

المقومات السياحية وأثرها في جذب السياح (دراسة حالة ولاية مستغانم)

Tourism components and their impact on attracting tourists (case study of Mostaganem state)

زيان جوهر¹، بشني يوسف²Ziane Djouheur¹, Bechenni Youcef²¹ مخبر بحث استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر، جامعة مستغانم (الجزائر)، djouheur.ziane@univ-mosta.dz² مخبر بحث استراتيجية التحول إلى اقتصاد أخضر، جامعة مستغانم (الجزائر)، youcef.bechenni@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2025/07/01

تاريخ القبول: 2025/05/06

تاريخ الاستلام: 2025/03/07

ملخص:

تعتمد السياحة في أي دولة على مجموعة من المقومات التي تُعد عناصر جذب رئيسية لجذب السياح، وخاصة الأجانب. تتضمن هذه المقومات منتجات وخدمات سياحية متنوعة، مثل خدمات الإيواء، والإطعام، والترفيه، بالإضافة إلى الصناعات التقليدية وغيرها. كما تشمل أيضًا الاستفادة من الموارد الطبيعية كالشواطئ، والغابات، والجبال، والموروث الثقافي.

يهدف هذا البحث إلى إبراز دور هذه المقومات السياحية في جذب السياح بولاية مستغانم، من خلال تعريف الخدمات السياحية وكيفية تسويقها بشكل فعال. بالإضافة إلى ذلك، يسعى البحث إلى تسليط الضوء على مفهوم التنمية السياحية المستدامة وأهميتها في تعزيز القطاع السياحي.

كلمات مفتاحية: السياحة، جذب السياح، المقومات السياحية، التسويق السياحي، التنمية السياحية المستدامة.

تصنيفات JEL: M30، M31

Abstract:

Tourism in any country is based on a set of components that are key attractions to attract tourists, especially foreigners. These components include various tourism products and services, such as accommodation, catering, entertainment, in addition to traditional industries and others. It also includes

¹ المؤلف المرسل: زيان جوهر الإيميل: djouheur.ziane@univ-mosta.dz

taking advantage of natural resources such as beaches, forests, mountains, and cultural heritage.

This research aims to highlight the role of these tourism components in attracting tourists in the state of Mostaganem, through the definition of tourism services and how to market them effectively. In addition, the research seeks to highlight the concept of Sustainable Tourism Development and its importance in promoting the tourism sector.

Keywords: tourism, attracting tourists, tourism components, tourism marketing, sustainable tourism development.

JEL Classification Codes: M30, M31

1. مقدمة:

تُعد السياحة واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية على مستوى العالم، حيث تلعب دورًا محوريًا في تنمية الدول وتطورها. وقد ازدادت أهميتها كصناعة وحرقة بفضل انتشار وسائل الإعلام وتبسيط الضوء على فوائدها. كما تُعتبر السياحة بديلاً استراتيجيًا لقطاع المحروقات، حيث تُساهم بشكل فعال في تنمية الاقتصاد الوطني. وتعتمد السياحة في أي دولة على مجموعة من المقومات التي تُشكل عناصر جذب رئيسية لاستقطاب السياح، وخاصة الأجانب.

تمثل هذه المقومات في تقديم مجموعة من المنتجات والخدمات السياحية، مثل خدمات الإيواء، والإطعام، والترفيه، كما تشمل الاستفادة من الموارد الطبيعية كالشواطئ، والغابات، والجبال، فضلاً عن الموروث الثقافي الذي يُضفي قيمةً إضافيةً على التجربة السياحية. انطلاقاً من هذا الطرح تبرز إشكالية البحث التالية:

ما هو أثر المقومات السياحية بولاية مستغانم في جذب السياح؟

أهداف الدراسة:

- تبيان فعالية الترويج السياحي في جذب السياح؛
- دراسة تحليلية حول مساهمة المقاصد السياحية بولاية مستغانم وكيفية تحقيق الترويج لجذب السياح.

المنهج المتبع: استخدمنا في دراستنا هذه المنهجين الوصفي والتحليلي، ففي المنهج الوصفي تم عرض مفاهيم عامة حول السياحة، المقاصد السياحية، الترويج السياحي والتنمية السياحية المستدامة، واستخدمنا المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي لدراسة حالة مستغانم.

2. مفاهيم عامة حول السياحة، المقومات السياحية والترويج السياحي:

1.2. ماهية السياحة:

عرفت هيئة منظمة الأمم المتحدة خلال مؤتمرها الدولي حول السياحة والأسفار المنعقد في روما، على أنها: "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية وهي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية". (موهوب، 2020، صفحة 31)

2.2. تعريف السائح: هو أي فرد يزور مكان غير المكان الذي يقيم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة، (كافي،

2017، صفحة 86)، فإن قتلاندا عن ذلك فهو يعتبر قاصدا للترفيه (holloway, 1992, p. 5)

2-3. المقومات السياحية: تتمثل في مجموعة الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والأثرية والدينية والعلاجية والرياضية والاجتماعية والحضارية الحديثة الموجودة في الوجهة السياحية والتي تشكل الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة (البوطوطي، 2012، صفحة 63).

4.2. التسويق السياحي: عرف J.J Shwars: "التسويق هو مجموعة من الاستراتيجيات التي تسمح

بتوجيه المنتج السياحي إلى مستهلك معين، هذا المنتج يستجيب لمتطلبات من الجانب الكمي والنوعي". (كافي، 2017، صفحة 82)

كما أنه عبارة عن نظام خاص بالمؤسسة هدفه تحقيق الربح وهو كذلك تبني لطريقة وربط السياسة بالمؤسسة في إطار محلي ودولي من أجل إشباع الرغبات الخاصة لفوج من السياح. (كافي، 2017، صفحة 82)

أ. أهداف التسويق السياحي: من بين أهداف التسويق السياحي: التعريف بالمنتج السياحي، العمل على تحقيق السمعة الطيبة للمنتج السياحي من خلال دعم القدرة التنافسية للمنتج وإعداد الخطط التسويقية المبنية على الدراسات المستفيضة لكافة الجوانب المتعلقة بالمنتج السياحي وحاجات واتجاهات الشرائح المختلفة من

المستهلكين السياحيين في الأسواق المختلفة، العمل على تنمية الحركة السياحية إلى الدولة (الوجهة السياحية) بشكل عام، العمل على خلق المناخ الجيد لزيادة معدل إقامة السائحين وبالتالي زيادة عدد الليالي السياحية، العمل على رفع مستوى جودة الخدمات السياحية وتنوعها وخلق وتنمية الأنشطة المختلفة التي تشجع على زيادة معدل إنفاق السائحين. (البطوطي، 2012، صفحة 42)

ب. **المزيج التسويقي السياحي:** يعرف بأنه مجموعة المتغيرات القابلة للسيطرة عليها والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية في الأسواق المستهدفة والمحددة مسبقاً (خليل، 2006، صفحة 217)

ويمثل المزيج التسويقي في المنتج السياحي، السعر، مكان الأعمال (مكان شراء السلع والخدمات السياحية)، الترويج، التقديم، الأفراد، البرمجة أو التخطيط (مخطط النشاطات السياحية المعمول به من طرف المؤسسات السياحية).

ج. **الخدمات السياحية:** تنقسم إلى عدة خدمات فرعية من أهمها: خدمة الإقامة؛ خدمة الاطعام؛ خدمات النقل السياحي (الزعي، 2013، صفحة 216)؛ خدمات وكالات السياحة والأسفار؛ خدمة المشتريات السياحية (الزعي، 2013، صفحة 216)؛ خدمات الصناعات التقليدية والحرفية؛ خدمة الاتصال؛ خدمة الترفيه السياحي؛ خدمة الارشاد السياحي؛ (مستغانم م.، 2023) والأمن السياحي (البكري، 2004، صفحة 128).

كما تتمثل خصائص الخدمات السياحية، في:

- المنتج السياحي غير ملموس؛
- لا يمكن فصله أو تخزينه فالمقعد الذي لم يتم بيعه على مستوى الطائرة أثناء رحلتها لا يمكن تخزينه لرحلة مقبلة أو تعويضه واذن هو خسارة بالنسبة للشركة؛
- الاختلاف والتنوع: المنتجات السياحية ومتنوعة ومختلفة من بلد لآخر ومن منطقة لأخرى مما يزيد الانجذاب لها؛
- قصير المدى: بما أن المنتج السياحي لا يمكن تخزينه فهو يستوجب سرعة الاستهلاك؛
- تنوع السياح واختلافهم؛

- توفيق المنتج: أي أن المنتج السياحي مرن ويمكن توفيقه بما يلائم حاجات ورغبات الزبائن.

5.2. الترويج السياحي:

أ- مفهومه: هو تعريف السائح بالمنتجات السياحية على اختلاف أنواعها وأشكالها وإقناعه بعد ذلك بأنها الأفضل مقارنة بغيرها من المنتجات السياحية (حسين، 2007، صفحة 61).

ب- أهدافه: تختلف أهداف الترويج من مؤسسة إلى أخرى ومن ظرف إلى آخر، والترويج السياحي للمقصد أو المورد السياحي يحقق هدفين: (كافي، 2017، صفحة 164)

- الإعلام عن مزايا وخصائص ومكونات المقصد أو المورد للسياح المحتملين وإثارة الرغبة لديهم لزيارة ذلك المقصد؛

- اتخاذ الإجراءات لتنفيذ تلك الزيارة بالشكل المناسب وخطة التسويق للمقصد يجب أن تتضمن رسائل ترويجية يتم إعدادها بالاستناد إلى نتائج دراسة وتحليل السوق التي تظهر العلاقة بين العرض والطلب "السياح والموارد".

3. التنمية السياحية المستدامة وآفاقها: التنمية السياحية هي عملية إشباع حاجات السائحين النفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالبيئة، معنى ذلك أن فكرة السياحة المستدامة لا تعبر عن محتوى سياحي معين وإنما هي نموذج للتنمية على محاور استراتيجية: محور الحيز الزمني؛ محور المعاملات؛ محور الحيز المكاني والمحور القيمي. (وفا، 2005، صفحة 133).

كما أن السياحة لا تحدّد بالوسط الطبيعي بل تضم كل أنواع السياحة سواء في المدن أو غيرها ويجب أن تتكيف مع مبادئ التنمية المستدامة. (Hall, 2003, p. 4)

كما يترتب على السياحة المستدامة الحفاظ على مستوى عال من الرضا السياحي، وضمان حصول السائحين على تجربة ذات معنى، في الوقت الذي تتم فيه رفع توعيتهم حول موضوع الاستدامة وتعزيز ممارسات السياحة المستدامة فيما بينهم. "(مؤتمر، 2012).

1.3. مخطط الأعمال التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030SDAT

يعد المخطط التوجيهي للتنمية السياحية "آفاق 2030" (SDAT 2030) إطارًا مرجعيًا لسياسة جديدة اعتمدها الدولة الجزائرية، حيث يشكل جزءًا من المخطط الوطني للهيئة الإقليمية "آفاق 2030" (SNAT 2030). يعكس هذا المخطط رؤية الدولة وأهدافها في تحقيق التنمية المستدامة، والتي تهدف إلى تحقيق توازن ثلاثي الأبعاد يشمل الرقي الاجتماعي، والفعالية الاقتصادية، والاستدامة البيئية.

وفي هذا الإطار، تتبنى الدولة توجيهات استراتيجية تهدف إلى تهيئة وتطوير القطاع السياحي على مستوى كامل التراب الوطني. هذه التوجيهات تسعى إلى تعزيز البنية التحتية السياحية، وتحسين جودة الخدمات المقدمة، مع الحفاظ على الموارد الطبيعية والتراث الثقافي، بما يضمن تنمية سياحية متوازنة ومستدامة تُلبّي احتياجات الحاضر دون الإضرار بحقوق الأجيال المستقبلية. (مستغانم م.، 2023)

أ. الأهداف الخمس للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية: سنستعرض الأهداف الخمسة الرئيسية للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية، والتي تشمل:

- جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع للمحروقات؛
- ضمان إشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة؛
- توفيق بين الترقية، السياحة والبيئة؛
- تهمين التراث التاريخي، الثقافي والديني؛
- تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

ب. ديناميكيات المخطط التوجيهي للهيئة السياحية:

- تهمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية.
- نشر مخطط جودة السياحة (PQT) لتطوير التميز في العروض السياحية الوطنية بإدماج التكوين من خلال الارتقاء المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص
- مخطط تمويل السياحة. (مستغانم م.، 2023)

يساهم مخطط التنمية السياحية في تحقيق عدة أهداف هامة، منها: ضمان التنمية المتكاملة للمنشآت والهيكل السياحية، والاستغلال العقلاني لمناطق التوسع والمواقع السياحية مع الحفاظ على سلامتها. كما يسعى إلى دمج الأنشطة السياحية ضمن أدوات التهيئة الإقليمية والتعمير، مع الالتزام بالأحكام القانونية والتنظيمية التي تضمن حماية التراث الثقافي والعمراني. (ج.ر.، 2003)

كما تقوم الدولة باتخاذ اجراءات وأعمال الدعم وتقديم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي قصد تشجيع التنمية السياحية المستدامة واستحداث آثار إيجابية على الاقتصاد الوطني (ج.ر.، 2003).

4- السياحة بولاية مستغانم: تقع ولاية مستغانم في الشمال الغربي للجزائر؛ تبلغ مساحتها حوالي 269 كم²، تتميز بمناخ معتدل وتنوع ثري في التراث الثقافي والتاريخي بها، فضلا عن الغطاء الغابي الكثيف والمتنوع.

تعتبر "مستغانم" لؤلؤة البحر الأبيض المتوسط، تمتلك عدة مقومات سياحية جعلت منها وجهة سياحية جذابة خاصة لمحبي الطبيعة على اختلافها والتنوع الثقافي.

سنتناول أهم المقومات السياحية وعناصر الجذب السياحي لولاية مستغانم وكذا آفاق التنمية السياحية المستدامة بها.

1.4. المقاصد السياحية لولاية مستغانم: تعتبر الخدمات السياحية منتجات مركبة تعتمد بصفة خاصة على المقومات السياحية التي يزخر بها أي بلد، والمتمثلة أساسا في عناصر الجذب السياحي أو ما يسمى بالمغريات السياحية. (موهوب، 2020، صفحة 52)

من أهم عناصر الجذب السياحي والمقاصد السياحية التي تتميز بها ولاية مستغانم، والتي جعلت منها وجهة سياحية وترفيهية متكاملة، ما يلي:

■ **الشواطئ:** لولاية مستغانم أطول شريط ساحلي في الوطن (يلغ 124 كم)، حيث أحصت الولاية سنة 2022: 51 شاطئ منها 44 شاطئ مسموح للسباحة و 07 شواطئ ممنوعة للسباحة. (السياحة، 2023)

■ **المعالم الثقافية والتاريخية:** تتميز ولاية مستغانم بنشاط ثقافي متنوع على مدار العام، حيث تنظم المديرية الثقافية العديد من المهرجانات من أبرزها:

- المهرجان الوطني لمسرح الهواة؛
- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي؛
- مهرجان الموسيقى الأندلسية؛
- مهرجان الموسيقى الشعبية؛
- مهرجان الشعر والموسيقى البدوية؛
- وعدة سيدي لخضر بن خلوف؛
- بالإضافة إلى الفعاليات الأخرى والتظاهرات الدينية.

■ **المعالم الدينية:** يوجد بولاية مستغانم العديد من المساجد التاريخية مثل مسجد سيدي لخضر الذي يعتبر من المعالم التاريخية والدينية في الولاية، مسجد البدر بحي الزهور بمركز المدينة ... وبها أكثر من 300 ضريح لولاة صالحين، ضف إلى ذلك عدة زوايا تستقطب السياح المتعطشين للتأمل والروحانية، من أهمها نجد الزاوية العلوية، التيجانية، البوزيدية، القادرية...

■ **المعالم الأثرية والمتاحف:** تتوفر المدينة على العديد من المعالم الأثرية والمتاحف منها:

- مجموعة من الشوارع القديمة ذات الطابع المعماري العريق الذي يعود إلى القرن 16م، مثل حي التبانة، تجديت والمطمر الشبيهل قصبة الجزائر، مدينة مستغانم القديمة؛
- كما يوجد بالمنطقة الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببجاية، بلدية بو غالم، منارة "أرسفاي" الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الاحتلال الفرنسي، مغارة الفراشيج، مغارات ما سري التي تضم مجموعة من النحوت ...، حديقة العرصة ومتحف برج الترك ومتحف دار القايد، الأسوار القديمة التي تحيط بالمدينة القديمة وهي بقايا الحصون التي كانت تحمي المدينة؛
- الحمامات الرومانية: أثار ترجع إلى العهد الروماني، تعكس الثقافة والاستحمام في تلك الفترة؛
- مدينة كاستيل: تضم أثارا رومانية تعود إلى القرن الثاني الميلادي، بما في ذلك أطلال المعابد والمنازل؛
- موقع قلعة سانت أوغستين التي تعود إلى العهد الرماني؛
- موقع لامبيس: موقع روماني قديم يحتوي على أثار هامة تعود للعصر الروماني؛

- الموقع الأثري تيمقاد: أثار رومانية، وهي بقايا معمارية رائعة مشاهدة لتلك الموجودة بالموقع الأثري بتييمقاد بباتنة.

■ **الغابات:** تُعتبر ولاية مستغانم من الولايات التي تتمتع بغطاء نباتي متنوع وثروة غابية غنية، مما يجعلها وجهة جذابة للعائلات الباحثة عن الهواء النقي والاستحمام. وقد تم تهيئة غابتين رئيسيتين للراحة والترفيه، تقعان في بلدية بن عبد المالك رمضان وبلدية خضرة، بالإضافة إلى تهيئة سبعة مواقع ترفيهية (sites récréatifs) منتشرة عبر الولاية. هذه الجهود تهدف إلى تعزيز السياحة البيئية وتوفير مساحات طبيعية تتيح للزوار الاستمتاع بالطبيعة والاسترخاء. (السياحة، 2023)

سيتم قريباً إنشاء محمية طبيعية مخصصة لحماية شجرة الأرقان النادرة في غابة الكتبان الرملية ببلدية استيدية، غرب ولاية مستغانم. وأفادت المكلفة بالإعلام بالمحافظة أن هذه المحمية، الواقعة بالقرب من المنزل الحراجي لبلدية استيدية، ستضم أكثر من 600 شجرة من الأرقان، من بينها 6 أشجار تم غرسها قبل 70 عاماً ووصل طولها إلى أكثر من 4 أمتار.

وستكون هذه المحمية، وفقاً لنفس المصدر، فضاءً لجني بذور الأرقان وإنتاج الشتلات، حيث سيتم غرس أكثر من 5200 شجرة على مساحة 13 هكتاراً في سبعة مواقع مختلفة، تشمل برحال بحاسي مماش، واستيدية، والمقطع بفركاكة، وعقوب بصفصاف، والناصور بتزاقايت، وواد كرادة بسيدي علي، وكراميسبعشعاشة. هذا المشروع يهدف إلى الحفاظ على هذه الشجرة النادرة وتعزيز التنوع البيئي في المنطقة. (https://www.vitamedz.com، 2024)

■ **المنايع الحموية:** تضم ولاية مستغانم ثلاثة منابيع معدنية هي: منبع سيدي المخفي عين النويصي، منبع مكبرة ببلدية سيرات، منبع سيدي بشاعة ببلدية سيدي علي.

غير أن هذه المنايع غير مستغلة حالياً بالرغم من إمكاناتها السياحية والعلاجية الكبيرة.

■ **الترفيه والتسلية:** شهدت الولاية تعزيزاً لقطاع الترفيه بدخول حظيرة التسلية موستا لاند حيز الخدمة عام 2017، حيث أصبحت وجهة رئيسية للعائلات الباحثة عن الترفيه والاستمتاع بوقت ممتع. تحتوي الحظيرة على: حديقة للحيوانات، حديقة ألعاب وتسلية، مطاعم وفنادق.

كما تمتلك الولاية حظيرة مائية تابعة لفندق مونتانا، المحاذي لحظيرة التسلية، مما يعزز من جاذبيتها السياحية. بالإضافة إلى ذلك، تضم الولاية: غابتين للاستحمام والترفيه، سبع مساحات خضراء منتشرة في أنحاء الولاية.

جدول 01: عدد الزوار لأماكن التسلية والترفيه

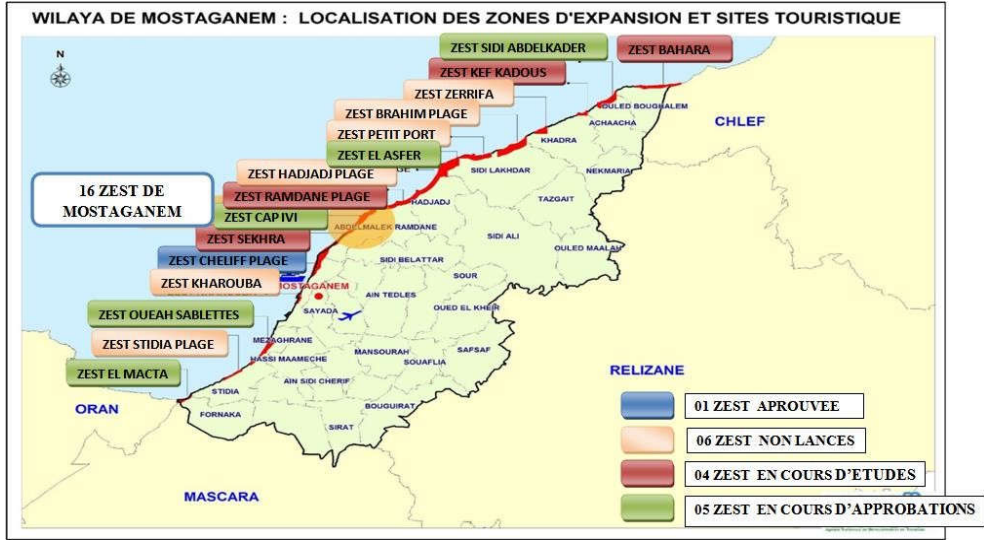
السنة	حظيرة التسلية موستالاند	الحظيرة المائية	غابات الاستحمام والترفيه (عددتها 02) غابة كاب ايفي وغابة الحرية	المساحات الخضراء (عددتها 07)
	عدد الزوار	عدد الزوار	عدد الزوار	عدد الزوار
2018	635000	16350	/	/
2019	718070	21000	115355	/
2020	313 947	/	14400	14175
2021	791815	/	/	/
2022	140000	/	90000	54000

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

2.4. مناطق التوسع السياحي: تماشيًا مع التطور التكنولوجي وعصر الرقمنة، قامت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بإنشاء بوابة إلكترونية مخصصة لتسهيل الاستثمار السياحي. تهدف هذه البوابة إلى تقريب الإدارة من المستثمرين وتقليل التعقيدات الإدارية والبيروقراطية. من خلال هذه البوابة، يمكن للمستثمر التسجيل وإدخال جميع المعلومات المطلوبة، بالإضافة إلى تحميل الوثائق الضرورية وإرسالها مباشرة إلى الجهة المعنية لدراسة الملف والرد عليه. يمكن الوصول إلى البوابة عبر الرابط التالي: www.mta.gov.dz/portail-atv

كل منطقة أو امتداد جغرافي يتمتع بخصائص طبيعية أو ثقافية أو بشرية أو إبداعية يمكن أن يكون مؤهلاً لإقامة أو تطوير مؤسسة سياحية. هذه المناطق قابلة للاستغلال في تنمية نمط أو أكثر من أنماط السياحة ذات المردودية الاقتصادية، مما يساهم في تعزيز التنمية السياحية المستدامة.

الشكل 01: خريطة توضح التوسع السياحي بولاية مستغانم



المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

مناطق التوسع السياحي لولاية مستغانم تضم 16 منطقة للتوسع السياحي، 15 منطقة حددت

بموجب المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 1988/11/05 ومنطقة واحدة تم الإعلان عنها بموجب المرسوم

لتنفيذي رقم 10-131 المؤرخ في 2010/04/29، يتعلق الأمر بمنطقة التوسع السياحي «الصخرة».

تقدر المساحة الإجمالية لها بـ 8,4724 هكتار. (السياحة، 2023)

تعد ولاية مستغانم تسعة وثلاثون (39) مشروعا سياحيا منها 16 مشروع سياحي لم تنطلق بها

الأشغال بعد ومنها 15 مشروع في طور الانجاز ومنها 07 مشروع منجز و 07 مشاريع متوقفة، حيث من شأن

هذه المشاريع الرفع من طاقة الايواء على مستوى الولاية وخلق عدة مناصب شغل جديدة كما هو ممثل في

الجدول الموالي رقم 02.

3.4. المؤسسات الفندقية:

شهدت ولاية مستغانم تزايد عدد المؤسسات الفندقية حيث كان عدد المؤسسات الفندقية سنة

2018 هو 39 فندق بقدرة استيعاب 5087 سرير ووصل سنة 2022 الى 41 فندق بقدرة استيعاب

4902 سرير وهذا راجع لإقبال المستثمرين على المشاريع الاستثمارية السياحية وفقا لتطلعات المخطط

التوجيهي - SDAT 203 - مما ساهم في رفع طاقة الاستيعاب للولاية واستقبال عدد أكبر من السياح.

إضافة إلى المؤسسات الفندقية هناك 34 هياكل أخرى للإيواء تتعزز بها الحظيرة الفندقية للولاية خلال موسم الاصطياف (المراكز العائلية للاصطياف-المخيمات العائلية للشباب-بيوت الشباب -نزل طريق- المركبات السياحية- الهياكل الأخرى المعدة للفندقة) وفرت 3812 سرير سنة 2021.(السياحة، 2023)

4.4. المشاريع السياحية بولاية مستغانم:

تتعدد المشاريع السياحية بولاية مستغانم، كما هو موضح في الجدول الموالي حسب كل حالة:

جدول 02: المشاريع السياحية الخاصة لسنة 2022

حالة المشروع	منجزة	طور الإنجاز	متوقفة	لم تنطلق	المجموع
العدد	07	15	07	16	39
سعة الاستقبال	1047	2447	905	2596	6813
مناصب الشغل	322	713	226	667	1772

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

5. الترويج للمقاصد السياحية بولاية مستغانم

1.5. وكالات السياحة والأسفار: أحصت ولاية مستغانم، حتى عام 2022، ما يقارب 77 وكالة سياحة وأسفار، حيث تعمل هذه الوكالات على تشغيل 130 عاملاً دائماً و74 عاملاً مؤقتاً. وقد شهد عدد وكالات السياحة والأسفار تضاعفاً ملحوظاً منذ عام 2018. وقد ساهم المرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 15 مايو 2017 الذي يحدد شروط فتح واستغلال وكالات السياحة والأسفار في تحفيز الاستثمار في القطاع السياحي وتعزيز فرص العمل في الولاية.

جدول 03: إحصائيات عن وكالات السياحة والأسفار (الفترة 2014-2022)

السنة	عدد الوكالات السياحية	عدد العمال الدائمين	عدد العمال المؤقتين	مجموع العمال
2014	14	50	-	50
2015	14	54	-	54
2016	17	55	11	66
2017	25	54	11	65
2018	37	75	12	87
2019	48	94	25	119
2020	58	122	35	157
2021	71	135	62	197
2022	77	130	74	204

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

من الجدول نلاحظ تزايد عدد الوكالات السياحية حتى وصل الى 77 وكالة سياحية سنة 2022 وهذا راجع لتزايد نشاطات السياحة والاسفار خاصة بعد الخروج من الجائحة أي جائحة كورونا.

2.5. الإرشاد السياحي:

للإرشاد السياحي دورًا محوريًا في السوق السياحية، حيث يقدم المرشد السياحي الدعم اللازم للسائحين من خلال تزويدهم بالمعلومات الضرورية حول سبل الوصول إلى المقاصد السياحية والاستفادة من مختلف خدماتها المتاحة.

أما المرشد السياحي، فهو الشخص المؤهل علميًا والمزود بالمعرفة والثقافة السياحية الكافية، مما يمكنه من مساعدة السائحين وتحقيق أهداف الإرشاد السياحي. يعتبر المرشد السياحي بمثابة سفير لبلده، حيث يعكس صورة إيجابية عن الثقافة والتراث المحلي.

في ولاية مستغانم، يوجد دليل سياحي واحد مرخص من قبل وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مما يعكس الجهود المبذولة لتعزيز قطاع السياحة وتقديم تجربة سياحية مميزة للزوار. (السياحة، 2023).

3.5. نشاطات الصناعة التقليدية والحرف: بهدف التعريف والترويج بالمنتجات التقليدية لولاية مستغانم،

تنظم غرفة الصناعات التقليدية في ولاية مستغانم العديد من التظاهرات والمعارض على المستويين الوطني والدولي. تشمل هذه الفعاليات مشاركة واسعة من الحرفيين المهرة، الذين يعرضون إبداعاتهم في الصناعات التقليدية، مما يساهم في جذب السياح وتعزيز التبادل الثقافي.

كما تنظم الغرفة تظاهرات ومعارض خاصة بالصناعة التقليدية خلال موسم الاصطياف، حيث تُعد هذه الفعاليات فرصة مثالية لعرض المنتجات التقليدية المحلية وتعريف الزوار بالتراث الثقافي والفني للولاية. هذه الجهود تساهم في دعم الحرفيين المحليين وتعزيز السياحة الثقافية في المنطقة. (السياحة، 2023)

شهدت ولاية مستغانم تراجعاً كبيراً في عدد الحرفيين المسجلين منذ عام 2014، حيث كان عدد الحرفيين المسجلين يقدر بـ 1147 حرفياً، لينخفض هذا العدد إلى 390 حرفياً فقط بحلول عام 2018.

أما فيما يتعلق بحركية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف من عام 1999 إلى الثلاثي الرابع من عام 2023، فقد تم تسجيل 7326 نشاطاً حرفياً حتى تاريخ 31 ديسمبر 2023، معظمها أنشطة فردية.

6. النقل: تتمتع ولاية مستغانم بشبكة نقل متنوعة ومتوفرة على مدار الساعة، مما يجعلها وجهة سهلة

الوصول والتنقل، سواء للسكان أو للسياح. حيث تشمل:

- خدمات التاكسي الخاص: تعمل على مدار 24 ساعة طوال أيام الأسبوع (24/24 و 7/7)، مما يوفر مرونة كبيرة للتنقل داخل الولاية وخارجها؛
- حافلات النقل: تتوفر خدمات النقل عبر الحافلات الخاصة والعامة، والتي تغطي معظم المناطق الحضرية والريفية في الولاية؛
- النقل البحري: نظراً لوجود ميناء في الولاية، تتوفر خدمات النقل البحري التي تسهل حركة البضائع والركاب؛
- المطار: يوجد في الولاية مطار صغير، لكنه غير مستغل بشكل كامل، حيث يعتمد السكان والزوار على المطار الدولي أحمد بن بلة في وهران، الذي يبعد حوالي 45 دقيقة عن مدينة مستغانم؛
- الترامواي: أضافت الولاية مؤخراً خط ترامواي يربط بين مدينة خروبة وحي صلا مندر، مروراً بوسط المدينة، مما يوفر وسيلة نقل حديثة وفعالة تسهل التنقل الحضري.

7. التكوين والتعليم: مواكبة لمتطلبات سوق العمل، قامت مديرية التكوين المهني والتمهين بولاية مستغانم،

بفتح عدة فروع جديدة متخصصة في قطاع السياحة والصناعة التقليدية. تهدف هذه الخطوة إلى توفير

يد عاملة محلية مؤهلة في مجالات مثل:

- وكالات السياحة والأسفار؛

- المرشد السياحي.

لا يزال التكوين في مجالات الفنادق، غير كافٍ لتلبية الطلب المتزايد على الكفاءات المهنية في هذه المجالات. نتيجة لذلك، تضطر المؤسسات الفندقية إلى استيراد اليد العاملة المؤهلة من خارج الولاية أو حتى من خارج البلاد.

هذا الواقع يُظهر الحاجة إلى تعزيز برامج التكوين المهني في مجالات الفنادق والخدمات المرتبطة بها، لتلبية احتياجات سوق العمل المحلي وتقليل الاعتماد على العمالة الخارجية.

8. آفاق السياحة بولاية مستغانم: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو بمثابة الإطار المرجعي للتنمية المحلية بالنسبة لولاية مستغانم، فقد شمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المصادق عليه سنة 2016 خمس مراحل، حيث حدد خمسة أقطاب للتنمية السياحية وذلك بالنظر لتنوع إمكانياتها الطبيعية وتراثها الغني، تمثلت في: (السياحة، 2023)

- السياحة الشاطئية: يشمل 10 بلديات ساحلية؛

- السياحة الثقافية: تتمركز بعاصمة الولاية وبعض التجمعات المحاذية لها؛

- السياحة المناخية: يغطي جبال الظهرة على مساحة تفوق 780 ألف هكتار؛

- السياحة الفلاحية: تشمل هضبة مستغانم، سهول برجية وسهول شلف؛

- السياحة الإيكولوجية: يشمل المنطقة الرطبة للمقطع على مستوى بلدية فرناكة.

9. خاتمة:

تلعب المقومات السياحية خاصة منها المؤسسات الفندقية، وكالات السياحة والأسفار والصناعة التقليدية دورا مهما في تعزيز الترويج السياحي وجذب الزوار، مما يحقق تنمية سياحية مستدامة بولاية مستغانم.

ومن خلال بحثنا هذا، لمسنا تظافر جهود السلطات الولائية من أجل التحسين من البنى التحتية للولاية من خلال تحسين نوعية الطرقات، تحسين النقل، استعمال الطاقات المتجددة للإنارة العمومية ...

وقد بينت نتائج الدراسة ما يلي:

- بالرغم من التحفيزات والتسهيلات التي منحتها الدولة لتعزيز الاستثمار السياحي من خلال مخطط التهيئة السياحية، ومع ذلك تبقى هذه الجهود غير كافية مقارنة بالطلب السياحي المتزايد على ولاية مستغانم، مما يستدعي المزيد من الدعم والتطوير؛
- يعاني القطاع السياحي من نقص في مراكز التكوين والتأهيل، مما أدى إلى نقص اليد العاملة المؤهلة القادرة على تقديم خدمات ذات جودة عالية. نتيجة لذلك، يضطر المستثمرون إلى استيراد اليد العاملة من ولايات أخرى، مما يزيد من التكاليف ويقلل من فرص توظيف السكان المحليين؛
- تعاني معظم المعالم التاريخية والثقافية والمتاحف في الولاية من تدهور في أوضاعها، خاصة بسبب نقص الأمن وعدم توفر الصيانة الكافية، مما أثر سلباً على جذب السياح وأعاق تطوير السياحة الثقافية، التي تُعد عنصراً مهماً للتعريف بالهوية الثقافية والتاريخية لمستغانم.
- ومن أهم الإجراءات التي يمكن أن تساهم في تحسين جاذبية ولاية مستغانم كوجهة سياحية مستدامة ومتكاملة:

- زيادة الدعم الحكومي لتعزيز البنية التحتية السياحية وتلبية الطلب المتزايد؛
- توفير يد عاملة محلية مؤهلة؛
- إعادة تأهيل وصيانة المعالم التاريخية والثقافية وتعزيز الأمن حولها لجذب السياح وتعزيز السياحة الثقافية؛
- تقديم حوافر إضافية لتشجيع الاستثمارات المحلية والدولية في القطاع السياحي.

10- قائمة المراجع:

1. Hall, N. (2003). «Ecotourisme, tourisme durable, tourisme responsable ou tourisme équitable ». 1' ERE de l'écotourisme.
2. holloway, J. c. (1992). travel and tourism. macmillan .
3. <https://www.vitamedz.com>. (2024). <https://www.vitamedz.com>
4. السياحة، م . (2023). مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.
5. ج. ر . (2003). القانون 01-03 المؤرخ في 17 فبراير 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.
6. حسام الدين حسين. (2007). تنمية المبيعات السياحية. مصر: مكتبة نانسى.
7. زكي خليل. (2006). تسويق الخدمات وتطبيقاته. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع (الطبعة الأولى).
8. سعيد البطوطى. (2012). التسويق السياحي. مكتبة الأنجلو المصرية.
9. صالح موهوب. (2020). الاقتصاد السياحي (مكانته في العالم وفي الجزائر). الجزائر: دار النشر الجامعي الجديد.
10. عبد الباسط وفا. (12 جوان, 2005). التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية والتحديات المعاصرة. مجلة حلوان، صفحة 133.
11. علي فلاح الزعبي. (2013). التسويق السياحي والفندقي مدخل صناعة السياحة والضيافة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
12. فؤاد عبد المنعم البكري. (2004). العلاقات العامة في المنشآت السياحية. مصر: دار عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة.
13. (2023). www.mta.gov.dz
14. مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي. (2017). التنمية والتسويق السياحي. قسنطينة: دار ألفا للوثائق.
15. مؤتمر, 2012). تموز 6-13. (الاجتماع اتلحادي عشر لمؤتمر الأطراف لاتفاقية الأراضي الرطبة . بوخاريس، رومانيا.
16. موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم. (2022). tourismeguide.