

تاريخ القبول: 18/04/2019

تاريخ الإرسال: 2019/01/11

**متطلبات تفعيل دور المؤسسات السياحية في الترويج للسياحة الثقافية
بالجزائر: دراسة استطلاعية لدى مجموعة من وكالات السياحة والأسفار
(Requirements for activating the role of tourism
institutions in the promotion of cultural tourism in
Algeria: An exploratory study within a sample of tourism
and travel agencies)**

Zerouati ; Maouahib;

مواهب زرواتي،

maouahib.z@gmail.com

University of Mohamed Khider Biskra

جامعة محمد خيضر بسكرة

Rabhi ; Said;

سعيد رابحي،

said-rabhi@hotmail.com

University of Hassiba Benbouali Chlef

جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أبرز المتطلبات اللازمة لتفعيل دور وكالات السياحة والأسفار في الترويج للسياحة الثقافية بالجزائر، كما هدفت إلى معرفة التحديات والصعوبات التي تواجهها هذه الوكالات للقيام بذلك خصوصا إشكالية زيادة الوعي الثقافي السياحي والتوجه نحو الوكالات السياحية. ولتحقيق هذه الأهداف وفي إطار دراسة استطلاعية تم توجيه استبيان يحتوي عددا من الأسئلة المفتوحة لمجموعة من وكالات السياحة والأسفار عبر البريد الإلكتروني والفيسبوك، بالإضافة إلى إجراء مقابلات هاتفية مع مجموعة من مسيري وكالات السياحة والأسفار بالجزائر. وقد توصلنا إلى أن أغلب وجهات نظر هذه الوكالات أتت في نفس اتجاه إستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2030) من حيث الإمكانيات التي تتمتع بها الجزائر والمناطق الممكن استغلالها في الترويج للسياحة الثقافية لكن بالمقابل لازلت هنالك العديد من العقبات للنهوض بالسياحة الثقافية بالجزائر أبرزها: مشكلة الاستدامة والحفاظ على

الموروث الثقافي، وضعف الثقافة والوعي السياحي لدى المواطن، نقص الدعم والتحفيز من قبل الوزارة، بالإضافة إلى التعقيدات الإدارية وصعوبة الحصول على التأشيرة بالنسبة للأجانب مما يعيق تدفقهم بشكل دوري ومنتظم.

الكلمات المفتاحية: السياحة الثقافية، وكالات السياحة والأسفار، الترويج، الجزائر.

Abstract

This study aimed at exploring the main requirements to activate the role of tourism and travel agencies in promoting cultural tourism in Algeria, and at identifying the challenges and difficulties that face these agencies to do so, especially the issue of raising the tourism cultural awareness and heading toward travel agencies. To achieve these objectives, an exploratory study was conducted through a questionnaire containing a number of opened questions was sent via email and Facebook to a sample of tourism and travel agencies , and through phone interviews with managers of some of these agencies. We noted the almost all the opinions of these agencies go along with the strategy of the plan of tourism development (SDAT 2030) in terms the Algerian potential and the regions that can be exploited as part of the promotion of cultural tourism; however, these agencies didn't miss to mention that there remains many obstacles slowing down the promotion of cultural tourism in Algeria, in particular: the durability issue and cultural heritage preservation, the lack of tourism culture among the citizens, the lack of support and motivation by the ministry, as well as the administrative complexities to obtain a visa for foreigners which impedes their arrival periodically and regularly.

Key Words: cultural tourism , tourism and travel agencies, promotion, Algeria.

المقدمة:

تعتبر السياحة الثقافية من أبرز أنواع السياحة فهي تمثل 10% من حركة السياحة العالمية، وهي ظاهرة تركز على إدارة الماضي والتراث والأصالة لإرضاء دوافع السياح من خلال إثارة مشاعر الحنين إلى الماضي، وهدفها الأساسي هو تحفيز المنافع النقدية لصيانة التراث كالمتاحف والمنازل التاريخية والمهرجانات وغيرها.

وحسب ما ورد في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (SDAT 2030)، تعتبر وكالات السياحة والأسفار من بين أهم الموجهين الذين يلعبون دورا رائدا كسفراء تجاريين في عملية التنمية السياحية، حيث تعتبر الوكالات السياحية وسيطا بين مالكي الخدمات السياحية المختلفة (الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى، وسائل النقل، المنشآت السياحية) ومستهلكيها المعبر عنهم بالسائحين، وعلى غرار ما تعرضه وكالات السياحة والأسفار من خدمات، تعتبر مهمة الترويج للوجهات السياحية من أبرز ما تقدمه من خدمات وذلك لتعريف السياح المحتملين بالمناطق السياحية المحلية والأجنبية وإقناعهم بزيارتها.

إشكالية البحث:

بناء على ما سبق تبرز إشكالية هذا البحث من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يمكن تفعيل دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الثقافية بالجزائر؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة التساؤلات التالية:

- ما المقصود بالسياحة الثقافية وما هو واقعها بالجزائر؟
- فيم تتمثل مهام الوكالات السياحية؟
- كيف يمكن تفعيل دور الوكالات السياحية للترويج للسياحة الثقافية بالجزائر؟ وما هي التحديات التي تواجهها؟

فرضيات البحث:

- لمعالجة الإشكالية المطروحة سلفا سوف ننطلق من مجموعة الفرضيات التالية:
- تمتلك الجزائر تراثا ثقافيا معتبرا يؤهلها لجعل السياحة الثقافية فرعا من الواجب ترقيته في ظل المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية؛
- تلعب الوكالات السياحية دورا محوريا في عملية التعريف والترويج بالسياحة الثقافية سواء للسياح المحليين أو الأجانب؛
- تواجه الوكالات السياحية مجموعة من الصعوبات المرتبطة بمناخ الأعمال الذي تنشط فيه والذي يحول دون قيامها بدور فعال للترويج للسياحة الثقافية بالجزائر.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى استكشاف المتطلبات والتحديات التي تواجهها الوكالات السياحية حتى يتم تفعيل دورها في الترويج للسياحة الثقافية بالجزائر، كما يهدف البحث إلى تسليط الضوء على واقع السياحة الثقافية من خلال عرض التراث الثقافي المتنوع الذي تزخر به الجزائر.

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، نظريا لإبراز الجانب المعرفي وتحليلا لمناقشة الجانب التطبيقي من خلال الاستبيان الموجه لمجموعة من الوكالات السياحية. وتم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور كما يلي:

أولا: السياحة الثقافية بالجزائر

تزخر الجزائر بتاريخ عريق ترجع أصوله إلى ما قبل التاريخ. فقد عثر الباحثون على آثار لأهل العصر الحجري من منازل لأحيائهم وقبور لموتاهم وآلات لحياتهم من مصنوعاتهم وأشياء من مقتنياتهم¹.

وقد تعاقبت على الجزائر العديد من الحضارات أبرزها الحضارة الفينيقية، الرومانية، النوميدية، البيزنطية والإسلامية والتي تركت خلفها موروثا ثقافيا ضخما مكن الجزائر من الحصول على تراكم في رصيدها الثقافي والذي يعتبر عنصرا من عناصر الجذب السياحي ويؤهلها لاستغلاله عن طريق التعريف به والترويج له قصد جذب الزوار والسائحين المهتمين به في إطار ما يسمى بالسياحة الثقافية.

1- تعريف السياحة الثقافية وأهميتها:

تعرف السياحة الثقافية على أنها ظاهرة تركز على إدارة الماضي والتراث والأصالة لإرضاء دوافع السياح من خلال إثارة مشاعر الحنين إلى الماضي وهدفها الأساسي هو تحفيز المنافع النقدية لصيانة التراث كالمتاحف والمنازل التاريخية والمهرجانات وغيرها². كما تهدف السياحة الثقافية إلى زيادة المعرفة لدى الشخص من خلال تشجيع حاجاته الثقافية للتعرف على المناطق والدول غير المعروفة له، وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها³.

ويمكن أن تستفيد السياحة الثقافية من المباني والآثار والتقاليد المتواجدة في الطبيعة أو في القرى والصحرواح لتزويد الزوار بفهم للتطور الثقافي والاجتماعي والاقتصادي للمنطقة المعنية عن طريق العروض والجولات السياحية والمعلومات المقدمة التي تمنح الفرصة لمشاهدة معالم المنطقة، كما تشمل أيضا الأحداث والتظاهرات الثقافية التي غالبًا ما تخدم السياحة الثقافية⁴.

2- أهمية السياحة الثقافية:

- للسياحة الثقافية أهمية اجتماعية وإنسانية وأيضاً اقتصادية حيث تعمل على⁵:
- رفع مستوى معيشة المجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم؛
- التعريف بالمرورث الثقافي على المستوى الداخلي والدولي؛
- نقل المرورث الثقافي للأجيال المتعاقبة والمحافظة عليه من الاندثار - تحقيق استدامة المرورث الثقافي-؛
- تعمل على رفع المستوى المعيشي للسكان المحليين من خلال تطوير الصناعات التقليدية وخلق فرص عمل وبيع المنتجات المحلية للأجانب والسياح؛
- خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين؛
- تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدول المقصد السياحي؛
- تساعد على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية بشكل عام والتنمية السياحية الثقافية بشكل خاص لدى فئات واسعة من المجتمع؛
- تنمي لدى المواطنين شعور بالانتماء إلى الوطن وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر؛
- توفير التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية والتاريخية؛
- تعمل على تنمية عملية التبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السياح والمجتمع المضيف والذي يمكن أن نطلق عليه مصطلح الحوار بين الحضارات.

3- قدرات السياحة الثقافية بالجزائر:

تعتبر السياحة الثقافية من بين الفروع الواجب ترقيتها في المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية، ويمكن تلخيص أنواع السياحة الثقافية التي يمكن الترويج لها كما جاء في المخطط التوجيهي للترقية السياحية كما يلي:

الجدول رقم (1): الإمكانيات السياحية الثقافية بالجزائر

| الأعمال | الأفكار |
|--|--------------------------|
| تقويم وإبراز المواقع القديمة والمواقع الثقافية سياسة الصيانة إنشاء دورات سياحية | المواقع التاريخية |
| مخطط وطني لتنظيم وإثراء العرض الحالي ربط المتاحف بشبكة سياسة ترقية نشطة للسكان سياسة تعميم وبيداغوجية اتجاه المتدرسين | عرض المتاحف |
| تنمية سياحة الذاكرة | المواقع التذكارية |
| تنظيم العرض حول الفضاءات القيمة مثل: القبة الفلكية الاصطناعية، قصور العلوم، الفضاءات المختصة مثل مدينة الحشرات، مركز اكتشاف نظام الطبيعة وعالم الجيولوجيا. إنشاء شبكة لبيوت التراث والمتاحف الطبيعية. | اكتشاف العلوم والتقنيات |
| وضع بنية للموجود والتعريف به أولاً للسكان ثم للسياح تطوير المواعيد الكبرى ووضع مخطط وطني للأحداث في المواعيد المهمة مثل: مهرجان السينما للوطن العربي، أسبوع البيئة: الماء والحياة، يوم الشاطئ وغيرها. ويمكن للجزائر أن تنشط سياحتها بالارتكاز على عدة حفلات محلية تقليدية ومناسبات تعيدية تطبع ذاكرة الزائر وتمثل دعائم ممكنة لتقويم السياحة الثقافية مثل: المولد النبوي، الزاوية التيجانية بعين الماضي، القديس أوغستان وغيرها. | العرض الثقافي والاحتفالي |

المصدر: المخطط التوجيهي للترقية السياحية 2025، الكتاب 2، ص 14.

ولقد ثمن المخطط التوجيهي - للتهيئة السياحية (SDAT2030) الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية من خلال سبعة أقطاب سياحية ذات امتياز* ووضع هذه الإمكانيات في خدمة السياحة الجزائرية للوصول إلى وجهة ذات امتياز في إقليم البحر الأبيض المتوسط⁷. وسيتم عرض التراث المادي وغير المادي الذي تزخر به الجزائر موزعا حسب الأقطاب السياحية ذات الامتياز في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2): التراث المادي وغير المادي المتواجد بالأقطاب السياحية ذات الامتياز

| الأقطاب السياحية وولاياتها المعنية | التراث المادي | التراث غير المادي |
|---|---|---|
| شمال شرق POT N.E عنابة ، الطارف ، سكيكدة، قالمة ، سوق أهراس ، تبسة | مواقع مغليبية بولاية قالمة ، النقوش الصخرية بولاية تبسة ، كنيسة القديس أوغسطين ، المدن الأثرية تيمقاد و جميلة ، جامع أبو مروان ، مساجد المدن العثمانية بعنابة. | أعياد:المرجان ، العسل ، الطماطم ، الفراولة ؛ مهرجان موسيقى المالوف ، الأيام المسرحية ، والسينمائية و الفولكلورية. |
| شمال وسط POT N.C الجزائر ،تيزابزة ، بومرداس ، البلدية ، الشلف ، عين الدفلى ، المدية ، البويرة، تيزي وزو ، بجاية | مقابر الفينقيين بالمدية و تيبازة ، المدن الرومانية ، الأضرحة الملكية بموريطانيا ، أسوارمليانة ، قصبة الجزائر ، مسجد كتشاوة، الكنيسة القديمة للسيدة الإفريقية ، كنيسة رأس جنات .. | تراث غير مادي مرتبط بالإنتاج الحرفي والفني |
| شمال غرب POT N.O مستغانم ، وهران ، عين | أكثر من 300 موقع أثري ، تاريخي و ثقافي :أطلال سيقا ، أضرحة صفاقس ، | عدة احتفالات وأعياد محلية : عيد الكرز ، مهرجان الموسيقى الأندلسية.. |

| | | |
|--|---|--|
| | آثار المدينة الرومانية بوهران ، الأماكن التاريخية للأمير عبد القادر ، قلعة بني راشد.. | تيموشنت ، تلمسان ، معسكر ، سيدي بلعباس، غليزان |
| موسم سيدي خالد ببسكرة ، عيد المهري ، عيد الزربية بغرداية.. | النقوش الصخرية ، الأضرحة والنصب التذكارية ، الآثار الرومانية بالقنطرة ، ضريح عقبة بن نافع ببسكرة ، ضريح حيزية ببسكرة.. | جنوب شرق POT S.E غرداية، بسكرة، الوادي |
| المولد النبوي و السبوع ببني عباس و تميمون ، موسم تاغيت ببشار.. | 300 قصر (قلعة حماد و ملوكة (...) | جنوب غرب POT S.O أدرار و بشار |
| حفلة السببية ، عاشوراء ، عيد الطاسيلي ، عيد جانت ، عيد سيدي علي بنوي ، عيد أسيهار ، عيد تافسيت ، عيد تيماسينين.. | أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق بمساحة 80000 كم ² مصنّف ضمن التراث العالمي من طرف UNESCO | الجنوب الكبير TASSILI- N'AJJER إليزي و جانت |
| المهرجان الوطني لفنون الأهقار . | نقوش صخرية و آثار تعود لما قبل التاريخ. | الجنوب الكبير POT G.S تمنراست |

المصدر: قاسم كريم، السياحة الثقافية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 9، 2016، ص 316.

ثانيا: الوكالات السياحية

تعتبر وكالات السياحة والأسفار من بين أهم المؤسسات السياحي التي تلعب دورا رائدا كسفير تجاري في عملية التنمية السياحية. ويمكن تعريفها كما يلي:

1- تعريف الوكالات السياحية:

تعرف الوكالات السياحية على أنها وسيط بين مالكي الخدمات السياحية المختلفة (الفنادق وأماكن الإقامة الأخرى، وسائل النقل، المنشآت السياحية) ومستهلكيها المعبر عنهم بالسائحين⁸.

فهي جهة مساعدة للأشخاص على تنظيم الرحلات والعطل عن طريق عمل تدابير استعدادهم للسفر، كحجز الغرف في الفنادق والمقاعد في وسائل النقل، كما تنظم لهم رحلات سياحية فردية أو جماعية، وتعين لهم مرشدين⁹.

2- مهام الوكالات السياحية:

تتمحور المهام الرئيسية التي تقوم بها وتقدمها مكاتب السياحة والسفر بشكل عام في ما يلي¹⁰:

- بيع أو صرف أو تبادل تذاكر السفر والتوسط لدى مؤسسات وشركات النقل لتأمين التذاكر للسياح والمسافرين؛
- الحجز في الفنادق: سواء داخل أو خارج البلد المضيف؛
- تنظيم رحلات سياحية: بشكل فردي أو جماعي وداخل البلد أو خارجه؛
- تأمين السيارات السياحية: سواء سيارات صالون أو شركات النقل السياحي المتخصص لتأمين هذه الخدمة للسياح والمسافرين؛
- بيع تذاكر لمختلف المهرجانات والنشاطات السياحية؛
- تنظيم رحلات سياحية خاصة بموجب اتفاقات محددة مع المشتركين؛
- تأمين السياح والمسافرين وأمتعتهم لدى شركات التأمين العاملة في البلد وفقا للقوانين والأنظمة المعمول بها؛
- جلب السياح من خلال وسائل النشر للوكالات السياحية والسفر؛
- الترويج للمناطق السياحية.

وفي هذا السياق نهتم في بحثنا هذه بأخر نقطة مرتبطة بمهام الوكالات السياحية ألا وهي الترويج السياحي. حيث يعتبر أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي إن لم يكن أكثرها أهمية، بل إن نجاح أي برنامج سياحي يتوقف على قدرة الشركة السياحية على ترويج هذا

البرنامج وبالتالي تحقيق الهدف المسطر لجذب أكبر قدر ممكن من السياح لزيارة المكان المروج له¹¹.

فالترويج السياحي يمثل كل تلك الجهود المبذولة التي تهدف إلى توضيح الصورة السياحية للدولة للتأثير على السائحين وإثارة دوافعهم للقيام برحلة سياحية إلى الدولة لإشباع رغبتهم وتحقيق أهدافهم السياحية. ويتم الاتصال بالسائح عبر مجموعة من العناصر أبرزها: البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، الإعلام السياحي، العلاقات العامة، الدعاية السياحية والتسويق المباشر¹².

ثالثا: متطلبات تفعيل دور الوكالات السياحية للترويج للسياحة الثقافية

تولدت عن المقومات التي تتمتع بها الجزائر عدة أنواع من السياحة على غرار السياحة الشاطئية بفضل طول شواطئها الذي يتعدى 1200 كلم، والسياحة الجبلية كالتزلح على الجليد والتسلق بفضل القمم الجبلية المتواجدة بمنطقة السلسلة الأطلسية، والسياحة الصحراوية في المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار والتاسيلي)، والسياحة الحموية حيث تتوفر على ما يفوق 200 منبع للمياه الحموية الجوفية، وأخيرا السياحة الثقافية بفضل مقوماتها التاريخية، الأثرية والثقافية البارزة. وقد ركزنا في بحثنا على هذه الأخيرة بغية القيام بتشخيص لما يمكن أن تقوم به الوكالات السياحية باعتبارها وسيطا ذو اتصال مباشر مع السائح، واعتقادنا أن لها القدرة على التأثير في سلوكه واختياره للوجهة السياحية عبر ترويجها الفعال لبرامجها السياحية الثقافية.

وقد قمنا في هذا الصدد بتصميم استبيان يحتوي على إحدى عشر سؤالاً منها ثمانية أسئلة مفتوحة للوصول إلى تشخيص لحالة السياحة الثقافية من وجهة نظر وكالات السياحة والأسفار واستطلاع آرائهم حول متطلبات تفعيل دورهم لترويج للسياحة الثقافية بالجزائر.

بداية قمنا بالبحث عن دليل¹³ لوكالات السياحة والأسفار بالجزائر متوفر على الانترنت، ثم قمنا بالاتصال بوكالات السياحة والأسفار التي توفرت معلوماتها الكاملة خصوصا البريد الإلكتروني حيث أرسلنا لها استبيانا إلكترونيا¹⁴ في الفترة ما بين 10 و 18 سبتمبر 2018، وقد كانت نسبة الردود ضعيفة فقمنا بالاتصال ببعض الوكالات عبر الهاتف في

إطار مقابلة هاتفية. وفيما يلي عرض لأهم ما ورد من إجابات بعد تجميعها واستخلاص أهم أفكارها:

أولاً: ماهي الوجهات المحلية التي تقترحها وكالتكم السياحية في إطار السياحة الثقافية ؟
كان الهدف من هذا السؤال جس النبض حول التوجه العام للوكالات السياحية المستجوبة لمعرفة مدى اهتمامها بالترويج للسياحة الثقافية المحلية، وقد تم ذكر المناطق التالية: منطقة القبائل والقرى القبائلية، تيكجدة، جانت، القصبه، منطقة الساورة، سطيف وجميلة، تيمقاد، قسنطينة وعنابة، زيارة نقوش العصر الحجري بمنطقة الغيشة (الأغواط) والسياحة العلمية للفوهة النيزكية بحاسي الدلاعة المسماة بفوهة مادنة أو تالمزان المتواجدة كذلك بولاية الأغواط ، والفنتازية والوعدات الموجودة بالمنطقة. كما أجابت بعض الوكالات أنها لا تقترح الوجهات المحلية وإنما تعرض برامج سياحية للوجهات الأجنبية فقط. وقد تم التأكد عند بحثنا في المواقع الالكترونية الخاصة بوكالات السياحة والأسفار أن هنالك اتجاهين، حيث الأول يمثل الوكالات السياحية التي تقترح الوجهات الأجنبية فقط، والاتجاه الثاني والغالب الوكالات التي تعرض وجهات أجنبية ومحلية معا، وعند تعمقنا في المدن أو المناطق المحلية المروج لها وجدنا أن الوصف كان عام ولا يوجد تفصيل في العرض السياحي الثقافي وإنما يتم الاكتفاء بذكر الولاية فقط.

ثانياً: ماهي الولايات التي ترونها مناسبة لممارسة السياحة الثقافية ؟ (مع تحديد نوعها)
تكررت إجابات الوكالات السياحية حول هذا السؤال في وجهتين أساسيتين حيث في الشمال تم ذكر الجزائر العاصمة (المتاحف) ، تيبازة، سطيف وباتنة (الأثار) ، وفي الجنوب تم ذكر منطقة إليزي، بشار، أدرار وتامنراست (النقوش الصخرية، الأضرحة والقصور). كما رأى البعض أن جميع ولايات الجزائر يمكن أن تكون مقرا للسياحة الثقافية إذا تمت ترقية مقوماتها بالشكل المناسب.

ثالثاً: ما هي أنواع السياحة الثقافية التي يمكن النجاح/ لا يمكن النجاح في الترويج لها في الجزائر؟ ولماذا؟

تم هنا دمج سؤالين في سؤال واحد قصد القيام بالتحليل في آن واحد حيث هدف هذين السؤالين لمعرفة آراء وكالات السياحة حول أنواع السياحة الثقافية التي يمكن أو لا يمكن

النجاح في الترويج لها بالجزائر بالنظر للمعطيات التي يمتلكونها وخبرتهم في ميدان السياحة بصفة عامة، حيث تباينت وجهات النظر فبرى بعضهم أنه يمكن النجاح الترويج للمواقع التاريخية، المتاحف، العروض والاحتفالات الثقافية، والتعرف على العادات والتقاليد وبرروا إجابتهم كون أن الجزائر تزخر بتنوع كبير من هذه الجوانب المذكورة من حيث الكم والنوع، بالإضافة إلى أنهم يرون أنها تعتبر هدفا من أهداف وزارة السياحة والصناعات التقليدية وأنها وردت ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. من جهة أخرى ترى وكالات أخرى أن نفس هاته الأنواع من السياحة الثقافية لا يمكن النجاح في الترويج لها بسبب عدم وجود هياكل مناسبة لاحتوائها، صيانتها والمحافظة عليها بالإضافة إلى عدم جاهزية المواطنين من الناحية الثقافية لاستيعابها وممارسة هذا النوع من السياحة.

رابعاً: ماهي الأنشطة الترويجية -المرتبطة بالسياحة الثقافية- التي يمكن أن تنظمها الوكالات السياحية ؟

حيث أردنا من هذا السؤال معرفة ما الذي يمكن أن تقدمه الوكالات السياحية من أنشطة ترويجية لتنشيط السياحة الثقافية بالجزائر، وقد جمعنا الإجابات التالية: القيام بالتخفيضات في أسعار تذاكر الطائرات سواء للسياح المحليين الذين يرغبون بزيارة مناطق بعيدة نوعا ما (كأقصى الجنوب) أو بالنسبة للأجانب حيث يعد تنشيط المبيعات أداة فعالة لتحفيز السياح على الانتفاع من الخدمة السياحية. كما اقترح آخرون القيام بأنشطة تثقيفية عن طريق تنظيم رحلات لصالح إعلاميين أجانب وهيئات أجنبية بهدف القيام بالترويج للسياحة الثقافية بصفة غير مباشرة في بلدانهم. بالإضافة إلى ذلك تكثيف التظاهرات الثقافية مثل معارض الصناعات التقليدية والحفلات التي تعد مرتعا للتبادل الثقافي بين مختلف الشعوب والثقافات.

خامسا: ما الذي يمكن أن توفره وزارة السياحة للوكالات السياحية حتى تروج للسياحة الثقافية على المستوى المحلي؟

بغية معرفة رأي وكالات السياحة والسفر حول ما يمكن أن توفره وزارة السياحة والصناعات التقليدية لهم من أجل أن يتمكنوا من الترويج للسياحة الثقافية بصفة مثلى، تمحورت الإجابات في النقاط التالية:

- وضع خطة للتنسيق بين الوزارة والوكالات السياحية والتواصل باحترافية؛
- توفير الإمكانيات المادية للوكالات السياحية للتمكن من خدمة الوجهة المحلية بفعالية أكبر والتركيز عليها بدل الترويج للوجهات الأجنبية؛
- منح تسهيلات في الحصول على التأشيرة لسياح الطلبة والباحثين والبعثات الأجنبية المهتمة بالسياحة والدراسات الثقافية، الأنتروبولوجية والأثرية؛
- الاستثمار في الهياكل الثقافية المناسبة لاستقبال المعارض والتظاهرات الثقافية وإعادة تهيئة الهياكل الحالية وصيانتها.

سادسا: هل ترون أن السياحة الثقافية بالجزائر قد تجذب أكثر السياح المحليين من الأجانب؟ لماذا؟

ترى 80% من الوكالات السياحية المستجوبة أن السياحة الثقافية تجذب السياح المحليين أكثر من الأجانب وقد بررت إجاباتها أن السياح المحليين متعطشون لاستكشاف المواقع الأثرية وتعلم الاختلافات الثقافية السائدة من منطقة إلى أخرى. بينما يرى البقية أن الأجانب سينجذبون أكثر نحو السياحة الثقافية بالجزائر لأنه حسب رأيهم المواطنون المحليون يرون أن السياحة الثقافية تتمحور في البلدان الأجنبية متجاهلين ما تزخر به بلادهم من مقومات ، وترجع الوكالات ذلك إلى نقص الثقافة والثقة في وكالات السياحة.

سابعا: ما هي العقبات التي قد تواجهكم للقيام بدوركم في الترويج للسياحة الثقافية؟ أرجأت الوكالات السياحية المستجوبة أهم المعوقات التي تقف في طريقها للترويج للسياحة الثقافية في النقاط التالية:

- أغلب المناطق السياحية الأثرية غير مجهزة لاستيعاب السياح من حيث إهمال بعضها وتدهورها بمرور الزمن من جهة، وعدم وجود هياكل للإيواء بقربها من جهة أخرى؛
- مشكلة الأمن خاصة لمرافقة السياح الأجانب في زيارتهم لبعض المناطق الأثرية المعزولة؛
- نقص المرشدين السياحيين كما وكيفا والقادرين على تغطية عدة مناطق سياحية أثرية؛
- الجانب المتعلق بالحصول على التأشيرات، وتعدد الإجراءات الإدارية؛
- صعوبة الحصول على تخفيضات عند التفاوض في تسعيرات الفنادق مما يؤدي إلى هروب السائح المحلي نحو وجهات أجنبية؛
- نقص الثقافة والوعي السياحي لدى المواطن المحلي.

النتائج والتوصيات:

- من خلال معالجتنا لموضوع البحث حول متطلبات تفعيل دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الثقافية بالجزائر تم التوصل إلى النتائج التالية:
- تمتلك الجزائر تراثا ثقافيا زاخرا بالنظر لتاريخها العريق والحضارات المتعاقبة التي مرّت بها بفضل موقعا الجغرافي المتميز، وهذا ما يجعلها من بين أبرز دول حوض البحر المتوسط من حيث تنوع مقوماتها الثقافية وبتيح لها الفرصة للنهوض بالسياحة الثقافية؛
 - تعتبر السياحة الثقافية محركا اقتصاديا للمناطق التي تتواجد بها، حيث تبرز مساهمتها أساسا في توفير مناصب عمل بالفنادق والمطاعم وكافة الهياكل والمرافق التي تمارس بها وللمرشدين السياحيين كذلك، إضافة إلى تنشيط حركة النقل المؤدية إلى المواقع الأثرية أو الهياكل الثقافية المراد زيارتها؛
 - تساهم السياحة الثقافية في تنشيط أنواع السياحة الأخرى خصوصا عند اقتران موقعها بمقومات أخرى كالمنابع المعدنية، الأضرحة، الكثبان الرملية والجبال حيث تفتح المجال للسياح بممارسة أنواع أخرى من السياحة كالمعدنية والدينية والصحراوية والجبلية وغيرها؛

• تعتبر وكالات السياحة والأسفار بحسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة كسفراء تجاريين بين العروض السياحية المتنوعة والسياح، لذلك فهي تلعب دورا محوريا في الترويج للسياحة المحلية، ويتطلب تفعيل دورها في الترويج للسياحة الثقافية تنسيقا بين كافة الجهات المعنية.

أما فيما يتعلق بالتوصيات المقدمة فهي تعنى بكل من الوزارة، الوكالات السياحية والمواطنين:

- التوعية بأهمية هذا النوع من السياحة في استقطاب الزوار والسياح والباحثين - خصوصا وأن الطلب على السياحة الثقافية لا يتأثر بالموسمية عكس بعض الأنواع الأخرى من السياحة ؛
 - المحافظة على التراث الثقافي والطبيعي الهش بإتباع سياسة تنمية سياحية مستدامة؛
 - تثمين المناطق التي تمتلك مقومات ثقافية متميزة من أجل الرفع من جاذبيتها جهويا، وطنيا ودوليا؛
 - تثقيف وتعريف المواطنين حول المقومات الثقافية لبلدهم وحثهم على ممارسة مختلف أنواع السياحة الثقافية؛
 - تنمية الشراكة بين جميع المتعاملين والفاعلين في القطاع السياحي: وكالات السياحة والأسفار، المستثمرون، أصحاب المطاعم والفنادق، المواطنون الفاعلون بصفة مباشرة وغير مباشرة في السياحة، والسياح؛
 - منح تحفيزات مادية ومعنوية لوكالات السياحة والأسفار لخدمة السياحة الداخلية عموما والثقافية على وجه خاص؛
 - الترويج للوجهات في إطار برامج سياحية ثقافية مخططة بإحكام والإعلام عنها، والمشاركة في المعارض والصالونات والتسويق المباشر وتنظيم الجولات التعليمية، واستخدام الانترنت لزيادة مرئيتها للسياح المحتملين؛
- الهوامش والمراجع المعتمدة**

- (1) مبارك بن محمد الملي، تاريخ الجزائر في القديم والحديث، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزء الأول، ص 65.
- (2) Deepak Chhabra, sustainable marketing of cultural and heritage tourism, Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management, NY, 2010, p.17
- (3) سمر رقيقي الرحبي، الإدارة السياحية الحديثة، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى، 2014، ص 20.
- (4) Harald Pechlaner, Cultural Heritage and Destination Management in the Mediterranean, Thunderbird International Business Review, Vol. 42(4) , July–August 2000, p.404.
- (5) مهدية هامل، أهمية الموروث الثقافي الجزائري في تحقيق السياحة الثقافية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد 25، المجلد الأول، 2015، ص 305.
- * القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزود بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والجولات السياحية في تعاون مع مشروع التنمية السياحية الإقليمية.
- (7) قاسم كريم، السياحة الثقافية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 9، 2016، ص 316.
- (8) رشيدة عداد، دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمات السياحية في الجزائر دراسة ميدانية بالتطبيق على مكاتب السياحة والسفر بالجزائر العاصمة، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 6، ماي 2012، ص 296.
- (9) سمر رقيقي الرحبي، مرجع سبق ذكره، ص 131
- (10) المرجع نفسه ، ص 133.
- (11) المرجع نفسه، ص 62.
- (12) مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، ألفا للوثائق، قسنطينة، الطبعة الأولى، 2017، ص 162، 170.
- (13) <https://www.touriste-algerien.com/agences-de-voyage-en-algerie-par-ville/> consulté le 10/09/2018

الاستبيان:

رابط

(14)

<https://docs.google.com/forms/d/18Tp2OKjccFkoLET1bKwXAliM1chmmasfVZ4GfdK1DO4/edit>