



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
شعبة علم الاجتماع



الخدمات السياحية والتنمية الحضرية [حالة مدينة بسكرة]

مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: علم الاجتماع الحضري

تحت إشراف الدكتورة:

لبعل آمال

من إعداد الطالبة:

- فاطمة الزهرة مسعود

السنة الجامعية: 2022 / 2023



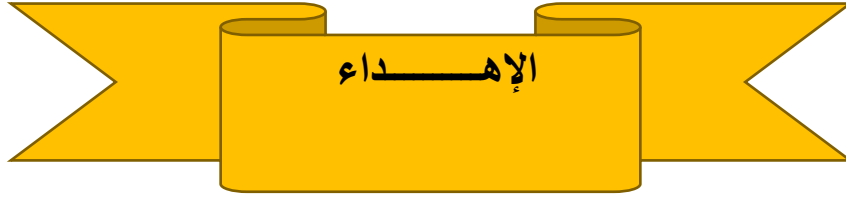
شكر و عرفان

أول من يشكر ويحمد آناء الليل وأطراف النهار، هو العلي القهار، الذي أغرقنا بنعمه التي لا تحصى، وأغدق علينا برزقه الذي لا يفنى، وأنار دروبنا، فله جزيل الحمد والثناء والتعظيم ، هو الذي أنعم علينا إذ أرسل فينا عبده ورسوله "محمد بن عبد الله " أزكى الصلوات و أظهر التسليم، أرسله بقرآنه المبين، علمنا ما لم نعلم، وحثنا على طلب العلم أينما وجد.

لله الحمد والشكر كله أن وفقنا وألهمنا الصبر على المشاق التي واجهتنا لإنجاز هذا العمل المتواضع .

والشكر موصول الى كل معلم أفادنا بعلمه، من أولى المراحل الدراسية حتى هذه اللحظة. كما نرفع كلمة شكر للدكتورة المشرفة "لبعل آمال " التي ساعدتنا على إنجاز هذه المذكرة العلمية.

ونشكر كل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا بنصائحهم وإرشاداتهم وأتقدم بالشكر والتقدير الى كافة الإطارات العاملة بمؤسسات الخدمات السياحية لمدينة بسكرة كما نشكر كل من مد لنا يد العون من قريب أو بعيد .



أهدي تخرجي الى من أحمل إسمه بكل فخر الى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم الى "أبي الغالي "

بعد فضل الله، ما أنا فيه يعود الى أبي، الرجل الذي لم ينل ولو جزء بسيط مما حصلنا عليه، والرجل الذي سعى طوال حياته لكي نكون أفضل منه.

الى اليد الخفية التي أزلت عن طريقي الأشواك ، ومن تحملت كل لحظة ألم مررت بها و ساندتني عند ضعفي وهزلي، "أمي الحبيبة"

لإخوتي وأخواتي وصديقات عمري بالأخص سهيلة عائشة ، ولكل من كان عوننا وسندا لي في هذا الطريق،

ممتة لكم جميعا، ما كنت لأصل لولا فضلكم من بعد الله.

فاطمة الزهرة

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعران
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	الموضوع
أ-ب	المقدمة
12	الفصل الأول: الموضوع العام للدراسة
13	أولاً: إشكالية الدراسة
14	ثانياً: أهداف الدراسة
14	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
15	رابعاً: أهمية الدراسة
15	خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة
18	سادساً: الدراسات السابقة
22	الفصل الثاني: الخدمات السياحية
23	تمهيد
24	أولاً: مفهوم الخدمات السياحية
27	ثانياً: تطور نشاط الخدمات السياحية
28	ثالثاً: أنواع الخدمات السياحية

28	رابعاً: خصائص الخدمات السياحية
30	خامساً: أهداف الخدمات السياحية
32	سادساً: أهمية الخدمات السياحية
33	سابعاً: معوقات الخدمات السياحية
35	خلاصة الفصل الثاني
36	الفصل الثالث: التنمية الحضرية
37	تمهيد
38	أولاً: مفهوم التنمية
40	ثانياً: جذور التنمية الحضرية
42	ثالثاً: الاتجاهات النظرية المفسرة لعملية التنمية الحضرية
51	رابعاً: عوامل التنمية الحضرية
52	خامساً: أهداف التنمية الحضرية
53	سادساً: التنمية السياحية كشكل من أشكال التنمية الحضرية
55	خلاصة الفصل الثالث
56	الفصل الرابع: الإطار الميداني للدراسة
57	أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
57	1- مجالات الدراسة
59	2- المنهج المتبع في الدراسة
59	3- عينة الدراسة
60	4- الأدوات المستخدمة لجمع البيانات

61	5- الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات
62	ثانيا: عرض وتحليل البيانات
85	ثالثا: النتائج العامة للدراسة
88	خاتمة
90	قائمة المصادر والمراجع
94	الملاحق

المقدمة

يعد علم الاجتماع كمجال دراسي مجالاً منفصلاً عن العلوم الطبيعية التي تغطي موضوعات مثل الفيزياء وعلم الأحياء والكيمياء، إذ يهتم علم الاجتماع بسلوك الإنسان ككائن اجتماعي بدلاً من دراسة العالم المادي، ويعتمد بشكل أكبر على التفسير ومنهجيات البحث النوعي، ويهتم بالقواعد والعمليات الاجتماعية التي تربط الناس وتفصلهم كأفراد ومجموعات ومؤسسات، كما يعرف أيضاً بأنه العلم الذي يُعنى بدراسة الحياة الاجتماعية، والسلوكيات، والتفاعلات، والقواعد، والعمليات الاجتماعية للأفراد والجماعات والمجتمعات، وتشمل العلوم الاجتماعية مجموعة من التخصصات الأكاديمية التي تُعنى بفحص المجتمع، وكيفية تفاعل الناس وتصرفاتهم مع بعضهم البعض، والتطور الثقافي، والبناء الاجتماعي، وتركيبية المجتمعات وخصائصها ومشاكلها ووظائفها، والتأثير على العالم، يُساهم علم الاجتماع في حل المشكلات الاجتماعية، وله تأثير فعّال في مساعدة الأفراد على التكيف مع الظروف المحيطة بهم ومعرفة دورهم في المجتمع ويضم عدة تخصصات منها علم الاجتماع، علم الاجتماع تنظيم وعمل، علم الاجتماع الجريمة، علم الاجتماع الحضري وغيرهم حيث يعرف هذا الأخير بأنه العلم الذي يهتم بدراسة التركيبة السكانية للأفراد الذين يعيشون في المُدن، فيقيس مدى تأقلمهم مع طبيعة حياتهم، وتحديد المتطلبات الأساسية التي تضمن لهم تأسيس حياة مدنية في المناطق الحضرية، وأيضاً يعرف علم الاجتماع الحضري بأنه دراسة لطبيعة الحياة السائدة في المجتمعات الحضرية، من خلال التعرف على طبيعة تفاعل السكان معاً من خلال الاعتماد على دراسة هيكل المجتمع الحضري بكافة العناصر المؤثرة فيه من قضايا عامة، والمشكلات التي ترتبط بطبيعة السكن، والتغيرات الديموغرافية، والسياسات الداخلية المؤثرة على بناء هذا المجتمع، ويُساهم ذلك في وضع دراساتٍ تستخدم في التحليل الإحصائي، ومراقبة النمط الاجتماعي السائد بين السكان في المدينة، ومقارنته مع السكان الذين يعيشون في الريف حيث يعالج العديد من القضايا مثل: الصناعة، والتجارة، والحرف، والزراعة، السياحة وغيرها من التصنيفات والتي يسعى الباحثون في مجال علم الاجتماع الحضري بدراستها، والتعرف على دورها في التأثير بالبيئة الحضرية .

فالسياحة اليوم تحتل موقعا متميزا ينافس قطاعي النفط والصناعة، من حيث مساهمتها في الناتج الوطني الإجمالي في العديد من الدول، حيث أن بعض الدول تعتمد عليه اعتمادا شبة كلي، وبتطور المفهوم التسويقي الحديث، وظهور مفهوم التسويق الخدمات

السياحية، وتزايد الإهتمام لهذا خاصة في الدول المتقدمة، والبلدان التي تتمتع بمقومات جذب سياحية، حيث أضحى هذا القطاع من القطاعات التي تشهد نموا متزايدا كما أنه وسيلة لنقل الحضارات، فضلا عن كونها تتيح مجالات عريضة لتوظيف الأيدي العاملة وأداة لإرتقاء وتطوير المجتمع وتحديث سلوكياته، بالإضافة الى الدور الذي تؤديه في تحسين مستوى الأداء والنوعية، والمساهمتان في جلب العملة الصعبة، وقد جاءت هذه الدراسة محاولة لتقصي وبحث في واقع هذه الظاهرة، ونجد أن الدراسة تنقسم الى جانبين الى جانبين: جانب نظري تناول التراث النظري وموضوع الدراسة، وجانب ميداني تناول الدراسة الميدانية وانقسمت الدراسة إلى أربعة فصول:

الفصل الأول يتعلق بالإطار العام للدراسة وشملت بذلك طرح موضوع الدراسة الذي إندرج ضمنه التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية وأهداف وأهمية وأسباب الدراسة وتحديد المفاهيم والدراسات السابقة.

وفي الفصل الثاني تناولنا ضمنه الخدمات السياحية، حيث طرحنا تقريبا كل ما يتعلق بالخدمات السياحية بمفهومها وتطورها، وأنواعها، خصائصها، كما تطرقنا إلى أهدافها وأهميتها ثم أخيرا المعوقات التي تواجهها .

وجاء الفصل الثالث بعنوان التنمية الحضرية من خلاله تعرضنا الى مفهومها وجذور التنمية الحضرية، الاتجاهات النظرية المفسرة لعملية التنمية الحضرية، عواملها، أهدافها ثم أخيرا تطرقنا الى التنمية كشكل من أشكال التنمية الحضرية.

أما الفصل الرابع فجاء بعنوان الإطار الميداني للدراسة وتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث ذكر مجالات الدراسة المكاني والزمني والبشري والمنهج المتبع والعينة المختارة وأهم الأدوات المستخدمة في جمع البيانات وتناول تفريغ البيانات وإختبار التساؤلات، ومن ثم إستخلصنا النتائج العامة للدراسة، وفي الأخير الخاتمة وكذا قائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول: الموضوع العام للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: أهداف الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

أولاً: إشكالية الدراسة

أصبحت السياحة في بعض الدول النامية مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل، بل وأصبحت ضرورة حتمية تفرضها طبيعة الخدمات السياحية وتكلفتها، وأيضاً التطور في تقنية المعلومات والاتصالات والتنافس بين الوجهات السياحية، ولهذا فإن أهمية السياحة تظهر من خلال ما تقدمه من منافع لمنتجي الخدمات السياحية ومستهلكها على حد سواء، كما يشير مفهوم السياحة بشكل عام إلى انتقال الفرد من مكان إلى آخر داخل حدود الدولة التي ينتمي لها الفرد أو خارجها بهدف إشباع حاجة أو رغبة معينة، ولتفعيل هذا النشاط السياحي يجب على السائح أن يعتمد على مجموعة من الخدمات حيث أن هذه الأخيرة تعرف بأنها سلسلة من الأنشطة والإجراءات التي توفرها جهة حكومية في تقديم الخدمة وتهدف إلى تلبية حاجات السائحين ومنه فالخدمات السياحية هي العوامل التي تعمل على إعطاء صورة جيدة للسائح والتي تجعله يرغب في زيارة الدولة مرة أخرى، عن طريق التحسين في النوعية والأداء الخدماتي، كما تعتمد أيضاً على إستقطاب السياح وذلك من خلال التسويق بالإضافة إلى عامل الأمن بحيث أن الخدمات السياحية ساهمت في نهوض التنمية الحضرية وتطوير كافة النشاطات الاقتصادية والثقافية في المدينة بكل أنواعها خاصة السياحية، كما يجب أن يكون هذا النشاط السياحي السامي ممارس من طرف فئة متخصصة وهذا ما يسمى بالأداء الخدماتي وفي المدينة السياحة هي نشاط جوهري وفي نفس الوقت هي من أهم الأنشطة الخدماتية التي تقدمها لقاطنيها لأنها تعمل على توفير الراحة والترفيه والاستجمام وهي من عوامل الإستقرار في المدينة كذلك هي عامل من عوامل الجذب وبالتالي فهي تساهم في تطوير وإنعاش نشاطات وخدمات أخرى وبالتالي فهي تساهم وبشكل فعال في تنمية للمدينة، حيث أن مدينة بسكرة تعتبر منطقة من أهم المناطق السياحية في الجزائر فهي بوابة الصحراء وكذلك عروس الزيبان لما تكتسبه من مميزات وخصائص تساهم بشكل قوي في النهوض بأداء المدينة وخدماتها وفي هذا الإطار نجد أنها تتنوع في خدمات السياحية وهناك السياحة الترفيهية وكذلك السياحة الحموية وحتى السياحة التجارية، مما أدى إلى تنوع أداء الخدمات السياحية، فأصبح هذا الأخير مرتبطاً بطبيعة النشاط السياحي كذلك نجد أن هذا الأداء يختلف من قطاع إلى آخر، ومن خدمة سياحية إلى أخرى وفي كل الأحوال نجد الفرد يعمل على تطويره والرفع من مستوى تأديته حتى نوع النشاط السياحي لعب دور في تطوير الخدمة حيث يختلف باختلاف

نوع الهيكل السياحي فالخدمة السياحية تختلف خدماتها من مركب سياحي الى آخر ,ومن جهة سياحية إلى أخرى، وفي كلتا الحالتين نجدهما يساهمان وبشكل فعال في تحقيق التنمية السياحية التي تعمل هي الأخرى على تحقيق التنمية الحضرية لمدينة بسكرة. وإنطلاقاً من موضوعنا هذا سوف نطرح التساؤل العام الذي تدور حوله هذه الدراسة: كيف تساهم الخدمات السياحية في التنمية الحضرية لمدينة بسكرة؟

ومنه تتدرج التساؤلات الفرعية للدراسة وهي:

1. هل يساهم النشاط السياحي في تحسين أداء الخدمات المساهمة في التنمية الحضرية لمدينة بسكرة؟

2. هل يساهم النشاط السياحي في تحسين نوعية الخدمات المساهمة في التنمية الحضرية لمدينة بسكرة؟

ثانياً: أهداف الدراسة

إن قيمة البحث العلمي من قيم الأهداف المسطرة له فعلى قدر عمليتها وخدماتها للفرد وللمجتمع تحدد قيمة هذا البحث ويجب على الباحث قبل الشروع في عملية البحث أن يضع أهداف توجه بحثه في مختلف مراحلها وعليه تكمن أهداف دراستنا في:

1. الوقوف على معرفة أداء خدمات النشاط السياحي ومساهمته في تحقيق التنمية الحضرية لمدينة بسكرة.

2. الوقوف على معرفة نوعية خدمات النشاط السياحي وكيف يساهم في تحقيق التنمية الحضرية لمدينة بسكرة.

ثالثاً: أسباب إختيار الموضوع

هناك عدة أسباب لإختيار الموضوع تكمن في:

1. تطور النشاط السياحي في المدينة بالموازاة مع الامتيازات الاستثمارية في مجال السياحة والتسهيلات التي تقدمها الدولة من اجل إعادة بعث هذا النشاط خاصة في المجال الحضري.

2. تأثير النشاط السياحي على حركية ونمو وتطور المدينة ومساهمته في النهوض لقطاع الخدمات.

3. تنوع النشاط السياحي في مدينة بسكرة وظهور بعض المحاولات الخاصة لإعادة الإعتبار للمدينة نظرا لكل ما تمتاز به من إمكانيات وقدرات سياحية في هذا الإطار.

رابعاً: أهمية الدراسة

نجد الأهمية في دراستنا هذه في تقديم إضافات معرفية في البحث العلمي بالإضافة الى أنها تساهم في إثراء التراث السوسولوجي بمثل هذه المواضيع وذلك من خلال الإستفادة من المعارف النظرية ومحاولة تطبيقها.

تتجلى الأهمية أيضا من خلال محاولة معرفة العلاقة بين الخدمات السياحية ومدى مساهمتها في تطوير التنمية الحضرية بالإضافة إلى معرفة كيفية الأداء ونوعية النشاط السياحي التي تقدمها.

خامساً: تحديد مفاهيم الدراسة

1. الخدمات السياحية:

أ. الخدمة:

لغة: تُعرّف الخدمة في اللغة العربية على أنها تقديم المساعدة أو توفير عناية لجهةٍ مُحدّدة، أو لعموم الناس.

اصطلاحاً: وتعني قيام الإنسان بنشاطٍ ما، تهدف الى مساعدة الأفراد¹.

ب. السياحة:

لغة: ونقصد بها تنقل الأفراد من مكان الى آخر بقصد الترفيه والتنزه والاستطلاع².

1- علي المبروكوعون، عبد الجليل: الخدمة الاجتماعية في المجال الطبي، دار بورصة الكتب، 2013، ص15.
2- أمزالي ياسين، دور شركات التأمين في حماية السياحة، مذكرة المؤسسات مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف كلية العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تأمينات، المسيلة الجزائر، 2020-2021 ص 19 .

إصطلاحاً: هو نشاط مهم يقوم به الكثير من الأفراد بكل أنحاء العالم فيسافرون وينتقلون من مكان الى آخر بما يعود على أنفسهم بالبهجة والاستمتاع، والشعور بالراحة والاسترخاء كما تساعدهم على التخلص من القلق والتوتر والحصول على فرص للترفيه والترويح عن النفس¹.

أما **جوير فرولرفي** عرفها: «السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق مجال المشاهدة الطبيعية².

ج. الخدمات السياحية:

1- « هي سلسلة من الاجراءات او العمليات التي توفرها جهة حكومية أو من ينوب عنها في تقديم الخدمة، وهي العوامل التي تعمل على إعطاء صورة جيدة للسياح والتي تجعلهم يرغبون في زيارة الدولة مرة أخرى»³.

- يبين لنا هذا التعريف بأن الخدمات السياحية هي « عبارة عن إجراءات توفرها الحكومة من أجل جذب السياح لدولة سياحية ما».

2- تعرف أيضا على أنها « مجموعة من الأعمال والنشاطات تتوفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء وإستهلاك المنتجات السياحية خلال وقت سفرهم أو وقت إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي»⁴.

- نلاحظ أن هذا التعريف يركز على نقطتين وهما:

* الخدمات السياحية هي مجموعة من الأعمال والنشاطات.

* توفر الخدمات السياحية الراحة والتسهيلات للسياح أثناء شرائهم للمنتجات السياحية.

1- أمزالي ياسين: دور شركات التأمين في حماية السياحة ، المرجع السابق، ص 19.
 2- مصطفى يوسف كافي: صناعة السياحة والأمن السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة، سوريا، 2009، ص 14.
 3- غانس فاطمة وعبد الرحمان أمال: أثر إستراتيجية التسويق الفندقي على مستوى التسويق السياحي دراسة حالة فندق تركي ولاية تسمسليت ، مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، تسمسليت، الجزائر، 2016-2017، ص 65.
 4- عيسى ماجد القرنه: الاتجاهات الحديثة في الإدارة السياحية، ط1، دار الرنيم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 230.

3- ويمكن تعريفها كذلك بأنها: « منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للزبون كنتيجة لتطبيق أو إستخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة»¹.

- نقرأ من هذا التعريف أن الخدمات السياحية بأنها نشاط غير ملموس (منتجات غير ملموسة) تهدف الى إشباع حاجات ورغبات مستهلكيها مقابل مبلغ محدد من المال من خلال مزيج من الأنشطة يتم تطبيقها بطرق فنية وآلية.

4- عرفت المنظمة العالمية للسياحة بأنها: « مجموعة الاعمال التي تؤمن التسهيلات ومختلف أنواع الراحة للسائح عند شرائه واستهلاكه للبضائع والسلع سواء خلال سفره او في إقامته بعيدا عن مكان السكن الأصلي حيث تمتاز بالجودة سواء في الخدمات والبضائعوغيرها حتى تلبي رغبات السائح كما تتميز ب التنوع في الخدمات بعناصرها المختلفة»².

يوضح لنا هذا التعريف بأن الخدمات السياحية هي عبارة عن تسهيلات توفر الراحة للسائح تتميز بالجودة في الخدمات والبضائع لتلبية حاجيات السائحين.

التعريف الإجرائي للخدمات السياحية:

هي عبارة عن إجراءات وأنشطةالتي تعمل على تقديم صورة جيدة للسائح،وتساهم في اشباع رغباته، كما تمتاز أيضا بالجودة والتنوع.

2-التنمية الحضرية:

• لغة: هي النمو والتطوروالزيادة.

• اصطلاحا:

1) هي عملية تطوير المجتمعات الريفية الى مجتمعات حضرية كما تشير كذلك الى نشأة المجتمعات الحضرية ونموها.

1- سامي مجيد جاسم والجليحوي: الخدمات السياحية وأثرها في نمو الطلب السياحي، دراسة ميدانية لموقع جزيرة الأعراس السياحية في مدينة بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، عدد 103، ص 312-335.

2- مساوي مباركة، الخدمات السياحية والفندقية و تأثيرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية "مستغانم"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسوق دولي، مستغانم، الجزائر، 2011-2012، ص 10 .

نقرأ من هذا التعريف بأن التنمية الحضرية هي نمو وتطور ونشأة المجتمعات الريفية.

(2) تشير كذلك إلى زيادة كثافة السكان بما يتعدى 2000 نسمة في الكيلو متر مربع الواحد وكبر حجم المدينة بما يزداد عن 10,000 نسمة واشتغال الأفراد في الانتاج، وتوزيع التكنولوجيا وسيادة المهن التجارية والصناعية والخدمات¹.

يوضح لنا التعريف بأن التنمية الحضرية هي الزيادة في عدد السكان وحجم المدينة مما يؤدي إلى الزيادة في الإنتاجية وتوفر الخدمات والمهن.

(3) كما تعني التنمية الحضرية بالتغيرات الموجهة التي تعترى المدينة وتشمل هذه التغيرات المساكن وبناء العمارات الشاهقة وإنشاء الشوارع والأحياء².

يبين لنا التعريف أن التنمية الحضرية هي تغيرات تحدث داخل المدينة وتشمل البناء العمراني.

(4) التنمية الحضرية عملية موجهة إلى الإنسان بإعتباره العنصر الفعال في تطوير المجتمع كما أنها العملية التي عن طريقها تحدث التغيرات الإجتماعية المقصودة في البشر وبالتالي يكتسبون القدرات والقيم التي تساعدهم على مواجهة ما يصادفهم من مشكلات بحيث يستطيعون إحداث تغيرات في البيئة التي يعيشون فيها³.

نلاحظ من تعريفنا هذا بأن التنمية الحضرية عبارة عن عملية موجهة بشكل مباشر للإنسان فهو الذي يساهم في تطوير مجتمعه والبيئة المحيطة به من خلال اكتسابه للقدرات والقيم.

1- حسن عبد الحميد أحمد رشوان، دور المتغيرات الاجتماعية في التنمية الحضرية-دراسة علم الاجتماع الحضري-، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 17.

2- إلياس عباشي: الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضرية في جيجل مدينة جيجل نموذجا ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الحضري ، قسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص 45 .

3- جلود رشيد: التنمية الحضرية المستدامة، مجلة حقائق الدراسات النفسية والاجتماعية، العدد 06، جامعة زيان عاشور بالجلفة، قسم علم الاجتماع والديمغرافيا، ص 154.

التعريف الاجرائي للتنمية الحضرية:

« هي ذلك النشاط الديناميكي الذي يشمل عمليات التبادل وتسويق السلع في المدينة، ومختلف الأنشطة التجارية والصناعية ومجمل الخدمات على غرار السياحة الهادفة الى تحقيق دخل أفضل للفرد والمجتمع»¹.

سادسا: الدراسات السابقة

في هذا الجزء سوف نعرض أهم الدراسات التي عالجت الظاهرة ومتغيراتها بشكل مختصر ولملم بكل محتوياتها وقد تم إختيار مجموعة من الدراسات التي لها علاقة بمتغيرات الدراسة وهي كالآتي:

• الدراسة الأولى:

دراسة قام بها إلياس عياشي بعنوان "الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل" (مدينة جيجل نموذجا) مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري جامعة منتوري قسنطينة 2008.

قد تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول: العراقيل والمعوقات التي حالت دون النهوض بالخدمات السياحية بجيجل؟ بالإضافة الى أنه صاغ بعض الأسئلة وهي:

1. كيف تساهم السياحة في التنمية الحضرية لإنعاش الإقتصاد الحضري بالمدينة الجزائرية؟

2. هل للعراقيل الإدارية دورا في تدني مستوى الخدمات السياحية؟

3. هل للثقافة المحلية دورا في تدني مستوى الخدمات السياحية؟

لمعالجة هذه التساؤلات إستخدم الباحث المنهج التاريخي والمنهج الوصفي، وإعتمد على العينة العشوائية أما أدوات البحث المستعملة في جمع البيانات هي الملاحظة البسيطة والملاحظة المنظمة والمقابلة الشخصية والاستمارة.

1- برميتة إيمان: إعادة تأهيل المحاور الرئيسية للمدن لتفعيل التنمية الحضرية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي بن مهيدي، معهد تسيير التقنيات الحضرية، قسم تسيير التقنيات الحضرية، تخصص تسيير المدن أم البواقي، الجزائر، 2019-2020، ص 28.

توصل الباحث للنتائج التالية:

- (1) التحول العمراني الذي شهدته المدينة بصورة عامة بشكل فوضوي وغياب التخطيط وعدم احترام مخططات التعمير.
- (2) الإنعكاس السلبي لمخططات الإحتلال الفرنسي على المدينة مما نتج عن هذه الأخيرة البناءات الفوضوية والقصدية لأطراف المدينة.
- (3) النمو الحضري العشوائي والفوضوي للمناطق الخضراء مما أدى ذلك الى حرمان الكثير من السكان التمتع بجمالية المكان.

• الدراسة الثانية:

دراسة قامت بها سكساف منال صافية بعنوان "تسويق الخدمات السياحية ودوره في التنمية المحلية" (دراسة حالة ولاية بسكرة) مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص مالية وإقتصاد دولي جامعة محمد خيضر بسكرة 2014.

قد كانت إشكالية هذه الدراسة تتمحور حول: دور تسويق الخدمات السياحية في تحقيق التنمية المحلية؟

بالإضافة الى أنه صاغ بعض الأسئلة الفرعية وهي:

- (1) كيف يمكن أن تساهم الاستراتيجية التسويقية في تحسين الخدمة السياحية؟
- (2) ماهي أهم المعوقات التي تقف دون تطوير القطاع السياحي بولاية بسكرة؟
- (3) ما هو واقع تسويق الخدمات السياحية بولاية بسكرة؟ وهل يعمل على تحقيق التنمية المحلية

لمعالجة هذه التساؤلات إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي والمنهج الإحصائي كما إعتد أيضا على المقابلة الشخصية لجمع البيانات وتحليلها.

حيث توصل في النهاية للنتائج الآتية:

- (1) أن السياحة هي المجال المتجدد الأكثر حيوية والذي يمكن ان يصبح المصدر الأول لتحقيق التنمية.
- (2) التسويق هو جوهر السياحة.

(3) نقص الوعي السياحي لدى السلطات والافراد.

(4) ضعف الاهتمام بالتظاهرات المحلية والمعارض والمهرجانات.

وقد تم استخدام هذه الدراسة مع دراستنا الحالية فيمايلي:

- من أجل إثراء الجانب النظري خاصة ما تعلق منه بالجانب التنظيمي.
- للتحكم في استخدام الأدوات البحثية خاصة الاستمارة والمقابلة.

أيضا في كون ظاهرة السياحة موضوعا هاما وحساسا في الدراسات الحضرية لأن وجودها يعود الى خلفيات إجتماعية وطبيعية، كما تشير أيضا إلى الأهمية الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة في الحياة الحضرية، لما لها من تأثير وانعكاسات على صحة شتى في المجتمعين الريفي والحضري.

الإطار النظري

الفصل الثاني:

الخدمات السياحية

تمهيد

- أولاً: مفهوم الخدمات السياحية
 - ثانياً: تطور نشاط الخدمات السياحية
 - ثالثاً: أنواع الخدمات السياحية
 - رابعاً: خصائص الخدمات السياحية
 - خامساً: أهداف الخدمات السياحية
 - سادساً: أهمية الخدمات السياحية
 - سابعاً: معوقات الخدمات السياحية
- خلاصة

تمهيد:

برزت السياحة كأسرع القطاعات نموا في الاقتصاد العالمي، فهي تلعب دورا هاما في اقتصاديات الدول من خلال النتائج التي حققتها المبادلات السياحية في بعض البلدان وتمثل أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في البلدان التي تتمتع بمواقع وأماكن سياحية وأثرية التي يتردد عليها وزيارتها من قبل السائح.

ومن أجل معالجة هذا الموضوع يستلزم التطرق إلى بعض المفاهيم الخاصة به والتي تغطي مجال الدراسة من خلال تطور نشاط الخدمات السياحية، فتطرقنا إلى توضيح بعض المفاهيم الخاصة بالسياحة والخدمات، أيضا حاولنا في هذا الفصل تحديد الخصائص والاهمية والمعوقات التي تواجه الخدمات السياحية من خلالها يمكن تحقيق الاستفادة في القطاع السياحي عامة والسياحة الحضرية خاصة.

أولاً: مفهوم الخدمات السياحية:

قطاع السياحة واحد من القطاعات التي لها صلة وطيدة بمجال التسويق لكونه يرتبط أساساً بتنفيذ الخدمات، هذه الأخيرة تتميز بالأملموسية والتطور السريع، خصوصاً مع تطور المجتمع، وظهور ما يسمى بالتسويق السياحي، وفي ما يلي سنتعرف على الخدمات السياحية وما لها من أهمية والأهداف وخصائص متنوعة التي يمكن تحقيقها في المطلبين الأول وفي المطلب الثاني سنتطرق للتنمية الحضرية.

بداية لا بد أن نعرج على تحديد كل مصطلح على حد سواء لكي نقوم في الأخير بتحديد التعريف الاجرائي للخدمات الصحية.

مفهوم الخدمة:

تعريف الخدمة: « هي أنشطة أو فعاليات غير ملموسة ونسبياً سريعة الزوال، وهي تمثل نشاطاً أو أداء يحدث من خلال عملية تفاعل تهدف إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم إلا أنها عند عملية الاستهلاك الفعلي ليس بالضرورة أن ينتج عنها نقل للملكية»¹.

سمات وخصائص الخدمة (Caractéristiques): تتفرد الخدمة بالمقارنة مع السلعة بعدد من السمات والخصائص المتفق عليها من قبل الباحثين المتخصصين. ومن أبرز هذه السمات والخصائص هي الآتي:

1. اللاملموسية (Intangibilité): إن أبرز ما يميز الخدمة عن السلعة، أن الخدمة غير ملموسة، بمعنى ليس لها وجود مادي أبعد من أنها تنتج أو تحضر ثم تستهلك أو يتم الانتفاع منها عند الحاجة إليها. كما أن هناك صعوبة معاينة الخدمة قبل شرائها ولتغلب على هذه الصعوبة وتحويل عدم الملموسية إلى ملموسية يلجأ مسوقو الخدمة إلى إضفاء أشياء أو رموز ملموسة للتعبير عن جودة الخدمة، مثل الاهتمام بالبيئية المادية التي تقدم من خلالها الخدمة والتي ربما تعبر عن مدي اهتمام القائمين على تقديم الخدمة.²

2. التلازمية (Inséparabilité): ونعني بالتلازمية درجة الترابط بين الخدمة ذاتها والشخص الذي يتولى تقديمها ود بالسلع. ويترتب على خاصية التلازمية وجودة ما تكون دراجة الترابط

1- هاني حامد الضمور: تسويق الخدمات، دار النشر وائل، عمان، 2002، ص 359.

2- رزق حليم حلمي: تقييم الخدمات الفندقية وأثره على التخطيط المنتجات، ورسالة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزائر، 1983، ص 55.

أعلى بكثير من الخدمات قياساً دائماً علاقة مباشرة بين مؤسسة الخدمة والمستفيد، ضرورة مساهمة أو مشاركة المستفيد من الخدمة في إنتاجها.

التلازمية تساهم في زيادة درجة الولاء إلى حد كبير. أي أن المستفيد يصر على طلب الخدمة من شخص معين أو مجموعة أشخاص معينين طالما أن موردي الخدمات لا يُغني أحدهم عن الآخر.

3. **عدم التماثل أو عدم التجانس (Variabilité):** ونعني بعدم التماثل أو التجانس الصعوبة البالغة أو عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح.

وبالتالي يصعب على مورد الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة على الدوام، وبذلك يصبح من الصعوبة على طرفي التعامل التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها.

تذبذب الطلب (Demande Fluctuation): يتميز الطلب على بعض الخدمات بالتذبذب وعدم الاستقرار، فهو لا من يوم إلى آخر من أيام الأسبوع بل من ساعة إلى أخرى في يتذبذب بين فصول السنة فحسب بل يتذبذب أيضاً اليوم الواحد¹.

مفهوم السياحة:

لقد تعددت تعريفات السياحة وذلك وفقاً لآراء المهتمين بدراسة طبيعتها ومكوناتها وجوانبها ووفقاً لآراء المنظمات العالمية وجوانبها المنظمات العالمية والدولية المهتمة بالسياحة الدولية وعليه يمكن تحديد أهم التعاريف التالية:

تعريف السياحة:

- إن السياحة صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع.
- السياحة هي « النشاط الحضاري والاقتصادي والتنظيمي الخاص بانقزال الأفراد إلى بلد غير بلدهم وإقامتهم فيه لمدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة، لأي غرض ماعدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار».

1- محسن محمد قسم الله: تسويق الخدمات السياحية وأثره على تطوير الاداء في المنشآت بالتطبيق على المنشآت

السياحية بولاية الخرطوم، مجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، العدد الثالث، المجلد الأول، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية القانونية، قسم العلوم الإدارية السعودية، ماي 2017، ص 73.

- « السياحة ظاهرة من ظواهر هذا العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء، وإلى الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في منطقة لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة، كما تعد نتيجة لتقدم النقل»¹.

مفهوم الخدمة السياحية:

تعرف الخدمات السياحية على أنها « مجموعة من الأعمال والنشاطات التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي».

وتعرف كذلك: « بأنها منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للزبون كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية وفنية على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة ولا يمكن حيازة و تملك الخدمة أو استهلاكها مادياً»².

تعرف الجمعية الأمريكية الخدمة السياحية بأنها « النشاط الذي يعتني بالبحث عن احتياجات العميل وتحقيق رغباته وهذا يعني أن التسويق السياحي هو نشاط مستمر يبدأ قبل تقديم الخدمة السياحية وينمو أثناء أدائها للسائح ويستمر بعد تقديم الخدمة³ للسائح»، كما عرف كويندروف الخدمة السياحية بأنها « يعني التنفيذ العلمي المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أو خاصة أو على مستوى محلي أو إقليمي أو وطني أو عالمي، لغرض تحقيق الاستفادة الأقل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين وبما يحقق عائد ملائم».

عرف الدكتور صلاح عبد الوهاب التسويق السياحي أنه « هو العملية الإدارية والفنية التي يمكن للأجهزة السياحية الرسمية أو المنشآت السياحية عن طريقها أن تحدد الأسواق المختارة الحالية والمحتملة، وأن تتبنى نظام الاتصال مع هذه الأسواق بقصد التأكد والتأثير في

1- محمود كامل: السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، القاهرة، ط 1، 1975، ص 13.

2- محمد فريد: التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات، دار الجامعية، مصر، 1998، ص 250.

3- سمارة فؤاد رشيد: تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 25.

رغبات واحتياجات ودوافع السائحين على الصعيد المحلي، الإقليمي والدولي وأن يلاءم بين المنتج السياحي وبين هذه الرغبات والدوافع، وبالتالي تحقيق أهدافها¹.

وتعرف أيضا على أنها: « أن الخدمات السياحية يتضمن العديد من الأنشطة الإدارية التسويقية والفنية وغيرها والتي قد تبدأ من السفر وإجراءاته العديدة إلى الفنادق والمطاعم والاستراحات السياحية المتواجدة في مختلف الأماكن السياحية، وبناء عليه فإنه من المنطقي أن تتمتع مختلف المؤسسات السياحية العامة منها والخاصة بعلاقات جيدة ومحددة وذلك لضمان سير العملية السياحية حسب الأهداف المنشودة من قبل أطراف العملية السياحية السائح، المؤسسات السياحية التي تقدم مختلف الخدمات والتسهيلات السياحية»².

كما أشار "حياتي" 1997: إلى أن الهدف من التسويق السياحي تقوية المركز التنافس في للمنطقة السياحية وخلق الصورة السياحية في الأسواق المصدرة لحركة السياحة وخلق الطلب السياحي المستمر نحوها، عن طريق كشف رغبات المستهلكين جمهور السياح وتنوع الخدمات السياحية وتطويرها حسب هذه الرغبات.

ومن هذه التعاريف نستنتج ما يلي:

- أن الخدمات السياحية عملية إدارية و فنية في آن واحد.
- أن الخدمات السياحية يعمل على إشباع كل رغبات و حاجات السياح.
- يتضمن التسويق السياحي كافة ركائز التسويق الحديث.
- التسويق السياحي يساعد على التوسع في الأسواق السياحية مما يعود بالنفع على المجتمع والاقتصاد.

ثانيا: تطور نشاط الخدمات السياحية:

لم تكن الخدمات تلقى اهتمام الناس في الماضي، وكانت كل المعاملات بين البشر تأخذ طابعا سلعيا، أي أن التجار يتبادلون السلع بين بعضهم البعض ثم يشتروها منهم. فقد تزايدت أهمية الخدمات في العقود الأخيرة من القرن العشرين بشكل لافت للنظر

1- سامح احمد رفعت عبد الباقي: علم وفن تنمية المبيعات السياحية، دار الكتب القانونية، مصر/ 2011، ص 18.

2- محمد عبيدات: التسويق السياحي، مدخل سلوكي، الجامعة الأردنية، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص 45.

حيث أصبحت سمة من سمات أواخر عقد التسعينات، ويتوقع معظم الخبراء أن صناعة الخدمات ستكون في الربع الأول من القرن الحادي والعشرين (ق 21) رائدة القطاعات الاقتصادية.

ثالثاً: أنواع الخدمات السياحية:

1. خدمات النقل: وتشمل جميع خدمات النقل ووسائله التي تسهم في نقل السائح إلى وجهته المرغوبة ومنها إلى بلاده كالطرق البرية، وسكك الحديد، والطرق المائية، بما في ذلك جميع وسائل النقل العامة.

2. خدمات الإيواء: وتشمل الفنادق، الموتيلات، الشاليهات، الأكواخ المؤقتة، المخيمات.

3. خدمات الطعام والشراب: التي تقوم بخدمة السياح من طريقهم إلى المنطقة السياحية وفي المنتجات السياحية.

كما هنالك خدمات تكميلية وترفيهية كخدمات الرياضة ومؤسسات التجارة والخدمات الثقافية وتتمثل في دور السينما والمسارح ومنشآت العبادة الدينية، والخدمات الخاصة بالسياح كالبانوك ومكاتب تبادل العملة، وخدمات الاستقبال والتنظيم والتي تشمل مكاتب السفر ومراكز الاستعلامات، والخدمات الخاصة مثل الجمارك والخدمات العامة الاجتماعية¹.

رابعاً: خصائص الخدمات السياحية:

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات (المعنوية، عدم التشابه الفناء، ومنها ما تميز المنتج السياحي لوحده وأهمها²:

1. إن الخدمة الفندقية تتسم بالتذبذب وعدم الاستقرار ويظهر هذا في حالتها الطلب والعرض على الخدمات الفندقية، ففي حالة الطلب العالي لا تتوفر لهذه المؤسسات الإمكانيات الكافية من الطاقة الاستيعابية لسد الطلب، أما العرض يسبب خسارة ناتجة من أن الطاقة الاستيعابية المعروضة للبيع تبقى فارغة أي غير مباعه بسبب كساد الطلب.

2. صناعة الضيافة تعتمد على الخدمات، والخدمات شيء غير ملموس لا يمكن وضع قواعد عامة أو معايير جودة يمكن تطبيقها عليها كما لا يمكن الحصول على نفس الجودة دائماً لأنها

1- السيسي عبد الخالق: الاتجاهات السياحية في صناعة السياحة، الجامعة الأمريكية، القاهرة، 2004، ص 61.

2- عصام حسن السعيد: إدارة المنظمات الفندقية، دار الرؤية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2008، ص 27.

تعتمد على شخصية العاملين في المنشآت الفندقية وكفاءتهم وليس على آلات، كما لا يمكن تجربة الخدمات ثم أخذها أو استعمالها أو الانصراف عنها، وإنما الخدمات تنتج المعرفة عن الخبرة¹.

3. إن العلاقة الثنائية بين مقدمي الخدمات والمستفيدين منها لا يمكن أن تتم بالشكل المطلوب ما لم توفر مؤسسة الضيافة الدليل المادي الملموس، المتمثل في الأثاث، الديكور، المصاعد وأجهزة الهاتف والترجمة... الخ.

4. إن الخدمات الفندقية هي الخدمات هالكة أو تتسم بالفنائية، وهذا يظهر واضحا من خلال عدم بيع الفندق أو طاولة في المطعم أو مقعد في الطائرة أو في الباخرة أو في القطار، فإن هذه الخدمات غير المباعة لا يمكن تعويضها وهذه الخسارة ناتجة عن التكاليف الثابتة المستمرة على ديمومة هذه الخدمات لتكون جاهزة إزاء الطلب، وهذه الخاصية تجبر الإدارات الفندقية على بيع خدماتها لحظة جاهزيتها لكي تستطيع تحقيق مبيعات أفضل وربحية أكثر.

5. تتسم الخدمات الفندقية بأنها خدمات لا يمكن نقدها إلى حيث يوجد الزبون (كما هو الحال في السلع)، وإنما يتوجب على السائح الانتقال إلى حيث توجد خدمة الضيافة أو الموقع الأثري أو المتحف وإزاء هذه الخدمة فإن الكلمة المنطوقة تلعب دورا هاما في التأثير على الزبائن، ومن ثم جذبا تجاه الخدمات المقدمة للبيع من جانب مؤسسات الضيافة.

6. تقوم الفنادق ببعض جوانب النشاط التجاري والصناعي ضمن نشاطها المعتاد حيث تتمكن من تقديم خدمات متنوعة للزلاء وغيرهم من العملاء مثل شراء ما يلزم لتقديم خدمة المبيت هذا بالإضافة إلى امتلاك بعض الفنادق الكبرى مزارع للخضر والفواكه والدواجن والمواشي لتلبية احتياجاتها ذاتيا، ثم التصرف في الفائض من هذه المزارع بالطرق التجارية².

7. يعتمد التسويق السياحي على المقومات والخدمات من خلال التعريف بالمعالم والمناطق السياحية وعرض جودة الخدمات السياحية مما يؤدي إلى زيادة معدل الحركة السياحية سنويا.

1- زيد منير عبودي: فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، مرفق بقاموس المصطلحات السياحية والفندقية، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص 107.

2- محمد عبد العزيز خليفة: المشكلات التطبيقية للضريبة العامة على المبيعات في القطاع الفندقي ومقترحات علاجها، دراسة تطبيقية، منشورات العربية للتنمية، جامعة الدول العربية، ماي، 2009، ص 02.

8. التسويق السياحي يعتمد على وجود علاقة مباشرة بين الشركة السياحية التي تقدم الخدمة والعمل الذي يشتريها.
9. يقوم التسويق السياحي على إثارة الرغبات لدى السياح المرتقبين من شتى أنحاء العالم من أجل زيارة منطقة ما لأغراض سياحية.
10. التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة زمنية لأن السلعة السياحية أو المنتج موجود بطبيعته في كل وقت ومكان وبذلك فإن العمليات التسويقية له يمكن أن تتم في أي وقت.
11. التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة الحياة ذلك أن السلعة السياحية لا تخضع لحياة شخص معين بذاته و لا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال كثر لها أو غير ذلك، كما يمكن أن يستخدمها أو يتمتع بها أكثر من شخص واحد و لفترة محددة.
12. التسويق السياحي في الدولة المستقبلية للسياح يعتمد على العرض السياحي الذي يتصف مكوناته بقلّة المرونة و عدم القابلية للتغيير¹.

خامسا: أهداف الخدمات السياحية

يعد التسويق السياحي بمثابة همزة وصل بين رغبات السائحين ومنتجات المنشآت السياحية، مما يسمح بتطوير العرض السياحي نسبيا ليتوافق مع التغير المستمر في رغبات السائحين. وفي هذا المطلب سوف نتطرق لأهداف الخدمات السياحية بقليل من التفصيل. هناك عدة أهداف للتسويق السياحي وهي كما يلي:

1. الأهداف القريبة:

« هي تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة أو سنتين».

2. الأهداف البعيدة:

هي الأهداف التي تشملها الخطط السياحية طويلة الأجل وغالبا ما تصنعها الشركات السياحية ووكالات السفر الكبرى في الدولة، التي تتميز بكبر حجم نشاطها السياحي

1- تومي ميلود، خريف نادية: دور التسويق الإلكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة، ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، مارس 2010، ص 5.

وتنوع هذه الأهداف المادية لتحقيق حجم معين من الحركة السياحية الوافدة) التدفق السياحي (ومقدار محدد من الإيرادات السياحية، وكذلك عدد معين من الليالي السياحية وأهداف معنوية تتمثل في تحقيق شهرة كبيرة في المجال السياحي¹.

3. الأهداف المتنوعة:

يقصد بهذا النوع من الأهداف تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى للوصول إليها المنشآت السياحية المختلفة مثل تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها بالإضافة إلى الأهداف التسويقية المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية، كذلك يمكن أن يدخل ضمن الأهداف التسويقية التوسع وفتح أسواق سياحية جديدة.

4. الأهداف المشتركة:

وهي الأهداف التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات السياحية مثل تحقيق سمعة سياحية طيبة أو توفير خدمات سياحية على درجة عالية من التقدم و التطور... الخ. وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية.

5. الأهداف الخاصة:

يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت السياحية بشكل خاص مثل احتكار سوق سياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة إلى غير ذلك من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية². كما يمكن تلخيص أهداف التسويق السياحي في النقاط التالية:

إرضاء السياح: إننا نعتبر التسويق هو « عملية إرضاء للسياح و ي هذا الوضع إن الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هو إرضاء المستهلكين». - **جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا:** وهذا بالاستغلال الأمثل للموارد، إن التقدير لتوقعات المستهلكين يجعل من الممكن إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب. وهذا يقلل من الاستغلال غير الأمثل للموارد، لذا فالتسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات

1- ابراهيم اسماعيل الحديد: إدارة التسويق السياحي، عمان، دار الاعصار العلمي، 2009، ص 87.

2- المرجع نفسه، ص 88.

وتوقعات السياح يجعل من السهل تنظيم أعمال ونشاطات المؤسسات السياحية بما يتناسب مع ذلك.

- **تحقيق أرباح:** إن أهداف التسويق السياحي مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح، وبدون شك فإن هذه هدف طويل الأمد، في حين يعتبر الاقتصاد في التشغيل، والتوسع في حجم السوق، وإعطاء صورة جديدة عن المؤسسة السياحية كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح.

- **إبراز صورة واضحة:** إن هدف التسويق السياحي هو مساعدة المؤسسة في إعطاء صورة واضحة وأن مبادئ التسويق السياحي الحقيقي تعتبر مؤثرة في خلق أو التخلص من الانطباعات لدى السياح في الأسواق المستهدفة.

- **التفوق على المنافسين:** أن هذا الهدف مهم للتسويق السياحي واليوم يعتبر التنافس أكثر حدة وتأثيراً مما سبق، إن الممارسات التسويقية تسهل إتباع إستراتيجية مناسبة حيث يتم انجاز أهداف المؤسسات بمساعدة القرارات التسويقية ومن خلال ذلك فإنه غالباً ما تتجه المؤسسة السياحية لجعل منتجاتها المركز الرائد مما يجعل من الصعب على المنافسين دخول الأسواق السياحية أو المنافسة فيها¹.

سادساً: أهمية الخدمات السياحية:

تعتبر الخدمات السياحية عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية السياحية نظراً لما يقوم به من دور هام للخدمات السياحية ومن هذه المنطقة فإن التسويق السياحي وخاصة خلال الرعاية والإعلان يشكل أمراً ضرورياً من أجل خلق رغبات ودوافع استهلاك المنتج السياحي وتوسيع السوق السياحية وجذب أكبر عدد ممكن من طالبي هذه الخدمات، ومن المؤكد أن المنتج التسويقي الناجح هو الذي يخلق الاتصال المستمر بين صناعة السياحة ومستهلكيها. فالتسويق السياحي يلعب دوراً هاماً في استقطاب السياح وتنشيط حركة السياحة من خلال ترغيب السياح للتوافد على المناطق السياحية وإعطاء صورة حقيقية للمنطقة ومؤهلاتها والخدمات المقدمة والامتيازات الممنوحة، مما يخلق فرصاً للانطلاق نحو الأسواق الداخلية والخارجية².

1- تومي الميلود: المرجع السابق، ص 25.

2- حميد الطائي: المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي، الواقع وثقافات التطوير، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002، ص 44.

سابعاً: معوقات الخدمات السياحية:

إن الاستثمار السياحي جزء لا يتجزأ من الاستثمار العام، فكل العراقيل التي تقف أمام الاستثمار بصفة عامة تقف كذلك أمام الاستثمارات السياحية، سواء كانت هذه الاستثمارات السياحية محلية أو أجنبية.

وبالتالي سوف نعالج في هذه النقطة أهم المعوقات التي تقف أمام الخدمات السياحية في الجزائر.

العوائق الإدارية والقانونية:

هناك من العديد من الامتيازات بغية جلب الاستثمارات الاجنبية في المجال السياحي، ولكن في واقع الامر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محلياً أو أجنبياً قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، ومن أهم هذه العراقيل نجد الاجراءات الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي.

الفساد الإداري وغياب الشفافية:

كثرة العراقيل وتعدد الاجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي، هذه المظاهر السلبية تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسريع الاجراءات والحصول على الخدمة¹.

ضعف الهياكل السياحية:

رغم توفر البلد على مجموعة من الهياكل ومرافق سياحية إلى أنها تبقى عرضة لبعض العراقيل والنقائص.

ضعف نوعية الخدمات السياحية:

- تدني النظافة والصيانة في الفضاءات العمومية .
- خدمات سياحية مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار.
- غياب خدمات جذابة.
- غياب أعمال لإبراز المنتجات المحلية.
- عجز في طاقات الايواء .
- تغلغل ضعيف لتكنولوجيا العلم والاتصال في السياحة.

1- منصورى زين: واقع وافاق السياحة في الجزائر، مجلة اقتصادية بشمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 2، ص 142.

- ضعف في الترقية والتسويق.
 - ضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة.
 - غياب الثقافة السياحية و الوعي السياحي.
 - صعوبة التعامل مع السياح الجانب من قبل المحليين نظرا لمختلف اللغات بينهم.
- ثامنا: عوامل نجاح الخدمات السياحية:**

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على العوامل التالية:

1. طبيعة الخدمة السياحية: كلما اتصفت الخدمة السياحية بالسهولة واليسر في تقديمها بعيدا عن التعقيد والصعوبة كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسائحين لأن السائح يبحث دائما عن الراحة والهدوء والاستقرار وهذا لا يتحقق في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات.

2. أسلوب تقديم الخدمة السياحية: يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به تقديم الخدمة السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم الخدمات من منافع توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة فالخدمة السياحية يجب أن تقدم للسائح بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد والبروتوكولات التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته.

3. وضوح الخدمة السياحية: إن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها¹.

4. الأسعار المناسبة للخدمة السياحية: تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب هي جوهر العمل بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات التي تقدم له في مناطق الزيارة يبحث عن السياحي الناجح لأن السائح دائما الأفضل بأنسب الأسعار.

5. مدى تميز الخدمة وجودتها عن غيرها من الخدمات المقدمة في المقاصد السياحية الأخرى².

1- العسكري، أحمد شاكر، التسويق مدخل استراتيجي للبيئة وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، الدار العربية للنشر، القاهرة، 2004 م، ص 59.

2- حميد الطائي: المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي، الواقع وثقافات التطوير، الشارقة، الامارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002، ص 44.

خلاصة الفصل الثاني:

إن إتباع الاستراتيجيات الناجحة في المنشآت السياحية هو إزالة مشكلة الانطباع، فباستعمال وسائل الإعلام الفعالة، تسهل معرفة الجوانب الإيجابية وتخفيف الجوانب السلبية حول هذه المنشأة فهناك دور خاص لعناصر الخدمات السياحية، الإعلان والدعاية في تنشيط عملية الخدمة السياحية التي أصبح وجودها ضروريا لإقناع السياح.

الفصل الثالث:

التنمية الحضرية

تمهيد

أولاً: مفهوم التنمية

ثانياً: جذور التنمية الحضرية

ثالثاً: الاتجاهات النظرية المفسرة لعملية التنمية الحضرية

رابعاً: عوامل التنمية الحضرية

خامساً: أهداف التنمية الحضرية

سادساً: التنمية السياحية كشكل من أشكال التنمية الحضرية

خلاصة

تمهيد:

تعنى التنمية الحضرية بالتغيرات الموجهة التي تعترى المدينة، وتشمل هذه التغيرات المساكن وبناء العمارات وإنشاء الشوارع والأحياء وغرس الأشجار، وترتبط التنمية الحضرية بعملية التخطيط فهي تضع وسائل وأهداف ترتبط بنمط استخدام الأرض، وتمثل التنمية عملاً جماعياً تعاونياً ديمقراطياً، ينقل وضع اجتماعي معين إلى وضع أفضل، ويرفع مستوى معيشة الناس اقتصادياً واجتماعياً، وبعد اعتماد التنمية الحضرية القائمة على المعرفة أصبحت تهدف إلى زيادة القدرة التنافسية في المنطقة، وجذب الموارد البشرية الماهرة والاستثمارات، ودعم شعوب المنطقة في الوصول إلى أعلى مستوى المعيشة والرفاهية، وصف هذا المبحث بداية بمفهوم التنمية ثم جذور التنمية الحضرية، والاتجاهات النظرية، وإلى عوامل التنمية الحضرية وأهداف التنمية الحضرية. وأخيراً التنمية السياحية كشكل من أشكال التنمية الحضرية.

أولاً: مفهوم التنمية:

بداية سنقوم بتعرف التنمية ثم تعريف المجتمعات الحضرية:

أ- تعريف التنمية:

ومن أهم المفاهيم العالمية في القرن العشرين، حيث أُطلق على عملية تأسيس نظم اقتصادية وسياسية متماسكة فيما يُسمى بـ "عملية التنمية"، ويشير المفهوم لهذا التحول بعد الاستقلال -في الستينيات من هذا القرن- في آسيا وإفريقيا بصورة جلية، وتبرز أهمية مفهوم التنمية في تعدد أبعاده ومستوياته، وتشابكه مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل التخطيط والإنتاج والتقدم.

وقد برز مفهوم التنمية **Développement** بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، حيث لم يُستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره في عصر الاقتصادي البريطاني البارز "آدم سميث" في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استُخدما للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع كانا التقدم المادي **Matériel Progress**، أو التقدم الاقتصادي **Economique Progress**. وحتى عندما ثارت مسألة تطوير بعض اقتصاديات أوروبا الشرقية في القرن التاسع عشر كانت الاصطلاحات المستخدمة هي التحديث **Modernisation**، أو التصنيع **Industrialisation**¹.

مفهوم عام يدل على التطور والتغيير الجذري الذي يطرأ في بلاد معين وعلى مختلف الميادين الاقتصادية والاجتماعية والاقتصادية.

ب- تعريف التحضر:

يعد مصطلح التحضر واحداً من المصطلحات العلمية الفضفاضة وغير الواضحة بحدودها ومدلولاتها، وعلى العموم يمكن تعريفه بأنه عملية تجمّع وتركّز أعداد كبيرة من السكان في أماكن معينة محدودة المساحة من الدولة، ويعرف أيضاً بأنه نمو عدد السكان الذين يقيمون (يتركزون) في مراكز مصنّفة على أنها حضرية، وارتفاع وزنهم النسبي إلى مجموع السكان. ويعرف التحضر لإغراض إحصائية على أنه مجموعة السكان المقيمة في تجمعات بشرية تقع في تصنيف المدن.

1- نصر عارف: مفهوم التنمية، مقالة علمية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2010، ص 10.

وبالرغم من تعدد المداخل لدراسة عملية التحضر فإنه يمكن حصرها في اتجاهين أساسيين هما:

1- الاتجاه أو التعريف الديموغرافي للتحضر:

يركز هذا الاتجاه على عدد السكان أو الحجم السكاني، إذ يعزو أصحاب هذا الاتجاه تبلور عملية التحضر وتطورها وتداعياتها المرافقة اجتماعيا واقتصاديا من حيث نوعية البناء ومساحته إلى الكم السكاني. فيتم تصنيف المجتمعات السكانية على أساس حد معين من عدد السكان إذا تجاوزه عدد سكان المجتمع البشري اعتبر مدينة وإذا قل عن ذلك الحد اعتبر قرية أو بلدة، وبناء على ذلك يكون مستوى التحضر (level of urbanisation) لأي دولة هو النسبة المئوية للسكان المقيمين في المدن من جملة سكان الدولة وعند نقطة زمنية محددة¹.

2. الاتجاه أو التعريف الاجتماعي للتحضر:

يقوم التمييز بين المجتمعات الريفية والحضرية تبعا لهذا التعريف على أسس وقواعد مستنبطة من أنماط الحياة الاجتماعية فبعض الباحثين صنف المجتمعات البشرية إلى نوعين؛ إحداهما يقوم على أساس المكانة (statuts) والآخر يقوم على المصلحة والتعاقد (contracte)، ويميز البعض الآخر المجتمعات إلى مجتمعات يشيع فيها التضامن الآلي (Mechanicus) وأخرى يشيع فيها التضامن العضوي (organiqu).

وهكذا تعددت الاتجاهات والتعريفات للتحضر عبر التاريخ الحديث، لكن يبدو أن أكثر التعريفات قبولا، ذلك الذي يعد التحضر أكثر من مجرد عملية مستمرة ملازمة للتصنيع والاستقرار في المدن التي يتزايد عدد سكانها، وكثافة المباني واتساع رقعتها الجغرافية، فشمّل كذلك مجموعة العوامل والإبعاد المتصلة بالنمو الاقتصادي والتغير الاجتماعي وأسلوب الحياة ونوعيتها وأنماط التفاعل مع البيئة ومنظومة القيم والمواقف الثقافية لإفراد المجتمع.

ت-تعريف التنمية الحضرية:

هي عملية تطوير المجتمعات الريفية إلى مجتمعات حضرية كما تشير كذلك إلى نشأة المجتمعات الحضرية ونموها.

1- غريب محمد السيد، والسيد عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 100-101.

وتشير التنمية الحضرية كذلك إلى زيادة كثافة السكان بما يتعدى 2000 نسمة في الكيلو متر مربع، وكبر حجم المدينة بما يزداد عن 10000 نسمة، واشتغال الأفراد في الإنتاج وتوزيع التكنولوجيا وسيادة المهن التجارية والصناعية والخدمات، ووجود درجة عالية من تقسيم العمل والتعدد الاجتماعي، وتنظيم التفاعل الاجتماعي وترتبط التنمية بنمو الدولة، ونمو وتنسيق الضبط الاجتماعي الذي لا يقوم على الاتجاهات الاجتماعية الإيكولوجية والثقافة التي تؤدي إلى تنمية المدن¹.

مفاهيم أخرى للتنمية الحضرية:

- 1- التنمية الحضرية عملية موجهة إلى الإنسان باعتباره العنصر الفعال في التطوير المجتمع.
 - 2- التنمية الحضرية تستهدف رفع مستوى دخول الأفراد من خلال المشروعات الاقتصادية².
 - 3- التنمية الحضرية عملية إرادية وموجهة.
 - 4- أنها العملية التي عن طريقها تحدث التغيرات الاجتماعية المقصودة في البشر وبالتالي يكتسبون القدرات والقيم التي تساعدهم على مواجهة ما يصادفهم من مشكلات بحيث يستطيعون إحداث التغيرات في البيئة التي يعيشون فيها.
- وهكذا فإن التنمية الحضرية هي تنمية واسعة تتناول كافة القطاعات والجوانب الاجتماعية الاقتصادية والصحية.

التعريف الإجرائي للتنمية الحضرية: « هي ذلك النشاط الديناميكي الذي يشمل عمليات التبادل وتسويق الخدمات السياحية في المدينة، ومختلف الأنشطة التجارية والصناعية ومجمل الخدمات على غرار السياحة الهادفة إلى تحقيق دخل أفضل للفرد والمجتمع».

ثانياً: جذور التنمية الحضرية:

«وتعنى التنمية الحضرية كذلك التغيرات الموجهة التي تعترى المدينة أو تشمل هذه التغيرات المساكن وبناء العمارات الشاهقة وإنشاء الشوارع والأحياء وغرس الأشجار»³.

1- حسن علي حسن، المجتمع الريفي والحضري، المكتب الجامعي، الحديث الأزريطة، الإسكندرية، 1991، ص 71.

2- المرجع نفسه، ص 71.

3- المرجع نفسه، ص 311-312.

وفى النصف الثاني من القرن العشرين ظهر مفهوم جديد للتنمية الحضرية فقد كتب سكوت 1969 م بحثا عن المشاكل الحضرية تضمن الحاجات الفسيولوجية والاجتماعية للمدن وأهتم بالأحياء المتخلفة، ثم ظهرت أعمال أخرى تتعلق ببرامج تجديد المدن وبرامج المدن النموذجية، ويتمثل ذلك في حركة تخطيط المدن والقرى في بريطانيا عام 1947. وفى عام 1968 ظهر نوع من التنمية يهتم بحركة الإسكان، وهكذا ترتبط التنمية الحضرية بعملية التخطيط فهي تضع وسائل وأهداف ترتبط بنمط استخدام الأرض.

ويرى "فورستر" أن التنمية الحضرية تشمل وضع برامج للتدريب المهني وتكاليف الإسكان المنخفضة، حيث إن هذه البرامج تؤدي إلى انخفاض عدد العاطلين وتعرف التنمية الحضرية بأنه مجموعة من العمليات التي تعلم الاعتماد على النفس وتعبئة كافة الإمكانيات والطاقات والقوى وتحديد لأوجه التقدم، استراتيجيا وتكنولوجيا على ضوء التفاعل بين الطاقة الوظيفية منظور إليها في تطويرها من ناحية و بين القوى

المعاصرة والضاغطة، وكذا الواقعة لنا في عالم متغير من ناحية أخرى وترى منال طلعة محمود: إن التنمية الحضرية تمثل عملا جماعيا تعاونيا ديموقراطيا يشجع مشاركة المواطنين، وتشير هذه المشاركة وتنظيمها وتوجيهها نحو تحقيق وأحداث التغيير الاجتماعي المطلوب، بقصد نقل المجتمع الحضري من وضع اجتماعي معين إلى وضع أفضل منه، ورفع وتنسيق مستوى معيشة الناس اقتصاديا واجتماعيا¹.

ويعرف "حسين عبد الحميد رشوان" "التنمية الحضرية" أنها « عملية نشأه المجتمعات الحضرية ونموها وتطوير المجتمعات الريفية إلى حضرية والتغير الموجة الذي يعترى المدينة من حيث ازدياد الكثافة السكانية والاشتغال بإعمال غير زراعية وبدرجه عالية من التقسيم العمل والتعقيد الاجتماعي وفى ضوء الضبط الذي لا يستند على أسس رقابية وكذلك تجديد وإقامة المباني، والتغير الجوهري في استخدام الأرض»².

ويرى "فورستر" «إن التنمية الحضرية تشمل وضع برامج للتدريب المهني وتكاليف الإسكان المنخفضة، حيث إن هذه البرامج تؤدي إلى انخفاض عدد العاطلين»، وتعرف التنمية

1- محمد عبد الفتاح محمد: الاتجاهات التنموية في ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الحديث الأزاريطة الإسكندرية، 2002، ص 186.

2- المرجع نفسه، ص 188.

الحضرية بأنها: «مجموعة من العمليات التي تعلم الاعتماد على النفس وتعبئة كافة الإمكانيات والطاقات والقوى وتحديد لأوجه التقدم استراتيجيا وتكنولوجيا على ضوء التفاعل بين الطاقة الوظيفية منظور أليها في تطويرها من ناحية وبين القوى (المعاصرة والضاغطة وكذا الواقعة لنا في عالم متغير من ناحية أخرى)»¹.

وترى "منال طلعة محمود" إن التنمية الحضرية « تمثل عملا جماعيا تعاونيا ديمقراطيا يشجع مشاركة المواطنين وتشير هذه المشاركة وتنظيمها وتوجهها نحو تحقيق وأحداث التغيير الاجتماعي المطلوب بقصد نقل المجتمع الحضري من وضع اجتماعي معين إلى وضع أفضل منه ورفع وتنسيق مستوى معيشة الناس اقتصاديا واجتماعيا»².

ويعرف "حسين عبد الحميد رشوان" "التنمية الحضرية" أنها « عملية نشأة المجتمعات الحضرية ونموها، وتطوير المجتمعات الريفية إلى حضرية، والتغير الموجة الذي يعترى المدينة، من حيث ازدياد الكثافة السكانية والاشتغال بأعمال غير زراعية وبدرجة عالية من التقسيم العمل والتعقيد الاجتماعي، وفي ضوء الضبط الذي لا يستند على أسس قرابة وكذلك تجديد وإقامة المباني، والتغير الجوهري في استخدام الأرض»³.

ثالثا: الاتجاهات النظرية المفسرة لعملية التنمية الحضرية:

لأريب إن تاريخ الظاهرة يشكل جزا لا يتجزأ من كيانها الحاضر ومؤشر لما ستكون عليه في المستقبل، كما إن هذا التاريخ يكون بعدا معرفيا له قيمته وإسهامه البارز في التفسير والتحليل والتنبؤ والتخطيط ومن خلال هذه الحقيقة سوف نقوم باستعراض الاتجاهات النظرية التي حاولت تفسير التنمية الحضرية فيما يلي:

أولا: الاتجاه الثنائي:

اهتم علماء الاجتماع بالفروق الملحوظة والقائمة بين المدينة والريف كما بذلوا جهودا علمية متباينة لوضع نظريات حول هذه الفروق وأدرك الفلاسفة في العصور القديمة أيضا إن المدينة تختلف اختلافا كبيرا في أوجه النشاط الاقتصادي عن الريف المحيط بها ولكن الجهود الحقيقية والمنظمة التي بذلت لوصف وتفسير هذه الاختلافات جاءت متأخرة حيث لا نستطيع

1- محمد عبد الفتاح محمد: الاتجاهات التنموية في ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث الأزاريطة، الإسكندرية 2002، ص 186.

2- منال طلعت، المرجع السابق، ص 71.

3- حسين رشوان، المرجع السابق، ص 24.

أن نعین بداية حقيقية لها ألا في عصر المفكر العربي ابن خلدون في القرن الرابع عشر فقد كتب فصولاً منظمة في التميز بين البدو والحضر. ولقد أرجع "ابن خلدون" الفروق في مصادر الإنتاج والمهنة فكتب في الفصل الأول من الباب الثاني (اعلم إن اختلاف الأجيال في أحوالهم إنما هو باختلاف نحلته من المعاش، فإن اجتماعهم إنما هو للتعاون على تحصيله والابتداء بما هو ضروري منه وتنشيط قبل الحاجي والكمالي فمنهم من يستعمل الفلح من الغرس والزراعة ومنهم من ينتحل القيام على الحيوان، فكان اختصاص هؤلاء بالبدو أمراً ضرورياً لهم وكان حينئذ اجتماعهم وتعاونهم في حاجتهم ومعاشهم وعمرانهم¹ من القوت ولكن والدفء إنما هو بالمقدار الذي يحفظ الحياة، ثم اتسعت أحوال هؤلاء المنتحلين للمعاش وحصل لهم ما فوق الحاجة من الغنى والرفاهية دعاهم ذلك إلى السكون، وتعاونوا في الزائد عن الضرورة واستكثروا من الأقوات والملابس والتأنق فيها، وتوسعة البيوت واختطط المدن والأمطار للتحضر.

ويتضح من ذلك أن ابن خلدون يصنف أشكال الاستيطان البشري إلى نموذجين وجوه المعاش والكسب²، وبالإضافة إلى هذا المنطلق تأتي الثنائية التي تحدث عنها علماء الاجتماع وسنرد فيما يلي بعض هذه الثنائيات:

1- تصنيف (فرديناند تونيز): الكلاسيكي الشهير والذي يمثل احد قطبية المجتمع الأولي الذي تسوده العلاقات الأولية والقربانية بينما يمثل القطب الآخر المجتمع الذي تشيع فيه العلاقات الثانوية والتعاقدية.

2- ثنائية (دوركايم): الشهيرة التي تقابل بين نوعين من المجتمعات وفقاً لشكل التضامن الاجتماعي، أولهما يقوم على التضامن الآلي بينما يقوم الثاني على التضامن العضوي. قدم دوركايم نظريته إلى العلاقات الاجتماعية في المجتمعين فقال إن المجتمع الريفي أو الجماعة المشابهة له تتسم بعلاقة تماسك ميكانيكية حيث يتعامل أفراد المجتمع تلقائياً ويستجيبون لبعضهم ميكانيكياً، كما أن هناك على الطرف الآخر علاقات ذات طابع عضوي تعتمد على تبادل المنفعة في استجاباتها وتماسكها.

3- يفرق (ماكس فيبر): بين النماذج التقليدية والنماذج العقلية.

1- محمد الجوهري: علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية، 1997، ص 181.

2- المرجع نفسه، ص 182.

- 4- "يميز (هوارد يكر): بين النموذج المقدس والنموذج العلماني حيث قدم مصطلحيه هذين ليقصد بالأول تلك المجتمعات ذات الثقافات بطيئة التغير المنعزلة (الريفية) ويقصد بالثاني تلك المجتمعات ذات الثقافات سريعة التغير المتصلة بغيرها من الثقافات (الحضرية).
- 5- أما (روبرت رد فيلد): فيميز بين المجتمع الشعبي والمجتمع الحضاري ويرتكز مفهوم المجتمع الشعبي على المشاعر الجمعية الأولية التي تميز الثقافة الشعبية في مقابل المشاعر الفردية التي تسمى المجتمع الحضاري أو المدينة¹.
- 6- عرض (تشارلز كولي): لاصطلاحيه على الجماعة الأولية التي تتصف بسيادة علاقة الوجه بالوجه، مقابل الجماعة الثانوية التي تتميز بالعلاقات بين أفراد الجماعة وتدعو إلى تماسكهم وتعاونهم ومراعاتهم لثقافتهم وهي ما تتسم به الحياة الريفية.
- 7- يضع (سوركن) نموذج المشهور الذي يقابل بين العائلية والتعاقدية كما يضيف إلى ذلك نمطا من أنماط العلاقات بين الجماعات وهو التفاعل الإجباري².

ثانيا : الاتجاه التاريخي:

يصور الاتجاه التاريخي تطور أشكال المجتمعات المحلية الحضرية الأولى ويهتم هذا الاتجاه كذلك بدراسة تحول المناطق الريفية إلى مناطق حضرية، ويتناول التطور والانتشار الثقافي الحضاري.

ويتمثل هذا الاتجاه في كتابات كل من "جراس" و "كريستالر" و "لوتش" و "أولمان" فقد ناقش هؤلاء العلماء الجذور التاريخية للمناطق الحضرية وطبيعتها وتنوعها وخصائصها وكان من أشهر محاولات الاتجاه التاريخي تلك التي قدمها (جوردن تشيلد) حيث نجده يحدد بعض ملامح ما أطلق عليه (الثورة الحضرية المبكرة) ومن بين هذه الملامح الاستيطان الدائم في صورة تجمعات كثيفة، وبداية العمل بالنشاطات غير الزراعية، وفرض الضرائب، وتراكم رؤوس الأموال، وإقامة المباني الضخمة، وتطور فنون الكتابة وتعلم مبادئ الحساب والهندسة والفلك ، واكتساب القدرة على التعبير الفني، ونمو التجارة.

1- حسن علي حسن ، المجتمع الريفي والحضري، المكتب الجامعي، الحديث الأزاريطة الإسكندرية، 1991، ص 71-73.

2- غريب محمد السيد، والسيد عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص

وتناول "فوستيل دي كولا نج" تاريخ المدينة العتيقة وأرجعها إلى نفوذ الدين الحضري وعرض "لويس مפורد" المدينة من وجه النظر التاريخية، وألقى الضوء على نموها وكبر حجمها وأشار إلى أنها تمر بمراحل ونماذج معينة هي مرحلة النشاط، مرحلة المدينة، مرحلة المدينة الكبيرة، مرحلة المدينة العظمى، مرحلة المدينة التيرانوبوليس، مرحلة المدينة النيكروبولويس وقد حدد بوسكوف الموجات الحضرية التي تعرض لها العالم عبر التاريخ الى ما يلي¹:

1- الموجة الحضرية الأولى من سنة 450 قبل الميلاد إلى سنة 500 بعد الميلاد: وهي الفترة الكلاسيكية للتحضر حيث ظهرت فيها المدن الأولى حول مجاري الأنهار وأوديتها الخصبة.

2- الموجة الحضرية الثانية من سنة 1000 الى سنة 1800 م: و قد تزامنت هذه الموجه مع ما عرف في أوروبا بالعصر المظلم وقد ظهرت هذه المن لتؤدي وظائف تجارية أو دينية.

3- الموجة الحضرية الثالثة من سنة 1800 م إلى الوقت الحاضر: وقد ارتبطت هذه الموجة بالنمو الصناعي المكثف الذي أثر في نمو المراكز الحضرية وساعد على اتساع نطاقها مما أدى بالكثير من المدن إلى أن تخرج عن نطاق وظائفها المرسومة لها وجعلها تعاني من الكثير من المشاكل.

أما "إيريك" لا مبارد فقد ميز بين أربعة أشكال من أشكال التحضر التي مر بها العالم وهي:

1- التحضر البدائي: وتحدث فيه عن محاولات عديدة من قبل الإنسان ساكن المركز العمراني بصفة عامة لإحداث التكيف مع البيئتين الفيزيائية والاجتماعية.

2- التحضر المميز: ويبدأ في هذا الشكل من أشكال التحضر ظهور المدن وتتحدد وظائفها وتستبين خصائصها وتبرز مشكلاتها وهذا النوع من التحضر كان واضحاً بالنسبة لمناطق مصر والعراق.

1- حسين رشوان ، المرجع السابق، ص43-42.

3- **التحضر الكلاسيكي:** وتظهر فيه قيود عديدة حول نمو المدن وسكانها ويتسم هذا الشكل بالتمركز العاصمي وظهور الدول المدينة مثل أثينا وروما وهو يمثل بداية الاستقرار الحضري الحقيقي¹.

4- **التحضر الصناعي:** وهو المرحلة الأخيرة من التحضر التي بدأت تتضح ملامحها مع بدايات القرن العشرين حيث بدأ سبل الهجرة من الريف إلى المدن أملا في الحصول على (فرص عمل أفضل وتحقيق مستوى معيشي أحسن).

ثالثا: الاتجاه الاقتصادي

تمثل الحضرية وفقا لهذا التصور، مرحلة متقدمة من مراحل التطور الاقتصادي البشري، وبالتالي ارتبط التحضر والنمو الحضري بحركة انتقال وتحويل إلى تنظيمات اقتصادية أكثر تعقيدا، أو بمعنى أبسط انتقال من حالة تقوم فيها الحياة الاجتماعية على أساس العمل أو الإنتاج الأولى كالصيد والزراعة، إلى حالة تقوم فيها الحياة على أساس العمل الصناعي والإداري والتجاري والخدمات، أو هي بعبارة ثالثة حالة الانتقال من اقتصاد المعيشة إلى اقتصاد السوق، والواقع لقد ترجم هذا التصور في صياغات وعبارات مختلفة، أكدت كلها الاتجاه الذي غلب على معظم الدراسات الحضرية الغربية، والأمريكية بصفة خاصة، والتي اهتمت بدراسة الاقتصاد المتربوليتي وأكدت الارتباط بين عمليتي التصنيع والتحضر².

ولعل من أهم الأمثلة البارزة في هذا المجال، دراسة "جراس" في محاولته استعراض التاريخ الاقتصادي للحضارة الغربية سنة 1932م. لقد أوضح "جراس" في مدخله التطوري، علاقة التطور الاقتصادي بأنماط التوطن والاستقرار البشري على مر التاريخ، كما ربط طرق ووسائل العيش بالتطورات التكنولوجية من ناحية، وبتطور أشكال الاستيطان البشري ناحية أخرى وفي تاريخه للحضارة الغربية في حدود إطار تصنيفي متصل ميز جراس خمس مراحل تطويرية أساسية هي: مرحلة اقتصاد الجمع والالتقاط، فمرحلة اقتصاد الرعي، يليها مرحلة اقتصاد القرية المستقرة، ثم مرحلة اقتصاد المدينة الصغرى، وأخيرا مرحلة الاقتصاد المتربوليتي.

ولقد كان تطور الزراعة كأسلوب أو طريقة للمعيشة أهم العوامل التي أدت إلى دخول البشرية في مرحلة أكثر تقدما على طريق التحضر ويتوالى هذا التطور في نظر "جراس"

1- لوجلي صالح الزوي: علم الاجتماع الحضري، منشورات جامعة قار يونس، 2002 م، ص 92-93.

2- لوجلي صالح، المرجع السابق، ص 93-94.

لتنمو المدن الصغرى نتيجة تزايد الإنتاج الزراعي وتزايد أعداد الحرفيين وتطوير وسائل النقل وازدهار النشاط التجاري، وكان ظهور الميτρο بوليس بعد ذلك نتيجة لازمة لارتباط التغيرات التكنولوجية والتنظيمية المصاحبة لانتشار التصنيع وسيطرة الاقتصاد المتروبوليتي¹.

رابعا الاتجاه الديموغرافي

اهتم بعض العلماء بالاتجاه الديموغرافي أو السكاني، واعتبروا أن حجم السكان وكثافتهم وتوزيع الجنسين والتركيب السلالي، وأنماط المواليد والوفيات والهجرة ذات أهمية كبرى في عملية التحضر والنمو الحضري، فقد لاحظ بعض الباحثين أن النمو السكاني الذي طرأ على المدينة كان أعلى بكثير من ذلك الذي طرأ على السكان بوجه عام، ووفقا لما هو حضري "أنما يشير إلي تجمعات سكانية من حجم معين أو إلى نسبة هؤلاء إلي إجمالي عدد السكان ويعود هذا إلي أن المجتمع الصناعي الحديث أدى إلى انخفاض ملحوظ في نسبة الوفيات في الوقت الذي لم تسجل فيه نسب المواليد مثل هذا النقص والنتيجة الحتمية لذلك زيادة كبيرة لعدد السكان، هذا بالإضافة إلى عامل الهجرة إلى المدن.

فالهيكل السكاني لأي مجتمع من المجتمعات يفيد في التعرف على حجم السكان وتوزيعهم وخصائصهم فيمكن التعرف على الحجم من خلال معدلات الزيادة الطبيعية (الفرق بين معدل المواليد ومعدل الوفيات في فترة محددة) ومعدلات الزيادة الغير طبيعية (الفرق بين معدل الهجرة إلى مكان ومن مكان) أما التوزيع السكاني فيمكن إدراكه من خلال الكثافة السكانية (نسبة السكان إلى المساحة المأهولة بالكيلومتر المربع فضلا عن تجمعهم طبقا لتوزيع الموارد الطبيعية، وتوافر فرص العمل... الخ كما أن للهجرة دورا حيويا آخر فوق دورها في تحديد الحجم السكاني. أما الخصائص السكانية فيمكن تحديدها في تركيب السكان من حيث النوع والجنس والعمر والحالة الزوجية والحالة التعليمية والحالة المهنية ومتوسط الدخل... الخ فهي تؤكد نوعية السكان طبقا لمجموعة من المتغيرات التي يختلف حيالها السكان ويتباينون، وتساعد هذه المتغيرات على تحديد البناء الاجتماعي لهؤلاء السكان وذلك من خلال التركيب الطبقي الذي ينتمون إليه. كما أن الخصائص السكانية مثل معدلات المواليد والوفيات والزيادة والكثافة وحركة السكان الداخلية والخارجية والخصائص العرقية والثقافية تزود الباحث بمعلومات

1- السيد عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، السنة غير موجودة، ص 105-106.

قيمه تساعد على ربط حاجات الإعداد المتزايدة من السكان بالخطط المشروعة المتصلة بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية واستثمار هذه الموارد والكفاءات البشرية والقوى العاملة¹.

خامسا الاتجاه النموذجي :

ينظر إلي التحليل النموذجي باعتباره نهجا قائما بذاته ويتوصل إليه الباحث عن طريق تحديد الخصائص الملازمة لموضوع أو ظاهرة معينة، والوصول إلى أهمية المنطقة وصورها الكاملة بغض النظر عن مكان تتبعها في الواقع أو وجودها بصور المنطقية هذه في مكان ما ولهذا من الصعب إن نلتمس واقعا تجريبا لهذه الخصائص أراد "ماكس فيبر" في مؤلفه "المدينة" أن يكشف نمودجا من التاريخ وأن يقف على الطبيعة الخاصة للظاهرة الاجتماعية الحضرية ولقد قبل الفكرة الشائعة في وقته والتي مؤداها إن المدينة هي منطقة مزدحمة بالسكان حيث لا يعرف الناس كلا منهم الآخر على خلاف ما يحدث في الأماكن الأصغر، ولكنه تفوق على غيره من السوسولوجيين بنظريته عن المحلي الحضري ولم يكن المحلي الحضري عند فيبر مجرد جمع أو تجمعات للنشاطات الإنسانية، ولكنه عبارة عن نمط واضح محدد المعالم من أنماط الحياة الإنسانية ولكن إن تظهر المدينة المعنى فقط تحت شروط خاصة، وفي مرحلة معينة من مراحل التاريخ. ولقد توفرت هذه الشروط في أوروبا في مدينة ما قبل الصناعة وإن فيبر قد اثبت إن هذه الشروط لم تكن موجودة في كل أنحاء أوروبا، وينبغي تحديد الوقت الحقيقي لظهور المدن على نحو دقيق².

سادسا الاتجاه الايكولوجي

ويقصد به التفاعل بين الإنسان وبيئته الاجتماعية وتتبلور مفاهيم وأفكار هذا الاتجاه في الرأي القائل بأن جوهر المدينة هو في تركيز عدد كبير من الأشخاص في حيز صغير نسبيا وهذا يعني بشكل آخر دراسة تأثير حجم المدينة وكثافة سكانها على بنائها وتنظيماتها ومؤسساتها الاجتماعية.

فنمط معيشة السكان وطبيعة علاقاتهم الاجتماعية واستجاباتهم البيئية تؤدي إلى أنواع مختلفة من السلوك والتصرفات التي تترك بصماتها على حياة المدينة.

1- السيد الحسيني: المدينة: دراسة في علم الاجتماع الحضري، دار المعارف، ط3، 11985، ص 143-153.

2- منصور حمد أبو زيد، المرجع السابق، ص 243.

ومن الصريح إن انتقال الفرد أو الجماعات من القرية إلى المدينة يؤثر في سلوكهم وبالتالي في طبيعة العلاقات الاجتماعية المترتبة على هذا التغير المكاني وهكذا يصبح الاتجاه الايكولوجي في علم الاجتماع عبارة عن محاولات لفهم التغيرات والتنظيمات (الاجتماعية التي تطرأ على منطقة ما نتيجة تفاعل السكان مع بيئتها)¹.

سابعا الاتجاه السيكولوجي:

لجأ الكثير من علماء الاجتماع إلى تفسير المجتمع في ضوء علم النفس الاجتماعي وذلك بتركيز على الذات واتجاهات الفرد وعواطفه ودوره في العقل الاجتماعي. ويرمي الاتجاه السيكولوجي في مجال التنمية الحضرية إلى اكتشاف الضغوط السيكولوجية ومواقف الأفراد في محاولة لفهم الظروف الإنسانية المعقدة في المناطق الحضرية على وجه الخصوص ويعتبر "ماكس فيبر" من أنصار هذا الاتجاه، فقد عرف المدينة بذلك الشكل الاجتماعي الذي يسمح بظهور أعلى درجات الفردية والتفرد وميز جورج زيمل في مقال له بعنوان (المدينة والحياة العقلية) بين نموذجين من المجتمعات على أساس العلاقات السيكولوجية في كل منها ففي المجتمع الأول ينخرط الفرد في جماعته الصغيرة انخراطا تاما، وفي المجتمع الثاني يحتفظ الفرد بذاتيته وفرديته في وجه القوى الاجتماعية الهائلة².

وكان "زيمل" على يقين بأن ساكني الحضر في حاجة ماسة إلي مزيد من الدقة والتوقيت ليتمكنوا من الوفاء بالتزاماتهم وسط هذه الشبكة المعقدة للوظائف الحضرية، وأن من أهم نتائج هذا التعقيد تطوير اقتصاد السوق وسيطرة العقلانية والعلاقات اللاشخصية، وهذا ينعكس بدوره على شخصية الحضري، فالإنسان في المدينة يشعر أنه يعيش في حالة ضياع نظرا لتعدد جوانب الحياة فيها، هذه الحالة النفسية هي التي تجعل الناس يبتعدون عن الاستجابة العاطفية نتيجة لتعدد الحياة الحضرية الأمر الذي تصبح معه العلاقات بين الإنسان وأقرانه وبينه وبين البيئة عموما علاقات جزئية.

ويؤخذ على هذا الاتجاه انه في تحليله للظواهر الاجتماعية يرجعها إلى الظواهر النفسية من صنع الأفراد وبالتالي فالمجتمع ليس له وجود، والحق أنه تحدث في المجتمع أمور لا يصح إن ننسبها إلى أفراد معينين، وذلك لأنها تنشأ من علاقات الأفراد في حالة الاجتماع

1- محمد عاطفغيث، غريب محمد السيد: علم الاجتماع الحضري، 1989، دار المعرفة الجامعية، ص 75-76.

2- عبد الإله أبو عياش: أزمة المدينة العربية، وكالة المطبوعات الكويت، ط 1، 1980 م، ص 82-83.

وتبادل وجهات نظرهم وتفاعل أفكارهم واحتكاك مشاعرهم وتوحد موقفهم، هذا بالإضافة إلى ما يحيطهم من ظروف طبيعية وبيئية وتاريخية تصاهرهم جميعا في بوتقة جمعية وتؤدي إلى ظهور عقل جديد للجامعة يوجهها ويرشدها وهذا العقل مستقل عن الأفراد¹.

ثامنا : الاتجاه التنظيمي

لا يقتصر التحضر والنمو الحضري في هذا الاتجاه على مجرد زيادة عدد السكان وارتفاع كثافتهم، أو على تطوير نسق اقتصادي تدعمه تكنولوجيا صناعية متقدمة وإنما يعني في الأساس الاتجاه إلى تنظيمات اجتماعية أكثر تعقيدا، يشتمل ذلك على تطوير وسائل الاتصال والميكانيزمات الاجتماعية والسياسية التي تسمح بإمكانية الربط والتنسيق بين مجالات وكيانات متخصصة ومتمايزة، بعبارة أخرى، فإن النمو الحضري هو انتقال من المجتمع البسيط إلى صورة أكثر تعقيدا كما أن التحضر معناه تراكم التطور والتعقد النظامي بنفس الدرجة وفي نفس الاتجاه الذي سارت فيه التطورات التكنولوجية ويشمل ذلك التقيد النظامي تاريخيا على تطوير الحكومات المركزية القوية وتطوير الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية وانتشار الإشكال المختلف للتنظيمات الرسمية والغير رسمية كالنقابات واتحادات العمال وروابط أصحاب العمل، إلى جانب تطوير عدد من التنظيمات الاجتماعية لتقابل الاحتياجات المتزايدة لنظام اقتصادي واجتماعي معقد، فضلا عن تلك التغيرات التي لحقت ببناء ووظائف وحدات التنظيم القائمة بالفعل، كالأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية وأنساق المكانة والتدرج الطبقي وبناء القوة.

والواقع إن هناك قدرا متراكما من التراث الذي يدور حول ما ارتبط بظهور المدن والنمو الحضري بوجه عام من مظاهر للتغير في هذا الجانب، ويكاد يكون القاسم المشترك الأعظم في عناصر هذا التراث ذلك التأكيد على البيروقراطية والتدرج الطبقي الاجتماعي وانتشار الروابط الطوعية كأهم ما يمكن إن تقاس به درجات التحضر والنمو الحضري من مقاييس أو مؤشرات.

تاسعا : الاتجاه السياسي والإداري:

ينظر كثير من دارسي علم الاجتماع الحضري إلى المدينة من منظور سياسي إداري وذلك لكون بعدها السياسي محددًا بكونها مركزا إداريا وقد يكون دورها السياسي لكونها

1- حسين رشوان، المرجع السابق، ص 50-74.

مركزا للحكم تتمركز فيها إدارات الحكم المختلفة، وقد لأتكون المدينة هنا هي العاصمة السياسية وإنما كل مدينة لها تأثير على المنطقة بها.

ومن الطبيعي إن تتواكب ظاهرة الحضرية مع نمو الوظيفة السياسية للمدينة، فهذه الوظيفة تمثل في كثير من الأحيان ركنا أصيلا يمثل السبب الأصلي لنشأة المدينة كما أنه يعمل على نموها وتطورها فضلا عن انه يحول في الغالب دون محاولة زحزحتها من موقعها¹. وإذا أردنا إن نقدم تحليلا لكيفية ارتباط البعد السياسي بنشأة المدينة فمن اليسير أن نكشف أن نمو معظم الاتجاهات السياسية والقوى المحركة لها مسالة لاتتم إلا في المدينة كما إن التنظيمات السياسية بمختلف إشكالها وصورها لا تنشأ سوى في المدينة، فضلا عن الممارسة السياسية حيث تتخذ من المدينة ميدانا ومجالا رحبا تصول وتجول فيه إما النتائج التي تترتب على اعتمادية المدينة أحيانا على البعد السياسي فهو يأتي من كون المدينة عاصمة للدولة أو الإقليم أو المقاطعة حيث تكون الوظيفة السياسية هي البعد الحيوي للمدينة العاصمة، وهي ظاهرة تتضح بشكل كبير في دول العالم الثالث، أما البعد الإداري فهو شديد الارتباط بالجانب السياسي فالتقسيم السياسي يركز على دعامة تتمثل في خضوع المنطقة حضرية كانت أم ريفية للإدارة المحلية وتكون محددة بنطاق إداري تصطلح عليه الدولة.

رابعاً: عوامل التنمية الحضرية

صنف جون ديكي المتغيرات التي تؤدي إلى التنمية الحضرية إلى أربعة عناصر رئيسية:

1. الإنسان والجماعات.

2. البيئة الطبيعية.

3. البيئة التي صنعها الإنسان .

4. النشاطات.

إن هذه المتغيرات لعبت دورا رئيسيا في أحدث التنمية الحضرية في مجتمع الدراسة فقد كان السبب الرئيسي هي الظاهرة الطبيعية وهي الزلزال الذي فرض على الإنسان والمجتمع صنع بيئة جديدة مجموعة من الناس لكي تمارس فيها نشاطاتهم. وبالإضافة إلى ذلك تعود التنمية الحضرية، ونمو المدن إلى تقدم الاختراعات الكفاءة المتزايدة في تكنولوجيا النقل والمواصلات والمعرفة الكاملة بوسائل الإمداد بالمياه والهواء والأرض والمصادر الطبيعية التي

1- لوجلي صالح، المرجع السابق، ص 101-102.

تحتاج إليها التنمية الحضرية، وكذلك¹ التخصص والتكامل بين المناطق الريفية والحضرية، حيث تعتمد المدن اعتماد كبيراً على التجارة، كما أن النمو السكاني الذي صاحب الثورة الصناعية من العوامل الهامة في التنمية الحضرية.

فالتكنولوجيا الصحة والعلاج أدت إلى انخفاض نسبة الوفيات وينتج عن ذلك النمو السكاني زيادة قوة العمل ويضاف إلى ذلك متغيرات تضم المهنة السائدة، وتقسيم العمل إذا تنمو المدن نتيجة ظهور أعمال ومهنة جديدة تتراكم فوق الأعمال التقليدية ومع زيادة نمو المدن تزداد المشاكل الاجتماعية التي تحتاج إلى مزيد من السلع والخدمات مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية².

خامساً: أهداف التنمية الحضرية

- تنمية المناطق الحضرية مثل تحديث وسائل النقل والمواصلات وإصلاح وصيانة الطرق داخل المدن والأحياء، وشبكات المياه والكهرباء.
 - تنمية وتحديث الريف وخلق قوى جذب في القرى.
 - توطین الصناعات في المدن الصغيرة والضواحي السكنية لخلق مراكز جذب للأفراد.
 - إتباع سياسة للتغلب على الزيادة السكانية وتوجيه النمو الحضري إلى المدن الصغرى والقرى.
 - الاهتمام بالتخطيط العمراني للمدن بأسلوب يناسب المتطلبات الحالية والمستقبلية، الاتجاه نحو بناء المدن الجديدة وبأسلوب تخطيطي سليم سواء التابعة منها أو المستقلة كمراكز جذب للأفراد سواء للعمل أو الإقامة تعليق وتعقيب³:
- وفى ضوء التعريفات السابقة للتنمية الحضرية يمكننا إن نحدد أهم عناصر المفهوم

بما يلي:

- التنمية الحضرية عملية موجهة إلى الإنسان باعتباره العنصر الفعال في التطوير المجتمع.
- التنمية الحضرية تستهدف رفع مستوى دخول الأفراد من خلال المشروعات الاقتصادية.
- التنمية الحضرية عملية إرادية وموجهة.

1- حسين رشوان، المرجع السابق، ص 47-50.

2- المرجع نفسه، ص 25-26.

3- آمال رشاد السيد حسن: التنمية والمدن الجديدة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة طنطا، 1993، ص 135.134.

• أنها العملية التي عن طريقها تحدث التغيرات الاجتماعية المقصودة في البشر وبالتالي يكتسبون القدرات والقيم التي تساعدهم على مواجهة ما يصادفهم من مشكلات بحيث يستطيعون، إحداث التغيرات في البيئة التي يعيشون فيها.

وهكذا فإن التنمية الحضرية هي تنمية واسعة تتناول كافة القطاعات والجوانب الاجتماعية الاقتصادية والصحية.

أما عن الاتجاهات النظرية يتضح لنا مدى قصور النظرة ألي التنمية الحضرية في ضوء أي اتجاه من الاتجاهات السابقة على حدة، ولذلك نرى أنه عند محاولة تحليل نمو التنمية الحضرية لابد أن يستوعب هذا التحليل الأبعاد الاقتصادية والسياسية والسيكولوجية والتنظيمية والديموغرافية والايكولوجية والنموذجية.

ولن نشير إلي إن محاولة الجمع بين الاتجاهات السابقة محاولة جديدة نبتدعها لأول مرة فقد حاول بعض العلماء تفسير التحضر بالاعتماد على متغيرات السكان والبيئة والتكنولوجيا والتنظيم.

وبالرغم من أهمية كل هذه الاتجاهات في تفسير التنمية الحضرية إلا أننا نرى أن الاتجاه الايكولوجي كان العنصر الرئيسي والفعال في حدوث التنمية الحضرية¹.

سادسا: التنمية السياحية كشكل من أشكال التنمية الحضرية

تتوفر بلادنا على الشروط الأساسية لقيام سياحة رائدة منها توفر مظاهر طبيعية متنوعة، ومواقع أثرية مختلفة، ومناخ معتدل، وهي شروط محفزة لتنمية سياحية لا شك أنها ستعود على البلاد بمردود اقتصادي ومالي معتبر، فضلا عن إسهامها في تشرب عدد هام من اليد العاملة العاطلة حاليا.

"ولم يعد بالإمكان اليوم أمام الوضع المزري لاقتصاد هش بل منهار، أن تقوم الدولة وحدها بتوفير الشروط الممكنة لبعث حركة سياحية نشطة وهنا يستدعي الأمر أنيساهم القطاع الخاص مساهمة فعالة بل وأساسية في التنمية السياحية بالمشاركة العملية في استكمال البنية التحتية للاستقبال: من فنادق ومرافق ومواصلات، يمكن أن يمس ذلك مختلف جهات الوطن المؤهلة لاستقطاب السواح، مع إعداد العاملين في قطاع السياحة وتدريبه لهم لتقديم خدمات متميزة ملائمة تساهم بدورها في استقطاب السواح وتساعد على الدعاية للسياحة مما

1- عبد العزيز لعرج، المرجع السابق، ص 38.

يدعو السائح الزائر لبلادنا من العودة لزيارتها مرات أخرى، أن ذلك مرهون بوعي العاملين في مجال السياحة وتفهمهم للدور الخطير المنتظر منهم أن يلعبوه بحيث يحس الفرد منهم أن إرضاء والعمل على إسعاده وتوفير شروط راحته أمر مطلوب لتنمية سياحية رائدة.

إن بلادنا اليوم وهي تواجه وضعا اقتصاديا واجتماعيا ضاغطا فارضا عليها انفتاحا اقتصاديا بل أن اندماجا شبه كليا في المنظومة الاقتصادية والتجارية الدولية، وهي موعودة مع استثمارات دولية، ينتظر حلولها ببلادنا، ولاشك ان الانفتاح واستقطاب الاستثمارات، كلاهما يتطلب شروط موضوعية عديدة لتحقيقها وهي شروط يساعد بعضها قطاع السياحة في الاستفادة من تلك الشروط، ويساعد على بعث النشاط السياحي.

أن القطاع الخاص في الدول المتمرسه في مجال السياحة هو العمود الفقري للحركة السياحية، وهو الفاعل الرئيس القائم على بث الحياة والحيوية في القطاع، يقتصر دور الدولة فيها على التنظيم والتقنين والإشراف والدعاية الخارجية، وهو ما يرجى أن يلعبه القطاع الخاص في بلادنا في هذه الظروف بالذات¹.

1- عبد العزيز لعرج، المرجع السابق، ص 39.

خلاصة الفصل الثالث:

لقد حاولنا منذ البداية أن نضع دراستنا في سياق الدراسات الحديثة لعلم الاجتماع وفقا لمعطيات وأولويات، كما سعينا إلى توظيف المرجعيات النظرية في فهم الحقائق المحلية، ومقاربات نظرية مختلفة في تفسير واقع التنمية الحضرية كظاهرة اجتماعية، نذكر منها نظرية القطاع الحضري، نظرية الهامشية الحضرية والأحياء المتخلفة ودور الأبعاد الثقافية في تطوير المجال الحضري.

الفصل الرابع:

الإطار المبدائي للدراسة

تمهيد

أولاً: الإجراءات الممنهجة للدراسة

1- مجالات الدراسة

2- المنهج المتبع في الدراسة

3- عينة الدراسة

4- الأدوات المستخدمة لجمع البيانات

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات

ثانياً: عرض وتحليل البيانات

ثالثاً: النتائج العامة للدراسة

أولاً: الإجراءات الممنهجة للدراسة

1- مجالات الدراسة:

• المجال المكاني:

تقع ولاية بسكرة في الناحية الجنوبية الشرقية للبلاد، تحت سفوح كتلة جبال الأوراس التي تمثل الحد الطبيعي بينها وبين الشمال وتتربع على مساحة تقدر بـ 21 509.80 كلم وتضم 33 بلدية و 12 دائرة ويحدها ولاية باتنة من الشمال وولاية المسيلة من الشمال الغربي وولاية خنشلة من الشمال الشرقي وولاية الجنوب الغربي وولاية الوادي من الجنوب الشرقي وولاية ورقلة من الجنوب¹.



الشكل رقم (01): خريطة ولاية بسكرة

فتتمتع بموقعها الاستراتيجي حيث تعتبر همزة وصل بين الشمال و الجنوب، حيث بلغ عدد سكانها بالمدينة الى 531525 نسمة أي بنسبة 61,15 % وعدد سكانها بالريف إلى 337690 نسمة أي بنسبة 38,85% حسب إحصائيات 2015².

• المجال الزمني:

تم إجراء الدراسة الميدانية انطلاقاً من شهر أكتوبر 2022 حيث انطلقت الدراسة الاستطلاعية من أجل تحديد وضع متغيرات الدراسة على أرض الواقع من خلال الوقوف على الأفراد و الهيئات والمؤسسات المكلفة بالنشاط السياحي، وانتهت الدراسة في شهر مارس لتبدأ الدراسة الميدانية، وهذا بتوزيع أدوات البحث وإعادة استرجاعها من طرف المبحوثين حيث:

1- مرابط عبد الرحمان جليل، التوسعات العمرانية الجديدة في المدن الصحراوية بين الواقع المفروض والمستقبل المطلوب "دراسة حالة منطقة لمدينة بسكرة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الهندسة المعمارية، تخصص المؤسسات البشرية في المناطق الجافة وشبه جافة، كلية العلوم والتكنولوجيا، الجزائر، ص 160.

2- موقع إلكتروني: www.wilayaBiskra.dz

• دراسة استطلاعية من أكتوبر 2022 الى مارس 2023

• دراسة ميدانية من مارس 2023 الى ماي 2023

وقد استغرقت الدراسة الميدانية كل هذا المجال نظرا لتوزيع مؤسسات القطاع السياحي في عدة أمكنة و تباعد المسافة بينهم ما استغرق وقت لتوزيع أدوات البحث وإعادة جمعها.

• المجال البشري:

لقد كانت الدراسة مع المؤسسات الخدماتية السياحية و بالخصوص مع موظفيها و تتابع مجريات هذه الآلية:
- مركب سيدي يحي

- **فندق سلامي:** تأسس عام 2015 الواقع بحي العالية الشمالية بسكرة وتقدر مساحته ب 320 متر مكعب يحتوي على 3 طابق فنجد في الطابق الأرضي المطعم ويحتوي على 52 مقعد ومع اليسار يوجد الاستقبال وفي الطابق الأول يضم 5 غرف منها الفردية والمزدوجة والثلاثية و 2 من الملاحق، أما بالنسبة للطابق الثاني والثالث فكلهما يحتوي على 7 غرف وملحق واحد.

- **فندق فسيرة جنوب:** الواقع وسط المدينة على شارع الأمير عبد القادر بسكرة حيث يتكون من موقف للسيارات يتسع ل 40 مركبة وكافيتريا تتسع ل 50 مقعدا، ومطعم يتسع حوالي 100 مقعد بالإضافة الى غرفة الاجتماعات تضم 60 مقعد بالمقابل تتكون هياكل الإقامة من غرف مزدوجة و أخرى فردية و توفر أجنحة فاخرة وجناح ملكي واحد وجناح ثلاثي واحد وشقة.

- **وكالة بولرباح للسياحة والسفر:** تم افتتاحه في 5 جويلية 2022 والواقع بطريق سيدي عقبة بجانب الملعب الجهوي بسكرة حيث يقوم بحجز التذاكر والفندقة مع تأمين السفر.

- وكالة روفانا للسياحة والأسفار: تم افتتاحها عام 2021 والمتواجدة بحي العالية عمارات لا كذاك حيث يتمثل نشاطها في تقديم جميع النشاطات السياحية كبيع تذاكر الطيران وتنظيم رحلات داخل وخارج المدينة.

2- **المنهج المتبع في الدراسة:** فالمنهج بشكل عام هو مجموعة من الإجراءات والخطوات والقواعد العامة المصوغة من أجل الوصول إلى الحقيقة أو باختصار هو الطريق الواضح والمستقيم الذي يؤدي إلى الغاية بسهولة ويسر¹.

وقد تم التعامل مع الدراسة من خلال استخدام المنهج الوصفي والذي يعرف بأنه طريقة لوصف الظاهرة التي تتم دراستها وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة المطروحة و إعادة تصنيفها و تحليلها².

كما عرفه "هويتني" (1984) هو « محاولة منظمة لتقرير وتحليل و تفسير الوضع الراهن لنظم اجتماعية أو جماعة أو بيئة معينة وهو ينصب على الوقت الحاضر، ليس على اللحظة الحاضرة كما يهدف إلى الوصول لبيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتصميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل»³.

***مبررات استخدام المنهج الوصفي:** تم استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة:

- يعتبر المنهج الأكثر استخداما وانتشارا.
 - في وصف الخدمات السياحية وكيف تساهم في تحقيق التنمية الحضرية لمدينة بسكرة.
 - لوصف كيفية أداء العمل السياحي في مختلف المرافق السياحية وبكل أنواعها.
 - بالرجوع الى الدراسات السابقة.
- 3- **عينة الدراسة:** من أجل دراسة علمية لا بد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث، حيث يعرفها "موريس أنجرس" أنها « مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث»⁴.

1- عبد الرحمان بدوي: مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات للنشر والتوزيع، ط03، الكويت، 1977، ص 03.

2- بلقاسم سلاطنية وحسان الجيلاني: المناهج الأساسية في البحوث الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2012، ص 133.

3- محمد الموسوي: إدارة العلاقات العامة في قطاع المنشآت السياحية، مركز الكتاب الأكاديمي للنشر، 2016.

4- محمد در: أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، 2017، الجزائر، ص

وفي هذه الدراسة سوف يتم استخدام العينة العمدية او القصدية و تعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث ان تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا وهي عينة يتم اختيارها على أساس من الخبرة السابقة فقد يلاحظ الباحث من الدراسات السابقة أن مجموعة من المفردات يتمثل فيها من الخصائص ما يجعل نتائجها قريبة من نتائج المجتمع ككل .

ومن الملاحظ أن العينة العمدية هي أكثر العينات استخداما نظرا لسهولة الوصول للمفردات بالإضافة إلى اعتقاد الباحث بأن هذه المفردات تحديدا هي الأقدر على تزويده بالبيانات التي يحتاجها في دراسته¹.

4- الأدوات المستخدمة لجمع البيانات:

- **الملاحظة:** تعتبر إحدى أدوات جمع البيانات وتستخدم في البحوث الميدانية التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الدراسة النظرية كما تستخدم في البيانات التي لا يمكن جمعها عن طريق الاستبيان أو المقابلة أو الوثائق أو السجلات الإدارية أو الإحصاءات الرسمية أو التقارير أو التجريب، ويمكن للباحث تبويب الملاحظة وتسجيل ما يلاحظه من المبحوث سواء كان كلاما أو سلوكا².

- **المقابلة:** تم استخدام المقابلة المقننة والتي تعرف على أنها المقابلة التي تكون أسئلتها محددة ومتسلسلة حتى يترسخ في عقل الباحث الإجابة المقننة عن الأسئلة التي طرحها على المبحوثين³.

وقد تم بناء استمارة المقابلة حسب محاور الدراسة وقد شملت 23 سؤال وقد قسمت الى ثلاثة محاور كل محور يتكون من:

المحور الأول: بيانات شخصية والتي تخص البيانات العامة لأفراد العينة تكونت من 04 أسئلة.

1- راوية بنت أحمد القحطاني: النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، مصر، عدد 20، ص 446

2- زهية دباب: الخطوات المنهجية الأساسية لإعداد البحث الاجتماعي، دار كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2021، ص 86.

3- هراكي حياة: معوقات مشاركة المجتمع المدني في التخطيط الحضري (دراسة ميدانية لبعض جمعيات المجتمع المدني لمدينة بسكرة)، رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الحضري، قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم الاجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2018-2019، ص 56.

المحور الثاني: أداء النشاط السياحي ويحتوي هذا المحور على 10 أسئلة.

المحور الثالث: نوعية النشاط السياحي ويحتوي هذا المحور على 09 أسئلة.

وقد تم عرض هذه الاستمارة على الأستاذة المشرفة من أجل تصحيحها وتوجيهها

ثم عرضت على أساتذة محكمين من أجل إبداء رأيهم في محتوى الاستمارة.

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة لمعالجة البيانات :

من بين الأساليب الإحصائية الملائمة لمثل هذه الدراسة هي النسبة المئوية التي

تعتمد على القاعدة الثلاثية وذلك من خلال تحليل التكرارات الى أعداد وتكون بالشكل التالي:

التكرارات $\times 100$

النسبة المئوية =

مجموع التكرارات

وقد تم الاعتماد على النسبة المئوية في دراستنا هذه لأنها في نظرنا المناسبة لهذا

النوع من المواضيع¹.

1- هراكي حياة، المرجع السابق، ص 56.

ثانيا :عرض و تحليل البيانات

المبحث الأول: تحليل البيانات على ضوء فرضيات الدراسة:

(1) البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس¹:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
77%	31	ذكر
23%	09	أنثى
100.0	40	المجموع

من خلال الدراسة والنتائج الجدول نلاحظ أن نسبة التكرارات الذكور أكثر من تكرارات الإناث، حيث بلغت بـ 77% أكثر من نسبة الإناث التي تقدرت بـ 23% .

نلاحظ أن الخدمات السياحية أكثر توظيفا للذكور من الإناث وهذا راجع للطبيعة المجتمعية، وهو حال جميع القطاعات المختلفة التي تقدم خدمات إلى جميع فئات المجتمع. ويرجع سبب ذلك الى مجموعة من الاسباب نذكر منها:

- تأثير القيم والعادات وطبيعة البيئة المحافظة لولاية بسكرة والتي لا تدعم المرأة بالقطاع السياحي في الأوقات المتأخرة، أيضا في طبيعة الاسرة الجزائرية والتي لا تسمح على الاختلاط في العمل.

- من الأسباب التي أدت أيضا إلى إرتفاع نسبة العمل الذكور في هذا القطاع راجع إلى ما هو سائد أن تركيز المسؤولية دائما ما تقع على عاتق الذكور لأن العمل في النشاط السياحي يتطلب جهدا بالإضافة الى التنقل المستمر لمتابعة المستفيدين من الخدمة السياحية.

1- هراكي حياة، المرجع السابق، ص57.

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
80	32	من 20 سنة إلى 40 سنة
12	05	من 40 إلى 50 سنة
08	03	أكثر من 50 سنة
100	40	المجموع

يتبين لنا من خلال المعطيات الاحصائية أن الفئة العمرية من 20 سنة الى 40 سنة أعلى نسبة تكرارات قدرت بـ 80% ثم تليها الفئة العمرية من 40 سنة إلى 50 سنة بنسبة 12% ثم تأتي في الأخير أقل نسبة من فئة 50 سنة فأكثر، حيث نالت نسبة 8% من تكرارات إجابات المبحوثين.

- حيث يعود سبب ارتفاع النسبة الأولى إلى توظيف الشباب ومن ضمنهم المتربصين الجدد في القطاع السياحي لان هذا الاخير يتطلب جهد كبير وبنية قوية بالإضافة إلى أن الشباب في مرحلته هذه يكون معطاء لعمله نظرا لتحمسهم في مجال العمل.
- أيضا من البديهي توظيف بعض الأنشطة السياحية لفئة الشابة بكثرة بالمحاذاة مع تركيزها على المظهر الخارجي لموظفيها.
- أما بالنسبة للفئات الاخرى والتي قدرت بنسبة 12% و8% نجدها بصفة منخفضة وذلك راجع إلى طاقتهم الجسدية لا يسمح لهم ببذل جهد أو نشاط كبير بحيث تنحصر وظيفتهم في إصدار الأوامر والتعليمات حسب خبرتهم لهذا النشاط السياحي.
- ومنه نستنتج ان الفئة العمرية الغالبة على أفراد العينة التي تعمل في هذا القطاع هي فئة من 20 إلى 40 سنة والتي قدرت بـ 80%.

الجدول رقم 03: يبين توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	اقتراحات
5%	02	إبتدائي
5%	02	متوسط
33%	13	ثانوي
47%	19	جامعي
10%	04	تكوين آخر
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل المستوى التعليمي ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الأعلى تكرارات ذات الفئة المستوى الجامعي نالت أعلى نسبة بـ 47%، ومن بعد تليها فئة الثانوي بنسبة تكرار 33%. ومن بعد تليها فئة تكوين آخر بنسبة 10% وفي الأخير فئة المتوسط والابتدائي بنفس النسبة بأقل نسبة قدرت بـ 5%.

يعود سبب ارتفاع نسبة لفئة الجامعي إلى طبيعة النشاط السياحي بحيث يتطلب مستوى ثقافي عالي، وأيضاً إلى ضرورة التحكم في اللغة الأجنبية لتسهيل التعاملات مع المستفيدين من خدماتهم، كما ترى في وقتنا أن المستوى الجامعي أصبح طاغي على كل فئات المجتمع تقريباً.

وعليه نستنتج أن فئة الجامعيين هي الفئة الغالبة على المنخرطين في المجال السياحي¹.

1- هراكي حياة، المرجع السابق، ص 59.

الجدول رقم 04: يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير عدد سنوات العمل في القطاع:

الاقترحات	التكرار	النسبة المئوية
6 أشهر إلى 10 سنوات	33	82%
من 10 سنوات إلى 20 سنة	03	8%
من 20 سنة فما أكثر	04	10%
المجموع	40	100

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين عدد سنوات العمل في القطاع ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه، نرى أن النسبة الأعلى تكرارات ذات الفئة من 6 أشهر إلى 10 سنوات أعلى نسبة بـ 82%، ومن بعد تليها فئة من 20 سنة فما أكثر بنسبة تكرار 10%. ومن بعد تليها فئة من 10 سنوات إلى 20 سنة بنسبة تكرار 8%.

- يرجع السبب في إرتفاع النسبة الأولى إلى الاقبال المتزايد في الآونة الأخيرة على قطاع النشاط السياحي مما توفرت مؤسسات الخدمة السياحية بكثرة مما جعلها تستعين باليد العاملة المؤهلة وذات خبرة سياحية.

- تقطن أفراد المجتمع للثقافة السياحية مما جعلهم يلجئون إلى كافة المؤسسات التي توفر الخدمات السياحية هذا ما دفع البعض إلى الانخراط في النشاط السياحي بكثرة.

نستنتج في الأخير أن الفئة من 6 أشهر إلى 10 سنوات والتي تقدر نسبتها بـ 82% هي الفئة الغالبة في مجال القطاع السياحي.

الجدول رقم 05: يبين توزيع أفراد العينة حسب النشاط السياحي الممارس والمساهم في التنمية السياحية لمدينة بسكرة:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
90%	36	نعم
10%	04	لا
100	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل النشاط السياحي الممارس والمساهم في التنمية السياحية لمدينة بسكرة ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى أن النسبة الأعلى بـ 90% ممن صرحت نعم بأن النشاط السياحي يساهم في العملية التنموية لمدينة بسكرة، وبينما النسبة التي قدرت بـ 10% صرحت عكس ذلك.

- يرجع ذلك إلى الزيادة في السيولة للولاية لأنها تفرض الضرائب على المراكز السياحية وبالتالي تساهم في نمو إقتصاد المدينة.

يرجع السبب أيضا إلى ما نلاحظه في ازدهار التنمية لولاية بسكرة.

- تتحقق أيضا التنمية للولاية في حسن استغلال الخدمات السياحية وتطويرها.

الجدول رقم 06: يبين توزيع مفردات العينة حسب تقييمهم للأداء السياحي على مستوى المرافق المتوفرة التي يتعاملون معها:

الافتراحت	التكرار	النسبة المئوية
ممتازة	07	18%
جيدة جدا	13	32%
جيدة	03	8%
مقبولة	13	32%
ضعيفة	04	10%
المجموع	40	100.0

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل تقييم الأداء السياحي على مستوى المرافق المتوفرة التي يتعاملون معها، حيث نلاحظ أن النسبة الأعلى للتكرارات 32% والتي صرحت بأن المعاملة مع المرافق كانت جيدة جدا ومقبولة، ثم تليها الفئة الثانية بنسبة تكرار 18% والتي اعتبرت أن المعاملة ممتازة ومن ثم تليها الفئة التي اعتبرت المعاملة ضعيفة وتقدر نسبتها بـ 10%، وفي الأخير تقدر نسبة 8% والتي صرحت بأن المعاملة مع المرافق الأخرى كانت جيدة.

- يرجع السبب في النسبة الأولى التي قدرت بـ 32% إلى المصالح المتبادلة بين الأداء السياحي والمرافق المتوفرة التي يتم التعامل معها.
- كما يرجع السبب أيضا في التعامل الجيد والمتوافق بينهما.
- أما بالنسبة للفئة التي صرحت بأن التعامل ضعيف فيعود سبب ذلك إلى غياب المصداقية لبعض المرافق عند تعاملها مع المؤسسات السياحية.

الجدول رقم 07: يبين توزيع مفردات العينة حسب طبيعة عملهم في النشاط السياحي:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة العمل
25%	10	موظف استقبال
13%	05	نادل
08%	03	عامل غرف
17%	07	مدبر(ة)
17%	07	مرشد سياحي
20%	08	أخرى
100.0	40	المجموع

نقرا من خلال الجدول أعلاه أن أعلى نسبة والتي تقدر بـ 25% والتي تمثل طبيعة عملهم كموظفي استقبال، ثم تليهم الفئة التي تقدر نسبتها بـ 17% والتي تمثلت وظيفتهم في مرشدين سياحيين ومدبرين، ثم تأتي فئة أقل نسبة تكرارات التي تمثلت طبيعة عملهم كنادلين نسبة قدرها 13% ثم تأتي الفئة الأقل بنسبة 8% وعملهم هو عاملين في الغرف.

- يرجع السبب في ارتفاع نسبة العمل في النشاط السياحي كموظفي استقبال لأنها الوظيفة الأكثر أهمية في هذا المجال باعتبارهم الواجهة الأساسية والمستقبل للمستفيدين من خدماتهم بحيث يكمن جوهر عملهم في توجيه السياح والإجابة على تساؤلاتهم واستفساراتهم وتلبية حاجياتهم.

- وكما أوضحنا سابقا في نتيجة جدول الفئة العمرية السن وهم من الشباب وتجد أغلبهم يعملون كموظفي استقبال.

الجدول رقم 08: يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى توفر المرافقة السياحية للمستفيدين من الخدمات السياحية أثناء إقامته بالمدينة:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
98%	39	نعم
02%	1	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مدى توفر المرافقة السياحية للمستفيدين من الخدمات السياحية أثناء إقامته بالمدينة، ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الأعلى تكرارات ذات الفئة نعم هناك مرافقة سياحية للمستفيدين من الخدمات السياحية أثناء إقامته بالمدينة 98%، ومن بعد تليها فئة لا بنسبة تكرار 02% التي أجابت بأنه لا توجد مرافقة سياحية للمستفيدين من خدماتهم السياحية أثناء اقامته بالمدينة.

- فمن الأسباب التي أدت إلى ارتفاع هاته النسبة هو أنه من بين أهداف الخدمات التي تقدمها النشاطات السياحية هي الحرص على راحة السائح وتلبية رغباته وحاجياته لذا تسعى جاهدة في مرافقته من أجل تعريفه للمنطقة السياحية وذكر مميزاتها وابرار ثقافتها وعاداتها المنتشرة.
- بالإضافة إلى أن السائح لا يكون مدركا لطبيعة العمل لذا فهو يحتاج لمن يرافقه ويوجهه.
- أيضا يمكن القول من بين الأسباب لتعريف السائح للتنوع في المناطق السياحية منها: السياحة الجبلية والحموية والعلاجية وغيرها.

الجدول رقم 09: يبين توزيع مفردات العينة حسب طبيعة النصوص التنظيمية:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة النصوص
90%	36	تساهم في النشاط السياحي
10%	04	لا تساهم في النشاط السياحي
100	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين طبيعة نصوص التنمية ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى أن النسبة الأعلى تكرارات ذات الفئة نعم النصوص التنموية في النشاط السياحي نسبة بـ 90%، ومن بعد تليها فئة لا تساهم في النشاط السياحي بنسبة تكرار 10%.

- إنما يرجع ذلك إلى سبب في النسبة الأكبر إلى حماية السائح من الناحية القانونية وضمان حقوقه بفضل طبيعة النظام المطبق داخل المؤسسة السياحية.

- كما تساهم القوانين التنظيمية في صيرورة النشاط السياحي بحيث أن هذه القوانين تجعل من كل موظف يعرف واجباته نحو أداء لعمله.

الجدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب توفير النشاطات السياحية الجاذبة للسياح:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
77%	31	نعم
23%	09	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يبين مدى توفير النشاطات السياحية الجاذبة للسياح في المؤسسة من خلال الشواهد الرقمية الأعلى نرى أن فئة نعم هي التي بلغت نسبة عالية قدرت بـ 77%، وتقابلها فئة لا والتي تبلغ نسبتها بـ 23%.

- يعود السبب لارتفاع النسبة الأعلى والتي صرحت نعم توجد نشاطات بالمؤسسة السياحية تجذب السياح للميزانية التي توفرها بعض المؤسسات السياحية من أجل توفير شتى أنواع الأنشطة الترفيهية والتي بدورها تجذب المستفيدين من خدماتها.

- كما يعود السبب إلى أقدمية المؤسسة في النشاط السياحي منا أكسبها خبرة في معرفة كيفية لفت انتباه السائحين عن طريق كافة الأنشطة التي تساهم في الرفاه الاجتماعي، وبالمقابل يعود السبب في النسبة الأقل إلى عدم توفر بعض المؤسسات السياحية للميزانية الكافية أو إلى عجزها المادي وهذا ما جعلها لا توفر الأنشطة الترفيهية.

- يعود السبب أيضا إلى وجود بعض المؤسسات السياحية الناشئة والحديثة والتي ليست على دراية بما هو جاذب للسياح.

الجدول رقم 11: يبين توزيع مفردات العينة حسب توفر سلم الترقية في العمل السياحي ؟

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
70%	28	نعم
30%	12	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل بوجود سلم الترقية في العمل السياحي ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه، نرى أن النسبة الأعلى تكرارات ذات الفئة التي صرت بوجود سلم ترقية بنسبة 70%، وبالمقابل نجد النسبة الاقل والتي تقدر بـ 30% التي صرحت بعدم وجود سلم ترقية في العمل السياحي.

- يعود السبب في ارتفاع النسبة لأجل تحفيز الموظفين على أداء عملهم بكل كد وتفاني.
- أيضا زرع فيهم روح المنافسة بين الموظفين لحصولهم بشكل أسرع على الترقية.
- بفضل الترقية يتم رفع من مستوى التوعية والأداء الخدماتي السياحي.
- لضمان عدم ضياع جهد الموظفين وتشجيعهم.
- بالمقابل يعود السبب إلى النسبة الاقل إلى نظام الداخلي فكل مؤسسة سياحية لها نظامها الخاص بها وطرق تأديتها لخدماتها.

الجدول رقم 12: يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى تأثير مناخ المدينة على تأدية النشاط السياحي:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
88%	35	نعم
12%	05	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل لنا مدى تأثير المناخ الدائم في المدينة ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه، نرى أن النسبة الأعلى تكرارات صرحوا بنعم يؤثر مناخ المدينة على تأدية النشاط السياحي نسبة بـ 88%، ومن بعد تليها فئة لا بنسبة تكرار 12%.

- حيث يعود السبب في النسبة العلى إلى المناخ القاسي والحار خصوصا في فصل الصيف ودرجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 50 درجة مئوية فما فوق صاحبة لها بتقلبات جوية.

- أيضا الصعوبة في التنقل الموظفين لأماكن عملهم في ظل مناخ متقلب.

- ويعود السبب في النسبة الأقل إلى توفر الامكانيات لدى بعض المؤسسات الخدمات السياحية التي تتحدى الصعوبات المناخية القاسية التي تعرض لها الموظف أثناء أداء نشاطه السياحي.

الجدول رقم 13: يبين توزيع مفردات العينة حسب الخدمات الأخرى على مستوى المدينة التي تساعد في أداء النشاط السياحي:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
85%	34	نعم
15%	6	لا
100.0	40	المجموع

- من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل الخدمات الأخرى في المدينة والتي تساعد في أداء النشاط السياحي ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى أن النسبة الأعلى تكرارات صرحوا ب نعم بنسبة 85%. وبينما النسبة الأقل هي فئة لا بنسبة 15% .
- يرجع السبب إلى التخفيف من الضغوطات العمل من خلال الاستعانة ببعض الخدمات التي تقدمها المرافق الأخرى مثلا: توجيه السياح إلى المطاعم فخمة ومعينة ثم التعامل معها مسبقا.
 - أيضا يؤدي التعامل مع الخدمات الأخرى المتوفرة في المدينة إلى تبادل الخبرات والمعارف مما يسهل في عملية الأداء الخدماتي السياحي.
 - يرجع سبب النسبة المنخفضة الى الاكتفاء الداخلي للمؤسسات السياحية وعدم لجوءها إلى الاستعانة بالخدمات الأخرى.
 - أيضا لعدم الاقتناع والثقة للخدمات الداخلية الأخرى على مستوى المدينة.

الجدول رقم 14: يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى توفر المدينة على الشروط السياحية التي تجعل منها مقصد للسياح:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
88%	35	نعم
12%	5	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى توفر المدينة على الشروط السياحية التي تجعل منها مقصدا للسياح ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه الفئة الغالبة هي الموجبة بنعم والتي قدرت نسبتها بـ 88%. وأما الفئة الأقل هي التي أجابت ب لا والتي قدرت نسبتها 12%. - يعود السبب في ارتفاع النسبة الأولى الى توفر المدينة على العديد من المناطق السياحية والتي تجعل منها وجهة سياحية مثل: السياحة الصحراوية، ونجد السياحة الجبلية مثل غوفي، القنطرة والسياحة العلاجية والحموية في توفر الحمامات . - أيضا إلى توفر المدينة للشروط السياحية منها: الخدمة الفندقية والتي تتميز بجودة ذات معايير محلية فمدينة بسكرة تعد منطقة استراتيجية باعتبارها بوابة الصحراء وتعدد وجهاتها. - كما تمتاز أيضا بتنوع غطائها النباتي ونخليها التي تنتج أفضل أنواع التمور ذات الجودة العالية مما جعلها مقصدا سياحيا.

الجدول رقم 15: يبين توزيع مفردات العينة حسب قيام المؤسسة بتكوين موظفيها قبل انضمامهم للنشاط السياحي:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
45%	12	نعم
55%	22	لا
100	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى قيام المؤسسة بتكوين موظفيها قبل انضمامهم للنشاط السياحي ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى نسبة 45% من صرحوا بأن المؤسسة قامت بتكوينهم قبل انضمامهم للنشاط السياحي وان نسبتهم 55% صرحت عكس ذلك بحيث أن المؤسسة لم تقم بتكوينهم قبل انضمامهم للنشاط السياحي.

- يرجع السبب في النسبة الأكبر ذلك لاعتمادهم على الشهادات المعتمدة في التكوينات الأخرى ثم انضمامهم في العمل السياحي كمتربصين ثم مع مرور الوقت تقوم المؤسسة بترسيمهم كموظفين.

- بينما يرجع السبب الأقل وذلك لاعتمادهم على التأهيل المسبق داخل المؤسسة حيث يتكونون جيدا ثم تتم عملية توظيفهم.

الجدول رقم 16: يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى ارتباط العمل بالمواسم السياحية أم هو دائم:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
65%	26	نعم
35%	14	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى ارتباط العمل بالمواسم السياحية أم هو دائم ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى أن النسبة الأعلى للتكرارات نالت 65% صرحت بأن العمل مرتبط بالمواسم السياحية فقط. وأن نسبة التي قدرت بـ 35% صرحت بأن العمل هو دائم.

- حيث يعود السبب إلى ارتفاع النسبة الأولى إلى أن العمل السياحي يكثر نشاطه في بعض المواسم مثل العطل منها الشتوية أو العطل الصيفية.

كما تضطر أحيانا معظم المؤسسات السياحية إلى التوقف عن نشاطها في باقي فصول السنة باستثناء مواسم الاضطراب راجع لغياب الزبائن ونقص عددهم إلى أن ينعدم مع آخر يوم من موسم الاضطراب

- بينما يعود السبب في اشتغال بعض المؤسسات السياحية بشكل دائم أي على مدار السنة مثل المركبات السياحية لأنه على علم بأن الإنسان يحتاج أحيانا إلى فترة نقاهة للترفيه والترويح عن نفسه بعد أسبوع من ضغط العمل وهذا ما يجعله يتجه مباشرة نحو المؤسسات السياحية¹.

1- الياس عياشي، المرجع السابق، ص 162.

الجدول رقم 17: والذي يبين توزيع مفردات العينة حسب توزيع العمل السياحي الى القطاعات ومراكز سياحية اخرى:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
95%	38	نعم
05%	02	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل في حالة ما تقوم المؤسسة السياحية بتوزيع العمل إلى القطاعات ومراكز سياحية اخرى ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى نسبة 95% أجابت بنعم وان النسبة الاقل والتي تقدر بنسبتها بـ 05% أجابت ب لا.

- يعود سبب ذلك الى الى محاولة الموظف من اجل كسب مهارات سياحية جديدة والتطوير من خبرته في مجال السياحة.

- أيضا من اجل كسب مدخول مادي جيد ليستثمر في هذا القطاع السياحي، ثم تطويره لقطاعات سياحية خاصة والتحسين فيها.

- يرجع سبب النسبة الأقل إلى خوف بعض المالكين للمراكز السياحية من المجازفة ماديا في فتح مشاريع تنموية سياحية والتي يمكن ان تؤدي بهم للخسارة في الاخير.

الجدول رقم 18: الذي يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى تحفيز المقابل المادي للعمل السياحي في مواصلة العمل:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
73%	29	نعم
27%	11	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل مدى تحفيز المقابل المادي للعمل السياحي في مواصلة العمل ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه أن النسبة 73% صرحت بأن المقابل المادي يحفزها على أدائها للنشاط السياحي، بينما النسبة التي قدرت بـ 27% صرحت بان المقابل المادي لا يحفزها على الأداء في العمل.

- حيث يعود السبب الرئيسي في ارتفاع هذه النسبة إلى الطبيعة البشرية للإنسان فدائماً ما يسعى الى تلبية متطلبات العيش الكريم وإشباع حاجاته ومستلزماته فهو يعمل ويكافح من أجل ذلك وهذا ما يحفزه لأدائه لنشاطه السياحي.

- بينما يرجع السبب في الفئة الأقل إلى ما يعاني منه بعض المؤسسات السياحية من ضعف في الميزانية كما أوضحنا سابقاً في الجدول رقم 10 ولهذا السبب لا يمكنها توفير دخل جيد لموظفيها.

الجدول رقم 19: يبين توزيع مفردات العينة حسب التسويق للخدمات السياحية إلكترونياً:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات
85%	34	نعم
15%	06	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل التسويق للخدمات السياحية عبر الوسائل الإلكترونية ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أعلى نسبة قدرت بـ 85% والتي أقرت بأنه يتم التسويق للخدمات السياحية إلكترونياً وأن النسبة التي تقدر بـ 15% أقرت عكس ذلك أي عدم التسويق إلكترونياً للخدمات.

- إنما يعود ذلك إلى أن التسويق للخدمات السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد يثير الرغبة لدى السائح لزيادة منطقة ما لأغراض سياحية.

- كما أن وسيلة التسويق الإلكتروني تتم بشكل أسرع وأكبر انتشاراً وشيوعاً باعتباره همزة وصل بين رغبات السائحين والخدمات التي يقدمها النشاط السياحي، مما يسمح بتطوير العرض السياحي¹.

1- محمد محسن قسم الله: تسويق الخدمات السياحية واثره على تطوير الأداء في المنشآت بالتطبيق على المنشآت السياحية بولاية الخرطوم، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 1، العدد 3، الملكة العربية السعودية، 2017، ص 82.

الجدول رقم 20: يبين توزيع مفردات العينة حسب مدى توفر عامل الأمن:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
90%	36	نعم
10%	04	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل مدى توفر عامل الأمن في المؤسسة السياحية ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة الأعلى التي تقدر بـ 90%. صرحت بوجود عامل الأمن باعتباره مهم بدرجة كبيرة في نوعية النشاط السياحي فيه يمكن ضمان سلامة المستفيدين من الخدمات لهذا النشاط، كما تعمل بعض المؤسسات السياحية توفير الأمن للسائح بحيث يشمل ذلك أمنه في نفسه وماله وأيضا حمايته من الجرائم والمضايقات التي يمكن أن يتعرض لها.

- فعند شعوره بالأمن والاستقرار هذا ما يولد في نفسه الرغبة في زيارة تلك المنطقة مرة أخرى على العكس إذا انعدم عامل الأمن وكثرت المخاطر كعمليات خطف السياح واستهدافهم وتهديدهم فإنه لن يجذب لتلك المنطقة المستقبلية نظرا لغياب البعد الامني.

الجدول رقم 21: يبين توزيع مفردات العينة حسب المعوقات التي يتعرض لها الموظف في النشاط السياحي:

المعوقات	التكرار	النسبة المئوية
معوقات تنظيمية	17	42%
معوقات لغوية	18	45%
نقص في الخدمات	05	13%
المجموع	40	100.0

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين لنا المعوقات التي يتعرض لها الموظف في النشاط السياحي ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه نرى أن النسبة الأكبر تقدر بـ 45% والتي تمثلت في المعوقات اللغوية ثم تليها النسبة التي قدرها 42% والتي تمثلت في المعوقات التنظيمية أما الفئة الأقل والتي تمثلت نسبتها بـ 13% والتي صرحت بوجود نقص من ناحية الخدمات .

- تتمثل الأسباب في النسبة المرتفعة في المعوقات اللغوية فاللغة تعتبر الأداة الأساسية للتواصل بين السائح والموظف بشكل سهل فإن الموظف الذي لا يتقن لغات مختلفة عن لغته الأم قد يجد صعوبة في تعاملاته خصوصا مع السياح الأجانب.

- أما السبب الثاني أو المعيق الثاني الذي يتمثل في المعوقات التنظيمية والتي تمثلت في كثرة العراقيل والإجراءات الإدارية وانتشار ما يسمى بالبيروقراطية والرشوة بالإضافة إلى غياب المصداقية بين الموظفين وهذا يؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري وهذا كله يعيق سير العمل والاستثمار في القطاع السياحي.

أما بالنسبة للمعيق الأدنى والمتمثل في النقص في الخدمات السياحية والتي نجدها مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار بالإضافة إلى ضعف التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة والعجز في قطاعات الإيواء وتدني النظافة والصيانة في الفضاءات العمومية فكل هذه المشكلات قد تعيق في عملية الاستثمار في المجال السياحي¹.

1- منصورى زين: واقع السياحة في الجزائر، مجلة اقتصادية شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 02، ص 142.

الجدول رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب ضرورة استمرار النشاط السياحي:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
100%	40	نعم
00	00	لا
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل ضرورة استمرار النشاط السياحي في المؤسسة ومن خلال الشواهد الرقمية اعلاه نرى أن النسبة 100% قالت أن هناك ضرورة في استمرار هذا النشاط السياحي لا يمكن الاستغناء عنها بالإضافة الى الاستمرارية في هذا القطاع يحقق التنمية الاقتصادية للمنطقة.

- أيضا خلق روح التنافس بين جميع القطاعات السياحية مما يؤدي إلى حركة سياحية واستقطابا اكثر للسائحين.

كما تساهم هذه القطاعات في تخصيص جزء من ايرادات سياحية لتنمية المشاريع السياحية والبنية الفوقية والتنمية والقضاء على البطالة وتوفير فرص العمل للخريجين.

الجدول رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حول كيفية الرفع من المستوى العمل السياحي في مدينة بسكرة وتنمية المنطقة:

النسبة المئوية	التكرار	الفئة
40%	16	دعم الدولة أو السلطة المحلية ماديا للعمل السياحي
35%	14	الاستعانة بأشخاص ذوي كفاءة سياحية عالية
25%	10	أخرى
100.0	40	المجموع

من خلال الجدول اعلاه والذي يبين كيفية الرفع من مستوى العمل السياحي في مدينة بسكرة وتنمية المنطقة ومن خلال الشواهد الرقمية أعلاه، نرى أن النسبة الاعلى تكرارات ذات الفئة دعم الدولة او السلطة المحلية ماديا للعمل السياحي يرفع من المستوى العمل السياحي في مدينة بسكرة وتنمية المنطقة نالت 40%، ثم تليها العبارة الموائية التي قدرت بـ 35% والذين صرحوا بضرورة الاستعانة بالأشخاص ذوي الخبرة العالية في مجال السياحة أما باقي الآراء التي قدرت نسبتها بـ 25% كانت متنوعة فتمثلت في الترويج للمناطق السياحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا عبر توفير مرافق للتسلية والترفيه، التعديل والترميم في المناطق الاثرية السياحية المتواجدة داخل المدينة وحسن المعاملة والاستقبال الجيد ومراجعة أسعار بعض الفنادق والسهر على تأمين حماية السائح، والإعفاءات الضريبية وتسهيل تطبيق القوانين التنظيمية.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة:

نستنتج من هذه الدراسة ومن البيانات والمعطيات النظرية والميدانية التي تم التوصل إليها أن الخدمات السياحية تلعب دورا أساسيا في نمو اقتصاد المناطق الحضرية بالمدينة فمن خلال ما لمسناه بعد اكتشافنا للمستوى الحقيقي للخدمات السياحية والتي تبقى ضعيفة مما انعكس بطريقة غير مباشرة على تباطؤ نمو التنمية الحضرية كما تحققنا من وجود بعض المعوقات و التي بدورها تعترض أداء دور النشاط السياحي لغياب التشجيع من طرف الدولة وقلة الاستثمار في هذا المجال و جعله آخر اهتماماتها في جميع المشاريع التنموية ومن هنا طرحنا إشكالية هذا البحث حيث درت حول: كيفية مساهمة الخدمات السياحية في التنمية الحضرية لمدينة بسكرة و من خلال فصول البحث تم التوصل للنتائج التالية:

1) النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الأول :

هل يساهم النشاط السياحي في تحسين أداء الخدمات المساهمة في التنمية الحضرية لمدينة بسكرة

و لقد توصلت الدراسة من خلال هذا التساؤل الى النتائج التالية :

- أن المستوى التعليمي والثقافي يلعب دور كبير في التحسين من أداء الموظفين في مجال القطاع السياحي. فطبيعة هذا العمل تتطلب المستوى الثقافي العالي مع كيفية التحكم في اللغات الأجنبية الأخرى لتسهيل التعامل مع الأجانب كما أن النشاط السياحي يساهم و بدور كبير التنمية الاقتصادية لمدينة بسكرة مع المرافقة الدائمة للمستفيد من الخدمات السياحية طوال فترة إقامته بالمدينة و الإجابة عن تساؤلاته و توجيهه .
- كما ان النصوص التنظيمية تساهم بشكل فعال في أداء النشاط السياحي لان مطابقة بدقة على كل العاملين في هذا المجال و جعلهم يتقنون عملهم بدون تراخي، كما تلجأ بعض هذه المؤسسات الى وضع بعض البرامج والنشاطات الترفيهية التي بدورها تساهم في جذب السياح.
- كما يلعب مناخ المدينة القاسي خصوصا في فصل الصيف على أداء النشاط السياحي خصوصا لدى لعاملين خلال تنقلهم الى أماكن عملهم
- توفر المدينة للشروط السياحية و التي جعلت منها مقصد للسياح فهي متنوعة منها السياحية الصحراوية و الحموية و العلاجية .

(2) النتائج المتعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني:

هل يساهم النشاط السياحي في تحسين نوعية الخدمات المساهمة في التنمية الحضرية لمدينة بكرة

ولقد توصلت الدراسة من خلال هذا التساؤل الى النتائج التالية :

- يرتبط العمل السياحي ارتباطا وثيقا بالمواسم السياحية وليس بصفة دائمة، بحيث تضطر أحيانا بعض المؤسسات السياحية الى التوقف عن العمل لغياب السياح و نقص عددهم الى أن ينعدم هذا ما يجعلها تتوقف مدار السنة إلا بمواسم الاصطياف
- الطموح الى توسيع قدرات العمل في المجال السياحي إلى قطاعات ومراكز كبرى سياحية للزيادة اكثر في الدخل المادي.
- الزيادة اكثر في الوعي السياحي للأفراد عن طريق التسويق الإلكتروني لاكتشاف احتياجات السياح للمحاولة في تحسين نوعية الخدمات السياحية التي تقدمها كافة المؤسسات السياحية.
- اعتبار عامل الامن من اهم العوامل التي تساهم في التحسين من نوعية الخدمات السياحية فحماية السائحين من المضايقات التي يتعرضون لها او للسراقات أحيانا عند شعوره بالأمان و الاستقرار هذا ما يؤدي به الى زيارة البلد السياحي مرة أخرى .
- اثبتت نتائج الدراسة قصور الدولة و السلطات المحلية في التشجيع للسياحة و عن ابراز الدور المتطلع لها في دعم النشاط السياحي بالبلاد.

الخاتمة

في إختتام دراستنا ومن خلال ما نعرضه بفضل الله إلى تحقيق الهدف المسطر منذ البداية ألا وهو التعرف على الخدمات السياحية والتنمية الحضرية (حالة مدينة بسكرة) وبذلك يسعنا القول

أن دراستنا تناولت مؤسسات الخدمات السياحية ،فقد كشفت لنا النتائج التي تم التوصل إليها أن نوعية و أداء الخدمات السياحية تلعب دوراً أساسياً في نمو إقتصاد المناطق الحضرية بالمدينة فمن خلال ما لمسناه بعد إكتشافنا للمستوى الحقيقي للمناطق السياحية والتي تبقى ضعيفة مما يعكس بطريقة مباشرة على تباطؤ نمو التنمية الحضرية

وبما أن هناك معوقات التي تعرض أداء دور النشاط السياحي وغياب التشجيع من طرف الدولة والسلطات المحلية وقلّة الاستثمار في هذا المجال وجعله آخر إهتمامهم في جميع المشاريع التنموية الحضرية للمدينة

وفي ضوء ما كشفته النتائج نستنتج أن النشاط السياحي يساهم في تحسين الخدمات والتنمية الحضرية لمدينة بسكرة وتحسين مستوى الخدمات يجعل هناك فرق كبير في المساهمة التنموية للمدينة وفاعلية الأداء السياحي تعطي طابع مميز للسياحة.

قائمة المراجع

1. ابراهيم اسماعيل الحديد: ادارة التسويق السياحي، عمان، دار الاعصار العلمي، 2009.
2. آمال رشاد السيد حسن: التنمية والمدن الجديدة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة طنطا، 1993 .
3. حسن علي حسن، المجتمع الريفي والحضري، المكتب الجامعي، الحديث الازارطة الإسكندرية، 1991 .
4. زيد منير عبودي: فن ادرة الفنادق والنشاط السياحي، مرفق بقاموس المصطلحات السياحية والفندقية، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة الاولى، 2007.
5. سامح احمد رفعت عبد الباقي: علم وفن تنمية المبيعات السياحية، دار الكتب القانونية، مصر/ 2011.
6. سمارة فؤاد رشيد: تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
7. السيد الحسيني: المدينة دراسة في علم الاجتماع الحضري، دار المعارف ،ط3، 1985.
8. السيد عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الحضري، دار المعرفة الجامعية، السنة غير موجودة.
9. السيسي عبد الخالق: الاتجاهات السياحية في صناعة السياحة، الجامعة الامريكية، القاهرة، 2004.
10. عبد الإله أبو عياش: أزمة المدينة العربية، وكالة المطبوعات الكويت، ط، 1 1980 م
11. العسكري، أحمد شاکر ، التسويق مدخل استراتيجي للبيئة وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، الدار العربية للنشر، القاهرة، 2004 م.
12. عصام حسن السعيد: ادارة المنظمات الفندقية، دار الرؤية للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة 1، 2008.
13. غريب محمد السيد، والسيد عبد العاطي السيد: علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية، 1988، ص 100-101.

14. لوجلي صالح الزوي: علم الاجتماع الحضري، منشورات جامعة قار يونس، 2002م.
15. محمد الجوهري: علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية ، 1997.
16. محمد عاطف غيث، غريب محمد السيد: علم الاجتماع الحضري ، 1989 ، دار المعرفة الجامعية.
17. محمد عبد الفتاح محمد: الاتجاهات التنموية في ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي، الحديث الازاريطة الإسكندرية ، 2002.
18. محمد عبيدات: التسويق السياحي، مدخل سلوكي، الجامعة الاردنية، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
19. محمد فريد: التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات، دار الجامعية، مصر، 1998.
20. محمود كامل: السياحة الحديثة علما وتطبيقا، القاهرة، ط 1، 1975.
21. منصور زين: واقع وافاق السياحة في الجزائر، مجلة اقتصادية بشمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 2.
- ثانيا: الأطروحات الجامعية والمقالات:**
22. إلياس عياشي: الخدمات السياحية الفندقية والتنمية الحضرية في جيجل مدينة جيجل نموذجاً، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع الحضري، قسنطينة الجزائر 2008-2009 .
23. برميتة إيمان: إعادة تأهيل المحاور الرئيسية للمدن لتفعيل التنمية الحضرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، معهد تسيير التقنيات الحضرية، قسم تسيير التقنيات الحضرية، تخصص تسيير المدن أم البواقي الجزائر 2019-2020
24. تومي ميلود، خريف نادية: دور التسويق الالكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة، ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، مارس 2010.

24. جلود رشيد: التنمية الحضرية المستدامة ،مجلة حقائق الدراسات النفسية والاجتماعية العدد 06 جامعة زيان عاشور بالجلفة ، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا
25. حميد الطائي: المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملتقى الاول للتسويق في الوطن العربي، الواقع وآفاق التطوير، الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002.
26. حسن عبد الحميد أحمد رشوان، دور المتغيرات الاجتماعية في التنمية الحضرية-دراسة علم الاجتماع الحضري-، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2004
27. رزق حليم حلمي: تقييم الخدمات الفندقية واثره على التخطيط المنتجات، ورسالة لنيل درجة الماجستير، جامعة الجزائر، 1983 محسن محمد قسم الله: تسويق الخدمات السياحية وأثره على تطوير الأداء في المنشآت بالتطبيق على المنشآت السياحية بولاية الخرطوم، مجلة العربية للعلوم ونشر الابحاث، العدد الثالث، المجلد الاول، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية القانونية، قسم العلوم الإدارية السعودية، ماي 2017.
28. محمد عبد العزيز خليفة: المشكلات التطبيقية للضريبة العامة على المبيعات في القطاع الفندقي ومقترحات علاجها، دراسة تطبيقية، منشورات العربية للتنمية، جامعة الدول العربية، ماي، 2009.
29. نصر عارف: مفهوم التنمية، مقالة علمية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة القاهرة، 2010.
30. هاني حامد الضمور: تسويق الخدمات، دار النشر وائل، عمان، 2002.

الملاحق

الملحق رقم (01): استبانة البحث

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

القطب الجامعي شتمة

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة: علم الاجتماع

قسم: العلوم الاجتماعية

تخصص: علم الاجتماع الحضري

استبانة الدراسة

الخدمات السياحية و التنمية الحضرية (حالة مدينة بسكرة)

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الحضري

إشراف:

إعداد الطالبة:

لبعل آمال

مسعود فاطمة الزهرة

ملاحظة:

في إطار دراسة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع الحضري حول الخدمات السياحية والتنمية الحضرية (حالة مدينة بسكرة) نرجو من سيادتكم التعاون معنا بالإجابة عن الأسئلة المطروحة في استمارة المقابلة بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة ويتوقف صدق نتائج الدراسة على تعاونكم في مدى الدقة في ملأ هذه الاستمارة، مع الشكر على تعاونكم.

السنة الدراسية: 2023/2022

إستمارة البحث الميداني

الموضوع: إستكمال مذكرة لنيل شهادة الماستر علم الاجتماع الحضري بعنوان الخدمات السياحية والتنمية الحضرية دراسة ميدانية لمدينة بسكرة.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس: ذكر

أنثى

2- السن:

3- المستوى التعليمي: ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

تكوين آخر

4- ماهو عدد سنوات عملك في القطاع السياحي:

المحور الثاني: أداء النشاط السياحي

1- هل للنشاط السياحي الذي تمارسونه مساهمة في التنمية السياحية لمدينة بسكرة:

نعم لا

2- كيف تقيم الأداء السياحي على مستوى المرافق المتوفرة التي تتعاملون معها:

ممتازة جيدة جدا

جيدة مقبولة ضعيفة

3- ما طبيعة عملك في النشاط السياحي: موظف إستقبال نادل عامل غرف

مديرة(ة) مرشد سياحي أخرى

4- هل هناك مرافقة سياحية للمستفيد من خدماتكم أثناء إقامته بالمدينة :

نعم لا

5- ما طبيعة النصوص التنظيمية (القوانين): تساهم في النشاط السياحي

لا تساهم في النشاط السياحي

6- هل تتوفر نشاطات ترفيهية تجذب السياح :

نعم لا

7- هل هناك سلم ترقية في عملك السياحي هذا :

نعم لا

8- هل لمناخ المدينة تأثير على النشاط السياحي الذي تؤديه :

نعم لا

9- هل الخدمات الأخرى على مستوى المدينة تساعدكم على أداء نشاطكم السياحي؟

نعم لا

10- هل المدينة تتوفر على الشروط السياحية التي تجعل منها مقصد للسياح؟

نعم لا

المحور الثالث : نوعية النشاط السياحي

1- هل قامت مؤسستك بتكوينك قبل إنضمامك في هذا النشاط السياحي

نعم لا

2- هل عملك مرتبط بالمواسم السياحية أم هو دائم :

نعم لا

3- هل تتطلع الى توسيع قدرات عملك السياحي الى قطاعات ومراكز سياحية أخرى:

نعم لا

4- هل المقابل المادي لعملك في النشاط السياحي يحفزك على مواصلة العمل:

نعم لا

5- هل يتم التسويق للخدمات السياحية إلكترونياً :

نعم لا

6- هل يتوفر عامل الأمن:

نعم لا

7- ما هي المعوقات التي تعترضك في هذا النشاط السياحي :- معوقات تنظيمية

- معوقات لغوية

- نقص في الخدمات

8- هل ترى ضرورة في استمرار هذا النشاط السياحي :

نعم لا

9- كيف يمكن الرفع من مستوى العمل السياحي في مدينة بسكرة وتنمية المنطقة؟

.....
.....

الملحق رقم (02): البعض من المؤسسات السياحية











