جامعة محمد خيضر بسكرة
كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة
قسم علوم الأرض والكون

مذكرة ماستر

ميدان الهندسة المعمارية والعمران وهمن المدينة
فرع تسيير التقنيات الحضرية
تخصص عمران وتسيير مدن

رقم: أدخل رقم تسلسل المذكرة

إعداد الطالب:
الساكر كريمة

يوم: 30/09/2020

السياحة الحموية في مدينة بسكرة وأساليب تطويرها (دراسة حالة المركب السياحي الحموي سيدي يحي)

لجنة المناقشة:

عبد القادر احمد	أ. مح ب	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيس
هبهوب نوال	أ. مح ب	جامعة محمد خيضر بسكرة	مناقش
قسم الله نجاة	أ. مس أ	جامعة محمد خيضر بسكرة	مقرر

السنة الجامعية : 2019 - 2020

شكر وعرفان

بعد بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى "لئن شكرتم لأزيدنّكم"

وقوله عليه الصلاة والسلام "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

قبل كل شيء الحمد لله والشكر لله وحده لا شريك له كما ينبغي لجلال وجهه وعظمة سلطانه وله الفضل على عملي المتواضع وما التوفيق الا بالله عز وجل.

كما اتقدم بجزيل الشكر الى كل من كان له دخل ومد يد العون من اجل انجاز هذا العمل المتواضع من قريب او بعيد حتى ولو بكلمة طيبة.

كما أتقدم بكل التشكرات والتقدير لكل طاقم عمل المركب السياحي الحموي سيدي يحي على المعاملة الطيبة والترحاب وخاصة **أمين** و **لطفي.**

الى كل اساتذة قسم تسيير تقنيات حضرية –بسكرة وخاصة الأستاذة **قسمالله نجاة** والأستاذ **شريف محمد لمين.**

شكرا جزيلا الى كل من ساعدني وأعانني من قريب او بعيد ولو بكلمة بطيبة.

الساكر كريمة

الإهداء

الهي لك الحمد والشطر حتى يبلغ الحمد منتهاه.

الى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له اماله، الى من كان يدفعني قدما نحو الامام لنيل المبتغى، الى الانسان الدي امتلك الإنسانية بكل قوة، الى الذي سهر على تعليمي بتضحيات سجام، الى مدرستي الأولى في الحياة ابي الغالي على قلبي **فتح الله** اطال الله في عمره.

الى من وهبت فلدة كبدها كل العطاء والحنان، الى التي صبرت على كل شيء، وكانت سندي في الشدائد، الى التي دعواتها تتبعتني خطوة خطوة في عملي، الى نبع الحنان امي غاليتي **صورية** أعز ملاك على الأرض جزاها الله عني خير الجزاء في الدارين.

الى اخوتي الذين تقاسموا مع عبء الحياة **سفيان** و**فؤاد** وصغيرتي **أنفال.**

الى رفيق دربي **يازيد**

الى جميع **العائلة الكريمة** كل باسمه

الى من تقاسمت معهم الحياة الجامعية بحلوها ومرها صديقاتي **فلة**، **نهاد**، **مروة**، **جوهر**، **زايدة** ، **فاطمة**، **فاطنة**...

الى كل من وسعهم قلبي ولم تسعهم ورقتي هده... أهديكم هذا العمل المتواضع.

الساكر كريمة

الفهارس

الرقم	العنوان	الصفحة
المدخل العام		
	مقدمة عامة	أ
	اشكالية	ت
	فرضيات	ت
	دوافع وأسباب اختيار الموضوع	ث
	الإطار المنهجي	ث
	تركيبة المذكرة	ج
الفصل الأول: عموميات حول السياحة.		
	مقدمة	02
1	السياحة	03
1-1	تعريف السياحة	03
2-1	أنواع السياحة	03
1-2-1	حسب الأهداف	03
2-2-1	حسب النطاق الجغرافي	04
3-2-1	حسب مدة الإقامة	04
4-2-1	حسب الشكل التنظيمي	05
5-2-1	حسب المكان المتوجه اليه	05
6-2-1	حسب وسيلة النقل	06
3-1	أهمية السياحة	06
1-3-1	على المستوى الاقتصادي	06
2-3-1	على المستوى الاجتماعي والثقافي	06
3-3-1	على المستوى السياسي	07
4-3-1	على المستوى البيئي	07
4-1	عناصر صناعة السياحة	07
1-4-1	المادة الأولية	07

2-4-1	رأس المال	07
3-4-1	الإعلان والترويج السياحي	07
4-4-1	العمل	08
5-4-1	النقل	08
6-4-1	البنية التحتية	08
5-1	السائح	08
6-1	التنمية السياحية	09
7-1	الطلب السياحي	09
8-1	العرض السياحي	10
9-1	التخطيط السياحي	10
2	السياحة الحموية	11
1-2	تعريف السياحة الحموية	11
2-2	أنواع السياحة الحموية	12
1-2-2	السياحة العلاجية	12
2-2-2	السياحة الترفيهية	12
3-2-2	السياحة الثقافية	13
3-2	خصائص السياحة الحموية	13
4-2	مقومات السياحة الحموية	13
5-2	متطلبات السياحة الحموية	14
1-5-2	الحمامات المعدنية	14
2-5-2	المنتجعات السياحية	15
3-5-2	الامن	15
4-5-2	وسائل الإقامة السياحية	15
5-5-2	وكالات السياحة والسفر	15
6-5-2	المرشد السياحي	15
6-2	المركب العلاجي أو الحمام المعدني	16

7-2	استخدامات المياه المعدنية الحموية	16
	خلاصة الفصل	18
الفصل الثاني: أساليب دعم وتطوير السياحة الحموية.		
	مقدمة	19
1	المنظمات والمؤسسات الدولية لدعم السياحة الحموية	20
1-1	المنظمة العالمية للسياحة	20
2-1	منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والاسفار	20
3-1	المجلس العالمي للسفر والسياحة	21
4-1	الاتحاد الدولي لمكاتب السياحة	21
5-1	اتحاد النقل الجوي الدولي	21
6-1	الجمعية الامريكية لوكالات السياحة والاسفار	22
2	هياكل دعم السياحة الحموية في الجزائر	22
1-2	وزارة السياحة والصناعات التقليدية	22
2-2	الديوان الوطني للسياحة	23
3-2	الديوان الوطني الجزائري للسياحة	23
4-2	المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية	24
5-2	الوكالة الوطنية لتنمية السياحة	24
6-2	النادي السياحي الجزائري	25
7-2	المديريات السياحية	25
8-2	المتعاملون السياحيون الخواص	26
9-2	مؤسسات التكوين السياحي	27
3	المخططات التنموية لدعم السياحة الحموية في الجزائر	28
1-3	مخطط التنمية السياحة 2025	28
2-3	مخطط تنمية السياحة	30
1-2-3	منهجية تطوير السياحة الحموية	30
2-2-3	وضع مخطط تنمية السياحة الحموية	31

3-3	مخطط جودة السياحة الجزائر	31
1-3-3	أهداف مخطط جودة السياحة الجزائر	32
4	الترويج السياحي	33
1-4	تعريف الترويج السياحي	33
-2-4	أدوات الترويج السياحي	33
1-2-4	الاتصال الشخصي	33
2-2-4	الإعلان السياحي	33
2-2-4	الدعاية السياحية	34
2-2-4	العلاقات العامة	34
5-2-4	تنشيط المبيعات	34
5	الاستثمار السياحي	34
1-5	تعريف الاستثمار السياحي	35
2-5	متطلبات الاستثمار السياحي	35
1-2-5	تخصيص الأراضي	35
2-2-5	التطوير السياحي	35
3-2-5	البنية التحتية	35
4-2-5	سهولة التوصيل	35
5-2-5	إجراءات التراخيص النظامية	35
6	الابتكار التسويقي السياحي	36
1-6	تعريف التسويق السياحي	36
2-6	اهداف التسويق السياحي	36
3-6	الابتكار التسويقي السياحي	36
4-6	جوهر الابتكار التسويقي السياحي	36
1-4-6	الابتكار في المنتج	36
2-4-6	الابتكار في السعر	36
3-4-6	الابتكار في الترويج	37

4-4-6	الابتكار في التوزيع	37
5-4-6	كفاءة ومهارة مقدم الخدمة	37
6-4-6	تطوير وتحديث بيئة العمل	37
7	الثقافة السياحية	37
1-7	تعريف الثقافة السياحية	37
2-7	مؤسسات الثقافة السياحية	38
1-2-7	المؤسسات التربوية	38
2-2-7	المؤسسات الجامعية	38
3-2-7	وسائل الاعلام	38
8	الامن السياحي	38
1-8	تعريف الامن	38
2-8	تعريف الامن السياحي	38
9	عصرنة قطاع السياحة والاستفادة من التكنولوجيات	39
10	الاهتمام بالصناعة الفندقية	40
	خلاصة الفصل	41
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية-دراسة المركب الحموي سيدي يحي-		
	مقدمة	43
1	التقديم العام لولاية بسكرة	44
1-1	موقع مدينة بسكرة	44
1-1-1	الموقع الجغرافي	44
2-1-1	الموقع الاداري	44
3-1-1	الموقع الفلكي	45
2-1	أهمية موقع بسكرة	45
3-1	الطبيعة والمناخ	45
1-3-1	جيوتقنية منطقة الدراسة	45
2-3-1	المناخ	45

4-1	الهيكلة الحضرية لمدينة بسكرة	46
1-4-11	شبكة الطرق	46
2-4-1	النقل	47
2	السياحة في ولاية بسكرة	48
1-2	المؤهلات السياحية	48
1-1-2	الأعياد والمواسم	48
2-1-2	المهرجانات والتظاهرات	49
3-1-2	المعالم السياحية	49
2-2	منشآت السياحية	50
1-2-2	منشآت الحموية	50
2-2-2	الحضيرة الفندقية	51
3-2-2	الوكالات السياحية	51
4-2-2	المطاعم	51
3-2	أهمية تطوير السياحة الحموية في ولاية بسكرة	51
2	الدراسة الميدانية	52
1-2	التعريف بالمركب الحموي سيدي يحي	52
2-2	هياكل ومرافق الايواء	53
1-2-2	الإقامة	53
2-2-2	الاطعام	55
3-2-2	الحمامات	56
4-2-2	هياكل الاستقبال والجذب	57
5-2-2	الجناح الطبي	59
3-2	أسعار مرافق المركب	61
4-2	قدرات المركب لاستقبال الزبائن	62
5-2	خصائص المصدر المعدني للمركب الحموي	62
1-5-2	المصدر المعدني	62

2-5-2	المؤشرات العلاجية للمياه المعدنية	63
6-2	النشاط الشهري للمركب الحموي	63
3	استراتيجيات التطوير السياحي بالمركب الحموي	64
1-3	استراتيجيات الترويج السياحي بالمركب الحموي	64
1-3	استراتيجيات التسويق السياحي الابتكاري بالمركب الحموي	65
-4	تحليل الاستمارة الاستبيانية	66
1-4	معلومات وتوضيحات حول الاستبيان ومنهجية الدراسة	66
2-4	تحليل البيانات ومناقشة النتائج	67
5	النتائج والاستخلاصات	75
6	توصيات واقتراحات	76
	خلاصة الفصل	77
خاتمة عامة		
المراجع		
الملاحق		

- قائمة الصور:

رقم الصورة	العنوان	الصفحة
الصورة(01)	توضح شعار UNWTO	20
الصورة(02)	توضح شعار WTTO	21
الصورة(03)	توضح شعار IATA	22
الصورة(04)	توضح واحات النخيل	49
الصورة(05)	توضح معلم ديني	49
الصورة(06)	توضح منشأ حموي (حمام الصالحين)	50
الصورة(07)	توضح شعار المركب الحموي سيدي يحي	52
الصورة(08)	المركب الحموي سيدي يحي	52
الصورة(09)	تبين فندق سيدي يحي	53
الصورة(10)	الغرف الفردية للفندق	54
الصورة(11)	توضح غرفة بسريرين	54
الصورة(12)	توضح غرفة بثلاث أسرة	54
الصورة(13)	توضح الشاليهات	54
الصورة(14)	توضح غرفة الشاليه	54
الصورة(15)	توضح غرفة الشاليه	54
الصورة(16)	توضح تقديم الاكل في مطعم الفندق	55
الصورة(17)	توضح مطعم المركب	55
الصورة(18)	توضح الخيمة	55
الصورة(19)	توضح الخيمة من الداخل	55
الصورة(20)	توضح بيزيريا المركب	56
الصورة(21)	توضح مقهى المركب الحموي	56
الصورة(22)	توضح حمامات المركب	56
الصورة(23)	توضح حمامات المركب	57

الصورة(24)	توضح غرفة التدليك	57
الصورة(25)	توضح مركز SPA	57
الصورة(26)	توضح غرفة السونا	57
الصورة(27)	توضح المسابح	58
الصورة(28)	توضح حوض البط	58
الصورة(29)	توضح الجلسات العائلية في المركب	58
الصورة(30)	توضح الالعاب المائية	58
الصورة(31)	توضح الالعاب المائية	58
الصورة(32)	توضح موقف السيارات	58
الصورة(33)	توضح قاعة الحفلات رقم1	59
الصورة(34)	توضح قاعة الحفلات رقم 1	59
الصورة(35)	توضح قاعة الحفلات رقم 2	59
الصورة(36)	توضح العلاج بالمياه المعدنية	60
الصورة(37)	توضح العلاج بحركات تحت الماء	60
الصورة(38)	توضح مطوية خدمات المركب الحموي	65

- قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
جدول(01)	يبين العوامل المناخية لولاية بسكرة	45
جدول(02)	يبين المحطات الحموية لمدينة بسكرة	50
جدول(03)	يبين أوقات عمل العيادة الحموية	60
جدول(04)	يمثل طاقة استيعاب المركب الحموي اليومية	62
جدول(05)	يمثل نشاط الحمامات ووحدة العلاج لشهر ديسمبر 2019	63
جدول(06)	يمثل نشاط مرافق الايواء لشهر ديسمبر 2019	64
جدول(07)	يمثل نوع جنس المستجوبين	67
جدول(08)	يمثل سن المستجوبين	67
جدول09)	يمثل مكان إقامة المستجوبين	68
جدول(10)	يمثل المستوى الدراسي للمستجوبين	69
جدول(11)	يمثل مستوى دخل المستجوبين	70
جدول(12)	يمثل وسيلة نقل المستجوبين	70
جدول(13)	يمثل سبب زيارة المستجوبين للمركب	71
جدول(14)	يمثل مدة بقاء المستجوبين في المركب	72
جدول(15)	يمثل وقت زيارة المستجوبين للمركب	72
جدول(16)	يمثل مدى تقبل الأسعار بالنسبة للمستجوبين	74
جدول(17)	يمثل الوقت المفضل لزيارة المركب	74
جدول(18)	يمثل مستوى الخدمات في المركب	75
جدول(19)	يمثل مستوى الخدمات في العيادة الحموية	76

- قائمة الخرائط:

رقم الخريطة	العنوان	الصفحة
الخريطة رقم(01)	توضح توضع الموقع الجغرافي لولاية بسكرة	44
الخريطة رقم(02)	توضح موضع الموقع الإداري لبلدية بسكرة	44
الخريطة رقم(03)	تمثل شبكة الطرق لولاية بسكرة	47

- قائمة الأشكال:

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
الشكل رقم(01)	يمثل درجات الحرارة وكمية الامطار المساقطة سنة 2018.	46
الشكل رقم(02)	بطاقة تقنية للمركب الحموي سيدي يحي	52
الشكل رقم(03)	مخطط أعمدة يمثل نوع جنس المستجوبين	67
الشكل رقم(04)	مخطط أعمدة يمثل سن المستجوبين	67
الشكل رقم(05)	مخطط أعمدة يمثل مكان إقامة المستجوبين	68
الشكل رقم(06)	مخطط أعمدة يمثل المستوى الدراسي للمستجوبين	69
الشكل رقم(07)	مخطط أعمدة يمثل مستوى دخل المستجوبين	70
الشكل رقم(08)	مخطط أعمدة يمثل وسيلة نقل المستجوبين	70
الشكل رقم(09)	مخطط أعمدة يمثل سبب زيارة المستجوبين للمركب	71
الشكل رقم(10)	مخطط أعمدة يمثل مدة بقاء المستجوبين في المركب	72
الشكل رقم(11)	مخطط أعمدة يمثل وقت زيارة المستجوبين للمركب	72
الشكل رقم(12)	مخطط أعمدة يمثل مدى تقبل الأسعار بالنسبة للمستجوبين	74
الشكل رقم(13)	مخطط أعمدة يمثل الوقت المفضل لزيارة المركب	74
الشكل رقم(14)	مخطط أعمدة يمثل مستوى الخدمات في المركب	75
الشكل رقم(15)	مخطط أعمدة يمثل مستوى الخدمات في العيادة الحموية	76

المدخل العام:

1. مقدمة عامة.
2. الإشكالية.
3. الفرضيات.
4. دوافع وأسباب اختيار الموضوع.
5. المنهج المعتمد في الدراسة (الإطار المرجعي)

مقـدمــة عامة:

ان السياحة في الوقت الراهن لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان، والذي ينحصر فقط على المأكل والمشرب والتنزه، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بحد ذاتها، حيث تلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية، فقد شهدت الساحة الاقتصادية العالمية مؤخرا مجموعة من التغيرات والتحولات المهمة على أكثر من صعيد والتي احتل فيها القطاع السياحي مكانة هامة وحيوية في تفعيل النشاط الاقتصادي الدولي، ويرجع هذا الى المساهمة الواضحة لهذا القطاع في التطور والنمو الاقتصادي والتنمية بمختلف ابعادها.

فعلى الرغم من امتلاك الجزائر للشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم وللكثير من المناطق الخلابة وكذا صحرائها الشاسعة والتي صنفت من أجمل الصحاري في العالم، بالإضافة الى تعدد وتنوع عاداتها وتقاليدها وتنوع اثارها وحتى مناخها الذي يجعل منها مقصد سياحي يستمر على مدار العام، والحمامات المعدنية المنتشرة في كل ربوع الوطن شرقا، غربا، جنوبا وشمالا، دون أن ننسى الإمكانيات البشرية والمادية، والتي تحتاج فقط الى القليل من الاهتمام والعناية لتصبح بذلك الجزائر قطبا سياحيا عالميا، الا ان هذه الاخيرة لم تعطي اهتماما كبيرا لهذا القطاع على عكس بعض الدول الأخرى والتي على الرغم من امتلاكها لإمكانيات طبيعية وتاريخية أقل من الجزائر استطاعت أن تجعل من القطاع السياحي بديل تنموي فعال.

إن غياب او اهمال القطاع السياحي في الجزائر راجع الى العديد من الأسباب لعل أبرزها هو اعتماد الاقتصاد الوطني على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى، وبالخصوص في العشرية الأخيرة حيث شهدت ارتفاعا متواصلا وأسعار قياسية للمحروقات، مما در على الخزينة موارد مالية كبيرة جعلت البلد تعيش بحبوحة مالية، غير أن العد التنازلي لنفاد النفط يستدعي الى إعادة النظر في السياسة التنموية ومحاولة تنويع الاقتصاد الوطني، بحيث لديها ما يؤهلها لتصبح بلدا سياحيا من الدرجة الأولى الا ان غياب الإرادة السياسية للنهوض بهذا القطاع يجعله هامشيا ولا يؤدي دوره الحقيقي.

تزخر الجزائر بالعديد من المؤهلات والقدرات السياحية بجميع أنواعها، ولعل من أبرزها السياحة الحموية او ما تسمى بالسياحة العلاجية والتي تتوزع عبر كل التراب الوطن. هذه المؤهلات التي لا يزال جزء كبير منها على حالته الطبيعية وغير مستغل خاليا، يتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية الحموية حيث تمثل هذه الإمكانات قاعدة متينة لتطوير السياحة الحموية والعلاجية والترفيهية والتي تسمح بالتنافسية من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى، حيث ان عملية تحيين الحصيلة الحموية عبر التراب الوطني أسفرت على تحديد 282 منبع حموي، من بينها 100 منبع حموي ذات الأولوية للاستغلال عن طريق انجاز مشاريع حموية جديدة. فالمنابع الحموية الغير مستغلة والتي لا تزال على حالتها الطبيعية تمثل ما يفوق 60 بالمئة من المنابع المحصاة.

وتعتبر مدينة بسكرة من المواقع السياحية الحموية الرائدة في الوطن وهذا لاحتوائها العديد من المقومات السياحية الطبيعية حيث يمكن أن تمثل كنز سياحي يساهم في ترقية السياحة الداخلية في الجزائر، ويظهر هذا جليّا من خلال ادراج ولاية بسكرة ضمن قطب امتياز السياحة جنوب–شرق كقطب تكميلي لولاية قالمة والواردة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2025 الذي يعد من الاليات التي تسعى الوزارة الى تكريسها لترسيخ وتفعيل السياحة.

الاشكاليــة:

تعد مدينة بسكرة من اهم المدن التي لها الريادة في مجال السياحة الحموية والعلاج المعدني في الجزائر، اذ تحصي المدينة مقومات لا بأس بها في ميدان المركبات الحموية والتي تدعّمت بمرافق عصرية وخدمات مختلفة وضرورية واتي بدورها تستقطب الزوار من داخل وخارج الوطن، وعليه فهذا الامر دفعنا الى طرح التساؤل التالي:

- **ما هي الأساليب والاستراتيجيات المعتمدة لتطوير السياحة الحموية في ميدان المركبات المعدنية في مدينة بسكرة؟**

ومنه نطرح التساؤلات التالية:

- ما هي اهم متطلبات السياحة الحموية؟
- ما هي الأساليب والاستراتيجيات العالمية والمحلية للتطوير والنهوض بالسياحة الحموية؟

الفرضيات:

- ✓ تتمتع مدينة بسكرة والجزائر ككل على مقومات بيئية وبشرية وطبيعية تؤهلها بان تكون لها ريادة محلية، جهوية ووطنية في مجال السياحة الحموية.
- ✓ تبنت مدينة بسكرة استراتيجية متكاملة تعتمد فيها على مجموعة من المؤسسات والهياكل والهيئات، حيث تطبق من خلالها مجموعة من البرامج الهادفة الى ترقية السياحة الحموية
- ✓ استراتيجيات التطوير السياحي التي تتخذها المركبات السياحية الحموية ناجحة ويمكن اعتمادها لتطوير ذاتها كمركبات سياحية حموية برؤية عالمية، وفي النهوض بالسياحة الحموية في مدينة بسكرة أيضا.

دوافع وأسباب اختيار الموضوع:

- ✓ قطاع السياحة مصدر يعتمد عليه للتنويع في الموارد التي تبقى في الوقت الحالي رهينة مداخيل المحروقات.
- ✓ ضرورة النظر في إيجاد بديل تنموي فعال نظرا لما تشهده الجزائر من تغيرات في الكثير من المجالات.
- ✓ قدرة الدولة على جعل القطاع السياحي قطاعا حيويا وراقيا في حالة تطبيقها لمجموعة أساليب واستراتيجيات للتطوير السياحي.

الإطار المنهجي:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي واللذان يعتبران ملائمين لتشخيص مدى تطبيق ونجاعة الاستراتيجيات المتبعة في ميدان المركبات المعدنية في مدينة بسكرة، وهذا بالاستعمال مجموعة من الأدوات التي تتمثل في:

- ✓ **الملاحظة والمقابلات الميدانية.**
- ✓ **الاستمارة.**
- ✓ **البيانات والإحصاءات السياحية المحلية، القوانين والتشريعات.**

.

تركيبة المذكرة:

تحتوي المذكرة على مدخل عام وفصلين حيث:

مدخل عام: تضم:

- مقدمة عامة.
- الإشكالية.
- الفرضيات.
- دوافع وأسباب اختيار الموضوع.
- المنهج المعتمد في الدراسة.

الفصل الأول: عموميات السياحة، يضم:

1. السياحة.
2. السياحة الحموية.

الفصل الثاني: أساليب دعم وتطوير السياحة الحموية، يضم:

1. المنظمات والمؤسسات الدولية لدعم السياحة الحموية.
2. هياكل دعم السياحة الحموية في الجزائر.
3. المخططات التنموية لدعم السياحة الحموية في الجزائر.
4. الترويج السياحي.
5. الاستثمار السياحي.
6. الابتكار التسويقي السياحي.
7. الثقافة السياحة.
8. الأمن السياحي.
9. عصرنة قطاع السياحة والاستفادة من التكنولوجيات الحديثة.
10. الاهتمام بالصناعة الفندقية.

الفصل الثالث: الدراسة التحليلية للمركب السياحي الحموي -سيدي يحي-، يضم:

1. تقديم عام لمدينة بسكرة.
2. الدراسة الميدانية.

الفصل الأول:

عموميات حول السياحة.

مقـدمــة:

يعتبر القطاع السياحي من أحد القطاعات الهامة والتي لها ديناميكية كبيرة في العالم بجميع أنواعها المتعددة كالسياحة الحموية مثلا، حيث أن الكثير من الدول جعلت من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني لما لها من دور فعال وقدرة في تدفق رؤوس الأموال الأجنبية وخلق مناصب الشغل وغيرها من الأدوار في شتى المجالات، ومن هذا جاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول أساسيات السياحة، تعريفها، أنواعها، أهميتها وأهم العناصر صناعتها كما تناول أيضا المفهوم الشامل للسياحة الحموية من تعريف، أنواع، خصائص، مقومات ومتطلبات، وغيرها من المفاهيم الأخرى التي تساعد في فهم موضوع الدراسة.

1-السياحة:

1-1 تعريف السياحة:

حسب تعريف منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة (UNWTO)، فإن السياحة تشمل أنشطة الافراد المتمثلة في السفر الى أماكن خارج إقامتهم المعتادة والدائمة والمكوث بها لمدة لا تتجاوز 12 شهرا لقضاء أوقات ممتعة أو ممارسة أنشطة الأعمال التجارية أو غيرها من الأغراض.

1-2 انواع السياحة:[1]

للسياحة أنواع مختلفة، ويمكن تصنيف أنواع عديد منها وفقا لعدة أسس معينة، حيث يختلف التصنيف من دولة الى أخرى، وهذا ما سيتم التطرق اليه من خلال ما يلي:

1-2-1 حسب هدفها:

أ **السياحة العلاجية:** تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى، وهي تنقسم حسب الوسائل المستخدمة في العلاج.

ب **السياحة الترفيهية:** تكمن في الحاجة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد.

ج **السياحة التاريخية:** تهدف هذه السياحة الى زيادة المعرفة لدى الأشخاص وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب والعادات والتقاليد وهذا التوع من السياحة مشهور ومعروف في مصر وإيطاليا واليونان.

د **السياحة الدينية:** وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، مكة المكرمة والمدينة المنورة للمسلمين والفاتيكان في روما بالنسبة للمسيحيين.

1: زوبيري كنزة وزميلاتها، تخطيط المناطق السياحية دراسة حالة منطقة التوسع السياحي في مدينة تماسين، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس، تخصص تسيير مدن جامعة محمد خيضر بسكرة جوان 2014 ص (5-8).

هـ **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة الى مكان اخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في الألعاب الأولمبية وبطولات العالم، وتشمل جميع أنواع الرياضات المعروفة.

و **السياحة الاجتماعية:** وتكون هذه السياحة للمحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية بين الاسر والافراد، ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب وهذا النوع مشهور في الدول التي لها جاليات تعيش في الخارج كالجزائر.

ز **السياحة الرسمية:** وقد تكون سياسية مثل المشاركة أعضاء الوفود في الاحتفالات الدولية أو محادثات رسمية وقد تكون اقتصادية.

ح **السياحة الثقافية:** يعتمد هذا النوع من السياحة على إقامة الدورات والندوات الثقافية والمعارض الخاصة والمسابقات الثقافية كمسابقات الشعر والمسرح والمقالة والموسيقى والفن ومسابقات عروض الأزياء...الخ فهي تجتذب نوعية معينة من السياح الذين يريدون إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الثقافية.

ط **السياحة التعليمية.**

ي **سياحة المشتريات.**

ك **سياحة المغامرات.**

1-2-2 حسب النطاق الجغرافي: ويتضمن صنفين أساسيين هما:

أ **السياحة الداخلية:** وتخص بانتقال مجموعة من الأفراد داخل البلد نفسه، أو داخل الحدود البلد السياسية.

ب **السياحة الخارجية:** وتكون من قبل مواطنين أجانب في حدود دولة أخرى.

1-2-3 حسب مدة الإقامة:

أ **سياحة قصيرة:** تمتد مدتها عادة أقل من أسبوعين.

ب **سياحة طويلة:** تمتد مدتها أكثر من أسبوعين.

ج **سياحة عابرة:** تكون عند انتقال السياح بالطرق البرية عن طريق السيارات أو الحافلات السياحية أثناء توجههم الى بلد ما ويمرون ببلد معين.

1-2-4 حسب الشكل التنظيمي:

أ **السياحة الفردية:** في الكثير من الأحيان تكون غير منظمة يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.

ب **السياحة الجماعية:** ويطلق عليها سياحة الافواج أو المجموعات حيث تنظم الرحلات في مجموعات أو أفواج سياحية شاملة لكل عناصر الرحلة السياحية.

1-2-5 حسب المكان المتوجه إليه:

أ **السياحة الصحراوية:** تكون في المناطق الصحراوية حيث يستمتع السائح بمناخ وطبيعة المنطقة الصحراوية.

ب **السياحة الساحلية:** وهي التنقل الى المناطق الساحلية، يكثر هذا النوع خاصة في فصل الصيف لزيارة الشواطئ.

ج **السياحة الريفية:** وتتمثل في السياحة البعيدة عن المناطق المأهولة بالسكان، تكون مناطق هادئة وبعيدة عن المنشآت العمرانية والمعمارية.

د **السياحة الحضرية:** نجدها في المناطق المأهولة بالسكان تجذب السياح من خلال ما تزخر به من مقومات، سواء تاريخية أو طبيعية كالحضائر والحمامات المعدنية والشواطئ وغيرها، حيث يطغى عليها المنشآت السياحية ذات الطابع المعماري والعمراني المتميز الذي يجعلها المقصد السياحي بالدرجة الأولى.

1-2-6 حسب وسيلة النقل:

أ **السياحة البرية.**

ب **السياحة البحرية.**

ج **السياحة الجوية.**

1-3 أهمية السياحة:

1-3-1 على المستوى الاقتصادي:

- خلف مناصب عمل.
- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية.
- تحسين ميزان المدفوعات.

1-3-2 على المستوى الاجتماعي والثقافي:

- تحقيق قدر كبير من التفاعل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية من خلال حسن مقابلة ومعاملة السياح.
- تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين الافراد مما يحقق التطور الاجتماعي كما تعمل على تنمية الاهتمام بالقيم الحضارية في الدول المستقبلة للسائحين.
- تساعد السياحة على الانفتاح على الخارج، بخروج بعض المجتمعات من عزلتها وانغلاقها على ذاتها في الداخل.
- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن.

1-3-3 على المستوى السياسي:

- تؤدي السياحة الى تحسين العلاقات بين الدول.
- الحركات السياحية المتبادلة أصبحت تلعب دورا هاما في تنشيط العلاقات الدولية وتقليل حدة الصراعات.

1-3-4 على المستوى البيئي:

- تطوير نظام نقل ومواصلات متوافق مع البيئة الطبيعية المحلية.
- القضاء على المخالفات بكل أنواعها وفي جميع الأوساط البرية، الجوية والبحرية.
- إفساح المجال لنمو وازدهار الإمكانيات الطبيعية والنباتية والحيوانية، وابادة ما قد يكون في البيئة من حيوانات وحشرات ضارة.

1-4 عناصر صناعة السياحة:[2]

1-4-1 المادة الأولية: تبقى الأماكن السياحية الأثرية والحضارية والدينية والثقافية والطبيعية هي المادة الأولى وهي المدخل الأساسي لهذه الصناعة وهي التي تميز منطقة عن أخرى.

1-4-2 رأس المال: أي حراك اقتصادي يحتاج الى رأس مال لاستثمار مجموعة من الخدمات التي تنافس أي منطقة أخرى مشابهة ولتكون منطقة جدب سياحي أكثر من غيرها.

1-4-3 الإعلان والترويج السياحي: ان عملية وصول اسم المنتج السياحي بحاجة الى حملة إعلامية منظمة ومدروسة ومخطط لها بشكل جيد لترويج اسم المنطقة حول العالم، حيث أن من خلال قراءة خريطة السياحة العالمية نرى ان الدول الأكثر استقبالا للسياح هي تلك الدول الأكثر إنفاقا على الإعلان السياحي.

3: خليل أسماء ، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه ، تخصص تجارة دولية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، سنة 2016 ،ص18.

1-4-4 العمل: تعتبر حلقة العمل في مجال تطوير عملية السياحة الدائرة الأكبر في عمليات الحراك الاقتصادي، فالدورة تبدأ من تشغيل الايادي العاملة في المنشآت السياحية من فنادق ومطاعم وما تتطلبه عملية العمران في دورة العمل وفي تشغيل المنشآت وتطوير وسائل النقل، انتهاءا بالأشغال اليدوية والتقليدية والتراثية.

1-4-5 النقل: ان لتطوير قطاع النقل أثر إيجابي في تطوير السياحة ونجاحها، لذلك لابد من توفير وسائل وخطوط النقل الحديثة المجهزة والمريحة باختلاق أشكالها البرية، البحرية والجوية. فعادة الشخص يقوم بزيارة منطقة في حال توفر أسهل طرق الوصول اليها وبأقل التكاليف.

1-4-6 البنية التحتية: لا بد من توفير الخدمات الأساسية للمنطقة السياحية أو الإقليم السياحي، فالعمل يجب أن يكون تكامليا لذا لابد من توفير الخدمات الأساسية للمنطقة كخدمات المياه، الكهرباء، الصرف الصحي، النقل، الاتصالات وخدمات الانترنت وتطوير القطاع المصرفي.

- هذه العناصر جميعا إذا عولجت بالشكل الصحيح من شأنها أن تكون قادرة على تقديم منتج سياحي قادر على المنافسة في الأسواق العالمية.

1-5 السائح:

هو كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف إشباع رغبة معينة، خلال مدة زمنية لا تتعدى 12 شهرا متصلة، دون أن تكون غايته البحث عن العمل.

1-6 التنمية السياحية:

يرى عبد الرحمن سليم أن:" التنمية السياحية تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشييد المراكز السياحية التي تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج اليها السائح أثناء اقامته، وبالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين".[3]

كما يعرف Inshep التنمية السياحية بأنها عبارة عن عملية شاملة بكافة عناصر المنتج السياحي والتي يمكن ايجازها فيما يلي:

- مقومات الجذب الطبيعية والصناعية.
- وسائل الإقامة كالقرى والفنادق السياحية والشقق السياحية.
- الخدمات والتسهيلات السياحية والتكميلية كالمطاعم والكازينوهات وشركات السياحة ومكاتب الاستعمالات...الـخ.[4]

1-7 الطلب السياحي:

يقصد بالطلب على سلعة أو خدمة معينة بأنه الكمية من السلعة أو الخدمة التي يرغب المشترون في الحصول عليها نظير ثمن معين وفي سوق معينة ووقت معين، وبشكل عام يعني أن الطلب يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة.

ويعرف أيضا على انه السوق السياحي المرتقب التي تهدف الى اثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه.

[3] : صلاح الدين عبد الوهاب (1998): الكتاب البنيوي للسياحة والفنادق، منشاة المعارف، الإسكندرية، ص 125.
[4]: محمد شبيب الحصاونة، زياد محمد المشابقة (2011): التنمية السياحية المستدامة، ط 1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، ص16.

1-8 العرض السياحي:

العرض السياحي هو كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين والخدمات والبضائع، وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين.

حيت يتكون العرض من مكونات وعناصر تتمثل في:

- المقومات الطبيعية.
- المقومات الصناعية.
- المرافق العامة أو البنى التحتية
- خدمات النقل.

1-9 التخطيط السياحي:[5]

هناك العديد من التعريفات التي وضعت للتخطيط السياحي من قبل الباحثين منها ما يلي:

يرى Murphy أن التخطيط السياحي هو يهتم بتوجيه وتنظيم المناطق السياحية من أجل الحصول على المنافع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية القصوى من عملية التنمية.

اما (الجلاد) فيرى أن التخطيط السياحي ما هو إلا نموذج خاص من التخطيط الاقتصادي والاجتماعي ينفرد باهتمامات تنبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي ويعطي التخطيط السياحي للمكان الأهمية الأولى. ويقوم التخطيط السياحي أساسا على قيم المواقع السياحية سواء أكانت تعتمد في جاذبيتها على الموارد الطبيعية أم الثقافية.

5: زوبيري كنزة وزميلاتها، تخطيط المناطق السياحية دراسة حالة منطقة التوسع السياحي في مدينة تماسين، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس، جامعة محمد خيضر بسكرة جوان 2014 ص (5-8).

2 –السياحة الحموية:

2–1 تعريف السياحية الحموية:

التعريف الأول: يقصد بها توجه السياح الى أقاليم تشتهر بدور العلاج من أمراض محددة، أمراض القلب والجهاز التنفسي أو الامراض الروماتيزمية أو الامراض العصرية، كالتوتر النفسي والعصبي وغيرها من الامراض التي تنتج عن كثرة الضغوط، وتتميز هذه الأماكن بتمتعها بخصائص شفافية معينة مثل الينابيع، المياه المعدنية أو الكبريتية وحمامات الطين أو نافورات المياه الساخنة.[6]

التعريف الثاني: تتمثل السياحة الحموية في انتقال السائح من بلده الأصلي داخل أو خارج وطنه بهذه الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى بصورة طبيعية في جو أو مياه بلد اخر والتي يفتقدها السائح في طبيعة البلد الأصلي، ويضطر الى تعويضها في بلده عن طريق المركبات الدوائية أو الأجهزة الصناعية المشعة. أما بالنسبة للبلد المضيف، فالسياحة الحموية تتمثل في حسن استغلال وتخطيط الموارد العلاجية الطبيعية، بأساليب تؤدي الى شفاء كثير من الامراض المؤقتة أو المزمنة للمرضى الوافدين من داخل الوطن أو خارجه. [7]

التعريف الثالث: كما يمكن تعريف سياحة العلاج الطبيعي على أنها أحد أنواع السياحة الاستشفائية للعناية بالصحة العامة، كارتياد الأماكن التي تشتهر بوجود ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية وحمامات الطين أو الرمال المشعة أو عيون المياه الساخنة، الهدف من المشاركة فيها الراحة والاستشفاء بطرق العالج الطبيعية من بعض الأمراض.[8]

ومما سبق يمكن أن نعرف السياحة الحموية على أنها أحد أنواع السياحة الاستشفائية حيث تعتبر نشاط مزدوج سياحي– صحي يتم اقامته في مناطق خاصة تتميز باحتوائها على مقومات طبيعية كالمياه الطبيعية

[6]: منال شوقي عبد المعطي: جغرافيا السياحية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، (2011)ص61.
[7]: أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، سنة 2016، ص 226.
[8]: أسماء خليل، المصدر سبق ذكره، ص 227.

الساخنة والينابيع والمياه المعدنية والكبريتية وحمامات الطين وحتى المناخ. وعليه تعتمد السياحة الحموية أساسا على الحمامات المعدنية التي تعتمد على المياه المعدنية الحرارية المستخدمة في علاج العديد من الامراض او التخفيف من الالام أو الاوجاع كما تعتبر الحمامات المعدنية أيضا مقاصد للترفيه والاستجمام.

2-2 أنواع السياحة الحموية:[9]

تنقسم السياحة الحموية الى عدة أنواع نذكر منها ما يلي:

2-2-1 السياحة العلاجية: تتمثل في تلبية الحاجة للعلاج والنقاهة او التقليل من الامراض، يعتمد هذا العلاج على الخصائص الطبيعية حيث يعتبر أهم نوع للسياحة الحموية نظرا لما تحققه من دخل معتبر وهي نوعين:

أ **السياحة العلاجية الاصطناعية:** تتميز بانها من صنع الانسان، حيث تتشكل من حمامات ومسابح اصطناعية ومعدات وأجهزة تكنولوجية لعلاج بعض الامراض، تتميز أيضا بوجود حدائق ومساحات خضراء إضافة الى وسائل الترفيه.

ب **السياحة العلاجية الطبيعية:** يعتمد هذا النوع على الطبيعة بكل مقومات العالج الطبيعي التي تساعد على علاج العديد من الامراض وتتمثل في الحمامات المعدنية أو الكبريتية، الحمامات الرملية وحمامات الطين.

2-2-2 السياحة الترفيهية: يتواجد هذا النوع من السياحة عندما تتوفر الحمامات المعدنية على خدمات ترفيهية أخرى وعلى مساحات شاسعة وحدائق وتكوينات جيولوجية، الهدف من هذه الرحلة السياحية هي قضاء الاجازات ووقت الفراغ والعطل في أماكن من شأنها ان تعيد لهم النشاط والحيوية.

[9]: د. سامية لحول والاستاذة راوية حناشي، السياحة الحموية كاسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة حالة ولاية قالمة، مداخلة حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية بالجزائر يومي 19 و20 نوفمبر 2012 بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

2-2-3 السياحة الثقافية: تهدف هذه الرحلة الى اشباع وتوسيع دائرة المعلومات الحضارية والتاريخية لدى السائح وتنمية معارفه الثقافية، وذلك بزيارته للحامات التي تتميز بالآثار القديمة التي تعود الى حضارات مختلفة.

2-3 خصائص السياحة الحموية:[10]

- تحقق السياحة الحموية دخل معتبر: وذلك نتيجة قضاء السائح في أغلب الأحيان فترة تكون متوسطة أو طويلة في العلاج الطبيعي.
- تساعد شهرة الحمامات والمركبات الحموية ومنتجعات العلاج الطبيعي على خلق انطباع إيجابي للظاهرة السياحة خاصة في الدول النامية حيث ينظر شعوب تلك الدول الى السياحة بشكل سلبي يتنافى مع القيم والعادات والتقاليد.
- السياحة الحموية وسيلة ترويجية: تعتبر مواقع العلاج الطبيعي وسيلة ترويجية لمنتجات ولمناطق جذب سياحي اخر لتلك الدول.
- توفير مناصب العمل: بحيث تساعد سياحة المركبات المعدنية على توفير فرص العمل وهذا لضرورة وجود الموظفين بالشكل الكافي في هذه المنتجعات لضمان راحة السياح، خاصة في البلدان التي تعاني من زيادة نسبة البطالة.
- تشير المراجع العلمية بأن العلاج الطبيعي الحموي من أهم عناصر الجذب للسياحة العلاجية، حيث أن المياه المعدنية الطبيعية لوحدها باستثناء حمامات الطين أو الحمامات الرملية هي علاج ناجع لمعالجة العديد من الامراض.

2-4 مقومات السياحة الحموية:

تتنوع مقومات السياحة الحموية على حسب نوع الحمامات الذي يتميز بها الموقع، فبعض المواقع تتميز بوجود الرمال المعدنية وأخرى تتميز باستخدام مياه البحر في الاستشفاء، إضافة الى المصادر العلاجية

[10]: أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، سنة 2016، ص236.

الطبيعية كالينابيع الساخنة الغنية بالمعادن المفيدة في علاج الكثير من الامراض. وعليه يمكن إجمال مقومات السياحة في النقاط التالية:

- الينابيع المعدنية الكبريتية.
- الرمال الطبيعية.
- مياه البحر.
- النظافة والهدوء التام والسكينة والاطمئنان.
- الأطباء والمعالجون المختصون.
- الخدمات السياحية المتميزة.

2-5 متطلبات السياحة الحموية:[11]

تتطلب السياحة الحموية توفير مجموعة من الشروط المعينة وهذا لضمان راحة السائح، ومن الشروط ما يلي:

2-5-1 الحمامات المعدنية: هي تلك الحمامات الطبيعية التي تنبع من الطبيعة على شكل عيون أو ينابيع، والتي يختوي مائها الساخن على عدة عناصر تمكنها من علاج العديد من الامراض. حيث تتنوع الحمامات ونذكر ما يلي:

- **حمامات المياه الباردة:** تؤدي الى انقباض الاوعية الدموية ومن ثم التنشيط والانتعاش، بالإضافة الى رفع كفاءة الجهاز المناعي وتخفيض درجة حرارة الجسم وتنشيط مسام الجلد وغيرها من العلاجات الأخرى.

[11]: د. سامية لحول والاستاذة راوية حناشي، السياحة الحموية كاسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة حالة ولاية قالمة، مداخلة حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية بالجزائر يومي 19 و20 نوفمبر 2012 بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

- **حمامات المياه الدافئة:** تساعد على تهدئة الاعصاب واسترخاء الجسم ومن ثم النوم، بالإضافة الى تسكين الالام الخفيفة. كما تؤدي الى اتساع الاوعية الدموية بالحسم بفعل حرارة المياه وغيرها من العلاجات الأخرى.
- **الحمامات المتعاقبة:** وهي حمامات يكون فيها الماء البارد والماء الدافئ بالتعاقب ولها مفعول جيد إذا ما تم عمل حمام دافئ أولاً ويليه مباشرة الحمام البارد. وتعمل هده الحمامات على تفتيت السموم والمخلفات الضارة الموجودة بالدم والتخلص منها.

2-5-2 المنتجعات السياحية: تكون هذه المنتجعات معدة لاستقبال الناقهين والمرضى وطالبي الاستشفاء، بالإضافة الى توفره على مجموعة متنوعة من التقنيات والخدمات التقليدية والحديثة.

2-5-3 الامن: يتطلب توفر الامن بمفهومه الواسع سواء من خلال تجنب الحوادث كالسرقة وغيرها والامراض المعدية أو ثقافة التعامل مع السياح، حيث أن أي اخلال بهذا الشرط سيؤدي حتما الى الحاق الضرر مادية ومعنوية بالسياحة كتقليص مدة الإقامة المقررة سلفا أو عدم الرجوع الى هذا المرفق ثانية او إعطاء صورة مشوهة للمتعاملين به. وهكذا تطعن السياحة بطرق مباشرة وغير مباشرة.

2-5-4 وسائل الإقامة السياحية: ويطلق عليها أماكن الايواء السياحي وتضم: الفنادق، القرى السياحية، المنتجعات السياحية والمركبات السياحية.

2-5-5 وكالات السياحة والسفر: وهي مؤسسات تجارية تنظم وتنتج وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين منتجاتها الخاصة ورحلاتها الجماعية أو الفردية، بالإضافة الى الخدمات المرتبطة بها. فهي عبارة عن وسيط بين السائح والمنتج السياحي لقاء الحصول على عمولة.

2-5-6 المرشد السياحي: هو ذلك الشخص الذي يقوم بمرافقة السياح الى أماكن الزيارة وتقديم لهم الخدمات الضرورية، بالإضافة الى تزويدهم بمختلف المعلومات، حيث يجب أن يتوفر فيه بعض الصفات من أهمها:

- أن يكون تعامله جيد وحضاري ورفقته ممتعة.

- أن يكون لديه معلومات وافية عن الأماكن السياحية حتى يكون قادرا على الإجابة على تساؤلات السياح.
- ان يكون اجتماعي ومنفتح ويبادر بإثارة المناقشات ويشجع الاخرين على القيام بذلك.
- أن يكون واثقا بنفسه لاتخاذ قرارات سريعة عند مواجهة حالات طارئة في الرحلة.
- أن يتقن اللغات الأجنبية حتى يستطيع التعامل مع مختلف السياح.

2-6 المركب العلاجي أو الحمام المعدني: [12]

هو مرفق يعمل على تحقيق الراحة والاستجمام والعلاج الصحي، يتكون من مجموعة الخدمات الطبية والفندقية والاجتماعية التي تكون تحت تصرف المستهلك وتعمل على العلاج بالمياه الساخنة أو الحارة.

2-7 استخدامات المياه المعدنية الحموية: [13]

تستخدم المياه المعدنية في العديد من العلاجات نذكر منها ما يلي:

- الأمراض الجلدية: الصدفية، الحرب، الاكزيما المزمنة وبعض أنواع الحساسية، كما انها تشكل عاملا هاما في تنشيط الجلد ومهامه الحيوية.
- أمراض المفاصل: الامراض الروماتيزمية والالتهابات المفصلية المزمنة.
- الجهاز التنفسي: توسيع الشعب الهوائية والقضاء على النزلات الصدرية، والتهاب الجيوب الانفية، الشروحات بأنواعها المختلفة خاصة المزمنة منها.
- الدورة الدموية: تنشط الدورة الدموية وخاصة مناطق الأطراف مما يعيد الحيوية والنشاط الى الجسم، اضطراب الدورة الدموية وخاصة مناطق الأطراف.
- العضلات: المساعدة على الاسترخاء والشلل بأنواعه وخاصة العضلي منه، الالتهاب العضلي الليفي وتقلص العضلات.

[12]: الموقع الالكتروني: www.radioalgerie.dz
[13]: أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، سنة 2016، ص 237

- الجهاز العصبي، الالتهاب العصبي، اضطراب وظائف الجهاز العصبي بصفة عامة، ألام الجهاز العصبي.
- تأثيرات مختلفة: تنشيط افراز الغدد، علاج الاجهاد العصبي والجسدي والنفسي، ارتفاع ضغط الجسم، تصلب الشرايين، التخلص من الحصى في المسالك البولية، استعادة الحيوية والنشاط العام والوقاية من الامراض.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تناولناه في هذا الفصل من مفاهيم وأسس متعلقة بالسياحة عامة والسياحة الحموية خاصة يتبين بأن للسياحة مكانة هامة وهذا نظرا لما تكتسيه من دور فعال في جميع المستويات سواء المستوى الاقتصادي، الاجتماعي الثقافي أو البيئي. فتتنوع السياحة تبعا لتنوع الاحتياجات والرغبات المختلفة، كما رأينا أن صناعة السياحة تتطلب وجود عناصر أساسية، وهذه العناصر جميعا إذا عولجت بالشكل الصحيح من شأنها أن تكون قادرة على تقديم منتج سياحي قادر على المنافسة في الأسواق العالمية. مرورا الى السياحة الحموية التي تعد نوع من أنواع السياحة والتي تنشط في الجزائر بشكل واضح نظرا لتعد المنابع الحموية بها والدور التي يلعبه هذا النوع من السياحة من خلال العلاج الطبيعي الذي يعتمد على المياه المعدنية الحرارية المستخدمة في علاج العديد من الامراض او التخفيف من الالام أو الاوجاع كما تعتبر الحمامات المعدنية أيضا مقاصد للترفيه والاستجمام.

الفصل الثاني:

أساليب دعم وتطوير السياحة الحموية.

مقـدمــة:

ان عملية تطوير السياحة ليست بالخطوة السهلة في أي بلد، ومع ذلك فان أي مكان يتمتع بالمقومات والمؤهلات اللازمة يمكن تنمية السياحة بداخله، وذلك بالاعتماد على أدوات وأساليب تساهم في تطويرها والنهوض بها ما يؤدي الى تحقيق ازدهار النشاط السياحي فيه.

لذا سنتطرق في هذا الفصل الى مجموعة من أساليب وأدوات تطوير السياحة عامة والسياحة الحموية على وجه الخصوص، كمختلف المؤسسات والمخططات التي تعتمد عليها الجزائر في دعم هدا القطاع، الترويج السياحي، التسويق الابتكاري السياحي، الاستثمار السياحي وغيرها من الأساليب.

1-المنظمات والمؤسسات الدولية لدعم السياحة الحموية:

تلعب المنظمات والمؤسسات الدولية السياحية دورا مهما في تنمية السياحة وتطويرها بحيث تسعى الى ترقية النشاط السياحي وحتى تفعيل دوره في الاقتصاد، هناك العديد من المنظمات نذكر منها:

1-1 المنظمة العالمية للسياحة: (UNWTO) [1]

المنظمة العالمية للسياحية مؤسسة دولية متخصصة تابعة لمنظمة الأمم المتحدة التأسيس المنظمة في 27 سبتمبرعام1970.تهتم بتشجيع السياحة المسؤولة والمستدامة وجعلها في متناول الجميع. وتضم في عضويتها 157 بلدا عضوا فاعلا، إضافة الى ستة بلدان كأعضاء مشاركين، وأكثر من 480 عضوا منتسبا يمثلون القطاع الخاص والهيئات السياحية المحلية وجمعيات المجتمع المدني.

الصورة رقم 1: توضح شعارUNWTO

المصدر: ويكيبيديا

1-2 منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والاسفار (MAMTTA): [2]

تم إعلان قيامها رسميا في سوق لندن السياحي في نوفمبر عام 1995. يوجد مقرها الرئيسي في تونس حيث أن من أهم أهدافها:

- ✓ رفع مستوى الأداء بالنسبة للعاملين في قطاع السياحة.
- ✓ إنشاء مجلة متخصصة عن السياحة.
- ✓ الاهتمام بتشجيع السياحة بين دول المنطقة.

[1]: ويكيبيديا.
[2]: ويكيبيديا

1-3 المجلس العالمي للسفر والسياحة: (WTTC)

المجلس العالمي للسفر والسياحة هو منظمة دولية متخصصة في النشاط السياحي، المجلس عبارة عن تحالف عالمي من 68 من كبار صناع القرار في كل قطاعات صناعة السياحية والسفر على مستوى العالم في فروع النقل والاعاشة والترويج والخدمات السياحية. يهدف الى اقناع الحكومات بالأهمية الاقتصادية والاستراتيجية والعمالة، وإزالة الحواجز التي تعرقل نمو النشاط السياحي بالتعاون مع الحكومات والوكالات.

الصورة رقم 2: توضح شعار WTTC

المصدر: ويكيبيديا

1-4 الاتحاد الدولي لمكاتب السياحة: (FIAF) [3]

يعتبر من أقدم الهيئات السياحية الرسمية، تأسس عام 1925 ومركزه الحالي مدينة بروكسل ببلجيكا والغرض من انشائه هو دراسة وتسهيل حركة السفر والسياحة في العالم والعمل على ازدهار حركة السفر بكافة وسائل النقل وتجميع الهيئات السياحية المختلفة بغية الوصول الى تنسيق الجهود وتبسيط إجراءات التنفيذ اللازمة لازدهار حركة السياحة والسفر الدولي.

1-5 اتحاد النقل الجوي الدولي: (IATA)

تأسست في أعقاب الحرب العالمية الثانية بالتحديد في 19 أفريل 1945، كانت أهم أهداف المنظمة العمل على ضمان سرعة الحركة (النقل) بين مختلف البلدان بأقل الأسعار، ضمان وامن وسلامة الركاب

[3] https://books.makktaba.com/2012/01/book-companies-organization-of-tourism.html?m=1

والطائرات وكدا دراسة وتحديد أسعار السفر بالطائرات أجور الشحن.

الصورة رقم 3: توضح شعار IATA

المصدر: ويكيبيديا

1-6 الجمعية الامريكية لوكالات السياحة والاسفار: (ASTA)[4]

من اكبر التجمعات السياحية التي تضم وكالات السياحة والسفر في العالم، وذلك لكبر عدد أعضائها الذي يصل الى 23 ألف وكالة سفر لنفودها وتأثيرها الكبير على حركة التدفق وانتقال السائحون الى عدد كبير من دول العالم. من أهم أهدافها :

- ✓ توضيح الصورة الطيبة للنشاط السياحي.
- ✓ وضع الضوابط والمعايير الخاصة بأخلاقيات مهنة العمل السياحي.
- ✓ تقديم البيانات والمعلومات الخاصة بالنشاط السياحي.
- ✓ الاهتمام بتعليم وتدريب العاملين في النقل السياحي.

2- هياكل دعم السياحة الحموية في الجزائر :

2-1 وزارة السياحة والصناعات التقليدية:

هي أعلى سلطة في القطاع السياحي، تأسست بموجب المرسوم التنفيذي رقم 474/63 المؤرخ في 1963/12/20. توالى على رأسها العديد من الوزراء كان اخرهم حسن مرموري في الحكومة الحالية حكومة

[4]: https://books.makktaba.com/2012/01/book-companies-organization-of-tourism.html?m=1

جراد، حيث تغير اسمها الى وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي.

اوكلت للوزارة مجموعة من المهام متمثلة في التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري وتوجيهه وترقيته، تجسيد السياسة التنموية السياحية والسهر على مراقبته، انجاز المخططات التنموية في مجال السياحة.

2-2 الديوان الوطني للسياحة: (ONT) [5]

هو مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يعد الديوان الوطني للسياحة أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتصور وتحقيق ترقية السياحة ودراسة السوق والعلاقات العام. أنشا بمرسوم تنفيذي رقم (214/88) المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 المتضمن انشاء الديوان الوطني للسياحة وتنظيمه.

يهدف الى مجموعة نقاط نذكر منها:

- ✓ إعطاء صورة سياحية جزائرية جديدة للعالم.
- ✓ رد الاعتبار للثروات السياحية.
- ✓ تحقيق التوازن بين العرض والطلب على مستوى مختلف الأسواق.
- ✓ تطوير السياحة الخاصة بأصحاب الدخل المتوسط والمرتفع.
- ✓ التحسين بالمحيط السياحي.

2-3 الديوان الوطني الجزائري للسياحة: (ONAT) [6]

يعد أول مؤسسة سياحية أنشأت في الجزائر بموجب الأمر (27/62) المؤرخ في 1962/08/25، حيث يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بشخصية معنوية واستقلال مالي. كان الديوان

[5]: https//www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/legislation.Tourisme.php!cptD=0&

[6]: أ.بليه لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة حول السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر يوم 30 نوفمبر 2016 بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد باديس-مستغانم.

مكلف بتسيير المرافق السياحية الموروثة عن الاستعمار الفرنسي، كما كلف بمجموعة مهام نذكر منها:

- ✓ التشاور مع السلطات العمومية حول المسائل السياحية والدعاية السياحية والحمامية.
- ✓ تحضير والسهر على تطبيق النصوص التنظيمية للنشاطات السياحية، لاسيما النصوص المتعلقة بالفندقة والمؤسسات الحمامية والنقابات ووكالات السفر والمراكز السياحية.
- ✓ ترقية بكل الوسائل وتطوير السياحة الحمامية والتجهيز الفندقي.

2-4 المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية: (ENET) [7]

هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم (94/98) في 1998/03/10. تختص هذه الهيئة في تحليل واعداد المخططات التهيئة بما في ذلك تقدير حجم الإمكانيات السياحية للبلاد قصد استغلالها والمحافظة عليها، كما تتولى هذه المؤسسة ما يلي:

- ✓ دراسات التهيئة السياحية والحمامية.
- ✓ الدراسات الخاصة بتحديد القدرات السياحية وتنميتها.
- ✓ مراقبة ومتابعة المنشآت السياحية والمرافق الفندقية والحمامية وجر المياه المعدنية ومعاينتها.
- ✓ إنشاء بنك المعلومات الخاصة بالتهيئة السياحية وتنميتها.
- ✓ انشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية.

2-5 الوكالة الوطنية لتنمية السياحة: (ANDT) [8]

مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية، والاستقلال المالي. أنشا بموجب

[7]: أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، قالمة جوان 2016، ص177.
[8]: أسماء خليل، مصدر سبق ذكره، ص177.

المرسوم التنفيذي رقم (70/98) المؤرخ في 1998/02/21 والمتضمن إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحية وتحديد قانونها الأساسي.

تتكلف الوكالة بتنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية حيث تتكلف أيضا ب:

- ✓ اقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية وتقوم بدراسات التهيئة الضرورية.
- ✓ تقوم بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.
- ✓ تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي وحول منابع المياه المعدنية.
- ✓ تقوم بكل اعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها.

2-6 النادي السياحي الجزائري: (TCA) [9]

تأسس في أكتوبر 1963 تم وضعه تحت وصاية وزارة السياحة سنة 1971. أصبح متعامل اقتصادي من خلال النشاطات التي يقدمها في ميدان الترفيه والتخييم وخدمات السفر والعمرة والحج.

2-7 المديريات السياحية:

المديريات تلعب دورا مهما على المستوى المحلي مسؤولة على مراقبة النوعية والتهيئة الخاصة بالسياحة ومنح رخص الاستثمار ومحاولة مراقبة ومتابعة المشاريع وتطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القانون، حيث تتمتع المديريات على المستوى المحلي بصلاحيات هامة، تجعلها قادرة على تشجيع السياحية والنهوض بها. خاصة في الولايات السياحية سواء كانت ساحلية او صحراوية، وهذا إذا قامت بالأدوار الموكلة اليها على أحسن وجه.

[9]: أ. بليه لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة حول السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر يوم 30 نوفمبر 2016 بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد باديس-مستغانم.

من أبرز هاته المديريات هي مديرية الحمامات المعدنية والنشاطات الحموية والتي بدورها تضم مديريتان فرعيتان هما:

- المديرية الفرعية لتأطير نشاطات ومهن وحرف الحمامات المعدنية.
- المديرية الفرعية لتثمين استعمال المياه الحموية.

2-8 المتعاملون السياحيون الخواص:

أ **وكالات السياحة والاسفار:** عرفها القانون رقم (99-06) المؤرخ في 1999/04/04 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والاسفار" هي كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو حمامية كل أنواع الخدمات المرتبطة بها.

حيث تعتبر من أهم المتعاملين الاقتصاديين في قطاع السياحة نظرا لدورها الفعال في الحصول على التمويلات والخبرات الأجنبية وتحسين مستوى الخدمات بالإضافة الى خلق مناصب شغل وروح المنافسة بين الوكالات المحلية والأجنبية.

ب **الجمعيات السياحية:** تلعب الجمعيات السياحية دورا مهما في نشر الثقافة السياحية والقيام بعملية التوعية للمجتمع بأهمية السياحة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية، فبالرغم من كل ما سبق لا يزال هناك عدد قليل من الجمعيات الناشطة في القطاع السياحي.

من أهم الجمعيات الناشطة:

- الاتحادية الوطنية لوكالات السفر.
- جمعية ترقية السياحة المعدنية.
- الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة.
- جمعية المناطق المعدنية لولاة سعيدة.

2-9 مؤسسات التكوين السياحي: [10]

أ **المدرسة الوطنية العليا للسياحة:** هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم (94-255) المؤرخ في 17 اوت 1994، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم (98-104) في 31 مارس 1998. موضوع تحت الوزارة المكلفة بالسياحة. يقع مقره في الجزائر العاصمة.

تتولى هذه المدرسة وفي إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والفندقة والحمامات المعدنية العديد من المهام نذكر منها:

- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين في السياحة والفندقة والحمامات المعدنية، وتقوم بتكوينهم المستمر وتجديد معلوماتهم.
- تشارك في مختلف الدراسات التي تنجر بالاتصال مع مختلف المؤسسات الوطنية أو الدولية التي لها علاقة بتطوير السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
- تتصور برامج ارشادية في تقنيات السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
- تقدم تكوينا عاليا متخصصا في الدراسة الجامعية والدراسات العليا في مختلف موارد السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.

ب **المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية:** هي مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم (94-256) المؤرخ في 17 أوت 1994، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم (02-455) المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، وهو موضوع تحت وصاية الوزارة المكلفة بالسياحة. يقع مقره بـ تيزي وزو.

يتولى المعهد في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والفندقة والحمامات المعدنية ما يلي:

- تكوين تقنيين سامين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة

[10]: أ.أبليه لحبيب، مصدر سبق ذكره.

والحمامات المعدنية وتجديد معلوماتهم وتكوينهم المستمر.

- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة والفندقة والحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة.

ج **معهد الفندقة والسياحة:** مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تم انشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم (94-257) المؤرخ في 17 أوت 1994. المعهد موضوع تحت وصاية الوزارة المكلفة بالسياحة، حيث يقع مقرها في بوسعادة.

يتولى المعهد مجموعة أهداف نذكر منها:

- تكوين تقنيين في مختلف مهن السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
- تكوين جميع الأسلاك الأخرى التابعة للمهن الضرورية لنشاط السياحة والفندقة والحمامات المعدنية.
- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة والفندقة والحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة.
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة والفندقة والحمامات المعدنية وتجديد معلوماتهم وتكوينهم المستمر.

3-المخططات التنموية لدعم السياحة الحموية في الجزائر:

الجزائر كغيرها من الدول حاولت بعد الاستقلال النهوض بقطاعها السياحي من خلال العديد من المخططات والاستراتيجيات التنموية، فقد توالت مخططات وبرامج عديدة خلال تلك الفترة وحتى الان، فمن أبرز المخططات التنموية سارية المفعول في الوقت الحالي نذكر:

3-1 مخطط التنمية السياحية لـ 2025: (SDAT)

يعتبر المخطط جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT والمصادق عليه بمقتضى القانون (10-02) المؤرخ في 2011/06/29 .فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لا يقتصر على كونه

إطارا مرجعيا تتطور ضمنه المسارات العمومية والخاصة الى غاية سنة 2030 انما يرسم برنامجا لتطوير السياحة الجزائرية وترقيتها من أجل ادراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر لوجهة سياحية ودعم مكتسباتها الطبيعية والثقافية عن طريق الاستثمار وجودة العرض

يتكون التقرير العام للمخطط من ستة كتب:

1) الكتاب الأول: تشخيص السياحة الجزائرية.
2) الكتاب الثاني: الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية في المخطط الاستراتيجي.
3) الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية لامتياز، القرى السياحية لامتياز.
4) الكتاب الرابع: تنفيذ مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (المخطط العملياتي).
5) الكتاب الخامس: المشاريع السياحية ذات الأولوية.
6) الكتاب السادس: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.[11]

الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:[12]

- ✓ جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل لقطاع المحروقات.
- ✓ ضمان إشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الاشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة.
- ✓ توفيق بين الترقية السياحية والبيئة.
- ✓ تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني.
- ✓ تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.

ويتركز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات هي:

- ✓ تثمين الوجهة الجزائرية لزيادة جاذبية وتنافس الجزائر.

[11]: أسماء خليل، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، قالمة جوان 2016، ص199.
[12]: أ. مرغاد سناء، د. قطاف فيروز، أ. د. رابح خوني: دور المؤسسات السياحية في ترويج للمنتج السياحي في الجزائر دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 49، ص338.

- ✓ تطوير الأقطاب والقرى السياحية المتميزة من خلال ترشيد الاستثمار والتنمية.
- ✓ نشر مخطط جودة السياحة (PQT) لتطوير التميز في العروض السياحية والوطنية بإدماج التكوين من خلال الارتقاء المهني والتعليم والانفتاح على تكنولوجيا الاعلام والاتصال مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- ✓ مخطط تمويل السياحة.

3-2 مخطط تنمية السياحة: [13]

نظرا لما تتوفر عليه الجزائر من موارد وثروات حموية والطلب المتزايد والمتنوع على هذه الشعبة السياحية لمختلف شرائح المجتمع، تم انشاء مشروع استراتيجية تنمية وتطوير السياحة الحموية في الجزائر والذي انبثق عنه اعداد مخطط تنموي لهذه الشعبة السياحية على المدى القصير، المتوسط والبعيد من خلال تحديد الأهداف والمحاور والعمليات ذات الأولوية، وفقا لمستوى أهميتها وضرورة إنجازها مع تحديد الشركاء لتنفيذها.

تم وضع مشروع المخطط التنموي للسياحة الحموية بتبني استراتيجية نظرا لـ:

- ✓ مسعى والإدارة القوية للدولة لتنويع الاقتصاد الوطني من خلال عدة قطاعات لاسيما قطاع السياحة.
- ✓ كون السياحة الحموية لا تتسم بالموسمية كباقي المنتوجات السياحية الأخرى.
- ✓ توافق البعد الطبيعي للسياحة الحموية ومبادئ التنمية المستدامة.

3-2-1 منهجية تطوير السياحة الحموية:

أ إعطاء الأولوية للسوق الوطنية:

- ✓ ضمان الديمومة الاقتصادية من خلال تطوير الخبرة ونوعية المنتوج الحموي.
- ✓ تحقيق الديمومة الاقتصادية، يؤدي تلقائيا الى انفتاح المنتوج الحموي على الأسواق الخارجية.

ب تطوير السياحة الحموية حول محورين رئيسيين:

[13] https://www.mtatf.gov.dz/؟page-id=7290&lang=arplan

- ✓ **الصحة:** من خلال تحديد طموح قوي، أهداف وإجراءات جديدة.
- ✓ **الترفيه:** بفتح نشاط حموي على مجالات أوسع من الممارسات الترفيهية.

3-2-2 وضع مخطط تنمية السياحة الحموية:

تم وضع هذا المخطط وفقا لـ:

- ✓ صياغة استراتيجية واضحة حول السياحة الحموية العلاجية والترفيهية وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.
- ✓ تشخيص عناصر القوة، الضعف، الفرص والتهديدات السياحة الحموية.
- ✓ تحديد الأهداف، التوجهات والمحاور الاستراتيجية.
- ✓ اقتراح برنامج عمل لتنمية السياحة الحموية وفقا لسيناريوهات استراتيجية وتطوير الشعب الحموية على المدى القصير(2016-2020)، المتوسط (2021-2025) والبعيد(2026-2030).

يعتمد هذا المخطط التنموي على 5 توجهات استراتيجية:

1) التوجه الأول: تعريف وإحصاء وحماية الموارد الحموية.
2) التوجه الثاني: تطوير العرض الخاص بسياحة الصحة والترفيه.
3) التوجه الثالث: وضع أسس وقواعد هيكلة الشعبة الحموية.
4) التوجه الرابع: جعل من السياحة الحموية أداة حقيقية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية.
5) التوجه الخامس: جعل السياحة الحموية واضحة أكثر من خلال تحديد استراتيجية اتصال وترويج مختصة في هذا المجال.

3-3 مخطط جودة السياحة الجزائر: [14]

[14] : http://www.dtatissemsilt-38.com/qualite.php

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم سواء وطنيين كانوا أو أجانب .

تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع مهنيي القطاع ومن أجلهم طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

- ✓ تأسيس العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائرية".
- ✓ تدعيم كفاءات الموارد البشرية.
- ✓ تنظيم الأنشطة السياحية.
- ✓ تحديث البنى التحتية.

3-3-1 أهداف مخطط جودة السياحة الجزائر:

يهدف مخطط جودة السياحة الجزائرية لما يلي:

- ✓ دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية.
- ✓ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني.
- ✓ تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية.
- ✓ خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب.
- ✓ إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها، وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل، والتحديث، والتوسيع والتكوين.
- ✓ ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية " جودة السياحة الجزائرية" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

4-الترويج السياحي:

4-1 تعريف الترويج السياحي:

يعرف الترويج بانه نظام اتصال متكامل يقوم على نقل معلومات عن سلعة او خدمة بأسلوب اقناعي الى جمهور مستهدف من المستهلكين[15]، حيث يتكون المزيج الترويجي للسياحة الحموية من مجموعة الأدوات والتي بدورها تسعى الى تحقيق أفضل ترويج لهذا النوع من السياحة. وينبغي عند ترويج السياحة الحموية مراعاة الخصائص التي يتميز بها هذا المقصد، أهمها:

- ✓ السياحة الحموية سياحة غير موسمية، تمارس على مدار أيام السنة.
- ✓ ارتباط السياحة الحموية بالمكان (جغرافية النشاط السياحي).
- ✓ السياحة الحموية متاحة لمختلف الفئات العمرية من الجنسين.
- ✓ خدمات السياحة الحموية غير قابلة للتخزين وبالتالي لا يمكن تعويضها.

4-2 أدوات الترويج السياحي:[16]

4-2-1 الاتصال الشخصي: او ما يسمى البيع الشخصي السياحي، يعرف بانه عملية اتصال مباشر بالمستهلك السائح ليعرفه بالمنتج واقناعه بالشراء بحيث له أهداف نوعية وكمية.

4-2-2 الإعلان السياحي: يعرف بانه الوسيلة الغير شخصية التي تهدف الى التأثير المباشر في وجدان وعواطف ومدركات السياح وتوجيه سلوكهم السياحي نحو التعاقد على برنامج معين او على خدمات معينة. تتعدد وسائل الإعلان السياحي ونذكر منها:

- الأنترنت.
- الفضاءات التلفزيونية.
- الصحف والمجلات.
- الوكالات السياحية.

---

[15] : http://www.ouarsenis.com/vb/showthe.php?t=477 87

[16]: أ. مرغاد سناء، د. قطاف فيروز، أ. د. رابح خوني: دور المؤسسات السياحية في ترويج للمنتج السياحي في الجزائر دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 49، ص 332.

4-2-3 الدعاية السياحية: تتمثل الدعاية السياحية في الأفلام والصور والهدايا التذكارية المعبرة عن واقع الموقع السياحي والهدف من ذلك ترك واقع إيجابي في نفوس السياح.

4-2-4 العلاقات العامة: تعرف على أنها نشاط مخطط يهدف الى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين الرفق والسائح سواء كان خارجيا ام داخليا من خلال سياسات وبرامج. ترتكز العلاقات العامة على تنمية أواصر التعاون بين كافة المؤسسات وحتى الدول ذات الصلة بالموضوع السياحي، وهذا ما قد يكون له دور في تشجيع الطلب السياحي سواء الداخلي او الخارجي.

4-2-5 تنشيط المبيعات: هي مجموعة النشاطات التسويقية التي تهدف الى تنشيط عملية الشراء لدى السياح وفعالية البيع لدى البائع والمقصود بالبائع إدارة المرفق السياحي. من وسائل تنشيط المبيعات ما يلي:

- المعارض، المؤتمرات، المهرجانات والندوات السياحية والغير سياحية.
- الهدايا (هدايا ترويجية، هدايا تذكارية) يراعى فيها كتابة اسم المنتج ورقم الهاتف ومكان تواجده.
- العروض الخاصة: تشمل تخفيض الاسعار، مسابقات، هدايا مجانية، مكافآت...الخ.

5-الاستثمار السياحي:

تشير التقارير المعدة من قبل الهيئات المختلفة حول مناخ الاستثمار في الجزائر على أنه يبقى بعيدا عن طموحات الاقتصاد الجزائري والسير الى الامام نحو التنمية الاقتصادية من خلال إزالة العراقيل والحواجز التي تعترض الاستثمار، حيث يشير التقرير المشترك بين اللجنة الأوروبية والمكتب الأمريكي تلومبرغ الدي كشف عن جملة من العراقيل التي تقف أمام الاستثمار في الجزائر اد أكدت معظم الآراء الى وجود عقبات كبيرة أمام تدفق الاستثمارات في الجزائر[17]. لهذا يجب على الدولة تشجيع الاستثمار السياحي حيث يمثل هذا الأخير عصب التنمية:

- توفير نظام تأمين الاستثمارات.
- توفير أدارة مناسبة للاستثمارات السياحية.

[17]: أ لرزقي بشرى، معوقات التنمية السياحية في ولاية سعيدة مديرية السياحة والصناعة التقليدية نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة سنة 2018، ص30.

- التركيز على البنى التحتية.
- غزالة العوائق امام المستثمرين.

5-1 تعريف الاستثمار السياحي: [18]

الاستثمار كمصطلح يعني توظيف الأموال وتخصيصها في المجالات والفرص الاستثمارية، ويعتبر الاستثمار السياحي من بين أهم مجالات الاستثمار، ويقصد به أن يوجه المستثمر سواء كان من داخل أو خارج الوطن جزء أو كل أمواله نحو الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة داخل البلد.

5-2 متطلبات الاستثمار السياحي: [19]

5-2-1 تخصيص الأراضي: يجب تخصيص وتحديد وجهات سياحية محددة تملك مقومات مناسبة للنمو السياحي مثل الوجهات السياحية، الجبلية، التراثية، الثقافية وغيرها.

5-2-2 التطوير السياحي: ربط التطوير السياحي بمحفزات استثمارية تساعد على توجيه الاستثمارات للقطاع السياحي.

5-2-3 البنية التحتية: حيث أن أهم نقطة في النمو السياحي هي توفير الخدمات العامة (كهرباء، مياه، اتصالات) وبجودة عالية.

5-2-4 سهولة التوصيل: تتمثل في توفير خدمات النقل الجوي المناسبة والكافية والتي تغطي حجم الطلب وتوفير طرق برية آمنة مع توفير اللوحات الارشادية اللازمة والكافية.

5-2-5 إجراءات التراخيص النظامية: من المهم توضيح وشفافية الأنظمة والتقليل من كثرة الإجراءات التي تقود للتراخيص والحد من انتشار البيروقراطية وإيجاد آليات لتوحيد تعامل الجهات المختلفة مع الاستثمارات السياحية (فمثلا بالنظر الى الواقع الذي يكشف ان الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر من خلالها الى أداء 14 مرحلة كاملة قبل الوصول الى إنشاء مؤسسته[20])

---

[18]: ويكيبيديا.

[19]: بالصحراوي فاطنة، دور حديقة اكوابالم بسكرة في التنمية المحلية والإقليمية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص عمران وتسيير مدن، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2019، ص 28.

[20]: لرزقي بشرى، معوقات التنمية السياحية في ولاية سعيدة مديرية السياحة والصناعة التقليدية نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة سنة 2018، ص34.

6-الابتكار التسويقي السياحي:

6-1 تعريف التسويق السياحي: [21]

يعرف بانه كافة الجهود والأنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها وأجهزتها المختلفة التي تهدف الى اشباع اذواق المتلقين الراغبين في السياحة وبشتى الصور.

6-2 أهداف التسويق السياحي:

- تحقيق الأرباح والنمو للمؤسسات السياحية.
- إرضاء السياح واشباع حاجتهم من العلاج، الترفيه، والمتعة.
- مجابهة المنافسة باتباع الاستراتيجيات التنافسية الناجحة.
- الاستغلال الأمثل للموارد السياحية، وتنمية اقتصاديات البلدان السياحية.

6-3 الابتكار التسويقي السياحي:

هو عملية تنمية وتطبيق الأفكار والأساليب الجديدة في الممارسات التسويقية والتي تظهر من خلال الأفعال المميزة في جوانب الأداء التسويقي وتقديم كل ما هو مبدع ومبتكر فيه.

6-4 جوهر الابتكار التسويقي السياحي:[22]

6-4-1 الابتكار في المنتج: يمكن ان نعبر عن المنتج السياحي بالتجربة التي يعيشها الزائر أثناء سياحته، حيث تكون عملية التطوير في هذا المجال من خلال ظهور منتجات سياحية جديدة وبصفة مستمرة ودائمة ما هو الا ترجمة لأذواق السياح المتغيرة والمواكبة لكل ما هو حديث ومطلوب، والتحسين في منتجات أخرى قائمة ما هو إلا تمديد لفترة بقائها.

6-4-2 الابتكار في السعر: الابتكار في السعر هو محاولة المُنتِج عرض منتوجاته السياحية بأسعار معقولة وبطريقة متميزة تغري السائح وتدفعه الى تجربة ما عرض عليه.

---

[21]: محمد عبيدات، التسويق السياحي (مدخل سلوكي)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2005، ص18.

[22]: د. ربيعة حملاوي، م. أ حسين سالم: الابتكار التسويقي في تنشيط السياحة الحموية بالجزائر، دراسة ميدانية لآراء عينة من زوار الحمامات المعدنية في ولاية سعيدة، ص79، مقالة منشورة على الموقع التالي: https://www.asjp.cerist.dz

6-4-3 الابتكار في الترويج: الترويج الابتكاري هو عملية اختيار وانتقاء الرسائل الاتصالية الدالة والمدروسة التي تكون العلاقة الإيجابية بين المروج والمروج له بطريقة جذب ذكية مميزة سواء كان ذلك من خلال الإعلان، العلاقات العامة، تنشيط المبيعات او البيع الشخصي.

6-4-4 الابتكار في التوزيع: إن خاصية اللاملموسية للمنتج السياحي جعلت من بعد التوزيع في هذا المجال نطاقا ضيقا محصورا في مكان أداء الخدمة كون أنها عملية انسيابية بين المستهلك والمنتج الا من خلال ما تجسده وساطة الوكالات السياحية والفروع التابعة لها، فتقديم الخدمة السياحية في أفضل الأماكن يعتبر من اهم استراتيجيات التوزيع الابتكاري.

6-4-5 كفاءة ومهارة مقدم الخدمة: مقدم الخدمة له أثر مباشر على إدراك السائح فصورة ومستوى أداء الخدمة هو مربوط بمدى فعالية ومهارة سلوك مقدم الخدمة التي يجب ان تتوفر فيه ميزات أخرى على غرار الكفاءة والاحترافية من سعة البال والخاطر وحسن التعامل ومحبة المهنة وحب خدمة السائح.

6-4-6 تطوير وتحديث بيئة العمل: يتجسد هذا من خلال توفير مناخ عمل تفاعلي محكم وجيد والذي يؤكد العلاقة بين اركان الخدمة السياحية.

6-4-7 الابتكار في عمليات تقديم الخدمات: إن ميكانيزمات أداء الخدمة وتدفق النشاطات التي تحدث بين مقدم الخدمة والسائح، ماهي الا ترجمة لعمليات فنية تراعي في الأخير مهمة ورسالة مقدم

الخدمة السياحية بالطريقة والكيفية التي تعبر عن نشاطه وتنفد مشروعه بالطريقة الأنسب والامثل لذلك.

7-الثقافة السياحية:

7-1 تعريف الثقافة السياحية:

تعرف بأنها القيم والاتجاهات والعادات وأشكال السلوك المشتركة بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل الى آخر كما تعرف على انها الابداع الروحاني والفني الذي يبتدعه الانسان لكي يحقق أهدافه التي ترمي الى الكمال وإبراز كيان العالم الذي يعيش فيه.[23]

[23]: هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وافاق تطورها، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود، مالية وبنوك، جامعة الجزائر، سنة 2006، ص 68.

تتطلب السياحية التعامل مع السائح بالصدق والادب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن النفس أولا وعن البلد بشكل عام ثانيا، بالإضافة الى تكوين فرص الاستفادة من التعارف الثقافي بين الشعوب والاقتباس من ثقافة السياح.

للثقافة السياحية ثلاث جوانب، جانب معرفي لان المعلومات والمفاهيم هي أسس المعرفة والبحث، جانب مهاري بحيث ان المهارة في الأداء الذي تعلمه الفرد ويقوم به بسهولة وفهم.

7-2 مؤسسات الثقافة السياحية:[24] ان الثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع بالإضافة للأسرة والمدرسة لان الثقافة السياحية هي عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو مرحلة عمرية مميزة [25]، فمن أبرز المؤسسات التي لها دور هام في خلق القافة السياحية نذكر:

7-2-1 المؤسسات التربوية: من خلال تزويد المتمدرسين بالمعلومات والمفاهيم والمهارات السياحية وادراجها ضمن المناهج الدراسية.

7-2-2 المؤسسات الجامعية: يجب ان لا يقتصر دور الجامعة على اعداد خبراء سياحيين فقط، بل يجب عليها ان تقوم بإعداد مواطنين كثقفين سياحيا من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني.

7-2-3 وسائل الاعلام: من خلال تقديم برامج ثقافية عن المعالم السياحية في البلاد والتوعية والتحسيس للمحافظة عليها، حث المواطنين على السياحة الداخلية وفهم سلوك السائحين وكيفية التعامل معهم، وتزويد قراء الصحف والمجلات بمعلومات مشوقة عم الأماكن السياحية.

8-الامن السياحي: [26]

8-1 تعريف الأمن:

[24]: مرجع سابق ذكره، ص66.
[25]: لرزقي بشرى، معوقات التنمية السياحية في ولاية سعيدة مديرية السياحة والصناعة التقليدية نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة سنة 2018، ص36.
[26]: لرزقي بشرى، معوقات التنمية السياحية في ولاية سعيدة مديرية السياحة والصناعة التقليدية نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة سنة 2018، ص46.

يمكن تعريف الأمن على أنه الجهد اليومي المنظم الذي يصدر عن الدولة لتنمية ودعم أنشطتها الرئيسية، السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية ودفع أي ضرر تهديد بتلك الأنشطة.

8-2 تعريف الأمن السياحي:

فهو عبارة عن حماية صناعة السياحة بكل أنواعها والمنتج السياحي المقدم للسائح وللسائح نفسه وبالتالي توفير الأمن والطمأنينة للسائح مند وصوله الى غاية مغادرته. إذ هناك علاقة وطيدة بين السياحة والامن

فلا يمكن تصور سياحة بلا امن.

تتنوع وسائل وآليات توفير الأمن السياحي من خلال أجهزة الشرطة والشرطة السياحية حيث تعمل هذه الأخيرة على توفيلا ما يلـــي:

- ✓ التنسيق مع وزارة السياحة والاثار ومع القائمين على إدارة فعاليات القطاع السياحي.
- ✓ مراقبة أداء الفعاليات السياحية ومدة مطابقتها للتشريعات والأنظمة.
- ✓ اصدار الأوامر والتعليمات المتعلقة بأمن السياح والمواقع الاثرية.

9-عصرنة قطاع السياحة والاستفادة من التكنولوجيات: [27]

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تخفيض تكلفة انتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع مستوى الترويج السياحي ومن جهة أخرى تعمل على تدنية التكاليف خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال (الاتصال المباشر بالوسطاء والسواح) وتلك المتعلقة بالتوزيع، فطالب الخدمة هو من يسعى لاقتفائها مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة الى خفض حجم العمالة الزائد، ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الحاسب الالي والانترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة.

[27]: بختي إبراهيم، شعوبي محمد فوزي،2010: دور التكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (العدد07)، ص280.

إن السائح الأجنبي يجد راحة أفضل من خلال الحجز، وغيره من الخدمات باستخدام الوسائل الالكترونية فضلا عن إعطاء صورة جيدة عن نوعية الخدمات السياحية المقدمة (في البلد المراد التوجه له).

10-الاهتمام بالصناعة الفندقية:

تعد المؤسسات الفندقية عنصرا أساسيا من عناصر تنمية السياحة إدا ما توفرت الإدارة التي تعمل وفق الأسس والقواعد السليمة في تنظيمها، فقد أصبح وجود الفنادق ضرورة في الحياة المتحضرة في جميع المجالات، إذ اخدت صناعة الفنادق دورا فعالا في نشاط القطاع السياحي وتنميته. [28]

إن المغريات والجاذبات السياحية الطبيعية والبشرية مهما كانت عالية القيمة، تبقى دون قيمة سياحية ما لم تتوافر فيها خدمات الايواء والطعام والشراب، ولهدا لا يجازف الانسان بإقامة رحلة الى تلك المناطق الا بعد تأكده من وجود الفنادق المتميزة فيها.[29]

[28]: سمير خليل شمطو، الإدارة الفندقية بين النظرية والتطبيق، مركز كربلاء للدراسات والبحوث، الطبعة الأولى، بغداد سنة 2014، ص35

[29]: سمير خليل شمطو، مصدر سبق ذكره، ص36.

خاتمـــــــة:

من خلال ما تطرقنا اليه في هذا الفصل، توصلنا الى انه يوجد العديد من أدوات وأساليب تطوير وتنمية ودعم السياحة محلية كانت او عالمية، حيث تعمل بشكل تفاعلي لإحداث تغيير في المشهد السياحي. ويعتمد كل هذا كل هذا على بنية الدولة التحتية التي تعتمد في مجملها على التطور والتقدم التكنولوجي للوصول الى حلول عملية للتطوير بشكل أسرع.

الفصل الثالث:

الدراسة الميدانية

(دراسة المركب الحموي السياحي

سيدي يحي)

مقـدمــة:

بعد التطرق الى أساسيات السياحة العامة والسياحة الحموية خاصة، والى اهم أساليب تنمية وتطوير السياحة الحموية على المستوى العالمي والوطني، سنقوم في هذا الفصل بتقديم عام لمدينة بسكرة وعمل قراءة عامة للسياحة والسياحة الحموية على وجه الخصوص في مدينة بسكرة واهم المؤسسات القائمة في هذا المجال.

وفي الأخير تناولنا دراسة تحليلية ووصفية لعينة دراسة هي المركب السياحي الحموي سيدي يحي، بطاقة تقنية للمركب، هياكل المركب الحموي المتنوعة، مختلف نشاطاته ومميزاته، والاستراتيجيات المتخذة للتطوير السياحي بالمركب الحموي، بالإضافة الى توزيع استمارات على زوار المركب والتي من خلالها تمنا من الوصول الى مجموعة من النتائج والاستخلاصات.

1-التقديم العام لولاية بسكرة:

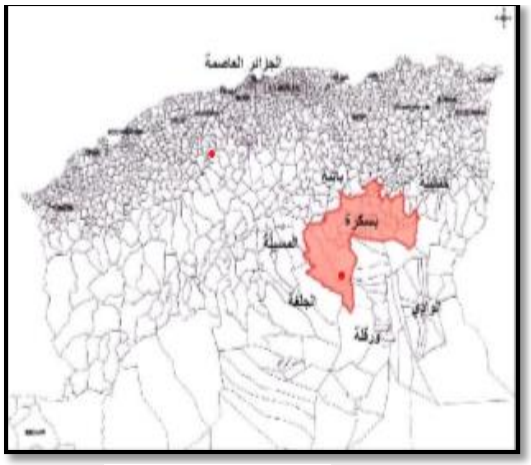
1-1 موقع مدينة بسكرة: [1]

1-1-1 الموقع الجغرافي:

تقع ولاية بسكرة في الجهة الجنوبية الشرقية للجزائر؛ تحت سفوح كتلة جبال الأوراس، التي تمثل الحد الطبيعي بينها وبين الشمال، وتتربع على مساحة تقدر بـ 508,80 21 كلم²، وتضم 12دائرة و33 بلدية ويحدها:

- من الشمال ولاية باتنة.
- من الشمال الغربي ولاية مسيلة.
- من الشمال الشرقي ولاية خنشلة
- من الجنوب ولاية ورقلة.
- من الجنوب الغربي ولاية الجلفة.
- من الجنوب الشرقي ولاية الوادي.

الخريطة رقم (01): توضح الموقع الجغرافي لولاية بسكرة



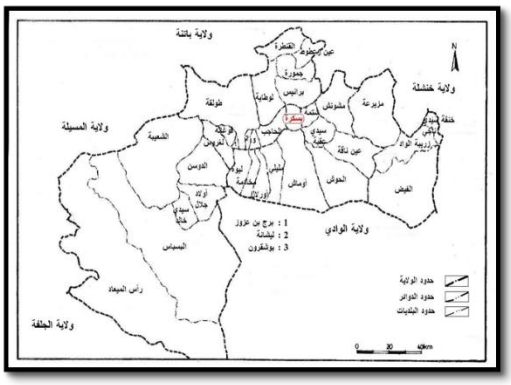
المصدر: ويكيبيديا.

1-1-2 الموقع الاداري:

مدينة بسكرة هي التجمع الرئيسي للولاية، بحيث تقدر مساحتها بـ 12770 كلم² ويحد المدينة:

- من الشمال بلدية لوطاية وبرانيس.
- من الجنوب بلدية أوماش.
- من الشرق بلدتي سيدي عقبة وشتمه.
- من الغرب بلدية الحاجب.

الخريطة رقم (02): توضح الموقع الإداري لبلدية بسكرة



المصدر: مخطط شغل الأراضي 03

[1] مونوغرافيا 2018.

1-1-3 الموقع الفلكي:

تقع مدينة بسكرة على خط 34.48° عرضا شمال خط الاستواء، وخط 5.44° طولا شرق خط غرينتش، وبهذا الموقع تحل مكانا هاما في الشمال الشرقي للصحراء الجزائرية، مما أهّلها لأن تكون همزة وصل بين الشمال والجنوب وكذلك بين الشرق والغرب.

1-2 أهمية موقع ولاية بسكرة:

تعتبر بسكرة من أهم الواحات الكبرى في الجزائر، بحيث تتمتع المدينة بموقع استراتيجي مميز بين مختلف الولايات نظرا لمرور عدة محاور رئيسية تربطها بباقي المدن أهمها محور شمال جنوب "الطريق الوطني رقم 3" والمحور شرق غرب "الطريق الوطني رقم 46" بالإضافة إلى الطرق الوطنية ذات الأرقام: 83، 87، 31. زيادة على المحاور البرية: خط للسكك الحديدية وخط جوي دولي.

1-3 الطبيعة والمناخ:

1-3-1 جيوتقنية منطقة الدراسة:

الطين الموجود في مدينة بسكرة ليس من النوع المنتفخ، كذلك الأرضية غير معرضة لصعود المياه، بالتالي المنطقة صالحة للبناء عدا في الكتل الجبلية منها.

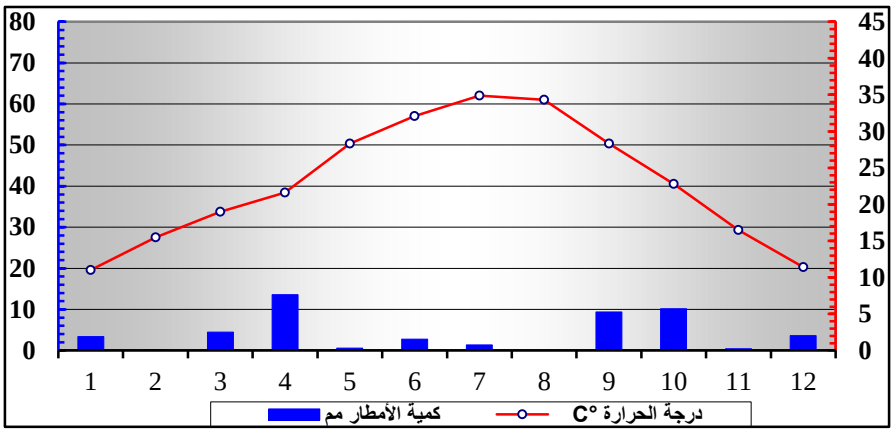
1-3-2 المناخ:

المناخ العام لمدينة بسكرة شبه جاف الى جاف، يتميز بالحرارة الشديدة صيفا تصحبه رياح السيروكو، وبشتاء بارد وجاف.

الأشهر	متوسط درجة الحرارة (°C)	تساقط الامطار (مم)	نسبة الرطوبة	قوة الرياح (م/ث)
جانفي	11	3.4	60	4.9
فيفري	15.5	0.1	48	4.5
مارس	19	4.5	37	4.9
أفريل	21.6	13.6	37	4.3
ماي	28.3	0.6	34	3.7
جوان	32.1	2.8	32	4
جويلية	34.9	1.4	29	3.8
أوت	34.3	0	32	3.2
سبتمبر	28.3	9.4	44	3.3
أكتوبر	22.8	10.2	49	2.6
نوفمبر	16.5	0.4	48	4.1
ديسمبر	11.4	3.6	55	4.1
المجموع أو المعدل السنوي	**23**	**50**	**42**	**3.9**

الجدول رقم (01): العوامل المناخية لولاية بسكرة خلال سنة2018.

المصدر: مونوغرافيا 2018.



الشكل رقم (01): يمثل درجات الحرارة وكمية الأمطار المتساقطة خلال سنة 2018

المصدر: مونوغرافيا 2018.

1-4 الهيكلة الحضرية لمدينة بسكرة:

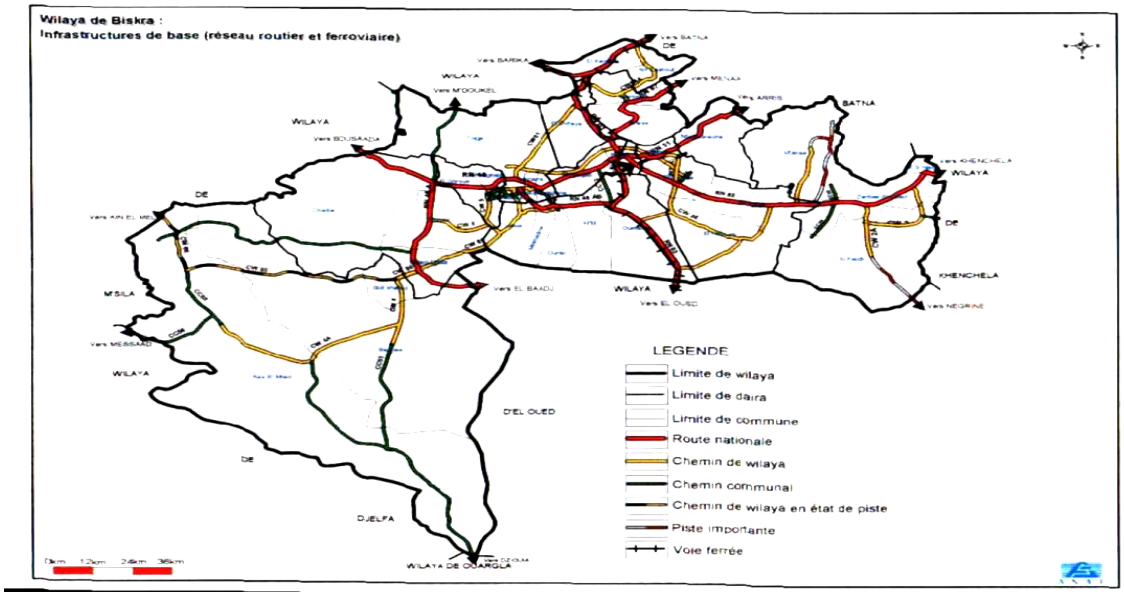
1-4-1 شبكة الطرق:

تقطع ولاية بسكرة خمسة طرق وطنية هي:

- الطريق الوطني رقم (03) الذي يربط الشمال الشرقي بالجنوب الشرقي أي ما بين منطقة سكيكدة واليزي مرورا بـورقلة.
- الطريق الوطني رقم(46): الذي يربط المدينة بولاية مسيلة مرورا ببوسعادة.
- الطريق الوطني (83): الذي يربطها شرقا.
- الطريق الوطني (87): الذي يربط بلدية البرانيس بولاية باتنة.
- الطريق الوطني (78): الذي يربط القنطرة بولاية المسيلة مرورا ببريكة.

تمتد شبكة الطرق على طول 2919.75 كلم تستجيب حاليا بصفة مرضية لمتطلبات حركة المرور ما عدا بعض الطرق الولائية والبلدية.[2]

[2] مونوغرافيا بسكرة 2018.



الخريطة رقم (03): يتمثل شبكة الطرق لولاية بسكرة سنة 2018.

المصدر: مونوغرافيا 2018.

1-4-2 النقل:

يعتبر النقل عنصر أساسي وكفيل بوجود السياحة من عدمها، ينقسم النقل في بسكرة إلى قسمين بري وجوي:

أ **النقل البري** : ويشمل قطاع النقل البري على الخطوط التالية

- **17 خط وطني:** بسكرة الجزائر . بسكرة باتنة . بسكرة خنشلة . بسكرة وهران . بسكرة عنابة . بسكرة قسنطينة . بسكرة سطيف . بسكرة ورقلة . بسكرة حاسي مسعود . بسكرة تقرت . بسكرة المسيلة . بسكرة اليزي . بسكرة الجلفة . بسكرة بشار. بسكرة مستغانم . بسكرة أدرار . بسكرة البليدة .
- **16 خط محلي:** طولقة بسكرة . فوغالة بسكرة . لغروس بسكرة . برج بن عزوز بسكرة . لمخادمة بسكرة . ليوة بسكرة . أوماش بسكرة . القنطرة بسكرة . جمورة بسكرة . سيدي عقبة بسكرة . عين الناقة بسكرة . زريبة الوادي بسكرة . الفيض بسكرة . خنقة سدي ناجي . أولاد جلال بسكرة . سيدي خالد بسكرة . زريبة الحامد بسكرة .

- **15 خط ريفي:** طولقة أورلال . طولقة لغروس . لرأس الميعاد أولاد جلال . طولقة ليوة . زريبة الوادي زريبة حامد . برج بن عزوز طولقة . الفيض زلاريبة الوادي . الشعيبة طولقة . طولقة بوشقرون . صحيرة طولقة . سيدي خالد طولقة . سيدي خالد أولاد جلال . الشعيبة سيدي خالد . الحوش سيدي عقبة . جمورة القنطرة.
- **أما عن الخطوط الحضرية فهي تتوفر على 7 خطوط.**

كما استفاد قطاع النقل البري لولاية بسكرة من إنشاء محطة جديدة لنقل المسافرين، تتربع على مساحة إجمالية بنحو 10 هكتارات. كما تكمل قدرة المحطة في استقبال على ما يزيد مليون مسافر سنويا.

- كما يقدر عدد سيارات الأجرة (تاكسي) 5130 سيارة عاملة على المستوى الولائي.
- بالإضافة الى خط سكة حديدية يقطع الولاية من الجنوب الى الشمال بطول129.13 كلم.

ب النقل الجوي:

يوجد على مستوى ولاية بسكرة مطار واحد، المسمى مطار محمد خيضر وهو مطار دولي، يبعد عن مقر الولاية بـ 15 كلم، تم إعادة تهيئته وتوسيعه ليرقى إلى المستوى المطلوب والأفضل.

2 السياحة في ولاية بسكرة:

2-1 المؤهلات السياحية:

2-1-1 الأعياد والمواسم:

تعتبر الأعياد المحلية والوطنية والدولية المرتبطة بالسياحة فرصة للتذكير وإحياء التراث التقليدي المحلي وإنعاش النشاط السياحي بالمنطقة، ومن بينها:

- عيد الربيع (أواخر شهر مارس).
- مهرجان السياحة الواحاتية بمشونش.
- مهرجان السياحة والفنون التشكيلية بالقنطرة.
- اليوم العربي للسياحة (23 جوان).

2-1-2 المهرجانات والتظاهرات الوطنية:

- عيد التمور
- الملتقى المغاربي للسياحة الدينية.
- المهرجان الدولي للسياحة الصحراوية

2-1-3 المعالم السياحية:

هناك العديد من الأنواع السياحية نذكر أهمها:

أ السياحة الواحاتية:

من خلال واحات النخيل بمنطقة الزاب الغربي(طولقة، فوغالة، الدوسن، لغروس، برج بن عزوز...) واحات الزاب الشرقي(سيدي عقبة، مشونش، والكثبان الرملية ب بلدية الحاجب و المصنفة كمنطقة توسع سياحي مؤخرا.

الصورة رقم (04): توضح واحات النخيل.

المصدر: الانترنت.

ب السياحة الدينية:

إن المؤهلات الثقافية التي تتجلى في مجموعة من المعالم التاريخية و الزوايا التي تظم مخطوطات عريقة تعود إلى ألاف السنين ونذكر منها:

مسجد و ضريح الصحابي الجليل عقبة بن نافع، مسجد و ضريح سيدي خالد، مسجد سيدي مبارك بخنقة سيدي ناجي، ضريح سيدي زرزور ببسكرة.

الصورة رقم (05): توضح معلم ديني.

المصدر: الانترنت.

ج السياحة الترفيهية:

يهدف هذا النوع من السياحة إلى استثمار أوقات الفراغ في المتعة والراحة والحصول على الإشباع النفسي والعقلي ويتجلى في مجموعة من أماكن الترفيه والتسلية أبرزها الحديقة لمائية المنتجع الأكبر في الجزائر وإفريقيا أكوابالم بسكرة.

د السياحة الحموية:

إن التداوي بالمياه المعدنية يعد من التقاليد القديمة التي يعود تاريخها إلى العهد الروماني بولاية بسكرة المعروفة بمياهها الباطنية المعدنية ذات الخصائص المميزة لتصبح وصفة شافية لكل زائر أو مريض.

الصورة رقم (06): توضح منشأ حموي (حمام الصالحين).
المصدر: الانترنت.

2-2 المنشآت السياحية:

2-2-1 المنشآت الحموية:

الجدول رقم (02): المحطات الحموية لمدينة بسكرة.

اسم المؤسسة	اسم المسؤول	الملاحق	المنسوب	درجة الحرارة	العنوان
المركب المعدني حمام الصالحين	صميدة فضيل عبد الرزاق	03 مسابح - 23 غرفة فردية - 05 غرف علاج عصرية - 04 غرف للأشعة فوق الحمراء - كافتيريا+ مطعم	65 ل/ثا	45°م	منطقة التوسع السياحي حمام الصالحين بسكرة
الحمام المعدني البركة (الحاجب)	بن طالب عمار	30 غرفة فردية - غرفتين جماعيتين - مقهى+ مطعم -محل تجاري -جناح خاص بالصناعة التقليدية	40 ل/ثا	52°م	الحاجب
المركب سيدي يحي	طيب الوردي	- فندقين و22 بنقالوه - حمامات معدنية - محلات تجارية -خيمة تقليدية - قاعة حفلات...	25 ل/ثا	40°م	القسم 161 فيض الحمام مجموعة الملكية رقم 33 بلدية بسكرة

المصدر: مديرية السياحة والصناعة

2-2-2 الحضيرة الفندقية:

تتوفر الولاية على مجموعة من الهياكل والمنشآت الفندقية المعتبرة تساعد على تنشيط الحركة السياحية حيث تضم في مجموعها حوالي 24 فندقا منها 03 فنادق مصنفة، بسعة إجمالية تقدر بـ حوالي 1644 سرير.

من بين أهم الفنادق نذكر:

- فندق روايال: بتصنيف نجمة1، بعدد غرف 28 غرفة و57 أسرة.
- فندق الاخوة سلامي: بتصنيف نجمة1، بعدد غرف 24 غرفة و48 أسرة.
- فندق الزيبان: غير مصنف، بعدد غرف 91 غرفة و182 أسرة.
- فندق سيدي يحيى: بعدد غرف 118غرفة و267 أسرة.

2-2-3 الوكالات السياحة:

ينشط على مستوى الولاية 34 وكالة سياحية تساهم وبشكل كبير في ترقية وتنمية النشاط السياحي عبر الولاية. ومن أبرزها:

- نسيب للسياحة والسفر.
- العوالي للسياحة والسفر.
- وكالة زعاطشة للسياحة والسفر.

2-2-4 المطاعم:

تحظى الولاية بمطاعم مصنفة وأخرى غير مصنفة تتميز عن غيرها من المطاعم بطريقة إعدادها المتميز للأطباق الشعبية المتنوعة والمشهورة كالشخشوخة والدوبارة، من أهم المطاعم المصنفة **مطعم فندق الزيبان**، مطعم **فندق حمام الصالحين** ومطعم **مركب سيدي يحيي**.

2-3 أهمية تطوير السياحة الحموية في ولاية بسكرة:

تمتلك الولاية جميع المؤهلات الطبيعية منها والثقافية والتاريخية، بحيث تساعدها هده المؤهلات في تحقيق تنمية سياحية محلية، فإن الثروة الحموية التي تملكها ولاية بسكرة ذات جودة فريدة تؤهلها لان

تصبح قطب من أهم الأقطاب السياحية الحموية العلاجية في الجزائر، وذلك باستغلال المنابع الحموية الغير مستغلة حاليا وخلق مشاريع واستثمارات جديدة لمحطات حموية راقية، وكذلك بتطوير المركبات الحموية التقليدية وتحويلها إلى مركبات عصرية توفر أهم الخدمات التي تجذب السياح واستخدام مستوى عالي من التكنولوجيا.

2-الدراسة الميدانية:

2-1 التعريف بالمركب الحموي -سيدي يحيى-:

الشكل رقم (02): البطاقة التقنية للمركب.

- ✓ **إسم المركب:** المركب السياحي الحموي سيدي يحي.
- ✓ **موقع المركب:** القسم 161 فيض الحمام مجموعة الملكية رقم 33 بلدية بسكرة.
- ✓ **صاحب المركب:** طيب الوردي.
- ✓ **طبيعة المنشأ:** ملك خاص.
- ✓ **تاريخ بداية المشروع:** 2012
- ✓ **بداية تفعيل المشروع:** 17 ديسمبر 2017
- ✓ **نسبة استكمال المشروع:** 70%
- ✓ **المساحة:** 26 هكتار
- ✓ **التصنيف:** (***) 3 نجوم.

المصدر: من اعداد الطالبة.

الصورة رقم (07): شعار المركب الحموي سيدي يحي.

Complexe Touristique Thermal Sidi Yahia

الصورة رقم (08): المركب الحموي سيدي يحي.

المصدر: التقاط الطالبة.

- مركب سيدي يحي ولاية بسكرة مركب سياحي حموي واستثمار يوفر الخدمات الضرورية للزائر. دخل الخدمة واستطاع بفضل تعدد اختصاصاته من استقطاب الزوار والنزلاء من مختلف البقاع أي من خارج وداخل الوطن.
- فكرة المشروع: المنطقة التي تم انشاء المركب على أرضيتها والتي تسمى فيض الحمام كانت سابقا منبع طبيعي أو حمام طبيعي صغير يسع لأهل المنطقة، من ثم جاءت الفكرة لصاحب المشروع، تم استثمار المنطقة وانشاء المركب عليها.
- المركب مجهز بكل ما يحتاجه الزائر وقاصد المكان، في جو عائلي وترفيهي وعلاجي في نفس الوقت. فهو مركب برؤية عالمية يضم فندقين راقيين، شاليهات، قاعات مؤتمرات وحفلات بآخر طراز خيمة أصيلة للمأكولات التقليدية، عيادة التأهيل الحركي والوظيفي، حمامات معدنية، حمامات ساونا، ألعاب مائية وأحواض سباحة لكل الفئات العمرية. وفي انتظار استكمال المشروع والذي يعد أكبر مركب حموي في الصحراء الجزائرية بمميزات وخدمات عالمية راقية سيضم أيضا مجموعة أخرى من الأجنحة العائلية وفندق بحوالي 30 غرفة ومركز تجاري كبير بالإضافة الى بعض المنشآت الرياضية.
- طبيعة مياه سيدي يحي المعبئة بالكبريت تجعل منها وسيلة لعلاج عدة أمراض كالروماتيزم، داء المفاصل، نقص الكالسيوم والكثير، ناهيك عن الاسترخاء ومقاومة التعب.

2-2 هياكل ومرافق المركب الحموي:

الصورة رقم (09): فندق سيدي يحي.

المصدر: التقاط الطالبة.

2-2-1 الإقامة (الايواء): يضم المركب ما يلي:

- فندقين بسعة 306 سرير.
- فندق 3: عبارة عن شقق مجهزة، بغرفة بغرفتين، بثلاث غرف.
- 22 شاليه
- 4 شاليهات تقليدية.

الصورة رقم (10): الغرف الفردية للفندق.

الصورة رقم (11): غرفة بسريرين.

الصورة رقم (12): الغرف بـ3 أسرة .

الصورة رقم (13): الشاليهات .

الصورة رقم (14): غرفة الشاليه .

الصورة رقم (15): غرفة الشاليه.

المصدر: التقاط الطالبة.

2-2-2 الاطعام: يضم المركب:

- أحد أحدث المطاعم الفاخرة(**gastro**)

الصورة رقم (16): تقديم الاكل في المطعم.

الصورة رقم (17): مطعم المركب.

المصدر: التقاط الطالبة.

- خيمة أصيلة للمأكولات التقليدية.

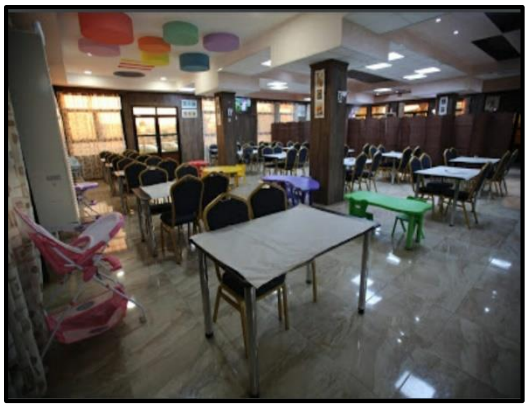
الصورة رقم (18): الخيمة.

الصورة رقم (19): الخيمة من الداخل.

المصدر: التقاط الطالبة.

- بيتزيريا: بسعة 100 شخص.
- مقهى: بسعة 40 شخص.

الصورة رقم (20): بيزيريا المركب.



المصدر: التقاط الطالبة.

الصورة رقم (21): مقهى المركب.

المصدر: التقاط الطالبة.

2-2-3 الحمامات : يضم المركب :

أ- **حمام حموي للرجال:** يحتوي على:

- حمامات فردية حموية.
- مسابح حموية مغطاة.
- صالة حلاقة وتجميل.
- حمامات ثلجية.
- جاكوزي حموي.

ب- **حمام حموي للنساء:** يحتوي على:

- حمامات فردية حموية.
- حمامات حموية مغطاة.
- صالة حلاقة وتجميل.
- حمام بخاري.
- جاكوزي حموي.

الصورة رقم (22) و(23): حمامات المركب.

المصدر: التقاط الطالبة.

2-2-4 هياكل الاستقبال والجذب:

أ- **مركز سبا:** مركز للرجال آخر للنساء، يضم الخدمات التالية:

- خدمة شباب الى الأبد (forever young): مساج+ سونا+ حمام. **السعر:** 3000 دج
  سرير حجري **السعر:** 30 دقيقة بـ 500 دج. تدليك القدمين. **السعر:**300 دج
- خدمة عافية الجسم (body wellness): سونا+ حمام+ تنظيف للجسم. **السعر:** 1200 دج.
- خدمة العناية بالجسم (body care): سونا+ حمام. **السعر:** 1500 دج.
- خدمة الراحة: مساج + حمام. **السعر:** 800 دج.

الصورة رقم (24): غرفة المساج.

الصورة رقم (25): مركز SPA.

الصورة رقم (26): سونا.

المصدر: التقاط الطالبة.

الصورة رقم (27): المسابح.

ب-حوض سباحة:

- مسبح خاص بالأطفال.
- مسبحين للرجال.
- مسبح مغطى للنساء.

المصدر: التقاط الطالبة.

ت-ملحق للأنشطة الترفيهية ومساحات للعائلات:

الصورة رقم (28): حوض البط.

الصورة رقم (29): جلسات عائلية بالمركب.

المصدر: التقاط الطالبة.

ث-ألعاب مائية:

الصورة رقم (30): ألعاب مائية للاطفال

الصورة رقم (31): ألعاب مائية.

المصدر: التقاط الطالبة.

الصورة رقم (32): موقف السيارات.

ج-موقف سيارات: يضم المركب مواقف سيارات مجانية:

المصدر: التقاط الطالبة.

ح-قاعة مؤتمرات وحفلات كبرى:

ءيحتوي المركب على قاعتين (02) للحفلات وقاعة (01) للمؤتمرات بتصاميم عالمية بقدرة استيعاب 750 شخص.

الصورة رقم (33): قاعة الحفلات (1).

الصورة رقم (34): قاعة الحفلات (1).

الصورة رقم (35): قاعة الحفلات (2).

المصدر: التقاط الطالبة.

2-2-5 الجناح الطبي الحموي:

تحتوي العيادة على طاقم طبي متكون من أطباء، كيني، أدكيني، مدلّكين وعلى خدمات تتمثل في:

أ **فضاء إعادة التأهيل حركي والوظيفي:** فيه

- قاعة علاج بالأجهزة الفيزيائية والميكانيكية.
- مسبحين للعلاج.

ب فضاء للعلاج بالمياه: فيه

- حوض مائي.
- تدليك مع حركات تحت الماء.
- أنبوب مائي بالضغط.

الصورة رقم (36): العلاج بالمياه المعدنية.

الصورة رقم (37): العلاج بحركات تحت الماء.

المصدر: التقاط الطالبة.

الجدول رقم (03): أوقات عمل العيادة للرجال والنساء.

الأوقات للرجال	الخدمة	الأوقات للنساء	الخدمة	الايام
08:00-20:00	العلاج بالمـــاء	08:00-16:00	العلاج الفيزيائي	السبت الاثنين الأربعاء
08:00-20:00	العلاج الفيزيائي	08:00-16:00	العلاج بالمـــاء	الأحد الاثنين الثلاثاء
08:00-12:00 14:00-16:00 16:00-20:00	العلاج الفيزيائي+ العلاج بالماء	08:00-12:00 14:00-16:00	العلاج بالماء	الجمعة

المصدر: اعداد الطالبة.

3-2 أسعار مرافق المركب الحموي:

أ الإيواء:

- الغرف الفردية: 5000 دج.
- غرف بسريرين :6000 دج.
- غرف بـ 3 أسرة: 6600 دج.
- غرف بـ 4 أسرة: 7600 دج.
- جناح لشخص: 7000 دج.
- جناح لشخصين: 8000 دج.
- غرفة بسرير كبير+ سرير صغير: 7000 دج
- غرفة بسرير كبير+ 2 سرير صغير: 8000 دج
- شاليه: 8000 دج ما فوق، حسب عدد الغرف
- شاليه بـ 4 غرف: 22000 دج
- شقة مفروشة: 12000 دج.

ب الحمامات:

- سعر الغرفة الفردية للفرد الواحد: 250 دج.
- سعر المسبح الحموي الجماعي: 250 دج.

ج وحدة العلاج:

- بالنسبة لعيادة التأهيل الحركي والوظيفي فيكون على حسب حالة المريض وكذا عدد حصص العلاج، وتبقى الأسعار في المتناول في جميع الحالات.

د الألعاب الترفيهية والمائية:

- سعر حوض السباحة: 300 دج.
- سعر ألعاب الأطفال دون 15 سنة: 50 دج للتذكرة.

هـ قاعة المؤتمرات وقاعة الحفلات:

- سعر القاعة: بين 10 مليون سنتيم و45 مليون سنتيم على حسب الخدمات المقدمة والوقت.

- **جدول عمل المركب الحموي:**

- بالنسبة للإيواء 24/24 ساعة عمل على مدار أيام الأسبوع.
- بالنسبة للحمامات 14 ساعة عمل على مدار أيام الأسبوع.
- بالنسبة جناح الطبي 12 ساعة عمل على مدار أيام الأسبوع.

2-4 قدرات المركب الحموي لاستقبال الزبائن:

الجدول رقم (04): يمثل طاقة استيعاب المركب الحموي اليومية.

الخدمات	قدرة استيعاب المرفق
الاقامة	حوالي 800 شخص
الاطعام	حوالي 800 شخص
الجناح الطبي	//
الحمامات	20 غرفة فردية للرجال و20 أخرى للنساء.
قاعات الحفلات والمؤتمرات	750 شخص منقسمة على 3 قاعات.
الألعاب الترفيهية والمائية	//

المصدر: اعداد الطالبة.

2-5 خصائص المصدر المعدني للمركب الحموي:

2-5-1 المصدر المعدني:

أثبتت الدارسات الكيميائية التي تم إجراؤها بأن المياه المركب الحموي المعدنية نابعة من منبع طبيعي مياهه كبريتية، حيث يبلغ متوسط درجة حرارتها 40درجة مئوية. بمتوسط تدفق 25 ل/ثانية.

- **مكونات الماء الحموي** (الشوارد الموجودة):

✓ بيكاربونات 200.08 مغ/ل
✓ كالسيوم 384.76 مغ/ل
✓ مغنزيوم 68.07 مغ/ل.
✓ كبريت 83.56 مغ/ل.

➢ بقايا جافة 3200 مغ/ل.
➢ الاملاح المعدنية 1225.87 مغ/ل.
➢ فوسفات 6.68
➢ كلور 488.97 مغ/ل.

2-5-2 المؤشرات العلاجية لمياه المحطة:

- ✓ نقص الكالسيوم.
- ✓ الكسور بكل انواعه
- ✓ داء المفاصل.
- ✓ الامراض الروماتيزمية.
- ✓ الأمراض الجلدية (الاكزيما، الصدفية، الحكة).
- ✓ اضطرابات الجهاز التنفسي (الربو والتهاب القصبات).

بالإضافة الى الاسترخاء ومقاومة التعب.

2-6 النشاط الشهري للمركب الحموي:

أ بالنسبة لنشاط الحمامات ووحدة العلاج:

الجدول رقم (05): يمثل نشاط الحمامات ووحدة العلاج لشهر ديسمبر 2019.

	عدد الزبائن من الرجال	عدد الزبائن من النساء	المجموع	عدد العمال
الحمام التقليدي	594	612	1206	14
وحدة العلاج الطبي	61	78	139	11

المصدر: من إعداد الطالبة.

ب بالنسبة للمؤسسات الفندقية:

الجدول رقم (06): يمثل نشاط مرافق الايواء لشهر ديسمبر 2019.

	عدد المستخدمين				عدد الزبائن		المجموع عدد الزبائن
	الدائمين	المؤقتين	عدد الغرف	عدد الاسر	جزائريون	أجانب	
فندق سيدي يحي	65	09	44	97	1859	64	1923

المصدر: من إعداد الطالبة.

3 استراتيجيات التطوير السياحي بالمركب الحموي:

نظرا لتركيز القائمين على المركب الحموي لجعله مركز استقطاب وجذب سياحي راقي بمواصفات عالمية، شجع هذا على توسيع اقتراح المشروع ليشمل معدات جديدة أخرى تتمثل ميزتها في تقديم مجموعة كاملة من الراحة والاسترخاء وكذا الاستشفاء بمميزات عالمية متطورة وراقية بغاية المقارنة بما يتم القيام بيه في مجال الضيافة والراحة والترفيه والحمامات المعدنية في البلدان المتقدمة، في هذا السياق استخدم المركب أساليب وأدوات مختلفة للترويج السياحي والابتكار التسويقي السياحي وغيرها للوصول الى الأهداف المرجوّة.

يحتوي المركب على جل شروط وخدمات الراحة والاستجمام من خدمات الاستقبال، الايواء، الاطعام، وحدات العلاج والاسترخاء، خدمة الـ wifi وغيرها من وسائل الحياة المتطورة.

3-1 استراتيجيات الترويج السياحي بالمركب الحموي:

في هذا السياق يملك المركب موقع الكتروني هو www.sidiyahiabiskra.com يحتوي جميع معلومات المركب مع خدمة الحجز عن بعد، يملك أيضا صفحة فايسبوك complexe touristique sidi yahia، قناة يوتيوب وبريدين إلكترونيين للحجز والاستفسار عن بعد.

- بالنسبة لصفحة الفايسبوك يتم تحديثها دائما وباستمرار، تحتوي على صور وفيديوهات لمختلف خدمات المركب المتنوعة والراقية، ومختلف نشاطاته المتعددة داخل وخارج المركب، الصفحة حازت على اعجاب 16561 شخص. كل ما سبق يندرج تحت ما يسمى بالإعلان الالكتروني والاستفادة من تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- بالنسبة للدعائم الاشهارية، تم تصميم دليل لكل نشاطات المركب واعداد مطويات تبرز اهم هياكل ومرافق وخدمات المركب الحموي.
- يشارك المركب الحموي في الكثير من التظاهرات والصالونات الدولية والمحلية قصد التعريف بالمركب وخصائصه أولا واستقطاب اكبر عدد من السياح، والنهوض بالسياحة في مدينة بسكرة ثانية

3-2 استراتيجيات التسويق الابتكاري السياحي في المركب الحموي:

- يعمل المركب الحموي سيدي يحي على ترجمة أذواق زائريه ومواكبة كل ما هو حديث ومطلوب ومعمول به في الدول المتطورة، فمن ناحية تقديم الخدمة، يسعى المركب الحموي سيدي يحيى دائما الى تقديم خدمات جديدة بتقنيات مبتكرة تجعل الزائر او السائح في كل مرة يزور المركب يشعر بأنه يزوره لأول مرة.
- تشكل الأسعار في المركب رضى الزوار والسواح الوافدين، بجميع الطبقات الاجتماعية خاصة ذوي الدخل البسيط والمتوسط.
- طاقم عمل المركب الحموي ذوي كفاءة في مجال السياحة والفندقة.
- وهدا وقد ولج المركب الى مرحلة من النضج مكنته من تسويق المنتوج السياحي من خلال تنظيم رحلات لاستكشاف ما تزخر به المنطقة من مواقع خلابة

الصورة رقم (38): مطوية هياكل المركب ومختلف خدماته .

المصدر: من إعداد الطالبة.

4 تحليل الاستمارة الاستبيانية:

4-1 معلومات وتوضيحات حول الاستبيان ومنهجية الدارسة:

- يشمل مجتمع البحث لهذه الدراسة السياح والزوار الوافدين الى المركب السياحي الحموي سيدي يحي وقد تم التعامل مع عينة مختارة عشوائيا من داخل المركب بلغت 100 وافد، وكان الهدف من وراء توزيع 100 استمارة هو ضمان مشاركة أكبر حيث استطعنا جمع 80% من الاستمارات الموزعة، وعليه يكون حجم العينة المستخدمة 80 زائر.
- قمنا بجمع البيانات خلال الفترة الممتدة بين نهاية شهر جانفي الى غاية بداية شهر مارس.

أ أداة الدارسة:

وتعتمد هذه الدارسة الميدانية على مجموعة من المراحل المتعاقبة، وهي:

- ✓ **مرحلة تكوين الاستمارة:** وفيها يتم إعداد الأسئلة الضرورية ويتم توزيعها عن طريق المقابلة.
- ✓ **مرحلة إدارة الاستمارة:** وهو أن يقوم المستجوب المشارك بالإجابة على أسئلة الاستمارة في الأماكن المحددة للإجابة ويقوم بإرجاعها.
- ✓ **مرحلة الفرز والتحليل:** وفي هذه المرحلة يتم استخلاص المعلومات من الاستمارات المنتقاة للدارسة وإدخال البيانات المتحصل عليها قصد تحليلها واستخلاص النتائج.

ب محتوى الاستبيان: تحتوي الاستمارة على 18 سؤالا مجزئة الى جزئين:

- ✓ **الجزء الأول:** يشمل 9 أسئلة شخصية عن الزائر.
- ✓ **الجزء الثاني:** يشمل 9 أسئلة حول تصميم ومميزات الخدمات المقدمة في المركب الحموي.

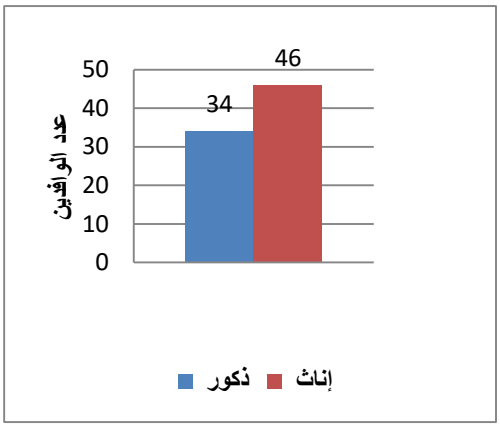
ج المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من عملية تحرير البيانات وحساب النسب، فقد تمت معالجة وتحليل تلك المعطيات والأرقام و من خلال هده المعالجة تم تحديد العديد من الاستخلاصات والنتائج.

4-2 تحليل البيانات ومناقشة النتائج:

1. الجنس:

الشكل رقم (03): يمثل نوع الجنس.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (07): يمثل نوع الجنس.

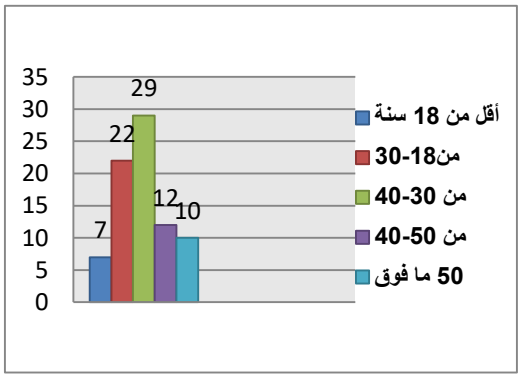
	إناث	ذكور	مجموع
العدد	46	34	80
النسبة %	%57.5	%42.5	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- حسب مخطط الاعمدة والجدول المبين أعلاه والناتجين من خلال استجواب عدد من زوار المركب نلاحظ ان النسبة تعرف تقريبا بعض المساواة في زيارة كلا الجنسين، ودلك راجع الى وجود الامن وتوفر المجالات العائلية ومختلف الخدمات التي تخدم كلا الجنسين.

2. السن:

الشكل رقم (04): يمثل السن.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (08): يمثل السن.

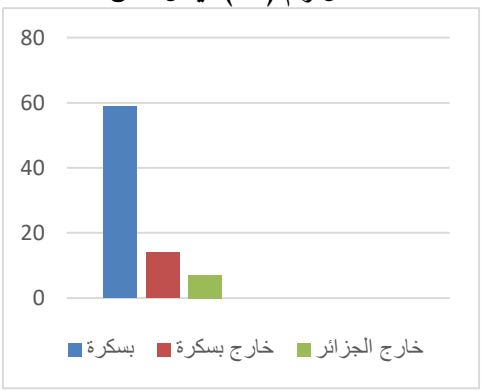
	أقل من 18	18-30 سنة	30 - 40 سنة	40 - 50 سنة	50 سنة ما فوق	مجموع
العدد	7	22	29	12	10	80
النسبة %	8.75 %	27.5 %	36.25%	15 %	12.5 %	100 %

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- من خلال مخطط الاعمدة نلاحظ أن الفئة العمرية الأكثر توافدا على المركب هي من 30 الى 40 سنة بنسبة 36%، غالبا بحثا على الراحة والاسترخاء بعد العمل خاصة الموظفين، تليها فئة من 18 الى 30 سنة بنسبة 27%، ثم تليها فئة من 40 الى 50 سنة بنسبة 15%، بحيث يتوفر في المركب خدمات مختلفة ومتنوعة تخص جميع الفئات العمرية.

3. مكان الإقامة:

الشكل رقم (05): يمثل مكان الاقامة.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (09): يمثل مكان الاقامة

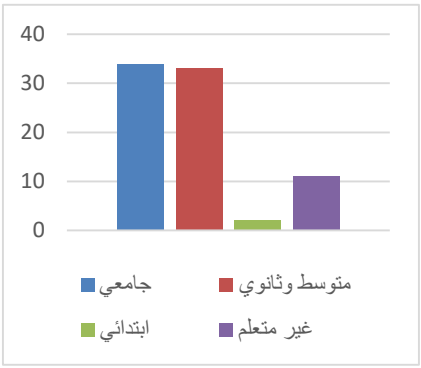
	بسكرة	خارج بسكرة	خارج الجزائر	مجموع
العدد	59	14	7	80
النسبة %	73.75 %	17.5 %	8.75 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- من خلال ملاحظتنا لمخطط الاعمدة والجدول أعلاه، يتبين أن الوافدين المقيمين في بسكرة لديهم النسبة الأكبر بنسبة 74% كون المركب متنفس جيد لسكان المدينة والدي يحتوي العديد من الأنشطة ومنتزه مناسب للعائلات، نظرا لافتقار المدينة لاماكن ترفيه تناسب متطلباتهم.

4. المستوى الدراسي:

الشكل رقم (06): يمثل المستوى الدراسي.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (10): يمثل المستوى الدراسي

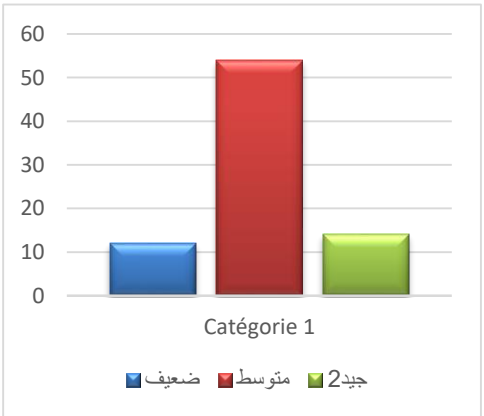
	جامعي	متوسط وثانوي	ابتدائي	غير متعلم	مجموع
العدد	34	33	2	11	80
النسبة %	42.5 %	41.25 %	2,5 %	13,75 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- يبين الشكل أعلاه ان أغلبية المستجوبين دوي المستوى الجامعي والمتوسط والثانوي، بنسبة 42%، والتي تبين مستوى وثقافة معظم زائري المركب الحموي، تليها الفئة الغير متعلمة بنسبة 13.75%، والتي تمثل في الاغلب فئة المسنين والذين قصدوا المركب بغرض الاستحمام والعلاج، والاستمتاع بدوء والراحة في المركب.

5. مستوى الدخل:

الشكل رقم (07): يمثل مستوى دخل المستجوبين



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (11): يمثل مستوى دخل المستجوبين.

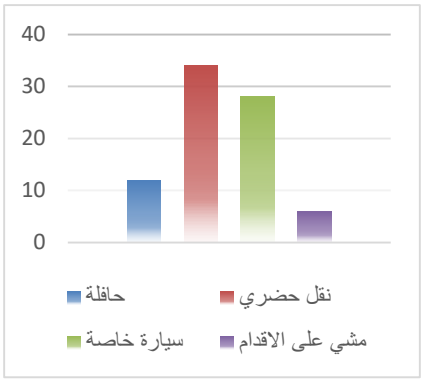
	جيد	متوسط	ضعيف	مجموع
العدد	12	54	14	80
النسبة %	15 %	67.5 %	17.5 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- من خلال المنحنى والجدول الموضحين تبين لنا أن أغلب المستجوبين هم ذوي الدخل المتوسط بنسبة قدرت بـ 67%، تليها نسبة ذوي الدخل الضعيف التي قدرت بـ 17.5%، ثم ذوي الدخل الجيد بنسبة 15%، وهذا يبين ان المركب الحموي يخدم جميع طبقات المجتمع على عكس البعض من المجالات العائلية الأخرى والتي يصعب على دوي الدخل الضعيف خاصة زيارتها.

6. وسيلة النقل:

الشكل رقم (08): يمثل وسيلة نقل المستجوبين



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (12): يمثل وسيلة نقل المستجوبين.

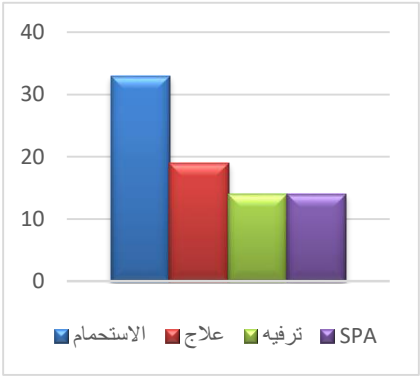
	حافلة	نقل حضري	سيارة خاصة	مشي على الاقدام	مجموع
العدد	12	34	28	6	80
النسبة %	15 %	42.5 %	% 35	7.5 %	100 %

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- يوضح الشكل أعلاه بأن الذين يستقلون النقل الحضري هم الاعلى نسبة والتي قدرت ب 42.5%، هذا يوضح سلاسة الوصول الى المركب وتوفر النقل الحضري في المدينة، تليها نسبة الذين يأتون بسياراتهم الخاصة والتي قدرت بـ 35%، ثم نسبة 15% لمستقلّي الحافلة، اما بالنسبة للذين يأتون على الاقدام فهم بنسبة قليلة تقدر بـ 7.5%، وهذا نظرا لموقع المركب الذي يستوجب وسيلة نقل لبعده على التجمعات السكنية.

7. سبب زيارة المركب:

الشكل رقم (09): يمثل سبب زيارة المركب.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (13): يمثل سبب زيارة المركب الحموي.

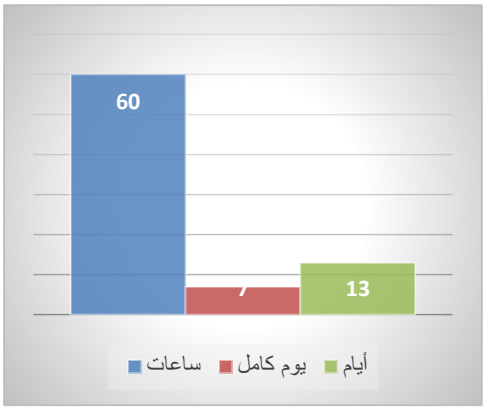
	الاستحمام	علاج	ترفيه	SPA وغيرها	مجموع
العدد	33	19	14	14	80
النسبة %	41.25 %	23.75 %	17.5 %	17.5 %	100 %

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- وفقا للنتائج المتحصل عليها نرى أن معظم الوافدين كان سبب زيارتهم الأول هو الاستحمام بنسبة قدرت بـ 41.25%، ثم العلاج بنسبة 23.75%، لتتساوى نسبة الترفيه و SPA والخدمات الأخرى بنسبة 14% لكن كثيرون اختاروا أكثر من إجابة واحدة، بل اقترحوا علينا بأن ندمج دافع الاستحمام والترفيه لأن الزائر يسعى الى تحقيق كليهما.

8. مدة البقاء في المركب:

الشكل رقم (10): يمثل مدة البقاء في المركب.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (14): يمثل مدة البقاء في المركب.

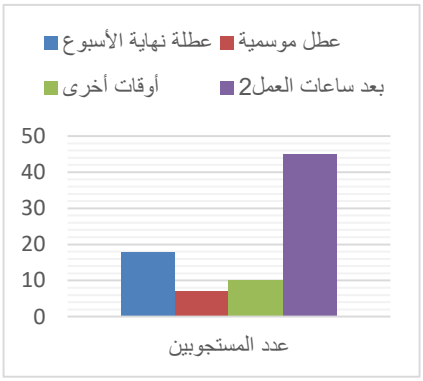
	ساعات	يوم كامل	أيام	مجموع
العدد	60	7	13	80
النسبة %	75 %	8.75 %	16.25 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- يتضح من المخطط والجدول المستخلص من الاستمارات المتحصل عليها أن معظم زوار المركب الحموي يقضون ساعات فقط بالمركب بنسبة تقدر بـ 75%، غالبا تشمل هذه النسبة من يزورون المركب الحموي من أجل الاستحمام، الترفيه والتنزه، ويكونون غالبا مقيمين بالمدينة او ما جاورها من مدن، تليها الذين يقضون أيام بالمركب بنسبة 16.25%.

9. وقت زيارة المركب:

الشكل رقم (11): يمثل وقت زيارة المركب.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (15): يمثل وقت زيارة المركب.

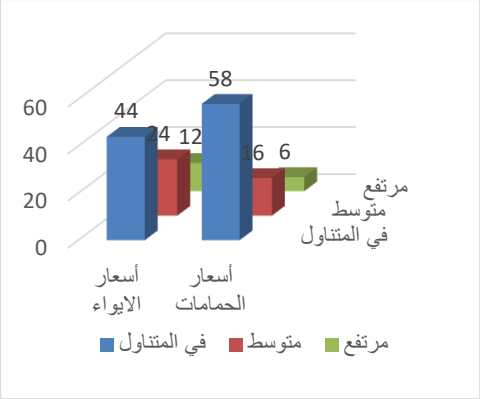
	بعد ساعات العمل	عطلة نهاية الاسبوع	عطل موسمية	أوقات أخرى	مجموع
العدد	45	18	7	10	80
النسبة %	56.25 %	22.5 %	8.75 %	12.5 %	100 %

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- بعد تحليل النتائج المتحصل عليها نرى ان عدد كبير من زوار المركب المستجوبين من أصل 80 شخص، 45 شخصا يقومون بزيارة المركب بعد ساعات العمل بنسبة تقدر بـ 56.25%، وهذا من أجل الراحة والاستجمام، لتليها الفئة التي يفضلون زيارة المركب في عطلة نهاية الأسبوع بنسبة تقدر بـ 22.5%، هذه الفئة تشكل العائلات بنسبة كبيرة التي تبعث عن متنفس لها بعد نهاية أسبوع من العمل والدراسة.

10. الأسعار:

الشكل رقم (12): يمثل مدى تقبل الاسعار.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (16): يمثل مدى تقبل الاسعار.

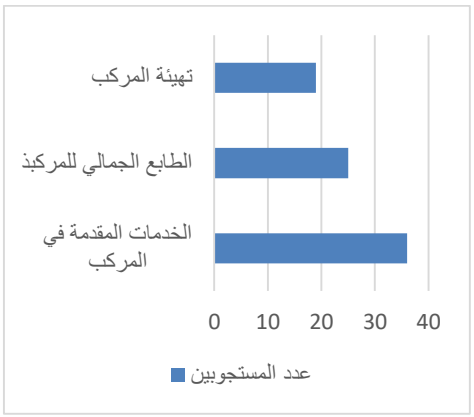
	في المتناول	متوسطة	مرتفعة	مجموع
أسعار الايواء	44 55%	24 30%	12 15%	80 100%
أسعار الحمامات	58 72.5%	16 20%	6 7.5%	80 100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- من خلال بيانات الشكل أعلاه نلاحظ ان معظم عينات الدراسة اتفقوا على ان الأسعار في المتناول سواء من ناحية الإيواء بنسبة (55%) أو الحمامات بنسبة (72.5%)، بالنظر الى الخدمات المقدمة. اما النسبة التي اتفقت على أن الأسعار مرتفعة سواء الايواء (12%) او الحمامات (6%) فهي غالبا تشمل فئة ذوي الدخل الضعيف. ويجب الإشارة هنا إلى أن هذا العامل مهم جدا لدى السياح الجزائريين في اختيار وجهتهم السياحية.

11. عوامل الجذب:

الشكل رقم (11): يمثل وقت زيارة المركب.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (17): يمثل وقت زيارة المركب.

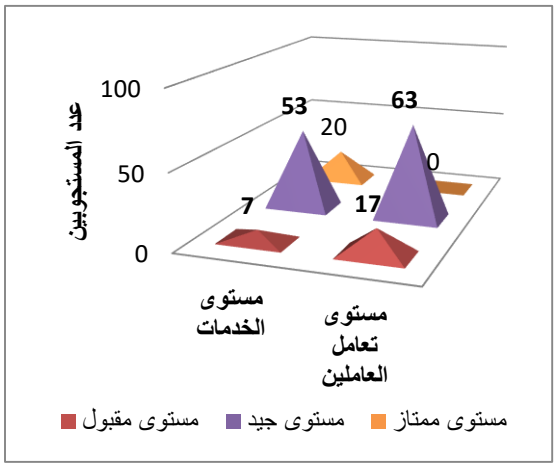
	تهيئة المركب	الطابع الجمالي	الخدمات الموجودة	مجموع
العدد	9	25	46	80
النسبة %	11.25 %	31.25 %	57.5 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- يمثل الشكل الموضح اعلاه مختلف دوافع وعوامل جذب الزوار للحدائق العامة، حيث معظم عينات الدراسة (بنسبة 57.5%) كان دافع زيارتهم للمركب من أجل الخدمات النشاطات المتوفرة في المركب، في حين كان دافع بعض المستجوبين التي تقدر نسبتهم بـ (31.25%) الطابع الجمالي للمركب وكيفية تصميمه، نظرا لقلة مرافق من هذا النوع في المدينة.

12. مستوى الخدمات وتعامل العمال في المركب الحموي:

الشكل رقم (11): يمثل مستوى الخدمات.



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (13): يمثل مستوى الخدمات.

	مستوى مقبول	مستوى جيد	مستوى ممتاز	مجموع
مستوى الخدمات	7 8.75%	53 66.25%	20 25%	80 100%
مستوى تعامل العمال	17 21.25%	63 78.75%		80 100%

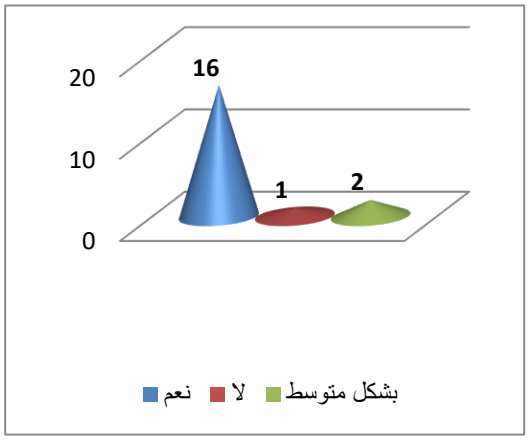
المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- حسب مخطط الاعمدة والجدول المبين أعلاه والناتجين من خلال استجواب عدد من زوار المركب نلاحظ أنّ نسبة (66.25%) من العينات اجمعوا على ان مستوى الخدمات جيد، حتى بالنسبة لمستوى تعامل العاملين في المركب بنسبة تقدر بـ (75.75%)، بينما تليها نسبة (25%) من العينات أجمعوا على أن مستوى الخدمات ممتاز وراقي، وهذا يوضح مدى رقي خدمات وتعامل وكفاءة عمال المركب الحموي سيدي يحي.

13. خدمات العيادة:

العينة التي قامت بالجواب على هذا التساؤل هي فقط العينة التي جاءت بغرض العلاج.

الشكل رقم (12): يمثل مستوى الخدمات العيادة



المصدر: معالجة الطالبة 2020.

الجدول رقم (19): يمثل مستوى الخدمات العيادة.

	نعم	لا	بشكل متوسط	مجموع
العدد	16	1	2	19
النسبة %	84.25 %	5.25 %	10.5 %	100%

المصدر: معالجة ميدانية (تحليل الاستمارة) أفريل2020.

- ومن خلال الجدول والشكل الموضح نلاحظ ان أغلبية العينات بنسبة (84.25%) اتفقوا على أن العيادة تتوفر على جل الخدمات وشروط العلاج.

5 الاستخلاص والاستنتاجات:

ان تحليل نتائج الاستمارة الموزعة على عينة الدراسة داخل المركب السياحي الحموي سيدي يحي وكذا المقابلات الميدانية التي أجريتها مع فئة أخرى من الزوار، وضحت لنا مجموعة من النقاط التي تتمثل أهمها في:

- أخذت الأسعار داخل المركب الحموي –سيدي يحي–رضى فئة كبيرة من الزوار والوافدين خاصة الاطعام والخدمات الأخرى بالاستثناء أسعار الايواء التي لقيت القليل من الانتقادات، خاصة فئة ذوي الدخل الضعيف.
- يستقطب المركب السياحي الحموي الزوار الوافدين من داخل الوطن بأكثر نسبة من الوافدين من خارج الوطن (نظرا للوضع الاستثنائي التي عاشته ولازالت تعيشه معظم دول العالم إثر جائحة كورونا والحجر الصحي، قل التوافد على المركب وقت قيامي بتوزيع الاستمارات، وهذا ما قد يوصلنا الى احصائيات غير دقيقة) بالنسبة لهذه النقطة خاصة.

- تصميم وتهيئة المركب وجل الخدمات المقدمة فيه والنشاطات المختلفة تتوافق وثقافة المجتمع الصحراوي، خاصة من ناحية تخصيصها لخدمات خاصة بالنساء وكذا توفر المجالات العائلية.
- المركب الحموي سيدي يحي يتلاءم مع جميع الفئات العمرية لكلا الجنسين، وهذا يعوم لتعدد النشاطات والخدمات المقدمة، بالإضافة الى توفر عنصر الأمن والأمان داخله.
- بالنسبة للتأثيث والتهيئة الداخلية للمركب، فهي جيدة جدّا اذ توفر جميع شروط الراحة والهدوء
- بالنسبة للخدمات المقدمة ولطاقم العمل داخل المركب فهي في المستوى المطلوب الذي يلبي حاجيات الزائر.
- المركب مجهز بهياكل توفر ما يحتاج اليه الزائر او الوافد وقاصد المكان في جو عائلي وترفيهي.
- الحمامات المعدنية والعلاج المعدني في المركب يعد مقصد مهم يلقى رواجا لدى الوافدين وزائري المركب.

6 توصيات واقتراحات:

بعد القيام بأخذ رأي الزوار القادمين للمركب الحموي من خلال أسئلة الاستمارة، والتي كانت معظم الإجابات توحي برضى الزائر التام بالمركب وخدماته، الا ان بعض الزوار تطرقوا الى بعض الاقتراحات التي من شأنها تزيد من مستوى رقي المركب (بدون أن ننسى المشاريع التي هي قيد الإنجاز، كون مشروع المركب الحموي لم يستكمل بعد) وكان أهمها:

- توفير محطة للنقل الحضري (طاكسي)، داخل أو امام المركب لان هذا الاخير بعيد على التجمعات السكانية في منطقة توسع جديدة، بالتالي يصعب على الزائرين أن يغادروا المركب بسهولة.
- توفير بعض النشاطات الثقافية داخل المركب مثل مكتبة مطالعة، معارض كتب وغيرها خاصة بالنسبة للفئة التي تقضي أيام عديدة في المركب، والفئة التي تزور المركب من اجل الراحة والهدوء.

خلاصة الفصل:

تحصي مدينة بسكرة مقومات هائلة في مجال السياحة عامة والسياحة الحموية خاصة، وعلى غرار المدن الجزائرية الأخرى تعاني من ضعف المنتوج السياحي.

الا انه من خلال الدراسة التحليلية التي أجريتها على المركب السياحي الحموي سيدي يحي، والتي حاولت من خلالها توضيح وضعيته الحالية، اتضح ان المدينة تحتوي على نموذج متكامل للعلاج والراحة والاستجمام، بغض النظر عن بعض الاقتراحات التي استنبطناها من خلال الدراسة الميدانية ورصد أراء الوافدين (من تحليل الاستمارة). كما جاءت نتائج الاستمارة لوضح انه استثمار يوفر الخدمات الضرورية للزائر داخل الخدمة المستطاعة بفضل تعدد اختصاصاته ونشاطاته المتنوعة.

فمن خلال النتائج المتحصل عليها والمستخلصة من خلال كل ما سبق، يجعلنا نأكّد نجاعة استراتيجيات التطوير السياحي التي يتخذها المركب السياحي الحموي –سيدي يحي– في تطوير ذاته كمركب سياحي حموي برؤية عالمية أولا، وفي النهوض بالسياحة الحموية في مدينة بسكرة ثانيّا.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تعد عروس الزيبان بسكرة أحد اهم الأقطاب السياحية في الجزائر، نظرا لموقعا الاستراتيجي المتميز من جهة وما تكتنزه من مقومات سياحية مختلفة، ما جعلها مقصدا للسياح المحليين والأجانب، وهدفا للمستثمرين في هدا القطاع. حيث شهدت المدينة تسجيل العديد من المشاريع في هذا الإطار لدعم القطاع السياحي، حيث تميزت هده المشاريع بالنوعية والرقي خاصة في مجال السياحة الحموية.

وكما ذكرت سابقا في دراستي ان عملية تطوير السياحة ليست بالخطوة الميسورة والسهلة، فهي تحتاج اتباع واتخاذ استراتيجيات، أدوات وأساليب محكمة ومتطورة والتي بدورها تساهم في تطويرها والنهوض بها ما يؤدي الى تحقيق ازدهار النشاط السياحي على المستوى الضيق والواسع.

فمن خلال ما سبق لي ذكره يتضح لنا ان أساليب تطوير وتفعيل السياحة الحموية غايتها تحقيق عدة متطلبات في العديد من المجالات خاصة المجال الاقتصادي والاجتماعي، فلها إمكانية في جعل القطاع السياحي يمتص البطالة من خلال مساهمته في تشغيل اليد العاملة أو الفنية وبذلك الاسهام في الارادات الحكومية ومنه تحسين المستوى المعيشي.

وفي الأخير، يجب القول ان ما تمتاز مدينة بسكرة به من مقومات جذب هائلة خاصة في ميدان المركبات المعدنية التي تدعمت بالخدمات والمرافق العصرية الممتازة والراقية، وبالتنوع الثقافي والحضاري يجعل المحافظة عليها أمر ضروري والذي يتم من خلال الاستغلال الجيد لهذه المناطق والمرافق والموروثات قصد استقطاب عدد أكبر من السياح من مختلف المنطق والبلدان وبالتالي حيازة مكانة رفيعة ضمن البلدان السياحية العالمية.

قائمة

المراجع

المراجع بالعربية:

- **الكتب:**

- صلاح الدين عبد الوهاب، الكتاب البنيوي للسياحة والفنادق، منشاة المعارف، الإسكندرية. 1998
- محمد شبيب الحصاونة، زياد محمد المشابقة، التنمية السياحية المستدامة، ط 1، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان. 2011
- منال شوقي عبد المعطي: جغرافيا السياحية، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، (2011).
- محمد عبيدات، التسويق السياحي (مدخل سلوكي)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2005.

- **رسائل الدكتوراه:**

- خليل أسماء، دور السياحة الحموية في تحقيق التنمية المحلية دراسة حالة ولاية قالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تجارة دولية ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، سنة 2016

- **رسائل الماجستير:**

- هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وافاق تطورها، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود، مالية وبنوك، جامعة الجزائر، سنة 2006.

- **رسائل لنيل شهادة الماستر**

- أ لرزقي بشرى، معوقات التنمية السياحية في ولاية سعيدة مديرية السياحة والصناعة التقليدية نموذجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص علاقات عامة، جامعة د. مولاي الطاهر، سعيدة سنة 2018
- بالصحراوي فاطنة، دور حديقة اكوابالم بسكرة في التنمية المحلية والإقليمية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص عمران وتسيير مدن، جامعة محمد خيضر، بسكرة، سنة 2019.

- **المداخلات:**

- د. سامية لحول والاستاذة راوية حناشي، السياحة الحموية كاسلوب لترقية السياحة الداخلية في الجزائر دراسة حالة ولاية قالمة، مداخلة حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية بالجزائر يومي 19 و20 نوفمبر 2012 بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.
- أ.بليه لحبيب، تطور السياسة السياحية في الجزائر، مداخلة حول السياحة كمورد استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر يوم 30 نوفمبر 2016 بكلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد باديس–مستغانم.

- **مجلات علمية:**

- أ. مرغاد سناء، د. قطاف فيروز، أ. د. رابح خوني: دور المؤسسات السياحية في ترويج للمنتج السياحي في الجزائر دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 49.
- بختي إبراهيم، شعوبي محمد فوزي،2010، دور التكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، (العدد07).
- سمير خليل شمطو، الإدارة الفندقية بين النظرية والتطبيق، مركز كربلاء للدراسات والبحوث، الطبعة الأولى، بغداد سنة 2014.

- **مقالات على منصات الكترونية:**

- د. ربيعة حملاوي، م. أ حسين سالم: الابتكار التسويقي في تنشيط السياحة الحموية بالجزائر، دراسة ميدانية لآراء عينة من زوار الحمامات المعدنية في ولاية سعيدة.

- **الموقع الالكتروني:**

- www.radioalgerie.dz
- ويكيبيديا.

- https:-//books.makktaba.com/2012/01/book-companies-organization-of-tourism.html?m=1
- Tourisme.php!cptD=0.https//www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/legislation
- https://www.mtatf.gov.dz/?page-id=7290&lang=arplan
- http:477:t=showthe.php?vb/www.ouarsenis.com//87
- https://www.asjp.cerist.dz

- **الإدارات والمؤسسات:**

- مديرية السياحة والصناعات التقليدية.
- المركب السياحي الحموي سيدي يحي.

الملاحق

الاستمارة الاستبيانية

منطقة الدراسة: المركب السياحي الحموي سيدي يحي.

الموضوع: السياحة الحموية في ولاية بسكرة وأساليب تطويرها دراسة حالة المركب الحموي سيدي يحي.

في إطار إنجاز مدكرة لنيل شهادة الماستر حول السياحة الحموية في ولاية بسكرة واساليب تطويرها أتقدم اليكم بهذا الاستبيان الذي يحتوي على بعض الأسئلة التي من شأنها معرفة أراءكم حول المركب، حيث أن رأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها، لدى نرجو منكم أن تتعاونوا معنا بالإجابة الصريحة والموضوعية، وذلك بوضع علامة x في الإجابة المناسبة.

المعلومات الشخصية:

1 الجنس: ذكر ☐ انثى ☐

2 السن: أقل من 18 سنة ☐ 18_30سنة ☐ 30_40سنة ☐ 40_50سنة ☐ 50 سنة ما فوق ☐

3 مكان الإقامة: بسكرة ☐ خارج بسكرة ☐ خارج الجزائر ☐

4 المستوى الدراسي: جامعي ☐ متوسط وثانوي ☐ ابتدائي ☐ غير متعلم ☐

5 مستوى الدخل: ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐

6 وسيلة النقل التي تستعملها للوصول للمركب الحموي: الحافلة ☐ النقل الحضري ☐ سيارة خاصة ☐

المشي على الاقدام ☐

7 ما سبب زيارتك للمركب الحموي سيدي يحيى: الاستحمام ☐ العلاج ☐ الترفيه ☐ SPA ☐

8 ما هي المدة التي تقضيها في المركب الحموي: ساعات ☐ اليوم كله ☐ أيام ☐

9 متى تفضل زيارة المركب الحموي: بعد ساعات العمل ☐ عطلة نهاية الأسبوع ☐ العطل الموسمية ☐

أوقات أخرى ☐

أسئلة حول تصميم ومستوى خدمات المركب الحموي:

10 كيف ترى أسعار الايواء في المركب الحموي سيدي يحيى: في المتناول ☐ متوسطة ☐ مرتفعة ☐

11 كيف ترى أسعار الحمامات في المركب الحموي سيدي يحيى: في المتناول ☐ متوسطة ☐ مرتفعة ☐

12 ما هي العوامل التي تجذبك في المركب الحموي سيدي يحيى: الخدمات المتوفرة ☐ الطابع الجمالي للمركب ☐

التهيئة ☐

13 هل خدمة الايواء والاطعام كافية في المركب: كافية ☐ غير كافية ☐

14 ما رأيك في مستوى الخدمات المقدمة في المركب: دون مستوى ☐ مقبولة ☐ جيدة ☐

ممتازة وراقية ☐

15 ما رأيك في تعامل عمال وموظفي المركب: تعامل دون مستوى ☐ تعامل مقبول ☐

تعامل جيد ☐

16 هل تتوفر العيادة الحموية على جميع شروط وأجهزة العلاج والاسترخاء: نعم ☐ لا ☐

متوفرة بشكل متوسط ☐

17 هل تحس بالأمن والأمان في المركب الحموي: نعم ☐ لا ☐

18 ما الذي لا يروق لك في المركب الحموي سيدي يحيى أو بعض الاقتراحات والاضافات التي تريد أن تكون على مستوى المركب:

.....

.....

.....

.....

الملخص:

شهدت الجزائر على غرار معظم دول العالم اهتماما كبيرا بالقطاع السياحي في الفترة الأخيرة باعتبار ان السياحة أصبحت ضرورة حتمية كبديل اقتصادي وطني ومحلي هام حيث يكتسي القطاع السياحي دورا فعّالا في جميع المستويات، سواء الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي او البيئي.

تحصي بوابة الصحراء بسكرة مقومات سياحية تؤهلها بأن تصبح قطبا سياحيا ممتازا خاصة الحموية منها، فهي تعمل على تطوير السياحة الحموية من خلال مجموعة استراتيجيات وأساليب مختلفة، تجعل منها رائدا في ميدان المركبات الحموية.

ولهذا حاولنا في بحثنا هدا تسليط الضوء على اهم اساليب وأدوات التطوير السياحي الحموي، التي اتبعتها أحد المركبات الحموية في مدينة بسكرة خاصة، فمن خلال دراستي التي اعتمدت فيها على المنهج الوصفي التحليلي والنتائج التي تحصلت عليها من خلال تحليل الاستبيان التي استجوبت بيه عينة من زوار المركب اتضح لي ان المدينة تحتوي على مركب حموي كنموذج متكامل للراحة والاستجمام والعلاج بمرافق عصرية برؤية عالمية.

الكلمات المفتاحية: السياحة، السياحة الحموية، التطوير السياحي، المركب الحموي.

Résumé:

L'Algérie, comme la plupart des pays du monde, a été témoin d'un grand intérêt pour le secteur du tourisme au cours de la période récente, considérant que le tourisme est devenu une nécessité inévitable en tant qu'alternative économique nationale et locale importante, le secteur du tourisme ayant son rôle à tous les niveaux, qu'il soit économique, social, culturel ou environnemental. La ville de Biskra compte des éléments touristiques qui la qualifient pour devenir un excellent pôle touristique, car elle œuvre pour développer le tourisme de chaleur à travers un ensemble de stratégies et de méthodes différentes, ce qui en fait un pionnier dans ce domaine, et c'est pourquoi nous avons essayé dans nos recherches d'éclairer les méthodes et outils les plus importants pour le développement du tourisme, qui a été suivi par l'un complexe thermale. À Biskra, à travers mes études dans lesquelles je me suis appuyé sur la méthode descriptive et analytique et les résultats que j'ai obtenus grâce à l'analyse des critiques dans lesquelles j'ai interrogé un échantillon de visiteurs du Complexe, il m'est apparu clairement que la ville contient un complexe chaleureux comme un mélange intégré de repos, de loisirs et de traitement avec des installations modernes et une vision globale.