واقع السوق السياحي وجهود مصالح الولاية في ترقيته " دراسة حالة ولاية مستغانم"

The reality of the tourism market and the efforts of the local authorities to promote it A Case Study of Mostaganem

براينيس أسماء [1]، عتيق عائشة [2]

[1]جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم (الجزائر)،مخبر البحث(**stratev**)،asmaa.brainis@univ-mosta.dz

[2]جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم (الجزائر) مخبر البحث(**POIDEX**)، aicha.atig@univ-mosta.dz

تاريخ الاستلام: 2024/09/23 تاريخ القبول: 2024/11/24 تاريخ النشر: 2024/12/25

Abstract:

This study aims to illustrate the reality of the tourism market in the state of Mostaganem by exploring the tourist attractions that the state offers, as well as reviewing the efforts made by the Mostaganem authorities to promote tourism investment in order to attract the largest number of vacationers. It will also highlight the main challenges and difficulties faced by investors in the region.

The results showed that although the state of Mostaganem is characterized by many tourism assets, there are several obstacles to advancing this sector at the local level. These calls for reforms and the provision of more facilitation measures, as the officials of Mostaganem rely on the tourism sector as an alternative to stimulate tourist demand and generate employment opportunities.

Keywords: tourism market, tourism investment, Tourism, Tourist demand.

Jel Classification Codes: L83 ،M31،M3

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع السوق السياحي بولاية مستغانم، من خلال التطرق الى المؤهلات السياحية التي تزخر بها الولاية و كذا استعراض الجهود المبذولة من طرف مصالح ولاية مستغانم في اطار الاستثمار السياحي لاستقطاب أكبر عدد من المصطافين و ابراز أهم التحديات و الصعوبات التي تواجه المستثمرين بالولاية.

وقد أظهرت النتائج أنه بالرغم من أن ولاية مستغانم تتميز بالعديد من المقومات السياحية الا أن هناك عدة عراقيل للنهوض بهذا القطاع على مستوى الولاية مما يستدعي النظر في اجراء اصلاحات و تقديم مزيد من التسهيلات حيث يعول مسؤولي ولاية مستغانم على القطاع السياحي كبديل من أجل تحفيز الطلب السياحي و تشغيل اليد العاملة.

كلمات مفتاحية: السوق السياحي، الاستثمار السياحي، السياحة، الطلب السياحي.

تصنيفات JEL: L83، M31،M3 .

المؤلف المرسل: براينيس أسماء ،جامعة مستغانم، **الإيميل**: asmaa.brainis@univ-mosta.dz

1. مقدمة:

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية لدى الكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية التي تحظى بالاهتمام والرعاية نظرا لما حققته من أهداف ومزايا على كل الأصعدة، وقد حظيت السياحة بأهمية متميزة لدى الباحثين وصانعي القرار في معظم دول العالم، نظرا لما يترتب عن هذا النشاط من الأثر على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات والدول.

وولاية مستغانم واحدة من المدن الساحلية لغرب الوطن التي تجلب سنويا عددا متزايدا من السواح من مختلف ربوع البلاد وخارجه لا سيما خلال فصل الصيف للاستمتاع بزرقة البحر حيث تبقى المنطقة تتوفر على شواطئ شاسعة لا تزال العديد منها على طبيعتها العذراء وسط خضرة خلابة ومناظر أخاذة جعلت لها مكانة من بين أبرز الوجهات السياحية ببلادنا، وهذا ما جعل منها منطقة سياحية متعددة الأقطاب تنتظر من القائمين عليها إبراز مقوماتها وتهيئتها والترويج لها لاستقطاب أكبر قدر ممكن من السياح من مختلف ولايات الوطن.

1.1 إشكالية البحث: بناء على ما تم عرضه ونظرا لأهمية الموضوع من الناحية الاقتصادية والاجتماعية وانعكاساته على النشاط الاقتصادي وتعدد جوانبه وذلك لما تزخر به ولاية مستغانم من مقومات سياحية فريدة جاءت هذه الدراسة للإجابة على الاشكالية التالية:

كيف تساهم مصالح الولاية في ترقية القطاع السياحي في ولاية مستغانم ؟

2.1 فرضيات البحث: بناء على الاشكالية المطروحة، يمكن تقديم الفرضية التالية:

– يكمن دور مصالح الولاية في تفعيل دورها الرقابي عن طريق تنظيم حملات تفتيشية للشواطئ والمؤسسات الفندقية من أجل ضمان تقديم برامج سياحية بخدمات ذات جودة عالية.

3.1 أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الدور المهم الذي تلعبه مصالح الولاية في النهوض بالسوق السياحي بولاية مستغانم بغرض إشباع رغبات السياح والزوار وتعزيز الجاذبية السياحي:

- التعرف على واقع السوق السياحي في ولاية مستغانم؛
- ابراز التنمية السياحية بولاية مستغانم من خلال التعرف على جهود الولاية للنهوض بالقطاع؛
- التعرف على واقع العرض والطلب السياحي في ولاية مستغانم؛
- تسليط الضوء على التحديات التي تواجه المستثمرين في الولاية.

4.1 أهمية البحث: تم تناول الموضوع نظرا للاعتبارات التالية:

- الحاجة الى تنويع مصادر الثروة والدخل الوطني في الاقتصاد الجزائري.
- ضرورة خلق وتوفير مناصب شغل دائمة ومؤقتة؛
- العمل على تحسين المستوى المعيشي وتعزيز الدخل القومي؛
- على المستوى الاجتماعي والثقافي تعد تجربة السياحة مفيدة للأشخاص وقد تكون سبباً في تغيير حياتهم للأفضل، لما يكتسبه الشخص ويتعلمه أثناء سفره.

5.1 منهج البحث والأدوات المستخدمة: بالنظر الى طبيعة الدراسة المرتبطة بتشخيص السوق السياحي تم الاعتماد على المنهج التحليلي الذي يتلاءم مع تحليل الجداول والبيانات ومختلف المؤشرات.

6.1 هيكل البحث: تم تقسيم البحث إلى أربع محاور أساسية، وهي كالتالي:

- مفاهيم أساسية حول السياحة.
- العرض والطلب السياحي بولاية مستغانم.
- الاستثمار السياحي بولاية مستغانم
- جهود مصالح الولاية في تطوير السوق السياحي في ولاية مستغانم.

وأخيرا، تضمنت الخاتمة أهم النتائج والتوصيات التي توصلنا إليها.

1.7 دراسات سابقة: هناك العديد من الأوراق البحثية السابقة التي تناولت هذا الموضوع، سنعرض فيما يلي بعضا منها:

1-**دراسة الباحثين فضيل رابح و حفصي بونبعو ياسين (2017)** بعنوان **"تشخيص واقع وأهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في الجزائر"** ،كان الهدف من هذه الدراسة تحليل وضع السياحة في الجزائر نظرا لما تمتلكه من مؤهلات يمكن أن تجعل منها قبلة سياحية واعدة حيث قامت بتحليل نقاط القوة والكشف عن نقاط الضعف من خلال عرض المشاريع السياحية و حجم التدفقات للسياح وكذا المداخيل المالية المحققة من الاستثمار في القطاع السياحي وقد توصلت هذه الدراسة الى أنه رغم ما تملكه الجزائر من مؤهلات سياحية فريدة، إلا أنها لم تولي لهذا القطاع أهمية كباقي القطاعات الأخرى، ورغم زيادة عدد الهياكل السياحية لكنها تعتبر غير كافية لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري وترقيته محليا ودوليا، وبالتالي تعتبر الجزائر بعيدة كل البعد عن متطلبات السوق السياحية العالمية وأن الدولة الجزائرية ما زالت

تبذل المزيد من الجهود للنهوض بالقطاع السياحي وتطويره، في ظل المستجدات التي تفرزها السياحة العالمية.

2_**دراسة الباحثين لزهر وناسي ومحمد الشريف أقضي(2020)** بعنوان **"دور القطاع السياحي في إرساء مضامين التنمية المستدامة مقاربة من منظور الحوكمة"** ،حيث تمت دراسة طبيعة العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة ، مع التركيز على تحليل الآليات التي اتخذتها الحكومة لدعم قطاع السياحة بهدف تحقيق التنمية المستدامة و قد أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية وقوية بين السياحة والتنمية المستدامة، خاصة في مجال خلق الوظائف وزيادة الثروة بالإضافة إلى ذلك أظهرت الآليات التي وضعتها الحكومة دوراً فعالاً في تعزيز الحوكمة المؤسسية لتطوير السياحة المستدامة، من خلال التعاون بين مختلف الجهات الحكومية وتعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص ، مما يعزز بناء قاعدة قوية لتطوير السياحة المستدامة في المستقبل.

3- دراسة الباحثين داود الغديري ومليكة بلفتحي وسارة بوحبل (2020) بعنوان **''واقع الاستثمار السياحي في الجزائر مع عرض لحجم الامتيازات الممنوحة و تشخيص لأهم المعوقات الكابحة''** ، تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع الاستثمار السياحي في الجزائر، من خلال قياس مكانته على المستوى الوطني، وتحديد نصيب الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية الموجهة إليه، وأيضا تبيان أثر الاستثمار السياحي على بعض المؤشرات الاقتصادية في الجزائر، إضافة إلى عرض لحجم الامتيازات والحوافز الممنوحة لتطويره، وأيضا تشخيص مختلف المعوقات والمشاكل التي تحول دون النهوض بقطاع السياحة والاستثمار السياحي في الجزائر وترقيته وقد أسفرت الدراسة بأن الجزائر رغم المقومات السياحية الجبارة التي تملكها، والامتيازات والحوافز الممنوحة لتشجيع الاستثمار السياحي ، ما يؤهلها أن تكون مقصدا سياحيا بارزا، إلا أنه وبسبب عدم الاهتمام بالقطاع السياحي ووجود جملة من المشاكل والمعوقات المعرقلة لتطوير الاستثمار فيه، جعلت القطاع يعاني من ضعف شديد.

2. مفاهيم أساسية حول السياحة :

1.2 تعريف السياحة: ظهرت هذه الكلمة في القرن التاسع عشر ميلادي، عرّفوا بها الأسفار البريطانيون اتجاه أوربا ، فتعرف بنشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط، وهي عبارة عن تجوال الإنسان من مكان لآخر، ومن زمن إلى آخر، خارج البلاد أو داخله لمدة لا تقل عن 24 ساعة، و تكون لعدة أغراض، منها ثقافية و دينية، رياضية واجتماعية، أعمال وغيرها (توفيق، 1997، صفحة

22). ومن ناحية أخرى، عرف الألماني "جوبير فرويلر " " Guyer Freuler "، السياحة عام 1905 على أنها : "ظاهرة من ظواهر عصرنا، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة، ونمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة ومتوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل". (درويش،، 1997، ص 11.).

حسب موسوعة Universalis فان مفهوم السياحة هو: "تعبير عن حركة إنسانية واجتماعية تعتمد على فائض مالي من شأنه أن يخصص لوقت الفراغ خارج الإقامة الأصلية ويقتضي ذلك قضاء ليلة خارج الإقامة الأصلية ولو أن بعض التعاريف تفسر ذلك بقضاء 4إلى 5 ليالي على الأقل خارج السكن الأصلي " (والإجتماعي، نوفمبر2000،، صفحة 21) ؛ من هذا التعريف نستنتج ضرورة توفر شرطين هامين لقيام الفرد بممارسة السياحة وهما: وجود فائض مالي من أجل الحصول على الخدمات السياحية، وتوفر وقت الفراغ مثل العطل الأسبوعية أو السنوية.

في عام 1963 تم تعريف السياحة من قبل الأمم المتحدة خلال مؤتمر السفر والسياحة الدولي، كالتالي: "السياحة هي ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام، وذلك بهدف الترفيه أو العلاج أو التاريخ (OULD SAID & & BOUROUBA, 2019, p. 76)

كما تفسر منظمة السياحة العالمية (OMT) أن: "السياحة هي ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية تشمل تنقل الأشخاص إلى دول أو أماكن خارج بيئتهم المعتادة لأغراض شخصية أو مهنية أو للأعمال التجارية تطلق على هؤلاء الأشخاص مصطلح الزوار الذين قد يكونون سياحًا أو سكانا محليين أو غير محليين). وتتعلق السياحة بأنشطتهم التي تنطوي بالنسبة لبعضها على إنفاق سياحي .OMT) (2008)

2.2 خصائص السياحة: تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي، وهي تنطوي على عدد من الخصائص نذكر منها : (عبد السلام، 1992، الصفحات 16-18)

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي و ارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعة خدمية...) .

- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا.

- الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية، بل وعلى غيرها من العوامل كأسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية.

– إن الطلب السياحي يتوقف وإلى حد كبير على القدرة المالية للسائح (خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع حاجة ضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع حاجة كمالية.

3.2 السياحة الداخلية:

1.3.2 تعريف السياحة الداخلية: يمكن تعريف السياحة الداخلية بأنها " الزيارات و الانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود دولهم إلى مناطق سياحية معينة غالبا لا تقل مدة الزيارة عن 24 ساعة" (فقيه و اخرون، 2011، صفحة 17). كما تعرف على أنها "انتقال المواطن من مكان إقامته المعتاد إلى مكان الزيارة داخل حدود دولة الإقامة لفترة لا تقل عن 24 ساعة و لا تتجاوز 6 شهور " (عبدالقادر، 2003،، صفحة 53).

وتعتمد السياحة الداخلية على الرصيد السياحي المتاح داخل الدولة وهذا ما يعرف بعناصر الجذب السياحي الداخلي، ويطلق عادة على هذا النوع من السياحية بالسياحة الإيجابية باعتبارها مصدرا دائما للدخل القومي والحصول على العملات الأجنبية وتحسين وضع ميزان المدفوعات وزيادة قدرة الدولة على تسديد التزاماتها. (عبدالرحمان و رحايلية، 2014، صفحة 5).

2.3.2 عوامل تطور السياحة الداخلية: وهناك عوامل ساهمت في تطوير السياحة الداخلية منها ما يلي : (عدلي، 2017، صفحة 114).

- زيادة القدرة الشرائية للفرد من خلال زيادة الدخل مما يجعله قادر على تحمل أعباء السفر.
- ارتفاع مستوى الوعي لدى الأفراد وخاصة في مجال السياحة والسفر.
- تخفيض تكاليف استخراج التأشيرات والتأمينات على السفر وتكاليف استبدال العملة الصعبة.

– تطور وسائل الاتصالات و الاعلام مما أدى الى سرعة انتقال و تبادل المعلومات حول الأماكن التي يفضل السياح زيارتها بكثرة و بأقل التكاليف .

– السياحة الداخلية تعد أقل مخاطرة و أكثر أمنا (فراح و عبد العزيز، 2019).

– تعدد رغبات واهتمامات الفرد فيما يخص الأنشطة كالرياضية والثقافية.

3 . العرض و الطلب السياحي بولاية مستغانم : تسجل مدينة مستغانم كل عام عدد مرتفع من السياح، تتميز بجمال البحر والمناظر الطبيعة الخلابة، الا أنه لا تزال بعض من شواطئها الشاسعة غير مستغلة ، كما تتميز بمساحات كبيرة شرقا على طول جبل الظهرة والمنحدرات والغابات الساحلية إضافة إلى وجود منطقة خصبة (المقطع) التي تستضيف العديد من أنواع الطيور المهاجرة في فصل الشتاء مما يؤهلها أن تكون وجهة ساحلية بامتياز، سنحاول من خلال هذا المحور تسليط الضوء على العرض والطلب السياحي بولاية مستغانم من خلال استعراض أهم المقومات السياحية وكذا الوقوف على الطلب على الخدمات الفندقية .

1.3 العرض السياحي بولاية مستغانم : يعرف العرض السياحي بأنه جميع ما تقدمه وتعرضه المنطقة السياحية لسائحيها الفعليين والمتوقعين، فهو يتضمن عوامل الجذب التي هي من صنع الإنسان أو الطبيعة، وكذلك السلع والخدمات التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر (بوصفصاف، جوان 2015)، إذ يتضمن مختلف عوامل الجذب الطبيعية التاريخية والصناعية التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد وبالتالي يمثل العرض السياحي المكونات الرئيسية للمنتج السياحي كالخدمات و الصناعات وشبكات النقل ومختلف النشاطات السياحية التي تجعل من تجربة السفر بالنسبة للسائح ناجحة.(RobertW.Mclntosh, 1995) .

وعليه فإن العرض السياحي في ولاية مستغانم يشمل جملة من المقومات والامكانيات السياحية الجذابة التي تنفرد بها الولاية نذكر من بينها:

❖ **المقومات الطبيعية** : هناك العديد من المقومات الطبيعية التي تتواجد بولاية مستغانم والتي تسمح لها ان تكون وجهة للعديد من السياح المحليين و الأجانب و قطبا سياحي بامتياز نذكر منها :

- **مناخ الولاية** : يتميز بمناخ شبه قاري ذو شتاء معتدل بمغياثية تتراوح بين 350 ملم إلى 400 ملم في مرتفعات جبال الظهرة و عموما يمكن القول أن مناخ الولاية معتدل و هادئ .

- **أماكن السياحة العلاجية:** ويقصد بها ينابيع المياه المعدنية الحارة التي تستخدم للعلاج من الكثير من الأمراض التي تصيب الإنسان. وتمتلك ولاية مستغانم ثلاث" **3**" ينابيع معدنية من أهمها:

- منبع عين نويصي (يقع ببلدية عين النويصي)، تقوم حاليا الوكالة الولائية للتسيير والتنظيم الحضاريين لمستغانم بإعادة تهيئته أما منبع مكبرتة (يقع ببلدية سيرات) حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية، ويعتبر ماؤه جيد للأمراض الجلدية ومنبع سيدي بشاعة الذي يقع ببلدية سيدي علي، بحيث يصعب الوصول إليه، وهو منبع غير مستغل.

- **مساحة غابية شاسعة** : أزيد من 14 في المائة من مساحة الولاية تضم غابات الكاليتوس والصنوبر، منها غابة ستيديا، سوافلية، زريفة، سيدي منصور، كاف لصفر، شاوشي ورمضان. وبالإضافة إلى ذلك يوجد بها بحيرة ''المقطع'' التي تتربع على مساحة 23 ألف هكتار، وهي مصنفة كمنطقة محمية وتقع بغرب الولاية، وهي من بين المناطق الرطبة القليلة في الغرب الجزائري. وتوفر طاقة كبيرة في مجال السياحة البيئية، وهي بذلك تعتبر الملاذ المثالي للعديد من الطيور المهاجرة مثل الحجل، البجع وأنواع أخرى، تقدر مساحة الغابات بالولاية حوالي 32256,31 هكتار أي نسبة 14,21 من المساحة الإجمالية.

- **الامكانيات الزراعية:** ولاية مستغانم هي في الأساس منطقة زراعية تتميز بتنوع التربة وتنوع محاصيلها حيث تقدر مساحة الأراضي الفلاحية بحوالي 143.687 هكتار.

❖ **السياحة الشاطئية:** تتوفر على 77 شاطئ، منها 32 شاطئ ممنوع للسباحة و 59 شاطئ مفتوح للسباحة، الشواطئ الممنوعة للسباحة بالولاية سواء بسبب خطر الصخور أو التلوث أو عدم توفر الشروط اللازمة، كما أن بعض هذه الشواطئ يخضع لتأثيرات تصريفات المياه وتدفقاتها من المجاري المائية وعدم مطابقتها للمعايير الخاصة بجودة المياه

❖ **المقومات الثقافية:** تحتوي ولاية مستغانم على دار ثقافة ومدرسة للفنون الجميلة وكذلك مكتبة رئيسية و06 مكتبات فرعية، إضافة إلى معهد للموسيقى، متحف جهوي، كما تحتوي على مسرح حيث أن السلطات الوزارية والولائية تنظم مهرجانات ودورات ثقافية كل سنة، حيث تعتبر الولاية عاصمة المسرح الهاوي الذي ينظم كل سنة على مستوى مسرح الولاية.

❖ **المقومات التجارية:** تتمتع الولاية بمنطقة نفوذ إقليمي، حيث يسمح سوق الجملة للخضر والفواكه الواقع في بلدية صيادة بتدفق للمنتجات الفلاحية من مختلف المدن، كما يشهد سوق ماسرى الأسبوعي لمختلف السلع حركة نشيطة تجعله في مقدمة الأسواق بالمنطقة، كما للولاية إمكانات تجارية أخرى .

❖ **مقومات خاصة بالصيد البحري:** يعتبر من أهم القطاعات على مستوى الولاية، خاصة في الثروة السمكية، حيث يوفر جميع أنواع الأسماك الممكنة، حيث قدر الإنتاج السنوي بـ 3000 طن سنويا، حيث أن هذا الرقم قليل مقارنة بالساحل الذي تمتلكه الولاية، كما أن الولاية تحتوي على ميناءين مخصص الأول لنقل البضائع والأشخاص، إذ تملك خط لنقل الأشخاص يربط مستغانم بمدينة فالنسيا الإسبانية، كما أن الميناء الثاني مخصص للصيد البحري إضافة إلى أنه ميناء للتسلية والترفيه.

❖ **مقومات صناعية** : ويقصد به كل ما صنعه الانسان وأصبح له قيمة حضارية يمكن الاعتماد عليها كمصدر للجذب السياحي كالخدمات المصرفية و التأمينية والفندقية ووكالات السياحة والأسفار وشبكات النقل ... الخ ، بالنسبة للجزائر تعد خدمات النقل من بين أهم العناصر المشجعة على السياحة وعليه نجد في الجزائر شبكة طرقات وطنية وولائية اضافة الى الطريق السيار شرق غرب على مسافة حوالي 1216 كلم أما فيما يتعلق بالحضيرة الفندقية فتضم 1502 مؤسسة ايواء بطاقة استعاب اجمالية تقدر ب 132266 سرير (يعقوب، 2023، صفحة 29) ، أما فيما يتعلق بولاية مستغانم فيمكن القول أنها تزخر بجملة من هذه المقومات نذكر منها الخدمات الفندقية كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 1: تطور عدد المؤسسات الفندقية من 2017 الى غاية2022 بولاية مستغانم:

السنة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل
2017	31	2585	365
2018	39	5087	1727
2019	34	3975	1442
2020	33	3805	1409
2021	33	3812	1409
2022	41	4902	1092

المصدر: تقرير سنة 2022، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

أحصت مديرية السياحة والصناعة التقليدية سنة 2022 ما لا يقل عن 41 مؤسسة فندقية معتمدة ومرخصة بسعة استقبال تضاهي 4902 سرير مما يعكس القدرة على استعاب عدد كبير من السياح والزوار سواء الأجانب أو المحليين، هذه السعة تساهم في تعزيز تجربة الضيافة وتلبية رغبات السياح بشكل

جيد كما توفر هذه المؤسسات أزيد من 1092 منصب عمل حيث يساهم هذا الأمر في تقليل نسبة البطالة وخلق فرص عمل جديدة خصوصا لفئة الشباب.

عموما يمكن القول أن القطاع السياحي يعتبر من أكثر القطاعات توفيرا لفرص العمل حيث يساهم في خلق فرص العمل بشكل مباشر من خلال العمل في الفنادق أو المطاعم أو بشكل غير مباشر من خلال العمل في القطاعات التي ترتبط بالقطاع السياحي كقطاع النقل و المواصلات و الصناعات الغذائية وغيرها (عشيط و بن شاعة، 2022، صفحة 123).

2.3 الطلب السياحي بولاية مستغانم: يكون الطلب على المؤسسات الفندقية بولاية مستغانم جد مرتفع مقارنة بالعرض خاصة خلال موسم الاصطياف كونها ولاية ساحلية بامتياز تزخر بأجمل وأكبر شواطئ الوطن الجدول الموالي يوضح تطور عدد المؤسسات الفندقية منذ سنة 2014 إلى غاية 2022.

الجدول 2: تطور عدد الوافدين والليالي 2017 –2021 بولاية مستغانم:

السنة	عدد الوافدين		عدد الليالي	
	الجزائريين	الأجانب	الجزائريين	الأجانب
2017	116839	1858	125057	4210
2018	638894	5424	723106	20268
2019	68120	971	84066	5040
2020	21682	/	22534	/
2021	62821	89313	381	1181

المصدر: تقرير سنة 2022، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

نلاحظ من خلال الجدول تراجع في عدد الوافدين وعدد الليالي على مستوى المؤسسات الفندقية خلال موسم الاصطياف سنتي 2020 و2021 أين سجل على التوالي 21682 وافد و62821 وافد مقارنة مع سنة 2019 أين سجل 68120 وافد وهذا راجع الى التدابير المتخذة والبرتوكول الصحي الذي فرض على الفنادق خلال الأزمة الصحية العالمية جائحة كوفيد –19 مما أثر سلبا على الطلب على الخدمات الفندقية بالولاية .

الجدول 3: تطور عدد المتوافدين على الشواطئ بولاية مستغانم بين 2016-2022

السنة	عدد الشواطئ الاجمالي	عدد الشواطئ المسموحة للسباحة	عدد المصطافين حسب مصالح الحالة المدنية
2016	50	24	10723940
2017	44	34	15000000
2018	47	39	10 621 958
2019	52	43	9.218.285
2020	52	39	4.325.670
2021	52	42	5.344.560
2022	51	44	15.874.240

المصدر: تقرير سنة 2022، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

أحصت ولاية مستغانم سنة 2022 اجمالي 51 شاطئ ، 44 من هذه الشواطئ مسموحة للسباحة استقبلت في نفس السنة أزيد من 15 مليون مصطاف ، كما نلاحظ تناقص نسبة الوفود على شواطئ الولاية خلال سنتين الأخيرتين 2020 و2021 وذلك راجع الى تفشي جائحة كوفيد 19 والتدابير الأمنية المتخذة للحد من تفشي الوفاء خاصة منها حضر التنقل بين الولايات منع النقل الجماعي عبر الحافلات وسيارات الأجرة.

4. الاستثمار السياحي بولاية مستغانم:

تتجلى أهمية السياحة والاستثمار من الناحية الاقتصادية في دور الإيرادات المتأتية من ذلك في زيادة الناتج القومي الإجمالي وتحقيق معدلات عالية من النمو الاقتصادي للدولة ككل و استحداث مناصب العمل (Al-Hallaq & Suleiman, 2019)

سنحاول من خلال هذا المحور التطرق الى تعريف الاستثمار السياحي ومميزاته، مناطق التوسع السياحي المستحدثة بولاية، المشاريع الاستثمارية السياحية المتعلقة بالمؤسسات الفندقية، بالاضافة الى التطرق الى أهم التحديات التي تواجه المستثمرين بالولاية.

1.4 مميزات الاستثمار السياحي: يقصد بالاستثمار عند دارسي السياحة : "تقييم المشاريع أو دراسات الجدوى للمشروعات من حيث التوقعات لكل من النفقات العامة والإيرادات، وتقدير الأرباح المتوقعة أو معدل العائد على الأموال المستثمرة، ثم مقارنتها بسعر الفائدة السائد، وفي هذا الإطار يجب

التأكيد على أن دراسة الجدوى أمر حيوي ومهم عند الرغبة في استثمار الأموال في إقامة مشروعات سياحية (تهتان و شويرب، 2016، صفحة 87_101).

وفقا لمجلس السفر والسياحة العالمي (WTTC) تتعدد مجالات الاستثمار السياحي كتطوير وصيانة أماكن الإيواء الفندقي والقرى السياحية ، مراكز الاستشفاء والعلاج ، المتاحف و مراكز الترفيه و المتنزهات (NAWAZ & HASSAN, 2016, p. 583)المراكز الرياضية والمطاعم، وسائل النقل والمواصلات السياحية، ترميم الأماكن والمعالم السياحية الشهيرة، إنشاء مشاريع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتعلقة بالسياحة(Paramati & Alam, 2018, p. 03)

وعليه يمكن القول أن الاستثمار السياحي يتمتع بمجموعة من المميزات نذكر منها : (واضح و فطوش، 2018، صفحة 540)

_تكون الاستثمارات السياحية في أصول ثابتة ولمدة طويلة الأجل تتراوح بين 20-25 سنة، مما يترتب عليها تغيرات سياسية واجتماعية ذات مخاطر متفاوتة.

_إن العائد المترتب عن الاستثمارات السياحية ليس سريعا نظرا لطول مدة هذه الاستثمارات.

_تساهم الاستثمارات السياحية في دعم الاقتصاد من خلال ما توفره من فرص عمل جديدة تساهم في الدخل السياحي؛ حيث يزيد الاستثمار السياحي من مصادر الدخل بالعملات الصعبة، إذ يشكل أحد أهم مصادر جذب رؤوس الأموال الأجنبية، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات (Durafour & Mesplier, 1992, p. 60).

_تطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى عن طريق "المضاعف"، ويقصد بذلك أن الاستثمار السياحي يحقق دخلا يؤدي إلى زيادة دخول العاملين فيه، وهؤلاء العاملين سوف ينفقون دخولهم على تلبية طلباتهم الاستهلاكية، وهذا الاستهلاك يؤدي إلى ارتفاع دخول آخرين مما يؤدي إلى زيادة الطلب على المشروعات الاستهلاكية والاستثمارية (Rochefoucauld, 2007, p. 53)

2.4 تهيئة مناطق التوسع السياحي كالية لدعم الاستثمار السياحي: تقع ولاية مستغانم الساحلية في الشمال الغربي من الوطن؛ تغطي مساحة قدرها 2269كم^2، حيث يمتد شريطها الساحلي على مدى 124 كم . بفضل موقعها الاستراتيجي وخصائصها المتنوعة، تتمتع مستغانم بفرص استثمارية ضخمة، لا سيما في قطاع السياحة. إن تضاريسها الغنية والمتنوعة، وتراثها الطبيعي، التاريخي، الثقافي المادي وغير المادي، يجعلها قطبا سياحيًا بامتياز، يجذب ملايين السياح، الزوار والمصطافين في كل عام.

وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية خمسة (5) أقطاب سياحية من أجل تطوير عدة أشكال للسياحة، خارج نطاق السياحة الشاطئية، بما يتماشى مع خصوصيات كل إقليم جغرافي سياحي (CENEAP، 2014، صفحة 19) .

تمتلك ولاية مستغانم أطول شريط ساحلي في الوطن، يمتد هذا الأخير على مسافة 124كم يمر عبر عشرة (10) بلديات وذلك من شاطئ المقطع بلدية فرناكة غربا، إلى غاية شاطئ بحارة شرقا بلدية أولاد بوغالم. حيث تتسم شواطئ الولاية بشساعتها التي تهيمن عليها الكثبان الرملية .

لاستغلال هذا الشريط الساحلي ، تم الإعلان عن 16 منطقة توسع سياحي، بمساحة إجمالية تزيد عن 4700 هكتار، تمتد من بلدية فرنكة (المقطع) في الغرب إلى بلدية أولاد بوغالم (بحارة) شرقا. 15 منطقة حددت بموجب المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 1988/11/05 ومنطقة واحدة تم الإعلان عنها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-131 المؤرخ في 2010/04/29، يتعلق الأمر بمنطقة التوسع السياحي "الصخرة" بحيث يمكن أن تشير هذه الخطوة الى اهتمام اضافي بتطوير هذه المنطقة الخاصة وتعزيزها كمركز سياحي رئيسي.

الجدول 4: وضعية مناطق التوسع السياحي في ولاية مستغانم

مناطق التوسع السياحي في طور الدراسة	04 مناطق: بحارة – كاف قدوس – الصخرة + عملية مراجعة مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي "رمضان شاطئ".
مناطق التوسع السياحي المصادق عليها بتاريخ 21 أكتوبر 2018	01 : شاطئ شلف
مناطق التوسع السياحي في طور المصادقة	05 مناطق : رأس إيفي – أوريعة صبلات – المقطع – كاف الأصفر– سيدي عبد القادر
مناطق التوسع السياحي المجمدة	06 مناطق : خروبة – ابراهيم شاطئ – حجاج شاطئ – استيديا– زريفة –الميناء الصغير.
المجموع	16 منطقة

المصدر: تقرير سنة 2022، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

من خلال هذا الجدول يمكن القول أن ولاية مستغانم تحصي 16 منطقة توسع سياحي ، حيث أنشأت 15 منطقة سنة 1988 ،في حين أضيفت منطقة واحدة سنة 2016 كما تتميز هذه المناطق بوقوعها على الشريط الساحلي مما يجعل الولاية تتميز بالسياحة الشاطئية ، حيث نجد منطقة كاب ايفي الواقعة ببلدية بن عبد المالك رمضان من أكبر المناطق من حيث المساحة ، اذ تقدر مساحتها بحوالي 883

هكتار، كما أن منطقة التوسع السياحي " صابلات _أوريعة " هي أكثر منطقة مهيأة على مستوى اقليم الولاية ، كما تبلغ المساحة الاجمالية لمنطقة التوسع السياحي على مستوى الولاية ب 4724.8 هكتار كما يتضح أن السلطات المحلية أصبحت تولي أهمية لهذه المناطق التوسعية في الاونة الأخيرة استعداد للاستثمار في القطاع السياحي و تطويره بشكل مستدام مما يساهم في تعزيز الاقتصاد المحلي و تعزيز فرص العمل في الولاية.

3.4 المشاريع الاستثمارية السياحية المتعلقة بالمؤسسات الفندقية : يضم قطاع السياحة في الولاية 31 مشروعًا سياحيا متنوعا بين المشاريع التي لم تنطلق بها الأشغال بعد والمشاريع التي تم الانتهاء منها، بالإضافة إلى تلك التي تتم فيها الأشغال حاليا. تتمركز معظم هذه المشاريع في منطقة التوسع السياحي صابلات"، بالإضافة إلى المشاريع الموجودة على مستوى حديقة الترفيه "موستا لاند" اذ يهدف هذا التركيز على تلك المناطق السياحية إلى زيادة الطاقة الاستيعابية للولاية وخلق فرص عمل جديدة، كما يوضح الجدول التالي:

الجدول 5: وضعية المشاريع السياحية خلال سنة 2023

المشاريع المنجزة		المشاريع في طور الانجاز		المشاريع المتوقفة		المشاريع التي لم تنطلق بعد		المجموع
العدد	07	العدد	15	العدد	07	العدد	16	45
سعة الاستقبال	1047	سعة الاستقبال	2447	سعة الاستقبال	905	سعة الاستقبال	2596	6813
مناصب الشغل	322	مناصب الشغل	713	مناصب الشغل	226	مناصب الشغل	667	1772

المصدر: تقرير سنة 2023، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

فيما يتعلق بالمشاريع الاستثمارية الفندقية فقد أحصت ولاية مستغانم سنة 2023 حوالي 39 مشروع مؤسسات فندقية بسعة استقبال 6813 سرير منها 07 مشاريع منجزة 15 مشروع في طور الانجاز، 07 مشاريع متوقفة و 16 لم تنطلق بها الأشغال بعد.

4.4 فرص الاستثمار السياحي المتاحة في خدمات الفندقة و الايواء : تمت المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي "شاطئ الشلف" بموجب القرار المؤرخ في 12 ديسمبر 2018 حيث تقدر المساحة الإجمالية للمنطقة بـ 525 هكتار شاملة، 70 قطعة أرض متاحة للاستثمار

السياحي في المجال الفندقي بمختلف أنواعه (منتجعات فنادق اقامات سياحية مطاعم سياحية..... إضافة الى مارينا وفضاء للمناسبات والفعاليات كما تقدر مناصب الشغل التي يمكن خلقها بـ 15879 منصب عمل من بينها 8626 منصب مباشر.

تمت المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي "شاطئ الشلف" بموجب القرار المؤرخ في 12 ديسمبر 2018 حيث تقدر المساحة الإجمالية للمنطقة بـ 525 هكتار شاملة 70 قطعة أرض متاحة للاستثمار السياحي في المجال الفندقي بمختلف أنواعه (منتجعات فنادق اقامات سياحية مطاعم سياحية..... إضافة الى مارينا وفضاء للمناسبات والفعاليات كما تقدر مناصب الشغل التي يمكن خلقها بـ 15879 منصب عمل من بينها 8626 منصب.

5.4 أهم التحديات التي تواجه المستثمرين بالولاية: تواجه المستثمرين في قطاع السياحة في ولاية مستغانم عدة تحديات ومعوقات تعيق عملية الاستثمار السياحي، ومن أبرز هذه التحديات:

- **عدم وضوح بعض النصوص القانونية:** يعاني المستثمرون من عدم وضوح بعض القوانين واللوائح، مما يؤدي إلى تطبيقها بشكل انتقائي ومتباين، وهو ما يخلق عدم اليقين لدى المستثمرين.
- **تداخل الصلاحيات بين الهيئات:** يشكل تداخل الصلاحيات بين الهيئات الإدارية عقبة أمام المستثمرين، حيث يصعب عليهم تحديد المسؤوليات بدقة مما يؤثر على سير العمل وتقدم المشاريع.
- **صعوبة توفير الخدمات الأساسية:** يعاني المستثمرون من صعوبات في الحصول على الخدمات الأساسية مثل الماء والكهرباء والغاز وغيرها، مما يؤثر سلبًا على تشغيل المشاريع السياحية.
- **تعقيد الإجراءات الجمركية:** يواجه المستثمرون صعوبات في تخليص البضائع عبر الحدود بسبب تعقيدات الإجراءات الجمركية والتأخير في إتمام الإجراءات.
- **تدهور المحيط الطبيعي والثقافي:** يُعد تراث الحضارة والثقافة والتاريخ في ولاية مستغانم عرضة للتدهور نتيجة لعدة عوامل يشمل ذلك العمليات السرقة للآثار التي تعرضها للتشويه والتدمير، وهذا يشكل تهديدًا كبيرًا للتراث الثقافي والتاريخي بالإضافة إلى ذلك. يسهم النمو الديمغرافي والتعمير الفوضوي في تقليل مساحات المناطق التاريخية وتجاوز الحدود الطبيعية، مما يؤدي إلى انخفاض جودة البيئة وتلوثها وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بحماية المعالم التاريخية يعزز هذا التدهور، إضافة إلى نقص الوسائل البشرية والمادية المخصصة للحفاظ على هذه المعالم وإعادة ترميمها. لذا، يُعد الحفاظ على المحيط الطبيعي والثقافي ضرورة ملحة للحفاظ على الهوية التاريخية والثقافية لولاية مستغانم.

– **تعقيد وبطء الإجراءات الإدارية:** اذ يواجه المستثمرون صعوبات في إنجاز الإجراءات الإدارية نظرا لتعقيدها وبطنها، مما يؤثر على جاذبية الاستثمار في القطاع السياحي و في هذا الصدد قامت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بإنشاء بوابة الخدمة العمومية الكترونية لقطاع السياحة خاصة بالاستثمار السياحي لتقريب الإدارة من المستثمرين والتخفيف من الأوراق الإدارية ومكافحة البيروقراطية، حيث يقوم المستثمر بريده الخاص بالتسجيل في البوابة وإدخال كل المعلومات الخاصة به، إضافة إلى تحميل الوثائق الضرورية وإرسالها مباشرة إلى الجهة المعنية لدراسة الملف والرد من خلال الرابط التالي : https://portail.mta.gov.dz

5. جهود مصالح الولاية في تطوير السوق السياحي في ولاية مستغانم.:

1.5 منح حق الامتياز لاستغلال ملحقات الشواطئ:

تنفيذا للتعليمة الموجهة للسيدات والسادة رؤساء الدوائر الساحلية رقم 138 المؤرخة في 2024/02/04 والتي تقتضي مباشرة إجراءات منح حق الامتياز لاستغلال ملحقات الشواطئ لممارسة النشاطات الموسمية والمتمثلة في:

– كراء المحلات التجارية.

– كراء المراحيض والمرشات.

– كراء حظائر السيارات.

– كراء المسطحات الأرضية الموجهة للنشاط التجاري (كراء الشمسيات الطاولات الكراسي غير معنية).

والجدول أدناه يبين إحصاء ملحقات الشواطئ بالبلديات الساحلية:

الجدول 6: احصاء ملحقات الشواطئ بالبلديات الساحلية لسنة 2024

عدد البلديات	عدد المسطحات الأرضية	عدد المحلات التجارية	عدد المراحيض	عدد المرشات	عددحضائرالسيارات
10	112	21	47		61

المصدر: احصائيات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، 2024

2.5 منح حق الامتياز للاستغلال السياحي للشواطئ: تنفيذا للتعليمة الولائية الموجهة للسادة رؤساء المجالس الشعبية رقم 132 مؤرخة في 2024/02/04 المتعلقة بعدم تجديد اتفاقيات الاستغلال السياحي

للشواطئ لهذا الموسم، والعمل على مباشرة إجراءات عملية منح حق الامتياز للاستغلال السياحي للشواطئ من خلال:

- ✓ تحيين مخططات الشغل المؤقت للشواطئ من طرف البلديات الساحلية بالتنسيق مع مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية وذلك بهدف تصحيح الاختلالات المسجلة خلال الموسم الفارط.
- ✓ تم إعداد القرار الولائي رقم 613 المؤرخ في 2024/03/12 المتضمن إنشاء لجنة ولائية للمزايدة المفتوحة لمنح حق الامتياز للاستغلال السياحي للشواطئ.
- ✓ تم إعداد القرار الولائي رقم 614 المؤرخ في 2024/03/12 المتضمن المبلغ المالي الواجب دفعه مقابل سحب دفتر الشروط والذي حدد بـــ 5000 دج.
- ✓ تم إعداد القرار الولائي المتضمن تحديد قيمة مبلغ الضمان البنكي المخصص لتغطية تعهد المشاركة في مزايدة استغلال الشواطئ عن طريق حق الامتياز.

والجدول أدناه يبين الحصص الخاضعة للامتياز حسب مخططات الشغل المؤقت للشواطئ المعدة من طرف البلديات:

الجدول 7: احصاء ملحقات الشواطئ بالبلديات الساحلية لسنة 2024

الدوائر الساحلية	عدد الشواطئ الخاضعة للامتياز	عدد الحصص الخاضعة للامتياز
عين النويصي	3 شواطئ	12 حصة
حاسي ماماش	8 شواطئ	27 حصة
مستغانم	4 شواطئ	05 حصة
سيدي لخضر	25 شواطئ	57 حصة
عشعاشة	7 شواطئ	15 حصة

المصدر: احصائيات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، 2024.

نلاحظ من خلال هذا الجدول الموالي أن أكبر عدد الحصص الخاضعة للامتياز خلال سنة 2024 كانت من نصيب دائرة سيدي لخضر ب 57 حصة حيث قدر عدد الشواطئ الخاضعة للامتياز ب 25 شاطئ على مستوى الدائرة الساحلية لسيدي لخضر تليها مباشرة دائرة حاسي مماش ب27 حصة و 8 شواطئ خاضعة للامتياز ثم عشعاشة التي حظيت ب 15 حصة خلال هذه السنة و 7 شواطئ و قد استفادت دائرة عين النويصي من 12 حصة خاضعة للامتياز وأخيرا دائرة مستغانم حيث قدر عدد الحصص الخاصة بها ب 5 حصص خاضعة للامتياز و تجدر الاشارة أنه فيما يخص شاطئ سيدي

المجدوب فقد قدرت المساحة الاجمالية للشاطئ بـ 8325م بطول اجمالي 555 م و عرض 15م، حيث تمثل المساحة المخصصة للامتياز ثلث (1/3) مساحة الشاطئ بمساحة 2755م. يكون الدخول اليها بمقابل و الذي يعتبر حق الخدمات المقدمة، أما المساحة المتبقية والمتمثلة في ثلثين (2/3) فهي موجهة لفائدة المصطافين بمساحة 5550 م. يكون الدخول اليها بالمجان مع عدم توفر فيها أي خدمة.

3.5 الحظيرة الشاطئية لموسم الاصطياف لسنة 2023 :

- **العدد الإجمالي للشواطئ:** 59 شاطئ.
- **عدد الشواطئ المسموحة للسباحة:** 45 شاطئ.
- **عدد الشواطئ الممنوعة للسباحة:** 14 شاطئ.

وبعد الخرجات الميدانية من سنة 2023، تم معاينة 26 شاطئ مقترح للفتح، وخلال الاجتماعات المنعقدة للجنة الولائية تم الموافقة رسميا على فتح 14 شاطئ جديد لموسم الاصطياف لسنة 2024 لتصبح الحظيرة الشاطئية لموسم الاصطياف 2024 على النحو التالي:

- **العدد الاجمالي للشواطئ:** 77 شاطئ (احصاء 18 شاطئ جديد).
- **الشواطئ المسموحة للسباحة:** 59 شاطئ.
- **الشواطئ الممنوعة للسباحة:** 32 شاطئ.

يتمثل الهدف من فتح شواطئ جديدة بالولاية فيما يلي:

- فك الخناق عن الشواطئ المسموحة للسباحة الموجودة الموسم الفارط.
- فك الخناق عن حركة المرور في المناطق العمرانية.
- خلق نشاط اقتصادي في هذه الشواطئ الجديدة.

تتمثل الشواطئ الجديدة التي سيتم فتحها حسب البلديات لموسم الاصطياف لسنة 2024:

- أولاد بوغالم: 01 شاطئ / سيدي لخضر: 01 شاطئ/ بن عبد المالك رمضان: 02 شاطئين
- مزغران:01 شاطئ / فرناكة: 01 شاطئ / فرناكة: 01 شاطئ .
- عشعاشة: 01 شاطئ / حجاج: 04 شواطئ / مستغانم: 02 شاطئ.
- استيديا: 02 شاطئين.

4.5 تهيئة الشواطئ الجديدة و تحسين الشواطئ القديمة: خلال موسم الاصطياف لسنة 2024، تم تهيئة وتحضير العديد من الشواطئ لجذب السياح بعدد أكبر و قد استلزم هذا توفير جميع الوسائل البشرية

والمادية لانجاح هذه العملية والجدول الموالي يبين المبالغ المالية المخصصة لعملية التهيئة في بعض من البلديات كما هو مبين على النحو التالي:

الجدول 8: المبالغ المخصصة لعملية تهيئة الشواطئ في كل من بلدية خضرة ، أولاد بوغالم ، بن عبد المالك رمضان خلال سنة 2024

البلدية	العملية	المبلغ المخصص (دج)	الوضعية الحالية
أولاد بوغالم	تهيئة شاطئ السندباد (بحارة 04 سابقا)	9 738.008.00 دج	أشغال التهيئة في طور الإنجاز
عشعاشة، سيدي لخضر، حجاج بن عبد المالك رمضان، مستغانم مزغران، استيديا	تهيئة شواطئ: المرجان، فرس البحر النخيل، النورس الأمل، عروس البحر، الينابيع، النزهة، الأنس الحرية، الكثبان، البلور (كرستال)، غرينتش	320.000.000 دج	تنصيب مؤسسات الأشغال و البدء في التهيئة

المصدر: احصائيات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، 2024.

الجدول الموالي يبين المبالغ المخصصة لكل عملية لتهيئة الشواطئ في كل من بلدية خضرة، أولاد بوغالم، بن عبد المالك رمضان، وقد تم اقتراح تغيير تسمية الشواطئ الجديدة والمصادقة عليها بمداولة حتى تتماشى وشروط الجذب السياحي وقد كانت التسميات على النحو التالي:

الجدول 9: التسميات الجديدة المقترحة للشواطئ خلال موسم الاصطياف 2024 :

البلدية	التسمية القديمة للشاطئ	التسمية الجديدة المقترحة
أولاد بوغالم	بحارة 04	شاطئ السندباد
عشعاشة	تانسيوف	المرجان
سيدي لخضر	مرسى العودة	فرس البحر
حجاج	حجاج 05	شاطئ النخيل
	حجاج 06	شاطئ النورس
	حجاج 07	شاطئ الأمل
	حجاج 08	شاطئ عروس البحر
بن عبد المالك رمضان	سبع عيون	شاطئ الينابيع
	شاطئ مصب واد الشلف شرقا	شاطئ النزهة
مستغانم	عيزب	شاطئ الأنس
	مصب واد الشلف غربا	شاطئ الحرية

المصدر: احصائيات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم، 2024.

حيث تم تخصيص مبالغ معتبرة من أجل تهيئة 14 شاطئ جديد مسموح للسباحة وذلك بمبلغ 320.000.000 دج ومبلغ 50.000.000 دج لتحسين شواطئ بلديات خضرة، أولاد بوغالم. وبن عبد المالك رمضان من صندوق الضمان والتضامن للجماعات المحلية بعنوان سنة 2024، كما تم تخصيص مبلغ 738.008.00 9دج من نفس الصندوق لتهيئة شاطئ السندباد بعنوان سنة 2023. يعرض هذا الجدول مقارنة بين التسميات القديمة والجديدة للشواطئ، ويهدف الى تحليل تأثير هذه التعديلات على الاستراتجيات التسويقية المتبعة في السوق السياحي بالولاية حيث تظهر التسميات الحديثة للشواطئ التوجهات الحديثة في السوق السياحي التي تم اعتمادها قصد الاسهام في تحسين جاذبية الوجهات السياحية وزيادة قدرتها التنافسية كما يعكس هذا الاتجاه مدى فعالية التسميات الجديدة في تحسين التواصل مع الجمهور المستهدف مما يؤدي لزيادة الطلب على المنتجات السياحية بولاية مستغانم.

5.5 الجهود المحققة فيما يخص الخرجات الميدانية للشواطئ و المؤسسات الفندقية :

في إطار عمل اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح وغلق الشواطئ، تم القيام بخرجات ميدانية لجميع الشواطئ المسموحة للسباحة بتاريخ 25-26-29-30 جانفي 2023 وذلك لمعاينة جميع النقائص أين تم رفع تقرير مفصل عن الوضعية الحالية للشواطئ للسيد والي الولاية على سبيل عرض حال بالاضافة إلى ذلك وفي إطار التحضير لموسم الاصطياف قامت مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية بتنظيم 22 عملية تفتيشية للمؤسسات الفندقية خلال شهر جانفي أسفرت عن توجيه أربع 04 تنبيهات كتابية.

6.5 الجهود المحققة فيما يخص استغلال المخيمات الصيفية :

لسد العجز الذي تعرفه الحظيرة الفندقية على مستوى الولاية تم منح 15 رخصة استثنائية لاستغلال المخيمات الصيفية وسيتم تجديد هذه الرخص خلال موسم الاصطياف، مع إمكانية منح 03 رخص استثنائية أخرى خلال هذا الموسم ليرتفع عدد المخيمات الصيفية من خمسة عشر (15) مخيم إلى ثمانية عشر (18) مخيم صيفي.

7.5 المواقع والمسارات السياحية خلال الموسم:

لتشجيع مختلف أنواع السياحة المتواجدة عبر تراب الولاية تم إعداد منصة إلكترونية «Algérie Tours» للمواقع والمسارات السياحية حيث تم إدراج ضمن هذه المنصة 81 موقع سياحي و17 مسار سياحي منها، ثقافي ترفيهي ديني، وتاريخي وتعتبر هذه المنصة كدليل سياحي إلكتروني.

8.5 الجهود المحققة من أجل رقمنة قطاع الصناعة التقليدية في ولاية مستغانم:

إلى جانب قطاع السياحة، يعتبر قطاع الصناعات التقليدية والحرف واحدا من أهم القطاعات التي استطاعت أن تبرز مكانتها في التنمية الاقتصادية المحلية، فقد أصبح قطاعا فعالا لا يمكن الاستغناء عنه، حيث ساهم في المجهود المحلي والوطني للتنمية والتطور اذ يحصي النسيج الاقتصادي لنشاطات ومهن الصناعة التقليدية بالولاية تعداد 7309 مقاولة حرفية ناشطة في مختلف النشاطات وفروع الإنتاج والخدمات، مستحدثا بذلك أزيد من 14 ألف منصب عمل مباشر وغير مباشر.

و تجدر الاشارة أن قطاع الصناعة التقليدية قد شهد محليا إنطلاقة جديدة في مجال الرقمنة من أجل تعزيز وتوطيد العلاقة بين الإدارة والمواطن وتسهيل التعاملات والإجراءات الإدارية عن طريق ضمان تقديم خدمات عمومية نوعية مؤمنة وسريعة بأقل تكلفة وذلك من خلال:

- رقمنة ملف القيد في سجل الصناعة التقليدية.
- تسليم البطاقة المهنية للحرفي في إصدار رقمي.
- الضبط الرقمي لكل الإحصائيات والبيانات الخاصة بحركية قيد وشطب الحرفيين.
- التسويق الإلكتروني لمنتجات الصناعة التقليدية (توفر الغرفة على متجر إلكتروني لتسويق المنتوجات التقليدية).

6.خاتمة:

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول موضوع بالغ الأهمية والمتمثل في واقع القطاع السياحي بولاية مستغانم و جهود مصالح الولاية في ترقيته، إذ حاولت الدراسة معرفة واقع القطاع السياحي من خلال التطرق الى المؤهلات السياحية التي تتمتع بها ولاية مستغانم وكذا التطرق الى مناطق التوسع السياحي التي تعتبر كافاق للنشاط السياحي بالولاية، كما تم التطرق إلى التحضيرات السنوية لمصالح الولاية للموسم الصيفي ، حيث تملك ولاية مستغانم خبرة كبيرة في هذا المجال تمتد إلى سنوات طوال، ما جعلها تنافس كبرى الولايات في استقطاب السياح .

خلال إنجاز هذه الدراسة وعند استعراضنا لوضعية السوق السياحي في ولاية مستغانم، لاحظنا أن هناك انتعاش تدريجي في السوق السياحي وفي حجم الاستثمارات الموجهة إليه، وهذا نتيجة الجهود المبذولة من طرف مصالح الولاية من خلال تهيئة و تحضير العديد من الشواطئ لموسم الاصطياف بالإضافة لفتح

شواطئ جديدة لجذب السياح حيث تم الموافقة رسميا على فتح 14 شاطئ جديد لموسم الاصطياف لسنة 2024 مما ساهم في توفير مناصب الشغل لفئة الشباب و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى بالإضافة الى جهود المصالح المبذولة في تفعيل الرقابة حيث تبين من خلال هذه الدراسة أن اللجنة الولائية قامت بالعديد من الخرجات الميدانية التفتيشية لجميع الشواطئ المسموحة للسباحة وذلك لمعاينة جميع النقائص بالإضافة الى تنظيم 22 عملية تفتيشية للمؤسسات الفندقية من أجل ضمان تقديم برامج سياحية بخدمات ذات جودة عالية من شأنها زيادة فترة اقامة السائح بالولاية و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

ما يمكن التوصل إليه هو أنه بالرغم من المقومات السياحية الفريدة التي تمتلكها ولاية مستغانم، الا أنها مازالت تواجه تحديات تقنية وإدارية واقتصادية تعيق تحقيق النمو المستدام في هذا القطاع فعلى الرغم من الإجراءات التشجيعية والتسهيلات التي تقدمها مصالح الولاية، إلا أن هذا لم يكف لجعل مستوى الاستثمار السياحي في ولاية مستغانم يتناسب بشكل كاف مع إمكانياتها السياحية حيث تظل التحديات الإدارية والبيروقراطية والاقتصادية والسياسية عائقا أمام تطور هذا القطاع الحيوي، مما يستدعي النظر في إجراء إصلاحات وتحسين البنية التحتية وتقديم مزيد من التسهيلات لتعزيز الجاذبية السياحية للمنطقة.

نتائج البحث: يمكن إجمال أهم النتائج المستخلصة من هذه الدراسة والمتمثلة فيما يلي:

- لا توجد إستراتيجية واضحة في مجال صناعة السياحة في ولاية مستغانم، إذ أن معظم المعالم السياحية بالولاية لا زالت عذراء.
- السياحة في ولاية مستغانم لا تزال سياحة موسمية وداخلية، فالاهتمام بتنشيط السياحة ينحصر فقط على موسم الاصطياف، بتركيز اللجنة الولائية على تهيئة الشواطئ؛
- ضعف عدد السياح الأجانب بالولاية حيث لا يزال أقل بكثير من الطاقة السياحية بالولاية.
- غياب أسواق سياحية هامة جداً؛ كعدم الاهتمام باستغلال أماكن السياحة العلاجية.
- هناك قصور كبير في العرض السياحي من حيث العدد الإجمالي للفنادق والأسرة والغرف ونقص هياكل الاستقبال بصفة عامة؛
- عدم فعالية متصرفي الشواطئ وانحصار الدور الرقابي للجنة الولائية في مراقبة الشواطئ خلال موسم الاصطياف (موسمية النشاط)؛

- تعرض تراث الحضارة والثقافة والتاريخ في ولاية مستغانم للتدهور نتيجة لعدة عوامل يشمل ذلك عمليات السرقة للآثار التي تعرضها للتشويه والتدمير، وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بحماية المعالم التاريخية، إضافة إلى نقص الوسائل البشرية والمادية المخصصة للحفاظ على هذه المعالم وإعادة ترميمها.
- تعقيد الإجراءات الجمركية التي تواجه المستثمرين مما يؤثر سلبا على التقدم في انجاز المشاريع الاستثمارية نظرا للتأخير في إتمام الإجراءات في الوقت المناسب وصعوبتها.

التوصيات: بناء على هذه النتائج تم اقتراح التوصيات التالية:

-نشر السلوك الجماهيري السليم الذي يتفق مع متطلبات الترغيب السياحي وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم، وكذا الاهتمام أيضا باللغات العالمية بالنسبة للمرشدين سيما اللغة الإنجليزية باعتبارها لغة العولمة بلا منازع.

-توجيه عناية المواطنين للمحافظة على البيئة ومستوى النظافة في المناطق السياحية.

- حماية التراث الوطني من كل ما يتعرض له من سرقة وتدهور.

- تنويع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كالإعفاءات من الضرائب خصوصا في بداية افتتاح المشاريع، وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات، وتقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية المحلية.

- دعم وكالات السياحة والأسفار وتوعية أصحابها بمسؤوليتهم عن نقل المعلومات عن الصورة السياحية لولاية مستغانم.

- ضرورة وجود مرشدين سياحيين أكفاء في المناطق السياحية والحرص على تكوينهم.

-ضرورة اكمال مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي بالولاية وتسهيل اجراءات الحصول على العقار السياحي من أجل دفع عجلة الاستثمار.

7. قائمة المراجع:

1.7قائمة المراجع باللغة العربية :

1) أبو قحف عبد السلام. (1992). *محاضرات في صناعة السياحة في مصر*. المكتب العربي الحديث

2) المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي. (نوفمبر2000). *" مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية"* . الدورة16.

3) المركز الوطني للدراسات و التحاليل الخاصة بالسكان CENEAP . (2014). *المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية مستغانم* (المجلد المرحلة 05). مستغانم.

4) ريان درويش. (1997، ص 11.). الإستثمارات السياحية في الأردن: الحصيلة والآفاق المستقبلية. *مذكرة ماجستير .جامعة الجزائر .*

5) زاوي عبدالرحمان، و سيف الدين رحايلية. (22-23 أفريل, 2014). المؤسسات الإذاعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر. *الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر*

6) عصمت عدلي. (2017). *السياحة المحلية و الدولية*. الاسكندرية: مؤسسة عالم الرياضة للنشر و دار الوفاء لدنيا الطباعة.

7) فراح أسامة ، عبد العزيز رحمة، (2019).*دور وكالات السياحة و الأسفار في تشجيع السياحة الداخلية – دراسة حالة وكالة النجاح للسياحة و الأسفار بولاية الشلف*. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. (المجلد 08). العدد03. تامنغاست – الجزائر.

8) فوزية بوصفصاف (جوان2015). تشخيص استراتجية التسويق السياحي في الجزائر .مجلة رؤى اقتصادية.

9) ماهر عبد العزيز توفيق. (1997). *صناعة السياحة*. عمان. الأردن : دار زهران للنشر والتوزيع.

10) محمد فقيه. (2011). معوقات الجذب السياحي داخليا و دورها في بناء استراتيجية تسويقية سياحية. *مذكرة مقدمة لمتطلبات مساق مشروع ماجيستار كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية*، فلسطين: جامعة النجاح.

11) مصطفى عبدالقادر. (2003،). *دور الإعلان في التسويق السياحي*. لبنان: مجد للنشر و التوزيع

12) موراد تهتان ، و جلول شويرب . (2016).أثر الاستثمار في القطاع السياحي على بعض مؤشرات الاقتصاد الوطني ، مجلة المستقبل الاقتصادي (4) .87_101

13) فواز واضح و سمية فطوش (2018) عوامل جذب الاستثمار ومقوماته في الصناعة السياحية بالجزائر. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، 4 (1) 534-557

14) يعقوب مروة(2023) واقع القطاع السياحي في الجزائر(تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية)، مجلة دفاتر بوادكس ،12 (1) 25-45

15) عشيط علاء الدين.بن شاعة محمد (2022) تحليل قياسي لدور الاستثمار السياحي في القيمة المضافة للصناعة السياحية في الجزائر للفترة (1995-2019)، مجلة دفاتر بوادكس،11(2) 113-134

16) Said Sami Al-Hallaq, Athamneh Abdel Baset, & Suleiman, Hadil Mahmoud (2019). The impact of foreign direct investment on the growth of the tourism sector in Jordan (1980-2016). Journal Public Affaires, 1-9.

17) Durafour, P. B., & Mesplier, A. (1992). Le tourisme dans le monde. France: édition Bréal.

18).NAWAZ, M. A., & HASSAN, S. (2016). Investment and Tourism: Insights from the Literature. International Journal of Economic Perspectives, 10 (4), 581-590 .

19) OMT. (2008, janvier 1). OMT, Glossair https://www.unwto.org /fr/glossaire de- tourisme Consulté le 26 Aout 2024, sur

https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme
sur https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourism
20) OULD SAID, M., & BOUROUBA, M. (2019). Le secteur du tourisme moteur prometteur dans l'économie Algérienne. Revue finance et marchés, Volume 6 Numéro 01), pp. 531-551.
21) Paramati, R. S., Chi Keung, M. L., & Alam, S. M. (2018). The effect of tourism investment on tourism development and CO2. Journal of Sustainable Tourism, 1-41.
22) Robert W.Mclntosh.C.R.(1995)Tourism Principles.NewYork.john wiely and sons LNC
23) Rochefoucauld, B. D. (2007). L'économie du tourisme. Rennes, France: édition Bréal