

إستراتيجية ترقية الصناعة السياحية في الجزائر - مستغانم نموذجاً -

**Promotion Strategy Of Tourism Industry In Algeria
– Mostaganem As Model –**هوان بوعبدالله¹، شاعة عبد القادر²، مبرك ابراهيم³**HAOUANE Bouabdallah¹, CHAA Abdelkader², MEBREK Brahim³**¹ جامعة مستغانم (الجزائر)، Bouabdallah.haouane.etu@univ-mosta.dz² جامعة مستغانم (الجزائر)، abdelkaderchaa@yahoo.fr³ مؤسسة الانتماء جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، Mebrek_brahim@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2019/08/11 تاريخ القبول: 2019/08/21 تاريخ النشر: 2019/09/30

ملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الأعمدة الأساسية لإستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، الذي يهدف إلى تنظيم وضبط العقار السياحي، ويساهم في إقامة المشاريع السياحية، إضافة إلى تدابير دعم التنمية السياحية لتطوير القطاع الخاص وتشجيعه على الاستثمار في القطاع السياحي، هذا يتطلب تخطيط إستراتيجية سياحية من طرف الفاعلين في قطاع السياحة.

تمتلك مستغانم إمكانيات مؤهلات سياحية متنوعة، والتي تتطلب تهيئتها وتجهيزها، لتوفير منتج سياحي متنوع، من خلال تنمية هذه المواقع والإمكانيات واستغلالها سياحياً، والمساهمة في تحقيق ميزة تنافسية.

كلمات مفتاحية: صناعة السياحة، الترقية السياحية، التنمية السياحية، الإستراتيجية السياحية.

تصنيفات JEL : L83

Abstract:

The study aims to to identify The main pillars of the tourism development strategy in Algeria. This is represented in the Tourist schematic director for 2030, With the aim of regulating and controlling

tourism property, and contributing to the institution of tourism projects, as well as measures to support the development of the private sector and to encourage investment in the tourism sector, tourism strategy is required by tourism operators.

Mostaganem have the potential for various tourism qualifications, which require their value and configuration, to provide a diverse tourist product, through the development and tourism exploitation of such sites and possibilities, and to contribute to the achievement of a competitive advantage.

Keywords: Tourism industry, Promotion tourism, Development Tourism, Strategy tourism.

JEL Classification Codes: L83

المؤلف المرسل: هوان بوعبدالله، الإيميل: Bouabdallah.haouane.etu@univ-mosta.dz

مقدمة:

تحقيق تقدم اقتصادي واجتماعي يتطلب ركائز أساسية يساهم فيه قطاع السياحة، حيث أعلنت المنظمة العالمية السياحة (WTO) أنها تتوقع أنه " سيصل عدد السياح في عام 2020 حول العالم إلى 1.6 مليار سائح، منهم 1.2 مليار سائح لمسافات قريبة نسبيا من بعضها و378 مليون سائح لمسافات طويلة ومناطق بعيدة " (<https://aawsat.com> ، 2015) ، هذا يتطلب من الدول وضع استراتيجيات سياحية لتطوير القطاع السياحي واستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح وتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية.

والجزائر على غرار باقي الدول اعتمدت إستراتيجيات للتنمية السياحية آفاق 2030، تمثلت في إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) الذي يهدف الى تنظيم وتطوير السياحة وتأمين الامكانيات السياحية التي تساهم في تنوع المنتج السياحي اضافة الى الجهود الرامية الى تحسين الخدمات المقدمة والتي تلبي رغبات السياح والزوار، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية على المستوى الوطني أو الدولي.

وما تقدم تبرز معالم الإشكالية التي نسعى إلى معالجتها من خلال هذه الورقة البحثية وهي:

ما مدى مساهمة إستراتيجية الترقية السياحية لجعل مستغانم وجهة سياحية بامتياز؟ .

أهمية الدراسة : تكمن أهمية هذه الدراسة في إبراز أهمية إستراتيجية الترقية السياحية في صناعة السياحة على المستوى الوطني والمحلي.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى :

- إبراز ركائز صناعة السياحة و إستراتيجية صناعة التنمية السياحية في الجزائر؛
 - التعرف على المؤهلات والامكانيات السياحية لمستغانم؛
 - التعرف على إستراتيجية الترقية السياحية المسطرة من الفاعلين في المجال السياحي لمستغانم.
- المخطط العام للبحث :** تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور.

تم التطرق في المحور الأول إلى مفهوم السياحة و ركائز صناعتها، إضافة إلى أهداف الإستراتيجية العامة والمسطرة على مستوى المنشآت السياحية التي تساهم في النشاط السياحي.

أما في المحور الثاني تم التطرق إلى إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر من خلال إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030، وتم التطرق إلى التدابير التحفيزية للتنمية السياحية.

تم تسليط الضوء في المحور الثالث للوصول للهدف من الدراسة من خلال إبراز الإمكانيات والمؤهلات السياحية التي تزخر بها مستغانم، إضافة إلى التطرق إلى إستراتيجية الترقية السياحية المسطرة بإشراك الفاعلين في المجال السياحي، كما سنعتمد على الإحصائيات والمعلومات المقدمة من طرف مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية لمستغانم إلى غاية 30 جوان 2019.

المحور الأول: سنركز في هذا المحور على دراسة ما يتعلق بالسياحة من حيث التعريف، والركائز التي تقوم عليها صناعة السياحة .

1. تعريف السياحة :

تعددت تعاريف السياحة تبعا لأراء المفكرين الاقتصاديين، الهيئات والمنظمات الدولية، وسوف يتم التطرق إلى هذه التعاريف كالتالي:

1.1 تعاريف السياحة طبقا للمنظمات والمؤتمرات الدولية للسياحة: وعلى هذا الأساس نجد

▪ **تعريف المنظمة العالمية للسياحة:** عرفت السياحة على أنها "نشاط من الأنشطة المتعلقة بخروج الفرد عن الوسط الذي يقيم فيه ولمدة لا تتجاوز سنة متواصلة، لغرض الترفيه والاستمتاع أو غيرها، على أن لا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل"¹

▪ **تعريف الجمعية البريطانية للسياحة في عام 1981م** أن السياحة هي " مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة، والبقاء، بعيداً عن المنزل "²

1-2- تعريف السياحة تبعا للمفكرين الاقتصاديين : حيث نجد :³

▪ **تعريف العالم الألماني (Freuler Guyer) في عام 1905م** السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة، والاستجمام، وتغير الجو، والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، وشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل.

▪ **تعريف العالم النمساوي (Herman von cholleron) في عام 1910م** السياحة بأنها الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة.

▪ **تعريف العالم (R.Gluksman) في عام 1935** السياحة على أنها مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان.

▪ **تعريف الدكتور (عبد الرحمن أبو رياح) الأمين العام لاتحاد السياحة العربي** السياحة على أنها هي : تغير مؤقت إلى بلد أو مكان يرتبط بعملية التعرف على بلدان أخرى على الثقافة، والحياة الاجتماعية، أو الطبيعية، ولغرض الاتصال والاحتكاك بهم.

يمكن تعريف السياحة بأنها : النشاط الموجه للأفراد من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال تنقلهم إلى أماكن غير أماكن إقامتهم الأصلية وبدون ممارسة نشاط مأجور.

2- ركائز صناعة السياحة :

ترتكز صناعة السياحة على عناصر نذكر منها:⁴

1.2 المادة الأولية: وهي من مقومات السياحة الأساسية وتتضمن المغريات والأماكن الأثرية والحضارية

التي تتميز بها منطقة عن أخرى، وتمثل القيمة الأصلية للمنتج السياحي وتتكون من قسمين :

■ **الجوانب الطبيعية (من صنع الخالق عز وجل):** وتتضمن المناظر الطبيعية الساحرة، الجو اللطيف، الجبال والغابات والسهول والأنهار والبحار والثلوج، المياه المعدنية، بيئة خلابة: حيوانات وصدف وأحجار.

■ **الجوانب غير الطبيعية (من صنع الإنسان) :** المدن الحضارية ، ناطحات السحاب، مدن الملاهي، خدمات حضرية متميزة: فنادق ومطاعم ومواصلات، الآثار التاريخية، والتقدم العمراني الحديث، الأماكن الدينية.

2.2 رأس المال : إنشاء أي مشروع سياحي يحتاج إلى رأس مال عال كذلك أي تسهيلات وخدمات سياحية تحتاج إلى جهود ورأس مال لكي تنافس المناطق المتشابهة، لتسهيل عملية جذب السواح.

3.2 **الدعاية والإعلان والترويج :** السياحة في نظر الإعلان حلم وأمل يراه الشخص عبر وسائل الإعلان، وبالتالي يجمع المعلومات عن طريق النشرات والصور، وعندما تتوفر له حوافز السياحة يقتنع بالرحلة ويدفع ثمنها، وهنا يقع على عاتق الإعلان الناجح الجهود التسويقية لجذب السواح، فنجاح الإعلان معناه نجاح السياحة.

كما أن للإعلام السياحي دور كبير في الإستراتيجية السياحية الاتصالية إذ : " أن الأدوار التي تمارسها وسائل الإعلام في البلدان في دعم صناعة السياحة وتنقيف السائحين من خلال وسائل الإعلام المختلفة تتمثل بما يوفره الإعلام السياحي من فرصة للمستثمرين والعاملين والقائمين على السياحة للإعلان والترويج لمشروعاتهم وأنشطتهم السياحية " ⁵.

4.2 العمل : يعتبر حقل السياحة والسفر مخزنا هائلا للطاقة في مجال استخدام اليد العاملة في مستوى

محلي وعالمي، ويعتبر العامل سفيرا لبلده عند تقديمه الخدمة الجيدة للسواح.

5.2 النقل : تلعب صناعة النقل دورا مهما في تطوير السياحة ونجاحها في أي مكان في العالم فإن توافر وسائل المواصلات السريعة والمريحة وتوافر طرق المواصلات يساعد على نجاح المناطق السياحية (برية، بحرية وجوية) فالسائح عندما يفكر في زيارة منطقة ما فإن أول ما يفكر فيه هو طريقة الوصول.

6.2 البنية التحتية : لا يكون للمشروع السياحي- أي مشروع- متكاملًا إن لم تتوافر له الخدمات الأولية الضرورية والأساسية اللازمة نذكر منها: الطرق، شبكات المياه، الغاز والكهرباء الشبكات العنكبوتية، الاتصالات السلكية واللاسلكية، مكاتب الصرف، والمرافق العمومية والخاصة، التي تعمل وتتفر على تكنولوجيايات الاعلام والاتصال الحديثة الخ.

3- الأهمية الاقتصادية للسياحة :

تكمن الأهمية الاقتصادية للسياحة في توفير قدر من العملات الأجنبية جراء الخدمات السياحية المقدمة للأجانب، وفرص العمل المنشأة من مختلف الأنشطة السياحية، كما تستفيد من المستثمرين الأجانب في المجال السياحي من خلال نقل التكنولوجيا الجديدة (المعارف، المهارات، الآلات والمعدات... إلخ) في حالة تجسيدهم لمشاريع سياحية.

تحتل السياحة مكانة ومركزا جيدا في اقتصاديات دول العالم باعتبارها تمثل قوة فاعلة في الاقتصاد العالمي، فهي تؤدي دورا حيويا في التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، والجزائر على غرار باقي الدول جعلت السياحة تحتل المرتبة الثانية بعد الصناعة، ولقد أصبحت السياحة في كثير من دول العالم تمثل " قطاعا اقتصاديا رئيسا يعمل على ضخ العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية، ويوفر أعدادا لا يستهان بها من فرص العمل، حيث تعتبر السياحة بمجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة وبالتالي تسهم في اقتصاديات الدول " ⁶

ويعمل مجلس السياحة والسفر العالمي للسياحة (World Travel And Tourism Council) على زيادة الوعي بالسياحة والسفر كواحد من أكبر القطاعات الاقتصادية في العالم حيث تدعم واحدة من بين 10 وظائف وتوفير 313 مليون دولار ما مقداره 10.4 % من الناتج المحلي الإجمالي، وفي عام 2017 توصل بحث على التأثير الاقتصادي للسياحة السفر في 185 دولة لما يزيد عن

25 عاما إلى صناعة السياحة تساهم ب 4.6 % في النمو، مقارنة بالاقتصاد العالمي 3%، وتم إنشاء واحدة (01) من كل خمس (05) وظائف جديدة من قبل صناعة السياحة"⁷

المحور الثاني: سوف نحاول في هذا المحور التطرق إلى الاطار المفاهيمي للاستراتيجية، أهدافها وأنواعها، إضافة إلى الاستراتيجيات المسطرة من طرف السلطات المركزية لصناعة التنمية السياحية.

1. مفهوم الإستراتيجية :

لقد تعدد تعاريف الإستراتيجية ولا يوجد تعريف واحد متفق عليه، فنحن نختلف باختلاف القطاعات والظروف الاقتصادية لأي بلد والأهداف المسطرة والسياسات المتبعة، أما الاستراتيجية في القطاعي السياحي فيمكن تعريفها بأنها : " هي مجموعة الخيارات الطويلة الاجل التي يضعها مديرو البرامج في شكل خدمات وسياسات وخطط عمل "⁸

2. الأهداف العامة للإستراتيجية السياحية :

يكتسي القطاع السياحي أهمية بالغة لمعظم دول العالم أدت إلى فتح الحدود بين الدول وإدماج التقنيات الحديثة في العمل السياحي، إذ صارت المصارف العالمية تهتم بالقطاع، كل هذا ساهم بشكل كبير ظهور العولمة السياحية، مما زاد في حركية السياحة العالمية، ومن بين أهداف الإستراتيجية السياحية نجد:⁹

- تنويع وتعدد وسائل الجذب السياحي؛
- إخراج المنتج السياحي للأسواق العالمية من خلال العمل على تطويره؛
- جذب الاستثمارات السياحية المحلية والعالمية؛
- وضع معايير الجودة وتحديد مواصفاتها؛
- العمل على خلق التنمية المستدامة وتطوير المجتمعات؛
- تطوير أدوات التسويق والترويج السياحي؛
- تطوير القطاع الخاص وتشجيعه على الاستثمار في المجال السياحي.

3. أهداف الإستراتيجية السياحية على مستوى المنشآت السياحية :

يقصد بالمنشآت السياحية (الفنادق بأنواعها، محطات الاستراحة، مؤسسات التسلية والترفيه، غابات الاستحمام ووكالات السياحة والأسفار)، ومن بين هذه الأهداف نجد :¹⁰

- وضع خطط للحملات الإعلامية المحلية والدولية؛
- العمل على تنشيط الحركة السياحية؛
- الإهتمام بالمشروعات السياحية ومتابعتها؛
- الإهتمام بالعنصر البشري والذي يعد محورا أساسيا للارتقاء بجودة الخدمات السياحية؛
- العمل على نشر الثقافة السياحية محليا ودوليا و لجميع الشرائح المستهدفة؛
- الإبداع السياحي وخلق أنواع سياحية جديدة وإثراء الموجودة؛
- فتح أسواق سياحية و التعامل مع الأسواق السياحية الأخرى و جذب سياح جدد؛
- تعميق الصلات مع العملاء السياحيين.

4. أنواع الإستراتيجيات السياحية:

تنوع الإستراتيجيات السياحية تبعا للمنتجات السياحية المختلفة حسب كل بلد، ومن بين الأنواع نجد:¹¹

1.4 إستراتيجية تنوع المنتج السياحي : في هذا النوع تعمل الدولة على تنوع منتجها السياحي، وذلك بخلق أنواع سياحية جديدة، ووضع خطط إعلامية لتحقيق الأهداف.

2.4 إستراتيجية تنوع الأسواق السياحية: إن تنوع الأسواق السياحية و ذلك بخلق و إعطاء أهمية لأسواق سياحية لم تكن معروفة من قبل من شأنه أن يعطي دفعا ومنتفسا جديدا للسياحة المحلية والدولية فكم هي كثرة الأسواق السياحية العذراء التي لم تزل بحاجة إلى إهتمام وعناية .

3.4 إستراتيجية الانتشار : و ذلك من خلال إعطاء تسهيلات و مزايا للخدمات السياحية تتلاءم مع جميع الشرائح كإقامة الفنادق بنجمة واحدة ونجمتين لإستقطاب ذوي الدخل المتوسطة والضعيفة كالشباب والطلبة .

4.4 إستراتيجية التنشيط السياحي: تقوم الدولة في هذه الإستراتيجية بعملية الربط بين الجداول والخطط والأحداث الهامة الوطنية والأعياد والإجازات وإقامة المناسبات والمهرجانات الخاصة بذلك.

5.4 إستراتيجية التركيز على السياحة العلاجية: هنا يتم التركيز على الموارد الطبيعية كالمياه المعدنية الجو، مناطق تستخدم فيها مياه البحار والرمال في العلاج، ويكون الهدف هنا هو العلاج والإسترخاء وهي موجهة خصوصا للمرضى وكبار السن ويحقق هذا النوع دخلا لا بأس به للدولة المضيفة ذلك لطول مدة العلاج وإستقطاب شرائح غنية من المجتمع .

6.4 إستراتيجية الحوافز: و هي إستراتيجية تسويقية تستخدم لتحفيز العاملين و تنشيط العمل وتنوع الحوافز كتقديم رحلات مجانية للعاملين بدلا من المكافآت و قد أولت الدول الغربية أهمية بالغة لهذا النوع من الإستراتيجيات لما لها من آثار إيجابية على العاملين وعائلاتهم، فأنشأت جمعيات لذلك وأبرزها الجمعية الأمريكية لمسؤولي الحوافز ومقرها نيويورك وأنشأت عام 1972 هدفها تشجيع وإعداد التقارير حول هذا النوع من السياحة.

7.4 إستراتيجية تنمية القوى البشرية: و هي الأهم في الميدان السياحي لذا أنشأت العديد من الدول كليات ومعاهد متخصصة في الفندقية والسياحة وذلك من أجل:

- توفير القوى البشرية المدربة لزيادة فعالية الأداء في المنشآت.
- زيادة الرضى الوظيفي للعاملين في جميع المستويات.
- تحقيق التنمية الإدارية الشاملة.
- إكساب العاملين مهارات وخبرات خاصة لوظائف معينة .

8.4 الإستراتيجية المحفزة على البيئة: هناك علاقة وطيدة بين السياحة و البيئة فهذه الإستراتيجية تسعى لحماية و المحافظة على البيئة جراء إقامة المشروعات السياحية لما صار للبيئة في عالم اليوم من إهتمام بليغ فصارت البيئة و المحافظة عليها من أهم القضايا المحلية و الدولية فالسياحة تعمل على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم كلما كانت البيئة نظيفة و سليمة إزدهرت السياحة .

9.4 إستراتيجية التركيز على السياحة الداخلية : تعد السياحة الداخلية مصدر دخل جد مهم للدولة، لذا تسعى الدولة المهتمة بالجمال السياحي للترويج لهذا النوع من السياحة ذلك بنشر الوعي والثقافة السياحية بين أبناء الوطن وتشجيع سياحة المجموعات والنقابات والإتحادات الطلابية والعاملين بالشركات وكذا العائلات، هذا النوع من السياحة بالإضافة إلى فوائده الاقتصادية له كذلك فوائد ثقافية فمن خلال تحول الأفراد في وطنهم وأولادهم ومشاهدتهم لمنجزات بلدهم والتعرف على آثاره وحضاراته يزيدهم ولاء لوطنهم وشعورا وفخرا بالإنتماء إليه وزيادة الحس الوطني، بالإضافة إلى المحافظة على القيم والأخلاق المحلية كما تعد السياحة الداخلية درع لمواجهة الأزمات السياحية العالمية فيإمكان حادثة عالمية أن تؤثر على حركية السياحة العالمية مداخلها فإذا كانت هناك سياحة داخلية نشيطة، فتكون نسبة التأثير بالنسبة للعائدات قليلة.

5 - إستراتيجية صناعة التنمية السياحية في الجزائر:

إن الإطار الاستراتيجي المرجعي لتنمية السياحة في الجزائر هو المخطط التوجيهي للتنمية السياحية في آفاق 2030 (**Schéma directeur D'aménagement Touristique**)¹² والذي يعتبر جزءا من المخطط الوطني لتنمية الإقليم في آفاق 2030. يتضمن المخطط خمسة جوانب حيوية أو ديناميكية من خلال وضع أهداف إستراتيجية تتوجه نحو تطوير السياحة في الجزائر ويتعلق الأمر ب:

1.5 تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر: من هذا الجانب تم وضع أهداف إستراتيجية لتحسين الصورة لوجهة السياحة الداخلية وتطوير المنتجات السياحية أو العرض السياحي ما يتماشى ومتطلبات ومستلزمات الخدمات السياحية للبلدان الرائدة في المجال السياحي.

2.5 تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية: من هذا الجانب تم وضع أهداف إستراتيجية لتطوير الأقطاب السياحية حسب الإمكانيات السياحية، وإشراك الفاعلين المحليين في التنمية السياحية، والتأكيد على الاهتمام بها.

3.5 نشر مخطط جودة السياحة : يهدف لتطوير التميز في العروض السياحية الوطنية بإدماج التكوين من خلال الارتقاء المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تم وضع أهداف إستراتيجية لتحسين نوعية المنتج السياحي، بوضع مخطط جودة السياحة وإدراج المتعاملين في المجال السياحي للالتزام به، وتضمن الأقطاب السياحية الوطنية وما تملكه من ثروة وعرض نظرة واضحة للعاملين و المختصين في المجال السياحي.

4.5 مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص : من هذا الجانب تم وضع أهداف إستراتيجية لتحسين الخدمات السياحية والاهتمام بالعنصر البشري وتأهيلها (التكوين المستمر والمهني)، بالإضافة إلى تحسين خدمات الهيئات والارتفاقات المتواجدة على الحدود أو المستقبلية للسياح (القنصليات، السفراء، المطارات، الملاحة، محطات المسافرين ... الخ) .

5.5 مخطط تمويل السياحة: السياحة صناعة ثقيلة لأن الحصول على عائدات الاستثمارات في المجال السياحي طويلة، فمن هذا الجانب تم وضع أهداف إستراتيجية لعدم توقف المشاريع السياحية أو انطلاقتها، وحماية ومرافقة المؤسسات المتوسطة والصغيرة السياحية لجذب المستثمرين المحليين والأجانب، وتشجيع الاستثمارات في القطاع السياحي من خلال التسهيلات الضريبية والمالية (التمويل) .

6- تدابير الدعم للتنمية السياحية :

تهدف التنمية السياحية إلى رفع قدرات الإنتاج السياحي خاصة عن طريق الاستثمار السياحي، مع الحرص على تهيئة التراث السياحي الوطني، وقصد ترقية الاستثمار السياحي ورفع القدرة التنافسية للمنتج السياحي الوطني وضعت الدولة مجموعة من الإجراءات والتدابير التشجيعية والامتيازات الجبائية، وتمثل تدابير دعم قطاع السياحة في مايلي: ¹³

- إخضاع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات (IBS) 19% بدلا من 25% ، مع الإعفاء من دفع الضريبة لمدة 10 سنوات بإستثناء وكالات السياحة والسفر؛
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛

- تطبيق النسبة المخفضة ب 7٪ من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي؛
- منح تخفيض على نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية في إطار إنجاز المشاريع الاستثمارية وتحديث المؤسسات السياحية والفندقية.

ومن أجل مرافقة أصحاب المشاريع السياحية تم: ¹⁴

- إمضاء اتفاقية بين وزارة السياحة والصناعة التقليدية مع البنوك لغرض تمويل المشاريع السياحية؛
- المنح المباشر لعقود الامتياز للعقار السياحي لمدة 33 سنة تتجدد مرتين؛
- تهيئة بعض مناطق التوسع السياحي على عاتق ميزانية الدولة.

7 - الفاعلين الأساسيين في النشاط السياحي في الجزائر: ¹⁵

يتعلق الأمر بالجهات التي تساهم بشكل مباشر في فعالية المنتج السياحي أو في صورة الجزائر السياحية، وهي العناصر التي تضمن نجاح إستراتيجية التنمية السياحية شريطة أن تقوم السلطات العمومية المركزية والمحلية بالدور المنوط بها وتضم :

- عناصر التسويق التجاري أو تسويق صورة الجزائر السياحية، ويقصد بهم (وكلاء السياحة والأسفار، الناقلون، المرشدون السياحيون، الصحفيون المختصون، وصانعو الرأي ... الخ)
- المستثمرون في قطاع السياحة وأصحاب المشاريع المبدعة؛
- مهني الفنادق والإطعام والترفيه؛
- السياح والأسواق السياحية؛
- المواطن والجماعات المحلية.

المحور الثالث: تم تسليط الضوء في المحور الثالث للوصول للهدف من الدراسة من خلال إبراز الإمكانيات والمؤهلات السياحية التي تزخر بها مستغانم، إضافة إلى التطرق إلى إستراتيجية الترقية السياحية المسطرة من طرف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم بإشراك الفاعلين في المجال السياحي.

1 - مقومات وأنماط السياحة في مستغانم :

تتمتع مستغانم بمؤهلات ومتاحات طبيعية وغير طبيعية، تعتبر ركيزة أساسية لصناعة السياحة، تتطلب وضع استراتيجية وتسطير أهداف لتحقيقها.

1.1 مقومات السياحة في مستغانم : تتميز مستغانم بمناخ متوسطي، وتحتوي تضاريس متنوعة و تقع ضمن القطب السياحي للامتياز الشمال غرب (POT N O)، وتعتبر واحدا من المعالم التي يمر بها خط غرينتش في الجزائر. وتعتبر من أهم المدن الساحلية بالجهة الغربية التي تتميز برمال ذهبية وطبيعة خلابة وجذابة، كما يوجد بالولاية منتجات تقليدية وحرفية تساهم في انجاح النشاط السياحي، هذه المغريات السياحية والمنتجات تجعل وتؤهل إلى أن تصبح وجهة سياحية بامتياز¹⁶

■ **المقومات الطبيعية:** تتميز مستغانم بمناخ متوسطي، وتنوع تضاريسها إلى سهول منخفضة بالمنطقة الغربية وهضاب، وسهول المنطقة الشرقية وامتداد جبال الظهرة، وحيث تعتبر منطقة المقطع من أهم المناطق الرطبة في الجهة الغربية تعد ملاجئ لإستقبال الطيور المهاجرة.

تغطي الولاية مساحة قدرها 2269 كلم²، أكثر من 14% منها غابات، وبطول شريطها الساحلي 124 كلم، الذي يضم 43 شاطئ مفتوح للسباحة، وأخرى لا تزال على حالتها الطبيعية بالتناوب مع المنحدرات الصخرية والغابات الساحلية، تشكل روعة للناظر والزائر، جعلت منها قبلة للمصطافين، كما تضم 16 ستة عشر منطقة توسع سياحي، ما زاد من إقبال المتعاملين السياحيين والمستثمرين من أجل تنمية المقصد المستغانمي.

إضافة إلى الهياكل القاعدية المتمثلة في ميناءين للصيد وميناء تجاري وشبكة طرقات، التي يمكن أن تلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى ميدان الفروسية ومسرح الهواء الطلق والمكتبة الولائية والجامعة وكذا الإذاعة الجهوية، وعدد من المواقع التاريخية والأثرية وإرث إسلامي مغربي واسع وتراث مادي وروحي وتاريخ يدل على عراقتها.

■ **المقومات التاريخية والأثرية :** يعود تاريخ إنشاء مستغانم إلى العهد الروماني، وكانت تسمى «كارتينا»، وفي القرن الحادي عشر غير اسمها إلى موروستاغ. وفي 1516 أصبحت المدينة تحت

سيطرة القائد البحري التركي الشهير خير الدين بربروس، الذي اتخذها مركزا لعملياته في البحر الأبيض المتوسط، وفي الوقت نفسه مرفأ تجاريا. وبحلول 1700 أصبحت المدينة تحت سيطرة العثمانيين، قبل أن تسقط عام 1832 في يد الاحتلال الفرنسي حتى استقلال الجزائر عام 1962.

ومن بين المعالم الثرية المتواجدة بالولاية نذكر: مدينة كيزا، برج محل، برج الترك، الحي القديم الطبانة، الحي القديم تيجديت، المسجد المريني الكبير، المغارات المشهورة بغار الفراشيج، منارة رأس إيفي تتطلب ضرورة تميمها لتصبح مقصدا سياحيا.

2.1 أنماط السياحة :

تتنوع أنماط السياحة وتتعدد حسب الإمكانيات والمغريات السياحية المتواجدة، التي تم تميمها وتجهيزها، ومن بين الأنماط السياحية نذكر مايلي:

■ **السياحة الشاطئية:** هي أكثر الأنواع انتشارا بحكم العدد الكبير لشواطئ الولاية وشساعتها وجمال رمالها الذهبية، منها 43 شاطئ مفتوح للسباحة .

■ **السياحة الثقافية :** إن مجموعة المعالم الأثرية المتواجدة عبر تراث الولاية يمر تناوب عدة حضارات في أبعادها الزمنية، وكذا المهرجانات الدينية والشعائرية والنشاطات الثقافية التي تزخر بها الولاية ، أدى إلى تطور هذا النوع من السياحة في ولايتنا، نذكر منها:

- مغارات ماسرة التي تظم مجموعة من النحوت؛

- الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببحارة، بلدية اولاد بوغالم؛

- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي؛

- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف؛

- المهرجان الوطني للتراث العيساوي و مهرجان الشعر و الموسيقى البدوية؛

- منارة "رأس إفي" الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الاحتلال الفرنسي.

■ **السياحة الحموية :** يركز هذا النوع من السياحة على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية

، كما يمكن استعمال مياه البحر للمعالجة (Talassothérapie) كذلك.

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع في بلدية عين النويصي، يستعمل هذا الحمام مياه المنبع الحموي سيدي المخفي، يبلغ تدفق مياهه 02ل/ثا.
- كما يوجد في الولاية منبعين:
- منبع مكبرته: يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية، رغم سهولة الوصول إليه، فهو قليل الاستعمال، و يعتبر مأؤه نافع للأمراض الجلدية.
- منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، تم غمره بمياه السد.
- يبقى على البلديات المعنية إنشاء حمامات واستغلال هذه المنابع لتحسين مداخلها.
- **السياحة المناخية والعلمية:** إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، والغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلا بتطوير هذا النوع من السياحة في ولاياتنا، نذكر منها :
- غابة زريقة، وغابة استيديا وغابة بن عبد المالك رمضان، غابة شواشي سيدي لعربي؛
- جبل الديس؛
- واد ومغارات سداوة ببلدية سيدي لخضر ومغارات الكاف لصفر؛
- حظيرة المقطع؛
- سد كراميس.
- **السياحة الريفية :** إن المناطق الريفية على مستوى الولاية تضم الكثير من المزارع ومنشآت لإنتاج الخمور(CAVE) المتواجدة منذ العهد الفرنسي و التي بالإمكان تطوير السياحة الريفية، باستغلالها بعد تهيئتها لاستقبال السياح الأجانب خاصة.
- **سياحة الذاكرة:** هذا النوع من السياحة موجه لاستقبال الأقدام السوداء لزيارة المناطق والأمكنة التي عاشوا فيها، والتي تلعب بعض وكالات السياحة والأسفار بالولاية دور هام في تطويرها.
- 3.1 **مناطق التوسع السياحي:** يضم ساحل مستغانم (16) ستة عشر منطقة توسع سياحي.

تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4339,1 هكتار, منها 1797,1 هكتار مساحة قابلة للبناء بسعة 42734 سرير، والجدول أدناه يبين هذه المناطق :

الجدول رقم (1) : مناطق التوسع السياحي بمستغانم

منطقة التوسع السياحي	البلدية
1 - المقطع	فرناكة
2 - ستيديا	ستيديا
3 - اوريعة صبلات	مزغران
4 - خروبة	مستغانم
5 - شلف شاطئ	
6 - حجاج	حجاج
7 - رأس ايفي	ب ع م رمضان
8 - بن ع م رمضان	
9- الصخرة	
10 - كاف الأصفر	سيدي الخضر
11 - الميناء الصغير	
12 - عين ابراهيم	
13 - زريفة	خضرة
14 - كاف قادوس	
15 - سيدي عبد القادر	عشعاشة
16 - بحارة	اولاد بوغالم

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم .

3.1 المؤسسات السياحية : تتوفر الولاية على مؤسسات فندقية ذات طبيعة ساحلية وحضرية ، نذكرها في الجدول التالي :

الجدول رقم (2): طاقة استيعاب المؤسسات السياحية الفندقية بمستغانم

العدد	عدد الغرف	الأسرة	عدد المستخدمين
الفنادق	569	1212	165
الإقامات السياحية	629	1610	260
نزل طريق	19	38	5
النزل العائلية	9	9	5
الهياكل الاخرى المعدة للفندقة	102	175	27

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية لمستغانم

كما نجد أنواع المخيمات (التخييم) التي تساهم في استقبال السواح والزائرين، مبنية وفقا للجدول التالي :

الجدول رقم (3): طاقة استيعاب المخيمات بمستغانم

العدد	سعة الاستيعاب (سرير)
13	3920
17	3986
2	137
2	730

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية لمستغانم

■ **وكالات السياحة والأسفار:** تتوفر مستغانم على 44 وكالة سياحية، حيث تشغل هذه الأخيرة أكثر من 78 عامل دائم و 17 عامل مؤقت، تقدم وكالات السياحة والأسفار منتج خدماتي يقتصر على بيع الأسفار والتذاكر، والبعض منها يقوم بعمليات تنظيم رحلات، وكذا الاستقبال السياح الوافدين ومرافقتهم وتلبية رغباتهم.

4.1 قطاع الصناعة التقليدية والحرف (الصناعة التقليدية الفنية): يعتبر قطاع الصناعة التقليدية

والحرف أحد أهم روافد التنمية المحلية على مستوى ولاية مستغانم، حيث تمثل الولاية قطبا واسعا للصناعة التقليدية التي تتشكل من منتجات حرفية متنوعة والتي تعد امتدادا لعادات وتقاليد سكان المنطقة.

كما تبذل مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية مجهودات معتبرة لأجل الحفاظ على هذه الصناعات و الحرف و ترفيتها وإعادة الاعتبار لها و ذلك من خلال الإستراتيجية التي يعتمد عليها قطاع السياحة والصناعة التقليدية.

أهم نشاطات الصناعة التقليدية للولاية :

- **صناعة الفخار:** تعد من الحرف التقليدية التي اهتم بها أبناء المنطقة منذ القدم خاصة الجهة الشرقية من الولاية و ذلك لوجود المواد الصالحة لهذه الصناعة و احتياج السكان إلى الأدوات الفخارية في الطهي و حفظ المياه و الزينة و هذا النشاط يتداول بكثرة في الأوساط الريفية لصنع منتجات ذات أغراض نفعية و من أهم المصنوعات الطينية صناعة الصحن ، معاجين الدقيق ، الطاجين... الخ.
- **خياطة اللباس التقليدي :** تعرف هذه الصناعة رواجاً كبيراً في مجال الصناعة التقليدية الفنية حيث يحترفها الرجال والنساء على حد سواء و هي صنة تمارس عادة في بيوت العائلات وهي عبارة عن خياطة ألبسة على أزياء تقليدية تلبس في المناسبات و لباس العروس.
- **صناعة الحلويات التقليدية :** تعرف هذه الصناعة انتشاراً واسعاً في المنطقة حيث يتفنن الحرفيين في صناعة مختلف أنواع الحلويات التقليدية وأشهرها بأشكال مختلفة وهي تمارس غالباً في البيوت أو في محلات لصناعة و بيع الحلويات التقليدية حيث تقدم خلال المناسبات والحفلات والأعياد.
- **الفتلة و المجهود:** تعتبر هذه الصناعة رائجة بين أوساط الحرفيين الفنيين خاصة في مجال خياطة الألبسة التقليدية و هي صنة تمارس غالباً في البيوت و هي عبارة عن خيوط ذهبية رفيعة تتركز معظم الأزياء النسائية بخيط الذهب أو الفضة والعدس و الكنتيل المذهبين.
- **صناعة الزرابي :** تسعى الولاية إلى ترقية هذه الصناعة في المنطقة حيث قامت بنقل هذه الصناعة من مدينة "شرشال" التي تشتهر بمثل هذه الصناعات والتي تعد من المناطق الرائجة في صناعة الزرابي التقليدية.

5.1 الحركة الجماعية : يوجد بالولاية عدة جمعيات ودواوين للسياحة تساهم في الترقية السياحية للولاية وذلك بإعداد مطويات إرشادية عن المتاحات والمؤهلات السياحية التي تزخر بها المنطقة

وأقرص مضغوطة عن الودعات التي تقام بالمنطقة، تنظيم جولات سياحية، والقيام بمختلف التظاهرات ذات الطابع السياحي و الثقافي ... الخ، ومن بين الجمعيات والدواوين المحلية بالولاية نذكر:

- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيرات؛

- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيدي لحضر؛

- جمعية الرمال الذهبية؛

- جمعية التبادل والثقافة AZUR .

2 - إستراتيجية صناعة التنمية السياحية في مستغانم :

إن الإطار الاستراتيجي المرجعي لتنمية السياحة في مستغانم هو المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية مستغانم (S D A T W) في أفق 2030 الذي تم إعداده في أوت 2014، حيث تضمن في مرحلته الخامسة برنامج إستراتيجية التنمية السياحية وبرنامج تنفيذ وفق مخطط عمل تميزت به مستغانم بخمسة 5 أقطاب سياحية (قطب السياحة الساحلية، قطب السياحة الثقافية، القطب المناخي، قطب السياحة الزراعية وقطب السياحة البيئية)، والملحق المرفق يوضح توزيع أشكال السياحة على مستوى 32 بلدية.¹⁷

1.2 الاستراتيجيات التسويقية للوجهة السياحية مستغانم : في إطار ترقية الوجهة السياحية لمستغانم، قامت مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بإشراك المجلس الولائي (المجالس الشعبية البلدية، المجلس الشعبي الولائي والإدارات التنفيذية) والمجتمع المدني بمخطط عمل للترويج السياحي حتى يتسنى لها تنفيذ الاستراتيجيات السياحية المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية من خلال ستة (06) برامج إستراتيجية تمثلت في :

■ إنشاء وجهة سياحية مرموقة حسب قطب الامتياز شمال غرب؛

■ إظهار عرض سياحي دائم وتنافسي؛

■ دعم الإبداع والتكوين؛

■ إعطاء الوجهة خطة تسويق تحفيزية؛

- تعزيز الحوكمة المحلية وتدعيم قدرات المصالح اللامركزية؛
- تنمية وهيئة سياحات الأقاليم (الهيئة السياحية للشواطئ " هيئة 5 شواطئ، اعداد مخطط توجيهي لهيئة السياحة الشاطئية للولاية "SDATPW"، الهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي ZET و هيئة المناطق السياحية).

2.2 مخطط عمل تنفيذ الاستراتيجيات الترقية السياحية بمستغانم:

تمثلت في تنفيذ البرامج المسطرة وفق مخطط عمل سنوي دوري، سوف نحاول التطرق إليه من خلال العمليات والتظاهرات والنشاطات التي قامت بها مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان بإشراك القطاعات والفاعلين في المجال السياحي وفق مايتي: ¹⁸

■ التظاهرات والنشاطات العلمية والعملية :

- إنشاء صفحة فايسبوك خاصة بنشر نشاطات وتظاهرات وندوات تخص مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية .
- المشاركة في الصالون الدولي للصناعة التقليدية المنظم سنويا بالتنسيق مع الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية في شهر سبتمبر من كل سنة.
- الاحتفال باليوم العالمي للسياحة المصادف ليوم 27 سبتمبر من كل سنة .
- الاحتفال باليوم الوطني للسياحة المصادف ل 25 جوان من كل سنة
- الاحتفال باليوم الوطني للحرفي المصادف ليوم 09 نوفمبر من كل سنة بتنظيم تظاهرة بمشاركة جميع الحرفيين (الفنية، الخدمات والإنتاج)
- إنجاز وطبع دعائم ترقية لإبراز المؤهلات بالسياحية للولاية على شكل أقراص مضغوطة، مطويات لوحات اشهارية، دليل سياحي.
- المشاركة في تنشيط عدة حصص بالإذاعة الجهوية بمستغانم حسب مختلف المناسبات.
- تصميم اللافتات السياحية تتضمن خريطة سياحية للولاية.

- معرض ربيع مستغانم للصناعة التقليدية في طبعته الأولى بمشاركة 28 حرفي من 20 الى 31 مارس 2018 بحديقة التسلية والترفيه.
- من 07 إلى 14 جوان 2018 بالواجهة البحرية لصلا مندر معرض لتنشيط ليالي رمضان.
- من 15 إلى 19 جويلية 2018 بمناسبة المحاضرة الدولية 70 تحت عنوان " الرياضيات والعيش معا " بجنة العارف من خلال إيجاد نقاط عرض وبيع المنتجات التذكارية لفائدة السواح المشاركين.
- من 03 إلى 13 سبتمبر 2018 بمناسبة البطولة العربية للأمم لسباق الدراجات.
- **عمليات المراقبة والتفتيش:** تتوفر بمديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية على مفتشين ورؤساء مهام في السياحة والصناعة التقليدية والحرف، يعملون بالتنسيق مع الأطراف الفاعلة في قطاع السياحة والصناعة التقليدية وفق مخطط عمل يتضمن :
 - متابعة تحضيرات و سيران موسم الاصطياف عن طريق عملية التفتيش على مستوى الشواطئ للتأكد من توفر كل الشروط اللازمة لاستقبال المصطافين في أحسن الظروف في إطار اللجنة الولائية المكلفة بمراقبة ومتابعة موسم الاصطياف؛
 - مراقبة نوعية الخدمات المقدمة على مستوى الفنادق؛
 - مراقبة وتفتيش المطاعم السريعة، محلات المشروبات والمثلجات بالتنسيق مع مصالح الصحة ومديرية التجارة؛
 - الحرس على تطبيق برنامج الدواوين المحلية خلال موسم الاصطياف.
- **المخيمات الصيفية :** تقوم مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم بضبط قائمة المؤسسات التربوية التي تفتح أثناء لموسم الاصطياف في إطار المخيمات الصيفية ومراقبة المخيمات والمراكز العائلية من ناحية توفر شروط الاستقبال.
- **النقل:** وفقا للمخطط الأزرق، مس برنامج النقل لتغطية الشواطئ المسموحة للسباحة كل شواطئ الولاية.

■ **تنظيف الشواطئ :** في إطار برنامج الجزائر البيضاء الممنوح من طرف مديريات النشاط الاجتماعي والتضامن في إطار وورشات الأنشطة ذات المنفعة العامة، تقوم المديرية باشتراك الفاعلين في المجال لنظافة المدن.

■ **الأمن :** عملا على أمن وسلامة المصطاف، تسهر القطاعات المعنية لاسيما الحماية المدنية في إطار برنامجها والأمن الوطني لتطبيق المخطط الأزرق والدرك الوطني لتطبيق مخطط دالفين، تفعيلاً لتأمين موسم الاصطياف.

■ **عملية الامتياز :** من خلال إعداد دفاتر الشروط الخاصة بالامتياز واستغلال نشاطات الخدمات على مستوى الشواطئ المسموحة لموسم الاصطياف والحرس على احترام دفتر الشروط لاستغلال الشواطئ في إطار منح الامتياز.

خاتمة:

أخيرا إن تجسيد إستراتيجية الترقية السياحية بمستغانم، وإحداث حركية إقتصادية، تساهم في التنمية المحلية، يتطلب توفير عرض سياحي يتلاءم مع متطلبات الوافدين والمقيمين من إقامة المشاريع السياحية المختلفة، مرافقة وتقديم المساعدات التقنية والمالية، إشراك ساكني المناطق والمواقع السياحية، استخدام تكنولوجيات الاعلام والإتصال الحديثة باعتبار أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على تنفيذ الاستراتيجيات المسطرة، كل هذا يجعل من مستغانم وجهة سياحية ذات الأولوية.

النتائج والتوصيات :

من بين النتائج التي تم التوصل إليها مايلي:

- ولاية مستغانم تزخر بمؤهلات سياحية ومتاحات متنوعة، وبالتالي يمكن صناعة السياحة الساحلية،

الترفيهية، الثقافية، الطبيعية، العلاجية (الحموية ، المعالجة بمياه البحر)، وسياحة المؤتمرات والاعمال ؛

- ضرورة اشراك الفاعلين في المجال السياحي بتدخل الوالي والمجلس الولائي والفاعلين المحليين في المجال

السياحي، وتشكيل اللجنة عمل المكلفة بتجسيد المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية

SDATW، والساحلية SDATPW؛

- إعداد مخطط تسويقي (Plan de Marketing) للمنتج السياحي المتنوع بمستغانم، وتحديد مخطط عمل لتنفيذ هذه الاستراتيجية .

ولقد حاولنا وضع بعض التوصيات :

- تسهيل إجراءات منح التأشيرة للدخول للجزائر بالتسيق مع وزارة الخارجية، وتوفير مكاتب الصرف، واستخدام التكنولوجيات الحديثة؛

- تحسين الخدمات السياحية على مستوى المؤسسات السياحية، وتشجيع مالكيها على الانضمام إلى مخطط جودة السياحة الجزائري؛

- تخصيص أسعار مناسبة للطلبة الجامعيين والمتدربين ومهنيي السياحة بقرار سياسي وإنشاء منتجات ومرافق سياحية تلبي حاجيات السواح وقدرتهم الشرائية؛

- توفير الأمن بالمناطق السياحية وتفعيل دور الشرطة السياحية؛

- تشكيل لجنة مشتركة بين الفاعلين في المجال السياحي، للوقوف على الانحرافات والاختلالات وتصحيحها، بغية تحسين الأداء، وتقديم خدمات ترضي السياح والزوار؛

- تفعيل وتسهيل إجراءات إقامة هياكل إيواء بالمناطق الساحلية والأثرية والتاريخية والطبيعية (من طرف الساكنة)، مع إشراكهم وتقديمهم مساعدات تقنية ومالية ومنحهم امتيازات وتوجيهات وتوفير النقل العمومي، لغرض استقبال الزوار أو الوافدين وجذب السياح؛

- وضع برامج التكوين للعاملين في المجال السياحي لتطوير وترقية المهارات والخبرات؛

- تشجيع وكالات السياحة والأسفار والمؤسسات الفندقية المتواجدة عبر الولاية على إقامة مهرجانات سياحية وثقافية، وتوسيع الاعلان والترويج.

الهوامش والمراجع:

الهوامش:

¹ - منال شوقي عبد المعطى أحمد ، "دراسة في مدخل إلى علم السياحة" ، ط1 ، دار الوفا لدنيا الطباعة والنشر ال إسكندرية، مصر 2010 ، ص: 45.

- ² - طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية ، مسكن سوتير أمام سيرا ميكا كليوباترا الاسكندرية ، مصر، ص : 119.
- ³ - طه أحمد عبيد، نفس المرجع أعلاه ، ص ص: 118 - 120
- ⁴ - د نعيم الظاهر و د سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان الأردن، الطبعة الثانية 2007، ص ص : 35 - 36
- ⁵ - د مصطفى يوسف كافي، دراسات في الإعلام والإعلان السياحي، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان الأردن، الطبعة الأولى 2014، ص : 99
- ⁶ - طه أحمد عبيد، مرجع سبق ذكره، ص ص : 123 - 124 .
- ⁷ - <https://www.wttc.org> , consulté le 30/10/2018 à 10h 15
- ⁸ - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، التنمية والتسويق السياحي، ألفا للوثائق قسنطينة الجزائر، الطبعة الأولى 2017، ص ص : 185 - 188
- ⁹ - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص : 184
- ¹⁰ - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص : 184
- ¹¹ - مصطفى يوسف كافي، هبة مصطفى كافي، نفس المرجع أعلاه، ص : 184
- ¹² - <https://www.mta.gov.dz> , consulté le 30/01/2019 à 17h 35
- ¹³ - <https://www.Andt.dz> , consulté le 28/01/2019 à 10h 44
- ¹⁴ - 3^{eme} édition des rencontres régionales du tourisme, Évaluation de la mise en œuvre du schéma directeur d'aménagement du touristique pour période (2008-2018) , ANDT Tlemcen, Le 15 Novembre 2018 au palais de la culture Imama.
- ¹⁵ - بن زكورة لعوبنة، مجلة الاقتصاد الاسلامي العالمية ، دور الفاعلين والشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية (حالة الجزائر)، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة معسكر، الجزائر العدد ديسمبر 2018 (<https://giem.kantakji.com>) ، تاريخ تصفح الموقع: 22 / 01 / 2019 ، على الساعة 20:14.
- ¹⁶ - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.
- ¹⁷ - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية مستغانم.
- ¹⁸ - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

المراجع:

الكتب :

منال شوقي عبد المعطى أحمد ، "دراسة في مدخل إلى علم السياحة" ، ط1، دار الوفا لدنيا للطباعة والنشر
ال إسكندرية، مصر 2010 .

طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسة ميدانية ، مساكن سوتير أمام سيراميك كليوباترا
الاسكندرية ، مصر .

نعيم الظاهر و د سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان الأردن، الطبعة
الثانية 2007.

مصطفى يوسف كافي، دراسات في الإعلام والإعلان السياحي، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان الأردن،
الطبعة الأولى 2014.

الرسائل والأطروحات:

أعمال ملتقى أو مؤتمر :

- 3^{eme} édition des rencontres régionales du tourisme, Évaluation de la mise
en œuvre du schéma directeur d'aménagement du touristique pour période (2008-2018), ANDT Tlemcen au palais de la culture Imama Le 15
Novembre 2018.

الوثائق القانونية :

مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية مستغانم.

المواقع الالكترونية :

<https://giem.kantakji.com> , consulté le 22/01/2019 à 10 h 30

<https://www.mta.gov.dz> , consulté le 30/01/2019 à 17h 35

<https://www.Andt.dz> , consulté le 28/01/2019 à 10h 44

<https://www.wttc.org> , consulté le 30/10/2018 à 10h 44