:

يمكن تصنيفها على الشكل التالي:

1-2-1 الموارد الطبيعية :

ترتبط بالبيئة الطبيعية كتنوع أشكال سطح الأرض في مناطق الجبال، السهول، الوديان، البحار التي تؤيد على نوعية الطلب السياحي.

2-2-1 الجاذبية التي تعتمد على وجود المناسبات والمهرجانات الوطنية:

شهدت المرحلة الأخيرة الكثير من التظاهرات الثقافية، المهرجانات الحضارية والفلكلورية، التي تمثل عادات وتقاليد المجتمعات كمهرجان جرش في الأردن ومهرجان قرطاج في المغرب، وقد عرف مورجن المهرجانات والمناسبات الوطنية بكونها مجموعة

⁵ AOUL Mohamed Kebir , Le marketing territorial, un outil de développement local- cas des communes de grand Tlemcen(Tlemcen -Mansorah -Chetouane), université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID, faculté des sciences économiques et sciences de gestion, 2008-2009,p137.

من الأنشطة التي يشارك فيها الفرد ويبحث عن المتعة ولتحسين مهاراته أو تقديم خدمات طوعية للمجتمع الذي يعيش فيه، إذ تعكس المهرجانات القيم الإنسانية في حياة الأفراد، قد تزداد الجاذبية في هذه المهرجانات باختلاف الهدف الذي تقام من أجله⁶. من خلال عرض أنواع الجاذبية الأولى، تمتاز بطول موسمها السياحي مقارنة مع النوع الثاني الذي لا تدوم مدته سوى أياما قليلة خلال السنة، والاختلاف الثاني هو عدم السيطرة على الطاقة الاستيعابية لموقع الجاذبية الذي يعرض مكونات البيئة الطبيعية، فالعديد من السياح يفتقرون إلى معرفة قواعد احترام البيئة الطبيعية مما يولد صراعا بين سكان المنطقة السياحية والسياح، ويمكن ترتيبها وفقا للطبيعة الأصلية لها⁷، وهذا يتمركز حول توقعات السياح حسب اقتراحات (Mehametoglu et Abelsen 2005) كما قدم (Benckendorff 2006) اقترحا آخرًا لمختلف أنواع وتصنيفات الجاذبية السياحية في اتجاه أصلها الطبيعي، والبشري، واتجاه أفقي يخص الجاذبية الدائمة والمؤقتة

2- نظريات وأساليب تفسير تطور المواقع السياحية :

2-1 نظريات الجاذبية السياحية :

تعتمد نظرية الجاذبية السياحية في تفسير نوع النشاط البشري والاقتصادي على الفكرة التي جاء بها العالم الألماني "فون ثوذن" في سنة 1885، الذي اعتمد على عمل المسافة كأداة أساسية في تسويق المحاصيل الزراعية بمختلف أنواعها، فالمحاصيل القابلة للتلف تسوق في أماكن قريبة منها لذا يختار أصحاب المزارع الحيوانية مناطق قريبة من مراكز المدن لتسويق المنتجات من الحليب ومشتقاته.

وهكذا جاء العالم "ويبي" في 1928 و "كرستالر" عام 1933، و "لوث" عام 1944 و "هوفر" في عام 1984، لينضموا إلى مدرسة ثوذن لإظهار أهمية تكاليف النقل وسهولة الوصول كأهم العناصر المؤثرة في تطوير النشاطات الاقتصادية، فقد أكدوا على عامل المسافة في توزيع النشاطات الحضرية داخل المدن، متيقنون من أهمية هذا العامل في توزيع مستخدمات الأرض التي تسمى بنظرية المواقع المركزية، حيث يكون مركز المدينة التجارية، العنصر الأكثر جذبا للأنشطة الحكومية والإدارية، البنوك والأسواق التجارية.

لقد سهلت هذه الأفكار والنظريات مهمة التخطيط السياحي لفهم مناطق الجذب للموقع السياحي الاقتصادية والاجتماعية التي تحدد قوة الموقع.

2-2 نماذج إحصائية في تفسير الاختلاف في حجم التدفق السياحي :

فكرة النموذج للجاذبية مشتقة من نظرية العالم الفيزيائي "نيوتن" التي حاولت تفسير قوة الجذب بين كتلتين بعاملين فقط هما: حجم الكتلتين و مربع المسافة بينهما، (Stephen, L.J1983) الذي قال: كل كتلة في الكون تنجذب إلى أية كتلة أخرى بقوة تتناسب طرديا مع حاصل ضرب حجميهما، و عكسيا مع مربع المسافة بين مركزيهما.

⁶ زعل الحوامدة -موقف عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون - منهج وأساليب و تحليل رؤية فكرية جديدة و تركيبة منهجية حديثة، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، عمان، الأردن، 2005، ص،ص130-137.

⁷ نفس المرجع السابق، ص137.

3- مناطق الجذب السياحي:

3-1 تعريف المنطقة السياحية الجذابة:

تمثل المنطقة السياحية المكان الجغرافي الذي يقوم بعرض المنتج السياحي، أي مجموع الخدمات المقدمة في مختلف النشاطات والتجارب لمختلف السياح (Franke 2002)⁸.

3-2 اختيار المنطقة السياحية:

تحديد اختيار المنطقة السياحية من طرف السائح يبين سيرورة مركبة من اتخاذ القرارات في تحقيق الأرباح و تخفيض التكاليف، إذ تتأثر المركبات الملموسة و الغير الملموسة في المنطقة بمجموعة من المؤثرات الداخلية و الخارجية للسائح كالميزانية، الوقت و الإشهار... إلخ، و نوع السفر الذي لا تنحصر أهميته حول نزع مجموعة من الدوافع التي تعتبر أساس السفر، لكن بفهم بأن هذا الدافع له علاقة بمجموعة عوامل جذب في المنطقة.

4- معايير تقييم المناطق السياحية الجذابة :

كل منطقة مهما كانت الإمكانات الجغرافية والإنسانية تلعب دورا في نظرية الجذب السياحي الذي يحدد مكانته في السوق، وذلك بتعدد العرض السياحي الملائم لها، ففرنسا وإيطاليا بإمكاناتهما الإقليمية، يبرزان القدرة السياحية كمدينة "ليل" الفرنسية، الساحل المتوسطي، روما ومختلف الأقطاب والجاذبية السياحية، وكذلك الإمكانات الجهوية والمحلية لمختلف القدرات السياحية المحدودة، إذ يوجد معياران يرتكز عليهما في تقديم الجذب السياحي هما:

4-1 درجة الجذب السياحي: و تنقسم إلى نقاط الجذب التالية:

- عدد السياح .
- الموقع .
- قرب مناطق التأثير وشهرتها .
- المساحة .
- معرفة الوقت.

ثانيا: دراسة جاذبية المنطقة السياحية (ولاية مستغانم) و التموقع المرتقب.

اهتم العديد من الدول بقطاع السياحة، وذلك لمردودها الايجابي على الاقتصاد والتنمية بمساهمة القطاعين الخاص والعام في إنشاء المشاريع الاستثمارية التي توفر مناصب شغل التي تقلص من أزمة البلاد. أصبحت السياحة الأكسجين الذي يتنفس به، والمرأة التي يرى من خلالها النمو والازدهار، فقوة اقتصاد أي بلد أو ضعفه ترجع لها، إذ تقوم بتحريك عجلة التقدم، كما هو متواجد في الدول العالم والدول المجاورة كالمغرب وتونس اللتان ترتكزان عليها في كل المجالات التنموية، اللتان تستخدمان الطرق والأساليب الاحترافية لجذب واستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح. الجزائر شأنها شأن جميع الدول، بدأت تنهض وتزيل الغبار، لتلتحق بالركب التنموي، بدأت في اتخاذ عدة إجراءات وأعمال، وتقديم مساعدات ومنح امتيازات مالية وجبائية خاصة المتعلقة بالاستثمار السياحي، لتشجيعه والابتعاد عن التبعية النفطية المعتمد عليها منذ سنين.

⁸ Leurent BOTTI-Nicolas PEYPOCH –Bernardin SOLONANDRASANA, *Ingénierie du tourisme- concepts, méthodes, applications* ,1 édition, édition Groupe DE BOECK, Paris, France, 2008, p39.

سيتم في هذا المبحث دراسة الجاذبية السياحية المتواجدة بالمنطقة (ولاية مستغانم) ، وواقع العرض والطلب السياحي فيها، والمشاريع المنجزة والمبرمجة التي تعطي لنا صورة حول التموّج المرتقب لها مستقبلا.

1- التعريف بالمنطقة:

مستغانم إحدى ولاية الجزائر، تقع في الجهة الشمالية على شاطئ البحر الأبيض المتوسط، يقدر عدد سكانها بـ (756658) نسمة، أي بمعدل 333 نسمة/كلم حسب إحصائيات 2009/12/31 المقدمة من مديرية التخطيط والتهيئة والتعمير المتواجدة بالمنطقة والمرتبب وصولها إلى 938427 نسمة في سنة 2015 بمعدل زيادة 1.6% لكل سنة⁹.

1-1 الجاذبية السياحية للمنطقة :

تتخر المنطقة بالعديد من المقومات التي تمكن خلالها جذب السياح وهذا نظرا لما يلي:

1-1-1 المساحة والموقع الجغرافي :

تغطي مساحة قدرها 2269 كلم² أكثر منها غابات، وبطول شريطها الساحلي 124 كلم، يحدها من الشرق ولايتي الشلف وغلزيان، ومن الجنوب ولايتي غلزيان ومعسكر، ومن الغرب ولايتي معسكر وهران، أما في الشمال البحر الأبيض المتوسط .

2-1-1 المناخ والتضاريس:

تتميز بمناخ شبه قاري ذو شتاء معتدل بمغياتية تتراوح ما بين 350 ملم في مرتفعات جبال الظهرة، تتنوع تضاريسها إلى سهول إلى أربع مناطق لجهتين أساسيتين: سهول منخفضة بالمنطقة الغربية وهضاب وسهول المنطقة الشرقية وامتداد جبال الظهرة، وحيث تعتبر منطقة المقطع من أهم المناطق الرطبة في الجهة الغربية، تعد ملجأ لاستقبال الطيور المهاجرة.

2-1 أنواع السياحة في المنطقة:

1-2-1 السياحة التاريخية والحضارية:

نال التراث التاريخي والحضاري في منطقة مستغانم اهتماما بالغا من طرف الدولة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، إذ يعتبر عنصرا هاما من عناصر التراث الاجتماعي، يرجع فضله فيما وصل إليه الفرد من مستوى اجتماعي وحضاري، كما يشمل عدة أمور كالعادات والتقاليد وغيرها من العرق والأخلاق، والعقائد التي تمثل إرثا لا يستغنى عنه، ومن بين المعالم الأثرية المتواجدة بالمنطقة ما يلي:

1-1-2-1 الجامع المريني العتيق:

متواجد بحب الطبانة على شاطئ عميق "واد عين الصفراء" بنى الجامع الكبير سنة 1340م من طرف السلطان أبي عبد الله بن أبي سعيد المريني، تحول إلى مخزن للأسلحة من طرف المستعمر الفرنسي بعد احتلاله لمستغانم، عرف عدة ترميمات، مما أدى إلى افتقاده طابعة الأصلي نوعا ما، صنف وطنيا كمسجد أثري بموجب قرار وزارة الثقافة الصادر في 1979/04/15.

2-1-2-1 ضريح سيدي عبد الله:

ينسب إلى الولي الصالح سيدي عبد الله الذي عاش في القرن الحادي عشرة، يعتبر الشيخ تكوك شيخ الزاوية السنوسية في بلدية بوقيرات من سلالته، يستقبل عددا هائلا من السياح المحليين والأجانب.

⁹ <http://www.maref.org/index.php/>.

3-1-2-1 ميناء كيزا :

أقدم ميناء عرفته المنطقة، ويعود تاريخه إلى الفترة الفينيقية، يقع على ضفاف واد الشلف بحوالي 8 كلم عن مستغانم، أقامه الفينيقيون للملاحة التجارية، والتنقل بين الأقاليم، ثم احتله الرومان، ما تزال آثاره إلى هذا اليوم، تتواجد بهم نشأة حمامية زيتية، ومساحة باطنية، وعدد كبير من الصهاريج مبنية تحت الأرض¹⁰.

4-1-2-1 متحف الآثار برج الترك:

برج عسكري يعود تاريخ تشييده إلى العهد التركي ما بين القرن العاشر و الحادي عشر، يقع شرق المنطقة.

5-1-2-1 دار القايد "دار الشعراء"

متحف الفنون الشعبية، كان نزلا للقايد "مصطفى المسراقي" الذي كانت له سلطة ونفوذ في المنطقة آنذاك، أقام فيه الجنرال الفرنسي دوميشال، ثم أصبح بيتا للسهر (ناديا) للضباط العسكريين الفرنسيين إلى غاية الاستقلال، أصبح الآن متحفا للسياح، توجد به عدة قاعات، كل قاعة فيه بها عروض خاصة: قاعة للفنان المسرحي ولد عبد الرحمن كاكبي، قاعة للرسم محمد خدة، وقاعة للقعدة البدوية، قاعة للباس التقليدي المستعاني، قاعة الشيخ حمادة والشيخ الجيلالي عين تادلس، وقاعة أخرى لسيدي لخضر بن خلوف كما يوجد بالمنطقة:

- الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببجاية، بلدية بوغالم؛
- منارة "رأس إني" الذي أنشئت سنة 1978 في عهد الاحتلال الفرنسي؛
- مغارات ماسرى التي تضم مجموعة من النحوت.

2-2-1 السياحة الشاطئية:

لإطلالها على حوض البحر الأبيض المتوسط، يتواجد بها 21 شاطئا مفتوح للسباحة، و11 شاطئا غير محمي لا يزال على حالته الطبيعية بالتناوب مع المنحدرات الصخرية والغابات الساحلية، تشكل روعة للسائح فيها لتجعل منها قبلة لهم.

3-2-1 السياحة الثقافية والدينية :

مستغانم مسك الغنائم كما سميت، مدينة تنام بين جبل وبحر، وتتوسد خضرة الغابات، بنيت منذ القديم، تجد فيها هواء لطيفا لا يوجد في مدن الجزائر، ذات شواطئ ساحرة وجبال الظهرة شامخة، كتب عنها بعض المؤرخون والرحالة مثل: "البكري الذي قال: "... ومن قلعة دلول، ومدينة مستغانم مسيرة يومين" وهي على مقربة من البحر، وهي مدينة مسورة ذات عيون وبساتين، وطواحين ماء، ويذر أهلها القطن فيجود، وهي بقرب مصب النهر ... " وذكر الإدريسي عنها في القرن الثاني عشر، بأنها "مدينة صغيرة بها أسواق وحمامات، وجنات كثيرة وسور على جبل مطل ناحية الغرب ... " أقدم مدنها مدينة "تجديت" التي كانت منبع المقاومة، والثقافة والفن.

لها تراث ثقافي كبير كباقي المناطق، من شعر و نغمات بدوية ، نوبات أندلسية ، طرب شعبي ، موسيقى عصرية ، مداحات و إيقاعات عيساوية ، سماع صوفي و غيرها من الفنون .

1_2_3_1 الموسيقى و الرسم و المسرح:

أنجبت هذه المنطقة شعراء كبار كسيدي لخضر بن خلوف ، أقدم شاعر في الملحون على مستوى شمال إفريقيا ، قضى 85 سنة من عمره في مدح الرسول صلى الله عليه و سلم ، جعل مستغانم مرجعا و عاصمة للشعر الملحون و أصبح موروثة عبر الأجيال .

أما الطرب البدوي فهو يبقى من أقوى الأصوات على الساحة المحلية رغم التقدم التكنولوجي في الآلات . إضافة إلى الزوي التي تقام فيها المداخل الدينية و السماع الصوفي . لا تزال مستغانم محافظة على هذا الطبع و القيم الإنسانية و الإسلامية ، و من بين الزوي المتواجدة بها : زاوية سيدي حمو الشيخ ، سيدي قدور بن سلمان ، الزاوية العلوية التي لها نفوذ حتى على المستوى الدولي ، الزاوية التيجانية و الزاوية السنوسية . دون أن ننسى طبوع أخرى من الفنون كالفلكلور الذي يظفي البهجة في الأفراح و العادات الشعبية ، فكل الأنواع الغنائية التي تقدمت من الفن البدوي إلى الأندلسي فالشعبي ثم عصري عيساوي يبقى فضلها إلى الحركة الجمعوية التي تنشط على المستوى المحلي ، الوطني و الدولي .

يبقى الشاهد الأكبر على هذه الطبوع المهرجانات السنوية التي تقام ، منها الوطنية المتمثلة في :

— مهرجان مسرح الهواة الذي يستقطب أكبر عدد ممكن من السياح .

— مهرجان المسرح المدرسي الذي يقام في شهر جوان من كل سنة .

— مهرجان سيدي لخضر بن خلوف .

— مهرجان الأغنية البدوية ببلدية عين تادلس .

— مهرجان الأغنية الشعبية .

— مهرجان التراث العيساوي .

— مهرجان الموسيقى الأندلسي .

هناك مركزا للفروسية أيضا الذي يستقطب عددا هائلا من السياح محليين و أجانب خاصة في فترة المهرجان الذي يقام في أواخر شهر جويلية من كل سنة، تكثر زيارته بسبب المناخ الطبيعي الهادئ و الرومانسي .

تنظم فيه العديد من المعارض و الصالونات ، كالصالون الدولي للبساطا في كل سنة حيث يأتي العديد من الوفود السياسية كالوزراء و الولاة، و العديد من المستثمرين الأجانب .

كما تعرف المنطقة بمنطقة الفن الرابع (المسرح) ، إذ سميت بعاصمته ، فمن رواد هذا الفن : ولد عبد الرحمان كاكي ، عبد القادر باشالي و غيرهم ، تجمعوا في عدة جمعيات مثل جمعية الموجة ، جمعية ولد عبد الرحمان كاكي ، جمعية مصطفى كاتب، جمعية الخشبة الزرقاء و جمعية مسرح المدينة .

إضافة إلى الفن التشكيلي إذ توجد بها مدرسة للفنون الجميلة التي تحمل اسم أحد كبار الرسامين " محمد خدة " و من فنانها أيضا مولاي و بن سماعيل ، ولهاصي ، زرهوني، بن عنتر و غيرهم .

و في السينما يوجد المخرج الكبير محمد شويخ المعروف بمجموعة كبيرة من الأعمال .

1_2_3_2 قطاع الصناعة التقليدية و الحرف:

يعتبر قطاع الصناعة التقليدية و الحرف أحد أهم روافد التنمية المحلية على مستوى ولاية مستغانم حيث تمثل ولاية مستغانم قطبا واسعاً للصناعة التقليدية التي تتشكل من منتجات حرفية متنوعة و التي تعد امتدادا لعادات وتقاليد سكان المنطقة، كما تبذل

الولاية مجهودات معتبرة لأجل الحفاظ على هذه الصناعات والحرف وترقيتها وإعادة الاعتبار لها وذلك من خلال الإستراتيجية التي يعتمدها قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية .

أ_ أهم نشاطات الصناعة التقليدية للولاية :

● صناعة الفخار :

تعد من الحرف التقليدية التي إهتم بها أبناء المنطقة منذ القدم خاصة الجهة الشرقية من الولاية و ذلك لوجود المواد الصالحة لهذه الصناعة و إحتياج السكان إلى الأدوات الفخارية في الطهي و حفظ المياه و الزينة و هذا النشاط يتداول بكثرة في الأوساط الريفية لصنع منتجات ذات أغراض نفعية و من أهم المصنوعات الطينية صناعة الصحنون ، معاجين الدقيق ، الطاجين ...الخ.

● خياطة اللباس التقليدي :

تعرف هذه الصناعة رواجاً كبيراً في مجال الصناعة التقليدية الفنية حيث يحترفها الرجال و النساء على حد سواء و هي صناعة تمارس عادة في بيوت العائلات و هي عبارة عن خياطة ألبسة على أزياء تقليدية تلبس في المناسبات و لباس العروس.

● صناعة الحلويات التقليدية :

تعرف هذه الصناعة انتشاراً واسعاً في المنطقة حيث يتفنن الحرفيين في صناعة مختلف أنواع الحلويات التقليدية و أشهها بأشكال مختلفة و هي تمارس غالباً في البيوت أو في محلات لصناعة و بيع الحلويات التقليدية حيث تقدم خلال المناسبات ، الحفلات و الأعياد.

● الفتلة و الجبود :

تعتبر هذه الصناعة مشهورة بين أوساط الحرفيين الفنيين خاصة في مجال خياطة الألبسة التقليدية و هي صناعة تمارس غالباً في البيوت و هي عبارة عن خيوط ذهبية رفيعة تلمع معظم الأزياء النسائية بخيط الذهب أو الفضة والعدس و الكنتيل المذهبين .

● صناعة الزراي :

تسعى الولاية إلى ترقية هذه الصناعة في المنطقة حيث قامت بنقل هذه الصناعة من مدينة "شرشال" التي تشتهر بمثل هذه الصناعات و التي تعد من المناطق الرائجة في صناعة الزراي التقليدية .
و تبقى مستغنام من بين أهم و أغنى مناطق الوطن جمالاً و تراثاً فنياً متنوعاً و لها عدة كنوز ما على المهتمين إلا البحث و الكشف عنها.

4-2-1 السياحة الحموية والعلاجية:

- يرتكز هذا النوع على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية، إذ يوجد بها:
 - الحمام المعدني بعين النويصي، الذي يقع ببلدية عين النويصي، يستعمل هذا الحمام مياه المنبع الحموي سيدي المخفي، حيث تقوم حالياً الوكالة الولائية للتسيير والتنظيم العقاريين الحضاريين لمستغنام بإعادة تهيئته ونشاطه. كما يوجد بالمنطقة منبعين:
 - منبع مكبرته: يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارته (25°) درجة مئوية، رغم سهولة الوصول إليه، فهو قليل الاستعمال، لكنه ذو فائدة نوعية في معالجة الأمراض الجلدية.
 - منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، الوصول إليه صعب، ويعتبر منبعاً غير مستغل يبقى على البلديات المعنية إنشاء حمامات واستغلال هذه المنابع لتحسين مداخلها ورفع مستواها لتكون مقصد جذب وقبول.

5-2-1 السياحة المناخية والعلمية:

تملك المنطقة عدة ثروات طبيعية كالسلاسل الجبلية مثل جبال الظهرة والصور المتواجد بالصور ببلدية عين تادل حيث يأتون الباحثون في علم البيئة لدراسة تاريخية ونوعية الحجارة التي بنيت به، وكذا الأبحاث التي تقام بميناء كيزا حيث تتواجد به صهاريج للزيوت وبقايا الحزون والأواني الفخارية التي تدل على الحياة فيها قديما. إضافة إلى الغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة من الوديان والسدود، إذ تود المنطقة بتطوير هذا النوع من السياحة واستغلال مستقبلا. ومن بين ذلك ما يلي:

- غابة زويفة، وغابة استيدية، وغابة بن عبد المالك رمضان، وغابة شواوي سيدي العرب؛
- جبل الديس.
- واد ومغارات سداوة ببلدية سيدي لخضر، ومغارات الكاف لصفر.
- حظيرة المقطع.
- سد كراميس.

6-2-1 السياحة الريفية:

تضم المناطق الريفية على مستوى المنطقة العديد من المزارع ومنشآت لإنتاج الخمور المتواجدة منذ العهد الفرنسي كمنطقة استيديا وعين تادل، والتي بالإمكان تطوير هذا النوع من السياحة باستغلالها بعد تهيئتها لاستقبال السياح الأجانب خاصة.

7-2-1 سياحة الذاكرة :

موجه هذا النوع لاستقبال الأقدام السوداء لزيارة المناطق والأماكن التي قضوا فيها طفولتهم مع أهلهم، والتي تلعب بعض وكالات السياحة والأسفار بالولاية دورا هاما، حيث تكفل بهم وتوفر لهم كل ما يلزمهم من خدمات سياحية كالإقامة والنقل وزيارة بعض المناطق التي يريدون زيارته¹¹.

2- السوق السياحية الجذابة لمنطقة مستغانم:

سيتم عرض بعض الإحصائيات لواقع هذه السوق بالمنطقة، من خلال تحليل العرض والطلب السياحيين، وسيكون التركيز على السنوات الأخيرة: 2008 و 2009، ذلك لدقتها وضبطها من طرف مديرية السياحة لمنطقة مستغانم أكثر من السنوات السابقة، حيث تكثفت المراقبة والتفتيش على العديد من المنشآت السياحية سيعالج كل منهما على حدى:

1-2 العرض السياحي الجذاب بالمنطقة:

يشمل العرض السياحة في أي منطقة على امتلاكها لمختلف عناصر الجذب السياحي، كالعناصر الطبيعية والتي تسبب الإنسان في صنعها، إضافة إلى الخدمات التي تقدمها الدولة إلى السياح ومن بين العروض السياحية المقدمة للسياح والتي تساهم في جذبهم نحو المنطقة المتمثلة فيما يلي :

1-1-2 هياكل الاستقبال :

تتمثل في مختلف المؤسسات الفندقية وأماكن التخييم والمراكز الصيفية المدرجة كما يلي:

¹¹ مديرية السياحة لولاية مستغانم.

2_1_1_2 أماكن التخييم و المراكز الصيفية :

في منطقة مستغانم يوجد عدة مخيمات صيفية، ومركزا عائلية، تقع مجملها في كل من الشواطئ التالية :

* شاطئ سيدي عبد القادر و شاطئ اوريعة.

والبعض من هذه الأماكن تابع للخدمات الاجتماعية للمؤسسات العمومية و البعض الآخر تابع للبلديات، حيث يوجد 13 مركزا صيفيا و 19 مخيما ومركزا عائليا و8 فنادق حرية و8 فنادق ساحلية 13 اقامة سياحية.

تعتبر المخيمات والمراكز الصيفية أكثر الهياكل طلبا عليها في ولاية مستغانم مما يعطي انطبعا بأن السياحة فيها موسمية تتركز على الاصطياف.

2_1_1_2 المؤسسات الفندقية:

الجدول الموالي يوضح تعداد هذه المنشآت كالاتي:

جدول رقم(1): "المؤسسات الفندقية المتواجدة في ولاية مستغانم" في 2013

السعة	العنوان	المؤسسات الفندقية		
112	سلامندر، مستغانم	السنوسية	الفنادق	
28	قطعة 42 صبلات مزگران - حاسي ماماش	المنتزه		
36	28 حي بن سي قدور بيبينيار، مستغانم	بلاسيو		
19	صبلات مزگران - حاسي ماماش	الفتح		
18	صبلات مزگران - حاسي ماماش	الساحل الغربي		
92	صبلات مزگران - حاسي ماماش	موريستاغا		
45	حي بخدة طيب، مستغانم	الساحل	المؤسسات الفندقية	المباني الاخرى المخصصة للفندقة
		النخيل		
22	06 حي أول نوفمبر 54، مستغانم	الجزائر		
48	مكان الإخوة الثلاثة بن شيخ، مستغانم	الرياض		
71	01 حي خليفة محمد، مستغانم	دار المعلم		
41	52 حي شريك سعيد، مستغانم	البدر		
94	قطعة 42 صبلات مزگران - حاسي ماماش	المنتزه	الإقامات السياحية	نزل الطريق (موتيل)
250	شاطئ بن عبد المالك رمضان	السفير		
26	صبلات مزگران - حاسي ماماش	اولاد بن زين		
128	صبلات مزگران - حاسي ماماش	الأمراء		
36	طريق وهران أوريعة - مزگران	الشمس		
1066		الباهية		
		الحوت جيلالي		

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

حسب الإحصائيات المصنفة في الجدول رقم (1)، فإن عدد الفنادق يبلغ عددها في المجلد 13 فندقاً تساهم في خلق 65 منصب عمل دائم، و13 منصب عمل مؤقت و5 اقامات سياحية وموتيلين.

كما تلعب هياكل الإستقبال دوراً هاماً في تلبية حاجات و رغبات السياح من خلال تقديم مختلف الخدمات السياحية كالإيواء و الإطعام في البعض منها و قليلاً خدمات النقل المنحصرة على فندقي السنوسية و المنتزه.

2_1_1_3 وكالات السياحة و الأسفار:

يوجد حالياً على مستوى ولاية مستغانم (13) وكالة سياحية ، تشغل هذه الأخيرة 57 عاملاً من مختلف المستويات ، حيث يقتصر منتوج الوكالات هذه على بيع التذاكر للسياح ، و البعض منها يقوم بعمليات تنظيم الرحلات و الإستقبال ، ندونها في الجدول الموالي :

الجدول رقم (2) : "وكالات السياحة و الأسفار المتواجدة بولاية مستغانم" في 2013

العدد	اسم وكالة السياحة و الأسفار	تاريخ بداية الاستغلال	اليد العاملة
01	الإدريسيا	1993/10/23	03
02	توراف أجنسي	2003/07/22	04
03	اوديسي سفر	1993/07/07	05
04	سوفريكات سفر	2005/02/15	04
05	بن زين تور	2008/04/19	05
06	مجاهر	2008/04/19	05
07	موسا تور	2010	04
08	كاسوس تور	2010	05
09	موريستاغا تورز	2011	05
10	نجمة مستغانم سفر	2011	04
11	ايسبور تور	2012	03
12	عنتر تور	2012	04
13	ميموزا سفر	2013	05

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم.

تمثلت قنوات التوزيع السياحية للولاية سنة 2013، من حيث الفنادق والوكالات السياحية للسفر كما هو موجود في الجدول يدل على ضالة هذا العدد مقارنة مع موقع المنطقة السياحي و الإستراتيجي ، و قلة نشاطه و إقتصاره على تقديم خدمات معينة غير متطورة .

تقوم حالياً الهيئات المعنية كمديرية السياحة بالمنطقة على تحسين و تطوير أداء و عمل هذه الوكالات السياحية ووضع جملة من التحفيزات و إلزامها باستخدام الوسائل و التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الإتصال في نشاطها قصد تطويره، و ذلك

بالتجارة الإلكترونية مع باقي الوكالات محلياً و دولياً لتنشيط العمل فيها و المنافسة مع الغير لا البقاء مكتوفي الأيدي والإعتماد على الطرق التقليدية في تسويق المنتجات .

2-2-2 غرفة الصناعات التقليدية :

تساهم هذه الأخيرة في عرض منتجاتها السياحية ، إذ تنظم عدة تظاهرات وطنية و دولية ، بمشاركة العديد من الحرفيين في المعارض و الصالونات التي تؤدي إلى جذب السياح ، و تبادل الثقافات .

شاركت الغرفة في عدة مسابقات وطنية و في الصالون الدولي الثاني عشر (12) الذي نُظم بقصر المعارض من 29 جوان إلى 06 جويلية 2005 ، حيث بلغت قيمة مبيعات الحرفيين 533000.00 دج و مبيعات الغرفة بـ 83000.00 دج ، شملت عدة عروض للمنتجات التقليدية منها :

الخياطة و النقش على الزجاج ، الرسم على الحرير و الحدادة ، صناعة الخزف الفني وصناعة الزرابي والنسيج ، المجوهرات و الحلبي ، اللباس التقليدي و النحاس و فن الطرز و غيرها من العروض التي تزيد من جاذبية المنطقة و الإبتهار بمنتجاتها النادرة .

شاركت الغرفة في العديد من المهرجانات الدولية للمنتجات التقليدية في: " أبو ظبي " قدرت مبيعاتها 30000.00 دج .

قامت بالمشاركة في فعاليات إفتتاح " وعدة سيدي محمد بن عودة " بولاية غليزان الذي يستضيف عدداً هائلا من السياح ، و المشاركة في اليوم العالمي للسياحة المنظم من طرف مديرية السياحة. كما قامت بالمشاركة في فعاليات الجلسات الوطنية الجهوية للسياحة بوهـران المنظمة من طرف وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة بمشاركة أربع حرفيين في 20 و 2007/10/21.

ساهمت في تنظيم عدة معارض لمنتجاتها منها :

* تنظيم معرض للمنتجات التقليدية الإيرانية و الجزائرية من طرف شركة إيرانية.

* تنظيم معرض بشاطئ صابلات خلال موسم الإصطياف بمشاركة 75 حرفي .

2-1-3 الحركة الجموعية

يوجد على مستوى منطقة مستغانم ديوانان وجمعيتان للسياحة:

- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيرات .
- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيدي لخضر.
- جمعية مسك الغنائم .
- جمعية التبادل والثقافة.

أما بالنسبة للديوان السياحي لبلدية مستغانم فهو لا ينشط حاليا، لأن الأعضاء غير مؤهلين لتسيير الديوان وترقية السياحة، كما أنهم غير معتمدين من طرف مديرية التنظيم والشؤون العامة، إذ يقتصر مهامهم على بيع التذاكر والحجوزات للمسافرين، بالإضافة إلى أن مقر الديوان التابع لأملاك ديوان الترقية والتسيير العقاري في حالة جد متدهورة بسبب الإهمال والامبالاة، إذ سيعوض بالمركز للتوجيه والاعلام السياحي الذي سيتم إنجازه¹².

2-1-4 تمويل القطاع السياحي

خصصت الولاية غلafa ماليا خاصا بعملية تهيئة وتنظيف شواطئ البلديات السياحية لموسم 2009 يقدر ب 24784786.00 دج، وقامت أيضا بتمويله لتهيئة الشواطئ لموسم 2010 السياحي.

نظرا لأهمية القطاع بالمنطقة معنية قامت الهيئات المعنية بتمويل ما يلي:

- تهيئة الطرق والمسالك .
- تهيئة مواقف السيارات.
- تهيئة المرافق الصحية .
- تهيئة مراكز الحماية المدنية والدرك الوطني لحماية السائح وطمأنته.
- تهيئة محلات تجارية والمساحات الأرضية.
- تهيئة الشواطئ وتنظيفها.
- إعادة تأهيل الأرصفة والإنارة العمومية.
- التشجير والطلاء.

كل هذه الأعمال تعطي نظرة جديدة للمنطقة وتزيد من قيمتها، إذ تهيئ للسائح جوا ملائما لقضاء عطلته.

2-1-6 الأمن السياحي

يعتبر الأمن من الضروريات التي يبحث عنها السائح في المنطقة السياحية، وكمعيار ومؤشر للجذب السياحي، فإذا كانت تمتلك المنطقة مقومات سياحية بشتى أنواعها ولم يتوفر فيها أمن، فلا يقصدها السياح مهما قدمت من التسهيلات. إذ يتواجد في كل شاطئ محروس مركزا للدرك الوطني، أو مركزا للحرس البلدي، و مركزا للحماية المدنية لحماية المصطافين على مدار السنة و تشتد الحراسة و الحماية في موسم الاصطياف.

2-2 الطلب السياحي

يتمثل الطلب السياحي في السوق السياحية المرتقبة التي تهدف الدول السياحية إلى تنشيطه لتحقيق أكبر حركة سياحي، و تعتبر دراسته و تقدير حجمه المستقبلي من أهم عناصر الدراسة التسويقية، و ذلك من خلال دراسة و تحليل عدد السياح الوافدين إلى منطقة ما و عدد الليالي السياحية التي يقضوها فيها .

2-2-1 مؤشرات الجذب السياحي

¹² مديرية السياحة لولاية مستغانم.

تعرف جاذبية المنطقة السياحية من خلال عدة مؤشرات منها عدد الليالي السياحية و الأمن و النقل و غيرها التي من خلالها يتم معرفة نسبة الطلب، فمنطقة مستغانم شهدت تغيرات عديدة في عدد الليالي السياحية منذ سنة 1997 إلى غاية سنة 2009.

3- المزيج التسويقي السياحي في المنطقة

يتوزع المزيج التسويقي السياحي في المنطقة حسب المنشآت السياحية المتواجدة، نعرضه فيما يلي:

3-1 المنتج السياحي

يعرف المنتج السياحي على أنه مجموعة من العناصر المتكاملة التي تشكل العرض السياحي الذي يتمثل في الخدمات السياحية المقدمة للسياح أثناء قضاء عطلتهم كالخدمات التي تقدمها هياكل الاستقبال من إيواء و إطعام و نقل في بعض الأحيان، و حجز تذاكر السفر و حجز أماكن للإيواء.

3-2 التوزيع

تقوم وكالات السياحة و الأسفار بعملية البيع الشخصي لمنتجاتها الخدمية عن طريق الاتصال المباشر بالزبون دون تدخل الوسيط، و هذا نظرا لطبيعة و خصائص المنتجات (الخدمات السياحية) الذي لا تحتاج إلى وجود وسطاء. أما بالنسبة للمنتجات المادية فقد تعتمد على التوزيع الغير المباشر في بعض الأحيان مثل منتجات الصناعة التقليدية فتحتاج إلى وسطاء في عملية البيع، لتوفير المنفعة الزمنية و المكانية للسائح من خلال المعارض و الصالونات التي تتبادل محليا و دوليا و المحلات التجارية أيضا.

3-3 الترويج

من بين الوسائل الترويجية التي تستخدم في القطاع السياحي بالمنطقة ما يلي: بالنسبة للوكالات السياحية قد تستخدم عدة وسائل للاتصال بالسائح كالإعلان عن طريق اللافات و بعض الملصقات الاشهارية، و البيع الشخصي لمنتجاتها من خلال وكلاء البيع التابعين لها.

4- نقاط القوة و الضعف، الفرص و التهديدات في السوق السياحية بالمنطقة : S.W.O.T

للسوق السياحية في منطقة مستغانم إيجابيات تمثل في نقاط القوة و الفرص المتاحة لها، و سلبيات كنقاط الضعف و التهديدات التي تواجهها، و التي ستندرج فيما يلي:

4-1 نقاط القوة

تمثل هذه النقاط فيما يلي:

- اكتساب مقومات جذب سياحية: طبيعية، تاريخية و حضارية، ثقافية و علمية... الخ.
- الموقع الجغرافي الاستراتيجي الهام من حيث السياحة أولا و الاقتصاد ثانيا .
- المنتجات متعددة للسياح الجدد.

4-2 نقاط الضعف

هي عددية نظرا لتجاهل مكائنها من طرف الهيئات المعنية، و التي ستندرج فيما يلي:

- نقص الوعي الثقافي السياحي للمواطنين، إذ لا يحس السائح بالراحة و الحرية خاصة إذا كان أجنبيا، فمثلا التدخين بالنسبة للمرأة السائحة يسبب لها انزعاجا من طرف المواطنين حيث كل الأنظار تلتفت إليها مما يضايقها و ينفرها.

إذن تعد الثقافة السياحية قاعدة يبنى عليها الوعي السياحي للأفراد¹³.

- غلق المحلات التجارية مبكرا في وسط المنطقة، بحيث لا تعدى السادسة مساء إلا في فصل الصيف تبقى حتى الساعة الثامنة، أما في يوم الجمعة فتفتح المحلات صباحا فقط، و قليلا بعد الزوال.
- نقص المراقبة العلمية في العديد من المنشآت السياحية، كالتفتيش في الفنادق بالنسبة للنظافة، نوعية المنتجات المتواجدة بها، نوعية و صلاحية الأغذية المقدمة للسائح.
- ارتفاع أسعار الإيواء التي تنفر السائح إذ تصل في فندق "مروستاغا" مثلا من 7500.00 دج إلى غاية 14000.00 دج لليلة الواحدة.
- نقص التكوين و التأهيل للمستخدمين في القطاع إلا القليل.
- غياب الاحترافية في الأسواق السياحية بالنسبة لعرض المنتجات.
- الأمن غير مستقر.
- قلة أماكن الإيواء، حيث تكون مشبعة في موسم الذروة.
- نقص الإعلام و الاتصال .
- عدم الاهتمام بالسياحة و تجاهل مكانتها في الاقتصاد على مستوى الوطني و المحلي.
- ارتفاع نسبة معدل البطالة في العديد من القطاعات في المنطقة.

3-4 الفرص

هناك العديد من الفرص التي تمكن من استرجاع المنطقة مكانتها السياحية و المتمثلة فيما يلي:

- فتح ميناء للسفر و ميناء جوي لهما مردود على الاقتصاد.
- فتح العديد من المطاعم و المقاهي ذات جودة في تقديم الخدمات السياح.
- إنشاء كلية الطب التي تخفف الضغط على باقي جامعات الوطن و ستفتتح سنة 2013.
- إنشاء المركز الاستشفائي الجامعي و العديد من المشاريع التي تمكن من جذب أكبر عدد ممكن من السياح.
- فتح نفق في طريق وهران الذي يخفف زحمة المرور.

4-4 التهديدات

هي كثيرة تدرج فيما يلي

- منافسة بعض المناطق لها كولاية وهران التي تتشابه معها في العديد من المقومات السياحية، و لها جاذبية أكبر للسياح، حيث أصبحت قطبا سياحيا على مستوى الغرب الجزائري لوجود الاستثمارات الأجنبية العديد فيها و الفنادق ذات الجودة كفندق "الشيراتون" الذي يستضيف السياح الأجانب بكثرة، و الوفود السياسية و غيرها من الشخصيات، خاصة بعد فتح مركز المؤتمرات المجاور له.
- إضافة إلى محلات تجارية التي تبقى مفتوحة لساعات متأخرة من الليل، حيث يجد السائح كل ما يحتاجه من منتجات، و لا مبالاة المواطن الوهراني حيث لا يحس السائح فيها بالضيق أو الإزعاج.
- عدم التشجيع الاستثمارات السياحية بسبب ارتفاع سعر الفائدة في البنوك المحلية لمنطقة، حيث يتراوح السعر ما بين (5.25 و 5.75 بالمائة).

¹³ منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، اعمال المؤتمرات ، الاتجاهات الحديثة في السياحة نحو سياحة عربية غير نمطية ، بحوث و أعمال الملتقى العربي الثاني ، شرم الشيخ، مصر، يناير 2007.

5- التوقيع السياحي المرتقب للمنطقة و آفاقها:

ستشهد المنطقة العديد من مناطق التوسع التي ستعطي لها نظرة جديدة و مكانة جيدة في الاقتصاد المحلي و الوطني و التي ستدرج فيمل يلي:

1-5 مناطق التوسع السياحي

تضم المنطقة السياحية خمسة عشر منطقة توسع سياحي، حددت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 88-232 المؤرخ في 1988/11/05.

تقدر المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4238.1 هكتار، منها 1797.1 هكتار مساحة قابلة للبناء. كما تم اقتراح منطقة الصخرة لتصنيفها كمنطقة التوسع السياحي السادسة عشر (16)، التي تقع بين منطقتي التوسع السياحي "رأس ايفيل" و "شلف شاطئ" تبلغ مساحتها 130 هكتار.

في سنة 1987 بادرت المنطقة بالشروع في دراسة تهيئة قطب نموذجي للاستثمار السياحي بمنطقة "الصايلات" الذي يحتل مساحة 42 هكتار، منها 32 هكتار قابلة للبناء، و الذي يمثل الآن القطب السياحي الوحيد الذي تركز فيه معظم المشاريع السياحية.

قامت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بدراسة تهيئة منطقتي التوسع السياحي "بن عيد المالك رمضان" و "رأس ايفي" اللتين انتهتا و تم المصادقة عليهما في انتظار الشروع في عملية تهيئة المنطقتين.

3-5 الاستثمار السياحي

هناك عدة مشاريع سياحية تمت دراستها في المنطقة منها ما يلي:

1-3-5 المشاريع السياحية المنجزة

توجد ثلاث فنادق بسعة (198) سرير، و هي فندقين بمنطقة صبلات، و ثلاث فنادق حضرية ببلدية مستغانم، مركز عطل تابع للحرس البلدي ببلدية بن عبد المالك رمضان، ونزل طريق (موتيل) بسعة (28) سرير باوريرة.

2-3-5 المشاريع السياحية في طور الإنجاز لسنة 2010:

إضافة إلى تهيئة كل مناطق التوسع من ستيدية إلى خروبة، و تهيئة حظيرة الترفيه المتواجدة بغابة خروبة، المبرمج فيها إنشاء أماكن للترفيه للصغار و الكبار، المقاهي و المطاعم، حديقة للحيوانات، مسبح، مراب لتوقيف السيارات إضافة إلى ما يلي:

- بناء بيت الشباب بخروبة أيضا يتسع ل (50) سرير سيفتح قريبا، وواحد باستيدية في طور الإنجاز إضافة إلى مركز العطل باستيدية.

- مخيمات صيفية خاصة بأعوان الحماية المدنية وعائلاتهم بسيدي لخضر، فالنسبة المئوية لتقديم الأشغال لهذه المشاريع تقدر ب 50% .

- إعادة تهيئة الساحل منحدر إفريز (كورنيش) من سيدي المجذوب فصلا مندر إلى غاية صبلات .

- إنشاء مخيم للشباب باوريرة يتسع ل (300) سرير أنشئت دراسته.

مقارنة بسنة 2005 كان عدد المشاريع يقدر ب (24) مشروعا، ارتفع بزيادة (14) مشروعا، تم انطلاقتها منذ سنة 2008 بقطب صبلات¹⁴.

¹⁴ مديرية التخطيط و التعمير و البناء لولاية مستغانم.

3-3-5 مشاريع مرتقبة أخرى لها علاقة بقطاع السياحة :

هناك عدة مشاريع لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بالسياحة، تعطي صورة أجمل للمنطقة وتزيد من انتعاش اقتصادها، كما لها تأثير إيجابي لجذب السياح.

6- الحويلة الإجمالية لمشاريع الاستثمار السياحي بالمنطقة :

في أفق سنة 2014 سوف تصل عدد المشاريع إلى ثمانين (80) مشروعا سياحي منجزا، شريطة احترام أصحاب المشاريع مدة الانجاز، والتي ستوفر طاقة إيواء تقدر ب 9487 مقابل إنشاء أكثر من 1500 منصب شغل دائم، الذي سيحضى أصحابه بتكوين في التخصصات التي لها علاقة بالقطاع السياحي، كالفندقة والسياحة من قبل معهد التعليم المهني والسياحة الذي سيتم إحداثه خلال سنة الجارية 2012، ومن بين البرامج التي تم الاعتماد عليها ودراسته لتهيئة القطاع السياحي في المنطقة ما يلي:

6-1 برنامج المخطط الخماسي 2010 - 2014 :

- تم اقتراح انجاز دراسات من طرف مديرية السياحة لولاية مستغانم تمثل فيما يلي:
- دراسة تهيئة منطقة التوسع السياحي بخروبة (حظيرة التسلية) التي تم ذكرها مع المشاريع المرتقبة.
- دراسة تهيئة منطقة التوسع السياحي باستيدية.
- دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية مستغانم.
- دراسة انجاز مشروع مركز للتوجيه والإعلام السياحي بالمنطقة.

6-2 برنامج مخطط تهيئة الساحل :

تمت دراسة تهيئة خمس (05) شواطئ بالمنطقة ممثلة في: شاطئ كلوفيس ببلدية بن عبد المالك رمضان شاطئ الشعايبية 01 و 02، و شاطئ سيدي منصور 01 و 02.

6-3 مخطط جودة السياحة :

في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تم إرسال دليل المخطط التوجيهي لكل من المؤسسات الفندقية المعنية والوكالات السياحية من قبل مديرية السياحة رغبة لانخراطهم في نوعية توافق وتجذب بها السياح وتلبي رغبتهم، واطلاعهم على الخطوات الواجب اتخاذها لكي يترشحوا لعلامة "الجودة السياحة الجزائر" التي تعتبر من بين الديناميكيات الخمسة التي تقوم على الخطة الرئيسية للتنمية السياحية (SDAT) 2025¹⁵.

6-3-1 أهدافه :

من أهداف هذا المخطط ما يلي:

- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال إدماج مفهوم الجودة في جميع المشاريع التنموية و السياحية أكثر مهنية.
- تعزيز المناطق السياحة وخلق استدامة السياحة في الجزائر عن طريق تحسين الرؤية للجودة من قبل السياح.
- إستفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية بتقديم المساعدة والأدوات لتكييفها وتنميتها، والمساعدة في عمليات الترميم وإعادة التأهيل والتحديث، الإرشاد والتدريب للأفراد.

- العمل على استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة لترويج المؤسسات المشاركة في عملية نوعية من خلال الاندماج في شبكة الأنترنت تحمل علامة "الجودة السياحة الجزائر" عن طريق ضمان تحقيق تكامل أفضل في قنوات التجارة الالكترونية، وتحسين وضعها ونوعية خدماتها.

7- التسهيلات المالية المقدمة لقطاع السياحة بالمنطقة

تبنى قانون المالية التكميلي لسنة 2009 تسع (09) إجراءات تحفيزية اقتصادية، مالية و جبائية لصالح قطاع السياحة

ممثلة في:

1-7 ديناميكية "مقصد الجزائر":

قدم تحفيزين لتشجيع الاستثمارات السياحية هما:

- الإعفاء من الضريبة المرتبة على الأنشطة المهنية لجدول الأعمال المنجز بالعمولات الأجنبية في مجال السياحة والفنادق، والحمامات المعدنية والمطاعم و منظمي الرحلات السياحية.
- تخفيض الضريبة على القيمة المضافة من (17% إلى 7%) على الخدمات المتعلقة بقطاع السياحة كالفنادق، المطاعم السياحية المصنفة، الحمامات المعدنية، النقل السياحية وتأجير السيارات.

2-7 ديناميكية "مخطط جودة السياحة":

تمت الاستفادة في العديد من المؤسسات المالية والتي من بينها:

- الاستفادة ب 3% و 4.5% من سعر الفائدة على القروض المصرفية لتحديث المنشآت السياحية والفندقية، على التوالي في ولايات الشمال والجنوب.
- الاستفادة من تخفيض الحقوق الجمركية لاقتناء المعدات والأثاث المستوردة والتي تدخل في مسار التحديث والارتقاء في إطار مخطط جودة السياحة.
- خلق صندوق للإبداع والضمان المالي المطلوب على الوكالات السياحية، لتغطية الالتزامات التي تعهدت بها.

3-7 ديناميكية "تنمية الاستثمار السياحي":

تمت الاستفادة منها أيضا في العديد من المشاريع السياحية والمؤسسات المالية الممثلة فيما يلي:

- الاستفادة من تخفيض قدره 50% و 80% من تكلفة استئجار الأراضي اللازمة لتحقيق المشاريع الاستثمارية السياحية على التوالي: ولايات الهضاب العليا والجنوب .
- استفادة ب (3%) و(4.5%) من سعر الفائدة على القروض المصرفية للاستثمار في المشاريع السياحية المتواجدة بولايات الشمال والجنوب .
- إنشاء نظم لدعم الاستثمار من خلال "صندوق لدعم الاستثمار" لترويجه وجودة النشاطات السياحية.
- الإعفاء من رسوم التسجيل خلال تأسيس شركات تنشط في السياحة¹⁶.

الخلاصة

يتضح من خلال دراسة هذا البحث أن قطاع السياحة هو القطاع الأكثر جذباً في أي دولة كانت، و التي بدورها تساهم في تنمية عدة قطاعات اقتصادية كزيادة الاستثمارات الأجنبية و المحلية، و توفير مناصب شغل، ومحاولة الابتعاد عن التبعية النقابية المعتمد عليها في الجزائر.

و ما نراه هو تجاهل الهيئات المعنية بذلك، إلا في السنوات الخيرة و بعد دخول الجزائر اقتصاد السوق، بدأ المستثمرون الأجانب في وضع البنى التحتية في البلد، و إعطاءها صورة جديدة ذات مردود.

كما لا يزال قطاع السياحة متأخراً نوعاً ما في المنطقة مستغافاً، فبالرغم من توفر المقومات الطبيعية، التاريخية والحضارية، الثقافية والدينية وغيرها إلا أنها لا تزال على حالها، فنسبة الجذب فيها قليلة، تقتصر على السياحة الموسمية منها الشاطئية بالمرتبة الأولى أما بالنسبة للأنواع الأخرى فليست كثيرة، حيث أن الهيئات المعنية تعمل كل ما بوسعها لتطويرها كالقيام بالعديد من المشاريع التنموية في القطاع جاهدة إعطاء صورة مثيلة لها، وإدخالها مع الأسواق الوطنية للتبادل والمنافسة.

لا يرجع النقص في الجذب السياحي إلى المقومات السياحية المتواجدة في المنطقة بل بالدرجة الأولى إلى نقص ثقافة المواطن المستغافى السياحي ووعيه، إذ تلعب الثقافة السياحية دوراً هاماً في تنمية البشرية، وإعداد العمل إذ تحرص الدول المتقدمة على تنمية وعي المواطنين بمدى أهمية السياحة، والسائح الذي أصبح سفيراً للمنطقة المزار، حيث تقوم بتعزيز أمنه وراحته منذ لحظة وصوله إلى غاية ذهابه من تلك المنطقة حتى تؤدي مهمة الجذب السياحي، وذلك من خلال ما يلي:

- فهم و تنمية التراث .
- العمل على محافظة الإرث الحضاري والتاريخي الوطني من خلال تعريف المجتمع بمكوناته كما هو موجود في تونس حيث يبدأ التعريف للمنطقة انطلاقاً من المطار إلى العودة إليه من طرق سائقي الأجرة وغيرهم.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

- 1- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي ، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، ط 1 ، عمان، الأردن، 2007 .
- 2- محمد الصبري، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، ط 1 ، اسكندرية، مصر، 2007 .
- 3- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، ط 2، عمان، الأردن، 2001 .
- 4- صبري عبد السميع، التسويق السياحي و الفندقى-أسس علمية و تجارب عربية .بحوث و دراسات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الدارية، القاهرة، مصر، 2007 .
- 5- مثنى طه الحورى - اسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر و السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط 1 ، عمان، الأردن، 2001 .
- 6- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن.
- 7- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر و 1997.
- 8- محمد الصبري، السياحة والبيئة، دار الفكر . التوزيع، ط 1 ، عمان، الأردن، 2007 .
- 9- حميد عبد النبي . الجامعي، ط 1 ، اسكندرية، مصر، 2007 .
- 10- نعيم الظاهر -سراب إلياس ، مبادئ السياحة -سلسلة السياحة و الفنادق 1 دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ط 1 ، عمان، الأردن، 2001.
- 11- زعل الحوامدة -موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي و العشرون - منهج و أساليب و تحليل رؤية فكرية جديدة و تركيبة منهجية حديثة، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، عمان، الأردن، 2005.
- 12- منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، اعمال المؤتمرات ، الاتجاهات الحديثة في السياحة نحو سياحة عربية غير نمطية، بحوث و أعمال الملتقى العربي الثاني ، شرم الشيخ، مصر، يناير 2007.

- 1- AOUL Mohamed Kebir, ***Le marketing territorial, un outil de développement local- cas des communes de grand Tlemcen(Tlemcen -Mansorah -Chetouane)***, université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID, faculté des sciences économiques et sciences de gestion, 2008-2009.
- 2- Isabelle BABOU-Philippe CALLOT, ***Les dilemmes du tourisme*** , Librairie Vuibert , paris,2007.
- 3- Laurent BOTTE-Nicolas PEYPOCH –Bernardin SOLONANDRASANA, ***Ingénierie du tourisme- concepts, méthodes, applications*** ,1 édition, édition Groupe DE BOECK, Paris, France, 2008.