



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة غرداية

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم الإعلام و الإتصال

عنوان المذكرة:

مساهمة أنشطة العلاقات العامة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية
- دراسة ميدانية بمديرية السياحة بولاية تيميمون -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص إتصال وعلاقات عامة

إشراف:

إعداد الطلبة:

الدكتور كانون جمال

❖ نوما ياسين

❖ بلعربي يوسف

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. مهري دليلة	دكتور	رئيسا
د. كانون جمال	دكتور	مشرفا و مقررا
د. فوزي شرايطي	دكتور	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الشكر والتقدير

الحمد الذي أول من شكر و حمد آناء اللل و أطرافه النهار الذي

أرسل قنا عبده و رسوله محمد صلى هلا عله و سلم، أرسله بالقرآن

فعلمنا مالم نعلم.

نتقدم بالشكر الجزل إلى الاستاذ المشرف

الدكتور "كانون جمال "

على نصائحه و إرشاداته رغم كل الظروف وسعة صبره ونقول له جزاك هلا

عنا كل حر ، والى كل اساتذة

قسم علوم العالم والاتصال وكل الشكر والعرفان لموظف وعمال مكرمة

الساحة بواللة تممون

إلى كل من أثار لي دربي وارشدني ان التعلم سلاح المستقبل ،إلى نبع الحنان الصافي،
إلى مصدر الحب الدافئ، إلى فيض الأيمان الواثق، إلى أروع وأنبج ما وهبني الله في
الحياة..... "أمي الحبيبة" حفظها الله إلى من رباني على طاعة الله صغيرا، وذل لي
الصعاب بعد توفيق الله كبيرا، إلى من غرس في حب العلم، إلى من علمني أن الحياة
كفاح، وأن العلم سلاح وأن الصبر مفتاح النجاح سئدي "أبي الحبيب" حفظه الله وادمه
صحة وعافية.....اللهم اغفر لهما عهد الحصى والتراب وما تعاقب الليل والنهار وعدد
أوراق الأشجار وما أنت الحلم به مني ياعزيز ياغفار

إلى أخواتي العزيزات سدد الله خطاهم وازعم الله عليهم بالخير

إلى جدي وجدتي بارك المولى في عمرهم

إلى كل من لهم الفضل علينا إلى الأعمام والعمام والأخوال والخالات وأهلهم جميعا
إلى كل الأساتذة والمعلمين من المدرسة القرآنية مروراً بالطور الابتدائي إلى الجامعي،
إلى زملائي في الدراسة إلى كل من عرفني واحبني وساندني من بعيد أو قريب و لو
بكلمة تشجيع إلى كل الأقارب والأصدقاء وكل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرُسُولَهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ﴾

اسورة التوبة: | 105

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك..... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا

بعفوك..... ولا تطيب الجنة إلا برويتك الله ﷻ

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة..... إلى نبي الرحمة ونور العالمين.

سيدنا محمد ﷺ

إلى التي لو جاز السجود لغير الله لسجدت لها، من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما

أنا فيه، إلى الشمعة التي أضاءت وما زالت تضيء دربي، إلى أحن وأرق أم في

الدنيا..... أمي ثم أمي ثم أمي** أمي العزيزة الغالية**

إلى من كلفه الله بالهبة والوقار.... إلى من علمني العطاء بدون انتظار.... إلى من

أحمل اسمه بكل افتخار.... أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها

بعد طول انتظار وتبقى أمتدي بها اليوم.... وفي الغد وإلى الأبد إلى ** أبي الغالي**

إلى الورود المتفتحة أنار الله دربهم.... إلى أخوتي العزیزات سدد الله خطاهم و انعم

الله عليهم بالخير

إلى كل الأقارب والأصدقاء وكل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي

أهدي هذا البحث المتواضع زميلي في هذا العمل "يوسف بلعربي" وإلى جميع

اساتذة و طلبة اتصال وعلاقات عامة دفعة 2022/2023

ملخص الدراسة:

هدفت دراستنا الى التعرف على دور أنشطة العلاقات العامة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية في منطقة الجنوب الجزائري وذلك بمديرية السياحة والصناعات التقليدية تيميمون وتسلط الضوء على فعالية هذه الأنشطة في المجال السياحي والادارة ونطلق بحثنا من الاشكالية التالية: مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تحسين وترقية السياحة الصحراوية دراسة ميدانية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية تيميمون؟ وتفرعت منة مجموعة من التساؤلات وهي:

— ماهي المفاهيم التي تعبر عن العلاقات العامة وأنشطتها لدى موظفي مديرية السياحة لولاية تيميمون؟

— ما هي الاليات و الاستراتيجيات المثلى التي تنتهجها مديرية السياحة لولاية تيميمون لجذب السياح؟

— ما نوع العلاقة بين مديرية السياحة و الشركاء الاجتماعيين لترقية القطاع السياحي لولاية تيميمون؟

وقد اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي التحليلي بشقه المسحي وتمت الاستعانة بأدوات جمع البيانات وهي الاستبيان كأداة رئيسية والملاحظة كأداة ثانوية مساعدة اما مجتمع البحث والعينة فقد اخترنا موظفي مديرية السياحة والصناعات التقليدية اما العينة فهي المسح الشامل لمجتمع الدراسة البالغ عددهم (44موظف)وقد توصلنا للنتائج التالية:

المفاهيم التي تعبر عن العلاقات العامة وانشطتها لدى موظفي مديرية السياحة تيميمون.

— هي المشاركة في المهرجانات والاعياد و المشاركة في الدورات التكوينية لمواكبة التطور المستمر في مجال السياحة وترقيتها وتحسين الخدمات المقدمة (برنامج الشراكة بين الاتحاد الاروربي والجزائر للمفتشين السياحيين).

— الاليات و الاستراتيجيات المثلى التي تنتهجها مديرية السياحة تيميمون لجذب السياح.

الاستراتيجيات والاليات لجذب السياح هي السوشيال ميديا و مواقع التواصل الاجتماعي و الاعياد والمناسبات و المعارض و المقابلات مع الاذاعة والتلفزيون، ويعتبر كوسائل اتصال للتواصل مع جماهيرها.

_ العلاقة بين مديرية السياحة والشركاء الاجتماعيين لترقية السياحة القطاع السياحي تيميمون.

توصلت الدراسة انه لا توجد علاقة بين مديرية السياحة تيميمون و الشركاء الاجتماعيين وتختص بها الدواوين المحلية والوكالات التي تملك علاقات وطيدة مع الشركاء الاجتماعيين وهي عامل لجذب السياح التي تقوم بالتعريف بالموث القايي المادي والامادي جمعيات الاهليل و جمعيات الصناعات التقليدية وجمعيات حماية الفقارة والقصور العتيقة.

الكلمات المفتاحية: أنشطة _ علاقات عامة _ سياحة _ سياحة صحراوية _ ترقية _ تحسين

الملخص باللغة الانجليزية:

Our study aimed to identify the role of public relations activities in promoting and improving desert tourism in the southern Algerian region, in the Directorate of Tourism and Traditional Industries, Timimoun, and to shed light on the effectiveness of these activities in the field of tourism and management. We launch our research from the following problem: The contribution of public relations activities in improving and promoting desert tourism, a field study for the Directorate of Tourism and Traditional Industries, Timimoun? A group of questions emerged from it?

_What are the concepts that express public relations and its activities among the employees of the Timimoun State Tourism Directorate?

_What are the optimal mechanisms and strategies followed by the Timimoun State Tourism Directorate to attract tourists?

_What is the type of relationship between the Tourism Directorate and the social partners to promote the tourism sector in Timimoun state?

In our research, we relied on the descriptive analytical method in the survey part, and the data collection tools were used, which are the questionnaire as a main tool and observation as a secondary auxiliary tool. As for the research community and

the sample, we chose the employees of the Directorate of Tourism and Traditional Industries. As for the sample, it is the comprehensive survey of the study community, which numbered (44 employees), and we reached the following results.

_Concepts that express public relations and its activities among employees of the Timimoun Tourism Directorate.

It is participating in festivals and holidays and participating in training courses to keep pace with the continuous development in the field of tourism, promoting it and improving the services provided (the partnership program between the European Union and Algeria for tourism inspectors).

_The optimal mechanisms and strategies adopted by the Timimoun Tourism Directorate to attract tourists.

Strategies and mechanisms to attract tourists are social media, social networking sites, holidays, events, exhibitions, and interviews on radio and television, and they are considered means of communication to communicate with their audiences.

The relationship between the Tourism Directorate and social partners to promote tourism and the tourism sector in Timimoun. The study found that there is no relationship between the Timimoun Tourism Directorate and the social partners, and it is concerned with local offices and agencies that have close relationships with the social partners, and it is a factor in attracting tourists that introduces the material and intangible rhyme heritage, family associations, traditional industries associations, and associations for the protection of poverty and ancient palaces.

Keywords: activities _ public relations _ tourism _ desert tourism _promotion _ improvement.

1 - قائمة المحتويات .

الصفحة	الموضوع
	الشكر الاهداء ملخص الدراسة باللغة العربية والانجليزية قائمة المحتويات قائمة الاشكال قائمة الجداول
13	مقدمة
15	الفصل الأول: الجانب المنهجي
17	أولاً: إشكالية الدراسة
18	ثانياً: أسباب اختيار الموضوع
18	ثالثاً: أهمية الدراسة
19	رابعاً: أهداف الدراسة
19	خامساً: مفاهيم الدراسة
25	سادساً: نوع الدراسة ومنهجها
26	سابعاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة
27	ثامناً: أدوات جمع البيانات
28	تاسعاً: حدود الدراسة
29	عاشراً: الدراسات السابقة
33	الفصل الثاني : الجانب الميداني
35	تمهيد
36	لمحة عن مديرية السياحة تميمون
40	عرض وتحليل البيانات

61	نتائج الدراسة ومناقشتها
63	خلاصة الفصل
65	خاتمة
66	قائمة المراجع
70	الملاحق

قائمة الاشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
36	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة تيميمون	01

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
40	يوضح توزيع الاستثمارة على مجتمع الدراسة	01
40	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	02
41	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن	03
41	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	04
42	يوضح متغير سنوات الخبرة المهنية	05
43	يوضح متغير اللغة التي تتقنها	06
44	يوضح متغير الوظيفة	07

45	يوضح تواجد العلاقات العامة داخل المديرية	08
46	يوضح الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن فيالمديرية للتعريف بالسياحة بولاية تيميمون	09
47	يوضح مهام جهاز العلاقات العامة او خلية الاعلام في مديرية	10
48	يوضح توظيف جهاز العلاقات العامة في انجاز الاعمال والمهام السياحة في المديرية	11
49	يوضح مستوى استعمال مديرية السياحة لولاية تيميمون لانشطة العلاقة العامة لترويج للسياحة الصحراوية في الولاية	12
50	يوضح كيف يتم نشر الثقافة السياحية للمديرية	13
50	يوضح تبادل المعلومات مع المديرات السياحية الاخرى	14
51	يوضح كيف يتم نشر الوعي السياحي محليا	15
52	يوضح على ما تعتمد المديرية لجلب اكبر عدد ممكن من السياح	16
53	يوضح ما ان كان هناك تفاعل حول ماينشر عن السياحة في الجزائر	17
53	يوضح الوسيلة المستخدمة للتعريف بالمناطق السياحية للولاية	18
54	يوضح هل تقوم ادارة العلاقات العامة في المديرية بترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيميمون على اسس بحثية لقياس واستطلاع رغبات السياح والمتعاملين	19
55	يوضح هل تقوم ادارة العلاقات العامة في مديريتكم بوضع خطط واضحة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيميمون	20
56	يوضح هل تقوم ادارة العلاقات العامة في المديرية بشراء مساحات في وسائل الاعلام المختلفة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيميمون	21

57	يوضح هل تقوم ادارة العلاقات العامة في المديرية بتقويم انشطتها السابقة للعمل عليها لاحقا لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيميمون	22
58	يوضح نوع الاتصال الذي تستخدمه العلاقات العامة بمديرتكم للترويج لزبائنها للسياحة الصحراوية بالولاية	23
59	يوضح هل تحظى التظاهرات السياحة التي تنظمها المديرية بتغطية اعلامية مختلفة	24
60	يوضح هل تقوم مديرتكم باعلان عن خدماتها للزبائن والسياح	25



مقدمة

مقدمة:

تعد السياحة نشاطا طبيعيا يقوم به الانسان وهو التنقل والحركة من مكان الى اخر بغية الترفيه والتخلص من ضغوطات الحياة و العمل واستكشاف مواقع و مناطق تاريخية والشعوب وعادات وثقافتها وتقاليدها والتعرف على تاريخها وما تحتويه من محميات طبيعة فتعتبر قبلة للمغامرين و المستكشفين فقد باتت تعرف على انها السياحة الصناعية لما تحققه من دخل اقتصادي للدول من خلالها فهي تقوم بجذب الاستثمارات الاجنبية ومصدرا للعملة الصعبة وتنمية السوق المحلية وذلك عن طريق شراء المنتجات التقليدية و التذكارية .

والجزائر بدورها تتوفر على مناطق سياحية ذات سمعة عالمية موزعة على جميع انحاء الوطن شرقا وغربا شمالا وجنوبا. لاسيما اذا تعلق الامر بصحرائها المترامية الأطراف، والتي تحمل في طياتها مناظر خلابة وامكانيات طبيعية وتاريخية موروثية أضحت قبلة السياح من جميع انحاء العالم ومن الواحات التي تشتهر بطابعها السياحي هي منطقة تيميمون (الواحة الحمراء) لما لها من إمكانيات وعادات وتقاليد تميزها عن غيرها من المدن والقرى المصنفة ضمن هيئة التراث العالمي اليونيسكو. للعلاقات العامة دور مهم في الترقية وتحسين الخدمات في المؤسسات السياحية من خلال برامجها وانشطتها التي تهدف الى التعرف على المنطقة وعاداتها وتقاليدها المادية والمعنوية و التسهيلات التي تقدمها من تخفيضات ورحلات استكشافية للمناطق الاثرية من خلال الترويج والاشهار عن طريق وسائل الاعلام المختلفة وتقديم العروض الفلكلورية ومعارض للصناعات التقليدية ومهرجانات حول تراث المحلي المعنوي لجذب اكبر عدد من السياح من داخل وخارج الوطن. وعلى هذا الاساس جاء موضوع دراستنا بعنوان . كيف تساهم أنشطة العلاقات العامة في تحسين وترقية السياحة الصحراوية في مديرية السياحة لولاية تيميمون ؟ . وبذلك وفقا للخطة التالية :

الفصل الاول : الفصل المنهجي ، قمنا بالتعريف بموضوع الدراسة من حيث تحديد الإشكالية، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة ، ثم أهداف الدراسة، تحديد مفاهيم الدراسة، ثم تعرضنا الى مجتمع البحث وعينته كما قمنا في هذا الفصل بعرض المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث تحديد مجالات الدراسة، عرض الدراسات السابقة و جوانب التشابه مع دراستنا.

الفصل الثاني : الفصل التطبيقي الميداني ، تم التطرق الى تعريف مديرية السياحة و قد تضمن عرض البيانات، و تحليل و تفسير النتائج عرض النتائج العامة، عن طريق تحديد مختلف التكرارات والنسب المئوية .



الفصل الأول

الفصل الأول: موضوع الدراسة و منهجها

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً : أسباب اختيار الموضوع

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: مفاهيم الدراسة

سادساً: نوع الدراسة ومنهجها

سابعاً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

ثامناً: أدوات جمع البيانات

تاسعاً: مجالات الدراسة

عاشراً: الدراسات السابقة

أولا : اشكالية الدراسة :

تعتبر السياحة من أهم الموارد الاقتصادية الاجتماعية والثقافية و الاستراتيجية للعديد من دول العالم لاحتوائها على مناطق أثرية أو طبيعية تجعلها قبلة للزوار من مختلف دول العالم وهذا القطاع يحتاج إلى الاهتمام المتزايد للنهوض به وخاصة الخدمات والنشاطات التي تقدمها الوكالات السياحية والفنادق والبرامج التي تسطرها الدولة لخدمة هذا المجال .

الجزائر من الدول النامية التي تمتلك العديد من المناطق السياحية، وتراث و آثار يعود تاريخها إلى ما قبل الميلاد. ما يجعلها مزاراً سياحياً هاما في شمال القارة الافريقية لكونها اكبر بلد افريقي وهذه المساحة الشاسعة جعلها تتنوع ثقافا وحضاريا وتعدد العادات والتقاليد والفنون الشعبية والفلكلورية المختلفة واختلاف اللهجات من منطقة الى اخرى وتمتلك ايضا مساحة عابية كبيرة ومناظرها الخلابة وانهارها ما يجعلها موقعا سياحا هامة للجزائر ولكبر مساحتها جعلها تتنوع في حيث المناخ فهناك مناخ متوسطي ومناخ صحراوي .

وتزخر منطقة الصحراء الجزائرية بالعديد من الاماكن الثرية متنوعة وتراثا لامادي متنوع مصنف من طرف منظمة اليونيسكو ومناظر كئبائها الذهبية وابنيها الطينية القديمة التي تساهم في الترويج للسياحة وهذا القطاع يعاني من قلة الاهتمام منذ سنوات مما يحتاج إلى أنشطة العلاقات العامة واستراتيجياتها التي تسمح للساح و محبي الاستكشاف بمعرفة المنطقة وأخذ فكرة عامة عنها وهذا الدور تقوم به العلاقات العامة في جميع المؤسسات وخاصة بالقطاع السياحي. الذي أصبح يحظى باهتمام حول العالم فالعلاقات العامة تعمل على وضع خطط وانشطة لتسهيل وابرار الوجه الحسن للساحة الصحراوية ، ومن هنا نطرح الإشكالية التالية : كيف تساهم أنشطة العلاقات العامة في تحسين وترقية السياحة الصحراوية في مديرية السياحة بولاية تيميمون ؟

❖ تساؤلات الدراسة:

- ماهي المفاهيم التي تعبر عن العلاقات العامة وأنشطتها لدى موظفي مديرية السياحة لولاية تيميمون؟
- ما هي الاليات و الاستراتيجيات المثلى التي تنتهجها مديرية السياحة لولاية تيميمون لجذب السياح ؟

- ما نوع العلاقة بين مديرية السياحة و الشركاء الاجتماعيين لترقية القطاع السياحي لولاية تيميمون؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع:

1- الأسباب الذاتية :

- الاهتمام الشخصي بدراسة الموضوع للتعرف على تطبيق العلاقات العامة في ولاية تيميمون ومؤسساتها
- دور أنشطة العلاقات العامة في تنشيط السياحة وذلك لكثرت تواجد السياح في ولاية تيميمون
- التعرف على طريقة تعامل مديرية السياحة والشركاء الاجتماعيين مع السياح

2- الأسباب الموضوعية:

- كون الموضوع يتمشى مع تخصص العلاقات العامة
- زيادة الاهتمامات البحثية في مجال العلاقات العامة والدور الكبير الذي تحققة أنشطة العلاقات العامة في تكوين صورة جيدة للجماهير
- التهميش الذي يعاني منه قطاع السياحة في الجنوب
- المقومات التي تمتلكها السياحة الصحراوية عامة وتيميمون خاصة من اثار وتقاليد مختلفة ومتنوعة

ثالثا: أهمية الدراسة:

- لدراسة أهمية كبيرة في معرفة مامدى تطبيق العلاقات العامة وأنشطتها في المؤسسات الجزائرية و في الولايات الجنوبية وقطاع السياحة بصفة خاصة من أجل تحسين ودفع بعجلة السياحة الصحراوية وترقيتها. والتي تعتبر موردا اقتصادي واستراتيجي على مستوى دول العالم
- كذلك قلة الابحاث والدراسات السابقة حيث تعتبر الدراسة كمرجع علمي يكن الاستفادة منها في ميدان علم اجتماع علاقات العامة ، بوصفها إضافة علمية في هذا المجال
- كما تعتبر هذه الدراسة ذات اهمية كبيرة وذلك من خلال التأثير الكبير للأنشطة العلاقات العامة على السواح من حيث جذبهم واستقطابهم للمناطق السياحية الصحراوية

رابعاً: أهداف الدراسة:

- دور العلاقات العامة وأنشطتها في المؤسسات الجزائرية
- اسهامات أنشطة العلاقات العامة في ترقية وتحسين قطاع السياحة الصحراوية
- التعريف بأهمية ومكانة السياحة الصحراوية وما تملكه من مقومات
- التعرف على أنواع السياحة ومناطق الجذب السياحي بولاية تيميمون
- ابراز الموروث الثقافي لولاية تيميمون ، والذي عادة ما يكون عامل لجذب السياح

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم من المسائل الهامة و الضرورية في البحث العلمي ذلك لان هناك الكثير من المفاهيم تتشعب في معانيها لذلك علينا تحديد مضامين هذه المفاهيم حتى نزيل والغموض لدي القارئ و قد حددنا مفاهيم الدراسة فيما يلي :

1- تعريف :

1.1 أنشطة :

لغة: من مصدر نشط وبمعنى كل عملية عقلية أو بيولوجية متوقفة على استخدام طاقة الكائن الحي
اصطلاحاً: كل عملية او سلوكية او بيولوجية متوقفة على طاقة الكائن الحي وتمتاز بالتلقائية أكثر من الاستجابة¹.

تعريف النشاط :

لغة : تنتمي كلمة التنشيط إلى الجذر المعجمي (ن، ش، ط) وتفيد لغة حسم المعجم العربي الأساسي
: نشط، نشاط، نشط في عمله.

__ عربي أنشطة أهلية: أي أنشطة المجتمعات الأهلية، وتعني بالإنجليزية *Activité grassroot*.

¹ - اسماعيل ماجد - لبوخ اسامة ، دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل الجمعي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال ، تخصص علاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف لمسيلة ، 2021/2020 ، ص 10

- نشط " المعجم لسان العرب " النشاط : ضد الكسل يكون ذلك في الإنسان، نشط، نشاطنا ونشط إليه.

اصطلاحا : نشاطات هي جمع نشاط والنشاط كلمة تدل على بذل الجهد في ممارسة عمل ينشط له القائم به ويستمتع به، ومن الطبيعي أن هذا النشاط لن يستمر بلا نهاية وبلا هدف بل له زمن ذروة يقل بعده النشاط ويضعف، وله هدف كما أن هذا النشاط يعمل في بيئة مكانية معينة ويتأثر بها وبالوسائل والإمكانات التي توفرها كما تتأثر بالعقبات والصعوبات التي فيها¹.

تعريف اجرائي :

هي عملية سلوكية وعقلية يقوم بها مجموعة من العمال داخل المؤسسة من اجل تحقيق الاهداف والانسجام بين مصلحتها وجاهيرها باستخدام والاتصال بشتى أنواعه.

2. تعريف العلاقات العامة:

للعلاقات العامة عدة تعريفات نذكر منها:

تعريف العلاقات العامة : فهي تتكون من مصطلحين

علاقة : وتعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين الهيئة والجماهير المتعاملة معها وبعبارها هكذا فهي ذات اتجاهين ولها طرفين يتحكمان في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودها

عامة : وتعني بأنها تشمل عموم وكافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها وارتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة

يعرف **قاموس ويبستر العلاقات العامة:**بها تنشيط العمليات الاتصالية ويجاد الثقة بين الشخص ومنظمة او مشروع واشخاص اخرين او جماهير معينة او المجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمية علاقات متبادلة ودراسة ردود الفعل وتقويمها².

تعريف الدكتور حامد زهران: الجهود المقصودة المستمرة والمخططة التي تقوم بها إدارة المؤسسة والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم متبادل وثقة متبادلة، وتأييد متبادل وتعاون متبادل، وعلاقات سليمة

1 - خضار اسمهان ، وقع ممارسة أنشطة العلاقات العامة في الادارة المحلية الجزائرية _ دراسة ميدانية بمديرية الادارة المحلية بأم البواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص علاقات العامة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، 2021/2022 ، ص 11

2 - ياسر عبدالله طيب ، العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية ، د _ ط ، مطبعة ابوعمار ، السودان ، 2019 ، ص 20_ 21

بين المؤسسة وبين الجماهير التي تتعامل معها في داخلها وخارجها عن طريق النشر والإعلام والاتصال الشخصي بحيث يتحقق في النهاية التوافق بين المؤسسة وبين الجماهير الجانبين¹.

اما تعريف جمعية العلاقات العامة الأمريكية : فهو نشاط أي صناعة أو هيئة أو مهنة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها، كالعملاء والموظفين والمساهمين والجمهور العام

تعريف إبراهيم إمام: العلاقات العامة " هي العلم الذي يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون والمحبة والوعي

التعريف بالعلاقات العامة: العلاقات وتشتق عبارة العلاقات العامة من التعبير الانجليزي -Public Relations والذي يعني العلاقات بالجمهور، ، نحاول تحليل هذا المصطلح المكون من كلمتين هما علاقات وعامة.

فكلمة علاقات : تعني حصيلة الصلات والاتصالات التي تتوفر بين هيئة والجماهير المتعاملة معها، وباعتبارها هكذا فهي ذات اتجاهين ولها طرفين يتحكما في هذه الصفات بحيث يشترط قيامها على وجودها.

وكلمة عامة: تشمل عموم وكافة الجماهير المختلفة التي تتصل عملها أو ترتبط مصالحها ونشاطها بالهيئة.

تعريف جمعية العلاقات الدولية العلاقات العامة: وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط. "

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة: العلاقات العامة هي " الجهود الإرادية المقصودة والمخططة والمستمرة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم واستمرار التفاهم والفهم المتبادل بين أي منظمة وجماهيرها "².

1 - عبد الله أحمد عقيلان، ادارة العلاقات العامة، الطبعة الاولى، دار المعنز، الاردن، 2015، ص20
2 - د. بطرس حلاق، العلاقات العامة - ومبادئ الادارة، د- ط، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 17 - 20 - 21

ومن أشمل **التعريفات** ذلك التعريف الذي قدمه د. ريكس هارلو Rex Harlow أحد علماء الاجتماع ومن الممارسين للعلاقات العامة ، بأن وهو العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال وتعاون متبادل والمحافظة عليها بين المؤسسة وجمهورها وتشمل كذلك إدارة المشاكل والقضايا ، وتساعد الإدارة على أن تظل على معرفة بالرأي العامة والاستجابة لها¹.

تعريف اجرائي: هي وظيفة ونشاط اداري يقوم على مجموعة من العمليات الاتصالية التي تعمل على التنسيق والتنظيم خلق جو من التفاهم والتعاون والثقة المتبادلة وتعزيز العلاقات من خلال التخطيط وادارة المشاكل ومعرفة الراي العام باستخدام وسائل الاعلام المختلفة وانها علم يدرس سلوك الافراد والجماعات بين المنظمة او المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي.

3. تعريف السياحة:

لغة: يعني لفظ السياحة "التجوال"، وعبارة ساح في الأرض، تعني ذهب وسار على وجه الأرض..
اصطلاحاً: السياحة ليست ظاهرة ولا نموذجاً صناعياً بسيطاً ، بل هي نشاط انساني يحيط بالسلوك ، واستخدام الموارد والتفاعل مع الآخرين.

وتعرفه **منظمة السياحة العالمية:** بأنها نشاط انساني ، وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم الى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم، لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة، ولا تزيد عن عام كامل، لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل².

تعريف آخر:

لغة: الذهاب في الأرض للعبادة والترهب ، وسَاحَ في الأرضِ يَسِيحُ سِياحَةً وَسُيُوحاً سَيِّحاً وَسَيِّحَاناً، أي ذَهَبَ، وأصلها من سيح الماء الجاري..

اصطلاحاً: السياحة ظاهرة انتقال الافراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير مواطن اقامتهم الدائمة، لفترة لا تقل عن اربع وعشرين ساعة ولأزيد عن سنة، ولأي قصد كان، وما يترتب عن ذلك من اثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وحضارية وإعلامية³.

1 - معاذ احمد عصفور، العلاقات العامة - النشأة - التعريف - المفهوم ، د- ط، دار امجد ، الاردن ، 2014 ، ص 7
2 - ديفل سميحة ، السياحة في القصور الصحراوية ، الندوة الدولية حول _ العمران والسياحة المستدامة _ التنمية السياحية في القصور الصحراوية ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية _ قسم التاريخ والاثار ، جامعة منتوري قسنطينة، 2011/12/07/06، ص 4
3 - ا. عبد السلام بلبالي وآخرون ، واقع السياحة الداخلية في الجزائر ومتطلبات تحقيق تنمية سياحية مستدامة ، مجلة الحقيقة ، العدد03، جامعة أدرية _ درار_ ، 2018/09/30، ص334_ 335

أما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية(O.E.C.D.):

فترى في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع، كما يمكن السياحة على أنها "مجموعة الظواهر الأحداث والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد، والتي لا يكون لها أي ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو المجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان¹.

تعريف اجرائي:

هي ظاهرة ونشاط اجتماعي يقوم به الأفراد قصد تغيير مكان اقامتهم من اجل استكشاف اماكن ومناطق طبيعة واثرية جديدة و الاطلاع على عادات وتقاليد وثقافات الشعوب والتخلص من ضغوطات الحياة وكسر الروتين والترفيه عن النفس ، كما تعتبر السياحة مورد اقتصادي تستفيد منه الدول المستقبلية للسياح مع توفير الوسائل و الإمكانيات لتحقيق الراحة النفسية للزوار.

تعريف السياحة الصحراوية:

ولها عدة تعاريف نذكر منها :

تعريف السياحة الصحراوية: يقصد بالسياحة الصحراوية كل إقامة سياحية في منطقة صحراوية، تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية لهذه البيئة، مرفقة بأنشطة مرتبطة بها من تسلية وترفيه واستكشاف، ويتسم هذا من السباحة بجاذبية خاصة لهواة الطبيعة في المحميات الطبيعية وخارجها وما تحتويه من نقاء و جمال، وكنوز حيوية وتكوينات جغرافية رائعة، وحفريات تسجل عصور التاريخ وصور الحياة فيها عبر ملايين السنين².

تعريف السياحة الصحراوية:

هي نوع من أنواع السياحة الطبيعية، مجالها الصحراء، بما فيها من مظاهر طبيعية تتمثل بتجمعات الكتلان الرملية، الجبال الأودية الجافة والواحات الطبيعية ومن مظاهر بشرية تتمثل في أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة والمنسجمة تماما طبيعة الصحراء، والسائح في هذه الصحراء

¹ - حمزه عبد الحليم درادكه وآخرون ، مبادئ السياحة ، الطبعة الاولى ، مكتبة المجتمع العربي ، الاردن ، 2014 ، ص 18
² - أ. صافي كلثوم ، واقع ومقومات السياحة الصحراوية بالجنوب الغربي _ حالة ولايتي بشار وأدرار ، المؤشر للدراسات الاقتصادية ، العدد 03 ، مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي _ كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة طاهري بشار الجزائر ، 2018 ، ص 60- 61

يعرف أن لها سرّان هما: طعم الحرية المستمد من امتداد سطحها الشاسع الواسع والشعور بالقناعة البساطة هذا السطح، وكلاهما يشعر المرء بأن كل ما في الصحراء ثمين جدا ، وتظهر الطبيعة الصحراوية حول :

الرق الذي هو عبارة عن مساحة واسعة من الحصى والحجارة.

العرق الذي هو عبارة عن رمال شاسعة تمتل خمس الصحراء.

الحماد التي مساحة كبيرة للحجارة الكلسية.

الجبال التي مصدرها بلوري ذات تكوين بركاني.

السيبخت أو الأحواض المغلقة التي تنمو حولها النباتات و الغلال¹.

وكمفهوم آخر للسياحة الصحراوية:

تعرف السياحة الصحراوية بأنها: "السياحة المكرسة لاستكشاف الصحراء، وتستخدم فيها الواحات كنقطة للانطلاق و للوصول".

كما عرفها المشرع الجزائري على أنها "كل إقامة سياحية في منطقة صحراوية، وتقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية، التاريخية والثقافية لهذه البيئة، مرفقة بأنشطة مرتبطة بها من تسلية، ترفيه واستكشاف". أي أنها عبارة عن: "انتقال" الإنسان من بلد إلى منطقة صحراوية طلبا للتنزه، الاستطلاع أو الاكتشاف"².

السياحة الصحراوية (Desert Tourism): هي نوع من أنواع السياحة البيئية (الطبيعية)، مجالها الصحراء بما فيها من مظاهر طبيعية، تتمثل ب: تجمعات الكثبان الرملية الرق والعرق والسيرير والجبال الجرداء والأودية الجافة والواحات الطبيعية والخباري والضايات والقيعان، ومن مظاهر بشرية تتمثل ب أسلوب حياة وثقافة الشعوب الصحراوية المتناغمة والمنسجمة تماما مع طبيعة الصحراء، لتشكل في تفاعلها الطبيعي والبشري هذا نمطا قريبا من أنماط الحياة المألوفة في المدن والأرياف.

¹ - أ. سفيان بن عبد العزيز ، أ. نعية زيرمي ، واقع القطاع السياحي في الجنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره _ دراسة حالة ولاية بشار ، المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية ، جامعة قالمة الجزائر ، 2015/09/08، ص4

² - بوعشة مبارك وآخرون ، مقومات السياحة الصحراوية وسبل تطويرها وتنميتها ، البدائل الادارية الاقتصادية ، العدد1، 2019، ص 141

مع الجفاف الظاهري للصحراء، إلا أنها تمتاز بوجود تنوع بيولوجي هائل، يتمثل بـ: مجموعة كبيرة من أنواع النباتات والحيوانات التي تعيش في أجواء من التكيف والتحاييل¹.

تعريف اجرائي :

هي نوع من انواع السياحة تعتمد على اقامة السياح في منطقة صحراوية لمدة قصيرة بهدف البحث عن الترفيه والتسلية والاستمتاع نقاء و بجمال كثبانها وتكويناتها الجغرافية التي تكونت منذ آلاف السنين واستكشاف الحياة وأسلوب شعوبها التي تمتاز بالبساطة وتعرف على ثقافتهم وتقاليدهم المادية وللإلامادية.

سادسا: نوع الدراسة ومنهجها:

نوع الدراسة:

تتوقف إجراءات الدراسة سواء في جمع البيانات أو تحليلها أو استخلاص النتائج على موضوع البحث وطبيعته ونوعه وكما كانت دراستنا تتمحور حول معرفة: -هل لأنشطة العلاقات العامة مساهمة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية بولاية تيممون؟ وذلك بجمع البيانات الخاصة بآراء الموظفين بالمديرية حول هذه المساهمة، ولاحظنا أن أنسب انواع الدراسات لموضوع دراستنا هي الدراسة الوصفية خاصة وأنها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض الظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآراءه وبالخصوص محيطه العملي. وهي كذلك الطريقة المؤدية للحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتساهم في تحليل الظواهر².

منهج الدراسة:

إن البحث العلمي يرتكز على أعمدة تكون البرانس الذي يهتدي إليه في عملية من خلال المنهج الذي يعد العمود الفقري له بما يحتاجه من دقة ووضوح وكل بحث يحتاج إلى طريق ومسار يمر عبره الا وهو المنهج ولذلك كان يجب علينا اختيار ما يتناسب مع دراستنا للوصول لنتائج تجيب عن الإشكالية المطروحة ، ويشير موريس انجلس في كتابه: " منهجية البحث في العلوم الإنسانية" الى ان

¹ - خليف مصطفى غرابية ، السياحة الصحراوية تنمية الصحراء في الوطن العربي ، الطبعة الاولى ، المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات ، قطر ، 2012. ص22

² - حسين محمد جواد جبوري، مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن -، 2013، ص12.

كلمة منهج ليست مصطلح أحادي المعنى في العلم، ويعرفه بأنه: مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف¹.

وقد اعتمدنا في دراستنا لموضوع: -هل لأنشطة العلاقات العامة مساهمة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية بولاية تيميمون؟ على المنهج الوصفي التحليلي بشقه المسحي، وذلك لتناسبه مع طبيعة الدراسة ومجتمع الدراسة.

يعرف المنهج المسحي على أنه منهج وصفي يعتمد عليه الباحثون للحصول على معلومات وافية ودقيقة يهدف الى وصف ما يجري والحصول على حقائق ذات علاقة بمؤسسة او إدارة².

سابعا: مجتمع البحث وعينية الدراسة:

مجتمع البحث:

يعرف احمد بن مرسلني مجتمع البحث على انه جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، ومجتمع البحث هو المجتمع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة اي هو المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي واختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث ويكون الاختيار عشوائيا او منتظما وهو ما يعرف بالعينة³. وبما أن دراستنا تهدف الى التعرف على: هل يكون لأنشطة العلاقات العامة مساهمة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية بولاية تيميمون؟ ويتكون مجتمع البحث في دراستنا على مجموع العاملين في مديرية السياحة في ولاية تيميمون.

عينة الدراسة:

هي جزء من المجتمع أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي، وتسمى الوحدات التي يتكون منها مجتمع البحث بوحدات المعاينة، فكل عدد من صحيفتها تم اختيارها خاضع للتحليل هو وحدة معاينة. اما . جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها فتسمى مجتمع البحث، وهو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر. إلا انه

¹ - مورييس أنجرس، منهجية البحث العامي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بو شرف، سعيد سبعون، دار القصبية، الجزائر، 2005، ص98.

² - عامر إبراهيم قنديل، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن -، 2008، ص99.

³ - أحمد بن مرسلني، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص169.

يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، ونختار منه عينة البحث¹.

وتعرف العينة **Sample** المستخدمة في البحث العلمي: بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث².

ونظراً لمحدودية وصغر مجتم الدراسة المتكون من 50 موظفاً فإنه قد اعتمدنا في دراستنا على المسح الشامل لغرض حصر جميع مفردات المجتمع بحيث تجمع البيانات عن كل مفردة ويتميز بالشمول وعدم التحيز ودقة النتائج ومعروف عنه انه يحتاج الى الوقت والجهد والتكلفة العالية³.

ثامنا: أدوات جمع البيانات :

ولاتمام عملية البحث يجب لاستعانة بمجموعه من الادوات المناسبة للدراسة ومن بين هذه الادوات الاداة التالية:

الملاحظة: كأداة ثانوية

الاستمارة لقد قمنا بالاستعانة بورقه الاستمار التي تعتبر من اخذ تقنيات البحث العلمي التي يعتمد عليها الباحث للحصول على اجابات تظمن المعلومات الكافية عن المشكلة البحث.

وتعرف الاستبيان :

هو مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة بعضها ببعض الآخر بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى إليها الباحث لحل المشكلة التي اختارها لبحثه⁴.

وتم بناء الاستمارة بالاعتماد على الدراسات السابقة المتوفرة لدينا لصياغة الاسئلة وتمت وفقا لتساؤلات الدراسة واهدافها.وتشاور مع الاستاد المشرف للوقوف على و مدى ملائمتها لجميع

1 - سعد سليمان المشهداني ، منهجية البحث العلمي ، الطبعة الاولى ، دار أسامة ، الاردن ، 2019، ص 85

2 - عامر براهيم قند يجلي، منهجية البحث العلمي، د_ ط، اليازوري ، الاردن ، 2013، ص133

3 - بنية صابرينة ، مطبوعة ، موجهة لطلبة السنة الاولى علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير LMD ، محاضرات في الاحصاء الوصفي (الاحصاء1)، جامعة ابن خلدون تيارت ، 2017/2018 ، ص 16

4 - محمد سرحان علي المحمودي ، مناهج البحث العلمي ، الطبعة الثالثة ، دار الكتب ، اليمن ، 2019، ص 126

البيانات و تقديم النصح والارشاد وتعديلها. واستنادا للملاحظات التي طرحت، تم صياغته الاستمارة في شكلها النهائي مع الاستاد المشرف حيث تضمنت الاستمارة خمسة محاور .

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في مديرية السياحة بولاية تيممون

المحور الثالث: دوافع استخدام أنشطة العلاقات العامة في قطاع السياحة بولاية تيممون

المحور الرابع: مدى ممارسة مديرية السياحة بولاية تيممون لوظائف العلاقات العامة في سبيل ترقية وتحسين السياحة الصحراوية؟

المحور الخامس: الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة التي تستخدمها مديرية السياحة لولاية تيممون لترقية وتحسين السياحة الصحراوية؟

تاسعا :حدود الدراسة :

المرحلة الأولى : يعد تحديد مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية التي يجب توفرها في أي دراسة، فمن خلالها يتم التعرف علي المنطقة التي أجريت بها الدراسة وتاريخ اجرائها، وتعتبر من أهم الخطوات التي يتوقف عليها نجاح أو فشل الدراسة، و قد تم تحديد مجالات الدراسة في:

- المجال المكاني

- 1-المجال الزماني

1- المجال الزمني : ويعني الفترة التي استغرقت في اتمام هذه الدراسة والتي دامت قرابة الستة اشهر من فيفري 2023 الى أوت 2023م من جمع المعلومات و البيانات الأساسية حول موضوع الدراسة وتمثلت في مرحلتين وهي:

المرحلة الاولى: من فيفري 2023 الى جوان 2023تم فيها جمع المادة العلمية وضبط الجانب المنهجي وتحضير أسئلة الاستبيان ومعالجتها مع الدكتور المشرف.

المرحلة الثانية: الانطلاق في الدراسة الميدانية والتطبيقية من خلال الزيارة الميدانية للمديرية السياحة والصناعة التقليدية والاستطلاع،وبعد ذلك توزيع استمارة الاستبيان على الباحثين ثم

مرحلة تفرغ البيانات ثم تحليلها وتفسيرها والتعليق عليها والوصول الى نتائج نهائية وتصحيح الاخطاء المحتملة وضبط الدراسة ونتائجها من بداية شهر جويلية الى اواخر شهر اوت 2023.

2-المجال المكاني: وهي البيئة التي يقوم الباحث بتحديدها، والمكان الذي تمت فيه الدراسة وتم اختيار مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية التطبيقية لموضوع بحثنا الذي يتناول موضوع "مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تحسين وترقية السياحة الصحراوية"

عاشرا: الدراسات السابقة:

ان نمو المعرفة يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله ما هو الا حلقة متصلة ضمن محاولات كثيرة. فكل عمل علمي من هذا القبيل عادة ما تسبقه جهودا أخرى تتجلى في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو مكتبية ونظرا لما للدراسات السابقة من أهمية قصوى في تحديد وتوجيه وتدعيم مسارات البحث العلمي فإن الحاجة أصبحت ملحة لتبيان أهميتها وفائدتها ومن بين أهم الدراسات التي لها صلة بموضوع دراستنا تحت عنوان "مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تحسين وترقية السياحة الصحراوية" نجد الدراسات الآتية والتي تم ترتيبها تنازليا بمراعاة المعيار الزمني ، حيث بدأنا بالدراسات القديمة وصولا الى الجديدة.

الدراسة الاولى:

بوعزة فتيحة وعباس وهيبة ، دور برامج العلاقات العامة في جذب السياحي دراسة ميدانية بولاية جيجل ، سنة 2015 - 2016

حيث تم التطرق في هذه الدراسة الى الاشكالية التالية :

هل لبرامج العلاقات العامة دور في جذب السياحي في جيجل ؟

وقد تفرعت من هذه الاشكالية تساؤلات فرعية كالتالي :

- هل تساهم برامج العلاقات العامة في التعريف بالمناطق السياحية الجاذبية في ولاية جيجل ؟
- هل الجذب السياحي هو احد أشكال السياحة في مختلف البلدان ؟
- هل هذا الدور كفيل بتنمية السياحة بجيجل باعتبار إمكاناتها الطبيعية والاجتماعية ؟

وتسعى هذه الدراسة لتعرف على دور برامج العلاقات العامة في جذب السياحي في جيجل من خلال الاهداف التالية :

- التعرف على برامج العلاقات العامة التي تعنى بالسياحة عامة
 - التعرف على برامج العلاقات العامة التي تعنى بالسياحة والمنطقة بولاية جيجل
 - التعرف على مدى مساهمة برامج العلاقات العامة في استقطاب أكبر قدر ممكن من السياح
 - التعرف على أنواع السياحة و مناطق الجذب السياحي بولاية جيجل
- منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثين على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره أفضل المناهج وصفا للوضع الراهن للظاهرة أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة :

- الاهتمام أكثر بالسياحة واستغلال موارد السياحة التي تزخر بها الولاية
- الحرص على اعطاء معلومات صحيحة وواضحة والاهتمام بالمناطق الجذب السياحي وتحسين الصورة الذهنية لدى السياح
- تخصيص قسم مستقل للعلاقات العامة منفصل عن قسم التسويق .
- ضرورة جلب عمال متخصصين في مجال السياحة والتسويق.

الدراسة الثانية:

عمرابي أسماء وحقاني حليلة ،دور العلاقات العامة في الترويج السياحي وكالة " نجمة " للسياحة والاسفار بمستغانم . نموذجاً . سنة 2016. 2017.

حيث تم التطرق في هذه الدراسة الى الاشكالية التالية :

ما هو الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في الترويج السياحي داخل المؤسسات السياحية ؟ والى أي مدى يمكن الاهتمام بهذا الفرع الاتصالي في الوكالات السياحية الجزائرية ؟

حيث انقسمت الاشكالية الى عدة تساؤلات فرعية جاءت كالتالي :

- ماهية العلاقات العامة بصفة عامة والعلاقات العامة في مجال السياحة بصفة خاصة ؟
 - ماهية الترويج السياحي ؟
 - كيف يمكن للعلاقات العامة أن تؤثر على الخدمات السياحية ؟
 - هل تعتمد المؤسسات السياحية على العلاقات العامة ؟
- وتسعى هذه الدراسة الى تعرف الى دور العلاقات العامة في الترويج السياحي داخل المؤسسات السياحية وذلك من خلال الاهداف التالية :
- اثراء المواضيع ذات القيمة العلمية والفائدة الاجتماعية خاصة تلك المتعلقة استثمار كل من أنشطة اتصال في مجال السياحي عموما ، و العلاقات العامة وانشطتها الترويجية في السياحة خصوصا، وكيفية استفادة منها مستقبلا في مجالنا العملي .
 - معرفة مدى اعتماد المؤسسات السياحية على سياسية الترويج من خلال البرامج الاتصالية واستراتيجيتها ، بحكم حداثة الاهتمام بالمجال السياحي في بلدنا .
 - التحسيس بأهمية ممارسة العلاقات العامة من طرف المنظمات والمؤسسات التي يبدو وكأنها بعيدة عن كل هذا لذلك يجب أن يكون لديها قسم خاص بالعلاقات العامة .

منهج الدراسة :

اعتمدت الباحثين في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهذا لكونه ملائم لوصف واقع ومكانة العلاقات العامة ومعرفة الوسائل الاتصال المستخدمة في مجال العلاقات العامة ومدى اعتماد هذه المؤسسة عليها في تطوير علاقتها العامة وكونه يزود الباحث بمعرفة حقيقية ومفصلة عن الوضع الراهن للظاهرة المعيشة .

الدراسة الثالثة:

مسعي مُجَّد احمد وشتحونة حسام الدين ، دور العلاقات العامة في تنشيط القطاع السياحي - دراسة حالة ولاية الوادي ، سنة 2018/2019 .

حيث تم التطرق في هذه الدراسة الى الاشكالية التالية :

ما مدى تأثير العلاقات العامة على تنشيط القطاع السياحي ؟

التعرف على دور العلاقات العامة في التنشيط القطاع السياحي من خلال الاهداف التالية :

- تنمية الوعي السياحي

- ابراز دور العلاقات العامة في تنمية القطاع السياحي

الاشارة الى أن للعلاقات العامة الدور الرئيسي في الترويج السياحي بصفة عامة

- المساهمة في إعطاء صورة حية عن القدرات السياحية المتوفرة في ولاية الوادي

- السعي لتنمية معارفنا ومحاولة ابراز قدراتنا على التحليل والتعمق في مواضيع السياحة

وقد اعتمد الباحثين في هذه الدراسة على منهجين أساسيين في الدراسة ، وهما المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة ، حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للإحاطة بالجوانب النظرية المتصلة بالعلاقات العامة والسياحة بعدها تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة في تطبيق واسقاط ما توصل اليه شق الجانب النظري على المؤسسة محل الدراسة فقد تم الاعتماد على الاستبيان الذي يهدف الى التعرف على تقييم عينة السياح بالوادي ، في العلاقات العامة المتبادلة معهم ثم قمنا بتحليل النتائج المتوصل اليها إضافة الى جمع المعلومات حول المنطقة الوادي محل الدراسة وقد تمثل مجتمع البحث في فئة من الزوار والسياح الذين يزورون المنطقة وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية حيث تتكون عينة الدراسة من السياح الزائرين للمنطقة اضافة الى الفنادق والمؤسسات السياحية الناشطة في الولاية وتغطيتها لحجم كبير من النشاطات السياحية وقد تم توزيع 45 استبانة

اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي :

- هناك أثر للعلاقات العامة على تنشيط السياحي
- يوجد مستوى مرتفع من الثقة بين السياح ومقدمي الخدمات في ولاية الوادي
- وجود اثر اجابي للعلاقات العامة على تفاعل السياح وذلك من خلال الصورة الحسنة.



الفصل الثاني

أولاً: لمحة حول مديرية السياحة تميمون

ثانياً: عرض النتائج وتحليلها

ثالثاً: نتائج الدراسة

- نتائج الدراسة جزئية

- النتائج العامة في ظل تساؤلات الدراسة

تمهيد:

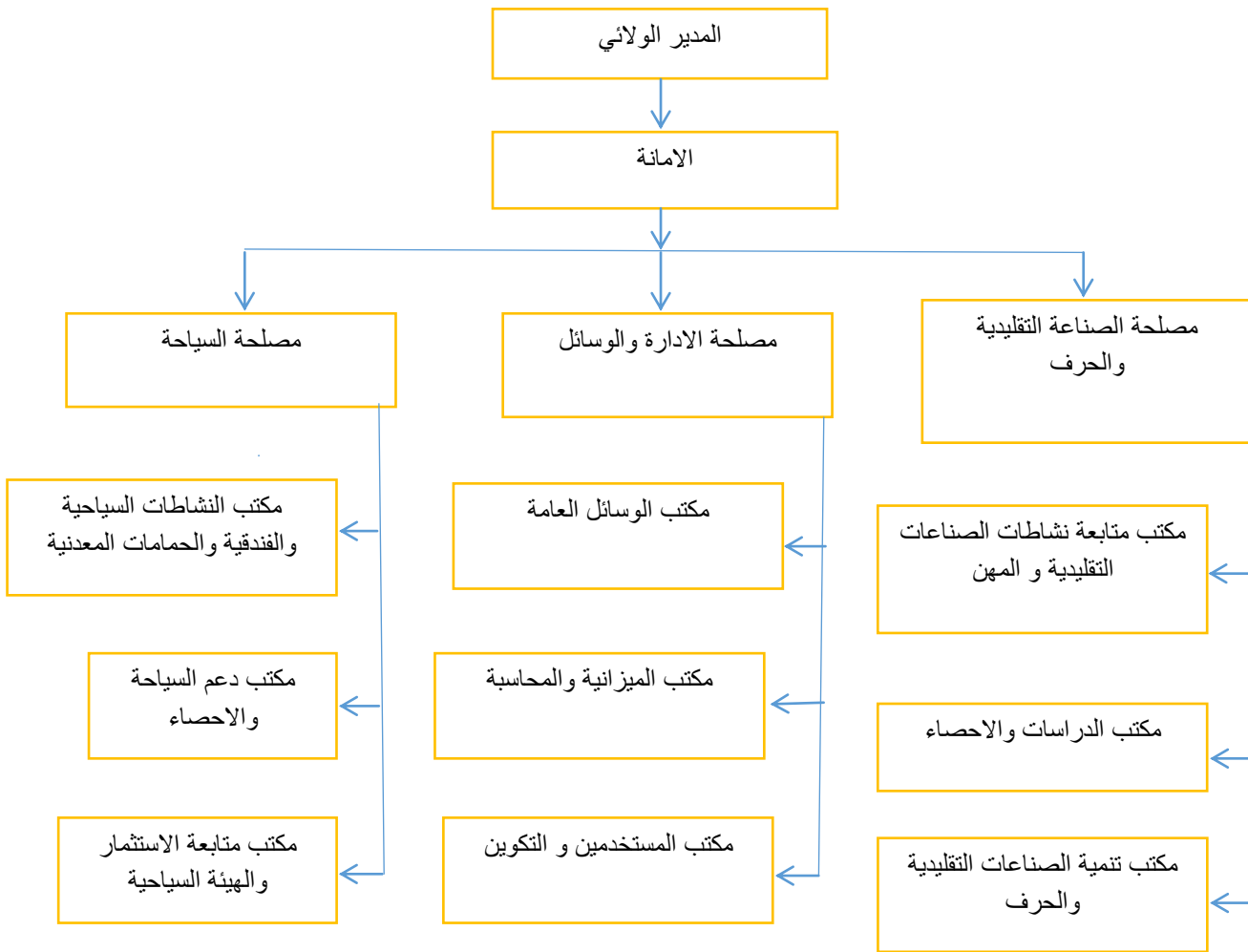
يعتبر الجانب الميداني أو التطبيقي، من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، فمن خلال هذا الفصل سوف نتناول لمحة حول مديرية السياحة تيميمون ومن ثم تحليل بيانات الدراسة الميدانية المتحصل عليها من استمارات الاستبيان. التي تم توزيعها على المبحوثين في مديرية السياحة تيميمون و تبويب الإجابات في شكل جداول بسيطة تحمل التكرارات والنسب المئوية، ثم التعليق عليها كمياً و كيفياً، واخيراً عرض و مناقشة النتائج في ضوء التساؤلات و الأهداف الدراسة.

أولاً: لمحة عن مديرية السياحة تيميمون

1- تعريف مديرية السياحة ولاية تيميمون:

هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تمارس مهامها ضمن اختصاص ولائي ومقرها في حي قوبا التابع لبلدية تيميمون يحدها من الشمال مدرسة قرئية (مدرسة الشيخ عبد الحي الداخيا رحمه الله) مسجد جنوبا مجموعة من السكنات العمومة ومن الشرق مسرح الهواء الطلق ومن الغرب مجموعة من السكنات العمومية وانشأة وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ 20 اكتوبر 2010 الذي يتضمن انشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها

2- الهيكل التنظيمي للمؤسسة



3_ مهام مديرية السياحة والصناعات التقليدية تيميمون

بمقتضى أحكام المرسوم التنفيذي رقم: 10-257 المؤرخ في: 20 أكتوبر 2010 السالف الذكر فإن مديرية السياحة والصناعة التقليدية تكلف بالمهام التالية:

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية
- متابعة تطابق النشاطات السياحية لمقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات السياحية
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن
- توجيه ومتابعة، بالتنسيق مع الهيئات المعنية، مشاريع الاستثمار السياحي
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم وال عمران و تثمين المواقع السياحية
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية
- جمع وتحليل وتوزيع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية
- تشجيع ظهور طلبات سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية وتسويق المنتوجات السياحية المحلية
- دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة والحمامات المعدنية
- السهر على تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية
- ضمان تنفيذ ميزانية التسيير والتجهيز

أ_ في مجال السياحة

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية¹

¹ <https://timimoun.mta.gov.dz> مهام مديرية السياحة تيميمون ، 19/08/2023 ، 10:47

- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقييم نتائجها
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية
- حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشره
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم وال عمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوي التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي
- المشاركة، بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتحديد المعارف وتثمين الموارد البشرية
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي¹

ب_ في مجال الصناعة التقليدية

¹ <https://timimoun.mta.gov.dz> مهام مديرية السياحة تيميمون ، 19/08/2023 ، 10:47

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ودراسة أنشطة الصناعة التقليدية
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفئات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية¹

عرض النتائج وتحليلها

الجدول رقم 01: يبين توزيع الاستمارة على مجتمع الدراسة

بيان لاستمارة	الاستمارة الموزعة	الاستمارة المسترجعة	الاستمارة المفقودة
العدد	50	44	6
النسبة	%100	%88	%12

بعد ان قمنا بتوزيع الاستمارة على كافة مجتمع الدراسة والمقدرة ب50 استمارة مستخدمين بذلك منهج المسح الشامل لجميع الموظفين اعيد منها 44 بنسبة %88 وفقد منها 6 بنسبة %12 وهذا بسبب غياب بعض افراد مجتمع البحث وهذا يعود الى طبيعة عملهم ومختلف العطل والوصول المتأخر للعمل.

المحور الاول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 02 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسب المئوية	التكرار	الجنس
%38.63	17	ذكر
%61.37	27	انثى
%100	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 02 الذي يبين توزيع العينة حسب متغير الجنس حيث نلاحظ ان نسبة 61.37 % ما يعادل 27 عامل من الفئة المبحوثة انهم اناث ، و نسبة 38.63 % ما يقارب 17 عامل من الذكور. يتضح من القراءة النسبية ان العنصر الانثوي اكبر من العنصر الذكوري وهذا راجع تغير الاتجاه نحو عمل المرأة و الى سياسة الدولة و الجمعيات الدولية التي فتحت المجال امام العنصر النسوي الذي اقتحم جميع ميادين ومجالات المهنة ، وازيادة القبول الاجتماعي لدورها القيادي، في المجتمعات العربية.

الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
34.09%	15	من 20 الى 35 سنة
52.28%	23	من 36 الى 50 سنة
13.63%	6	من 51 فما فوق
100%	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 03 يتضح لنا أن أغلبية العمال داخل مديرية السياحة والصناعات التقليدية تتراوح أعمارهم من 36 الى 50 سنة حيث قدرت نسبتهم %52.28 في حين قدرت الفئة العمرية من 20 إلى 35 بنسبة %34.09 وتأتي أقل فئة من 50 فما فوق بنسبة %13.63.

-من خلال النسب الموضحة في الجدول يتضح لنا ان اغلب الموظفين من فئة الشباب حيث يرجع هذا التباين كون ان المديرية تجمع بين الشباب والخبرات وتعتبر الاكثر طلبا للعمل لمتلاكها الابتكار والابداع والحماس ويرجع هذا كذلك ايضا الى ان هذه الفئة السنوية من 36 الى 50 ومن 20 الى 35 كونها من اكثر الفئات طلبا للعمل، في حين نجد فئة المبحوثين من 51 فما فوق اقل نسبة الى انهم يعتبرون عناصر خيرة داخل المديرية يستفيد منهم الشباب.

الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي .

النسب المئوية	التكرار	المستوى
15.91%	7	متوسط
18.18%	8	ثانوي
29.54%	13	جامعي
22.73%	10	دراسات عليا
13.64%	6	تكوين مهني
100%	44	المجموع

يشير الجدول 04 الى المستوى التعليمي حيث وجدنا بأن نسبة موظفي المديرية من خريجي الجامعات نسبة 29% أي ما يقارب 13 موظفاً، أما المستوى الدراسات العليا فقد قدرت بـ 22.73% أي ما يعادل 10 موظفاً، والموظفين الذين لهم مستوى ثانوي ومتوسط 34.09% أي ما يعادل 15 موظفاً ، ومستوى تكوين مهني 13.64% أي ما يعادل 6 موظفين.

- من خلال القراءة الكيفية للجدول نجد ان اغلب افراد العينة لديهم مستوى جامعي ودراسات عليا وهذا راجع الى متطلبات التوظيف التي تسعى لتحسن الاداء والكفاءة في العمل ويعود ضعف نسبة المستويات الاخرى (ثانوي، متوسط، تكوين مهني) فهم مكلفون بالاعمال الشاقة والعمال في الخلية التقنية والسياسة الى غير ذلك.

الجدول رقم 05 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة المهنية (الاقدمية) في الوظيفة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
من 5 سنوات فما فوق	7	15.91%
من 10 سنوات فما فوق	12	27.27%
من 15 سنة فما فوق	10	22.73%
من 20 سنة فما فوق	15	34.09%
المجموع	44	100%

يتبين من خلال الجدول 05 ان اغلب الموظفين من العينة خبرتهم المهنية من 10 سنوات فما فوق الى 20 سنة فما فوق الفئات الثلاثة بنسبة 84.09% اي ما يعادل 37 موظف، والذين لديهم من 05 سنوات فما فوق بنسبة 15.91% ما يعادل 7 موظف.

- من خلال الحصيلة يتضح لنا ان اغلبية الموظفين خبرتهم من 10 سنوات فما فوق الى 20 سنة فما فوق وهذا يشير الى ان الخبرة الطويلة في العمل مطلوبة في المؤسسات الجزائرية بكثرة وهي

تزيد من قدرة على التحكم الجيد في شؤون العمل، وعدم الوقوع في الاخطاء والسرعة في الاداء.

الجدول رقم 06: بين توزيع العينة حسب متغير اللغة التي تتقنها

اللغة المتقنة	التكرار	النسبة المئوية
العربية	16	36.36%
الانجليزية	6	23.64%
الفرنسية	14	31.82%
الثلاثة معا	8	18.18%
المجموع	44	100%

يوضح لنا الجدول 06 ان اللغة المستخدمة من قبل المبحوثين هي اللغة العربية بنسبة 36 % والفرنسية بنسبة 31% واما اللغة الانجليزية 23% والموظفين الذين يستخدمون الثلاثة معا فهي 18.18%.

من خلال هذا يتضح لنا ان اللغة المستخدمة العربية والفرنسية وهذا راجع الى طبيعة العمل في المديرية والمعاملات الادارية، و التعامل مع السياح و الشكاوي من طرفهم وللغة الانجليزية التي تسعى الدولة لي جعلها اللغة الثانية في التعليم المؤسسات الادارية في الجزائر، فاللغات الثلاثة معا مهمة في المجال السياحي.

الجدول رقم 07: جدول بين توزيع العينة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مسؤل	2	4.55
رئيس مصلحة	3	6.82
رئيس مكتب	9	20.45
مكلف بالاتصال	8	18.18
مكلف بسياحة	7	15.91
عامل	12	27.27
تقني	3	6.82
المجموع	44	100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 07 ان اكبر نسبة تمثلت ب 27.27% ما يقارب 12 موظف ثم تليها نسبة 27.27% رؤساء مكاتب ومصالح، ثم تليها نسبة 18.18% مكلفين بالاتصال وهم 8 موظفين واما نسبة 15.91% مكلفين بسياحة وهم 7 ونسبة 4.55% مسؤولين وهم 2 موظفين وفي الاخير نسبة 6.82% تقنيين وهم 8 موظف.

من خلال قراءة النسب نجد انها متباينة و اكبر عدد يتمثل من صنف العمال وهذا راجع الى طبيعة عمل الادارة والذي يتطلب عدد معتبر من هذه الفئة من اجل تسيير مهامها بشكل منتظم ثم تليها فئة رؤساء المكاتب والمصالح لتسيير المعاملات الادارية بمكاتبهم نظرا لمكانتها الوظيفية حيث يعملون على تنظيم العمل وجودة التسيير، و المكلفين بالاتصال لها دور مهم في المديرية التعمل على العريف بالمؤسسة، والمكلفين بالسياحة فيقتصر عملهم على المراقبة وتقييم المؤسسات الفندقية وغيرها من المهام السياحية وفئة المسؤولين اقل فئة مع التقنيين نظرا لمحدودية المناصب داخل المديرية.

المحور الثاني : أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في مديرية السياحة بولاية تيممون

الجدول رقم 08: يوضح تواجد العلاقات العامة داخل المديرية.

هل يوجد جهاز علاقات عامة في مديريتكم		السؤال
النسبة المئوية	التكرار	البدائل
00%	00	نعم
100%	44	لا
100 %	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 08 نجد ان المبحوثين الذين اجابو بنعم 00% والذين اجابوب لا 100% اي جميع العاملين.

- يتضح لنا من النسب انه لا يوجد جهاز للعلاقات العامة داخل المديرية وكانت الاجابة لا وهذا مؤشر غير جيد بالنسبة للمديرية ،حيث يعكس هناك عدم اهتمام والمعرفة بدور العلاقات العامة في المؤسسات ولكن يوجد بديل للعلاقات العامة في المديرية وهي خلية الاعلام التي تقوم ببعض ادوار العلاقات العامة مثل التعريف بالمؤسسة والاستماع لانشغالات الموظفين والسياح وغير ذلك من المهام.

الجدول رقم 09: بين الجدول الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن في مديرتكم للتعريف بالسياحة الصحراوية بولاية تيممون.

من هي الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن في مديرتكم للتعريف بالسياحة الصحراوية بولاية تيممون.		عبارة
النسبة المئوية	التكرار	الجهات
100%	44	مكلف بالاعلام والاتصال
00%	00	مختص في العلاقات العامة
00%	00	ادارة المديرية
00%	00	مسؤلوا السياحة في المديرية
00%	00	موظفو المديرية
100%	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 09 يتضح لنا ان نسبة 100% من المبحوثين اجابو بان الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن في المديرية للتعريف بالسياحة الصحراوية بولاية تيممون هم الموظفين المكلفين بالاعلام والاتصال والجهات الاخرى بنسبة 00% .

- يتضح من هذه النسب ان المكلفين بالتعريف بالسياحة و الاتصال بالزبائن عن طريق الوكالات السياحة الفنادق هم خلية الاعلام والاتصال الموظفين الاخرين لديهم مهمات اخرى مثل التنظيم والمراقبة اعداد التقارير السنوية والشهرية للوزارة.

الجدول رقم 10 بين الجدول مهام جهاز العلاقات العامة أو خلية الاعلام في مديريتكم؟.

السؤال الخيارات		ماهي مهام جهاز العلاقات العامة أو خلية الاعلام في مديريتكم؟.
النسبة المئوية	التكرار	
%25	11	تطوير الاتصال الداخلي
%34.91	15	التعريف بالمديرية
%40.09	18	تحسين العلاقات الخارجية
%100	44	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 10 ان نسبة %40.09 أجابو على ان مهام خلية الاعلام والاتصال في المديرية هي تحسين العلاقات الخارجية وهم 18موظف ، ثم نسبة %34.91 اجابو بأن مهمته التعريف بالمؤسسة وهم 15 موظف ونسبة %25 كانت تطوير الاتصال الداخلي للمديرية وهم 11 موظف.

من خلال للنسب الموضحة في الجدول نجد ان مهام خلية الاعلام والاتصال هي تحسين العلاقات الخارجية بنسبة اكبر مع الفنادق والوكالات السياحية والجمعات التراث والسياحة وفي المرتبة الثانية جاءت نسبة التعريف بالمؤسسة عن الاعلانات والشسوشال ميديا وفي الاخير تطوير الاتصال الداخلي الذي يحظى بهتمام اقل.

الجدوول رقم 11: يوضح الجدول هل يتم توظيف جهاز العلاقات العامة في انجاز الاعمال والمهام السياحية في مديريتكم؟.

هل توظفون جهاز العلاقات العامة في انجاز الاعمال والمهام السياحية في مديريتكم؟.		العبارة
النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
00%	00	دائما
00%	00	احيانا
100%	44	نادرا
100%	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول 11 ان توظيف جهاز العلاقات العامة في المديرية بنسبة 100% بمعنى جميع العمال اجابو بنادرا، ونسبة دائما واحيانا كانت معدومة ب 00%.

- نستنتج من خلال النسب عدم استخدام جهاز العلاقات العامة يعود لعدم وجوده في المديرية و الاكتفاء بخلية الاعلام والاتصال.

- المحور الثالث: دوافع استخدام أنشطة العلاقات العامة في قطاع السياحة بولاية تيممون

- جدول رقم 12 : يوضح الجدول مستوى استعمال مديرية السياحة لولاية تيممون لأنشطة العلاقات العامة لترويج للسياحة الصحراوية في الولاية؟.

مستوى استعمال مديرية السياحة لولاية تيممون لأنشطة العلاقات العامة لترويج للسياحة الصحراوية في الولاية؟.		عبارة البدائل
النسبة المئوية	التكرار	
6.82%	3	منخفض
59.09%	26	عالي
34.09%	15	متوسط
100%	44	المجموع

يتضح لنا من الجدول 12 ان مستوى استعمال مديرية السياحة لانشطة العلاقات العامة لترويج للسياحة بالولاية عالية بنسبة 59.09% وهم 26 موظف ومتوسطة بنسبة 34.09% وهم 15 موظف، و نسبة 6.82%منخفضة وهم 3 موظفين.

من خلال النسب نجد ان استعمال انشطة العلاقات العامة في مديرية السياحة عالية من خلال المعارض و المشاركة في المهرجانات (الاهليل - الرقصات الفلكلورية - القرقابو، البارود) و الاعياد (اليوم الوطني للسياحة - عيد الزربية 2022) والصالون الوطني للسياحة والصناعات التقليدية و المواقع الإلكترونية وصفحة الفيس بوك.وفقا لما قاله مفتش السياحة عبيدي.و الدورات التدريبية.

الجدول رقم 13 : يوضح الجدول كيف يتم نشر الثقافة السياحية للمديرية من خلال.

كيف يتم نشر الثقافة السياحية للمديرية من خلال.		عبارة الخيارات
النسبة المئوية	التكرار	
20.45%	9	ندوات
47.73%	21	مطويات
31.82%	14	برامج وحملات توعوية
100 %	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول 13 ان نسبة 47.73 % من المبحوثين ما يقارب يرون بانه يتم نشر الثقافة الاتصالية عن طريق المطويات وهم 21 موظفا، ونسبة 31.82 % يرون انه يتم ذلك ببرامج وحملات التوعوية وهم 19 موظفا، ونسبة 20.45 % يرون ذلك في الندوات وهم 9 موظفا.

-من خلال النتائج نستخلص انه يتم نشر الثقافة السياحية للمديرية من خلال المطويات وبرامج وحملاتتوعوية بنسبة اكبر لسهولة النشر والتوزيعها على السياح اكثر من الندوات التي تحتاج الى تنظيم وقاعات و شخصيات.

الجدول رقم 14 : جدول يوضح تبادل المعلومات مع المديرية السياحية الأخرى.

هل هناك تبادل المعلومات مع المديرية السياحية الأخرى؟.		عبارة الخيارات
النسبة المئوية	التكرار	
88.64%	39	نعم
11.36%	5	لا
100 %	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول 14 ان الاغلبية الموظفين يؤكدون بان هناك تبادل معلومات مع المديرات الاخرى في مختلف ربوع الوطن بنسبة 88.64% وهم 39 موظف من المبحوثين ، ونسبة 11.36% وهم 5 موظف اجابوا لا.

من خلال قرائتنا للنتائج نجد ان تبادل المعلومات مع المديرات حول الوطن من اجل تبادل الخبرات وسياسات العمل داخل وخارج المديرية وانشاء علاقات وطيدة معها.

الجدول رقم 15: يوضح الجدول كيف يتم نشر الوعي السياحي محليا عن طريق

العبارة		الخيارات
كيف يتم نشر الوعي السياحي محليا عن طريق ؟.		
النسبة المئوية	التكرار	
11.36%	5	ندوات
38.64%	17	برامج اذاعية
50%	22	سوشيال مديا
100	44	المجموع

يتضح لنا من الجدول رقم 15 ان نسبة 50% وهم 22 موظف من المبحوثين اشارو بانه يتم نشر الوعي السياحي محليا عن طريق السوشيال مديا، ونسبة 38.64% وهم 17 موظف اشارو الى البرامج الاذاعية، ونسبة 11.36% وهم 5 موظفين عن طريق بالندوات.

من القراءة للنتائج نجد انه يتم الاعتماد على السوشيال مديا وذلك لسرعتها وسهولة الوصول اليها من طرف المستخدمين والاذاعة المحلية التي تعتمد على اللغة البسيطة والمنتشرة في شرائح المجتمع (متقف، متعلم، امي) ولا تحتاج الى القراءة والكتابة والندوات كأخر عنصر تعتمد عليه المديرية لنشر الثقافة السياحية كما هو موضح في الجدول رقم 15.

الجدول رقم 16: يوضح الجدول على ماذا تعتمد المديرية لجلب اكبر عدد ممكن من السياح من خلال.

البدائل		العبارة
		على ماذا تعتمد المديرية لجلب اكبر عدد ممكن من السياح ؟
النسبة المئوية	التكرار	
34.09%	15	الاشهار
65.91%	29	المطويات
00%	00	تخفيضات (تسهيلات)
100%	44	المجموع

يتضح لنا من خلا الجدول رقم 16 ان نسبة 65.91% ما يعادل 29 موظف، ان المديرية تعتمد على جلب السياح على المطويات، ونسبة 34.09% ما يعادل 15 موظفا يرون ان الاشهار يجلب عدد كبير من السياح، ونسبة منعدمة ترى ان التخفيضات ليس لها دور.

نستج من هذه النسب ان المديرية تعتمد على جلب السياح على المطويات والاشهار عبر مختلف صفحاتها الالكترونية وتستخدم فية اللغات الانجليزية والفرنسية والعربية ونسبة معدومة على التخفيضات وهذا يرجع الى التخفيضات ليس من مهامها بل هو من مهام الوكالات السياحة والفنادق، فدورها التنظيم والسيير.

الجدول رقم 17 : بين الجدول هل هناك تفاعل حول ما ينشر عن السياحة في الجزائر.

هل هناك تفاعل حول ما ينشر عن السياحة في الجزائر؟.		عبارة الخيارات
النسبة المئوية	التكرار	
90.91%	40	نعم
9.09%	4	لا
100%	44	المجموع

يتضح لنا من الجدول رقم 17 ان نسبة 90.91% وهم 40 موظف من المبحوثين أجابو نعم هناك تفاعل حول ما ينشر عن السياحة في الجزائر، ونسبة 9.09% وهم 4 موظفين ب لا يتفاعلون. من قراءة النتائج والنسب نجد ان هناك تفاعل حول ما ينشر عن السياحة في الجزائر وهذا ما عبرت عنه النسب، ما يزيد من الوعي و الثقافة السياحية لدى الموظفين .

الجدول رقم 18: يوضح الجدول التعريف بالمناطق السياحية للولاية باستخدام.

التعريف بالمناطق السياحية للولاية باستخدام؟.		عبارة الخيارات
النسبة المئوية	التكرار	
00%	0	التلفزيون
20.45%	9	الاذاعة
79.55%	35	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	44	المجموع

من خلال الجدول 18 نجد ان اغلبية المبحوثين من الموظفين بنسبة 97.55%، ان التعريف بالمناطق السياحية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 20.45% تم ذلك عن طريق الاذاعة، ونسبة معدومة التلفزيون.

يتضح لنا من النسبان التعريف بالمناطق السياحة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وذاك لسهولة استخدامها والوصول اليها من طرف المتابعين، وللاذعة دورها ايضا في التعريف بالاماكن السياحية للمنطقة، اما التلفزيون يقوم بذلك كخدمة اجتماعية تفيد المواطنين لمعرفة بلدهم وما تحويه من اثار وتراث.

المحور الرابع: مدى ممارسة مديرية السياحة بولاية تيممون لوظائف العلاقات العامة في سبيل ترقية وتحسين السياحة الصحراوية؟

الجدول رقم 19: يوضح هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم ترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون على أسس بحثية لقياس واستطلاع رغبات السياح والمتعاملين؟.

العبارة		الخيارات
هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم ترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون على أسس بحثية لقياس واستطلاع رغبات السياح والمتعاملين؟.	التكرار	
النسبة المئوية		
45.45%	20	احيانا
50%	22	دائما
4.55%	2	نادرا
100%	44	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 19 ان نسبة 50% ما يعادل 22 موظفا من المبحوثين ان هان اسس بحثية واستطلاعات رغبات السياح والمتعاملين لتحسين وترقية السياحة ب دائما، ونسبة 45.45% من الموظفين ب احيانا وهم 20 موظفا، ونسبة 4.55% وهم موظفين بانها نادرا.

يتضح لنا مكن خلال النسب انه هناك اسس بحثية واستطلاعات رغبات السياح والمتعاملين لترقية والحسين الخدمات السياحية، مثل اعداد التقارير حول الفنادق والمطاعم وقيام بحوث مراقبة الجودة و المعايير داخل هذه المؤسسات الفندقية والوكالات السياحية للصهر على راحة المقيمين والسياح الاجانب .

الجدول رقم 20 : بين هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بوضع خطط واضحة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

العبارة		الخيارات
هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بوضع خطط واضحة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.		
النسبة المئوية	التكرار	
00%	00	دائما
22.73%	10	احيانا
77.27%	34	نادرا
100%	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 20 ان نسبة 77.27% وهم 34 موظفا من المبحوثين اجابو العلاقات العامة لاتوم بوضع خطط لترقية وتحسين السياحة، ونسبة 22.73% وهم 10موظفين ب نادرا، ونسبة 00% اجابو ب احيانا.

من خلال النسب نستنتج لوجود للخطط لترقية وتحسين السياحة من صرف العلاقات العامة ويعود ذلك لعدم وجود جهاز للعلاقات العامة كما اشرنا اليه سابقا في الجدول رقم 8 وهذا ما يفسر ان اغلبية الموظفين اجابوا ب نادرا .

الجدول رقم 21 بين الجدول هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بشراء مساحات في وسائل الاعلام المختلفة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

العبارة		الخيارات
هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بشراء مساحات في وسائل الاعلام المختلفة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.	التكرار	
النسبة المئوية	00%	دائما
	4	احيانا
	40	نادرا
	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 21 ، نجد ان نسبة 90.91% ما يعادل 40موظف من المبحوثين ان المديرية لاتشتري مساحات في وسائل الاعلام لتحسين وترقية السياحة، ونسبة 9.09 % وهم 4موظفين ب نادرا، ونسبة 00%اجابو دائما.

من القراءة الكيفية للجدول ان مديرية السياحة لاتقوم بشراء مساحات وسائل الاعلام لتحسين وترقية السياحة وهي تعتمد على السوشيال ميديا اكثر لسهولة الاستخدام كما هو موضح في الجدول رقم 15 وهذا يوضح النسبة الكبيرة التي اجابت ب نادرا.

جدول رقم 22: يوضح هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بتقويم أنشطتها السابقة للعمل عليها لاحقا لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

الخيارات		عبارة
النسبة المئوية	التكرار	هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بتقويم أنشطتها السابقة للعمل عليها لاحقا لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟..؟
68.18%	30	دائما
25%	11	احيانا
6.82%	3	نادرا
100%	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 22 ان المديرية تقوم بتقويم انشطتها السابقة وذلك بنسبة 68.18 % وهم 30 موظف من المبحوثين، وبنسبة 25% وهم 11 موظف اجابوا ب احيانا، وبنسبة 6.82 % وهم 3 موظفين ب نادرا.

من خلال قرائتنا للنسب نجد ان المديرية تقوم ب تقييم انشطتنا السابقة من اجل تحسين السياحة وترقيتنا من خلال اعداد التقارير وتقييم عمل الفنادق والوكالات السياحية ومحطات الاستراحة والمخيمات للصهر على راحة السياح، وهذا مايفسر النسبة الكبيرة التي اجابت ب دائما و احيانا.

المحور الخامس: الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة التي تستخدمها مديرية السياحة لولاية تيممون لترقية وتحسين السياحة الصحراوية؟.

الجدول رقم 23: يوضح نوع الاتصال الذي تستخدمه العلاقات العامة بمديرتكم للترويج لزبائنها للسياحة الصحراوية بالولاية؟.

اي نوع من الاتصال تستخدمه العلاقات العامة بمديرتكم للترويج لزبائنها للسياحة الصحراوية بالولاية؟.		العبارات
التكرار	النسبة المئوية	
00	%00	الاتصال الشخصي
7	%15.91	الاتصال السمعي (الاذاعة)
00	%00	الاتصال السمعي البصري (التلفزيون)
00	%00	وكلاء السياحة
17	%38.64	مواقع التواصل الاجتماعي
20	%45.45	الاعیاد والمناسبات
44	%100	المجموع

يوضح الجدول رقم 23 ان نسبة 45.45% وهم 20 موظف من المبحوثين اجابو بأن الاتصال المستخدم للترويج للسياحة هي الاعیاد والمناسبات، ونسبة 38.64% وهم 17 موظفا اجابو ب مواقع التواصل الاجتماعي، و بنسبة 15.91% وهم 7 موظفين اجابو ب الاذاعة، ونسبة 00% للخيارات الاخرى.

يتضح لنا ان الاتصال الذي تستخدمه المديرية لترويج للسياحة هو الاعیاد والمناسبات و خاصة في الموسم السياحي و الحفلات الفلكلورية و مهرجان اهليل و غيرها من الاعیاد المحلية والوطنية وايضا

مواقع التواصل الاجتماعي التي اصبحت في متناول الجميع و للاذاعة دور في الترويج لكن بنسبة اقل وذلك لستخدامها اللغة المحلية للمنطقة.

الجدول رقم 24: يوضح هل تحظى التظاهرات السياحية التي تنظمها مديرتكم بتغطية إعلامية مختلفة؟.

العبارة		الخيارات
هل تحظى التظاهرات السياحية التي تنظمها مديرتكم بتغطية إعلامية مختلفة؟.		
النسبة المئوية	التكرار	
9.09%	4	دائما
36.36%	16	احيانا
54.55%	24	نادرا
100%	44	المجموع

يوضح الجدول رقم 24 ان نسبة 45.55% من المبحوثين وهم 24 موظف اجابوا نادرا ماتحظى بتغطية اعلامية مختلفة ، ونسبة 36.36% وهم 16 موظفا اجابوا ب احيانا، ونسبة 9.09% وهم 4 موظفين اجابوا ب ادائما .

مايوضحه الجدول نجد ان التظاهرات التي تنظمها المديرية لاتحظى بالتغطية الاعلامية المختلفة الا نادرا و احيانا عن طريق الاذاعة المحلية و التلفزيون وليس دائما.

الجدول رقم 25: يوضح هل تقوم مديرتكم بالإعلان عن خدماتها للمتعاملين والسياح؟.

هل تقوم مديرتكم بالإعلان عن خدماتها للزبائن والسياح؟.		العبارة
النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
50%	22	دائما
27.27%	12	احيانا
22.73%	10	نادرا
100%	44	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 25 ان نسبة 50% وهم 22 موظفا من العينة، اجابوا ب دائما المديرية تقوم بلاعلان عن خدماتها للزبائن والسياح ، ونسبة 27.27 % وهم 12 موظفا اجابوا ب احيانا، ونسبة 22.73% وهم 10 موظفين اجابوا ب نادرا.

من خلال قراءة النتائج نرى ان المديرية تقوم بلاعلان عن خدماتها للمتعاملين وخاصة الوكالات السياحية والفنادق والمخيمات السياحية والاستراحات وهذا مادلت عليه النسبة الاكبر ب دائما، فهي مسؤولة عن حماية حقوق السياح والمتعاملين والصهر على راحتهم داخل الولاية.

ثانيا: نتائج الدراسة:

النتائج الجزئية:

بعد تفرغ النتائج وتحليلها توصلت دراستنا الى مجموعة من النتائج وجاءت على النحو التالي:

المحور الاول:

_ اغلب موظفي مديرية السياحة والصناعات التقليدية اناث.

_ الفئة العمرية من 36 الى 50 سنة هي اكثر فئة عاملة داخل المديرية.

_ خرجي الجامعات والدراسات العليا اكثر موجودة في المديرية.

_ الاكثر خبرة في المديرية هم من 20 سنة فما فوق.

_ اللغة الاكثر استخداما في المديرية هي العربية.

_ ارتفاع نسبة العمال داخل المديرية.

المحور الثاني:

_ لا يوجد جهاز العلاقات العامة في مديرية السياحة والصناعات التقليدية تيميمون والبديل هي خلية الاعلام والاتصال.

_ الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن في مديرية السياحة والصناعات التقليدية للتعريف بالسياحة الصحراوية بولاية تيميمون هم المكلفون بالاعلام والاتصال.

_ مهام جهاز العلاقات العامة او خلية الاعلام والاتصال هي تحسين العلاقات الخارجية.

_ نادرا ما يتم توظيف جهاز العلاقات العامة في انجاز الاعمال والمهام السياحية في المديرية.

المحور الثالث:

_ مستوى استعمال مديرية السياحة لولاية تيميمون لانشطة العلاقات العلامة لترويج للسياحة عالية.

_ يتم نشر الثقافة السياحة للمديرية من خلال المطويات.

_ يتم تبادل المعلومات مع مديريات السياحة الاخرى بنسبة 88 بالمئة.

__ يتم نشر الوعي السياحي المحلي عن طريق السوشيال مديا.

__ هناك تفاعل حول ماينشر عن السياحة في الجزائر.

__ يتم العريف عن المناطق السياحية للولاية عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الرابع:

__ تقوم ادارة العلاقات العامة بترقية وتحسين السياحة على اسس بحثية لقياس واستطلاع رغبات السياح و المتعاملين.

__ نادرا ماتقوم ادارة المديرية بوضع خطط واضحة لترقية وتحسين السياحة.

__ لاتقوم المديرية بشراء مساحات في وسائل الاعلام المختلفة.

__ دائما ماتقوم المديرية بتقويم انشطتها السابقة للعمل عليها لاحقا لترقية وتحسين السياحة.

المحور الخامس:

__ الاعياد والمناسبات هو الاتصال الذي تستخدمه المديرية للترويج لمتعاملها للسياحة بالولاية.

__ نادرا ماتحظى التظاهرات السياحية التي تنظمها المدجيرية بتغطية اعلامية مختلفة .

__ دائما ماتقوم المديرية بالاعلان عن خدماتها للمتعاملين والسياح.

النتائج العامة في ضوء التساؤلات:

خلصت الدراسة ان مديرية السياحة تيميمون لاتملك جهازا للعلاقات العامة ك كيان مستقل داخل المديرية حيث تعبر عنه مجموعة من النشاطات.

- المفاهيم التي تعبر عن العلاقات العامة وانشطتها لدى موظفي مديرية السياحة تيميمون.

توصلت الدراسة الى ابرز النشاطات التي تمارسها مديرية السياحة تيميمون هي المشاركة في المهرجانات (الاهليل) والاعياد (اليوم الوطني للسياحة _ عيد الزريبة _ والصالون الوطني للسياحة والصناعات التقليدية) المشاركة في الدورات التكوينية لمواكبة التطور المستمر (برنامج الشراكة بين الاتحاد الاروربي والجزائر للمفتشين السياحيين.

- الاليات و الاستراتيجيات المثلى التي تنتهجها مديرية السياحة تيميمون لجذب السياح.
خلصت الدراسة الي مجموعة من الاستراتيجيات والاليات لجذب السياح وهي السوشيال ميديا و
مواقع التواصل الاجتماعي(الفيس بوك) و الاعياد والمناسبات و المعارض و المقابلات مع الاذاعة
والتليفزيون، ويعتبر كوسائل اتصال للتواصل مع جماهيرها.

- العلاقة بين مديرية السياحة والشركاء الاجتماعيين لترقية السياحة القطاع السياحي تيميمون.
خلصت الدراسة لاتوجد علاقة بين مديرية السياحة تيميمون و الشركاء الاجتماعيين وتختص بها
الدواوين المحلية والوكالات التي تملك علاقات وطيدة مع الشركاء الاجتماعيين وهي عامل لجذب
السياح التي تقوم بالتعريف بالموث القائي المادي والامادي (جمعيات الفلكلورية " القرقابوا و
البارود) جمعيات الاهليل و جمعيات الصناعات التقليدية وجمعيات حماية الفقارة والقصور
العتيقة.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى عرض وتحليل النتائج وتفسيرها وتحليل النتائج ومناقشتها في ضوء
التساؤلات وهذا ماساعدنا للوصول إلى النتائج العامة للدراسة

الخاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع مساهمة أنشطة العلاقات العامة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيميمون دراسة ميدانية لمديرية السياحة تيميمون. حيث تعتبر أنشطة العلاقات العامة لها دورا فعلا في الترويج للسياحة وترقيتها من خلال العديد من الوسائل الاتصالية المختلفة وتحسين الخدمات المقدمة من طرف الفنادق وغيرها من خلال المراقبة المستمرة و التقارير الدورية. كما تساهم ايضا في تأطير الدورات التدريبية و الاتصال بين موظفين وتحسين العلاقات مع المتعاملين وتعريف بالمؤسسة ومهامها والسعي لتقديم الافضل للولاية.

ولكن للأسف نجد ان المديرية لا تملك جهاز او مكتب للعلاقات العامة لما له من اهمية لانجاح العمل داخل المؤسسة و تأطر نشاطاتها وفتح الطريق امام الموظفين للمشاركة في تقديم الاقتراحات والاهتمام بشكاوهم ومشاكلهم وتحسين العلاقة بينهم ولما تحققه من انسجام واستقرار بين جمهورها الداخلي والخارجي وكسب ثقتهم.

قائمة المراجع :

الكتب :

- __ حسين مُجّد جواد جبوري، مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان "الأردن"، 2013
- __ حمزه عبد الحليم درادكه وآخرون ، مبادئ السياحة ، الطبعة الاولى ، مكتبة المجتمع العربي ، الاردن ، 2014 ،
- __ خليف مصطفى غرايبة ، السياحة الصحراوية تنمية الصحراء في الوطن العربي ، الطبعة الاولى ، المركز العربي للبحاث ودراسة السياسات ، قطر ، 2012.
- __ د. بطرس حلاق ، العلاقات العامة - ومبادئ الادارة ، د- ط ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، الجمهورية العربية السورية، 2020
- __ سعد سليمان المشهداني ، منهجية البحث العلمي ، الطبعة الاولى ، دار أسامة ، الاردن ، 2019
- __ عامر إبراهيم قنديللي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن -، 2008
- __ عامر براهيم قند يجلي، منهجية البحث العلمي، د_ ط، اليازوري ، الاردن ، 2013
- __ عبد الله أحمد عقيلان، ادارة العلاقات العامة، الطبعة الاولى، دار المعتز، الاردن، 2015
- __ مُجّد سرحان علي المحمودي ، مناهج البحث العلمي ، الطبعة الثالثة ، دار الكتب ، اليمن ، 2019
- __ معاذ احمد عصفور، العلاقات العامة - النشأة - التعريف - المفهوم ، د- ط ، دار امجد ، الاردن ، 2014،

— موريس أنجرس، منهجية البحث العامي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي، كمال بو شرف، سعيد سبعون، دار القصبه، الجزائر، 2005

— ياسر عبدالله طبت ، العلاقات العامة في المؤسسات الاعلامية ، د_ ط ، مطبعة ابوعمار ، السودان ، 2019

ندوات:

— أ. سفيان بن عبد العزيز ، أ . نعية زيرمي ، واقع القطاع السياحي في الجنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره _ دراسة حالة ولاية بشار ، المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية ، جامعة قلمة الجزائر ، 2015/09/08

— ديفل سميحة ، السياحة في القصور الصحراوية ، الندوة الدولية حول " العمران والسياحة المستدامة " التنمية السياحية في القصور الصحراوية ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية _ قسم التاريخ والاثار ، جامعة منتوري قسنطينة، 2011/12/07/06

المجلات:

— أ. صافي كلثوم ، واقع ومقومات السياحة الصحراوية بالجنوب الغربي _ حالة ولايتي بشار وأدرار ، المؤشر للدراسات الاقتصادية ، العدد03 ، مخبر الدراسات الاقتصادية والتنمية المحلية بالجنوب الغربي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة طاهري بشار الجزائر ، 2018

— ا. عبد السلام بلبالي وآخرون ، واقع السياحة الداخلية في الجزائر ومتطلبات تحقيق تنمية سياحية مستدامة ، مجلة الحقيقة ، العدد03، جامعة أدرار " ادرار " ، 2018/09/30

— بوعشة مبارك وآخرون ، مقومات السياحة الصحراوية وسبل تطويرها وتنميتها ، البدائل الادارية الاقتصادية ، العدد1، 2019

المحاضرات:

— أحمد بن مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010

— بنية صابرينة ، مطبوعة ، موجهة لطلبة السنة الاولى علوم اقتصادية وعلوم تجارية وعلوم التسيير
LMD ، محاضرات في الاحصاء الوصفي (الاحصاء1)، جامعة ابن خلدون تيارت ،
2018/2017

المذكرات:

— اسماعيل ماجد — لبوخ اسامة ، دور أنشطة العلاقات العامة في تفعيل العمل الجماعي ، مذكرة
مكملة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال ، تخصص علاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية
والاجتماعية ، جامعة مُجَد بوضياف لمسيلة ، 2021/2020

— امينة زروال، دور أنشطة العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة لدى جمهورها
الخارجي "دراسة ميدانية بمديرية المجاهدين ام البواقي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم
الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة ام
البواقي، 2018/2019

— بودشيشة وحيدة، مساهمة أنشطة العلاقات العامة في تدعيم علاقات العامل داخل المؤسسة
الخدماتية " مديرية الضرائب بولاية ام البواقي انموذجا"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص
اتصال و علاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي ، ام البواقي
الجزائر، 2019/2020

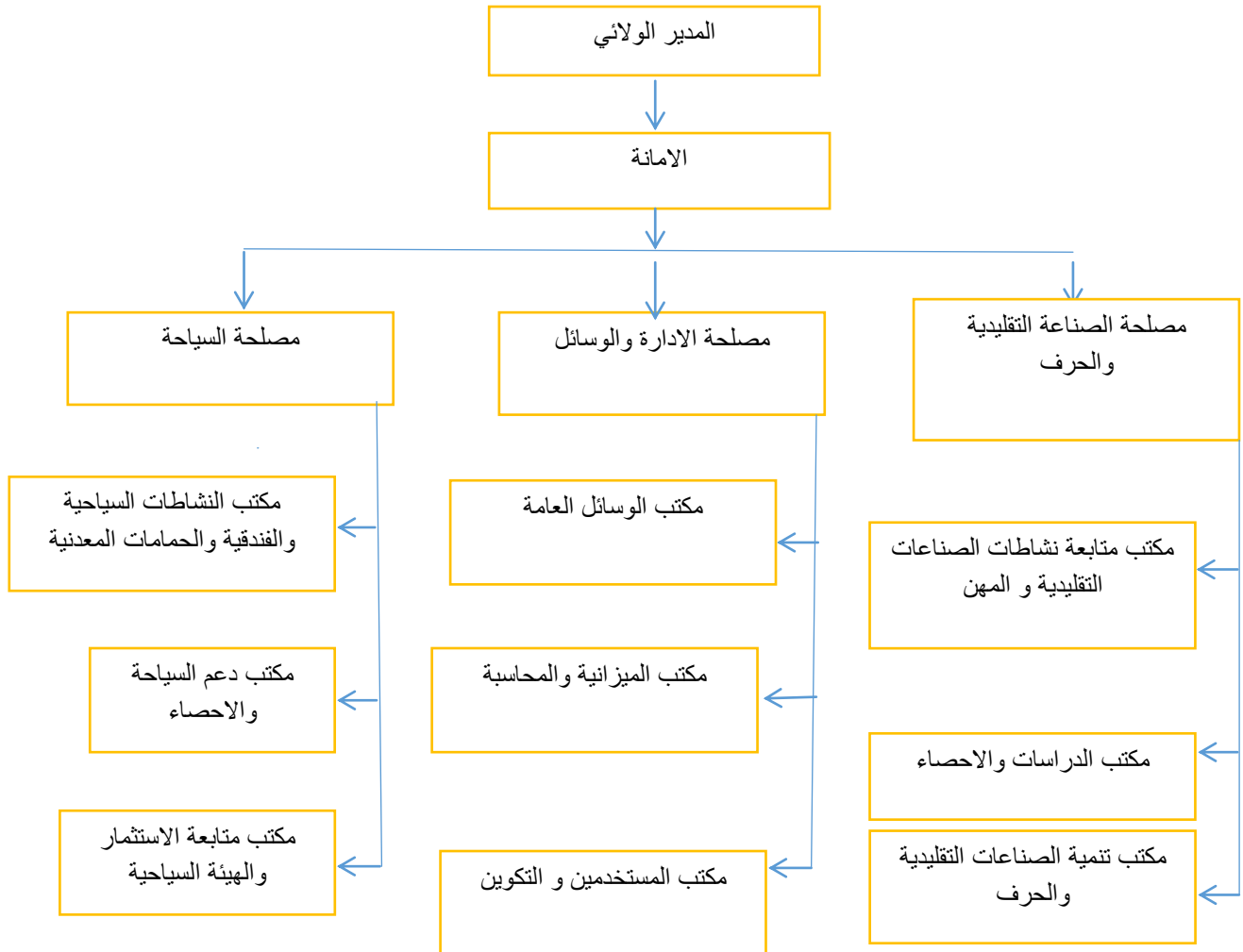
— خضار اسمهان ، وقع ممارسة أنشطة العلاقات العامة في الادارة المحلية الجزائرية " دراسة ميدانية
بمديرية الادارة المحلية بأم البواقي"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ،
تخصص علاقات العامة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،
2021/2022

— رهام عنان عيسى، دور العلاقات العامة في المؤسسات الفلسطينية الخاصة في الترويج السياحي "
مؤسسات بيت لحم الخاصة نموذجا"، اطروحة لستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في
العلاقات العامة، تخصص علاقات عامة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس
فلسطين، 2021

المواقع الكترونية:

الملاحق

الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة لولاية تيميمون



دليل المقابلة

أسئلة المقابلة:

- السؤال 1: هل هناك مكلف بالإعلام او الاتصال داخل المؤسسة؟
- السؤال 2: هل هناك مكتب للعلاقات العامة؟
- السؤال 3: هل تقومون بأنشطة معينة لترتف بالسياحة بالمنطقة ؟ ماهي هذه الانشطة ؟
- السؤال 4: ماهي الوسيلة الاتصالية المستخدمة للترويج للسياحة في مدينة تيميمون؟
- السؤال 5: كيف يتم متابعة شكاوي الجمهور وهل تتعاملون معها بجدية ؟
- السؤال 6: هل يتم معالجة المشاكل الطارئة للسياح ؟
- السؤال 7: هل تقومون بدورات تدريبية لمواكبة التطور المستمر في العمل السياحي؟
- السؤال 8: ماهي افضل وسيلة للاتصال داخل المديرية (المصالح ، الادارة العليا ، الاشخاص)؟
- السؤال 9: هل تقوم مديرية السياحة بوضع برامج لتوزيع السياح على الفنادق؟
- السؤال 10: هل هناك تداخل بين مصلحة الصناعات التقليدية ومصلحة السياحة ؟

المقابلة

الاسم واللقب: مُجَّد عبيدي

الوظيفة: مفتش سياحي

المكان: مديرية الساحة تميمون

التاريخ: 2023/07/03

الساعة: 08:10

السؤال 1: هل هناك مكلف بالإعلام او الاتصال داخل المؤسسة؟

غير موجود وذلك راجع الى كون المؤسسة حديثة الانشاء.

السؤال 2: هل هناك مكتب للعلاقات العامة؟

غير موجود.

السؤال 3: هل تقومون بأنشطة معينة لتريف بالسياحة بالمنطقة؟

نعم.

ماهي هذه الانشطة؟

وذلك من خلال المعارض و المشاركة في المهرجانات (الاهليل- الرقصات الفلكلورية – القرقابو، البارود) و الاعياد (اليوم الوطني للسياحة – عيد الزربية 2022) والصالون الوطني للسياحة والصناعات التقليدية و المواقع الإلكترونية وصفحة الفيس بوك.

السؤال 4: ماهي الوسيلة الاتصالية المستخدمة للترويج للسياحة في مدينة تميمون؟

من خلال مقابلات مع الاذاعة والتلفزيون في موسم السياحة الصحراوية و المشاركة في المهرجانات والمعارض و المطويات و الفيس بوك.

السؤال 5: كيف يتم متابعة شكاوي الجمهور وهل تتعاملون معها بجدية؟

من خلال السجل الشكاوي المتوفر على مستوى الامانة و تخصيص يوم خاص للاستقبال وصرح
التساؤلات والانشغالات و القيام بمعالجتها و توجيه المواطنين.

السؤال 6: هل يتم معالجة المشاكل الطارئة للسياح ؟

مثال الوكالات السياحية فهناك عقوبات ادارية تتمثل في الانذار والسحب المؤقت او النهائي للرخصة
وهناك احكام جزائية تتمثل في غرامات مالية والحبس وفقا للقانون 99-06 المحدد لقواعد وكالة
السياحة و الاسفار في الجريدة الرسمية.

السؤال 7: هل تقومون بدورات تدريبية لمواكبة التطور المستمر في العمل السياحي؟

برنامج شراكة بين الاتحاد الأوربي والجزائر للمفتشين تمت معالجة اهم النقاط الواردة.

__ تشخيص الوضع السياحي في ولاية تيميمون.

__ احصاء المؤسسات الفندقية و الوكالات السياحية عبارة عن دراسة تحليلية ، اليد العاملة ، مستوى
الخدمات المقدمة ، تصنيف المؤسسات الفندقية والوكالات السياحية.

توافد السياح ، المتعاملين و المرشدين السياحيين دراسة تحليلية تكونهم ، عددهم ، معتمدين ، وغير
معتمدين.

__ المسالك السياحية .

__ توصيات واقتراحات.

السؤال 8: ماهي افضل وسيلة للاتصال داخل المديرية (المصالح ، الادارة العليا ، الاشخاص ؟)

عن طريق المقابلات الشخصية ، الاتصال عبر الانترنت ، المراسلات الادارية ، الهاتف ، الإيميل.

السؤال 9: هل تقوم مديرية السياحة بوضع برامج لتوزيع السياح على الفنادق؟

الترويج للسياحة وتوجيه السياح يعود للوكالات السياحية والديوان الوطني للسياحة والتعريف بالسياحة والموروث الثقافي المادي واللامادي و الدواوين المحلية (ديوان شروين ، ديوان أوقروت ، ديوان المطارفة).

السؤال 10: هل هناك تداخل بين مصلحة الصناعات التقليدية ومصلحة السياحة ؟

لا يوجد تداخل حيث تعمل كل مصلحة لوحدها ولكل مهامها وانشغالاتها.



جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

السنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان لدراسة بعنوان:

مساهمة أنشطة العلاقات العامة في ترقية وتحسين السياحة الصحراوية

. دراسة ميدانية بمديرية السياحة بولاية تيممون-

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة

بعد التحية والتقدير نضع بين ايديكم هذا الاستبيان فالرجاء منكم الإجابة حسب رأيك الخاص على الاسئلة بعد القراءة المتأنية. المعلومات المقدمة من طرفك لا تستعمل الا لأغراض البحث العلمي .

شكرا جزيل على تعاونك معنا

ملاحظة:

- ضع علامة (X) داخل مربع الإجابة المناسبة

- علل الإجابة التي تحتاج للتعليل

- لا تذكر اسمك

اعداد الطالبان:

- بلعربي يوسف

- نوما ياسين

الاشراف :أ. د/كانون جمال

السنة الجامعية: 2022-2023 م

المحور الأول :

محور البيانات الشخصية

الجنس:

- ذكر () - اثنى ()

السن:

- من 20 الى 35 سنة () - من 36 الى 50 سنة () - 51 سنة فما فوق ()

المستوى التعليمي

- متوسط () - ثانوي () - جامعي () - دراسات عليا () - التكوين المهني ()

اللغة التي تتقنها:

- العربية () - الفرنسية () - الإنجليزية () - الثلاثة معا ()

الوظيفة في المديرية:

- رئيس مصلحة () - مسؤول () - رئيس مكتب () - مكلف بالاتصال () -
مكلف بالسياحة () - تقني () - عامل ()

الخبرة المهنية

- من 5 سنوات فما فوق () - من 10 سنوات فما فوق () - من 15 سنة فما فوق () - من
20 سنة فما فوق ()

المحور الثاني:

أهمية تواجد جهاز للعلاقات العامة في مديرية السياحة بولاية تيممون

س1: هل يوجد جهاز للعلاقات العامة داخل مديريته؟.

-نعم () -لا ()

في حالة الإجابة ب لا: ما هو البديل؟.

.....

في حالة الإجابة ب: نعم: هل تراه في مديرية السياحة:

-مهم جدا () - مهم () - غير مهم ()

س2: من هي الجهة التي تقوم بالاتصال بالزبائن في مديرتكم للتعريف بالسياحة الصحراوية بولاية تيممون؟.

-مكتب الاعلام والاتصال () - مختص في العلاقات العامة () - إدارة المديرية ()

- مسؤولو السياحة بالمديرية () - موظفو المديرية ()

س3: على حسب رأيك ماهي مهام جهاز العلاقات العامة اوخلية الاعلام والاتصال في مديريتكم؟.

- تطوير الاتصال الداخلي () - التعريف بالمؤسسة ()-تحسين العلاقات الخارجية ()

س4: هل توظفون جهاز العلاقات العامة في انجاز الاعمال والمهام السياحية في مديريتكم؟.

- دائما () -أحيانا () -نادرا ()

المحور الثالث:

دوافع استخدام أنشطة العلاقات العامة في قطاع السياحة بولاية تيممون

س6: ما هو مستوى استعمال مديرية السياحة لولاية تيممون لأنشطة العلاقات العامة لترويج للسياحة الصحراوية في الولاية؟.

س7: يتم نشر الثقافة السياحية للمديرية من خلال

مطويات () ندوات () برامج وحملات توعوية ()

س8: هل هناك تبادل المعلومات مع المديرية السياحية الأخرى نعم () لا ()

س9: يتم نشر الوعي السياحي محليا عن طريق

ندوات () برامج اذاعية () سوشيال ميديا ()

س10: تعتمد على جلب اكبر عدد ممكن من السياح من خلال

الاشهار () المطويات () تخفيضات (تسهيلات) ()

س11: هل هناك تفاعل حول ما ينشر عن السياحة في الجزائر

نعم () لا ()

س12: التعريف بالمناطق السياحية للولاية باستخدام

تلفزيون () الاذاعة () مواقع التواصل الاجتماعي ()

المحور الرابع:

مدى ممارسة مديرية السياحة بولاية تيممون لوظائف العلاقات العامة في سبيل ترقية وتحسين

السياحة الصحراوية؟

س13: هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم ترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون على أسس بحثية لقياس واستطلاع رغبات السياح والمتعاملين؟.

- دائما () - أحيانا () - نادرا ()

س14: هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بوضع خطط واضحة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

- دائما () - أحيانا () - نادرا ()

س15: هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بشراء مساحات في وسائل الاعلام المختلفة لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

- دائما () - أحيانا () - نادرا ()

إذا كانت الإجابة ب: دائما أي من وسائل الاعلام التالية:

- الصحف () - الإذاعة () - التلفزيون ()

س16: هل تقوم إدارة العلاقات العامة في مديرتكم بتقويم أنشطتها السابقة للعمل عليها لاحقا لترقية وتحسين السياحة الصحراوية في ولاية تيممون؟.

- دائما () - أحيانا () - نادرا ()

المحور الخامس:

الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة التي تستخدمها مديرية السياحة لولاية تيممون لترقية وتحسين
السياحة الصحراوية؟

س17: أي نوع من الاتصال تستخدمه العلاقات العامة بمديرتكم للترويج لزبائنكم للسياحة
الصحراوية بالولاية؟.

-الاتصال الشخصي () - الاتصال السمعي (الإذاعة) () - الاتصال السمعي البصري ()
التلفزيون () - مواقع التواصل الاجتماعي () - وكلاء السياحة () - المعارض
والأعياد والمناسبات ()

س18: هل تحظى التظاهرات السياحية التي تنظمها مديرتكم بتغطية إعلامية مختلفة؟.

-دائما () - أحيانا () - نادرا ()

س19: بما أن الإعلان السياحي مهم للترويج السياحي هل تقوم مديرتكم بالإعلان عن خدماتها
للزبائن والسياح؟.

_ دائما () - أحيانا () - نادرا ()

-في حالة الإجابة ب: " دائما وأحيانا " ماهي الوسائل المستخدمة في الإعلان الخدمات المقدمة
للزبائن والسياح؟.

-اللافتات واللوحات الاشهارية () -الإعلانات على صفحات التواصل الاجتماعي ()

- الاشهار التلفزيوني () -الاشهار السمعي ()

- أخرى أذكرها.....

المادة 63 : ينشأ لدى الوزير المكلف بالتعليم العالي مجلس آداب وأخلاقيات المهنة الجامعية مكلف باقتراح كل التدابير المتعلقة بقواعد الآداب والأخلاقيات الجامعية وكذا احترامها.
تحدد صلاحيات هذا المجلس وتشكيلته وقواعد سيره عن طريق التنظيم.

الباب السابع أحكام انتقالية ونهائية

المادة 64 : في إطار انتظار تحويلها إلى مؤسسات عمومية ذات طابع علمي وثقافي ومهني، تبقى الجامعات وغيرها من مؤسسات التعليم العالي خاضعة للأحكام المعمول بها عند تاريخ إصدار هذا القانون.

المادة 65 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999.

اليمين زروال

قانون رقم 99 - 06 مؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيما المادتان 122 و126 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 154 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات المدنية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم،

المادة 57 : تتكون الأصناف الأخرى من مستخدمي التعليم العالي من المستخدمين الإداريين والتقنيين وعمال الخدمات الذين يمارسون وظائفهم في مؤسسات التعليم العالي والمؤسسات العمومية التي تقدم خدمات جامعية.

تحدد الأحكام الخاصة المطبقة على هؤلاء المستخدمين عن طريق التنظيم.

الباب السادس الحرم الجامعي

المادة 58 : تعد مؤسسات التعليم العالي فضاءا لحرية التفكير والبحث والإبداع والتعبير دون المساس بالنشاطات البيداغوجية ونشاطات البحث والنظام العام.

المادة 59 : يشترط في التعليم والبحث الموضوعية العلمية وتقبل واحترام الآراء المخالفة.

يتنافى التعليم والبحث مع أي شكل من أشكال الدعاية ويجب أن يبقيا بعيدين عن كل هيمنة سياسية وإيديولوجية.

المادة 60 : يتمتع أساتذة التعليم العالي بحرية كاملة في التعبير والإعلام خلال ممارسة نشاطهم التعليمي والبحثي دون الإخلال بالتقاليد الجامعية في مجال التسامح والموضوعية واحترام قواعد الآداب والأخلاقيات.

يتمتع الأساتذة بحرية الانضمام إلى الجمعيات وبحق الاجتماع وفقا للشروط المحددة في التشريع المعمول به.

المادة 61 : يتمتع الطلبة بحرية الإعلام والتعبير دون المساس بنشاطات التعليم والبحث والنظام العام.

يتمتع الطلبة بحرية الانضمام إلى الجمعيات وبحق الاجتماع وفقا للشروط المحددة في التشريع المعمول به.

المادة 62 : يتحمل رؤساء مؤسسات التعليم العالي مسؤولية حفظ النظام في الحرم الجامعي وحمايته ويمارسون هذه المهمة في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما والنظام الداخلي للمؤسسة مع توفير الإطار الضروري المادي والبشري الملائم.

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 22 المؤرخ في 27 محرم عام 1411 الموافق 22 غشت سنة 1990 والمتعلق بالسجل التجاري، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التشريعي رقم 93 - 12 المؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1414 الموافق 5 أكتوبر سنة 1993 والمتعلق بترقية الاستثمار،

- وبمقتضى الأمر رقم 95 - 06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالمنافسة،

- وبمقتضى الأمر رقم 95 - 07 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 الموافق 25 يناير سنة 1995 والمتعلق بالتأمينات،

- وبمقتضى الأمر رقم 95 - 22 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1416 الموافق 26 غشت سنة 1995 والمتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 98 - 06 المؤرخ في 3 ربيع الأول عام 1419 الموافق 27 يونيو سنة 1998 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني،

- وبمقتضى القانون رقم 99 - 01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة،

- وبعد مصادقة البرلمان،

يصدر القانون الآتي نصه :

الباب الأول

أحكام عامة

المادة الأولى : يحدد هذا القانون القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار.

المادة 2 : يهدف هذا القانون إلى :

- تنظيم وترقية النشاطات والأسفار السياحية،
- وضع أخلاقيات مهنية وإرساء قواعد ممارستها،
- دعم الاحترافية وتحسين نوعية الخدمات.

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 67 - 281 المؤرخ في 19 رمضان عام 1387 الموافق 20 ديسمبر سنة 1967 والمتعلق بالحفريات وحماية الأماكن والآثار التاريخية والطبيعية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 76 - 80 المؤرخ في 29 شوال عام 1396 الموافق 23 أكتوبر سنة 1976 والمتضمن القانون البحري، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 79 - 07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 82 - 10 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1402 الموافق 21 غشت سنة 1982 والمتعلق بالصيد،

- وبمقتضى القانون رقم 83 - 03 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1403 الموافق 5 فبراير سنة 1983 والمتعلق بحماية البيئة،

- وبمقتضى القانون رقم 89 - 02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 05 المؤرخ في 23 رجب عام 1410 الموافق 19 فبراير سنة 1990 والمتعلق بوكالات السياحة والأسفار،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 08 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالبلدية،

المادة 3 : يعتبر في مفهوم هذا القانون :

- وكالة سياحة وأسفار : كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشرة أو غير مباشرة رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها كما هو منصوص عليها في المادة 4 أدناه.

وتدعى وكالة السياحة والأسفار في صلب النص 'الوكالة'،

- صاحب الوكالة : كل شخص طبيعي أو اعتباري يملك قانونا وكالة سياحة وأسفار،

- وكيل : كل شخص طبيعي مؤهل ومعتمد بموجب هذا القانون لتسيير وكالة سياحة وأسفار سواء أكان مالكا لها أو شريكا مستخدما فيها لصالح الغير.

ويدعى وكيل السياحة والأسفار 'الوكيل' في صلب النص.

الباب الثاني

نشاطات وكالة السياحة والأسفار وشروط ممارستها

الفصل الأول

نشاطات وكالة السياحة والأسفار

المادة 4 : تتمثل الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار على وجه الخصوص فيما يأتي :

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية.

- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي،

- تنظيم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكتملة لنشاط الوكالة أو بطلب من منظميها،

- وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح،

- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها،

- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل،

- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو الرياضي أو غير ذلك،

- استقبال ومساعدة السياح خلال إقامتهم،

- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية،

- تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكانتها،

- كراء سيارات بسائق أو بدون سائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المتنقلة وغيرها من معدات التخييم.

المادة 5 : لا يخضع لأحكام هذا القانون الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون الذين يقتصر نشاطهم أساسا على بيع تذاكر النقل لحساب ناقل أو عدة ناقلين للمسافرين.

الفصل الثاني

شروط إنشاء واستغلال وكالة السياحة والأسفار

المادة 6 : يخضع إنشاء وكالة السياحة والأسفار للحصول على رخصة استغلال تسلمها الوزارة المكلفة بالسياحة بعد استشارة اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار.

يحدد تنظيم وسير اللجنة عن طريق التنظيم.

المادة 7 : تسلم رخصة الاستغلال للأشخاص الذين تتوفر فيهم الشروط الآتية :

1 - أن يثبت تأهिला مهنيًا له علاقة بالنشاط السياحي، غير أنه في حالة عدم توفر هذا الشرط في طالب الرخصة فيإمكانه أن يقدم شخصا آخر من اختياره يتوفر فيه هذا الشرط لاعتماده كوكيل.

يجب تسجيل اسم هذا الوكيل في رخصة الاستغلال إضافة إلى اسم صاحب الوكالة.

2 - أن تكون أخلاقه حسنة ويشترط حسن الخلق في مسيري الأشخاص الاعتباريين،

3 - أن يلتزم بتوجيه زبائنه إلى احترام القيم والآداب العامة،

4 - أن يكون كامل الأهلية القانونية،

5 - أن تكون له منشآت مادية ملائمة،

6 - أن يكون له ضمان مالي يخصص لتغطية الالتزامات التي تتعهد بها الوكالة،

7 - ألا يكون حائزا على رخصة أخرى كوكيل سياحة وأسفار.

تحدد أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 8 : يمكن الوكالة المعتمدة قانونا فتح فرع أو عدة فروع لها عبر التراب الوطني.

يخضع فتح الفروع للحصول على رخصة مسبقة تسلمها الوزارة المكلفة بالسياحة بعد استشارة اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار.

تحدد كفاءات وشروط إنشاء الفروع عن طريق التنظيم.

المادة 9 : تكون رخصة وكالة السياحة والأسفار غير قابلة للتنازل ونقل الملكية.

في حالة وفاة صاحب الوكالة، يمكن لذوي حقوقه الاستمرار في استغلال الوكالة شريطة تبليغ الوزارة المكلفة بالسياحة في أجل أقصاه شهران (2) والامتنال لأحكام هذا القانون في أجل أقصاه اثنا عشر (12) شهرا من تاريخ الوفاة.

المادة 10 : يجب على وكالة السياحة والأسفار أن تعلم مسبقا الوزارة المكلفة بالسياحة برسالة مضمونة بتوقيف نشاطها.

يتعين على الوكالة، في هذه الحالة، الوفاء بكل التزاماتها تجاه الغير.

يترتب على توقف النشاط غير المعلن لمدة ستة (6) أشهر سحب الرخصة.

المادة 11 : لا يحق للوكالة أن تتوقف مؤقتا عن النشاط إلا في حالة طرء قوة القاهرة.

يخضع كل توقف مؤقت لموافقة الوزارة المكلفة بالسياحة.

المادة 12 : في حالة وفاة أو استقالة أو عزل الوكيل أو تغيير الشركاء، يجب على صاحب الوكالة إشعار الوزارة المكلفة بالسياحة في أجل أقصاه شهر واحد (1)، تبعا لذلك يتوجب عليه تعيين وكيل جديد في أجل أقصاه شهران (2) يتم اعتماده من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة.

المادة 13 : إذا لم تشرع وكالة السياحة والأسفار في ممارسة نشاطها خلال اثني عشر (12) شهرا ابتداء من تاريخ منحها الرخصة، يمكن الوزارة المكلفة بالسياحة سحب الرخصة.

الباب الثالث

عقد السياحة والأسفار

المادة 14 : يقصد بعقد السياحة والأسفار كل اتفاق مبرم بين الوكيل والزبون والمتضمن وصفا لطبيعة الخدمات المقدمة وحقوق والتزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق بالسعر وإجراءات التسديد ومراجعة الأسعار المحتملة والجدول الزمني وشروط بطلان وفسخ العقد.

المادة 15 : تكون الخدمات المقدمة بمقابل من طرف الوكالة محل عقد.

المادة 16 : يثبت عقد السياحة والأسفار عن طريق تسليم مستند معد من طرف الوكالة يحدد حقوق وواجبات أطراف العقد، ويوافق عليه الزبون.

لا يترتب على ضياع المستند أي أثر على وجود وصحة عقد السياحة والأسفار.

المادة 17 : لا يمكن مراجعة السعر المتفق عليه بين الطرفين إلا بموجب بند وارد في العقد.

الباب الرابع

الواجبات والبحث عن المخالفات والعقوبات

الفصل الأول

الواجبات

المادة 18 : يجب على الوكالة، في إطار ممارسة نشاطاتها، أن تأخذ جميع الإجراءات والاحتياطات التي من شأنها توفير أمن الزبون وممتلكاته التي تقبل التكفل بها.

الفصل الثاني

البحث عن المخالفات ومعاينتها

المادة 28 : يؤهل للبحث عن مخالفات أحكام هذا القانون ومعاينتها كل من :

- مفتشي السياحة،

- أعوان المراقبة الاقتصادية،

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية.

من أجل أداء مهامهم يؤدي مفتشو السياحة أمام الجهة القضائية المختصة إقليمياً القسم الآتي :

"أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بعملتي على أكمل وجه وأن أؤدي مهنتي بأمانة وصدق ونزاهة وأكتم سرها وأتعهد باحترام أخلاقياتها وألتزم في كل الأحوال بالواجبات التي تفرضها علي".

المادة 29 : يترتب على معاينة المخالفة إعداد محضر يسرد فيه بدقة العون المعاین المؤهل قانوناً كل الوقائع التي عاينها، وكذا كل التصريحات التي تلقاها.

يوقع المحضر العون المعاین ومرتكب المخالفة. في حالة رفض المخالف التوقيع يبقى هذا المحضر ذا حجية إلى غاية إثبات العكس، ولا يخضع للتأكيد.

يرسل المحضر، حسب الحالات، إلى الإدارة المكلفة بالسياحة و/أو إلى الجهة القضائية المختصة في أجل لا يتعدى شهراً واحداً(1).

الفصل الثالث

العقوبات

الفرع الأول

العقوبات الإدارية

المادة 30 : تترتب على كل مخالفة لأحكام هذا القانون، دون المساس بالمتابعات الجزائية، إحدى العقوبات الإدارية الآتية :

- الإنذار،

- السحب المؤقت للرخصة،

- السحب النهائي للرخصة.

المادة 19 : يجب على الوكالة أن تكتب عقد تأمين يغطي مسؤوليتها المدنية والمهنية.

يجب أن تقدم شهادة التأمين عند كل تفتيش يقوم به الأعوان المؤهلون المشار إليهم في المادة 28 أدناه.

المادة 20 : يجب على الوكالة، في إطار ممارسة نشاطاتها كما جاء في أحكام هذا القانون، الامتنثال للتفتيش الذي يقوم به الأعوان المؤهلون وأن تضع تحت تصرفهم الوثائق المتعلقة بنشاطها.

المادة 21 : تكون الوكالة مسؤولة عن كل ضرر يتعرض له الزبون مترتب عن عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي لالتزاماتها وكذا كل ضرر آخر ناتج عن أي مقدم خدمة تلجأ إليه الوكالة عند إنجاز الخدمات المتفق عليها.

المادة 22 : يمنع كل شخص طبيعي أو اعتباري غير حائز على رخصة الاستغلال المحددة بموجب هذا القانون أن يتخذ صفة وكيل سياحة وأسفار بأي شكل من الأشكال.

المادة 23 : لا يسمح لوكالات السياحة والأسفار الأجنبية غير المعتمدة في الجزائر بموجب هذا القانون، بممارسة أي نشاط تجاري ذي طابع سياحي داخل التراب الوطني إلا عن طريق وساطة وكالة سياحة وأسفار جزائرية معتمدة.

المادة 24 : يجب أن يكون للوكالة اسم تجاري خاص بها ومختلف عن تسميات الوكالات الأخرى.

المادة 25 : تلتزم الوكالة بتقديم، بصفة دورية للوزارة المكلفة بالسياحة، المعلومات والإحصائيات المتعلقة بنشاطها.

المادة 26 : يتوجب على الوكالة أن تذكر رقم رخصتها في كل العقود التجارية والفواتير المسلمة والإعلانات والنشرية والوثائق الإعلامية والترقوية.

المادة 27 : يجب على الوكالات استخدام المرشدين السياحيين المعتمدين من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة في مرافقة السياح خلال زياراتهم للمتاحف والآثار التاريخية والمواقع الأثرية وتقديم شروحات لهم.

- إذا تمت إيداع صاحب الوكالة أو الوكيل أو ثبوت تواطؤ أحدهما أو كليهما مع أحد المستخدمين بتشويه أو إتلاف أو نهب أو سرقة أو تهريب التراث الوطني التاريخي والإضرار بالمساحات أو الفصائل الطبيعية، أو المساعدة على ذلك،

- الحكم على صاحب الوكالة بعقوبة شائنة.

الفرع الثاني أحكام جزائية

المادة 34 : يتعرض كل من يخالف أحكام هذا القانون لعقوبات تصدرها الجهة القضائية المختصة.

المادة 35 : يعاقب كل من يقوم بفتح وكالة دون الحصول على رخصة من الوزارة المكلفة بالسياحة كما هو منصوص عليه في المادة 6 من هذا القانون، بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) وبالحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

في حالة العود تضاعف الغرامة ويكون الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2).

المادة 36 : يعاقب كل من يمارس نشاط الوكالة بالرغم من صدور سحب مؤقت أو نهائي كما هو منصوص عليه في المادتين 32 و33 أعلاه، بغرامة مالية من ثلاثين ألف دينار (30.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) وبالحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

في حالة العود تضاعف العقوبة.

المادة 37 : يعاقب كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم مساعدة بسوء نية أو يشارك تحت أي شكل من الأشكال سواء في تنظيم أو إنجاز سفر مع وكالة سياحة وأسفار غير مرخصة أو تكون في حالة سحب مؤقت أو نهائي للرخصة كما هو منصوص عليه في المادتين 32 و33 أعلاه، بغرامة مالية من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج) وبالحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

تصدر العقوبات وتبلغ من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة التي سلمت الرخصة.

المادة 31 : يصدر الإنذار في الحالات الآتية :

- ثبوت عدم احترام الوكالة لقواعد المهنة،

- صدور حكم قضائي بسبب عدم التنفيذ الجزئي وغير المبرر للالتزامات التعاقدية تجاه الزبائن أو مع المتعاملين،

- عدم الامتثال لأحكام المواد 24 و25 و26 و27 من هذا القانون.

المادة 32 : يصدر السحب المؤقت للرخصة لمدة لا تفوق ستة (6) أشهر في الحالات الآتية :

- بعد إنذارين،

- انتفاء الشروط المنصوص عليها في المادة 7 لتسليم الرخصة.

يمكن أن يكون قرار السحب المؤقت مصحوبا بشروط يمثل لها الوكيل.

المادة 33 : يصدر السحب النهائي للرخصة في الحالات الآتية :

- إذا لم يمثل الوكيل للشروط المحددة في حالة السحب المؤقت للرخصة وذلك بعد إعداره،

- في حالة العود للمخالفات المقررة في السحب المؤقت بعد إعداره،

- في حالة عدم الامتثال لأحكام المادة 9 من هذا القانون،

- في حالة الخطأ أو التقصير المهني البالغ للالتزامات المهنية،

- إذا حكم على الوكالة بالإفلاس وفقا للتشريع المعمول به،

- في حالة الغش الجبائي والجمركي أو في مجال مخالفة تنظيم الصرف المثبت قانونا من الإدارة المؤهلة،

- في حالة صدور حكم قضائي بسبب عدم التنفيذ الكلي للالتزامات التعاقدية تجاه الزبائن أو المتعاملين،

المادة 44 : يعاقب كل من ينتحل صفة وكيل السياحة والأسفار تحت أي شكل من الأشكال، بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج) وبالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين.

المادة 45 : تعاقب الوكالة عن الإشهار الكاذب الخاص بالأسعار أو الخدمات بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).

في حالة العود تضاعف هذه الغرامة ويتعرض صاحب الوكالة أو الوكيل المخالف للحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

الباب الخامس

أحكام انتقالية وختامية

المادة 46 : على الوكالات المعتمدة قانونا وكذا المتعاملين العموميين الذين يمارسون نشاط وكالة السياحة والأسفار، أن يمثلوا خلال اثني عشر (12) شهرا لهذه الأحكام ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

المادة 47 : تلغى أحكام القانون رقم 90 - 05 المؤرخ في 23 رجب عام 1410 الموافق 19 فبراير سنة 1990 والمذكور أعلاه، وتبقى النصوص التطبيقية المتعلقة به سارية المفعول في انتظار نشر النصوص التنظيمية المقررة في هذا القانون خلال مدة لا تفوق اثني عشر (12) شهرا.

المادة 48 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999.

اليمين زروال

تضاعف هذه الغرامة في حالة العود وتكون مدة الحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2).

المادة 38 : تتعرض الوكالة المخالفة لأحكام المادة 12 لغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج)، ويتعرض صاحبها للحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين.

المادة 39 : تتعرض الوكالة المعتمدة وغير المقيدة في السجل التجاري للعقوبات المنصوص عليها في قانون السجل التجاري.

المادة 40 : يعاقب كل من أدلى بمعلومات خاطئة بسوء نية قصد الحصول على رخصة استغلال الوكالة، بغرامة مالية تتراوح من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) وبالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى ثلاث (3) سنوات أو بإحدى هاتين العقوبتين.

المادة 41 : فضلا عن العقوبات الإدارية المنصوص عليها في المادة 33، تتعرض كل وكالة لم تكتتب تأميننا عن الأخطار المرتبطة بالاستغلال كما هو محدد في المادة 19 من هذا القانون للعقوبات المنصوص عليها في قانون التأمينات.

المادة 42 : تتعرض كل وكالة لم تسلّم سندا يثبت إبرام عقد السياحة والأسفار كما هو محدد في المادة 16 من هذا القانون، لدفع غرامة مالية من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج).

تضاعف هذه الغرامة في حالة العود، فضلا عن العقوبات المنصوص عليها في المادة 33.

المادة 43 : يعاقب كل من يعرقل ممارسة التفتيش المنصوص عليه في المادة 20 من هذا القانون، بغرامة مالية تتراوح ما بين عشرة آلاف دينار (10.000 دج) وثلاثين ألف دينار (30.000 دج) وبالحبس من ثلاثة (3) أشهر إلى سنتين (2) أو بإحدى هاتين العقوبتين.

02- الترخيصات الجديدة

التسمية	المهنية	تاريخ الاعتماد	العنوان	المسور	الطبيعة القانونية	عدد العمال
بحر الرمل	تيميون	15/14 بتاريخ 2015/05/12	شارع عبد القادر زياتي - تيميون-	ولد النصير الكهد	خاصة	06
تيفورارين ترك	تيميون	07/848 بتاريخ 2007/04/01	شارع النخيل - تيميون-	السلخ ابراهيم	خاصة	06
بنكة للسياحة والسفر	تيميون	11/151 بتاريخ 2011/07/28 موافقة ميدنية 2014/03/12	شارع العربي بن مهدي - تيميون-	سلخة عبد المجيد	خاصة	06
الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT)	تيميون	92/21 بتاريخ 1992/02/14	طريق لثلق قورارة - تيميون-	عادل مصطفى	عمومية	05
محرارة جولات	تيميون	2000/366	شارع النخيل طريق حمو الفار رقم 02 - تيميون-	جيايبي مصطفى	خاصة	08
بدو الصحراء للسفر والسياحة	تيميون	2012/249 بتاريخ 2012/04/23	تيميون	عتيق عبد الرحمان	خاص	/
رقى للسياحة	تيميون	/	تيميون	حناد حمزة	خاص	/
فرع وكالة السياحة و الأسفار لاسر	تيميون	/	هي ترافاغت رقم الباب 08 - تيميون	ثامر عبد الحق	خاص	/
فرع وكالة التبع للسياحة و الأسفار	تيميون	2019/1169 2019/02 أكتوبر	شارع مولاي الطيب رقم الباب 01- تيميون	بشاردة زينب	خاص	/
فرع وكالة تظهوري	تيميون	2022/10/03	شارع المس الخواص	فطيش لندية	خاصة	/

5- الموشة العمومية الجديدة

5- قائمة الجمعيات والادوار السياحية

الترتيب	بلدية	اسم الجمعية	اسم زعيم الجمعية	رقم وتاريخ الاعتماد	العنوان	رقم الهاتف
01	تيميون	جمعية سفينة الصحراء تيميون (تاسيس)	بن شكتك العبد	رقم 47 في 2014/03/07	هي شالي اهدد تيميون	/
		جمعية اهد فاد اوليا تيميون (تاسيس)	مولاي عمر عبد الحجد	رقم 62 في 2015/12/31	هي فهداي ساقق تيميون	0660.43.83.44
		جمعية اوليا تيمون تيميون (تاسيس)	عادم كهد منير	رقم 66 في 2015/05/02	شارع الطيب صبروش تيميون	06.62.30.97.68
		جمعية الديوان الساسي تيميون (جديد)	السلخ الكهد	رقم 78 في 2018/07/15	الديوان الساسي لينة تيميون	/
		جمعية التحول السوسية لتشاتك بيت الشباب تيميون (تاسيس)	الجهني عبد الكهد	رقم 132 في 2016/11/30	بيت الشباب تيميون	06.60.31.02.71
		جمعية السوسية للتقافة السوسية تيميون	مهدي وهدية	رقم 199 في 2018/05/10	هي سوك سوس تيميون	/
		جمعية لتعميت المحافظة على التراث هي المنجور تيميون	جودي الفهاسي	رقم 183 في 2017/07/03	محل السيد جودي الفهاسي المسكن هي المنجور تيميون	06.73.07.26.81
		جمعية تورتيون لتعميت المحافظة على التراث الحضري تيميون	بن حور بلخير	رقم 181 في 2017/10/26	محل السيد بن حور بلخير المسكن شارع سيدي بونعرج	////
		جمعية ملكي السياحة تيميون	جيايبي مصطفى	رقم 265 في 2021/07/29	محل السيد جيايبي مصطفى هي بلادي اهدد تيميون	////
		المنظمة الوطنية لحماية التراث الثقافي والتنمية السوسية	نوازي بوحوس	رقم 202,025/20/67	تيميون	////
02	أولاد سعيد	جمعية أولاد لقرية السياحة و التعليم الأثرية	الرحماني حنين	رقم 22 في 21/016/12/200	قصر أولاد زياتة أولاد سعيد	06.67.27.58.41
		جمعية الجاوب للتأدار الساسي قرية الدناغ	موروكي موروك	رقم 200 في 2006/05/20	محل بوحسي اهدد قرية الدناغ	06.67.82.54.64
		جمعية السياحة والتراث الثقافي والتاريخ تياروك	عوشاوي لخضر	رقم 202,006/21/06	هي محل الدارين لقرية الدناغ تياروك	0654738872
04	اولاد عيسى	جمعية بوقاوس السياحية	مستوكي عبد الحسي	رقم 03 في 2013/07/11	محل السيد مستوكي كهد بن موروك قصر وادي اولاد عيسى	06.63.34.68.67
		جمعية المحافظة على التراث الثقافي	جواب سالم	رقم 02 في 2014/01/15	محل السيد بلادي عبد الرحمان قورور اولاد عيسى	06.62.26.59.32
		جمعية تقامر السياحة (تاتوك الثقافي سدجان)	مطحوس موروك بن الكهد	رقم 01 في 2018/01/21 سارية المفعول	محل السيد لمطحوس موروك بن الكهد سدجان اولاد عيسى	06.63.62.42.76
		جمعية ايام لهدا للسياحة و الترفيه سدجان	برياتي اهدد بن الكهد	رقم 02 في 2018/01/21 سارية المفعول	محل السيد اهدد بن الكهد سدجان اولاد عيسى	06.63.52.90.25
		حمية اثار ترقية التراث و النشاط الساسي لظلمين	مغزل بوحجة	رقم 01 في 2018/01/29	محل السيد مغزل بوحجة لظلمين لفسر	06.64.60.31.66

5-2 قائمة جمعيات الصناعة التقليدية المعتمدة:

الرقم	البلدية	اسم الجمعية	رقم وتاريخ الاضلاع	التصوّن	رقم الهاتف
01	تيميمون	جمعية مشغل الحياة للصناعة التقليدية والحرف تيميمون	رقم 42 في 07/03/2014	محل السيد خردوشي خفسو الساكنة بحي سيدي علي تيميمون	06.99.29.40.18
		جمعية بنات المغزى للتراث المعيشي تيميمون	رقم 56 في 12/02/2014	محل السيدة نعماني فاطمة الساكنة بحي سوق سيدي موسى تيميمون	06.62.78.00.19
		جمعية تفرقة للتلفعة والصناعة التقليدية تيميمون	رقم 101 في 12/20/2015	محل السيدة طاهيري عبد الحفيظ الساكنة بحي بني ملوك تيميمون	06.68.01.73.90
		جمعية اورمان لتربية وادخال الفناء تيميمون	رقم 07 في 09/25/2013	محل السيد مرصاني احمد كريمة سيدي الحاج بلقاسم تيميمون	06.96.62.38.30
		جمعية تيلواتري للمحافظة على الأصالة والتراث تيميمون	رقم 04 في 05/19/2013	تيميمون	06.6357.27.85
		جمعية الرمال الذهبية للفنون التقليدية تيميمون	رقم 01 في 03/18/2013	محل لابر قرب مدرسة تفرغات تيميمون	////
		جمعية تمزيوت للصناعات التقليدية والحرفية	رقم 05 في 07/01/2013	محل السيدة جبالة حدة قصر العنجر تيميمون	////
		جمعية تيفرايرين لتراث المعيشي تيميمون	رقم 41 في 06/24/2014	محل السيدة كور محمد الساكنة بحي تحايت تيميمون	////
		جمعية السيرة للمحافظة والحرف	رقم 75 في 05/26/2015	محل السيد عيشاوي أحمد الساكنة بحي حاسي صلالة تيميمون	06.64.51.78.29
		جمعية جسر المستقل للفنون والادماج الثقافي ماسين	رقم 107 في 01/24/2016	محل عمادي بلقاسم الساكنة سيدي علي المشوهد بشراح اوان لقمير تيميمون	06.96.02.12.20
		جمعية حقوق الطفل والمواضع والمرأة الحرفية	رقم 133 في 12/28/2016	القضاء الترفيهي للطفولة وامانة السيدة المشوهد بشراح اوان لقمير تيميمون	////
		جمعية ادمال الخير للفنون الثقافية والبحث التاريخي والصناعة التقليدية	رقم 139 في 01/24/2017	المركز الثقافي عبد الحميد بن بلعش	////
		جمعية جيل المستقل (ثقافية -رياضية -حرفية)	رقم 140 في 01/31/2017	القاعة متعددة النشاطات ماسين تيميمون	////
		جمعية لشراكة الحياة التقليدية لتربية ابداعات المرأة تيميمون	رقم 158 في 05/10/2017	محل السيد باريدي جمعة الساكنة بشراح لقمير تيميمون	06.63.62.70.55
الجمعية العمومية للمحافظة على الصناعة والثقافة والحضارة التريفية الصحراوية قصر احيات تيميمون	رقم 191 في 03/11/2018	محل السيد مامو ابو القاسم بن محمد بلعش احيات تيميمون	////		
الجمعية الثقافية التحول للصناعة التقليدية والحرف تيميمون	رقم 216 في 10/31/2018	دار الشيب بلعشون محمد تيميمون	06.68.30.56.48		
جمعية شمس الحرف والصناعات التقليدية تيميمون	رقم 231 في 05/19/2019	محل السيد الاوي موسى الساكنة بحي 450	////		

الرقم	البلدية	اسم الجمعية	رقم وتاريخ الاضلاع	التصوّن	رقم الهاتف
02	تيزمكوك	جمعية اتحاد اهل تيزمكوك للاشطة النسوية واستدامتها قصر تلة تيميمون	رقم 271 في 10/21/2021	محل السيد بجمان وتغني مسعود الساكنة قصر تلة تيميمون	////
		جمعية ترقية المرأة الريفيية للصناعات التقليدية والحرف بن زينة جمعية اعداد العاطلين والشباب للصناعة التقليدية والحرف فانتيس	رقم 59 في 01/15/2020 رقم 08 بتاريخ 03/27/2014	محل السيدة خروزي مبروكة بن زينة محل بنو ابي محمد بن عبد القادر فانتيس	0666440920 0662247915
03	اورمرت	جمعية ازيبة الجنوب الكبير للصناعة التقليدية والحرف فانتيس	رقم 10 في 06/29/2014	محل طاهي الكور بن محمد زوية الياغ	0667891269
		جمعية ادمال المحافظة والحرف	رقم 04 بتاريخ 01/17/2005	تيرافين اورمرت تيميمون	0668318184
		جمعية اسفاس النيران للصناعة التقليدية	رقم 14 بتاريخ 10/31/2013	البركة نلالون	////
		جمعية ادمال المعيشي للصناعة التقليدية	رقم 60 بتاريخ 04/26/2022	محل السيد سالك محمد يحيى 60 مسكن تيرافين اورمرت	0676258738

-إحصاء الحرفيين حسب قطاعهم الصناعي التقليدي إلى غاية شهر ماي 2023:-

البلديات	عدد الحرفيين في التقليدية الفنية			عدد الحرفيين في إنتاج المواد			عدد الحرفيين في الخدمات		
	مسجل	مشطب	صافي	مسجل	مشطب	صافي	مسجل	مشطب	صافي
بلدية تيميمون	241	70	359	149	39	108	505	167	367
بلدية أولاد سعيد	65	10	36	20	5	15	61	16	45
بلدية أوقروت	10	0	7	3	0	3	27	13	14
بلدية المطارفة	238	27	211	30	3	27	168	28	14
بلدية نلالون	95	18	77	39	2	37	115	27	88
بلدية تيزمكوك	89	25	62	16	1	13	70	20	95

38	38	12	50	10	2	12	53	20	73	بلدية قصر قدور
55	23	19	72	16	4	20	84	18	102	بلدية شروين
65	18	15	33	8	1	9	21	2	3	بلدية أولاد عيسى
36	9	17	26	2	1	3	6	1	7	بلدية ظلمين
2503	826	332	1115	244	60	299	917	197	1116	المجموع

➤ نسبة اليد العاملة الغير مباشرة لقطاع الصناعة التقليدية الى غاية شهر ماي 2023:

التقليدية الفنية	إنتاج المواد	خدمات
%33.92	%6.1	%15.69

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 والمتضمن إنشاء مصالح خارجية في وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية، - وبعد موافقة رئيس الجمهورية،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء مديرية للسياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية ويحدد مهامها وتنظيمها.

المادة 2 : تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية المذكورة في المادة الأولى أعلاه بما يأتي :

1 - في مجال السياحة :

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية،

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية،

- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية،

- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية،

- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتكوين نتائجها،

- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها،

- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية،

- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي،

- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية،

- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال،

مرسوم تنفيذي رقم 10 - 257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتين 85 - 3 و125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتعلق بالولاية، المتّم،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99 - 240 المؤرخ في 17 رجب عام 1420 الموافق 27 أكتوبر سنة 1999 والمتعلق بالتعيين في الوظائف المدنية والعسكرية للدولة،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 10 - 149 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1431 الموافق 28 مايو سنة 2010 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94 - 215 المؤرخ في 14 صفر عام 1415 الموافق 23 يوليو سنة 1994 الذي يحدد أجهزة الإدارة العامة في الولاية وهيكلها،

- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.

- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.

- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.

- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

المادة 3 : تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث (3) مصالح :

* مصلحة السياحة.

* مصلحة الصناعة التقليدية.

* مصلحة الإدارة والوسائل.

تضم كل مصلحة مكتبين (2) أو ثلاثة (3) مكاتب.

يحدد تنظيم المصالح بموجب قرار مشترك بين وزير السياحة والصناعة التقليدية والوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالجماعات المحلية والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

المادة 4 : يحول مجموع المستخدمين والممتلكات التابعة لمديريات السياحة بالولاية وكذا المستخدمين والممتلكات المتعلقة بالصناعة التقليدية التابعة لمديريات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية إلى مديريات الولاية للسياحة والصناعة التقليدية المنشأة بموجب هذا المرسوم، طبقا للتنظيم المعمول به.

المادة 5 : تلغى جميع الأحكام المتعلقة بالصناعة التقليدية والسياحة المنصوص عليها في المرسومين التنفيذيين رقم 03 - 442 المؤرخ في 5 شوال عام 1424 الموافق 29 نوفمبر سنة 2003 ورقم 05 - 216 المؤرخ في 4 جمادى الأولى عام 1426 الموافق 11 يونيو سنة 2005 والمذكورين أعلاه.

المادة 6 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010.

أحمد أويحيى

- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.

- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.

- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.

- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.

- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشأ في السياحة على المستوى المحلي.

- المشاركة، بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.

- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.

- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2- في مجال الصناعة التقليدية :

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية .

- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.

- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والحفاظ عليه ورد الاعتبار له.

- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.

- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.

- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.

- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.

- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.