

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: تسويق صناعي

بعنوان:

آليات التسويق السياحي ودورها في ترقية الصناعات التقليدية

دراسة حالة ولاية غرداية في الفترة بين 2010/2019

من إعداد الطالب : دوادي محمد

نوقشت و أجزيت علنا بتاريخ : 18-06-2019

أمام اللجنة المكونة من السادة :

د/ دحو سليمان رئيسا

د/بهاز لويزة مشرفا

أ/الشيخ صالح أبو القاسم مناقشا

الموسم الجامعي: 2018/2019

إهداء

إلى روح والدي رحمة الله عليه
إلى أمي الحبيبة حفظها الله ورعاها
الذين قال الله في حقهما "ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى أعمامي وعماتي وأخوالي وخالاتي
إلى أهلي جميعا دون استثناء
إلى زوجتي وأبنائي
دون أنسى

جميع الأصدقاء والأحباء
وزملاء الدفعة بدور استثناء

دوادي محمد

مكافأة وشكر

الحمد لله الذي بنعمته تم الصالحات والشكر له على نعمه أن وفقني لإتمام هذا العمل الذي نحتسبه لوجه الكريم والصلاة والسلام على سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى تسليم وعلى اله وصحبه أجمعين.

كم اشكر أساتذتي جميعاً دوراً استثناء الذين قاموا وأشرفوا على تكويننا
واخص بالذكر أساتذتي المشرفان على إنجاز هذا العمل

الأستاذة: الدكتورة بهاز لويزة

والأستاذة: الدكتورة شرفاوي سمية

وأوجه شكري إلى كل من ساهم في إنجاز هذا المذكرة ولو بكلمة طيبة وأخص بالذكر:

موظفي وعمال مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية

مدير وعمال غرفة الصناعة التقليدية لولاية غرداية

أصحاب المؤسسات الفندقية

أصحاب ومسيري وكالات السياحة والأسفار

أصحاب الجمعيات والدواوين وحرفيين

وكل من ساهم معنا من قريب أو بعيد

وإلى ملائتي والدفعة حفظهم الله

الطالب: دواوي محمد

الملخص :

نتيجة الإهتمام المتزايد بقطاع السياحة و الصناعات التقليدية في العالم بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص ، حاولنا من خلال هاته الدراسة تبين دور آليات تسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية حيث قسمنا الدراسة إلى فصلين ، في الفصل النظري قدمنا مفهوم التسويق السياحي و آلياته بالإضافة إلى مفهوم الصناعات التقليدية مبيين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية من الجانب النظري و في الفصل التطبيقي قدمنا من خلاله تشخيص لواقع قطاع السياحة و الصناعات التقليدية بولاية غرداية في ظل المخطط التوجيهي لهيئة السياحة **SDAT** أفاق **2030** و الخطة الرئيسية للتنمية السياحة بالولاية **SDATW** و في الأخير خلصت الدراسة إلى إثبات فرضياتها و قبولها و التي نصت مجملها على أن لآليات التسويق السياحي دور كبير في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية من خلال زيادة مبيعاتها ،تحسين جودة منتجاتها ، جذب السياح مستهلكي منتجات الصناعة التقليدية ، التعريف بها ، تحسين الصورة الذهنية حولها و تحديد إمكاناتها .

الكلمات المفتاحية :

آليات ، تسويق سياحي ، ترقية ، صناعات تقليدية .

Summary:

As a result of the growing interest in the tourism sector and the traditional industry in the world in general and in Algeria in particular, we tried through this study to show the role of tourism marketing mechanisms in the promotion of traditional industries in the state of Ghardaia, where we divided the study into two chapters, in the theoretical chapter we introduced the concept of tourism marketing and mechanisms In addition to the concept of traditional industries, showing the role of tourism marketing mechanisms in the promotion of traditional industries from the theoretical side. In the applied chapter, we presented a diagnosis of the reality of tourism sector and traditional industry in the state of Ghardaia under the SDAT 2030 and the SDATW. Finally, the study concluded that the tourism marketing mechanisms played a major role in the promotion of traditional industries in the state of Ghardaia by increasing their sales, improving the quality of their products, attracting tourists, consumers of traditional products , Identify them, improve mental image around them and determine their potential.

key words :

Mechanisms, Tourist marketing, Promotions, Handicraft

قائمة المحتويات

رقم الصفحة	المحتوى
I	الإهداء
II	كلمة شكر
III	ملخص الدراسة
IV	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
VIII	قائمة الملاحق
أ - د	مقدمة عامة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية و التطبيقية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية
03	المطلب الأول: مفهوم التسويق السياحي و آلياته
12	المطلب الثاني : مفهوم الصناعات التقليدية
17	المطلب الثالث : دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية
18	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية
18	المطلب الأول: الدراسات السابقة بالعربية
21	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
22	المطلب الثالث :مقارنة بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: دراسة حالة ولاية غرداية
25	تمهيد
26	المبحث الأول: منهجية الدراسة و أدواتها
26	المطلب الأول: مجتمع الدراسة
36	المطلب الثاني : أدوات الدراسة
38	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة
38	المطلب الأول: المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة SDAT أفاق 2030

44	المطلب الثاني: تشخيص وضعية قطاع السياحة و الصناعة التقليدية بولاية غرداية
68	المطلب الثالث : تحليل نمو قطاع الصناعات التقليدية و وفق لإمكانيات السياحية لولاية غرداية
73	خلاصة الفصل
75	خاتمة
80	قائمة المصادر والمراجع
83	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
11	مقارنة بين التسويق السياحي و التسويق السلعي	01- I
44	تطور عدد المؤسسات الفندقية المعتمدة بين 2010 و 2019	01- II
45	تطور عدد الوكالات السياحية بين 2010 و 2019	02- II
47	تطور التدفق السياحي بولاية غرداية بين 2010 و 2019	03- II
49	تطور تدفق السياح لولاية غرداية بين 2010 و 2019	04- II
51	مجموع التحصيل الجبائي للضرائب بولاية غرداية خلال سنة 2018	05- II
52	مساهمة قطاع السياحة في التشغيل بولاية غرداية إلى غاية: 2018/12/31	06- II
53	وضعية الإستثمار السياحي بولاية غرداية إلى غاية: 2018/12/31	07- II
55	تطور عدد الحرفيين بولاية غرداية بين 2009 و 2019	08- II
57	توزيع عدد الحرفيين حسب البلديات و فروع النشاط إلى غاية 2018/12/31	09- II
59	توزيع الصناعات التقليدية حسب الأنشطة إلى غاية: 2018/12/31	10- II
60	حصيلة نشاط مركز دمع الزرابي التقليدية إلى غاية: 2018/12/31	11- II
61	شهادات التأهيل الممنوحة للحرفيين إلى غاية: 2018/12/31	12- II
62	حصلة الحرفيين من محلات تشغيل الشباب إلى غاية: 2018/12/31	13- II
64	حصيلة التشغيل في قطاع الصناعة التقليدية إلى غاية: 2018/12/31	14- II
69	أسعار إيجار الغرف بالمؤسسات الفندقية بولاية غرداية: مارس 2019	15- II

قائمة الأشكال :

رقم الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
10	مكونات المزيج التسويقي السياحي	01- I
34	الهيكل التنظيمي للمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية	01- II
39	الآليات الخمس المكونة للمخطط التوجيهي لترقية السياحة أفاق 2030	02- II
44	تطور عدد المؤسسات الفندقية المعتمدة بولاية غرداية بين 2010 و 2019	03- II
45	تطور عدد الأسرة بين 2010 و 2019	04- II
46	تطور عدد وكالات السياحة و الأسفار بين 2010 و 2019	05- II
48	تطور عدد النزلاء بالمؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019	06- II
48	تطور عدد اليالي بالمؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019	07- II
50	تطور تدفق السياح الوطنيين بين 2010 و 2019	08- II
50	تطور تدفق السياح الأجانب بين 2010 و 2019	09- II
56	تطور عدد الحرفيين خلال الفترة بين 2010 و 2019	10- II
58	توزيع الحرفيين حسب فروع النشاط إلغاية :2018/12/31	11- II

قائمة الملاحق

ملحقرقم	العنوان	رقم الصفحة
01	الخارطة السياحية لولاية غرداية	83
02	قرار مؤرخ في 05 أكتوبر 2017 يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة	84
03	القانون رقم: 99-01 يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة .	85
04	الأمر رقم: 96-01 يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية و الحرف	86
05	التدفق السياحي لسنة 2018 حسب الثلاثي لولاية غرداية	87
06	التدفق السياحي لسنة 2017 حسب الثلاثي لولاية غرداية	88
07	تطور التدفق السياحي لولاية غرداية من 2005 الى 2016	89
08	القائمة الاسمية للوكالات السياحة و الاسفار بولاية غرداية : 2018/12/31 .	89
09	القائمة الاسمية للدواوين و الجمعيات السياحية المحلية لولاية غرداية 2018	90
10	متابعة الاستثمار السياحي بولاية غرداية : 2018/12/31	90
11	إحصائيات الحرفيين المسجلين في سجل الصناعة التقليدية و الحرف 2008-2016	92
12	جدول إحصائي للزرابي المدموغة مند : 2008-2012	93
13	Artisanat : 31/12/2018	94
14	شهادات التأهيل الممنوحة للحرفيين من : 2012-2016	96
15	القائم الإسمية للجمعيات النشطة في مجال الصناعات التقليدية 2019/12/31	97
16	دليل المقابلة	98

مقدمة عامة

أ - توطئة :

تساهم السياحة في تعزيز مداخيل إقتصاديات عدد كبير من دول العالم ، حيث تعتمد عليها كمورد هام وأساسي في جلب العملة الصعبة وتحقيق التنمية المستدامة ،جنبا إلى جانب و الصناعات التقليدية ،هاته الأخيرة تعد من بين أهم عوامل جذب السياح و خصوصا الأجانب و بالتالي المساهمة في الدخل الوطني وتنشيط الحركة الاقتصادية خارج قطاع المحروقات ، فإرتباط نشاطات الصناعات التقليدية بنشاطات السياحة يعد إرتباط وثيق و تكاملي ، و من أجل أن تلعب الصناعات التقليدية دورها كان لزاما الاهتمام بها ودعمها من طرف الدولة و نتيجة التهميش الذي عرفه قطاع الصناعات التقليدية فيما سبق خصوصا قبل سنة 1996 بالجزائر ، نحاول من خلال دراستنا هاته التركيز على مدى مساهمة السياحة في تطوير و ترقية الصناعات التقليدية من خلال تبين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية و عليه نطرح الإشكالية التالية :

ب- الإشكالية الرئيسية :

ما مدى مساهمة آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية ؟

التساؤلات الفرعية :لقد قمنا بتفكيك الإشكالية الرئيسية إلى عدة تساؤلات فرعية كما يلي :

- 1- إلى إي مدى يساهم المنتج السياحي في زيادة مبيعات منتجات الصناعات التقليدية بولاية غرداية ؟
- 2- إلى إي مدى يساهم التسعير السياحي في جذب السياح من مستهلكي الصناعات التقليدية ؟
- 3 - إلى إي مدى يساهم التوزيع السياحي في تحسين جودة منتجات الصناعات التقليدية ؟
- 4 - إلى إي مدى يساهم الترويج السياحي في التعريف بمنتجات الصناعات التقليدية ؟
- 5- إلى أي مدى يساهم الأفراد في الحفاظ على الصناعات التقليدية ؟
- 6- إلى إي مدى يساهم السوق السياحي في تحديد إمكانيات الصناعات التقليدية؟

ج- فرضيات الدراسة :

الفرضية الرئيسية: لآليات التسويق السياحي دور مهم في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية
الفرضيات الفرعية:

*- للمنتج السياحي دور هام في زيادة مبيعات الصناعات التقليدية بولاية غرداية .

- * - يساهم التسعير السياحي في جذب السياح مستهلكي منتجات الصناعات التقليدية .
- * - يساهم التوزيع السياحي في تحسين جودة منتجات الصناعات التقليدية.
- * - يساهم الترويج السياحي في التعريف بمنتجات الصناعات التقليدية.
- * - يساهم الأفراد في الحفاظ على الصناعات التقليدية.
- * - يساهم السوق السياحي في تحديد إمكانات الصناعات التقليدية .

د- مبررات إختيار الموضوع :

- * توافق الدراسة مع ميولات الطالب المتعلقة بترقية الصناعات التقليدية والحفاظ عليها .
- * توافق موضوع الدراسة المتعلق بترقية الصناعات التقليدية مع مهنية الطالب .
- * الإهتمام المتزايد بقطاع السياحة والصناعات التقليدية في البلاد والعالم بأسره .
- * يعتبر موضوع آليات التسويق السياحي و دوره في ترقية الصناعات التقليدية موضوع حديث و مهم .
- * إثراء المكتبة بمرجع متخصص في مجال السياحة و الصناعات التقليدية .

هـ- أهداف الدراسة و أهميتها :

- تكمّن أهداف الدراسة في ما يلي:
- * تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه آليات التسويق السياحي في ترقية وتطوير الصناعات التقليدية إلى جانب ما تقوم به الدولة في هذا المجال.
- * تبين دورالمزيج التسويقي السياحي في ترقية منتجات الصناعات التقليدية المصنوعة يدويا.
- * تبين كيف يؤثر التسعير السياحي في جذب السياح .
- في حين تتجلى أهميتها في :
- * تزايد و تنامي مكانة الصناعات التقليدية في حياتنا اليومية و ازدهارها .
- * تعدالصناعات التقليدية بمثابة فرص جد مربحة وإحدى أهم موارد خلق الثروة.
- *يسعى السائح دائما للحصول على الراحة و الإستجمام في ظل الطبيعة و الحياة التقليدية .

و- حدود الدراسة:

لقد قمنا بدراسة موضوع آليات التسويق السياحي ودورها في ترقية الصناعات التقليدية في ظل الحدود التالية :
الحدود الموضوعية : إقتصرت دراستنا على تبين العوامل الخاصة بالتسويق السياحي المؤثر في ترقية الصناعات التقليدية و المتمثلة في المنتج السياحي ،التسعير السياحي ،الترويج السياحي ،التوزيع السياحي،الأفراد ،السوق السياحي .

الحدود الزمنية : نشير إلى أن الدراسة شملت الفترة من 2010 إلى غاية 2019 .

الحدود المكانية : شملت المتعاملين في مجال السياحة و الصناعات التقليدية بولاية غرداية .

ز- منهج البحث و الأدوات المستخدمة : من أجل معالجة إشكالية هذه الدراسة إعتدنا في الجانب النظري على المنهج الوصفي بهدف الإحاطة بها و معرفتها نظريا ، ومن أجل إسقاط هذه المفاهيم على الجانب الميداني ، نستعين بالمنهج الوصف التحليلي و منهج دراسة الحالة ، من خلال المسح المكتبي للوثائق و التقارير الخاصة بالإدارة المشرفة على القطاع السياحة و الصناعات التقليدية و المقابلة الميدانية مع المتعاملين السياحيين و الحرفيين و باستخدام الملاحظة.

ح- متغيرات الدراسة :

المتغير التابع

ترقية الصناعات التقليدية

زيادة المبيعات
جذب السياح
تحسين جودة المنتجات
التعريف بالمنتجات
الحفاظ عليها
تحديد إمكانياتها

المتغير المستقل

آليات التسويق السياحي

المنتج السياحي
التسعير السياحي
التوزيع السياحي
الترويج السياحي
الأفراد (العنصر البشري)
السوق السياحي

ط- مرجعية الدراسة: إتمدنا في إنجاز هاته الدراسة على المصادر باللغة العربية و تمثلت في الكتب و المذكرات الجامعية ، الندوات و المؤتمرات ، المجلات و الدوريات و مراجع باللغة الفرنسية ، مواقع عبر الأنترنت .

ي- هيكل البحث : من أجل إنجازنا لهاته الدراسة و الإلمام بجوانب الموضوع قسمنا الدراسة إلى فصلين يتناول

الفصل الأول: الأدبيات النظرية و التطبيقية لآليات التسويق السياحي و ترقية الصناعات التقليدية حيث تم تقسيمه إلى مبحثين في المبحث الأول تناولنا الأدبيات النظرية و التطبيقية للتسويق السياحي و الصناعات التقليدية و يضم ثلاثة مطالب، نتناول فيها مفهوم التسويق السياحي ومفهوم الصناعات التقليدية و دور آليات التسويق السياحة في ترقية الصناعات التقليدية ، في المبحث الثاني نتناول الدراسات السابقة للموضوع من خلال ثلاث مطالب ، في المطلب الأول نتناول الدراسات السابقة باللغة العربية و المطلب الثاني الدراسات السابقة باللغة الأجنبية، وفي المطلب الثالث نقدم مقارنة بين دراستنا الحالية والدراسات السابقة من حيث أوجه التشابه و الاختلاف بينها و الإضافة التي تقدمها هاته الدراسة .

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية خصصت لدراسة مساهمة آليات التسويق السياحي في ترقية قطاع الصناعات

التقليدية بولاية غرداية من خلال مبحثين تناولنا في المبحث الأول: منهجية الدراسة و أدواتها من خلال مطلبين في المطلب الأول نتعرف على مجتمع الدراسة وفي المطلب الثاني نتناول الأدوات المستعملة في الدراسة و في المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية ، في الأخير خاتمة تتضمن النتائج المستخلصة من النظري و التطبيقي بالإضافة إلى التوصيات التي نراها ملائمة .

الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية

للآليات التسويق السياحي والصناعات

التقليدية

تمهيد:

نظرا للأهمية المتزايدة و الكبيرة للقطاع السياحي في حياة الشعوب ،من خلال ما يحققه من المكاسب للفرد و للمجتمع ، سواء على المستوى الإقتصادي و الإجتماعي و السياسي و الثقافي ، و بحكم تنوع المنتج السياحي و ثرائه ، جعل السياحة تأخذ عدة أشكال و أنواع ، فنجد السياحة الجبلية ، السياحة الشاطئية السياحة الدينية ، السياحة الترفيهية ، سياحة الصيد ، سياحة الغابات ، السياحة العلاجية ، السياحة الثقافية هاته الأخيرة (السياحة الثقافية) بحكم إعتماها على الموروث الثقافي و التقليدي حيث تحتل الصناعات التقليدية مكانة هامة فيها و من أجل تبين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية .

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية.

في هذا المبحث نتناول في المطلب الأول منه مفهوم التسويق السياحي و آلياته وفي المطلب الثاني مفهوم الصناعات التقليدية وفي المطلب الثالث دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية.

المطلب الأول: مفهوم التسويق السياحي و آلياته

يعد تحديد مفهوم للسياحة و السائح من الأمور المهمة قبل التعرض لمفهوم التسويق السياحي ، حيث يعرف الأستاذ Wilter Huinwiker السياحة هي : "مجموع العلاقات و الظواهر التي تترتب على سفر و على إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما ، طالما أن هذه الإقامة لا تتحول إلى إقامة دائمة ، و طالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يغلب لهذا الأجنبي " .¹

ومن المنظور الاجتماعي يعرفها الباحث الألماني FREULER.E.G سنة 1905 معلى أنها: " ظاهرة من ظواهر عصرنا الأساس منها الحصول على الاستحمام و تغيير المحيط الذي يعيش فيه الإنسان و الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال الطبيعة ونشوة الإستمتاع بها ، مناطق لها طبيعتها " .²

أما من المنظور الإقتصادي فيعرفها أستاذ جامعة بروكسل PICARD EDMOND على أن " مهمة السياحة لا تتضح فقط من وجهة نظر السائحين ولكن من الوجهة المالية أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح و ينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليهم السائح و يتجول في بلداتهم و تكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق و غير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة " .³

تعرف المنظمة العالمية للسياحة (OMT) : السياحة بأنها " نشاط من الأنشطة التي تتعلق بخروج فرد عن الوسط الذي يقيم فيه عادة لا تتجاوز السنة متواصلة، لغرض الترفيه والاستمتاع أو غيرها على ألا تكون مرتبطة بممارسة نشاط بهدف الحصول على دخل " .⁴

¹- خالد قاشي و آخرون—أهمية التسويق السياحي للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر ،مجلة الإدارة والتنمية للبحوث و الدراسات، العدد 2 ،2012، ص139 .

²-هدى سيد لطيف :السياحة النظرية و التطبيق ،الشركة العربية للنشر و التوزيع ، القاهرة،1994، ص 10 .

³-Wilter Huinwiker :Le tourisme caractéristiques principales .Aiest .éditions Gurten ,BERNE ,1972,P 4.

⁴-هاني نوال ، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية ،مجلة الباحث، العدد 13 سنة 2013 ، ص 73 .

تعريف السياحة لا يكتمل ما لم يثم تعريف السائح و الذي يمثل محور هذا النشاط و العملية ككل ، حسب لجنة الخبراء الاقتصاديين التابعة لعصبة الأمم سنة 1973م:

السائح هو " أي شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة "

كما عرفه "مؤتمر الأمم المتحدة للسفر و السياحة الدوليين بروما سنة 1963م على انه "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي إعتاد الإقامة فيها ، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها " منه نقول أن السائح يقوم بالنشاط السياحي بهدف المتعة و الإستجمام ، إما الدول فتقوم بالإهتمام بالقطاع السياحي من أجل الحصول على مداخيل تساهم في الناتج المحلي الإجمالي عن طريق تلبية كافة متطلبات و سد حاجات السائح و منه تنتج العلاقة .

و نحاول فيما يلي إبراز مفهوم التسويق السياحي ، أهدافه و مزيجه التسويقي .

01- مفهوم التسويق السياحي :

هو عبارة عن أوجه النشاط الخاصة بدراسة و تحديد حاجات السوق و توجيه موارد المنظمة نحو ما يمكن تقديمه من مزيج خاص بالمنتجات و الأسعار و التوزيع و الترويج الذي يحقق الإشباع لهذه الحاجات و بما يحقق أهداف المنظمة والمجتمع.¹

عرف هذا المصطلح عدة تعريفات يمكن تلخيص أهمها فيما يلي :

يعرف " كعملية تسيير تمكن المؤسسات و المنظمات السياحية من التعرف على زبائنهم الحاليين و المرتقبين و التواصل معهم للإحاطة بحاجاتهم و التأثير في رغباتهم و حوافزهم على الصعيد المحلي ، الجهوي ، الوطني أو الدولي من أجل تكييف منتجاتهم وتحسين الرضا السياحي وكذا تحقيق أهدافهم "

التسويق السياحي هو: "نشاط شامل و متكامل يضم جميع الجهود بشكل مباشر من إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين و إتمام البرنامج"²

¹- إبراهيم إسماعيل حسين الحديد، إدارة التسويق السياحي ، دار الإعصار العلمي ، عمان ،الأردن ، ط 1 ، 2010 ، ص 81 .

²- صبري عبد السميع :التسويق السياحي و الفندقية ،المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة،2006، ص 30.

*-عرفه المختص في مجال التسويق السياحي Bartles : هو "عملية موجهة نحو السائحين و تهدف إلى تأمين و تلبية إحتياجاتهم الإستهلاكية من خلال القنوات التوزيعية المختلفة المؤلفة من المنظمات و المؤسسات السياحية المختلفة و التي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط أو قيود البيئة الخارجية التي تتم فيها عملية التفاعل مثل القيود الاقتصادية و التكنولوجية و الأخلاقية و الاجتماعية والتي تهدف إلى تسهيل تدفق المبادلات إلى السوق المستهدف و بما ينعكس على تحسين عمليات التبادل و الاستهلاك (النسور 2008) ".¹

*- وقد رأى Jobber بأن مفهوم التسويق السياحي يتطلب الاهتمام بثلاثة عناصر أساسية تتمثل في التوجه نحو الزبائن و توفير المنظمة التي تقوم بترجمة و تنفيذ التوجه السابق و أخير لتحقيق الرفاه الإجتماعي لهؤلاء الزبائن على المدى الطويل.²

فتظهر أهمية التسويق السياحي من خلال النقاط التالية :

*دراسة سلوك المستهلك و العمل على تلبية مختلف رغباته لتحقيق أقصى منفعة ممكنة له .

*المساهمة في إدارة المعلومات من خلال نظام المعلومات التسويقية المبنى على معرفة مختلف متطلبات طالبي الخدمة من جهة و المنافسين من جهة أخرى.

*المساعدة على القيام بوظيفة تخطيط للمنتج السياحي،تحديد الأسعار المناسبة للمنتج و من ثم زيادة الفعالية التنظيمية للمؤسسة .

*بناء الإستراتيجيات الترويجية المثلى الملائمة لمختلف المنتجات السياحية القديمة منها والجديدة.

*المساهمة في القضاء على البطالة من خلال توفير فرص عمل مختلفة .

من خلال ما سبق يتجلى لنا المفهوم التسويق السياحي بشكل كامل و واضح و فيما يلي نستعرض أهدافه.

02-أهداف التسويق السياحي :تتمثل في ما يلي.

*- إرضاء السياح :الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هو إرضاء العملاء من السائحين، من خلال عملية التسويق المنظم فإن السائحين سيحصلون على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة في أوقات مناسبة وبطريقة مرضية ، الخدمات ستكون متلائمة بشكل جيد مع توقعات وأذواق السائحين. حيثأن

¹-إبراهيم إسماعيل حسين الحديد ،مرجع سبق ذكره ص 85.

²- نفس المرجع ص85.

السائحون ينظرون إلى الخدمات السياحية باعتبارها مجموعة من المنافع ، وهم يختارون تلك الخدمات التي تقدم لهم أفضل المنافع مقابل الثمن الذي يدفعونه، والخدمات التي تحقق لهم أكبر إشباع ممكن.¹

*-**الاستغلال الأمثل للموارد** : إن التقدير لتوقعات العملاء يجعل من الممكن للشركة من إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب ، وهذا يتطلب السيطرة على المخلفات والتلف ، كما تسعى الشركات السياحية إلى تعظيم الموارد من خلال الاستغلال الجيد للموارد المتاحة لديها مع توفير المرونة لها ، لتتمكن من مواكبة إحتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي ، فالتقدير لتوقعات العملاء يجعل من الممكن للشركات إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب ، وهذا يقلل من عدم إستغلال الموارد المتاحة.

*- **تحقيق الأرباح** : وهذا هدف طويل الأجل، حيث يعتبر الاقتصاد في التشغيل والتوسع في حجم السوق وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية ، كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح و من هنا فإن المؤسسات السياحية يجب أن تعمل وفق خطط منظمة حتى يستمر السائحون في استخدام خدماتها بدون انقطاع وهذا الاستمرار بلا شك يساعد في تحقيق الأرباح.

*-**تحسين الصورة الذهنية**: إن هدف التسويق السياحي هو مساعدة المؤسسة في إبراز صورة واضحة عن المنطقة السياحية ، حيث يعتبر عاملا مؤثرا في خلق أو التخلص من الانطباعات لدى السائحون في الأسواق المستهدفة.

*- **التفوق على المنافسة** : حيث أصبح التنافس أكثر حدة وتأثيرا مما سبق ، حيث تسهل الممارسات التسويقية إتباع إستراتيجية مناسبة ، حيث يتم إنجاز أهداف الشركات بمساعدة القرارات التسويقية ، ومن خلال ذلك فإنه غالبا ما تنجح الشركة في جعل خدماتها السياحية في المركز الرائد ، مما يجعل من الصعب على المنافسين دخول الأسواق السياحية أو المنافسة فيه ، إضافة إلى ذلك فإن الشركات تظهر اهتماما بأن تتفوق على المنافسة وتسيطر على المركز الريادي في السوق ، لذا فإن التسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات وتوقعات السائحون يجعل من السهل تنظيم أعمال وأنشطة الشركات السياحية بما يتناسب مع ذلك.²

*- التسويق السياحي يعمل على وضع المنتج و المنظمة السياحية في الطريق الصحيح .

*- إختيار الأسواق المربحة و التي تمتاز بقلّة المنافسة .

¹-خالد قاشي و آخرون ،مرجع سبق ذكره ، ص 154.

²-نفس المرجع ص 154 .

وتتحلى أهمية التسويق السياحي في الجزائر من خلال المساهمة في التعريف بالمنتجات السياحية المتاحة بها و هو ما يكفل الزيادة في نسبة توافد السياح إليها ، و بالتالي الرفع من مداخيل القطاع السياحي ، ومن ثم رفع مساهمته في الدخل القومي ، تحسين جودة الخدمات السياحية مما يقدم صورة أحسن على القطاع ، العمل وفقا لعناصر مزيج التسويق السياحي ، بتنمية و تأهيل القطاع خاصة من خلال التركيز على المنتج والخدمات السياحية المقدمة بجودة تواكب المعايير العالمية ، التسعير مع الأخذ بعين الاعتبار الأسعار في الأسواق المنافسة و خاصة في الدول العربية المجاورة ، الترويج من خلال اعتماد الاستراتيجيات الترويجية المناسبة بالإعلان و مختلف أقسام الترويج ، التوزيع بنوعيه المباشر وغير المباشر ،المساهمة في النهوض بالصناعات الأخرى التي تؤثر فيها السياحة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، كالصناعات التقليدية و الحرفية ،إعطاء صورة حسنة عن الوضع الاقتصادي و الاجتماعي و خاصة السياسي و الأمني للدولة ، وهو ما حدث عقب فترة التسعينات حين ساهم التسويق السياحي في الأكد على التحسين الأمني ،يعتبر التسويق السياحي أداة من أدوات جذب الاستثمارات الأجنبية بتقديمه قاعدة معلومات كبيرة حول الجزائر من مختلف الجوانب .¹

03-آليات التسويق السياحي: أو ما يعرف بالمزيج التسويقي السياحي حيث يعرف على أنه

" كل متغيرات البلد والتي يمكن إستعمالها للتأثير على سلوكيات المسافرين " و تتمثل في :

03-01- المنتج السياحي : يمثل العنصر الأول من عناصر المزيج التسويقي السياحي و هو خليط من الظروف الطبيعية الجغرافية و المناخية و البيئية و الحضارية و الدينية و الاجتماعية و غير ذلك من المقومات ، بالإضافة إلى الخدمات و التسهيلات السياحية مثل المرافق العامة الأساسية و الخدمات السياحية .²

و المنتج السياحي هو عبارة عن مجموعة من العناصر التي تتواجد لدى الدولة فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة تعتمد عليها في إثارة الطلب السياحي الخارجي و يتكون من ثلاث عناصر أساسية:عنصر الجذب مثل (مناظر جذابة ،أثار تاريخية ،صناعات تقليدية،...الخ)،التسهيلاتمثل (توفر الإقامة...)، إمكانيات السفر أو الوصول إلى الموقع السياحي(الزمن و التكلفة).

¹- نفس المرجع ، ص 155 .

²- إبراهيم إسماعيل الحديد ،مرجع سبق ذكره ،ص91 .

02-03-التسعير السياحي : يعتبر التسعير السياحي أحد الأنشطة الهامة في العمل السياحي و عنصر هام من عناصر المزيج التسويقي السياحي ، لما له من تأثير على الحركة السياحية حيث تتأثر قرارات السائحين بشكل كبير بمقدار التكلفة المادية للرحلة أو البرنامج السياحي و ما يتضمنه من خدمات متاحة لذلك فإن سلوك وقرار السائح يرتبط دائما بتسعير هذه الخدمات (السعر المنخفض يحفز السائح والعكس).

03-03-التوزيع السياحي : يهدف إلى إقامة جسر بين المنتج السياحي و السائح ، فبواسطته يصبح المنتج متاح في الأسواق ،فهو يحقق للسائح المنفعة الزمانية و المكانية (وكالات السياحة و الأسفار ، النوادي و جمعيات السفر)، و يمكن التعبير عنه بأنه كافة الأنشطة التي يتم ممارستها من قبل كافة الأطراف ذات الصلة من أجل أن يتاح للسائح ما يريده من منافع مكانية و زمانية و غيرها بالوقت و الوضع المناسب له .

لا بد من تبين مفهوم **منافذ التوزيع السياحي :** و تتضمن كافة الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات التوزيعية العاملة في قطاع السياحة و التي تتمثل بنقل الصور الذهنية للمواقع و الأماكن و السلع و الخدمات و التسهيلات المرتبطة بها، من أماكن إنتاجها إلى أماكن إستهلاكها أو إستخدامها أو تقديمها أو عرضها للسائح المعنيين ¹.

03-04-الترويج السياحي : يتمثل في الإعلان ، العلاقات العامة ، المعارض ، المؤتمرات السياحية ، يمثل الترويج أو التنشيط السياحي العنصر الثاني من عناصر المزيج التسويقي السياحي و يقصد به الجهود التي تبذلها مختلف وسائل الإعلام و الاتصالات السمعية و البصرية و الشخصية لتوضيح الصورة السياحية للدولة و إبرازها أمام الزوار السياحيين وذلك باستخدام وسائل الدعاية المختلفة كالمصققات و النشريات الدعائية المتعددة بالإضافة إلى وسائل الإعلان المسموعة في اللاذعات المختلفة و المقروءة في الصحف و المجلات اليومية و الأسبوعية و المرئية في التلفزيون و السينما و غير ذلك ،هذا بالإضافة إلى الإعتماد على العلاقات العامة باعتبارها وسيلة فعالة للاتصال الشخصي بين رجال التسويق السياحي و العملاء السياحيين ².

05-الأفراد (العنصر البشري): يعتبر العنصر البشري هو المحور الرئيسي الذي يدور حوله النشاط السياحي في كل مراحل المختلفة التخطيطية و التسويقية و البيعة و الإدارية.....إلخ.

فالعنصر البشري يقوم بكافة الخدمات السياحية كالفنادق و الشركات السياحية و السفر

¹محمد عبيدات ،التسويق السياحي - مدخل سلوكي - جامعة الأردن ، ط 2 ، 2008 ، ص 92 .

² نفس المرجع ،ص 92.

و شركات النقل السياحي و حالة العادات و السلع و الخدمات السياحية إلخ .

مما يتطلب من القائمين على النشاط السياحي أن يركزوا جهودهم على الاهتمام بهذا العنصر الإنتاجي الهام والإشراف عليه وتنميته و تدريبه بصفة دائمة مستمرة لذلك فإن اتجهت إلى تنظيم عملية إختيار العاملين في القطاع السياحي ككل و كذلك العاملين في مجال التسويق السياحي استنادا على أمية الاختيار في هذا النشاط على وجه الخصوص لما يتطلب من مهارات وقدرات وخبرات معينة لا تتوفر لعدد كبير من العاملين في المجال السياحي .¹

03-06-السوق السياحي : يعتبر السوق السياحي (الدولة أو البلد المصدر للسياحة) هو أحد منافذ التوزيع التي تعتمد عليها الدولة السياحية في بيع برامجها وخدماتها السياحية فيها لذلك فإن دراسة هذا السوق تعتبر من المهام الرئيسية التي يقوم بها جهاز التسويق السياحي للتعرف على حجم هذه السوق و قدرته على تنمية الطلب السياحي فيه ، كذلك تتضمن دراسة السوق السياحي الموقع الجغرافي له و مدى قربه أو بعده عن الدولة و إجراء الدراسة السكانية لمجتمع هذا السوق و التقسيمات الرئيسية له من حيث الدخل و المهنة و الجنس و السن وذلك بهدف وضع الخطط التسويقية و بدل الجهود التنشيطية التي تلاءم الشرائح السوقية المختلفة طبقا للمستويات الثقافية و الإجتماعية و المهنية و المعمارية الخاصة بها ، كذلك تتضمن دراسة السوق التعرف على الدور أو المهام التي تقوم بها الشركات المكاتب السياحية الرسمية بالخارج و التوسع المتوقع في حجم هذا السوق لوضع الخطة التسويقية التي تتناسب مع هذا التوسع المحتمل فيه بالإضافة إلى تحليل نصيب الدولة من هذا السوق السياحي للتعرف على العوامل المختلفة المؤثرة في ذلك و تحديد منافذ البيع و التوزيع للبرامج السياحية الموجودة في هذه الأسواق مثل النقابات العلمية والمهنية والجمعيات المختلفة و ذلك لسهولة الإتصال بها و توجيه الأنشطة التسويقية لها من خلال عقد المؤتمرات و الندوات و اللقاءات في الدول المختلفة² .

03-07- بحوث التسويق : تدخل بحوث التسويق كعنصر مشترك مع باقي العناصر الأخرى المكونة للمزيج التسويقي السياحي فإكتشاف طبيعة الأسواق السياحية و إمكاناتها ، يحتاج إلى بحوث السوق التي تتفرع إلى بحوث الدوافع و بحوث المستهلكين التي تتناول السائح من وجهة النظر الشخصية و الاجتماعية كالعمر و الجنس و الثقافة و الميول الاجتماعية و المؤثرات التي تحرك دوافعه و رغباته المختلفة من الزيارة السياحية ، هذا إلى جانب

¹- إبراهيم إسماعيل الحديد ، مرجع سبق ذكره ، ص 93.

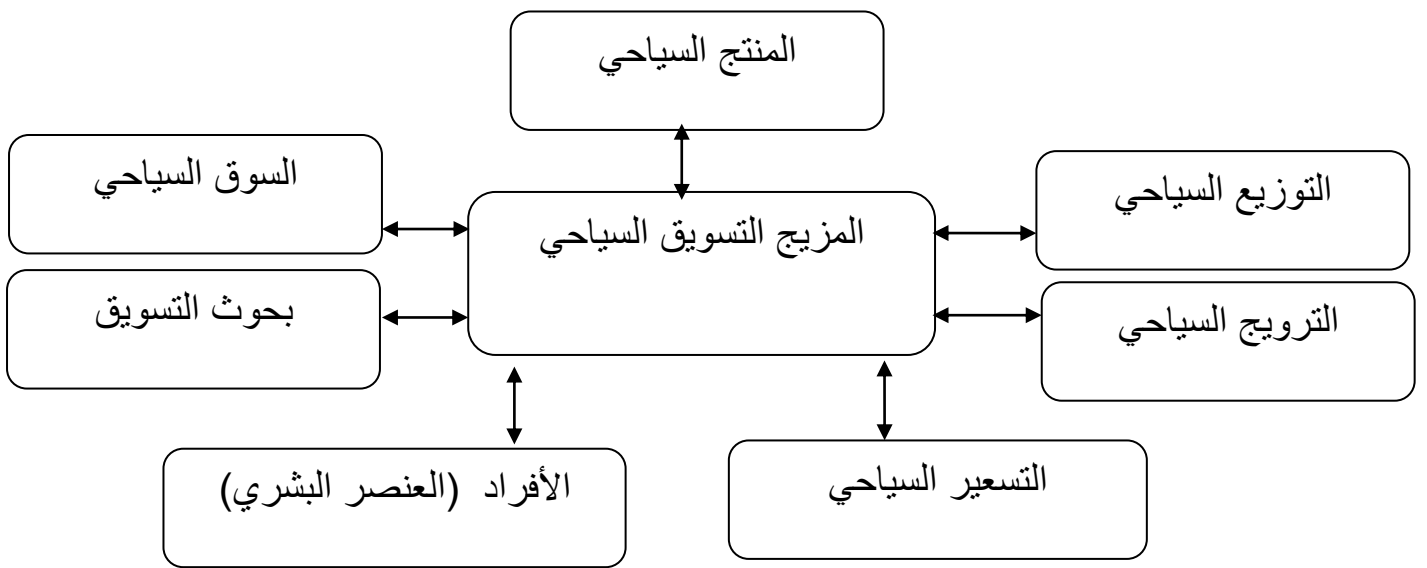
²- نفس المرجع ، ص 94.

الفصل الأول الأدبيات النظرية والتطبيقية لآليات التسويق السياحي والصناعات التقليدية

التعرف على المشكلات و العقبات التي تواجهه أثناء هذه الزيارة بهدف تخطيط و ترشيد سياسات التسويق السياحي بما تحقق هذه الدوافع و الرغبات و يقضي في نفس الوقت على المشكلات التي تعترض سبيل الحركة السياحية¹.

نوجزها في كونها بحوث للمستهلكين السياحيين لاكتشاف الدوافع و الميول والرغبات والمؤثرات و المشكلات و العقبات و معالجتها.

الشكل I-01 : مكونات المزيج التسويقي السياحي .



المصدر : إبراهيم إسماعيل الحديد ،مرجع سبق ذكره ،ص 94 .

4- خصائص التسويق السياحي:

- * - إنتقال الزبون إلى الخدمة عكس التسويق السلعي الذي يتميز بالعكس .
- * - يتميز أسلوب التسويق السياحي بقلة المرونة عكس التسويق السلعي الذي يتميز بالمرونة والتطور.
- * - هدف التسويق السياحي كمي و ليس زمني نظرا لطبيعة السلعة.
- * - يعتمد على المعلومات و الخدمات السياحية.

¹-نفس المرجع ص 94 .

الفصل الأول الأدبيات النظرية والتطبيقية لآليات التسويق السياحي والصناعات التقليدية

و من أجل توضيح هذه الخصائص أكثر نقدم هذه المقارنة بين التسويق السياحي و التسويق السلعي من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم I-01 : مقارنة بين التسويق السياحي و التسويق السلعي¹

التسويق السلعي	التسويق السياحي
01-يعتمد على بحث و دراسة حاجات المشترين و دوافعهم بهدف إنتاج و عرض السلع التي تتفق وهذه الحاجات و الرغبات و الدوافع.	01- يقوم على إثارة الدوافع و الاتجاهات لدى السائحين المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منظمة معينة لغرض من أغراض السياحة المعروفة
02-إن المعروض منها يتصف بالمرونة و القابلية للتغير و التعديل و التطوير بسهولة نظرا لطبيعة مكوناته و إمكانية إنتاج سلع و منتجات جديدة تتفق و احتياجات الأسواق التي تتعامل معها	02-يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بالجمود و عدم المرونة و عدم القابلية للتغير في المدى القصير .
03-يهدف إلى تحقيق رقم محدد من المبيعات وهذا الرقم قد يكون خلال فترة معينة كعام مثلا أو شهر .	03-يهدف إلى إبراز الصورة السياحية و التركيز على معالم الدولة و مناطقها السياحية المتعددة و بالتالي زيادة معدل الحركة السياحية سنويا
04-يحقق منفعة زمانية نتيجة لطبيعة هذه السلع ،حيث يمكن القيام بجهود تسويقية لسلع تم إنتاجها فعلا و موجودة في المخازن أو لسلع سوف يتم إنتاجها في المستقبل	04-التسويق السياحي مختلف لان السلعة السياحية أو المنتج السياحي موجود بطبيعته في الدولة في كل وقت و مكان و بذلك فإن العملية التسويقية يمكن أن تتم في أي وقت من الأوقات خلال العام .
05-يحقق منفعة الحيازة للسلع المادية بصورة مباشرة بمجرد انتقالها من المنتج أو البائع إلى المشتري أو المستهلك	05-لا يحقق هذا النوع من المنفعة لان السلع السياحية لا تخضع لشخص معين بذاته و لا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال كتمن له أو غير ذلك و لكن يمكن ان يستخدمها و يستمتع بها أكثر من شخص في وقت واحد

المصدر : إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سبق ذكره ص 88-89 .

¹ - إبراهيم إسماعيل الحديد، مرجع سبق ذكره ص 88-89 .

المطلب الثاني : مفهوم الصناعات التقليدية .

نحاول من خلال هذا المطلب التعرف على مفهوم الصناعات التقليدية، أهميتها، خصائصها .

01- مفهوم الصناعات التقليدية :هنالك عدة تعاريف للصناعات التقليدية نذكر منها ما يلي :

01-01- تعريف مؤتمر الأمم للتجارة و التنمية: CNUCED سنة 1969م "يطبق تعبير المنتجات

المنتجة باليد على كل الوحدات المنتجة بمساعدة أدوات أو وسائل بسيطة و كل المعدات المستعملة من طرف الحرفي والتي تحتوي في جزئها الأكبر على عمل اليد أو بمساعدة الرجل في حين أن منتجات الصناعة التقليدية ، تتميز عن نظيرتها اليدوية بما يلي :الطابع التقليدي أو الفني الذي يعكس خصائص و تقاليد البلد المنتج للمنتجات ، حرفيين يمارسون غالبا عملهم في المنزل .¹

01-02- تعرف منظمة اليونسكو و المركز العالمي للتجارة و الصناعة التقليدية (في ندوة الحرف و السوق

العالمية المنعقدة في :1997/10/08م) بمانيلا بالفلبين : "يقصد بالمنتجات الحرفية ،المنتجات المصنوعة من طرف الحرفيين حصرا باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية ، شرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي الجزء الأكبر من المنتج النهائي لهذه المنتجات ، تنتج من دون تحديد الكمية و باستخدام مواد أولية مأخوذة من المواد الطبيعية المستدامة ، و تستمد طبيعتها الخاصة من سماتها المتميزة و التي يمكن أن تكون منفعة ،جمالية ، فنية إبداعية ، ثقافية ، زخرفية ،رمزية وهامة ،وتعكس وجهة عقائدية أو إجتماعية ، و هذا ما يجعلها تلعب دورا إجتماعيا و ثقافيا و إقتصاديا"²

01-03-تعريف المنظمة الدولية للعمل (OIT) سنة 1988م وفق التصنيف الدولي للمهن و المنشور سنة

1991م : تطلق تسمية الحرفي وعمال المهن ذات الطابع الحرفي على الأشخاص الذين يمارسون أعمالهم باليد أو مساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية أو غيرها ،التي تساعد على تقليص الجهد البدني أو الوقت اللازم للقيام بمهام معينة أو للوصول إلى منتجات ذات جودة و يصنفون إلى :

¹صديقي شفيقة ،دفع صادرات الزرابي التقليدية الجزائرية بتطبيق مقاربة التسويق الدولي ، رسالة ماجستير، تخصص تسويق ، جامعة الجزائر ،2002 ص 75.

²بن العمودي جليلة ،إستراتيجية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر 2003-2010 ، رسالة ماجستير – جامعة ورقلة ،2012 ،ص03

*- حرفيون وعمال مهن الإستخراج و البناء : و يتعلق الأمر بأولئك الذين يقومون بإعداد واستخراج المعادن الصلبة من المناجم ،بناء و صيانة وإصلاح المباني .

*-حرفيو و عمال مهن التعدين و آلات البناء:و تظم هذه المجموعة الأشخاص العاملين تلحيم و إعادة تركيب المعادن ،بناء و صيانة و إصلاح الهياكل الفولاذية الثقيلة ، تركيب و صيانة و إصلاح الآلات و غيرها .

*-حرفيو و عمال الهندسة الدقيقة و مهن الفن و الصباغة و ما يشابهها: و تشمل مصلحي الأجهزة الدقيقة و الآلات الموسيقية، المجوهرات والمعادن الثمينة و غيرها.

*-حرفيو و عمال مهن أخرى ذات طابع حرفي: تحوي هذه المجموعة على مهن معالجة و تحضير المواد الخام للزراعة و الصيد و تحويلها إلى أغذية و منتجات أخرى ، حرفة النجارة ، المنسوجات ، الفرو ،الجلود و غيرها من المواد ¹.

04-01-منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية (UNIDO): حيث قسمت الحرف التقليدية إلى أربعة أقسام و هذا وفق للسوق المستهدف:

أ-الحرف التقليدية الجميلة: هي التي تعبر منتجاتها على الخصائص العرقية و التراث التقليدي حيث تكون ذات طابع فريد من نوعه ، تنتج بالوحدة و تصنف ضمن الأعمال الفنية ، كما تعرض منتجاتها في المتاحف والمعارض الفنية و يتم شراؤها من قبل محبي جمع الآثار .

ب-الحرف التقليدية: وهي حرف تستخدم أساليب تقليدية و تكون منتجاتها مصنوعة يدويا باستعمال مواد أولية تقليدية ، الفرق بينها وبين الحرف التقليدية الجميلة ، هي أن الحرفيين يلجئون إلى المساعدة من طرف مصممين لمساعدتهم على ضبط المنتج حسب متطلبات السوق ، مع ضمان ظهور الخصائص الحرفية و الخلفية التاريخية و المحافظة عليها ،يمكن أن تنتج بكميات كبيرة .

ج-الحرف التجارية: تكون منتجاتها مصنوعة تقليديا و مكيفة حسب احتياجات و أذواق السوق و بدرجة عالية اتجاه الموضة و تخصص للمشتريين الأجانب ، تنتج بكميات كبيرة و باستخدام عدد و أنواع و وسائل أكبر و تعرض في المتاجر المتخصصة و المحلات التجارية .

¹- بن العمودي جلييلة ،مرجع سبق ذكره ،ص03.

د-الحرف المصنعة : و تخص كل نماذج الصناعة التقليدية المعاد إنتاجها بواسطة آلاتأوتوماتيكية، تنتج بأحجام أكبر وقد لا يلتزم المنتجون لها بالطابع التقليدي للمنتج.¹

01-05- تعريف الصناعة التقليدية و الحرف في التشريع الجزائري : حسب ما جاء به نص الأمر رقم: 01-96-المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية و الحرف و بنص المادة 05 منه "الصناعة التقليدية و الحرف هي: كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي و تمارس بصفة رئيسية و دائمة، و في شكل مستقر أو متنقل أو معرضي، و بكيفية فردية أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية و الحرف أو مقاولة للصناعة التقليدية و الحرف"² بحيث تمارس في ثلاثة ميادين رئيسية هي:

أ-الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية : هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي و يستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات بسيطة لصنع أشياء نفعية و / أو تزيينية ذات طابع تقليدي، و تكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارات عريقة و تضم النسيج التقليدي و الزرابي التقليدية بأنواعها اللباس التقليدي، الحلبي التقليدي، الفخار، الجلود، التحف.....الخ. (محل دراستنا).

ب- الصناعة التقليدية لإنتاج المواد : و تسمى أيضا الصناعة التقليدية الحرفية النفعية الحديثة و هي كل صنع لمواد استهلاكية عادية لا تكتسي طابعا فنيا خاص و توجه للعائلات و للصناعة و للفلاحة، و تتميز هذه الصناعة بإعتمادها على درجة أكبر من التخصص و بأنها غير عاكسة لثقافة أو هوية شعب معين إلى جانب أنها منتشرة في كل دول العالم كما تعرف عادة بإسم الصناعات الصغيرة.

ت- الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات: و هي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي و التي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني بإستثناء تلك التي تسري عليها أحكام تشريعية خاصة.

¹بن الصديق نوال، التكوين في الصناعات و الحرف التقليدية بين المحافظة على التراث و مطلب التجديد، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2013، ص09

²المادة 05 منأمر رقم 01-96مؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق لـ 10 يناير سنة 1996 يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية و الحرف.

02- أهمية الصناعات التقليدية : تعد مهمة جدا للمجتمع و الفرد في عدة مجالات من معيشتهم.

01-02- الأهمية الثقافية للصناعات التقليدية : تعتبر الصناعة التقليدية و الحرف لدى كل شعوب العالم أحد مقومات الشخصية الوطنية الأساسية ، لأنها تميز خصوصية المجتمع و هويته و أصالته ، كما تعبر عن تراكمات الإنتاج الحضاري لإنسان المنطقة الذي تفاعل مع الطبيعة بإمكانياتها المحلية ، مبرزاً قدراته الإبداعية في إنتاج ما هو بحاجة إليه في الاستعمالات اليومية أو الموسمية عبر السنوات و الذي ساهم فيه الأجيال السابقة و المتعاقبة بلمساتها الإبداعية المتراكمة عبر العصور و بالتالي يعد الحفاظ عليها من صميم الحفاظ على تراث الأجداد كما يعد عنواناً للشخصية المعنوية لكل أمة ، مما جعل كل دول العالم و من بينها الجزائر تولي أهمية كبيرة لهذا العنصر الحضاري من خلال التوجه العام للدولة ، بحيث تعتبر وسيلة لحفظ و صيانة إرث هاته الأمة الحضاري و وسيلة اتصال و تواصل فعالة بين أفراد المجتمع من خلال الأشكال و الرسومات التي يحتويها المنتج التقليدي كما تعد وسيلة للتخاطب بين الأفراد .¹

02-02- الأهمية الاجتماعية للصناعات التقليدية: لها قدرة على إمتصاص البطالة وخلق فرص العمل وهذا للوسائل البسيطة التي يحتاجها الحرفي في عمله ليمارس أي نشاط ، كما بإمكان القطاع أن يشكل نسيجاً إقتصادياً للأسر المنتجة مما سيؤثر إيجاباً على شبكة العائلات الاجتماعية من خلال رفع المستوى المعيشي و يتجلى ذلك في :تمتين دور المرأة ، تقليص النزوح الريفي ، توفير مداخيل للإفراد ، تحقيق التوازن الجهوي بين مناطق الوطن .

02-03- الأهمية الاقتصادية للصناعات التقليدية و الحرف: تتجلى في عدة مجالات منها.

أ- دعم القطاع السياحي : تلعب الصناعات التقليدية و الحرف دوراً مهماً في تحسين المداخيل السياحية فالسائح يبحث دائماً عن أحد منتج تذكاري يعكس ثقافة البلد الذي زاره ، فالصناعة التقليدية الفنية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشاً خاصة في موسم الإصطياف ، بحيث يكتسي دور الصناعة التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في تسويق المنتج التقليدي.²

¹-بن زايط بلخير و دقاقره بوبكر الصديق ،الحماية الإدارية للصناعة التقليدية في الجزائر ، مذكرة ماستر ،جامعة غرداية ،2018 ،ص 18-19 .

²-بن العمودي جلييلة ،مرجع سبق ذكره ،ص42 .

ب-المساهمة في الناتج الداخلي الخام: إذ تساهم الصناعات التقليدية فيه بـ 254 مليار دينار جزائري إلى نهاية سنة 2017 حسب تصريح وزير السياحة والصناعات التقليدية.¹

ج- إنشاء مناصب الشغل: تساهم الصناعات التقليدية في الجزائر بإنشاء حوالي 890000 منصب شغل إلى نهاية 2017 حيث يشغل كل حرفي ينتمي إلى الصناعة التقليدية الفنية معدل 3.7 شخص، في حين تشغل الصناعة التقليدية لإنتاج المواد ما معدله 2.5 شخص و الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات ما معدله 1.9 شخص وفق دراسة قامت بها الوزارة السياحة و الصناعات التقليدية .

د- المساهمة في إيرادات الدولة من العملة الصعبة: من خلال ما ينفقه السائح الأجنبي على مقتنياته من منتجات الصناعة التقليدية، كتذكارات للبلد الذي زاره أو كهدايا لأفراد أسرته وأحبائه.

هـ- تفعيل الصادرات خارج قطاع المحروقات: تعد من بين أهم القطاعات التي تعول عليها الدولة بعد الصناعة و الفلاحة في جعلها البديل لقطاع المحروقات من حيث التصدير .

و- تعد الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية وسيلة لجلب السياح: السائح عموما و السائح الأجنبي خصوصا يتأثر بكل ما هو جميل وخصوصا ما يصنع بأنامل الحرفيين و الفنانين فهي وسيلة جذب فعالة في إستقطاب السائح عموما .

03- خصائص الصناعة التقليدية : نوجزها فيما يلي:

- تكون منتجاتها مميزة بأعمال أهمها اليدوية.
- تركز أسواقها .
- تتطلب رؤوس أموال قليل نسبيا .
- بساطة التكنولوجيا المستخدمة فيها .
- الإعتماد على شخص واحد فقط للقيام بجميع أعمال و إدارة الورشة .

¹- حسن مرموري ، الندوة الوطنية حول تطوير السياحة الثقافية وترقيتها ،وزارة السياحة والصناعة التقليدية ،فندق الأوراسي ،02 أفريل 2018 ،ص 05.

المطلب الثالث : دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية .

لتسويق السياحي دور بالغ الأهمية في ترقية الصناعات التقليدية و يتجلى ذلك في ما يلي :

- 01- هنالك إرتباط عضوي بينهما ، فوجود نشاط سياحي مزدهر يعني بضرورة وجود نشاط مزدهر للصناعات التقليدية ، يجعل من منتجات التقليدية اليدوية الصنع مفخرة لبلدها الأصلي .
- 02- كل سائح و أثناء قضاؤه مدة عطلته في زيارة بلد ما ، يقتني على الأقل تذكارة هو عبارة عن قطعة فنية ، يتم صنعها بواسطة اليد من طرف الحرفي ، فهي تعبير لما يزرع به البلد من إرث تاريخي و غنى ثقافي و حضاري.
- 03- بالنسبة للسائح تعد القطعة الفنية التي إقتناها كتذكارة للبلد الذي زاره ذات قيمة كبيرة يظهرها لأصدقائه عند عودته لبلده الأصلي.
- 04- يعتبر تم القطعة التذكارية بمثابة دخل للحرفي يمكنه من تطوير حرفته والحفاظ عليها.
- 05- تصنع المنتجات التقليدية يدويا من مواد أولية محلية طبيعية بحسب توفرها مثل : الصوف ، الرمل ، الصخر الطين ، النحاس ، الفضة... الخ
- 06- عبر السنوات أصبحت الصناعات التقليدية للعديد من البلدان معروفة عالميا ، اذا ذكرنا تركيا يتبادر إلى أذهاننا صناعة السجاد التركي و نفس الأمر ينطبق على إيران .
- 07- رواج السياحة في بلد يعود بالفائدة الكبيرة على ترويج منتجات الصناعات التقليدية و بالتالي تحقيق إيرادات للحرفيين منتجي الصناعات التقليدية و إلى المحلات التي تباع فيها .
- 08- تعمل العديد من البلدان على تخصيص جزء من إيراداتها من قطاع السياحة في تطوير الصناعات التقليدية وترقيتها من خلال دعم الصناع بتوفير المواد الأولية المستخدمة في صناعة التحف و تكوين جيل جديد من الصناع المهرة و تنظيم المعارض المحلية والوطنية والدولية للتسويق للسياحة و الإشهار بالصناعات التقليدية .
- 09- حرص الدولة على تجهز و تزيين هياكلها السياحية بمنتجاتها من الصناعات التقليدية .
- 10- التسعير السياحي المناسب يعمل على جلب السياح لزيارة البلد و إقتناء منتجات الصناعات التقليدية .
- 11- تساهم الوكالات السياحية و الدواوين و الجمعيات في تحسين الصورة الذهنية للمنتج السياحي التقليدي.
- 12- للأفراد أهمية كبيرة في التعريف بالمنتج السياحي عموما و منتجات الصناعات التقليدية خصوصا .

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية.

نتطرق في هذا المبحث إلى الأدبيات التطبيقية لآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية من خلال ثلاث مطالب، يتناول المطلب الأول الدراسات السابقة باللغة العربية و في المطلب الثاني الدراسات السابقة باللغة الأجنبية و في المطلب الثالث مقارنة بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة.

المطلب الأول:الدراسات السابقة باللغة العربية :

01-دراسة الباحثان بن زايط بلخير و دفاقرة بوبكر الصديق (2018م) بعنوان الحماية الإدارية للصناعة التقليدية في الجزائر - مذكرة ماستر- جامعة غرداية ، إعتد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي في إنجاز هذه الدراسة وقاما بتقسيمها إلى فصلين تناول الفصل الأول مفهوم الصناعة التقليدية و الحرف و في الفصل الثاني تطرقا إلى دور الإدارة في الحماية الوظيفية للصناعات التقليدية ،تهدف هذه الدراسة إلى استعراض فصول التطور التاريخي للقطاع مند الاستقلال والوقوف على أهم المحطات التي مر بها وكذا الانجازات التي حققها هذا الأخير ،و تسليط الضوء على سياسة الجزائر المنتهجة للنهوض بقطاع الصناعة التقليدية و الاستراتيجيات الموضوعية لتنميته ، تبيان مجهود الإدارة العامة في تنظيم و تأطير القطاع من خلال النصوص القانونية المتنوعة حيث خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج نذكر منها :أن لقطاع الصناعات التقليدية و الحرف أهمية إقتصادية و إجتماعية ليست بالهينة و لا بالبسيطة متمثلة في النهوض بالإقتصاد الوطني و إمتصاص البطالة و تفعيل قطاع السياحة ، زيادة الإهتمام بقطاع الصناعة التقليدية بعد سنة 1996م جعله يلعب دوره الإجتماعي و الإقتصادي الذي لا يمكن الإستغناء عنه ، فالإهتمام المتزايد بهذا الموروث الوطني أعاد له مكانته ، ومن خلال ذلك أصبح للترويج السياحي حتمية لتمكين الصناعات التقليدية من أن تلعب دورها الكامل في إستقطاب السياح .

02- دراسة الباحث بلبخاري سامي (2016م) بعنوان التسويق السياحي وأثره على الصورة المدركة للوجهة السياحية - دراسة حالة الجزائر- أطروحة دكتوراة ، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية ، جامعة باجي مختار عنابة ، هدفت هاته دراسة إلى دراسة فعالية الإستراتيجية التسويقية لوجهة الجزائر في بناء صورة ايجابية لها في السوق الفرنسي و لتعرف على الصورة السياحية المدركة للجزائر لدى الشركات المنظمة للرحلات السياحية و وكالات السفر في فرنسا و تحديد أهم العوامل المؤثرة فيها من خلال تسليط الضوء على عدد من المفاهيم و القضايا الأساسية المتعلقة بالسياحة و التسويق السياحي و الصورة السياحية ، التعرف على الصورة السياحية المدركة عن الجزائر في السوق الفرنسي ،تحديد أهم العوامل المؤثرة على الصورة السياحية المدركة للجزائر في سوق

الفرنسي ، محاولة تقديم الإستراتيجية التسويقية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة أفاق 2030 ، و تقديم بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد أصحاب القرار في تحسين صورة المنتج السياحي الجزائري في الخارج ، ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة ، على الجزائر خلق صورة لوجهتها السياحية كمرحلة أولى و العمل على تحسين هذه الصورة في المرحلة الثانية ، رغم تصنيف السوق الفرنسي ضمن الأسواق ذات الأولوية للقطاع ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة (SADT2030) إلى أن الجهود الميدانية مخالفة لذلك ، يعد السلم و الأمن و العلاقة بين الجودة و السعر هما العاملان الأساسيان اللذان يؤثران في قرار اختيار السائح الفرنسي لوجهة سياحة لها نفس خصائص وجهة الجزائر و أكثر أنواع السياحة التي يفضلها السياح في مثل هذه الوجهات سياحة الرحلات و الاستحمام ،السياحة الشاطئية ،السياحة الثقافية و التاريخية والسياسة الصحراوية .ومن بين التوصيات التركيز على السياحة الصحراوية وجعلها المنتج الأبرز .

03- دراسة الباحث مروان صحراوي (2012م) بعنوان **التسويق السياحي و أثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر -** رسالة ماجستير، تخصص تسويق الخدمات ، جامعة آبي بكر بلقايد تلمسان تهدف هذه الدراسة إلى محاولة إدراك مفهوم السياحة و فهم أهمية هذا النشاط الإنتاجي الإستراتيجي في دعم إقتصاديات مختلف الدول تنمية و توسيع المعارف المتعلقة بمفهوم الطلب السياحي وكذا العناصر المحددة لحجمه ، وكذا بنسبة لمفهوم التسويق السياحي ودوره في تحفيز الطلب السياحي و أيضا الوسائل التي يعتمد عليها في ذلك ،محاولة تشخيص و تحليل مقومات العرض السياحي في الجزائر ،محاولة معرفة واقع القطاع السياحي في الجزائر و فهم مكانته الحالية في الإقتصاد الجزائري ، محاولة فهم اتجاهات الطلب السياحي في الجزائر و معرفة مستوى تنافسية القطاع السياحي الجزائري على الصعيد العالمي ، و إدراك الأسباب الحقيقية الكامنة وراء ذلك ، وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها : تلعب السياحة دورا متزايدا الأهمية في الإقتصاد العالمي ، وهو ما يفسره الزخم الكبير لأدبياتها ، الطلب السياحي عبارة عن مزيج من المحددات الخارجية و السلوكية التي تتعلق بالفرد ،التسويق من بين أهم المحددات التي لها الأثر البالغ في تحديد مستويات الطلب السياحي ، للتسويق السياحي دور هام في تنمية قطاع السياحة ، من خلال إعماده على دراسة السوق لصياغة الاستراتيجيات و الخطط التسويقية الفعالة التي سيكون لها التأثير في تحفيز السياح الدوليين و المحليين و توجيههم نحو الوجهات السياحية ، كما تعتبر الجزائر من بين أوائل الوجهات العالمية التي تزخر برصيد طبيعي ، تاريخي وثقافي هائل (صناعة تقليدية ،فلكلور شعبي ..الخ) .

ومن بين أهم التوصيات المقدمة من الباحث، ضرورة الإهتمام بدراسة السوق، وخلق نوع من الإعلام المتخصص في السياحة، ضرورة الترويج للجزائر كوجهة سياحية في المحافل الدولية والعالمية، وكذا دعم وتشجيع القطاعات التي تعكس الأصالة والثقافة كالصناعات التقليدية، أن تكون ميزة تنافسية ونقطة جذب فعالة للطلب السياحي، تدريب و تكوين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي، قصد تأدية مهامهم على أكمل وجه و بطريقة مهنية لجذب السياح و الحفاظ على و فائهم للوجهة الجزائرية، نشر ثقافة سياحية في المجتمع الجزائري.

04-دراسة الباحث شنيبي عبد الرحيم (2010 م) بعنوان دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية -دراسة حالة مدينة غرداية - الدراسة عبارة عن رسالة ماجستير، تخصص تسويق الخدمات، في علوم التسيير جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، هدفت الدراسة إلى إبراز دور السياحة في إنعاش الصناعة التقليدية و أهمية التسويق السياحي في دفع هاته الصناعة، حيث اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي و قام بتقسيم الدراسة إلى أربع فصول هي كالتالي: في الفصل الأول قدم عموميات و اقتصاديات السياحة و الصناعة التقليدية و في الفصل الثاني تناول تسويق المنتجات السياحية و الفصل الثالث تطرق لإنعاش السياحة و الصناعة التقليدية في الجزائر و في الفصل الرابع تعرض إلى الدراسة الميدانية لمدينة غرداية حيث خلصت الدراسة إلى نتائج عديدة أهمها: المنتج السياحي عنصر مهم في المزيج التسويقي السياحي وله دور فعال في ترقية الصناعة التقليدية و المنتج السياحي، السياح يكونون ولاء كبير للسياحة في مدينة غرداية و يتمنون زيارتها مرة أخرى و نصح أصدقائهم و أقاربهم بزيارتها، كما قدم الباحث جملة من التوصيات نوجزها فيما يلي: الإهتمام بالسياسات الإشهارية لتسويق المنتجات التقليدية عبر جميع وسائل الإعلام المكتوبة و المرئية، إنشاء هيئات و آليات قائمة على الصناعة التقليدية و ضمان و مراقبة جودة منتجاتها، المشاركة في المعارض الدولية و المهرجانات السياحية بهدف تعريف بالصناعات التقليدية و المنتج السياحي الجزائري و بمشاركة الوكالات السياحية.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية :

Christine Dupuis :Tourisme et développement durable en France :

Novembre 2014

الدراسة عبارة عن تقرير مفصل من أجل تشخيص واقع السياحة بفرنسا وتقديم للحلول من أجل ترقية السياحة والتنمية المستدامة بها ، حيث تتمتع هاته الأخيرة بتنوع كبير و غني على مستوى حدود ترابها ، وهو ما جعل منها الوجهة الأولى في العالم للسياح القادمين من مختلف الدول العالم حيث بلغ عدد السياح سنة 2013 م 84.7 مليون سائح ، الوزن الاقتصادي للسياحة هام جدا لأنه يمثل 7.3 % من الناتج المحلي الإجمالي و ميزان المدفوعات و أكثر من 270000 شركة تعمل في هذا القطاع خلال سنة 2011 م، تشغل مليون عامل بدوام كامل و لكن الحقيقة معقدة : فلمصطافين القادمين من شمال أوربا و ينزلون إلى الجنوب يحسون على أنهم سياح حتى ولو قضاوا ليلة واحدة في فرنسا ، في حين هنالك من يعتبرونها مركز عبور و يحسون كسياح ، تحتل فرنسا المرتبة الثالثة عالميا بعد الولايات المتحدة الأمريكية و إسبانية من حيث الوجهة السياحية ،الطلب السياحي يتواصل في ارتفاع بالرغم من أن ثلث الفرنسيين لا يذهبون في عطل ، في حين أن الطلب السياحي المحلي لثلاثي المقيمين ،السياحة نصفها مركز في البلديات الساحلية المنجزة ،وتكون في الفترة من جويلية إلى سبتمبر، في ذروة الموسم عدد السكان يتضاعف في عشرات المنازل مما يخلق عدم التوازن بين المناطق السياحية و الحفاظ على البنية التحتية ، وهو ما طرح قضايا أساسية يجب على الدولة الفرنسية الإجابة عنها، كيفية إستيعاب هذه الكمية الإضافية من السياح في حين أن مرافقها و لاسيما السكن بها، المهش و المتبالي ، كيفية التوفيق بين السياحة و إحترام قدرة الإستيعاب في بعض المناطق التي تواجه أصولا هائلا في فترة قصيرة (إقبالا كبيرا). كيف يمكن توسيع في العمل السياحي ، كيف تطور التكوين المهني و نضع عمال موسميين ، كيف نرفع من الوعي الحكومي و الفاعلين في السياحة و مختلف الشركاء ، لان عدم التعاون فيما بينهم يضر بفعالية الإنفاق و رؤية السائح ، خلص هذا التقرير إلى تقديم التوجيهات والمقترحات من اجل إستراتيجية للسياحة والتنمية المستدامة عبر عدة محاور :

* جودة الخدمات و تنوعها .

* تحسين استقبال السياح .

* إجراءات لتطوير الرقمية .

* تحسين تدريب المهنيين .

* تكتيف الجهود لجعل العطل متاحة لجمهور واسع و هو ما سيعود إيجابا على السياحة و التنمية المستدامة بفرنسا .

المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسة الحالية و الدراسات السابقة.

تختلف الدراسة الحالية و التي نسهر على إنجازها من حيث موضوع الدراسة ، مكان الدراسة ، و الفترة التي تنجز فيها الدراسة و الظروف المحيطة وخصائص المنطقة فهي تتمحور حول آليات التسويق السياحي و المتمثلة في المنتج السياحي وهو ثري و متنوع بالمنطقة والتسعير السياحي ، التوزيع السياحي ، الترويج السياحي ،الأفراد السوق السياحي ،بحوث التسويق السياحي كيف تساهم في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية حيث تختلف عن الدراسة الأولى و التي بينت القوانين التي تم سنها من طرف الدولة الجزائرية لحماية الصناعات التقليدية و الإدارات المكلفة بذلك ابتداء من سنة 1996 م إلى يومنا هذا من أجل أن تحتل مكانتها ، كون هاته الأخيرة تركز على كيفية تحسين صورة الجزائر السياحية في الخارج من أجل إستقطاب السائح الأجنبي و بالتحديد الفرنسي منه ، الدراسة الثانية تركز على كيفية خلق الطلب السياحي في الجزائر و معرفة مستوى تنافسية القطاع السياحي بها ، في حين ركزت الدراسة الثالثة على تبيين دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية بمدينة غرداية سنة 2010 م تتشابه مع دراستنا الحالية إلا أننا تجاوزنا مرحلة الإنعاش للصناعات التقليدية حاليا حيث اكتسبت هاته الأخيرة مكانتها واستعادة قدراتها و فعاليتها في الميدان ، و نحاول حاليا تبيين مساهمة آليات التسويق السياحي في ترفيتها على المستوى المحلي و الوصول بها إلى العالمية و في الأخير نجد دراسة الخبير الفرنسي السيد: Christine Dupuis الذي قام بوضع تشخيص لواقع السياحة بفرنسا سنة 2014 م من خلال تحديد نقاط القوة ونقاط الضعف و تقديم التوصيات ورسم إستراتيجية للرفي بالقطاع حيث أتت أكلها حاليا حيث تصنف فرنسا على أنها الدولة الأولى من حيث الوجهة السياحية عالميا .

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل حاولنا الإلمام بكل ما يتعلق بآليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية من الجانب النظري حيث قدمنا مختلف التعاريف المتعلقة بالسياحة ،السائح ، التسويق السياحي ، المزيج التسويقي السياحي عناصره الأساسية و المتمثلة في المنتج السياحي ، التسعير السياحي ، التوزيع السياحي ، الترويج السياحي ، الأفراد أو ما يعرف بالعنصر البشري ، السوق السياحي و بحوث التسويق السياحي ، خصائصه و أهدافه ، كما قدمنا مقارنة بينه وبين التسويق السلعي من حيث أوجه التشابه و الاختلاف.

كما تناولنا كل ما يتعلق بالصناعات التقليدية ماهيتها ، خصائصها، أهدافها لنصل إلى تحديد دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية من الجانب النظري .

من أجل الإلمام بموضوع أكثر تناولنا في الأدبيات التطبيقية الدراسات المنجزة باللغة العربية حول آليات التسويق السياحي و الصناعات التقليدية ، وفي الدراسات باللغة الأجنبية تناولنا دراسة شملت تشخيص واقع السياحة و التنمية المستدامة بفرنسا بإعتبارها إحدى الدول الرائدة في المجال السياحي و تعد بمثابة سوق مستهدف بالنسبة للجزائر.

و في الأخير قدمنا مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من حيث أوجه التشابه و أوجه الاختلاف هذا كله من أجل التحكم في انجاز الدراسة الميدانية و التي تنصب على تشخيص واقع قطاع السياحة والصناعات التقليدية بولاية غرداية من أجل تبين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بمهاته الولاية .

الفصل الثاني ورأسة حالة

وللية خرواية

تمهيد :

تعد ولاية غرداية من بين أهم الولايات السياحية بالجزائر، فهي ولاية سياحية بإمتهاد لما تزخر به من إمكانيات طبيعية و خصائص حضارية و موروث ثقافي و حضاري مادي و لامادي جعل منها وجهة سياحية علمية بقصورها التاريخية و تنوع ثقافتها و تشكيلة سكانها في مزيج يستهوي السائح الوطني و الأجنبي على السواء حيث تتمركز بها صناعات تقليدية مختلفة ، أشهرها صناعة الزرابي التقليدية ، الحلي التقليدية ، التحف الفني اللباس التقليدي ، الفخار ، الضغط على النحاس.... الخ.

تتميز بموقعها الإستراتيجي حيث تربط الشمال بالجنوب والشرق بالغرب من خلال الطريق الوطني رقم 01 الذي يعبرها ، كما تمتلك موارد أولية باطنية و أخرى فوق سطح الأرض ، تأهلها لتكون قطبا سياحيا بإمتهاد من خلال دراستنا هاته نحاول تبين الدور الذي تلعبه آليات التسويق السياحي و المتمثلة في المنتج السياحي، التسعير السياحي ، التوزيع السياحي ، الترويج السياحي ، الأفراد (العنصر البشري) ، السوق السياحي، بحوث التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بها .

في هذا الفصل نتعرف من خلال المبحث الأول على منهجية الدراسة و أدواتها في مطلبين يتناولني المطلب الأول مجتمع الدراسة من خلال التعريف بالولاية و قطاع السياحة و الصناعات التقليدية و الهيئة المشرفة عليه و في المطلب الثاني نتناول الأدوات المستخدمة في الدراسة (المسح المكتبي للوثائق و التقارير ، المقابلة الميدانية) . في المبحث الثاني نقدم عرض عام لنتائج الدراسة من خلال مطلبين في المطلب الأول نتناول عرض عام للبرنامج التوجيهي لترقية السياحة بولاية غرداية SDATWG ، تعريفه ، أهدافه ، النتائج المحققة و في المطلب الثاني نقدم تشخيص لوضعية قطاع السياحة والصناعات التقليدية بولاية غرداية ، مع تحليل نمو قطاع الصناعات التقليدية وفق لمؤشرات السياحة بها .

المبحث الأول: منهجية الدراسة و أدواتها

من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة ، إعتدنا على المنهج الوصفي التحليلي و منهج دراسة الحالة، من خلال الإعتماد على المعلومات الخاصة بقطاع السياحة والصناعة التقليدية بولاية غرداية، إنطلاقا من منوغرافيا الولاية و التي تصدر من طرف مديرية البرمجة و العمليات ، إلى تحليل بيانات و معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية و كذا برامج و إحصائيات غرفة الصناعة التقليدية والحرف غرداية .

بالإضافة إلى المقابلة الميدانية المباشرة مع المتعاملين السياحيين و الممثلين في أصحاب ومسيري الفنادق، أصحاب و مسيري وكالات السياحة و الأسفار و مسيري الدواوين السياحية و الحرفيين و الجمعيات نشطة في المجال السياحة والصناعات التقليدية بولاية غرداية .

المطلب الأول: مجتمع الدراسة.

يضم مجتمع الدراسة كلا من المتعاملين السياحيين، أصحاب و مسيري الوكالات السياحية و الفنادق ، مسيري الدواوين و الجمعيات النشطة في مجال السياحة و المستثمرين في مجال السياحة ، حرفيين ، تعاونيات حرفية مقاولات حرفية و أصحاب جمعيات نشطة في مجال الصناعات التقليدية ، السياح الوطنيين و السياح الأجانب المتواجدين بولاية غرداية .

01- تقديم عام لولاية غرداية : ظهرت ولاية غرداية عقب التقسيم الإداري للبلاد سنة 1984 م حسب القانون رقم:84- 09 المؤرخ في 02/04 /1984 م ، كانت سابقا تابعة لولاية الواحات (ورقلة حاليا) ثم أصبحت دائرة من دوائر ولاية الأغواط ، تمتد الولاية على مساحة تقدر بـ 84660.12 كلم² مقسمة إلى 9 دوائر و 13 بلدية حسب المرسوم رقم 91- 306 المؤرخ في 02/04 /1984 م ، و يحدها من الشمال ولايتي الأغواط و الجلفة و من الشرق ولاية ورقلة و من الغرب ولايتي البيض و أدرار و من الجنوب ولاية تمنراست ، تربط الولاية الشمال بالجنوب والشرق بالغرب نظرا لموقعها الإستراتيجي ولوجود الطريق الوطني رقم (1) على أراضيها تزخر ولاية غرداية بجملة من الإمكانيات الطبيعية و البشرية التي تعتبر كقاعدة لإقامة المشاريع المختلفة و خصوصا في المجال السياحة و الصناعات التقليدية .¹

¹-الدليل الإحصائي لولاية غرداية لسنة 2017، مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية، جوان 2018 ، ص 07-03 .

كما تم مؤخرا ترقية المقاطعة الإدارية المنيعة إلى ولاية منتدبة تضم كلا من بلدية المنيعة وبلدية حاسي القارة وبلدية المنصورة و بلدية حاسي لفحل بحكم بعدها عن مقر الولاية الأم ب 270 كم ، بموجب المرسوم الرئاسي رقم 15-140 المؤرخ في 27 ماي 2015 .

تقع ولاية غرداية بين خطي 32° و 20.33° شمالا، وبين 2° و 30° شرقا. ويبلغ امتدادها من الشمال إلى الجنوب 450 كلم، ومن الشرق إلى الغرب من 200 إلى 250 كلم. وترتفع عن مستوى سطح البحر في المتوسط ب 468 م وتبعد مدينة غرداية عن مدينة الجزائر مسافة 600 كلم، وعن مدينة الجلفة 300 كلم، وعن مدينة الأغواط 200 كلم، وعن مدينة ورقلة 200 كلم، وعن أدرار 800 كلم وعن مدينة تمنراست 1200 كلم مناخ المنطقة صحراوي جاف، المدى الحراري واسع بين الليل والنهار وبين الشتاء والصيف، تتراوح درجة الحرارة شتاء بين 1 و 25 درجة وبين 18 و 48 درجة صيفا، يعتدل الجو في فصلي الربيع والخريف وتصفو السماء غالب أيام السنة، معدل سقوط الأمطار حوالي 60 ملم سنويا غالبا في فصل الشتاء، وتهب على المنطقة رياح شمالية غربية باردة في الشتاء وجنوبية غربية محملة بالرمال في الربيع و في الصيف جنوبية حارة¹

02- الإمكانيات السياحية لولاية غرداية : أو ما يعرف بالمنتج السياحي لولاية غرداية ، و الذي يتميز بالتنوع و الشراء فنجد المعالم الأثرية و التاريخية و الطبيعية التي جعلت منها وجهة رائدة في المجال السياحي ، حيث لكل منطقة منها مميزات و خصائص تختلف عن نظيرتها فنجد القصور العريقة ، الواحات الجميلة و البحيرات ، الكثبان الرملية ، الحمامات المعدنية ، الأبراج القديمة ، الصناعات التقليدية ، الفنون الشعبية ... الخ .

01-02 -منطقة سهل وادي ميزاب : يعتبر الوجهة الأولى للسياح وخصوصا الأجانب منهم لما يتميز به من خصائص حيث تواجد به خمس (05) قصور و التي تأسست بداية من القرن 05 هجري الموافق ل القرن 11 ميلادي ولذلك صنف سهل وادي ميزاب كمعلم تاريخي و مكسب حضاري إنساني من طرف منظمة اليونسكو في سنة 1982 م و يضم خمسة قصور : قصر العطف ، قصر بنورة ، قصر غرداية ، قصر بن يزقن ، قصر مليكة. أ - **قصر العطف:** "يعتبر قصر العطف أو " تَاجْنِينْت " بالأمازيغية من القصور الأولى التي تم تأسيسها في وادي ميزاب على يد الخليفة بن أيغور عام 402هـ الموافق ل 1012م، يتوسط القصر المسجد العتيق بوسالم، ومصليين هما مصلى سيدي إبراهيم ومصلى وأخيرة ، ويتميز هذا القصر بطابعه المعماري الخاص والموحد في جميع قصور

¹- نفس المرجع ، ص 03-07

وادي ميزاب، كما يمتاز قصر العطف بسوقين تقليديين أقدمها سوق نونة والسوق الكبير وهو السوق الحالي، والذي مساحته في حدود: 2م560 محاط بدكاكين وأقواس¹.

كما لها أبراج أشهرها برج أولاول و برج عمي زكري هذا إلى جانب متحفه الذي يضم مجموعة من الأدوات و المعدات التقليدية المستخدمة قديما، وقد إحتفل سكان قصر العطف بذكرى ألفيته الأولى في سنة 1996م والتي جعلت منه أم القرى ومدينة ألف عام، وهذا بتنظيم ملتقى دولي حول الهندسة المعمارية لسهل وادي ميزاب و أبعاده، كما نجد بمنطقة العطف ، حديقة للحيوانات ذات شهرة عالمية ، يقصدها الزوار من كل حذب و صوب و هي كذلك منطقة فلاحية بها مزارع تقوم على تربية الماشية بما فيها الأبقار .

ب - قصر بنورة: يعتبر قصر بنورة " آت بنور " بالأمازيغية الذي أنشئ سنة 457 هـ / 1065م، ثاني قصور ميزاب من حيث النشأة ، وهو متمركز على ربوة جبل محادي للوادي، من أهم ما يتميز به هذا القصر من معالم تاريخية المسجد القديم "أغم أقدم " ومصليين، مصلى شيخ دحمان ومصلى الشيخ حمو موسى، ولها معلم دفاعي هو برج " آداود " ومن أهم ما يجذب الزوار هو واجهة القصر (مساكن محصنة).

ج- قصر غرداية : أنشئ قصر غرداية " تغردايت " بالأمازيغية سنة 447 هـ الموافق ل 1053م، للقصر معالم تاريخية بارزة أهمها المسجد العتيق و على الركن الشمالي له تنتصب مئذنته على الشكل هرمي بها 122 درجة علوها 22م وعرض قاعدتها 6 م وعرض أعلاها 2م وسمك جدارها يتناقص من 1م إلى 30سم لها مصليين مصلى الشيخ بابا السعد، ومصلى عمي سعيد ، بها سوقين هما سوق الرحبة وسوق غرداية فهو مستطيل الشكل يحيط به 98 قوس متفاوتة الأبعاد وطولها 75م وعرضها 44 م وللدفاع برجان برج بول نوار وبرج إحوضاض، ويتميز قصرها بالأزقة الضيقة ويحتفل فيها سنويا بالعيد الوطني للزريبة في فصل الربيع خلال شهر مارس من كل سنة²، توجد بمدينة غرداية كذلك عيادة كبيرة تسمى عيادة الوحات وهي الأكبر و الأحدث في الجنوب تعد مقصد للعلاج من طرف سكان الجنوب ، بالإضافة إلى فندق ثلاث نجوم و حديقة لترفيه و التسلية و مجموعة من مخابر التحاليل الطبية المتخصصة.... إلخ .

د - قصر بني يزقن: تابع لدائرة بنورة أنشئ قصر بني يزقن نهاية القرن الثامن للهجرة (720 هـ / 1321م) تعددت تسمية هذا القصر فمنهم من يطلق عليه باسم أتيزجن، بن يسجن ، بن يزقن، بن يسقن، بني ازقن وهي ألفاظ بربرية، يحوي القصر معالم تاريخية هامة وأهم ما يميزها أصورها حيث يبلغ طول آخرها 2500م وارتفاعه حوالي 3م وتتخلله 5 أبواب من بينها الباب الشرقي وأبراج أشهرها " برج بو ليلة" الذي يعلو المدينة ارتفاعه حوالي

¹- club d'alger ; bulletin périodique n :22 p :20.

² - ديوان حماية و ترقية سهل وادي ميزاب ، معلومات عن ولاية غرداية ، 2018.

14م ويتألف من 5 طوابق كما لها مصلى الشيخ بامحمد والسوق لآلة عشو الذي يروي قصته أهل المنطقة، يمكن زيارة سوقه ومشاهدة طريقة البيع بالمزاد العلني ومسجدها وبرج الشيخ بالحاج، هذا إلى جانب متحفها المتواجد بمدخل المدينة والذي يضم مجموعة من الأدوات و المنتجات و المعدات التقليدية المستخدمة من طرف الأجداد و التي تعبر عن طريقة عيشهم بالقصر، من أشهر منتجات الصناعة التقليدية به نجد زربية بن يزقن.

هـ - قصر مليكة: حيث أنشئ قصر مليكة " آت إمليشت" بالأمازيغية سنة 756 هـ/1355 م تتميز بمصلاها المشهور " سيدي عيسى "، ونظرا لعلوها فهي تعطي منظر شاملا على قصر غرداية وقصر بني يزقن، وتشتهر بصناعات التقليدية و من أهمها صناعة الزربية ، بالنسبة لمعاملها التاريخية فهي تحوي مسجداً مسجداً أغرم أنوداي ومسجد باعبد الرحمان كوتي. للمدينة أبواب من أهمها باب أعر كوب و بها بقايا الصور القديم¹.

كما نجد خصائص و مميزات أخرى تتوزع حسب كل منطقة من نظام السقي و توزيع مياه الأمطار، السدود . يسهر سكان المنطقة على الحفاظ على اللباس التقليدي الموحد و المميز لهم و على احترام العادات و التقليدي ، كما يقومون بتنظيم الإعراس الجماعية لفائدة الراغبين في الزواج من أبناءهم.

02-02- منطقة ضاية بن ضحوة :

تبعد ب 11 كلم عن مقر الولاية، تتواجد في مجرى وادي ميزاب، سكنت في حدود 995هـ، وتتميز بواحات نخيلها وبساتينها الجذابة، قصرها القديم، رسوم ونقوش حجرية تعود إلى عصر ما قبل التاريخ ، وتشتهر بصناعاتها التقليدية كالزربية.، توجد بها حديقة للحيوانات و تشتهر بمياهها العذبة النقية و كرم أهلها و تنظيمها للعرس الجماعي السنوي .

02-03- منطقة زلفانة :

تبعد بحوالي 65 كلم عن مقر الولاية ، وأنشئت عقب إنجاز البئر الارتوازي من قبل الإدارة الفرنسية سنة 1956 عند إنجاز الطريق الوطني رقم 46 ، كانت المنطقة قبل إعمارها نقطة لقاء وعبور، ولقد اشتهرت مدينة زلفانة أكثر بمياهها المعدنية ذات الخصائص العلاجية إلى أن أطلق عليها" مدينة الحمامات المعدنية"، وتحتوي المنطقة على مجموعة من المعالم التاريخية منها ضريح الولي الصالح سيدي أحمد بورقبة ، وكذا ضريح الولي الصالح سيدي بوحفص بوغفالة. تتميز المنطقة بغابات النخيل وبساتينها الجميلة، و تتوفر المنطقة على منشآت سياحية هامة حمامات معدنية جماعية و أخرى فردية ، هذا إلى جانب مرافق للإيواء عبارة عن بنقالات في الغالب ينظم بها سنويا عرس جماعي لتتويج أبناءها من عرسان و حفظة لكتاب الله .

¹ - ديوان حماية و ترقية سهل وادي مزاب ، معلومات عن ولاية غرداية ، 2018.

04-02 - منطقة متليلي الشعابنة :

تبعد بحوالي 42.5 كلم جنوب عن مقر الولاية غرداية، وسكنت هذه المدينة في العهد القديم وذلك في القرن 14 م، أما عن علة التسمية فهناك من يرى أن لفظة متليلي لفظة بربرية معربة ، ولها معالم تاريخية من بينها قصر متليلي الشعابنة، الذي يعتبر من القصور القديمة، يتميز بطابعه المعماري، هذا إلى جانب متحف المجاهد وضريح سيدي الحاج أحمد بن بحوص، مقام سيدي بول نوار ومقام سيد الشيخ و مقام سيدي مولاي سليمان و مقام سيد عبد القادر.... الخ .

وتشتهر المنطقة بإحياء عيد المهري في فصل ربيع من كل سنة ، نظرا لغناها بثروة حيوانية تضم الإبل و الخيول الأصيلة وبصناعاتها التقليدية المتنوعة (الزربية التقليدية ، الحنبل ، الجلود، التحف و النحت على جذوع النخيل صناعة الخيمة التقليدية... الخ).

تنظم متليلي الشعابنة مجموعة من الأعراس الجماعية على مدار السنة وصل عددها إلى 06 أعراس جماعة في السنة ، يتم من خلالها تتويج العرسان و حفظة كتاب الله باللباس التقليدي وكذا ختان جماعي للأطفال في أجواء من الفرح تتخللها ألعاب الفروسية و البارود و الغايطة و الشعر الشعبي ، أصبحت مقصدا للزوار و السياح من كل مكان.¹

05-02 - منطقة المنبوعة:

تقع مدينة المنبوعة على بعد 270 كلم جنوب الولاية أين يتربع قصرها القديم قصر "القلبيعة" الذي تأسس ما بين القرن 9 و 10 م، أما بالنسبة لتسمية فقد أطلق عليها في بداية تأسيسها باسم تواريت و بقيت هذه تسمية منذ بداية القرن السادس الهجري إلى غاية القرن السابع الهجري حيث إستبدل بالقلبيعة نتيجة للمعارك التي عرفها القصر، وفي بداية القرن 11 هـ إستبدل بإسم المنبوعة. يوحى مظهره الخارجي بالقوة والمناعة، كانت تسكنه قبيلة " مغرة " الزناتية على عهد ابن خلدون، وظل محتفظا ببعض معالمه الأثرية التي مازالت إلى اليوم تستهوي السياح لزيارتها وتسمى بمدينة الزهور (الورود) ، تتميز مدينة المنبوعة بمياهها المعدنية العذبة ومتحفها الذي يضم مجموعة هامة من المصنوعات الحجرية جمعت من عصر ما قبل التاريخ ، ويوجد بها ضريح الأب ذي فوكو و الكنيسة الكاثوليكية والتي تعتبر أول كنيسة بالجنوب الجزائري، تقع على بعد 2 كلم شمال المنبوعة بالإضافة إلى السور الدفاعي والمسجد العتيق، حديقة للحيوانات ، مكتبة وطنية تضم كتب هامة و تتميز بتركيز كبير للصناعة التقليدية بها و المتمثل في النسيج التقليدي ، الزرابي التقليدية (زربية القصر القديم أو الترقى)، اللباس التقليدي

¹ مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، معلومات عن ولاية غرداية ، 2018 .

الطرز على القماش، التحف الفنية ، الفخار... الخ ، وبجيرتها التي تخلق فضاء سياحي جميل ، ينظم سكانها عرس جماعي لتتويج أبنائها .

02-06- منطقة المنصورة:

تتميز هذه المنطقة بالطابع الفلاحي ، بمناظر طبيعية رائعة أضفت عليها بساتين النخيل والجبال الرملية المترامية الأطراف رونقا وجمالا ، يحافظ سكانها على الصناعة التقليدية كصناعة الزراي التقليدية ، اللباس التقليدي ، الحلبي التقليدي ، تعد منطقة سياحية مميزة ، ينظم بها عرس جماعي لفائدة أبنائها الراغبين في الزواج .

02-07- منطقة القرارة :

بدأ في تأسيسها سنة 1040هـ الموافق ل 1630م ولم تحتل مكانها الحقيقي مع بقية المدن إلا سنة 1669/1080 مع الإشارة إلى انه كان هناك قريتان عامرتان قبل إنشاء القرارة الحالية، فالأولى كانت تسمى لمبرتخ أغرم أو داي أما الثانية فتسمى القصر الأحمر، وتبعد على مقر الولاية بحوالي 120 كلم، تتميز بقصرها القديم ومسجدها العتيق دون أن ننسى واحات النخيل الشاسعة التي تحيط بالمدينة وتوفر منظرا طبيعيا جذابا مع حمامها المعدني المسمى " فساعة" ، بها معهد مشهور عالما وله دور أساسي في حياة أهل المنطقة يدعى "معهد الحياة" يساهم بشكل كبير في الحفاظ على تكوين بنات المنطقة في الصناعات التقليدية ، وكما تزخر و تشتهر مدينة القرارة بصناعات تقليدية هام على غرار صناعة الخيمة التقليدية و الزربية التقليدية وغيرها ، ينظم بها عرس جماعي لفائدة أبنائها الراغبين في الزواج .¹

02-08- منطقة بريان:

أنشئت مدينة بريان في أوائل القرن الحادي عشرة سنة 1101 هـ الموافق ل 1690م وتبعد بـ :45 كلم عن مقر الولاية، ترجع أصول تسمية مدينة بريان نسبة بهذا الاسم إلى آت أبرقان و أبرقان لفظة بربرية تعني الخيمة، وهناك من يعلل التسمية تعليلا جغرافيا إذ يرى أن موقع المدينة كان يسمى قديما بريان من طرف رعاة غرداية الذين يقصدونه لكثرة مياهه، وتتميز المدينة بقصرها الذي يعد معلما تاريخيا هاما تحيط به الأبراج الثلاثة : برج الخبزي، برج بن علال، برج الزوخ، كما أن لها سور دفاعي و معالم تاريخية بارزة مسجد سيدي سماحي وساحة السوق بالإضافة إلى الآبار التقليدية و الصناعات التقليدية المختلفة ، ينظم بها عرس جماعي لفائدة أبنائها الراغبين في الزواج .

¹-ديوان حماية و ترقية سهل وادي مزاب ، معلومات عن ولاية غرداية، 2018 .

02-09- منطقة حاسي القارة:

هي ثاني بلدية بالمقاطعة الإدارية المنيعة، وتتميز ببحيرتها المالحة، والتي أضفت جوا رطبا جلب أنواعا من النباتات والطيور المهاجرة خلال فصول السنة كما تتواجد بها واحة " نبكة " و تشتهر سيداتها بصناعة الزرابي التقليدية والطرز على القماش و خياطة الألبسة التقليدية .

02-10- منطقة حاسي لفحل :

تصنف كمنطقة فلاحية هامة ، يحافظ سكانها على الطابع التقليدي في العيش ، يمتنون الفلاحة و تربية المواشي ، وصناعة التقليدية كالنسيج و الزرابي التقليدية ، اللباس التقليدي ، الطرز على القماش ، الحباكة التقليدية الحلويات التقليدية... الخ .

بها فرص كبيرة في المجال السياحة نظرا لطبيعتها المتنوعة و المختلفة ، كم تقام بها زيارة سنوية تستهوي الكثيرين .

02-11- منطقة سبب:

تعد مقصد للسياح الوطنيين و العائلات للراحة و الاستجمام بها منتجع سياحي جميل (للسيد الهدار محمد) وهي منطقة فلاحية مشهورة بالفول السوداني (الكوكاو) و الخضروات ، التمور ، الزيتون ، لازال سكانها يحافظون على الصناعة التقليدية ويستعملونها.¹

تنظم كل منطقة من مناطق الولاية إعراس جماعية لأبنائها و بناتها بإستعمال اللباس التقليدي للمنطقة و الفروسية و البارود و الغايطة ، يحضره الآلاف من أبناء الولاية و غيرهم من ولايات الوطن وحتى من البلدان الصديقة والشقيقة كتونس و العراق و سوريا و المغرب ، حيث يقدمون لهم الأكلة الشعبية المعروفة بالكسكسي بلحم الحمل و هو ما يدل على كرم أهلها و حسن أخلاقهم ، و تشتهر الولاية كذلك بأكلات شعبية متنوعة تنوع ثقافة سكانها فمنها :الكسكسي بمختلف أنواعه ، المردود ، الدشيشة ، المغلوقة ، البقير، لفطير ، المطلوع الرفيس ،أنواع التمور ، الروب ... الخ .

03-00- الهيئات الإدارية المشرفة على قطاع السياحة و الصناعة التقليدية بولاية غرداية : هنالك عدة هيئات

تشرف و تسهر على تأطير قطاع السياحة و الصناعات التقليدية تتمثل

03-01- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية : أنشأة المديرية بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم : 95 / 260

المؤرخ في : 29 أوت 1995 و المتعلق بإنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و القوانين المنظمة لها ، وبدأت المديرية في مزاولة مهامها بولاية غرداية خلال ديسمبر 1996، تضم المديرية بالإضافة

¹ - مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، معلومات عن ولاية غرداية ، 2018،

للمدير و الأمانة ثلاث مصلحة أساسية : مصلحة الإدارة و الوسائل و التي تتكون من مكتب المستخدمين مكتب المحاسبة ، مكتب الميزانية و الوسائل ، مصلحة السياحة تتكون من مكتب الترقية و التنمية السياحية ، مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الإنتاج ، مكتب الاستثمار السياحي .

مصلحة الصناعة التقليدية تضم مكتب الترقية و تنمية نشاطات الصناعة التقليدية، مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية، مكتب الدراسات و الإحصاء كما أساندة للمديرية المهام التالية :¹

- أ- في مجال السياحة : تحضير مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية .
- تنفيذ برامج ترقية أنشطة السياحة و السياحة الحموية ، تطويرها و تقييم نتائجها .
 - تدعيم و تنشيط و مراقبة عمل المتعاملين السياحيين والجمعيات النشطة في مجال السياحة
 - تشارك في إعداد مخطط تطوير الموارد السياحية و الحمامات المعدنية ، من أجل الحفاظ عليها و تطويرها و رفع من قيمتها ، تسهر و تعمل بالتنسيق مع جميع المصالح الخارجية المعنية على تطبيق و إحترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و الإجراءات الخاصة بممارسة مهن السياحة و الفنادق .
 - تعمل على مراقبة عمل المتعاملين السياحيين و تحسين جودة خدماتهم من اجل تحقيق رضا السياح .
 - تقدم رخص الإعتقاد للمتعاملين السياحيين و تدرس طلبات تصنيفهم .
 - متابعة الأعمال المتعلقة بتهيئة المواقع السياحية و مناطق التوسع السياحي و الاستثمار السياحي العام والخاص .

- جمع و تبويب المعلومات الإحصائية و متابعتها و إعداد التقارير و إحياء التظاهرات المتعلقة بقطاع السياحة .
- ب- في مجال الصناعة التقليدية: تقوم بإعداد مخطط عمل سنوي و متعدد السنوات يتعلق بنشاطات الصناعات التقليدية ، تعمل على متابعة تسجيل الحرفيين و شطبهم بالسجل الصناعات التقليدية والحرف بالتنسيق مع غرفة الصناعة التقليدية و الحرف ، إحياء التظاهرات الخاصة بالصناعة التقليدية على غرار ، العيد الوطني للزربية و اليوم الوطني للحرفي ، تنظيم معارض على المستوى المحلي و الولائية ، مراقبة و تفتش الأنشطة الحرفية على مستوى الولاية و تقديم الدعم لها ، متابعة النشاط الجموعي الخاص بالصناعة التقليدية و تدعيمه السهر على تطبيق القوانين الخاصة بقطاع الصناعة التقليدية ، إستقبال و توجيه الحرفيين و محاولة إيجاد حلول لمشكلاتهم.²

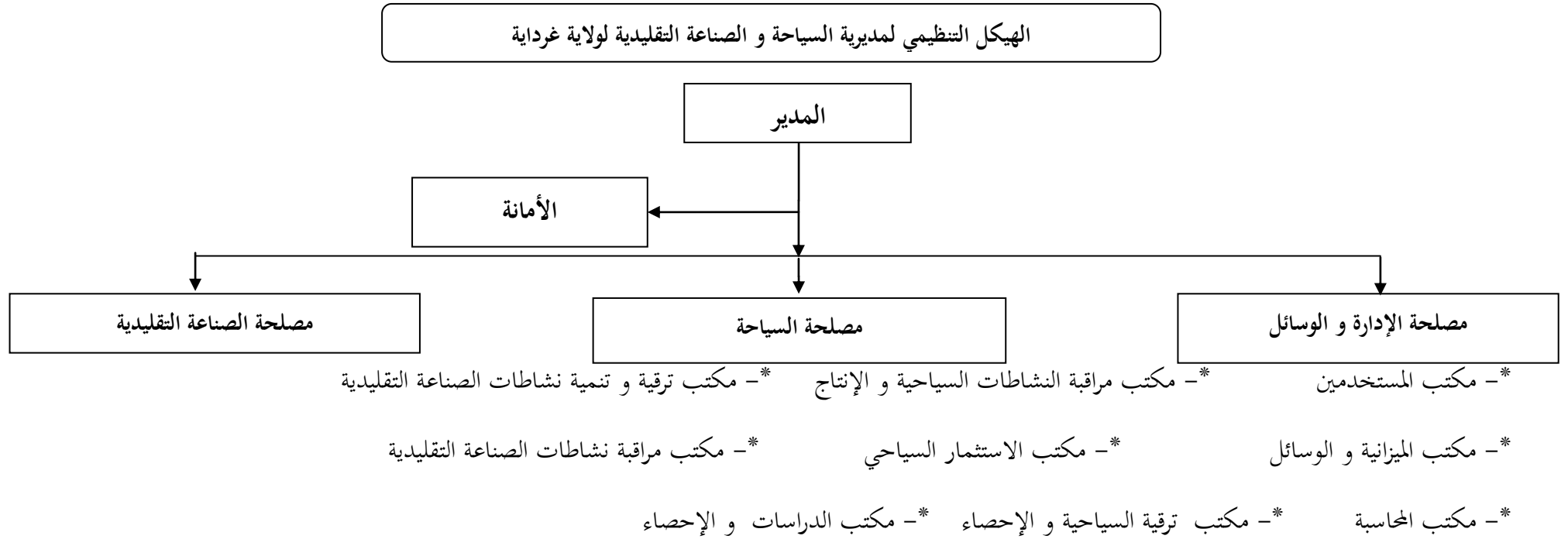
¹معلومات من مصلحة السياحة بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية ، 2019.

²معلومات من مصلحة الصناعة التقليدية بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية ، 2019

الفصل الثاني دراسة حالة ولاية غرداية

ج- الهيكل التنظيمي للمديرية : وفقا للمادة (02) من ذات المرسوم يحدد الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية و الذي يضم (03) مصالح و تظم كل مصلحة ثلاثة مكاتب حسب المخطط المبين أدناه :

الشكل رقم :II-01 الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية



03-02- المديرية المنتدبة للتكوين المهني و السياحة و الصناعة التقليدية بالمقاطع الإدارية المنيعة :

تعتبر مديرية فتيحة أنشأت حديث وفق التقسيم الجديد والمتعلق بإنشاء الولاية المنتدبة للمقاطعة الإدارية المنيعة تسهر على تنفيذ نفس مهام مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بالإضافة إلى مهام قطاع التكوين المهني .

03-03- غرفة الصناعة التقليدية و الحرف: أنشأت غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بغرداية سنة 2005 م

و هي تشرف على 13 بلدية إذ تعتبر الإطار الملائم لإلتقاء الحرفيين و التشاور المستمر فيما بينهم و بين السلطات العمومية على المستوى المحلي و لها إتصال مباشر مع الوزارة و هي ذات طابع صناعي و تجاري PIC ، خاصة بفئة معينة (الحرفيين) و مجال محدد (الصناعة التقليدية و الحرف) تتمثل مهامها في :¹

أ- في المجال الإجتماعي و الإقتصادي :

- مسك سجل الصناعة التقليدية والحرف وتسييره .
- اقتراح برنامج تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية .
- تقوم بإصدار و تسليم كل الوثائق والشهادات الخاصة بالحرفيين و المصادقة عليها.
- تقوم بعمل وتقديم المقترحات والتوصيات التي ترمي إلى ترقية قطاع الصناعة التقليدية و تطويره.
- نشر وتوزيع كل الوثائق والمطبوعات والمجلات الدورية التي تتصل بمهامها وأهدافها .

ب - في مجال التكوين :

- تنظيم وتصنيف التمهين وتحسين الكفاءة وتحديث المعلومات لصالح الحرفيين .
- مساعدة الحرفيين في الإجراءات الخاصة بعقد التمهين .
- تدرس الترشيحات وتدلي برأيها في طلبات الحصول على صفة الإستاد الحرفي .
- توظف الغرف ملتقيات تكوينية للحرفيين حاملي المشاريع ، حيث يتحصل المتربص على شهادة في : إنشاء مؤسسة CREE ، تسيير مؤسسة GERME وهو تكوين بالتعاون مع المكتب الدولي للعمل .

¹ - غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بولاية غرداية، 2019 .

ج - في مجال الصناعة التقليدية :

- تنفيذ تدابير أنشطة الصناعة التقليدية وتدعيمها وتقييم أثارها.
 - المساهمة في حماية الثروة الحرفية التقليدية وفي المحافظة عليها ورد الاعتبار لها .
 - تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجماعات والفضاءات الوسيطة العاملة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها .
 - المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي التي تتعلق بتقييم الأنشطة الحرفية
 - تجميع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية والحرف وتوزيعها .
 - تأطير التظاهرات الاقتصادية لترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها .
 - مساعدة ودعم الحرفيين والتعاونيات الحرفية .
 - الدفاع والمحافظة على المصالح المهنية والاجتماعية للحرفيين .
- كما تساهم مديرية الثقافة و ديوان حماية سهل وادي ميزاب و ترقية في الحفاظ على الموروث المادي و اللامادي للمنطقة بما فيه الصناعة التقليدية .¹
- المطلب الثاني: أدوات الدراسة .**

إعتمدنا في إنجاز دراستنا هذه على مجموعة من الأدوات تناسب و طبيعة موضوعنا ألا و هو آليات التسويق السياحي و دوره في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية و المتمثلة في ما يلي :

01-المسح المكتبي للوثائق و التقارير : بالتنسيق مع إدارات مصالح مديرية السياحة

و الصناعة التقليدية لولاية غرداية و الذين زدونا بجميع المعلومات المتعلقة بالمتعاملين السياحيين :

أصحاب و مسيري المؤسسات الفندقية المعتمدة بالولاية و أصحاب و مسيري وكالات السياحة و الأسفار النشطين والمعتمدين بالولاية قوائم الدواوين السياحية و الجمعيات النشطة في مجال السياحة ، إحصائيات التدفق السياح الوطنيين والأجانب لولاية غرداية و جميع المعومات الخاصة بالإمكانات التي تزخر بها الولاية في المجال السياحي و المعومات حول الإستثمار السياحي بها .

¹ - غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بولاية غرداية ، سنة 2019 .

و إطارات مصلحة الصناعة التقليدية الذين قدموا لنا الدعم لانجاز هذا العمل من خلال المعلومات الإحصائية و البيانات و التقارير التي تعكف المصلحة على انجازها بصفة دورية حول انجازات قطاع الصناعات التقليدية بالتنسيق مع غرفة الصناعة التقليدية و الحرف لولاية غرداية .

02-المقابلة الميدانية: وهي ثاني مصدر في جمع المعلومات الحقيقية عن الميدان من المتعاملين السياحيين و الحرفيين أنفسهم حيث قمنا بوضع برنامج لزيارتهم و معاينة مؤسساتهم و طرح بعض الأسئلة عليهم و التي تخدم موضوعنا محل الدراسة ، حيث قمنا بزيارة الميدانية للمؤسسات الفندقية المعتمدة بولاية غرداية في المرحلة الأولى .

فزيارة مقرات وكالات السياحة و الأسفار بالولاية كمرحلة ثانية ، تليهم زيارة لأصحاب الدواوين و الجمعيات كمرحلة ثالثة ، و زيارة أماكن توجد سياح الوطنين و الأجانب و المتمثلة في ساحة السوق غرداية ، ساحة السوق بن يزقن ، مدينة الحمامات المعدنية زلفانة ، الإقامة السياحية بلدية سبب كمرحلة أخيرة ، بالإضافة للحرفيين بحكم تعاملنا معهم ونحن على اتصال دائم معهم.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة الميدانية

نسعى من خلال هذا المبحث إلى التعرف على المخطط التوجيهي للسياحة SDAT لأفاق 2030 بشكل عام و الإستراتيجية المرسومة من طرف ولاية غرداية ممثلة في مديرية السياحة و الصناعة التقليدية SDATWG وتشخيص واقع قطاع السياحة و الصناعة التقليدية بها من أجل تحليل مدى مساهمة آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية.

المطلب الأول: عرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT لأفاق 2030

قامت الجزائر برسم إستراتيجية عمل من أجل تسويق المنتج السياحي الجزائري في داخل وخارج الوطن من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة لأفاق 2030 (SDAT) حيث تسعى من خلاله إلى رفع إمكانيات القطاع السياحي الجزائري ليصبح منافسا قويا حيث قامت الجزائر من خلال الوزارة الوصية على السياحة سنة 2008 م بتنظيم جلسات جهوية و وطنية و دولية مع مختلف الفاعلين في المجال السياحي بها ، من أجل بحث مختلف المعوقات و المشاكل التي تواجه السياحة في الجزائر و تقديم الحلول التي من شأنها أن تطور القطاع ، فكانت تمرة هذه الجلسات هي إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030 (SDAT) والذي هو جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT) ، حيث يعبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عن الرؤية المستقبلية للسياحة في الجزائر إلى غاية 2030 و الترجمة العملية لإرادة الدولة في تتمين المقومات السياحية للبلاد بغية استغلالها لصالح السياحة الجزائرية و النهوض بها و جعلها قطبا سياحيا في المنطقة الأورو متوسطية .

01-أهدافه:¹

يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة لأفاق 2030 إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في ما يلي:

- تحسين التوازنات الكلية : التشغيل ، النمو ،الميزان التجاري ، الاستثمار .
- توسيع نطاق تأثير هذه السياسية إلى القطاعات الأخرى (الصناعات التقليدية، النقل ، الخدمات ،الصناعة ،الشغل.... الخ).
- المساعدة على الإنفتاح الإجتماعي على الصعيدين الوطني و الدولي.

¹-Schéma Directeur D'aménagement Touristique 2025.livre 01.p6.

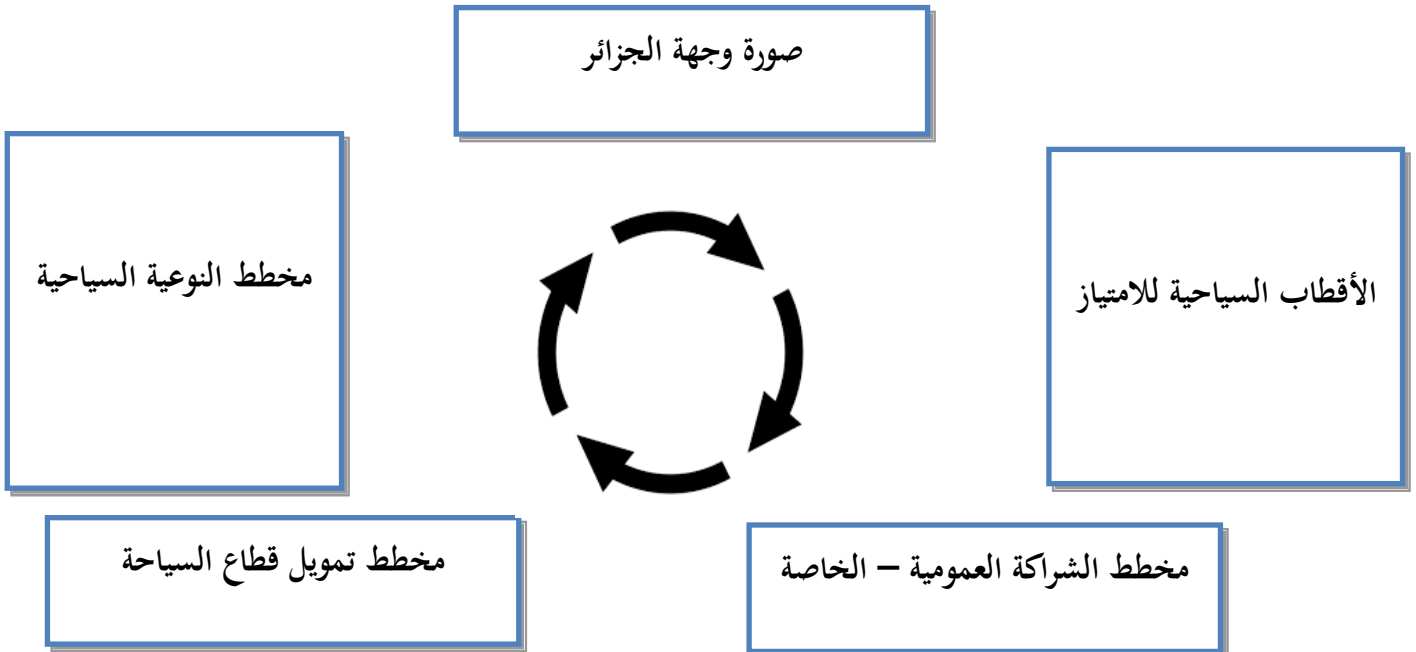
كما تسعى الوزارة الوصية إلى تحقيق أهداف أخرى تتمثل في ¹:

- تثمين صورة الجزائر و العمل على تحسينها بشكل دائم ، بغية تغيير إدراكات المتعاملين الدوليين إتجاه المنتج السياحي الجزائري .
- ترقية اقتصاد بديل حقيقي يحل محل المحروقات .
- تثمين التراث التاريخي و الثقافي .
- التوافق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة من خلال دمج مفهوم " الاستدامة " ضمن التنمية السياحية كبعد إجتماعي ، إقتصادي و بيئي .
- تحقيق الإنسجام بين القطاع السياحي و بقية قطاعات الإقتصاد الوطني .

02- آليات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :

في إطار ترقية السياحة حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة (05) خمس آليات أساسية تعمل على تطوير و تسويق المنتج السياحي و هي مبنية في الشكل التالي:

الشكل رقم (II- 02): الآليات الخمس المكونة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة أفاق 2030 .



Source :Schéma Directeur D'aménagement Touristique 2025.livre 02.p21

¹-Ibid .p23-

02-01-01-02-01-02 تثمين وجهة الجزائر السياحية: من خلال إستراتيجية تسويقية تبرز مقومات وجهة الجزائر السياحية على الصعيد الوطني.

02-02-02-02-02-02

القطب السياحي: هو مجموعة المنشآت السياحية الخاصة بالإيواء، الإطعام، النقل، التسلية، و الترفيه... الخ تتمركز ضمن حيز جغرافي محدد. يعمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى إنشاء سبعة أقطاب سياحية للامتياز تعبر عن منتج سياحي جزائري متنوع و هذه الأقطاب هي:¹

أ- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: يضم 06 ولايات هي: سكيكدة، قلمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة. يتربع على أكثر من 300 كلم من الساحل و 874.000 هكتار من الغابات، يعد بمثابة القاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي، يتوفر هذا القطب على إمكانيات كبيرة لتطور السياحة الشاطئية و الجبلية.

ب- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: يضم الولايات الجزائر، تيبازة، البليدة، بومرداس، الشلف، عين الدفلة، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية، يتربع على مساحة: 33877 كلم² و يمتد على مسافة 615 كلم، أي 51% من الشريط الساحلي الجزائري.

ت- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: يضم الولايات وهران عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيلزان، من خلال موقعه يكون من اقرب المناطق الجزائرية للأسواق السياحية ذات الأولوية في أوروبا بنحو ساعتين تحليق في الجو فقط و يتربع على مساحة 35000 كلم² من اجل 6 مليون ساكن، يتوفر على العديد من المقومات الطبيعية الجذابة (الساحل، الغابات،... الخ) و الثقافية كالصناعات التقليدية.

ث- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: "الواحات" يشمل كلا من ولاية غرداية، بسكرة و الوادي يتربع على مساحة 160.000 كلم² بتعداد سكاني 1.5 مليون ساكن، يتميز بمناخ صحراوي حار، و يتوفر على مطارين دوليين و على العديد من المواقع السياحية كوادي ميزاب، منطقة الزيان، مسجد عقبة بن نافع.

ح - القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: يشمل ولايتي أدرار و بشار و يغطي مساحة 603.000 كلم² وتعداد يقدر بحوالي 900.000 ساكن، يضم ثلاث مطارات (تيميمون، أدرار، و برج باجي مختار) وأهم

¹ -Schéma Directeur D'aménagement Touristique 2025.livre 02.p11.

المواقع السياحية لهذا القطب :منطقة القنادسة ،جرف التربة ،بني ونيف ، تاغيت ،عبادلة ،بني عباس و قصور بوقاس ، موغول ولحمر ،قلعة حماد ملوكة .

خ- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "الطاسيلي":يشمل ولاية إيليزي يمتد على مساحة قدرها 284.618 كلم² بتعداد سكاني حوالي 40.000 ساكن ، يحتوي هذا القطب على حظيرة الطاسيلي المصنفة من طرف "UNESCO" ضمن التراث العالمي مند سنة 1981م

د - القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "الهقار" و يشمل ولاية تمنراست ، يمتد على مساحة 456.000 كلم² و تعداد سكاني قدره 137.175 ساكن ، يتوفر على مواقع أثرية و طبيعية و تاريخية جذابة مكنته من استقطاب عدد كبير من السياح الأجانب و من أهم هذه المواقع : أسكرام ،أدریان ،أمسل ، عين أمقل و الأهقار.

02-03- مخطط النوعية السياحية :

يرتكز أساسا على التكوين و التعليم و استخدام تكنولوجيات المعلومات و الاتصال من أجل تحقيق الأهداف التالية:¹

*- أن تدخل مختلف الإجراءات التي جاء بها المخطط تحت علامة موحدة وهي "النوعية السياحية" .

*- تبني نظرة إستشرافية لترقية العرض السياحي الجزائري و ترقيته في الداخل و الخارج .

*- بعت ديناميكية إعادة تقويم وترقية الوجهة السياحية .

02-04- مخطط الشراكة العمومية الخاصة :

يتطلب النشاط السياحي تضافر جهود العديد من القطاعات بغية خلق وجهة سياحية ذات علامة مميزة في الأسواق الدولية، و قد جاء المخطط بهدف تجنيد مختلف التعامليين السياحيين و تفعيل التعاون بين القطاع العام والقطاع الخاص .

¹-ibid ;p47

02-05- منخطط تمويل السياحة: جاء هذا المخطط من أجل معالجة مشكل تمويل الإستثمار السياحي في الجزائر وذلك من خلال :

- حماية و مراقبة المؤسسات السياحية .
 - العمل على تجنب المشاريع السياحية للمخاطر المختلفة التي من ممكن أن تؤدي إلى توقفها .
 - العمل على جذب المستثمرين الأجانب و المحليين.
 - تشجيع الاستثمار السياحي من خلال الحوافز الضريبية و المالية و التسهيلات الإدارية .
 - تشجيع البنوك على تمويل المشاريع السياحية .
- من أجل الإستجابة لمثل هاته المخططات على المستوى المحلي و خصوصا بولاية غرداية ثم استخدام جميع الجهات الفاعلة على تطوير إستراتيجية للنهوض بالسياحة في هاته المنطقة من خلال مراعاة :
- الخصائص المميزة للعرض السياحي للوجهة " غرداية " و المنافسين الرئيسيين .
 - طبيعة الطلب المتزايد للعملاء و التي تشكل جميعها فرصا لتنمية مهمة جدا للسياحة في ولاية غرداية .
 - التوجهات المحددة و المرتبطة أساس بالإستراتيجية : SNAT ، SDAT ، SRAT ، PAW. و بالتالي اختارت سلطات الولاية تطوير خطة رئيسية للتنمية السياحة بالولاية (SDATW) و التي تهدف إلى إن تصبح إطار مرجعيا لسياسة و إستراتيجية لتنمية السياحة في هذا الإقليم لعشرين سنة القادمة .
 - على مستوى ولاية غرداية ثم رسم إستراتيجية عمل وفق الآليات الخمس للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة بالولاية كما يلي :¹

01-العمليات المبرمجة في المخطط العملي : SDATW

01-01 تميمين وجهة الجزائر و الترويج لولاية غرداية :

- إنجاز و إعداد دعائم ترقية مكتوبة و مسموعة و مرئية لترويج للمنتوج السياحي الغرداوي .
- إعداد موقع الكتروني سياحي ، ثقافي ، ترويجي للولاية .
- إنجاز فيلم وثائقي سياحي و ثقافي للولاية .

¹-معلومات من مصلحة السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية، 2019 .

01-02 تنمية الأقطاب السياحية للامتياز عبر الاستثمار السياحي :

- المصادقة على مخطط التهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي زلفانة 02 .
- الانطلاق في دراسة مخطط التهيئة السياحية لمنطقتي التوسع السياحي زلفانة 01 و القرارة 02 .
- اقتراح إنشاء مناطق للتوسع السياحي جديدة في كل من المنيعة ، حاسي القارة ،متليلي الشعانبة منصوره ،غرداية .

01-03 مخطط الجودة السياحية :

- عمليات تصنيف و إعادة تصنيف المؤسسات الفندقية .
- عملية إصدار رخص الاستغلال .
- عملية الانخراط في مخطط الجودة .
- عمليات دراسة طلبات رخص إستغلال وكالة سياحة وأسفار .

01-04 مخطط الشراكة عام و خاص : لا يوجد .

01-04 مخطط التمويل البنكي للعمليات السياحية :

- القروض البنكية الممنوحة في إطار الإستثمار السياحي .

تحرص المديرية على تنفيذ هذه العمليات وفق للإمكانيات المتاحة لها من قبل الجهات الوصية على القطاع .

المطلب الثاني : تشخيص وضعية قطاع السياحة و الصناعات التقليدية بولاية غرداية بين 2010 و 2019

01-تطور قطاع السياحة بولاية غرداية بين 2010 و 2019 .

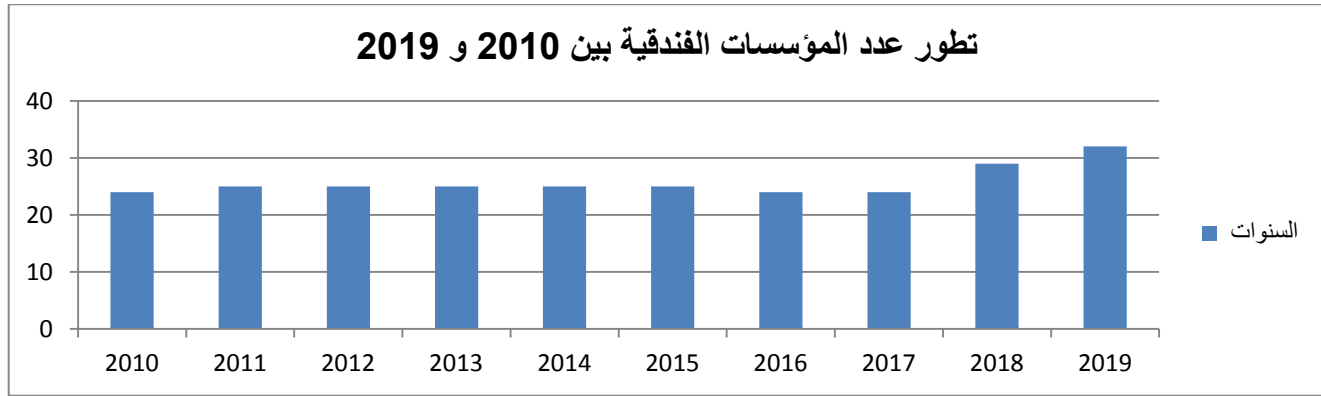
01-01-الحظيرة الفندقية لولاية غرداية : تتوفر الحظيرة الفندقية لولاية غرداية على 32 فندق تتوزع هذه الفنادق على مختلف بلدياتها ، ذات طابع حضري وصحراوي ويمكن توضيح تطور عدد الفنادق حسب السنوات كما يلي :

جدول رقم II - 01: تطور المؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019.

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
العدد المؤسسات	24	25	25	25	25	25	24	24	29	32
الأسرة	1761	1829	1829	1829	1860	1860	1841	1841	2214	2395

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية
لتوضيح تطور المؤسسات الفندقية أكثر ندرج الشكل التالي :

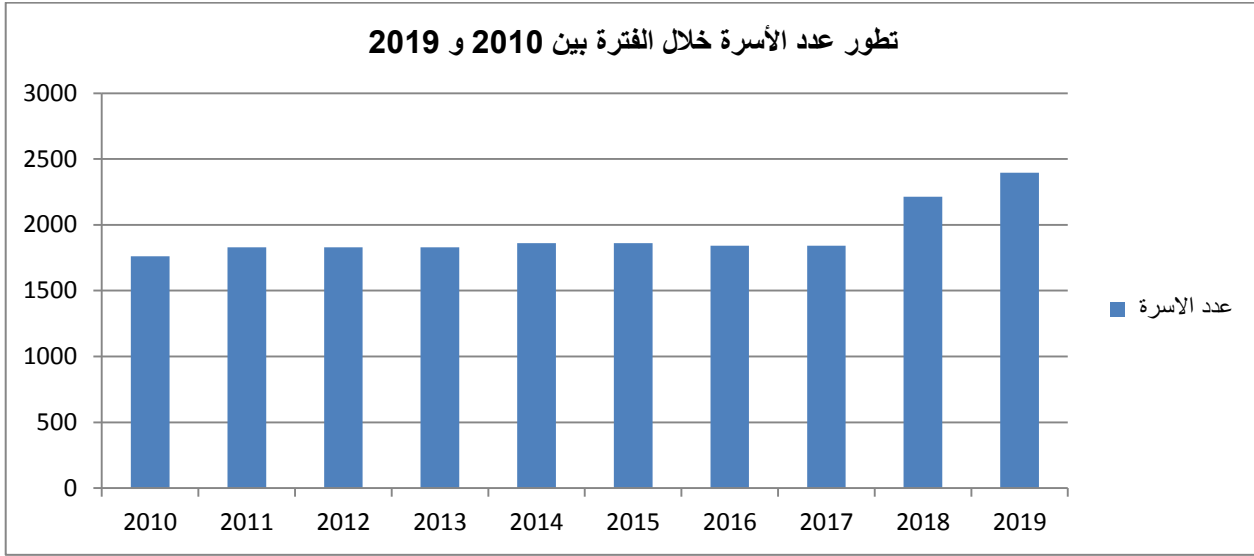
الشكل رقم II - 03 : تطور عدد المؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

تحليل : من خلال الجدول و الشكل نلاحظ استقرار في عدد المؤسسات الفندقية عند 25 إلى 24 مؤسسة خلال الفترة من سنة 2010 إلى غاية سنة 2017 ، ليشهدا إرتفاعا محسوسا سنة 2018 و يصل إلى 29 مؤسسة و قفزة نوعية سنة 2019 ليصل إلى 32 مؤسسة نتيجة الإستثمار في السياحة و دخول مؤسسات جديدة حيز الخدمة .

الشكل II - 04: تطور عدد الأسرة خلال الفترة بين 2010 و 2019



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

تحليل : من خلال هذا الشكل نلاحظ أن عدد الأسرة استقر عند 1761 سرير إلى 1841 سرير خلال الفترة سنة 2010 إلى سنة 2017 ليرتفع العدد سنة 2019 و يبلغ : 2395 سرير بنسبة زيادة بلغة : 23.13 % نتيجة دخول مؤسسات فندقية جديدة حيز الخدمة بناء على الطلب السياحي المتزايد و الإقبال على ولاية غرداية

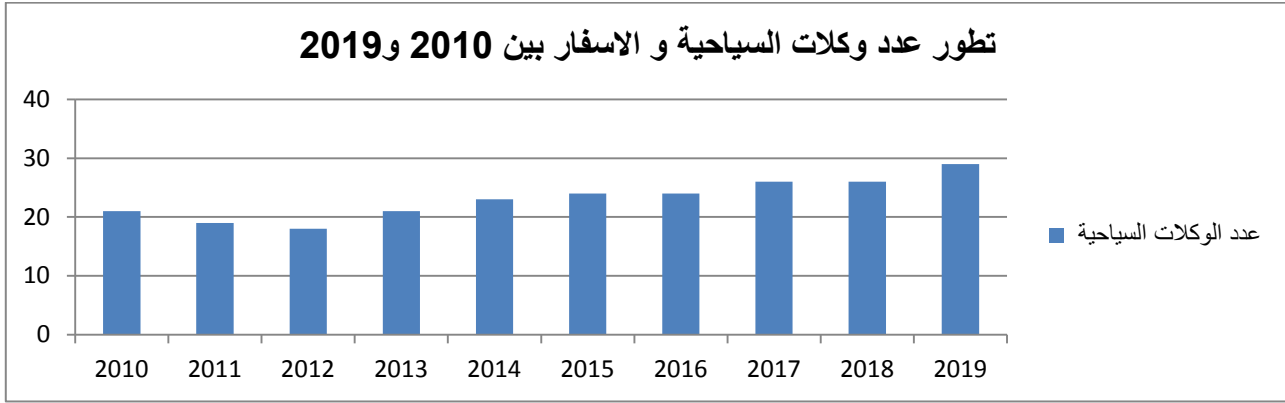
01-02- تطور عدد وكالات السياحة الأسفار :

الجدول II - 02: تطور عدد وكالات السياحة والأسفار بين 2010 و 2019

السنة	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
العدد	29	26	26	24	24	23	21	18	19	21

المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

الشكل رقم: II-05 تطور عدد وكالات السياحة و الأسفار بين 2010 و 2019.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

تحليل: من الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد الوكالات السياحية في تزايد مستمر من 21 وكالة سنة 2010 إلى 29 وكالة سياحية سنة 2019 أي بنسبة 27.58 % و هذا ما يدل على إقبال المتعاملين للعمل في مجال السياحة بالولاية نتيجة تحسن المناخ العام للإستثمار و زيادة الطلب السياحي بولاية غرداية .

02-وكالات السياحة و الأسفار المعتمدة بولاية غرداية .

ينشط في مجال السياحة عدد معتبر من الوكالات السياحية بلغ 29 وكالة موزعة عبر بلديات الولاية حيث تختار موقعها بدقة و فقا لشروط تحددها الإدارة و نظرة صاحب الوكالة الذي دائما يركز على مكان بوسط المدينة و بالقرب من حافة الطريق الرئيسية بها إنظر الملحق رقم: 08.

03- الدواوين والجمعيات السياحية المعتمدة بولاية غرداية : ينشط بولاية غرداية ستة(06) دواوين

سياحية موزع حسب بلديات الولاية تعمل على تنشيط السياحة بها من خلال تنظيم المعارض و احياء التظاهرات السياحية و الإرشاد السياحي للوفود الوطنيين و الأجانب إلى جانب ستا عشر (16) جمعية سياحية معتمدة لدى مديرية السياحة و الصناعة التقليدية تسهر على تنظيم رحلات السياحة و تأطيرها سواء في جلب السياح من خارج الوطن وداخله لزيارة ولاية غرداية أو العكس أي نقل أبناء و الولاية بإتجاه المدن الساحلية أو الداخلية و حتى خارج الوطن بالتنسيق مع مصالح مديرية السياحة و الصناعة التقليدية و وكالات السياحة و الاسفار المعتمدة وفق القائمة الاسمية المرفقة ،أنظر الملحق رقم: 09

04 - تطور التدفق السياحي بولاية بين 2010 و 2019:

تستقبل ولاية غرداية على مدار أيام السنة عدد كبير من السياح منهم الوطنيين و منه الأجانب من عدة جنسيات على غرار الأمريكيان و الفرنسيين و اليابانيين و الصينيين و التوانسة وغيرهم و تتعدد أسباب زيارتهم للولاية منهم الراغب في الإستحمام و الراحة و الترفيه و التمتع بالهندسة المعمارية لقصور المنطقة و منهم في إطار عمل

ومنهم للعلاج على غرار السياح الوطنيين بمياه الحمامات المعدنية أو المؤسسات الاستشفائية أو التمتع بجمال الطبيعة الصحراوية بالإقامة السياحية بلدية سبب ، زيارة مدينة الورود المنيرة و الكنيسة الكاثوليكية و فيما يلي إحصائيات السياح النزلاء بالمؤسسات الفندقية المعتمدة و المصحح بها لدى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية :

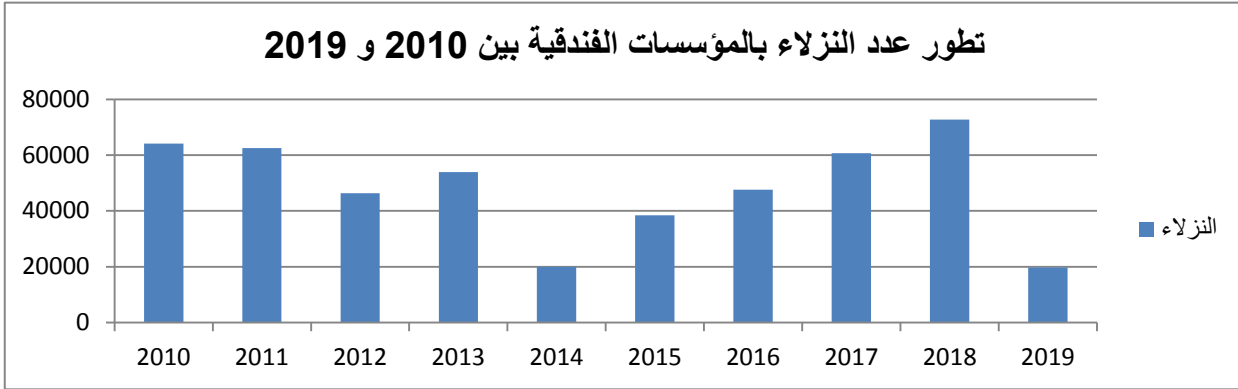
جدول رقم II - 03 تطور التدفق السياحي بولاية غرداية بين 2010 و 2019.

السنة التدفق	2010	2011	2012	2013	2014
النزلاء	64175	62497	46313	53921	20011
الليالي	81365	93862	68096	85902	48608
المعدّل اليومي (سائح / اليوم)	178	174	126.88	147.72	55.58
السنة التدفق	2015	2016	2017	2018	الثلاثي الأول 2019
النزلاء	38431	47653	60638	72775	19705
الليالي	75740	73984	88118	107463	31167
المعدّل اليومي (سائح / اليوم)	106.75	132.36	166.13	199.38	218.94

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية.

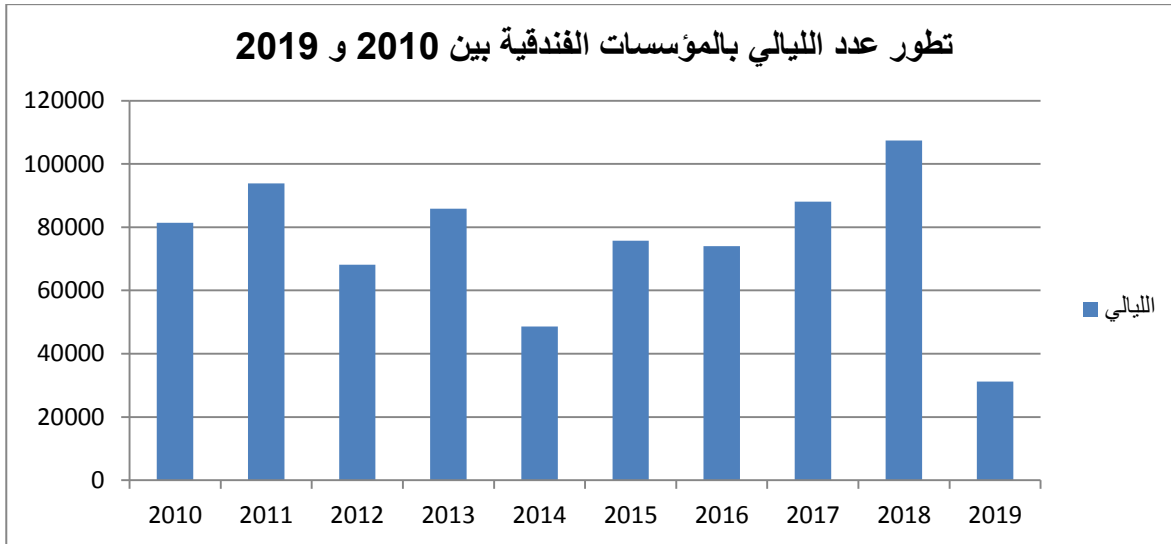
من اجل توضيح هاته المعلومات اكثر ندرج الشكلين التالي :

الشكل رقم II – 06: تطور عدد النزلاء بالمؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019 .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

الشكل رقم II – 07: تطور عدد الليالي بالمؤسسات الفندقية بين 2010 و 2019



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

من خلال الجدول و الشكلين و بأخذ سنة 2010 م كسنة أساس حيث سجلنا توافد أزيد من 64175 سائح لولاية غرداية بمعدل بلغ 178 سائح في اليوم ، غير انه و في السنوات من 2014 م إلى غاية سنة 2016 م نلاحظ تراجع في عدد السياح حيث بلغ أدنى حد له سنة 2014 م بمعدل 55.58 سائح في اليوم و هذا راجع للمأساة التي عرفتتها الولاية ، ليستعيد نشاطه بداية من سنة 2017 م ليصل المعدل اليومي للسياح إلى 199.38 سائح في اليوم سنة 2018 م نتيجة للمجهودات المبذولة من طرف الدولة و الخبيرين في هذه الولاية المضيفة ، حيث استقبلت الولاية وفد الوفاء المكون من أبناء الجالية الجزائرية في المهجر مكون من 80 شخص منهم أطباء و محامون ورواد أعمال و طلبة بقيادة الإعلامي المشهور سمير شعابنة في محاولة لتصحيح الصورة السيئة التي نشرتها وسائل الإعلام الغربية عن الولاية حيث انبهر الوفد بجمال المنطقة و إمكانياتها السياحية

إقبال السياح في تزايد مستمر حيث بلغ في الثلاثي الأول لسنة 2019 م ما معدله 218.9 سائح في اليوم بعدد إجمالي بلغ 19.705 سائح كذلك الأمر بالنسبة لليالي فهي بمثابة مقياس لحجم الإنفاق من طرف السياح الوطنيين و الأجانب و إيرادات بالنسبة للمؤسسات الفندقية ، و الذي تنجر عنه تحصيل ضريبي لفائدة الدولة و مصالح الولاية.

ومن اجل تبين حجم تدفق السياح الأجانب مقارنة بالسياح الوطنيين بولاية غرداية خلال نفس الفترة بين

2010 م إلى غاية الثلاثي الأول من سنة 2019 م ندرج الجدول التالي :

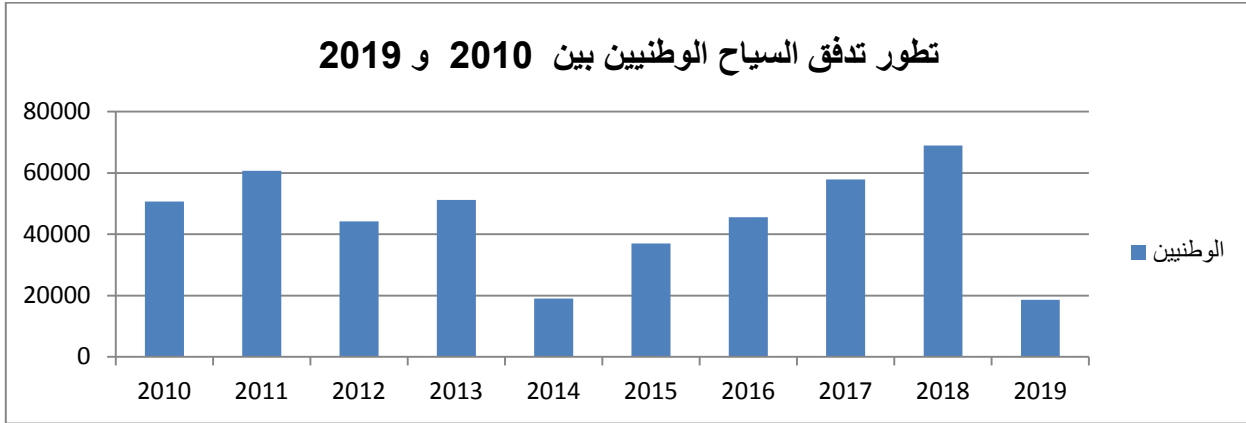
جدول رقم II- 04 : تطور تدفق السياح لولاية غرداية بين 2010 و 2019.

السنة	2010	2011	2012	2013	2014
الزلاء	50621	60736	44238	51195	19013
الوطنيون	13554	1761	2075	2736	764
الأجانب	140	169	123	140	70
المعدل اليومي للوطنيين	38	05	06	07	3
المعدل اليومي للأجانب	2015	2016	2017	2018	الثلاثي الأول 2019
الزلاء	37000	45531	57886	68891	18654
الوطنيون	1431	2122	2752	3884	1051
الأجانب	102.77	126.47	137.13	188.74	207.26
المعدل اليومي للوطنيين	3.97	5.89	7.64	10.64	11.67
المعدل اليومي للأجانب					

المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

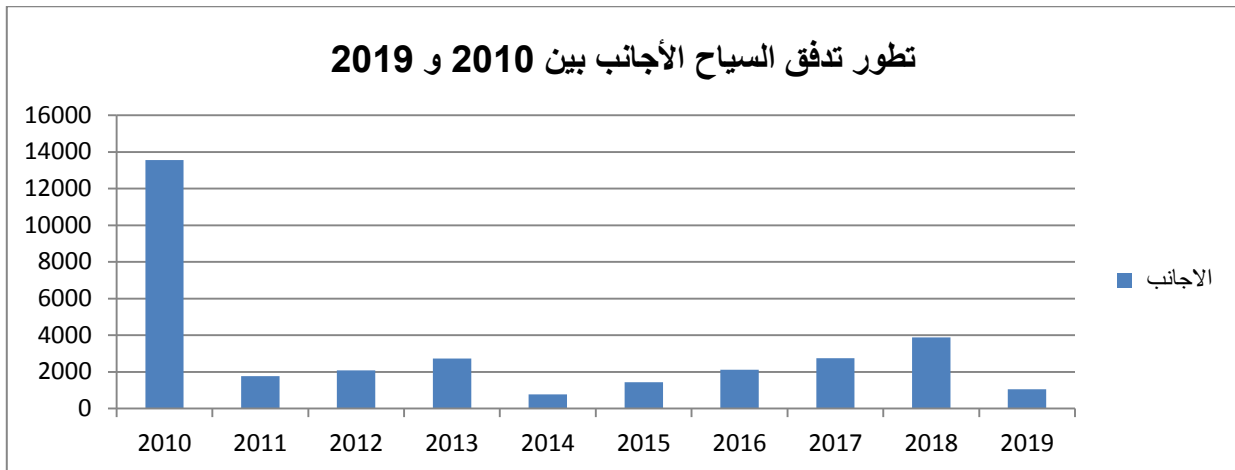
من اجل توضيح أكثر ندرج الشكلين التاليين الذين يبيننا تطور تدفق السياح الوطنيين والسياح الأجانب بين سنوات 2010 و 2019 بولاية غرداية من خلال الإحصائيات المسجلة خلال هاته الفترة .

الشكل رقم II- 08: تطور تدفق السياح الوطنيين بين 2010 و 2019 .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

الشكل رقم II- 09: تطور تدفق السياح الأجانب بين 2010 و 2019 .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

تحليل :

من خلال الجدول و الشكلين أعلاه و بأخذ سنة 2010 م سنة أساس حيث سجلنا توافد 50.621 سائح وطني بمعدل 140 سائح وطني في اليوم و 13.554 سائح أجنبي بمعدل 38 سائح أجنبي في اليوم نلاحظ تراجع كبير لعدد السياح الأجانب خلال الفترة من سنة 2011 إلى غاية سنة 2016 م ليصل إلى أدنى حد له سنة 2014 م بمعدل 3 سائح أجنبي في اليوم ، ليستعيد نشاطه ابتداء من سنة 2017 م ليصل إلى 10.64 سائح أجنبي في اليوم سنة 2018 م بمجموع 3.884 سائح أجنبي و يرجع السبب إلى الأحداث التي شهدتها الولاية في الفترة من سنة 2014 إلى غاية سنة 2015 م و التضخيم الإعلامي لها في القنوات الأجنبية و خاصة الأوروبية منها و وفقا لتصريحات أصحاب الوكالات السياحية فمشركة التامين الأوربية ترفض إبرام عقود

التامين للسياح الأجانب الراغبين في زيارة الولايات الجنوبية للجزائر ابتداء من الجلفة إلى غاية تمنراست على أساس أنها مناطق غير آمنة و هو ما يصعب عمل هاته الوكالات و كذا الشروط التي تفرضها عليها هاته الدول ، في حين ثم تسجيل تناقص في توافد السياح الوطنيين على ولاية غرداية خلال نفس الفترة .

07- مساهمة السياحة في خلق المداخيل :

يعتبر قطاع السياحة قطاع خلاق للثروة و مصدر دخل للكثيرين فبالدرجة أولى يعد مصدر دخل لأصحاب وكالات السياحة و الأسفار ، أصحاب هياكل الإيواء (الفنادق) ، شركة الطيران ، أصحاب سيارات الأجرة ، حافلات النقل الحضري ، المطاعم بمختلف أنواعها ، و من خلال ذلك يعد مصدر يغذي الضرائب لصالح الدولة و الهيئات المحلية .

01-07 - مساهمة السياحة في الضرائب :

كغيره من القطاعات يساهم قطاع السياحة في تمويل الخزينة العمومية من خلال التحصيل الجبائي لمختلف الضرائب ، بحيث يتبنى أصحاب المؤسسات الفندقية وهياكل الإيواء المعتمدة من طرف الدولة وفقا لمعطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية على النظام الحقيقي في التصريح الضريبي بالمداخيل لعدة أسباب ، أهمها أنه لا يكون ظالما للمؤسسة الفندقية من حيث قيمة الضريبة الواجبة التحصيل بل تكون بناء على ما حققه صاحب المؤسسة و المسجل في السجلات المصرح بها ، في حين يتبنا أصحاب الوكالات السياحية و الأسفار النظام الجزائري و لقد سجلت مديرية الضرائب لولاية غرداية تحصيل جبائي شمل كل القطاعات كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم : II-05 مجموع التحصيل الجبائي لضرائب بولاية غرداية لسنة 2017 القيم ب: 1000 دج

الولاية	T.A.P	T.F	T.V.A	I.F.U	IRG/RF	أخرى
غرداية	1.138.431	2.173	86.781	103.206	22.010	3.203
المجموع				1.355.804		

المصدر: مديرية الضرائب لولاية غرداية .

تحليل : تستعمل هاته الإيرادات في تمويل ميزانية الولاية و ميزانيات البلديات وفق نسب محددة .

بالإضافة إلى ذلك تقوم المؤسسات المعدة للفندقية بدفع رسم يدعى **برسم الإقامة** يؤسس على كل شخص أو على اليوم الواحد من الإقامة ، حيث لا يمكن أن تقل قيمته عن خمسين (50) دينارا على الشخص أو على

اليوم الواحد و لا تفوق ستين (60) ديناراً و لا تتجاوز مائة (100) دينار جزائري للعائلة ، غير انه بالنسبة للمؤسسات الفندقية ذات ثلاث (03) نجوم و أكثر تحدد تعريفه الرسم على الإقامة على الشخص و على اليوم الواحد من الإقامة كما يلي: ¹*- 200 دينار للفنادق ذات ثلاث نجوم .

*- 400 دينار للفنادق ذات أربع نجوم .

*- 600 دينار للفنادق ذات خمس نجوم .

يعفى منها الأشخاص المستفيدون من تكفل صندوق الضمان الاجتماعي .

07-02- مساهمة السياحة في خلق فرص العمل :

يساهم قطاع السياحة في التشغيل بولاية غرداية وفق ما هو مبين في الجدول التالي :

الجدول رقم : II-06 مساهمة قطاع السياحة في التشغيل بولاية غرداية 2018/12/31 .

الرقم	الجهة المستخدمة	عمال دائمون	عمال مؤقتين	الملاحظة
01	المؤسسات الفندقية	210	113	حاليا
02	وكالات السياحة و الأسفار	85	45	حاليا
03	الاستثمار السياحي	2299	/	متوقع
04	المجموع	2594	158	

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

تحليل: تساهم المؤسسات الفندقية في تشغيل ما مجموعه 323 عمال بين دائم و مؤقت حاليا بولاية غرداية و التي بلغ عددها 32 مؤسسة، في الوقت الذي تشغل وكالات السياحة و الأسفار ما مجموعه 130 عامل و التي بلغ عددها 29 وكالة سياحة و أسفار و يرتقب من الاستثمار السياحي المستقبلي تشغيل ما يقارب 2299 عامل.

07-03- الاستثمار السياحي بولاية غرداية : عرف إقبال كبيرا خصوصا مع التسهيلات الممنوحة له و المتابعة

الدائمة و الدورية و ذلك بمرافقة المستثمر و إيجاد الحلول للعراقيل التي من الممكن إن تواجهه على المستوى المحلي أو على المستوى المركزي و نلخص وضعية الإستثمار في ولاية غرداية كما يلي :

¹- المادة 63 من أمر 02-08 مؤرخ في 24 يوليو سنة 2008 يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2008 ، الجريدة رسمية رقم 42 ص11.

- عدد الملفات طلبات المشاريع السياحية بمديرية الصناعة والمناجم: 320 ملف
- عدد الملفات التي حازت على موافقة اللجنة الولائية للاستثمار عددها: 129 ملف
- عدد الملفات المستلم لغرض إرسالها للوزارة من أجل الموافقة عليها: 99 ملف
- عدد الملفات التي تحصلت على الموافقة المبدئية من طرف الوزارة منذ 2008 إلى غاية 2018 : 62 ملف.
- عدد الملفات التي تحصلت على رخص البناء عددها: 26 ملف منها 21 مشروع في طور الانجاز كما هي مبينة في الجدول التالي :

الجدول رقم II - 07: وضعية الإستثمار السياحي بولاية غرداية عند 2018/12/31 .

البيان	العدد	عدد الأسرة	عدد العمال	التكلفة التقديرية دج
المشاريع طور الانجاز	21	2500	1016	8.819.249.492.00
المشاريع غير المنطلقة	36	3132	1218	4.619.608.727.00
المشاريع المتوقفة	01	108	25	115.550.000.00
المشاريع المنتهية	04	190	40	194.685.600.00
المجموع	62	5930	2299	13.749.093.819.00

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

تحليل: من أصل 62 مشروع استثمار في مجال السياحة في شكل مؤسسات فندقية بمجموع أسرة بلغ 5930 سرير تشغل ما يقارب 2299 عامل بتكلفة قدرها: 13.749.093.819.00 دج لدينا: 21 مشروع طور الانجاز و36 مشروع غير منطلقة، مشروع 01 متوقف و 04 مشاريع منتهية .

في الفترة ما بين نهاية سنة 2018 وبداية سنة 2019 سجلنا فتح 06 مؤسسات فندقية جديدة بطاقة استيعاب تقدر بـ 383 سرير وهي كمايلي : فندق الجواهر ببلدية غرداية ، محطة إستراحة لأولاد الهدار ببلدية سبب ، محطة إستراحة تارست ببلدية بنورة ،النزل السياحي المفروش آلاء و فندق السلام و شاليهات الشط الجميل ببلدية زلفانة.

02- تطور قطاع الصناعات التقليدية بولاية غرداية بين 2009 و 2019

إستفاذ قطاع الصناعات التقليدية من مشاريع إستثمارية عمومية هامة متمثلة في:

- مقر مديرية السياحة و الصناعة التقليدية المتواجد بحي 450 مسكن بهراوة العليا غرداية.
- مركب لصناعات التقليدية : يضم مقر غرفة الصناعة التقليدية و الحرف غرداية و مركز دمع الزرابي التقليدية ، دار الصناعة التقليدي بها 21 ورشة للمزاولة نشاط الحرفيين و 06 محلات ، مركز للصناعات التقليدية ، قاعة للعرض و قاعة للمحاضرات .
- كما تم تسجيل عدة عمليات منها :
- دار الصناعة التقليدية ببلدية المنبعة التي تم انجاز دراسة لها .
- دار الصناعة التقليدية ببلدية متليلي و التي تم انجاز الدراسة لها.
- مركز للصناعة التقليدية ببلدية ضاية بن ضحوة تم انجاز الدراسة .
- ثم اقتراح مجموعة من العمليات للتسجيل من أجل الوصول إلى دار الصناعة التقليدية لكل بلدية.

02-01- تطور قطاع الصناعات التقليدية خلال الفترة بين 2009 إلى غاية 31/03/2019

شهد قطاع الصناعات التقليدية تطور كبيرا خلال هاته الفترة و هو ما يوضحه الجدول التالي :

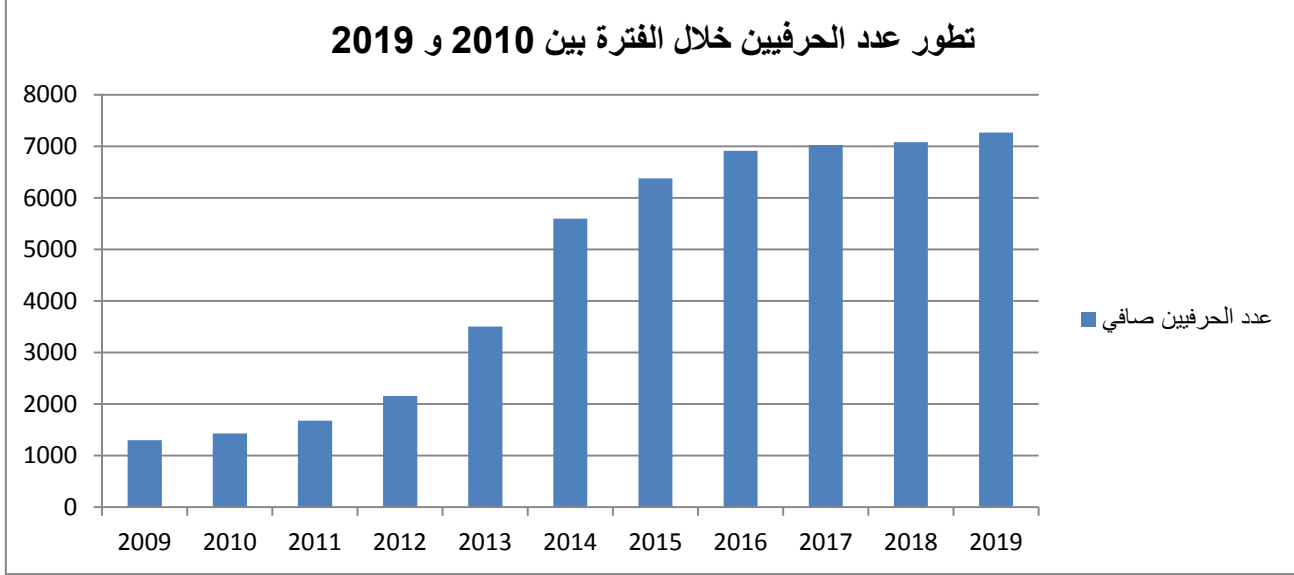
الجدول رقم II - 08 : تطور عدد الحرفيين بولاية غرداية بين 2009 و 2019 .

الرقم	السنة	عدد الحرفيين المسجلين	عدد الحرفيين المشطين	صافي التسجيل	مجموع صافي التسجيل
00	قبل 2009	1770	599	1171	1171
01	2009	192	61	131	1302
02	2010	193	62	131	1433
03	2011	350	105	245	1678
04	2012	637	159	478	2156
05	2013	1563	216	1347	3503
06	2014	2432	339	2093	5596
07	2015	1496	717	779	6375
08	2016	987	451	536	6911
09	2017	398	286	112	7023
10	2018	378	324	54	7077
11	الثلاثي الأول 2019	245	79	166	7265
12	المجموع	10396	3319	7265	7265

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

و لتوضيح أكثر ندرج الشكل التالي :

الشكل رقم II - 10: تطور عدد الحرفيين خلال الفترة بين 2010 و 2019 .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

التحليل: من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ إقبال على التسجيل بسجل الصناعة التقليدية و الحرف من طرف الحرفيين فقد تضاعف العدد من 1171 سنة 2009 م الى 7265 سنة 2019 م إي بحوالي 07 أضعاف و هذا راجع للعمل الذي قامت و تقوم به الوزارة الوصية من تنظيم و سن للقوانين ، تقديم الدعم مباشر للحرفيين في شكل تجهيزات إنتاج و السهر على تنظيم المعرض و الصالونات المتخصصة و تنظيم مسابقة الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية و التسهيل للمشاركة الحرفيين في المعارض الدولية ، و هي ممثلة على المستوى المحلي في مديرية السياحة و الصناعة التقليدية غرداية و غرفة الصناعة التقليدية و الحرف غرداية ، وكذا للدعم المقدم من طرف صندوق دعم و تشغيل الشباب ANSAJ و صندوق التأمين على البطالة CNAC و الوكالة الولائية لتسيير القرض المصغر ENGEM، كما لا ننسى الترويج السياحي للمنتوج التقليدي في الإذاعة الجهوية غرداية و التلفزة الجزائرية من خلال حصص متخصصة و عن طريق موقع الوزارة و مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك و أخيرا من خلال القنوات التلفزيونية السياحي الأجنبية المتخصصة و إقبال السياح الوطنيين و الأجانب على المنطقة و الذي من شأنه تشجيع الحرفيين على الإنتاج و الإبداع من خلال اقتناء منتجات الصناعات التقليدية الغرداوية.

02-02- توزيع حرفيي الصناعات التقليدية حسب البلديات إلى غاية: 2018/12/31 .

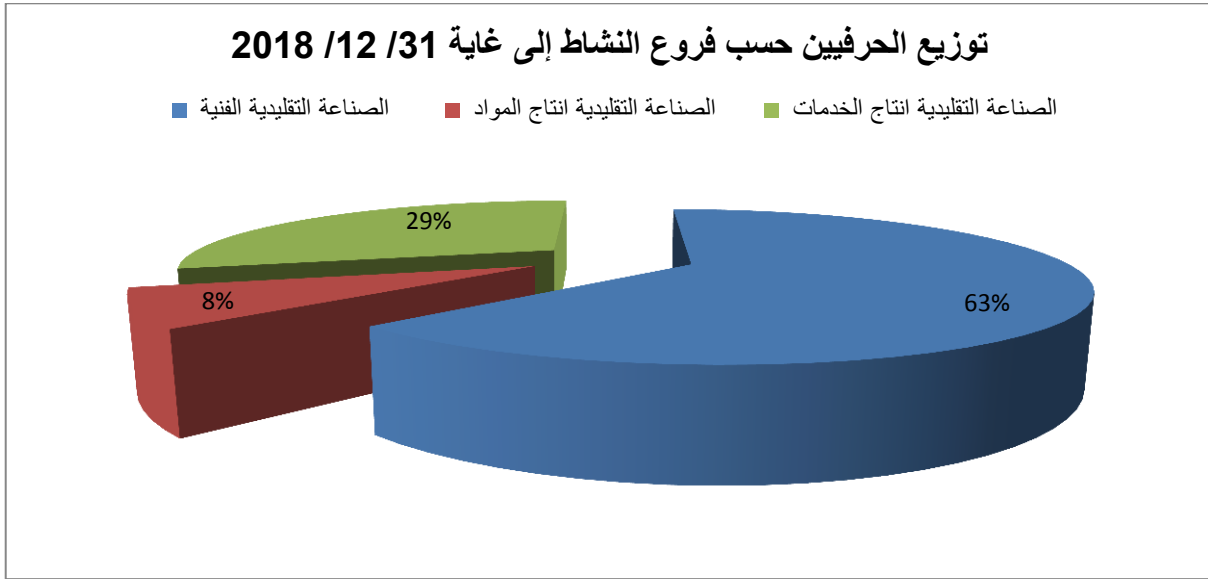
الجدول رقم II-09: توزيع حرفيي حسب فروع النشاط و البلديات إلى غاية: 2018/12/31

المجموع	صناعة التقليدية لإنتاج الخدمات		الصناعة التقليدية لإنتاج المواد		الصناعة التقليدية فنية		البلدية
	تعاونية حرفية	حرفي فردى	مقاوله حرفية	حرفي فردى	تعاونية حرفية	حرفي فردى	
2589	01	634	00	192	00	1763	غرداية
680	00	247	00	40	01	393	بنورة
467	00	81	00	44	00	342	ضاية بن ضحوة
616	00	291	00	85	00	240	بريان
609	00	223	00	37	00	349	متليلي
381	00	166	01	49	00	166	القرارة
364	00	88	00	38	00	238	العطف
259	00	72	00	17	00	170	زلفانة
38	00	11	00	03	00	24	سبب
779	00	199	00	37	04	543	المنيعة
51	00	21	00	05	00	25	حاسي لفحل
208	00	33	00	09	00	166	حاسي القارة
36	00	11	00	01	00	24	المنصورة
7077	01	2077	01	557	05	4443	المجموع

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

و لتوضيح أكثر ندرج الشكل التالي :

الشكل رقم II-11 : توزيع الحرفيين حسب فروع النشاط إلى غاية 2018/12/31 .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معلومات مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية

التحليل :

من خلال الجدول و الشكل أعلاه تتمثل الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية الحصة الأكبر بعدد حرفيين بلغ : 4443 حرفي بنسبة بلغة : 63 % و في المرتبة الثانية نجد الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات بمجموع حرفيين بلغ : 2077 حرفي بنسبة : 29% و في المرتبة الثالثة نجد الصناعة لإنتاج المواد حيث بلغ عدد الحرفيين في هذا المجال : 557 حرفي بنسبة : 08 %، نظرا لطبيعة المنطقة التي تشتهر بالنسيج و صناعة الزرابي التقليدية و خياطة الألبسة التقليدية ، كان للصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية حصة الأسد من التسجيلات و الجدير بالذكر هو أن عدد الحرفيين في الصناعة التقليدية الفنية يفوق ما هو مصرح به لذا غرفة الصناعة التقليدية والحرف بكثير، إذ لا يخلو بيت من بيوت أهل المنطقة من ممارسة نشاط من نشاطات الصناعة التقليدية الفنية كخياطة الألبسة التقليدية ،النسيج التقليدي ، الأكلات الشعبية .

02-03- توزيع الصناعات التقليدية حسب الأنشطة إلى غاية: 2018/12/31 .

الجدول رقم II - 10: توزيع حرفيي الصناعات التقليدية حسب الأنشطة إلى غاية: 2018/12/31

المجموع	عدد تعاونيات	عدد الحرفيين	المجموعة	نوع النشاط
4448	00	510	المواد الغذائية	الصناعة التقليدية الفنية
	00	166	العمل على الطين ، الجبس ، الحجر، الزجاج وما تماثلها	
	00	99	العمل على المعادن (بما في ذلك المعدن الثمينة)	
	00	31	العمل على الخشب و مشتقاته	
	00	1248	العمل على الصوف و المواد المماثلة	
	05	2195	العمل على القماش أو النسيج	
	00	21	العمل على الجلود	
	00	174	العمل على المواد المختلفة	
558	00	04	نشاطات ص ت إ م مرتبطة لقطاع المناجم	الصناعة التقليدية لإنتاج المواد
	00	01	نشاطات ص ت إ م مرتبطة قطاع الميكانيك و الكهرباء	
	00	165	نشاطات ص ت إ م مرتبطة قطاع الحديد	
	00	151	نشاطات ص ت إ م مرتبطة التغذية	
	00	64	نشاطات ص ت إ م مرتبطة النسيج والجلود	
	01	86	نشاطات ص ت إ م مرتبطة بالخشب و التآثيث الخردوات	
	00	60	نشاطات ص ت إ م مرتبطة الأشغال العمومية	
	00	15	نشاطات ص ت إ م مرتبطة قطاع الحلبي	
	00	09	نشاطات ص ت إ م مرتبطة قطاع	
2078	00	213	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بتركيب ،صيانة وخدمات ما بعد البيع للتعويضات و المعدات الصناعية	الصناعة التقليدية لانتاج الخدمات
	00	335	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بصيانة وتصلح في مختلف فروعالنشاط	
	01	29	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بأشغال الميكانيك	
	00	1149	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بالتهيئة الصيانة الزخرفة	
	00	287	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بالنظافة و الصحة	
	00	00	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بالألبسة	
	00	65	نشاطات ص ت إ خ مرتبطة بالخدمات المختلفة	
7084	07	7077	المجموع	

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية غرداية

التحليل : من خلال هذا الجدول و كما اشرنا إليه سابقا نلاحظ العدد الكبير للحرفيين مسجل في مجموعة العمل على الصوف و المواد المماثلة بمجموع : 1248 حرفي و مجموعة العمل على القماش و النسيج بمجموع : 2195 حرفي ضمن نشاطات الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية ، في حين نسجل 1149 حرفي في مجموعة نشاطات الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات المرتبطة بالتهيئة والصيانة و الزخرفة .

02-04-حصيلة نشاط مركز دمغ الزرابي التقليدية بولاية غرداية : مند دخوله حيز الخدمة سنة 2008

و هي مبينة في الجدول التالي :

جدول رقم II - 11 : حصيلة نشاط مركز دمغ الزرابي التقليدية إلى غاية: 2018/12/31.

السنة	عدد الزرابي المدموغة	المساحة ب: م 2	عدد الزرابي المرفوضة	عدد الدورات التكوينية في الدمغ	عدد الدورات التكوينية في الصباغة التقليدية
2008	46	121.52	35	/	/
2009	44	45.16	40	06	02
2010	55	171.81	90	02	01
2011	35	70.62	75	03	03
2012	92	242.26	280	02	01
2013	51	96.08	352	03	01
2014	74	135.85	21	/	04
2015	49	90.97	81	/	02
2016	125	294.24	480	/	/
2017	116	300.3	824	/	/
2018	469	1117.92	1537	/	/
المجموع	1156	2686.73	3815	26	15

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غردية .

تحليل:

من خلال هذا الجدول نلاحظ تزايد في عدد الزرابي المدموغة خصوصا بعد عمليات التكوين للحرفيين في شروط وكيفية و فوائدها عملية الدمغ ، فهو يمثل ضمان الدولة للمنتوج التقليدي على أنه جزائري ، مصنوع باليد ، بمواد أولية طبيعية محلية ، يعتبر إجباري عند التصدير و هو مجاني ، حيث انتقل عدد الزرابي المدموغة من 46 زربية سنة 2008 م إلى 469 زربية سنة 2018 م ليصل مجموع الزرابي المدموغة خلال هاته الفترة إلى 1156 زربية تقليدية ، و رغم ذلك فأن عدد المرفوض الزرابي المرفوضة يعد معتبر حيث بلغ :3815 زربية و يرجع السبب في ذلك لاستعمال مادة أولية سنتيتك عوض الصوف الحر و كون الألوان تحول بمجرد تعرضها للاختبار رغم عدد الدورات التكوينية في الصباغة الطبيعية التقليدية للحرفيين و التي بلغ عددها 15 دورة تكوينية .

02-05- شهادات التأهيل: الممنوحة من طرف لجنة التأهيل بغرفة الصناعة التقليدية الحرف

الجدول رقم II-12 : تطور عدد شهادات التأهيل الممنوحة بين 2012 و2018 .

الرقم	السنة	عدد الشهادات المسلمة على مستوى الغرفة	عدد الشهادات المسلمة على مستوى المؤسسة العقابية	الملاحظة
01	2012	1366	123	
02	2013	3120	95	
03	2014	3084	172	
04	2015	1968	288	
05	2016	1223	291	
06	2017	508	142	
07	2018	495	186	
	المجموع	11764	1297	13061

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

تحليل : تمنح شهادة التأهيل للأشخاص الذين يشبتون إتقان حرفة مما عن طريق الممارس وليس لهم شهادة تثبت ذلك ، حيث بلغ مجموع الشهادات المسلمة :13061 شهادة تأهيل في جميع التخصصات الحرفية .

02-06- استفادة الحرفيين من محلات تشغيل الشباب تحت التصرف : وهي مبينة في الجدول ادناه

جدول رقم II - 13: حصة الحرفيين من محلات تشغيل الشباب إلى غاية: 2018/12/31

الموزع	الحصة	البلدية	الموزع	الحصة	البلدية
12	23	منصورة	151	200	غرداية
23	23	سبب	61	61	بنورة
22	50	حاسي لفحل	56	56	العطف
66	66	حاسي القارة	44	44	ضاية بن ضحوة
80	120	المنبعة	86	140	متليلي
109	140	القرارة	33	64	زلفانة
312	422	المجموع	431	565	المجموع
% 29.07		287	حصة الحرفيين		

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

تحليل: ضمن مشروع 100 لكل بلدية إستفادة ولاية غرداية من حصة قدرها 1100 محل تم توزيعها على بلدياتها 13 وفق طلباتها المبينة في الجدول أعلاه حيث تم إنجاز 987 محل وزع منها 743 محل استفاد الحرفيين من 287 محل بنسبة 29.07% لمزاولة نشاطهم بها .

02-07 مشاركة حرفيي ولاية غرداية في المعرض: ضمن البرنامج الوطني للمعارض الصناعة التقليدية سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي ، حيث يشارك حرفيو ولاية غرداية في الإحتفال باليوم الوطني للحرفي و اليوم الوطني للسياحة و اليوم العالمي للسياحة ، العيد الوطني للزربية ، عيد القصر القديم ، الصالون الوطني للصناعة التقليدية و تنشيط موسم الاصطياف عبر الولايات الساحلية ، مختلف المعارض و التظاهرات بولايات الوطن في إطار تبادل بين الولايات والترويج للمنتوج التقليدي و خارج الوطن بالدول الأوروبية و الآسيوية كل هذا من اجل خلق الطلب على المنتج التقليدي الغرداوي.

و من اجل تبين مشاركة حرفيي ولاية غرداية في المعارض و التظاهرات ندرج الجدول التالي :

الجدول رقم II - 14 : مشاركة الحرفيين في المعرض خلال الفترة بين 2016 و2018.

الملاحظة	عدد الحرفيين المشاركين سنة 2018م	عدد الحرفيين المشاركين سنة 2017م	عدد الحرفيين المشاركين سنة 2016م	النشاطات الترقية
	197	279	166	التظاهرات المحلية
	207	38	49	التظاهرات الوطنية
	02	03	12	التظاهرات الدولية
	406	320	227	المجموع

المصدر: غرفة الصناعة التقليدية و الحرف غرداية

تعد مشاركة الحرفيين في المعارض المحلية والوطنية بمثابة ترويج للصناعات التقليدية الوطنية و تنشيطا لمبيعاتها حيث تعد كلا من ولاية الجزائر و ولاية الأغواط و ولاية تلمسان من أهم الولايات التي تستهوي حرفيي ولاية غرداية من حيث المشاركة في المعرض في الأوقات العادية و جميع الولايات الشاطئية في فصل الصيف .

أما المشاركة في المعارض الدولية على غرار تنظيم القرية العالمية بدبي و التي نظمت فعاليتها بين 09 مارس و 08 أبريل 2016 م حيث شاركة فيها حرفيين (02) من ولاية غرداية ضمن الوفد الجزائري المشارك في هاته التظاهرة العالمية و كذا مهرجان الشيخ زايد التراثي بأبوظبي " الإمارات العربية المتحدة " و الذي جرت فعالياته من 10 نوفمبر 2016 م إلى غاية 07 جانفي 2017 م بمشاركة 11 حرفيي من ولاية غرداية و مشاركة حرفيي الولاية في المعرض الأوروبي بمدينة لستراسبورغ الفرنسية خلال شهر جوان 2018 بمثابة تعريف بمنتجات الصناعات التقليدية الغرداوية في الخارج ، كما تعد فرص لاستقطاب السياح الأجانب الفرنسيين و الخليجيين على السواء .

02-08-الجمعيات النشطة في مجال الصناعة التقليدية بولاية غرداية :

توجد 21 جمعية نشطة في الصناعة التقليدية بولاية غرداية إلى غاية 2018/12/31 ، تسهر على تأطير الحرفيين و تكوين المتربصين في نشاطات الصناعات التقليدية و الحفاظ عليها ، كما تشارك في المعارض على المستوى المحلي و الوطني و حتى الدولي ، تستفيد من دعم الدول لها في تنفيذ برامجها .

02-09- مساهمة الصناعة التقليدية في التشغيل بولاية غرداية :

حسب دراسة قامت بها الوزارة الوصية حول معدل التشغيل في أنشطة الصناعة التقليدية توصل إلى أن قطاع الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية يشغل معدل 3.5 عامل وقطاع الصناعة التقليدية لإنتاج المواد يشغل معدل 2.5 عامل وقطاع الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات يشغل معدل 1.9 عامل .

وبناء عليه يشغل قطاع الصناعات التقليدية بولاية غرداية :

جدول رقم II -15: حصيلة التشغيل في قطاع الصناعات التقليدية إلى غاية :2018/12/31.

الرقم	قطاع النشاط	عدد الحرفيين إلى غاية 2018/12/31	معدل التشغيل	عدد مناصب الشغل
01	الصناعة التقليدية الفنية	4448	3.5	15568
02	الصناعة التقليدية لإنتاج المواد	557	2.5	1392.5
03	الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات	2078	1.9	3948.2
	المجموع	7084	/	20908.7

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غرداية .

تحليل :

تعد الصناعة التقليدية الفنية إحدى الفروع أكثر استحداثا لمناصب الشغل بحيث تشغل : 15.568 منصب شغل بنسبة : 74.45 % مقارنة بالصناعة التقليدية لإنتاج المواد حيث تشغل : 1392.5 منصب شغل بنسبة : 06.65 % و الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات حيث تشغل ما يقارب 3948.2 منصب شغل بنسبة : 18.88 % . من مجموع مناصب الشغل المستحدث بقطاع الصناعة التقليدية و مقدر بـ 20908.7 منصب .

10-02- مساهمة الصناعات التقليدية في التصدير بولاية غرداية :

تعمل الدولة على تشجيع التصدير خارج قطاع المحروقات بكل الطرق و الوسائل و تولي اهتماما كبيرا لقطاع الصناعة التقليدية من خلال التسهيلات الممنوحة له فما على الحرفي سوى إتباع التعليمات التالية:¹

- 01-امتلاك بطاقة الحرفي أو السجل التجاري أو رخصة للممارسة النشاط تصدرها الإدارة الجزائرية .
- 02-تكوين ملف بسيط يضم بطاقة الحرفي أو السجل التجاري ،بطاقة الضرائب الحديثة ،شهادة المنشأ، التصريح الجمركي المبسط أو المفصل حسب الحالة ،الكشف الكمي و التقديري ، الفاتورة الشكلية أو النهائية .
- 03-يستفيد الحرفي من الإعفاء التام من الرسوم الجمركية في عملية التصدير و من الرواق الأخضر بالنسبة للزربية التقليدية حيث يتم السماح بخروجها بسهولة ويسر دون إجراءات معقدة .
- 04-عند المشاركة في المعارض الدولية يتم السماح بإخراج عينات من السلع بغرض الترويج للسلعة في حدود :100.000.00 دج شريطة إرجاعها و عدم بيعها من خلال التصريح المبسط لان الهدف هنا هو خلق سوق للمنتج و العملية هنا ليست تجارية .
- 05-في حالة العملية التجارية كبيرة الحجم إي بيع كميات معتبرة من الزرابي و التي تقيّم على أساس المتر المربع ، يشترط القيام بالإجراءات الجمركية من خلال المصريح الجمركي المعتمد لدى الجمارك من خلال تقديم ملف كامل له لياشر مهامه و يتحمل كل المسؤولية ، بالنسبة لولايي ورقلة و غرداية نجد SARL-SOUD هو المكلف بالعملية .

06-تنفيذ إجراءات عملية التصدير تتم في ولاية غرداية إما على مستوى مديرية الجمارك بما فيها معاينة السلع الموجهة للتصدير و تشميع وسيلة النقل المخصصة لذلك ،شريطة أن تكون هاته الوسيلة قابلة للغلق من اجل نقلها بكل سهولة إلى غاية الحدود و خروجها من مكتب الجمارك (مكتب بوشبكة على الحدود التونسية الجزائرية)

07- من التسهيلات الممنوحة للحرفي القيام بإجراءات المراقبة للسلع الموجهة للتصدير على مستوى ورشته أو محله في أي وقت .

08-عن قريب سيتم إطلاق التصدير من مطار مفدي زكرياء بولاية غرداية لتسهيل العملية أكثر .

¹ - مديرية الجمارك بولاية غرداية، 2018.

09- على الحرفي في حالة المشاركة في المعارض الدولية أو القيام بعملية التصدير و تحتم عليه إرجاع السلع ، يجب عليه و في غضون 21 يوم تخلص السلع و إخراجها من عند الجمارك و إلا ترتب عليه عقوبة ممتثلة في 500.000.00 دج على كل شهر تأخير .

10- عملية الدمغ إجبارية في حالة تصدير للزرابي التقليدية .

*- يمكن للحرفي القيام بتربص أو دورة تكوينية في التصدير لمدة 21 يوم بغرفة الصناعة والتجارة مزاب بحيث تتحمل الدولة نسبة 80 % من التكلفة ويسدد هو 20 % المتبقية (25.000.00 دج) و التي تبرمج حسب طلب الحرفيين¹.

*- كما يمكن للحرفي المقبل على التصدير الانخراط في موقع بورصة الأعمال المخصص لإبرام اتفاقيات تجارية داخلية و دولية مقابل دفع اشتراك 6000.00 دج .

*- شهادة المنشأ المطلوبة في التصدير تصدرها غرفة الصناعة والتجارة بنسبة للمنتجات الجزائرية .

*- رغم كل هاته التسهيلات إلا انه لم تسجل الجمارك الجزائرية إي محمول للتصدير من طرف الحرفيين في ولاية غرداية .

02-11- مساهمة الصناعات التقليدية في الضرائب بولاية غرداية :

يستفيد الحرفيين من امتيازات هامة في مجال الضرائب فهم معفيين لمدة من 06 سنوات إلى 12 سنة ، عند إنشاء مشاريعهم في إطار هيئات الدعم التي أنشأتها الدولة لهذا الغرض على غرار الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب ANSAJ والصندوق الوطني لتأمين على البطالة CNAC و التنسيقية الولائية لتسيير القرض المصغر ENGAM .

على الحرفي مباشرة و في خلال 30 يوما الموالية لإنطلاق نشاطه التصريح بالوجود لدى مفتشية الضرائب التي يتبعها .

يعتمد النظام الجبائي الجزائري على نظام التصريح الشهري أو نظام التصريح السنوي من خلال ملئ وثيقة G50 حسب كل حالة سواء عند تحقيق مداخيل أو عدم تحقيق مداخيل .

¹- غرفة الصناعة والتجارة مزاب بولاية غرداية، 2018 .

- تطبق على النشاط الحرفي مجموع من الرسوم و الحقوق بنسب منخفضة مقارنة بنشاطات أخرى و هي كما يلي ¹:
- 01- في حالة اقتناء محل للممارسة نشاط حرفي: تطبق نسبة 05 % بصفة تضامنية بين كل أطراف العقد، رسم الإشهار العقاري 01 % يتم حسابها من الثمن المصرح به من قبل المشتري الذي يتحمل عبأه .
- 02- في حالة إيجار محل لمدة محدودة: يطبق رسم نسبي يقدر 02 % على ثمن الإيجار الكلي و تضاف إليه الأعباء .
- 03- في حالة الإيجار لمدة غير محدودة: يطبق رسم التسجيل بنسبة 05 % و يخضع العقد أيضا لرسم الإشهاري بنسبة 0.5 % يتم تطبيقه على ثمن الإيجار .
- 04- في حالة إنشاء مؤسسة حرفية: يخضع عقد إنشائها إلى رسم التسجيل بنسبة: 0.5% يطبق على قيمة رأسمال الشركة شريطة ألا يقل مبلغ الرسم عن: 1000 دج أما فيما يتعلق بشركات الأسهم فإن مبلغ هذا الرسم يجب ألا يقل عن 10.000 دج و لا يتجاوز 300.000 دج و يحسب من رأسمال الشركة .
- 05- رسم الطابع بالنسبة لورق السجل بطول 0.42 م و عرض 0.54 م يدفع مبلغ 60 دج و الورق العادي بطول 0.27 م و عرض 0.42 م بمبلغ: 40 دج وورق عادي (نصف ورقة) بطول 0.27 م و عرض 0.21 يدفع 20 دج .
- 06- تخضع البطاقة الخاصة المسلمة للأجانب اللذين يمارسون مهنة حرفية أثناء تسليمها أو تجديدها ألى دفع حق طابع قيمته: 10.000 دج لفائدة ميزانية الدولة .
- 07- يخضع الحرفيون الذين لا يتجاوز رقم أعمالهم السنوي: 30.000.000 دج لنظام الضريبة الجزافية الوحيدة و يلزمون بدفع الحد الأدنى للضريبة و المقدر بـ 10.000 دج .
- 08- يطبق النظام الحقيقي على الحرفيين الذين يفوق رقم أعمالهم السنوي: 30.000.000 دج و ينتج عنه ربح صافي عن طريق مسك المحاسبة القانونية .
- هنا يخضع الحرفي لرسم على النشاط المهني و الرسم العقاري.
- 09- الرسم على القيمة المضافة يطبق بنسبة: 09 % عوضا على معدل 19 % على منتجات الأنشطة الحرفية و التي لا يتجاوز رقم أعمالها 30.000.000 دج .

¹- مديرية الضرائب لولاية غرداية، 2018 .

المطلب الثالث: تحليل نمو الصناعات التقليدية بناء على مؤشرات السياحة.

من خلال تتبعنا و تحليلنا لإحصائيات السياحة والصناعات التقليدية بولاية غرداية و في سياق دراستنا نحاول تبين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية كمايلي:

01-المنتج السياحي لولاية غرداية:

كون المنتج السياحي متنوع و مختلف بولاية غرداية فهو يشمل القصور التاريخية، الحمامات المعدنية، الرسومات الأثرية القديمة،الكتبان الرملية،المنتجعات السياحية ، الجسومات المنجزة في وسط مفترق الطرق (لمونيمو) بالإضافة إلى حدائق للحيوانات و عيادة علاجية متخصصة، مخبر تحليل طبية ، منتجات أيادي الحرفيين المختلفة والمتنوعة ، كلها تتفاعل في ما بينها لتشكل منتجاً سياحياً يستهوي السائح الوطني عموماً و السائح الأجنبي خصوصاً، ومن خلال معيّنتنا و زيارتنا لأسواق القصور خلال العطلة الربيعية وخصوصاً سوق قصر غرداية و سوق قصر بن يزقن لاحظنا تدفق عدد كبير من السياح الوطنيين وحتى الأجانب ومن خلال سؤالنا لمرشدي جمعية الإرشاد السياحي الخاصة بقصر غرداية عن تدفق السياح للمنطقة ، أكدوا لنا تزايد في إقبال السياح على المنطقة خلال السنتين الأخيرتين 2017 م و 2018 م و بصفة خاصة خلال السنة (2019 م) في عطلة الشتاء و الربيع ومن خلال المقابلة التي أجريناها مع التجار حول قيمة مبيعاتهم المحققة من بيع منتجات الصناعات التقليدية صرحوا لنا أنهم قاموا ببيع مخزونهم من منتجات الصناعة التقليدية المختلفة منها التحف و الزرابي التقليدية بمعدل يومي بلغ 50.000 دج في اليوم الواحد خلال عطلة الشتاء خصوصاً و عطلة الربيع و أشاروا لأهمية العيد الوطني للزربية في إستقطاب السياح الوطنيين و الأجانب ، ومن خلال زيارتنا لمدينة الحمامات المعدنية في الأسبوع الثاني من العطلة الربيعية ، وجدنا ساحاتها وقد امتلأت بمنتجات الصناعة التقليدية المختلفة: الفخار ، التحف ، الزرابي ، الخيم التقليدية ، قصعة خشبية ، غرابيل ، أحذية جلدية... الخ ،بالإضافة إلى الخيول و الإبل من أجل التقاط الصور أو الركوب ،بالإضافة لقعدت الشاي و الشعر الشعبي و بسؤالنا عن مبلغ الدخل اليوم ، صرح لنا بأنه يصل 60.000 دج في اليوم الواحد كحد أدنى، و من خلال معينة هياكل الإيواء صرح لنا أنها، مستغل تماماً حيث زار مدينة الحمامات المعدنية ما يقارب 10.000 سائح في هاته الفترة .

02-التسعير السياحي : من خلال زيارتنا للمؤسسات الفندقية قمنا بتسجيل أسعار الإيجار للغرف بالمؤسسات المعدة للفندقة و كانت النتائج كما يلي:

جدول رقم II - 16 : أسعار إيجار الغرف بالمؤسسات الفندقية . مارس 2019.

الرقم	إسم المؤسسة	التصنيف	أسعار إيجار الغرف		
			بسرير 01	بسريرين	03 أسرة
01	فندق الجنوب	03 نجوم	4.000 دج	5.000 دج	/
02	فندق بل فيدار	03 نجوم	8900 دج	10.500 دج	12.000 دج
03	فندق القائد	/	1.600 دج	1.900 دج	2.800 دج
04	فندق بلعجال	01 نجمة	2.600 دج	2.600 دج	/
05	فندق النفط	/	1.500 دج	1.800 دج	/
06	فندق أتلتيد	/	/	2.200 دج	4.200 دج
07	فندق الكرامة	/	2.500 دج	3.500 دج	3.500 دج
08	فندق الطالب	/	1.000 دج	1.500 دج	2.000 دج
09	نزل الطاسيلي	/	/	2.500 دج	3.500 دج
10	نزل الريم	/	/	2.800 دج	3.600 دج
11	فندق الجوهرة	/	3.500 دج	4.500 دج	5.500 دج
12	نزل الطاسيلي زلفانة	/	/	1.500 دج	2.500 دج
13	نزل السياحي نوح	/	/	/	2.500 دج
14	نزل الشط الجميل	/	/	3.500 دج	4.500 دج
15	أغلانبردايز	/	عروض مختلفة من 4.000 دج إلى غاية 12.000 دج		

المصدر : من إعداد الطالب بناء على معطيات من المؤسسات الفندقية و هياكل الإيواء.

تحليل : من خلال هذا الجدول نلاحظ الأسعار تراوحت بين 1600 دج و 8900 دج للغرفة الفردية بسرير واحد وهذا نتيجة عدة عوامل مرتبطة بطبيعة الخدمة و تصنيف المؤسسة و هنا تكون الحرية للسائح في إختيار المؤسسات التي توافق دخله و إمكانياته وله كل الحرية في ذلك ، السعر المنخفض يستهوي الكثيرين و هو مصدر جذب خصوصا للسائح الوطني في حين وجدنا أن السياح الأجانب تاستهويهم المؤسسات التي تقدم خدمات راقية و ذات جودة عالية دون التركيز على السعر بشكل كبير كما هو الحال في المؤسسة الفندقية بال فيدار ذات

التصنيف 03 نجوم حيث و جدنا السياح الأجانب بها من جنسيات مختلفة منهم اليابانيين و فرنسيون و الأمريكان ، و كذا فندق الجنوب بحكم انه الأقدم في المنطقة و المعروف عالميا .

و كذلك الأمر بالنسبة لأسعار الغرف الثلاثية و الرباعية و السويث .

هذه الأسعار من شأنها تحفيز السائح الوطني و الأجنبي على قضاء وقت أطول بولاية غرداية و التجول بها و بأسواقها و قصورها مما يمكنه من التعرف على منتجات الصناعات التقليدية الغرداوية و بالتالي شراءها.

أسعار الرحلات السياحية من طرف الوكالات السياحية لها دور كبير في ذلك ، لكن ما وجدناه في الميدان هو أن معظم الوكالات السياحية يقتصر نشاطها على تنظيم رحلات العمر خلال السنة ، ماعدا ثلاث وكالات التي تنشط في جلب السياح الأجانب رغم إلغاء التصنيف السابق (A / B) و فتح المجال لكل الوكالة في أخذ السياح الوطنيين للخارج و جلب السياح الأجانب منه لزيارة ولاية غرداية .

أسعار النقل البري مناسبة للجميع و عدد الوسائل متوفر و كافي حاليا وفقا لمعطيات مديرية النقل.

بنسبة للنقل الجوي الأسعار مناسبة لكن إحتكار مجال العمل من طرف مؤسسة وطنية واحدة ألا وهي الخطوط الجوية الجزائرية، سبب عدد كبير من المشاكل في توقيت الرحلات و برمجتها بالإضافة للأعطال في محركات الطائرات و المشاكل التقنية، و هو الذي أدى إلى تعطل الرحلات و إلغائها في بعض الأحيان مما ينتج عنه تدمير لدى المسافرين عموما و السياح خصوصا .

أسعار الوجبات الغذائية تتراوح بين 170 دج للطبق العادي إلى غاية 350 دج للطبق الخاص بالإضافة إلى ذلك سعر الوجبة الواحد متكاملة يتراوح بين 850 دج و 2 000 دج بحسب الطلب و المؤسسة مقدمة الخدمة وهي أسعار مناسبة ، في حين يستهوي السياح و خصوصا الأجانب منهم التمتع بالأكلات الشعبية التقليدية المحلية الخاص بالمنطقة ، مما يدفع بالمؤسسات الفندقية إلى توفيرها حسب الطلب .

03-الترويج السياحي :

من خلال المقابلة المباشرة مع أصحاب و مسيري المؤسسات الفندقية و وكالات السياحة و الأسفار و الحرفيين و الإدارة المشرفة على قطاع السياحة والصناعة التقليدية و معاينتها ميدانيا توصلنا إلى ما يلي :

*- إعتقاد أغلب أصحاب المؤسسات الفندقية على العلاقات العامة بحكم الأقدمية في ممارسة النشاط حيث معظمهم ينشطون في الميدان منذ السبعينات و الثمانينات بصفة توارثية من الأب إلى الأبناء ،دون أن تكون لهم مؤهلات في مجال السياحة و إنما نتيجة للظروف و بحكم التعامل و الحاجة الملحة للسوق العمل إلى تلك المرافق

(إيواء الناس وعدم تركهم في الشارع خصوصا القادمين من الجنوب: أدرار، تيميمون ، تمنراست).

بالنسبة للمشاريع الفندقية المنجزة حديثا و نتيجة لعمل الإدارة أصبح إلزاما تقديم شهادة تثبت تكوين خاص في السياحة للمالك أو المسير خصوصا بعد سنة 2017 م و هو ما إنعكس إيجابا على جودة الخدمات المقدمة ، ما جعلها تخصص جزءا من وقتها و مالها للأشهر للمؤسسة من خلال : إعداد مطويات لها و إنشاء مواقع على الانترنت وكذا فتح حساب على شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) للتعريف بالمؤسسة و المنطقة و الإمكانيات السياحية لها و التعريف بمنتجات الصناعات التقليدية و تلقي الحجوزات .

جل المؤسسات الفندقية المعتمدة من طرف مصالح السياحة والصناعة التقليدية تزين مقراتها بمنتجات الصناعة التقليدية و تروج لها من خلال نوافذ خاصة بالصناعات التقليدية لاقت استحسان النزلاء من السياح الوطنيين و الأجانب فهي توفر لهم الوقت و الجهد في تقريب هاته المنتجات من مكان إقامتهم، و هاته العملية تعد بمثابة خلق للطلب على منتجات الصناعات التقليدية ذات جودة عالية و مستوى من إتقان و الدقة في العمل من الحرفي بغية إرضاء السائح و جعله يقتنيها و بالتالي الحصول على عائد عن العملية .

الأمر نفسه بالنسبة لوكالات السياحة و الأسفار فأغلبها مزين بمنتجات الصناعات التقليدية المحلية من اجل الترويج لها و تعريف بها و خلق الطلب عليه .

إما عمل الإدارة المكلفة بالصناعة التقليدية بولاية غرداية في مجال الترويج لها فهو يتمثل في وضع و تجسيد برنامج محلي و وطني و دولي لمشاركة حرفيي الولاية في هاته التظاهرات بالإضافة إلى الدورات التكوينية للحرفيين من أجل ترقية منتجاتهم وجعلها ذات جودة عالية .

04-التوزيع السياحي :

تعد وكالات السياحة و الأسفار من خلال نشاطها و المتمثل في استهداف السياح الأجانب ببلدهم محل إقامتهم و دفعهم للتعاقد معها ، من أجل زيارة ولاية غرداية و التمتع بالإمكانيات السياحية الهائلة لها ، بمثابة جسر يربط بين المنتج السياحي المحلي و السائح الأجنبي أي الطلب السياحي ، تعمل في هذا المسعى مجموعة

هامة من الوكالات السياحية على غرار فرع الديوان الوطني للسياحة ONAT وفرع رحلات بلا حدود (النادي السياحي الجزائري) V.S.F، وكالة مزاب سياحة، 3.2.1 أسفار وكدا (06) دواوين سياحية و16 جمعية سياحية، حيث تعمل على إبراز ما تزخر به ولاية غرداية من إمكانيات طبيعية كرمال ذهبية، بحيرات جميلة، منابع، مياه معدنية، آثار تاريخية كقصور سهل وادي ميزاب وغيرها من القصور، رسومات حجرية قديمة، صناعات تقليدية جميلة، هامة و متنوعة... الخ.

كل هذا من أجل خلق و تعزيز الصورة الذهنية للمنتج السياحي للولاية غرداية و خصوصا منتجات الصناعات التقليدية لدى السائح الأجنبي والوطني.

05-الأفراد(العنصر البشري): اعتماد المتعاملين السياحيين بولاية غرداية على الخبرة الميدانية في جميع إعمالهم سواء في تسيير مؤسساتهم أو إستخدام أفراد معهم، فقلما نجد أصحاب الشهادة في إختصاص السياحة، رغم فرض الإدارة لشروط معينة متعلقة بالمؤهل العلمي بغرض تحسين جودة الخدمة، ينشط في الميدان قرابة 65 مرشد سياحي ليس لهم إعتقاد من الوزارة الوصية¹، رغم الكفاءة في أداء واجبهم في إرشاد السائح الأجنبي و الوطني بحكم الأقدمية و الخبرة، بالإضافة إلى عمال الوكالات السياحية و عمال المؤسسات الفندقية الذين يسهرون على تلبية رغبات السائح وتحقيق رضاه، و هذا دائما في سبيل المحافظة على المنتج السياحي و التعريف به و بالخصوص الصناعات التقليدية المحلية.

06-السوق السياحي :

يقصد بالسوق السياحي لولاية غرداية عموما الإمكانيات الطبيعية و الثقافية و الحضارية، فهي بمثابة منطقة مصدرة للسياحة تستهوى الكثيرين من السياح الوطنيين و الأجانب بغية الراحة و الاستجمام و التمتع بما تزخر به هاته الولاية و هو ما تشير إليه إحصائيات السياحة بولاية حيث بلغ عدد السياح : 19.705 سائح خلال الثلاثي الأول لسنة 2019 بمعدل 218.94 سائح في اليوم، مما جعل الحرفيين يبدعون بأناملهم و يصنعون التحف و المنتجات التقليدية المختلف بلمسة إبداعية و جمالية و يعرضونها في الأسواق بهدف إثراء السوق السياحي فهو يعمل على تحديد إمكانيات الصناعات التقليدية و التعريف بها.

¹ - مصلحة السياحة، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية، 2019.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تعرفنا على المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة SDAT أفاق 2030 و على إستراتيجية المرسوم من طرف القائمين على قطاع السياحة من أجل جعل ولاية غرداية وجهة سياحة بإمتياز من خلال المخطط الولائي التوجيهي السياحة بغرداية SDATW من خلال آليات الخمسة ، كما حددنا و شخصنا واقع قطاع السياحة والصناعة التقليدية بالولاية من خلال الإحصائيات المختلفة للسياحة الوافدة وعدد الجمعيات النشطة و الدواوين السياحية بالولاية و كذا عدد الحرفيين حسب فروع النشاط والبلديات و عدد الجمعيات وحصيلة نشاط مركز دمع الزرابي التقليدية خلال العشر سنوات الأخيرة .

كما بينا من خلال تحليل هذه المعطيات و الأرقام كيف يتم ترقية الصناعات التقليدية من خلال آليات التسويق السياحي بولاية غرداية .

خاتمة عامة

من خلال دراستنا هاته حاولنا معالجة إشكالية هامة ، متعلقة بمدى مساهمة آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية ، و هذا راجع إلى الاهتمام المتزايد بالسياحة و الصناعات التقليدية بالجزائر كونه القطاع البديل للمحروقات في جلب العملة الصعبة و خلق منصب الشغل إلى جانب قطاعات أخرى كالفلاحة و الصناعة ، من خلال تحديد و ضبط مفهوم التسويق السياحي و آلياته و مفهوم الصناعات التقليدية و تبيين دور آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية من الجانب النظري ، كما قمنا بدراسة ميدانية على مستوى ولاية غرداية ، من خلال تقديم عام لها بتحديد الإمكانيات السياحية لمختلف مناطقها ابتداء بالقطاع المحمي لسهل وادي مزاب و الذي يضم مجموع من القصور كقصر العطف ، قصر غرداية و قصر بن يزقن ، قصر بنورة و قصر مليكة ، بعدها تطرقنا إلى الخصائص السياحية لكل من منطقة ضاية بن ضحوة و منطقة زلفانة ، منطقة متليلي الشعابنة ، منطقة المنيعه ، منطقة المنصورة و منطقة القرارة ، منطقة بريان ، منطقة حاسي القارة ، منطقة حاسي لفحل و أخيرا منطقة سبب .

كما اشرنا إلى الهيئات الإدارية المشرفة على قطاع السياحة و الصناعات التقليدية بالولاية على رأسها مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية والتي تعد مصدرا أساسيا لمعلوماتنا إلى جانب كلا من المديرية المنتدبة للتكوين المهني و السياحة و الصناعة التقليدية بالمقاطعة الإدارية المنيعه و غرفة الصناعة التقليدية و الحرف غرداية ، مديرية الثقافة و ديوان حماية سهل وادي ميزاب و ترقيته من خلال تحليل الإحصائيات و الأرقام المتعلقة بقطاع السياحة و الصناعة التقليدية ، من اجل تشخيص وضعيته على مستوى ولاية غرداية في ظل الإشكالية الرئيسية المبينة على " ما مدى مساهمة آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية" على مدى (10) عشر سنوات الأخيرة ، حيث إعتمدنا في معالجة إشكالية البحث على عناصر ترقية الصناعة التقليدية كمتغير تابع و عناصر آليات التسويق السياحي كمتغير مستقر من اجل تبيين الأثر الذي ينجم على آليات التسويق السياحي في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية و سنتطرق إلى أهم النتائج المتوصل إليها من أجل تأكيد مدى صحة فرضياتنا المطروحة سلفا و من تم تقديم التوصيات التي نراها مناسبة في خدمة هذا الموضوع ، كما سنقدم بعض أفاق الدراسة المتعلقة بهذا المجال بغية تناولها في المستقبل من طرف الباحثين .

أولا : النتائج الدراسة .

وفقا للإطار الذي وضعناه لمعالجة إشكالية البحث و المعتمدة على وضع بعض الفرضيات الأولية توصلنا إلى النتائج التالية:

إثبات الفرضية الرئيسية و التي تتمحور حول " لآليات التسويق السياحي دور كبير في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية " من خلال ما يقدمه المنتج السياحي و التسعير السياحي و الترويج السياحي و التوزيع السياحي و العنصر البشري و السوق و بحوث التسويق من خدمات لقطاع الصناعات التقليدية متمثلة في استقطاب السائح و تلبية رغباته ، من الشعور بالراحة و الاستجمام وهو ما يتيح له التعرف على منتجات الصناعات التقليدية و التمتع بها و اقتنائها و بالتالي تحقيق عائد للحرفي و تشجيعه على العمل و تطوير مهاراته و تقديم الأفضل و بتالي ضمان جودة عالية لمنتجاته .

01- فيما يخص الفرضية الفرعية الأولى: "إن للمنتج السياحي دور هام في زيادة مبيعات الصناعات التقليدية " تبني صحتها لان المنتج السياحي يقوم بخلق الطلب على منتجات الصناعة التقليدية و هو ما تظهره إحصائيات السياحة الوافدة لولاية غرداية و عدد النزلاء و من خلاله يكون هنالك زيادة في مبيعات الصناعات التقليدية وهو ما صرح به تجار منتجات الصناعة التقليدية و الحرفيو و متعاملين السياحيين .

02- أما الفرضية الفرعية الثانية: " إن التسعير السياحي يساهم في جذب السياح مستهلكي منتجات الصناعات التقليدية " نتبنى صحتها فالسعر المنخفض يستهوي الكثيرين ، لكن ليس هو الأساس بالنسبة للسائح الأجنبي فهو يمكنه أن يطلب خدمات إضافية من أجل الراحة و الإستجمام و التمتع بالطبيعة و الصناعات التقليدية و الأكلات الشعبية .

03-أما الفرضية الثالثة : "يساهم الترويج السياحي في تحسين جودة منتجات الصناعات التقليدية " نتبنى صحتها لان الترويج السياحي الناتج عن عرض و بيع منتجات الصناعات التقليدية في مقرات وكالات السياحة و الأسفار و الفنادق و المؤسسات المخصصة للإيواء و من خلال المشاركة في المعارض المحلية و الوطنية و الدولية يدفع الحرفيون إلى تقديم أجود المنتجات من الصناعات التقليدية و الحرص على إتقان العمل من اجل رفع جودة منتجاته .

04- أما الفرضية الرابعة: " يساهم التوزيع السياحي في التعريف بمنتجات الصناعة التقليدية "نتبنى صحتها لان قنوات التوزيع التي تشكل جسر بين السائح الأجنبي و المنتج السياحي المحلي و المتمثلة في وكالات السياحة و الأسفار هي التي تعمل على التعريف به و بمنتجات الصناعات التقليدية الغر داوية.

05- أما الفرضية الخامسة: " يساهم الأفراد فيالحفاظ على الصناعات التقليدية "نتبنى صحتها لأن عمال الوكالات السياحية و عمال المؤسسات الفندقية الذين يسهرون على تلبية رغبات السائح وتحقيق رضاه، الى جانب المرشدين السياحيين و حسن ضيافة أهل المنطقة و كرمهم يساهم بشكل كبير في تعزيز و المحافظة على صورة الجميلة لولاية غرداية عموما والحفاظ على الصناعات التقليدية خصوصا .

06- أما الفرضية السادسة " يساهم السوق السياحي في تحديد إمكانيات الصناعات التقليدية " نتبنى صحتها لان السوق السياحي لولاية غرداية غني و خصب و هو ما يجعله مقصدا سياحيا للاستجمام و الراحة و التمتع به مما يساهم في تحديد إمكانيات الصناعات التقليدية له و التعريف بها في الأسواق المستهدف .

07- تعالج هاته الدراسة آليات التسويق السياحي و دورها في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية .

08- لآليات التسويق السياحي دور بالغ الأهمية في ترقية الصناعات التقليدية بولاية غرداية .

09- استطاعت الصناعات التقليدية احتلال مكانتها الأساسية بفضل الاهتمام الذي أولته لها الدولة .

10- وجود علاقة تكاملية بين السياحة و الصناعات التقليدية .

11- واقع السياحة والصناعات التقليدية يفرض التركيز أكثر على الترويج للمنتج السياحي و المنتج التقليدي في القنوات التلفزيونية المتخصصة في الدول الآسيوية و الدول الأوروبية و أمريكا .

12- للجانب الأمني أهمية كبيرة في إستقطاب السياح عموما و الأجانب خصوصا .

ثانيا: مقترحات الدراسة :

* ضرورة دخول الحرفيين مجال تصدير منتجات الصناعات التقليدية من خلال عرضها بمواقع الانترنت مثل: أمزون Amazon و eBay و من أجل التعريف بها و خلق الطلب عليها في الخارج .

*ضرورة التكتل الحرفيين أكثر في مؤسسات حرفية من أجل تبني الأساليب الحديثة في التسويق و العمل مع مختصين عوض الاقتصار على الفيسبوك .

*المشاركة في المعارض الدولية في الدول الآسيوية و الأوروبية .

*العمل على تكوين الحرفيين و المتعاملين السياحيين على الأساليبالتسويقية الحديثة .

ثالثا : أفاق الدراسة :

بناء على الدراسة التي قمنا بها ،نقترح مجموع من المواضيع على الباحثين :

-دور الجمعيات الحرفية في ترقية المنتج التقليدي و الحفاظ عليه .

- الترويج السياحي عامل للرقى بالسياحة الصحراوية .

-الصناعات التقليدية أداة فاعلة لجلب السياح .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع :

أولا - المراجع باللغة العربية

I - الكتب باللغة العربية :

- 1- إبراهيم إسماعيل حسين الحديد، إدارة التسويق السياحي، دار الإعصار العالمي، عمان، الأردن، الطبعة 01، سنة 2010 .
- 2- هدي سيد لطيف، السياحة النظرية و التطبيق، الشركة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة سنة 1994 .
- 4- محمد عبيدات، التسويق السياحي - مدخل سلوكي - جامعة الأردن، الطبعة الثانية سنة 2008.
- 3- صبري عبد السميع، التسويق السياحي و الفندقية، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، سنة 2006.

II - المذكرات الجامعية :

- 1- بلخير بن زايط و بوبكر الصديق دقاقر، الحماية الادارية للصناعة التقليدية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة غرداية، سنة 2018
- 2- جلييلة بن العمودي، إستراتيجية قطاع الصناعة التقليدية و الحرف بالجزائر 2003-2010، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، سنة 2012 .
- 3- مروان صحراوي، التسويق السياحي و أثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر - رسالة ماجستير تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقائد تلمسان، سنة 2012 .
- 4- سامي بلبخاري، التسويق السياحي و أثره على الصورة المدركة للوجهة السياحية - دراسة حالة الجزائر - أطروحة دكتوراة، تخصص تسويق، جامعة باجي مختار عنابة، سنة 2016
- 5- عبد الرحيم شنيبي، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية - دراسة حالة مدينة غرداية رسالة ماجستير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقائد تلمسان، سنة 2010 .
- 6- شفيقة صديقي، دفع صادرات الزرابي الجزائرية بتطبيق مقارنة التسويق الدولي، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، سنة 2002.

III - الندوات و المؤتمرات :

- 1- حسن مرموري، ندوة وطنية حول تطوير السياحة الثقافية و ترقيتها، وزارة السياحة والصناعات التقليدية فندق الأوراسي، 02 أفريل 2018.

V-المجلات و الدوريات :

1-نوال هاني ، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية ،مجلة الباحث، جامعة ورقلة ، العدد 13 ،سنة 2013.

2-خالد قاشي،حمزة العربي ، كمال العقريب ، أهمية التسويق السياحي للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر ، مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات ،سنة 2012، العدد 02 .

3-الدليل الإحصائي لولاية غرداية لسنة2017،مديرية البرمجة ومتابعة الميزانية ،جوان 2018 .

ثانيا -المراجع باللغة الأجنبية :

1-wilfer Huinwiker ,de tourisme caractéristiques Principales Alestéditions

Gurten Bebne 1972 .

2-Christine Dupuis ,Tourisme et développement durable en France 2014.

3-Monographie de la wilaya Ghardaïa 2017.

4- SDATSchémaDirecteurD'aménagement Touristique2025.livre 01

ثالثا -مواقع الانترنت :

www.mta.gov.dz

1-وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية

www.andt-dz.net

2- الوكالة الوطنية لتطوير السياحة

www.onat.dz

3-الديوان الوطني الجزائري للسياحة

www.ont.dz

4-الديوان الوطني للسياحة

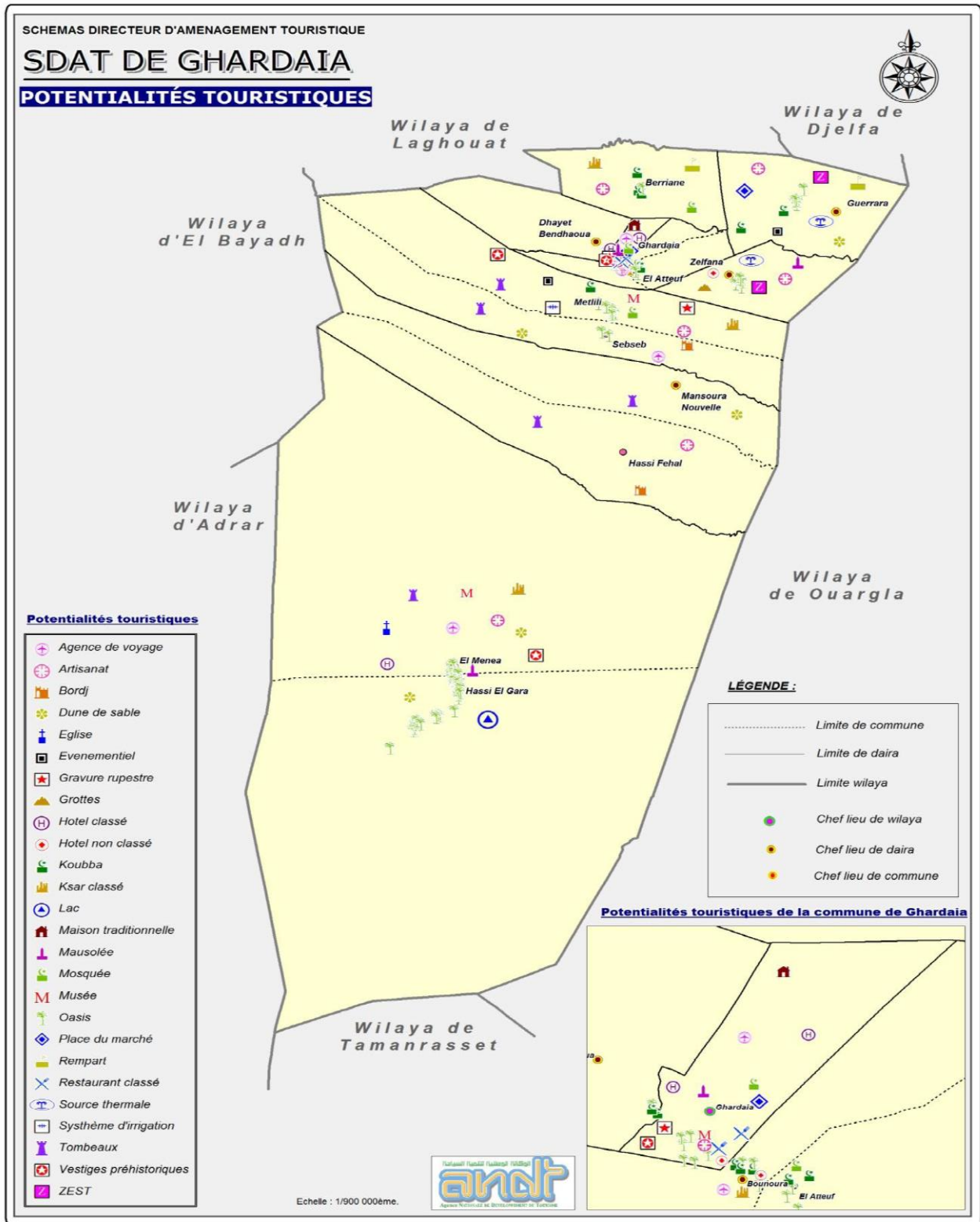
www.cnam.dz

5-الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية

www.anart.dz

6-الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية

قائمة الملحق



12 ربيع الثاني عام 1439 هـ
31 ديسمبر سنة 2017 م

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 77

31

المادة 5 : يجب أن تحتوي الوثائق والدعائم الترويجية للوكالة اسم الوكالة وعنوانها وأرقامها الهاتفية، وكذا رقم رخصة الاستغلال ورقم القيد في السجل التجاري، على الخصوص.

المادة 6 : يجب أن يوضع تحت تصرف الزبائن سجل للاحتجاجات، يكون ظاهرا ومرقما وموقعا من طرف الإدارة المحلية المكلفة بالسياحة.

المادة 7 : تلغى أحكام القرار المؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001 الذي يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار.

المادة 8 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 14 محرم عام 1439 الموافق 5 أكتوبر سنة 2017.

حسن مرموري



قرار مؤرخ في أول ربيع الثاني عام 1439 الموافق 20 ديسمبر سنة 2017، يتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية المراجع لمنطقة التوسع والموقع السياحي "سيدي خليفة" بولاية تيزي وزو.

إن وزير السياحة والصناعة التقليدية.

- بمقتضى القانون رقم 03-03 المؤرخ في 16 ذي الحجة عام 1423 الموافق 17 فبراير سنة 2003 والمتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية.

- وبمقتضى المرسوم رقم 84-365 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1405 الموافق أول ديسمبر سنة 1984 الذي يحدد تكوين البلديات ومشتملاتها وحدودها الإقليمية، المعدل،

- وبمقتضى المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 25 ربيع الأول عام 1409 الموافق 5 نوفمبر سنة 1988 والمتضمن الإعلان عن مناطق التوسع السياحي، المعدل.

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-243 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1438 الموافق 17 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

قرار مؤرخ في 14 محرم عام 1439 الموافق 5 أكتوبر سنة 2017، يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار.

إن وزير السياحة والصناعة التقليدية.

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 17-243 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1438 الموافق 17 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-05 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 18 شعبان عام 1438 الموافق 15 مايو سنة 2017 الذي يحدد شروط إنشاء وكالات السياحة والأسفار وكيفية استغلالها، لا سيما المادة 4 منه.

- وبمقتضى القرار المؤرخ في 3 ذي الحجة عام 1421 الموافق 26 فبراير سنة 2001 الذي يحدد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار.

يقرر ما يأتي :

المادة الأولى : تطبقا لأحكام المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 18 شعبان عام 1438 الموافق 15 مايو سنة 2017 والمذكور أعلاه، يهدف هذا القرار إلى تحديد مميزات المنشآت المادية الخاصة بوكالة السياحة والأسفار.

المادة 2 : يجب أن يكون المحل الذي يأوي وكالة السياحة والأسفار، ذا مساحة لا تقل عن خمسة وعشرين (25) مترا مربعا، ويجب أن يكون له مدخل خاص.

المادة 3 : يجب أن يكون المحل مهيا بطريقة تسمح باستقبال الزبائن في أحسن ظروف الراحة، ويجب أن تخصص فيه أمكنة لتعليق الأسعار والشروط العامة لبيع الأسفار.

ويجب كذلك أن يكون مزينا بطريقة تقدم للجمهور صورة تبرز القدرات السياحية للجزائر وموروثها الحرفي.

المادة 4 : يجب على وكلاء السياحة والأسفار وضع لوحة خارجية مضيئة تشير إلى طبيعة النشاط.

قوانين

- وبمقتضى القانون رقم 85 - 05 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 16 فبراير سنة 1985 والمتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمّم،

- وبمقتضى القانون رقم 87 - 03 المؤرخ في 27 جمادى الأولى عام 1407 الموافق 27 يناير سنة 1987 والمتعلق بالتهيئة العمرانية،

- وبمقتضى القانون رقم 88 - 07 المؤرخ في 7 جمادى الثانية عام 1408 الموافق 26 يناير سنة 1988 والمتعلق بالوقاية الصحية والأمن وطب العمل،

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

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

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 11 المؤرخ في 25 رمضان عام 1410 الموافق 21 أبريل سنة 1990 والمتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمّم،

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

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالتهيئة والتعمير،

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

- وبعد مصادقة البرلمان.

قانون رقم 99 - 01 مؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999، يحدّد القواعد المتعلقة بالفندقة.

إنّ رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لاسيّما المواد 120 و122 و126 منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 62 المؤرخ في 4 ذي الحجة عام 1385 الموافق 26 مارس سنة 1966 والمتعلق بالمناطق والمواقع السياحية،

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

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

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

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

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

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

أوامر

- وبمقتضى القانون رقم 84 - 17 المؤرخ في 8 شوال عام 1404 الموافق 7 يوليو سنة 1984 والمتعلق بقوانين المالية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 88 - 27 المؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1409 الموافق 12 يوليو سنة 1988 والمتضمن تنظيم التوثيق،

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

- وبمقتضى القانون رقم 89 - 23 المؤرخ في 21 جمادى الأولى عام 1410 الموافق 19 ديسمبر سنة 1989 والمتعلق بالتقييس،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 08 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتضمن قانون البلدية،

- وبمقتضى القانون رقم 90 - 09 المؤرخ في 12 رمضان عام 1410 الموافق 7 أبريل سنة 1990 والمتضمن قانون الولاية،

- وبمقتضى المرسوم التشريعي رقم 93 - 12 المؤرخ في 19 ربيع الثاني 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 - 22 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1415 الموافق 26 غشت سنة 1995 والمتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية،

- وبعد مصادقة المجلس الوطني الانتقالي،

يصدر الأمر الآتي نصه :

أمر رقم 96 - 01 مؤرخ في 19 شعبان عام 1416 الموافق 10 يناير سنة 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف.

إن رئيس الجمهورية،

- بناء على الدستور، لا سيما المادتان 115 و117 منه،

- وبناء على الأرضية المتضمنة الوفاق الوطني حول المرحلة الانتقالية، لا سيما المواد 5 و25 و26 (الفقرة 5) منها،

- 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،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون العقوبات، 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 القانون رقم 81 - 07 المؤرخ في 24 شعبان عام 1401 الموافق 27 يونيو سنة 1981 والمتعلق بالتأميين، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 82 - 12 المؤرخ في 9 ذي القعدة عام 1409 الموافق 28 غشت سنة 1982 والمتضمن القانون الأساسي للحرفي، المعدل والمتمم،

التدفق السياحي لسنة 2018 حسب الثلاثي لولاية غرداية

التدفق	الثلاثي			
	الثلاثي الأول	الثلاثي الثاني	الثلاثي الثالث	الثلاثي الرابع
الوطنيون	20352	12718	14378	21443
	1196	782	628	1278
الأجانب	30022	17169	18516	36334
	2087	1000	683	1652

مجموع الليالي الوطنيين : 102041
الأجانب : 5422

مجموع النزلاء الوطنيين : 68891 سائح
الأجانب : 3884 سائح

التدفق السياحي لسنة 2017 حسب الثلاثي لولاية غرداية

التدفق	الثلاثي			
	الثلاثي الأول	الثلاثي الثاني	الثلاثي الثالث	الثلاثي الرابع
الوطنيون	15153	12951	12682	17100
	732	549	516	955
الأجانب	22451	13387	19342	27924
	913	1078	1014	2009

مجموع الليالي الوطنيين : 83104
الأجانب : 5014

مجموع النزلاء الوطنيين : 57886
الأجانب : 2752



تطور التدفق السياحي لولاية غرداية من سنة 2005 إلى سنة 2016

السنة التدفق	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
السياح التالي	96851	56494	72146	69692	65218	81365	93862	68096	85902	48608	98295	96292
السياح التالي	55191	38450	42137	38503	34177	64175	62497	46313	53921	20011	42130	52122

ملحق رقم 08 القائمة الاسمية للوكالات السياحية والأسفار بولاية غرداية 2018/12/31.

الرقم	اسم وكالة السياحة والأسفار	إسم صاحبها	عنوان النشاط
01	فرع رحلات بلا حدود V.S.F	بوغالي إبراهيم	حي ثنية المخزن غرداية
02	فرع الديوان الوطني الجزائري للسياحة	أولاد سيدي عمر	وسط المدينة غرداية
03	وكالة مزاب سياحة	بوغالي توفيق	بن يزقن بلدية بنورة
04	وكالة السياحة للجنوب	سليماني سالم	بلدية المنيعه
05	أنتاق أسفار	زهواني مصطفى	بن يزقن بلدية بنوة
06	تني سياحة	الحج عيسى فريدة	سيدي عباذ - غردية
07	أضواء ميزاب	عبد العزيز محمد	مجمع تغوسة - غرداية
08	مادنة تور	قوادر بشير	كاف حمودة - بريان
09	هدار ترافل	أولاد لهدار محمد	بلدية سباسب
10	تغيير للسياحة	الحاج أحمد محمد	بلدية متليلي الشعابنة
11	الطيار للسياحة و الأسفار	بوشارب صليحة	بقرب لمقر الولاية غرداية
12	الناظر	زكرياء علي	شارع أول نوفمبر غرداية
13	3 2 1 أسفار	علواني لخضر	مجمع تغاوسة - غرداية
14	ثامر للسياحة و الأسفار	ثامر محمد لمن	سيدي عباذ - بنورة
15	هنزيل للسياحة و الأسفار	هنزيل محمد	الصاباط الشمالية
16	البديع للسياحة و الأسفار	غربي بوحفص	سيدي عباذ - بنورة
17	وكالة الشعائر للسياحة و الأسفار	الحاج سعيد	سالمو أوعيسى - غرداية
18	مهيري للسياحة	مهيري مصطفى	حي ثنية - غرداية
19	وكالة السياحة و الأسفار مشكاة	مهيري عبد النور	سيدي عباذ - بنورة
20	متليلي سياحة	غربي هشام	سيدي عباذ - بنورة
21	قمار تور	بريهمات إبراهيم	شارع أول نوفمبر غرداية
22	الحاج السعيد للسياحة و الأسفار	الحاج سعيد داود	ساحة السوق - غرداية
23	الجوار ترافل	حمزة أمال	حي ثنية - غردية
24	فرع وكالة فيزا ترافل	شعيب محمد كمال	حي بلعيد - المنيعه
25	وكالة الزاجل	لروي يمينة	حي حفرة عباس - المنيعه
26	فرع مجدوب للسياحة و الأسفار	مجدوب أحمد	أرقدان ضاية بن ضحوة
27	فرع وكالة النجاح للسياحة و الأسفار	مرصاد جمال	بني يزقن - بنورة
28	فرع وكالة السعف الذهبي للسياحة	نويزي عبد الكريم	سيدي أعباز - بنورة
29	وكالة السياحة و الأسفار إيناس	فرطاس عديلة	حي ثنية - غرداية

المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غرداية .

قائمة الملاحق

ملحق رقم: 09



02/ الدواوين السياحية المحلية :

الرقم	اسم الديوان	رقم وتاريخ الاعتماد	اسم الرئيس	الهاتف (029): ☎ الفاكس (029): 📠	العنوان	البريد الإلكتروني E-MAIL موقع الإنترنت SIT WEB	رقم وتاريخ التجديد	ملاحظة
01	جمعية ديوان السياحة والتنمية لبلدي بزقن	164/08/03/19 88	مقتين خالد	TEL.FAX :26.99.95 POR ;07.71.74.56.31	الباب الشرقي بن بزقن 47005 /بلدية بنورة	OLTISGUEN@GMAIL.COM	15/03/2017	
02	الديوان السياحي المحلي لبلدية متليلي الشعابنة	1993/03/17 08	مولاي براهيم بلقاسم	POR ;07.76.04.30.85 06.67.42.07.73	مقر الديوان السياحي متليلي ص ب : 446		11/09/2013 24	
03	الديوان السياحي المحلي لبلدية الضاية بن ضحوة	2013/08/04 09	خنان نادية	TEL :029.87.15.60	بلدية الضاية بن ضحوة			
04	الديوان السياحي المحلي لبلدية سيبس	2014/09/22 07	هدار صالح	POR ;07.98.48.69.52	الحي الإداري بلدية سيبس			
05	جمعية ديوان السياحة لقصر بنورة	2016/12/11 07	دودو داود	POR 05.54.14.36.58 05.52.98.77.89	مدخل باب الشرقي لقصر بنورة /بلدية بنورة			
06	الديوان السياحي لبلدية العطف	18/04/09	يحي بويكر	POR 07.72.13.91.14	باب الخرجة بلدية العطف			
07								

ملحق رقم: 10



القائمة الاسمية للدواوين والجمعيات السياحية المحلية لولاية غرداية 2018

01/ الجمعيات السياحية :

الرقم	اسم الجمعية	رقم وتاريخ الاعتماد	اسم الرئيس	الهاتف (029): ☎ الفاكس (029): 📠	العنوان	البريد الإلكتروني E-MAIL موقع الإنترنت SIT WEB	رقم وتاريخ التجديد	ملاحظة
01	جمعية يور للترشيد السياحي	/20/01/2009 04	عدون عمر	TEL :029.99.47.19 0773786966	شارع الشيخ عسي سعيد ساحة السوق/غرداية	AOT- GHARDAIA@YAHOO.FR	/44 2013/12/25	تنشط
02	الجمعية السياحية وردة الرمال	/10/04/2006 18	لعور صالح	TEL :86.34.17 07.90.31.47.46	ص ب:140 مقر الديوان السياحي بلدية/زلفانة	DJAMEL AII6 @YAHOO WWW-R-S ZELFANA47.	15/29/10/20 09	تنشط
03	جمعية صدى الصحراء	/15/10/2002 18	لحياكي قدور	PORT :07.98.91.87.75 FAX :31.27.51 FAX :31.23.46	ص ب :192/بلدية المنيعه	Sada.SAHARA@YAHOO.FR	12/31/08/20 09	تنشط
04	الجمعية الخلدونية للسياحة والتثقيف	/10/07/2011 40	لعور محمد	PORT :07.90.77.28.98 PORT :07.98.4869.52 FAX :029.82.61.87	دار الشباب الحي الإداري /بلدية سيبس	SALEHHADDAR@47GMIAL .COM	سارية المفعول	تنشط
05	جمعية أم القرى لترقية السياحة وحماية التراث	2013/02/27 01	باسة محمد بن يحي	PORT :07.76.11.06.06	المركز الثقافي سعيد عبد الحفيظ بلدية العطف	//	سارية المفعول	/
06	الجمعية الشبانة لترقية السياحة والمحافظة على المهن التقليدية	2013/08/14 10	أمفعضر أمحمد	PORT :05.50.11.95.00	بلدية الضاية بن ضحوة		سارية المفعول	/

قائمة الملاحق

/	سارية المفعول	حي 60 مسكن بلدية حاسي القارة دائرة المنبعة	PORT 06.64.92.61.62 FAX :029 81. 15.75	زقاي حسين	2014/07 2014/03/03	جمعية الوردة الذهبية للسياحة والصناعة التقليدية	07
/	سارية المفعول	دار الشباب ديدوش مراد بلدية المنبعة	PORT/05.53.88.64.05	قرافي إبراهيم	2013/12/08 12	جمعية الجوهرة السياحية	08
	سارية المفعول	النادي الثقافي القديم بلدية زلفانة	PORT 06.60.07.34.91	فرج عبد الحفيظ	2015/02/05 03	جمعية أصدقاء السائح	09
/	سارية المفعول	مقر بلدية غرداية	/	عبازة يحي	2015/04/09 /01	جمعية السياحة لبلدية غرداية	10
	سارية المفعول	مقر بلدية الضاية بن ضحوة	PORT07.79.35.13.03	خن عبد الرحمان	03 28 جوان 2016	جمعية الضاوية السياحية لحماية التراث والحرف التقليدية	11
	سارية المفعول	حي شعاب العرقوب - سمسب	0660.45.58.54 029.29.63.60 فاكس	سماويل معطالله	2018/02/01	جمعية الخيمة للسياحة و الترفيه	12
	2016/12/07	المنبعة	/	بن هبة يمينة	2013/12/08 رقم: 12	جمعية الأسود للسياحة	13
		المنبعة	PORT 0675555628	تدير عبد الكريم	2018/05/21 رقم: 11	الجمعية السياحية تاويرت	14
		المنبعة	PORT 0666672891	حجاج هشام	2018/07/19 رقم: 15	جمعية البهجة السياحية	15



مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية 2018:

عرف الاستثمار السياحي اقبالا كبيرا خصوصا مع التسهيلات الممنوحة و المتابعة الدائمة للاستثمار بصفة دورية وذلك بموافقة المستثمر و ايجاد حلول لكل العراقيل اما على المستوى المحلي او على المستوى المركزي، كما تم ما يلي :

- استلام الملفات التالية لغرض ارسالها للمصالح المركزية بالوزارة الوصية من أجل الموافقة المبدئية وعددها : **99 ملف**
- عدد طلبات المشاريع السياحية المودعة على مستوى مديرية الصناعة والمناجم الى غاية اليوم: أكثر **320** طلب
- الملفات التي تحصلت على الموافقة المبدئية من طرف الوزارة منذ 2008 الى غاية اليوم : **62 ملف**
- الملفات التي حازت على الموافقة من طرف لجنة الولاية للاستثمار عددها الى غاية اليوم: **129 ملف**
- الملفات التي تحصلت على رخص البناء عددها: **26 ملف**
- المشاريع السياحية التي في طور الانجاز عددها: **22 مشروع** (بطاقة استيعاب مقدرة بـ 962 سرير وتوفير 2279 منصب شغل).
- بخصوص دراسة تهيئة منطقة التوسع السياحي زلفانة (02) من طرف ANDT: تم يوم 2018/10/15 استلام المرحلة الثانية من دراسة شبكة التطهير والمسالك والطرق وتم ارسالها للمصالح التقنية للدراسة (موارد المائية والاشغال العمومية).
- بخصوص دراسة تهيئة منطقة التوسع السياحي زلفانة (01) والقرارة (الفوساعة): تم عرض المرحلة الثانية في 12 و 13/10/2018 وتم ارسال المحضر لكل المصالح والولاية والوزارة وANDT.
- قائمة مشاريع الإستثمار السياحي الخاص :

العدد	عدد الأسرة	عدد العمال الإجمالي	الكلفة التقديرية (دج)
21	2500	1016	8819249492,00
36	3132	1218	4619608727,00
01	108	25	115550000,00
04	190	40	194685600,00
62	5930	2299	13749093819,00



حصانات الحرفيين المسجلين في سجل الصناعة التقليدية والحرف وكذا المشطبين من سنة 2008 الى 2016

الرقم	السنة	عدد المسجلين	عدد المشطبين	العدد الصافي	الملاحظة
1	1998	103	4	99	
2	1999	373	46	327	
3	2000	182	59	123	
4	2001	148	83	65	
5	2002	127	71	56	
6	2003	140	70	70	
7	2004	118	68	50	
8	2005	119	53	66	
9	2006	89	36	53	
10	2007	161	63	98	
11	2008	210	46	164	
12	2009	192	61	131	
13	2010	193	62	131	
14	2011	350	105	245	
15	2012	637	161	476	
16	2013	1387	173	1214	
18	2014	2501	315	2186	
19	2015	1231	543	688	
	2016	987	451	536	
20	المجموع	9248	2470	6778	31/12/2016



جدول احصائي للزراعي المدموغة منذ 2008

الرقم	السنة	عدد الزرعي المدموغة	المساحة بالمتر المربع	مكان اجراء دمع الزرعي
1	2008	46	121,52	الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية ANARAT
2	2009	44	45,16	مركز الدمع بغرداية
3	2010	55	171,81	مركز الدمع بغرداية
4	2011	35	70,62	مركز الدمع بغرداية
5	2012	92	242,26	محلات الصناعة التقليدية - ساحة السوق - خنشلة
المجموع		272	651,37	

الرقم	السنة	عدد الزرعي المرفوضة	مكان اجراء دمع الزرعي
1	2008	35	الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية ANARAT
2	2009	40	مركز الدمع بغرداية
3	2010	90	مركز الدمع بغرداية
4	2011	75	مركز الدمع بغرداية
5	30/10/2012	280	محلات الصناعة التقليدية - ساحة السوق - خنشلة
المجموع		520	

الدورات التكوينية في الدمع

الرقم	السنة	عدد الدورات في الدمع	عدد الدورات في الصباغة
1	2008		
2	2009	06 دورات	02 دورتان
3	2010	02 دورتان	01 دورة
4	2012	03 دورات	03 دورات
5	2013	02 دورتان	01 دورة
المجموع		16 دورة	07 دورات



Artisanat

Répartition des artisans et des coopératives artisanales inscrites au registre des métiers par secteur d'activité Au 31.12.2018

Secteurs d'activités		Nombre d'artisans	Nombre de coopératives artisanales	Emplo
*	Artisanat traditionnel et d ART :			
1	Alimentation	510	/	1020
2	Travail de la terre, des plâtre, de la pierres, du verre et assimilés	166	/	332
3	Travail des métaux (Y compris les métaux précieux)	99	/	198
4	Travail du bois, du verre et assimilés	31	/	62
5	Travail de la laine et produit assimilés	1248	/	2496
6	Travail du tissus	2195	05	4395
7	Travail du cuir	21	/	42
8	Travail des matériaux divers	174		348
*	Artisanat de production de biens :			
9	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées au secteur des mines et carriers	04	/	8
10	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation concernant les secteurs mécaniques et électriques.	01	/	2
11	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées au secteur de la métallurgie.	165	/	330
12	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées A l'alimentation	151	/	302
13	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées au secteur de textiles et des cuirs.	64	/	128
14	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées au secteur du bois ;de l ameublement.de la quincaillerie et articles ménagers .	86	01	173
15	Activités d artisanat de production de fabrication ou de transformation liées au secteur des travaux publics ,du bâtiment et des matériaux de constructions	60	/	120
16	Activités d artisanat de production de biens au secteur de la bijouterie .	15	/	30
17	Activités d artisanat de production de biens divers	09	/	18
*	Artisanat de production de services :			
18	Activités d artisanat de production de services liées a l'installation et la maintenance de tous équipements et matériels destines aux différentes branches de l'activité économique	213	/	426
19	Activités d artisanat de production de services relatifs a la réparation et l'entretien d'équipement et matériel utilisés dans les différentes branches de l'activité économique et les ménage	335	/	670
20	Activités d artisanat de production de services liées aux travaux a façon mécanique	29	01	59
21	Activités d artisanat de production de services liées a l'aménagement l'entretien ;la réparation et la décoration des bâtiments destines a tous usages (commercial ;industriel habitation)	1149	/	2298
22	Activités d artisanat de production de services liées a l'hygiène et a la sante des ménages .	287	/	574
23	Activités d artisanat de production de services liées a l'habillement .	00	/	00
24	Activités d artisanat de production de services divers	65	/	130
Total		7077	07	14161



Répartition géographique des artisans et des coopératives artisanales

Au 31.12.2018

Communes	Artisanat traditionnel et d'art		Artisanat traditionnel de production de biens		Artisanat traditionnel de production de services		Total	
	Artisans	Coopératives	Artisans	Coopératives	Artisans	Coopératives	Artisans	Coopératives
Ghardaia	1763	/	192	/	634	01	2589	01
El-Ménéa	543	04	37	/	199	/	779	04
Daya	342	/	44	/	81	/	467	/
Berriane	240	/	85	/	291	/	616	/
Melili	349	/	37	/	223	/	609	/
Guerrara	166	/	49	01	166	/	381	01
El-Atteuf	238	/	38	/	88	/	364	/
Zelfana	170	/	17	/	72	/	259	/
Sebseb	24	/	3	/	11	/	38	/
Bounoura	393	01	40	/	247	/	680	01
Hassi-El-F'hel	25	/	5	/	21	/	51	/
Hassi-El-Gara	166	/	9	/	33	/	208	/
Mansoura	24	/	1	/	11	/	36	/
Total	4443	05	557	01	2077	01	7077	07

Emploi secteur de l'artisanat

Au 31.12.2018

Désignation	Effectif artisans	Effectif coopérateur	Effectif salariés employé	Ensemble
Artisanat traditionnel et d'art	4443	05	4449	4449
Artisanat traditionnel de production de biens	557	1	558	558
Artisanat traditionnel de production de services	2077	1	2078	2078
Total	7077	07	7085	7085



شهادات التأهيل الممنوحة للشباب الحرفي من طرف لجنة التأهيل لغرفة الصناعة التقليدية والحرف غرداية

رقم	السنوات	عدد الشهادات المسلمت بمركب الصناعة التقليدية	عدد الشهادات المسلمت بالمؤسسة العقابية
1	2012	1366	123
2	2013	3120	95
3	2014	3084	172
5	2015	1968	288
6	2016	406	111
		9944	789

القائمة الاسمية للجمعيات النشطة في مجال الصناعات التقليدية : 2018/12/31.

الرقم	إسم الجمعية
1	جمعية الحرف والمهن لقصر مليكة
2	جمعية تراسلت أوغلان بني يزقن
3	جمعية الايادي الأصلية
4	جمعية نبع الأخوة
5	جمعية زربية ألف عام
6	جمعية تفضيزت للفنون الشعبية والصناعة التقليدية
7	جمعية تغاوسة للصناعة التقليدية
8	جمعية اليمامة للمحافظة على المهن والحرف لتقليدية للمرأة الصحراوية
9	جمعية الحرفيين القرارة
10	جمعية إكرام لزربية ضاية بن ضحوة
11	جمعية نور التراث للصناعة التقليدية
12	جمعية المصالحة
13	جمعية تارتيت
14	جمعية المحبة النسوية
15	جمعية الزهور
16	جمعية الفتح الثقافية لترقية الحرف التقليدية
17	جمعية الوردة الذهبية للسياحة والصناعة التقليدية
18	جمعية الأصيل لنشاطات المرأة الريفية
19	جمعية المرأة الريفية والمحافظة على الحرف التقليدية
20	جمعية ترقية المرأة والصناعة التقليدية
21	جمعية الحرفيين غرداية

الملحق رقم: 17

*- دليل المقابلة :

بعد التحية و السلام و تقديم أنفسنا للمتعاملين السياحيين و شرح فكرة موضوع الدراسة المرتبطة بآليات التسويق السياحي و دورها في ترقية الصناعة التقليدية بولاية غرداية نطرح الأسئلة التالية :

السؤال رقم 01: ما هو اسمؤستكم السياحية ؟

السؤال رقم 02: ما هو تصنيف مؤستكم السياحية ؟

السؤال رقم 03: ما هو عدد العمال الإطارات و عدد العمال البسطاء بمؤستكم ؟

السؤال رقم 04: ما هي طبيعة الخدمة التي تقدمونها وكم يبلغ قيمتها ؟

السؤال رقم 05: ما مدى رضا السائح حول الخدمات المقدمة من طرف مؤستكم ؟

السؤال رقم 06: ما مدى استعمال مؤستكم لمنتجات الصناعة التقليدية ؟ وهل تقدمون الأكلات الشعبية ؟

السؤال رقم 07: هل يعمل لديكم متخصص في التسويق ؟ على ماذا تعتمدون في ذلك ؟

السؤال رقم 08 : ما هي أسس اختياركم لموقع مؤستكم ؟ وهل هو مناسب لنشاطكم ؟

السؤال رقم 10: ماهي التقنيات التي تعتمدون عليها في الترويج لنشاطكم ؟

السؤال رقم 11: هل تقومون ببحوث التسويق و دراسة السوق ؟

السؤال رقم 12: ماهي الصعوبات التي تواجهكم في الميدان ؟

السؤال رقم 13: ماذا تقترحون من اجل الرقي بقطاع السياحة والصناعات التقليدية ؟

اختلفت الإجابات و تنوعت بحسب طبيعة كل متعامل من متعاملين السياحيين (مؤسسة فندقية ، وكالة سياحية و أسفار، جمعية سياحية ، ديوان سياحي ، حرفي ، رئيس جمعية الصناعة تقليدية ، سائح وطني أو أجنبي ، بائع للمنتجات الصناعات التقليدية) إستعملت في إنجاز الدراسة الميدانية .