

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة جيجل



كلية: العلوم الاقتصادية

و التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

## دور الصناعات التقليدية و الحرف في تنشيط القطاع السياحي دراسة حالة - ولاية جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: اقتصاد و تسيير سياحي

إشراف الأستاذ :

عمر قيرة

إعداد الطالبتين:

✓ سامية رويج

✓ فلة سرحان

لجنة المناقشة

رئيسا

جامعة جيجل

- بلقاسم تويبة

مقروا

جامعة جيجل

- عمر قيرة

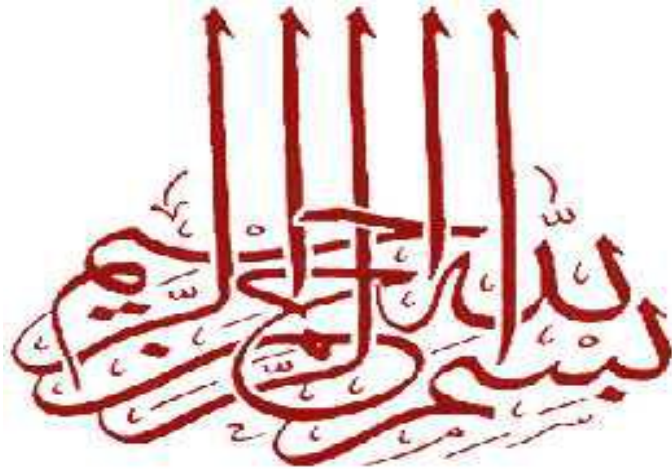
عضوا

جامعة جيجل

- فيصل بوميمنز

السنة الجامعية

2014-2013



يقول الله تعالى: «يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ» المجادلة 11

«قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ» الزمر 09

«إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ» فاطر 28

«وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا» طه 114

**صدق الله العظيم**

# شكر و تقدير

## شكر و تقدير

الحمد والشكر لله تعالى على توفيقه لإتمام هذا العمل المتواضع، كما قال عليه الصلاة والسلام " من لم يشكر الناس لم يشكر الله." حديث صحيح

نتقدم بالعرفان والشكر الجزيل لمن كان له الفضل الكبير في إنجاز هذا العمل الأستاذ "عمر قبيرة" الذي كان مشرفنا على هذا البحث من خلال نصائحه وملاحظاته القيمة.

كما نتوجه بالشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة على سعتهم و صبرهم لقراءة وتقييم هذا البحث.

كما لا يفوتنا أن نشكر كل أساتذتنا الكرام

كما نشكر كل موظفي غرفة الصناعات التقليدية بولاية جيجل

كما لا ننسى أن نشكر كل من قدم لنا يد العون و المساعدة داخل وخارج الجامعة

سواء بمعلومة، توجيه، نصيحة و حتى بالدعاء.

\*سامية\* فلة\*

\*سامية\* فلة\*

# فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الموضوع.....
	آيات قرآنية.....
	تشكر.....
	الإهداء.....
أ.ب.ت.ث	مقدمة عامة :.....
1	I.أساسيات حول السياحة.....
2	تمهيد:.....
3	I-1-1 ماهية السياحة.....
3	I-1-1-1 التطور التاريخي للسياحة.....
6	I.1.2. مفهوم السياحة.....
10	I.1.3. خصائص السياحة.....
11	I.2. دوافع السياحة وأنواعها.....
11	I.2.1. دوافع السياحة.....
13	I.2.2. أنواع السياحة.....
16	I.3.2. وسائل النهوض بالسياحة.....
20	I.3. مقومات وإستراتيجيات السياحة في الجزائر.....
20	I.3.1. المقومات السياحية في الجزائر.....
24	I.3.2. استراتيجة السياحة الجزائرية آفاق 2013.....
31	I.3.3. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.....
35	الخلاصة.....
36	II.الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر ودورها في القطاع السياحي.....
37	تمهيد:.....
38	II.1. ماهية الصناعات التقليدية و الحرف.....
38	II.1.1. مفهوم الصناعات التقليدية والحرف.....
42	II.2.1. خصائص الصناعات التقليدية والحرف.....
44	II.3.1. تسويق الصناعات التقليدية والحرف.....
46	II.4.1. التحديات التي تواجه الصناعات التقليدية والحرف وطرق مواجهتها.....
49	II.2. واقع قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر.....
49	II.1.2. سياسة دعم قطاع الصناعات التقليدية والحرف المعتمدة في الجزائر.....

55	.....2.2.II تطور الصناعات التقليدية في الجزائر 1962-2010.....
60	.....3.2.II استراتيجيات تطوير قطاع الصناعات التقليدية لآفاق 2014.....
61	.....4.2.II استراتيجيات تطوير قطاع الصناعات التقليدية لآفاق 2020.....
64	.....3.II مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي.....
64	.....1.3.II العلاقة المتبادلة بين الصناعات التقليدية والسياحة.....
65	.....2.3.II المساهمة الاقتصادية والاجتماعية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي...
68	.....3.3.II المساهمة الثقافية للصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي.....
72	.....الخلاصة:.....
73	.....III دراسة مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي - حالة جيجل-..
74	.....تمهيد:.....
75	.....1.III المقومات السياحية والحرف التقليدية في ولاية جيجل.....
75	.....1.1.III التعريف بولاية جيجل.....
75	.....2.1.III المقومات السياحية بولاية جيجل.....
77	.....3.1.III الحرف التقليدية بولاية جيجل.....
80	.....2.III تقديم عام لغرفة الصناعات التقليدية لولاية -جيجل-.....
80	.....1.2.III التعريف بغرفة الصناعة التقليدية - جيجل -.....
81	.....2.2.III الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية - جيجل -.....
85	.....3.2.III نشاطات غرفة الصناعات التقليدية لسنة 2013- جيجل -.....
87	.....3.III تحليل مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي بولاية جيجل..
88	.....1.3.III تحليل المساهمة الاقتصادية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي.....
92	.....2.3.III تحليل المساهمة الاجتماعية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي.....
95	.....3.3.III تحليل المساهمة الثقافية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي.....
100	.....الخلاصة.....
102	.....الخاتمة العامة.....
105	.....قائمة المراجع.....
106	.....قائمة المختصرات.....
107	.....قائمة الأشكال.....
109	.....قائمة الجداول.....
111	.....الملاحق.....

مقدمة عامة

تحتل السياحة في الوقت الحالي موقعا متميزا في اقتصاديات معظم دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء، لتصبح أول وأهم صناعة عالمية على الأقل من حيث رأس المال المستثمر واليد العاملة المستخدمة، وذلك نظرا لمساهمتها المباشرة والفعالة في الناتج المحلي للدول المصدرة للسياح بالإضافة إلى قدرتها على تحسين المستوى الاقتصادي وتحقيق معدلات تنمية شاملة هادفة بما يعود بالنفع على اقتصادياتها.

نظرا لأهمية السياحة سواء على المستوى الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي فإن الدول على اختلاف مستوى تقدمها توليها أهمية متزايدة غير أن السياحة تتميز عن سائر الصناعات الأخرى بسمة جوهرية ذلك أن السائح يأتي إلى الدولة المصدرة للسياحة جالبا للأموال والخدمات بدلا من أن يستلمها في بلده، فهي بذلك رحلة إلى المجهول، حيث يقاس حجم السياحة العالمية تقليديا على أساس أعداد السياح الذين ينتقلون عبر الحدود الدولية والإيرادات الناتجة من عملية الانتقال والصورة التي يحصل عليها السياح بعد الانتقال إلى جهة القصد.

كما يعد قطاع الصناعة التقليدية والحرف من القطاعات الاقتصادية الهامة في معظم دول العالم حيث يمثل بالنسبة للعديد من الدول المتقدمة محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية بها، وتزداد أهميته بشكل أدق في الدول النامية، فإلى جانب كونه أحد مقومات الشخصية الوطنية الأساسية لدى جميع الشعوب، يمتلك قطاع الصناعة التقليدية والحرف قدرة كبيرة على دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، من خلال مساهمته الفعلية في مجال التوظيف والإنتاج والإستثمار، وبالتالي القدرات الاقتصادية والتنافسية التي تساعد على التصدير وجلب العملة الصعبة .

وفي الجزائر، تعتبر الصناعة التقليدية والحرف قطاعا تنمويا هاما، غير أن الإهتمام بالقطاع بصفته قطاعا إقتصاديا واعدة تأخر لسنوات، وبهدف إنعاشه إتخذت الدولة مجموعة من الإجراءات لفائدته، كانت محطاتها الأولى إصدار الأمر 96/01 المؤرخ في 1 جانفي 1996، الذي أعطى له إطارا قانونيا وتنظيميا لضمان بعثه من جديد، وذلك نظرا لأهميته الاقتصادية والاجتماعية، كونه قادرا على إنشاء مناصب شغل بتكلفة متواضعة، تثمين القدرات المحلية والمحافظة على الأصالة والتراث، كما أن لقطاع الصناعات التقليدية ارتباط وثيق بالقطاع السياحي كونها عامل مهم في تنميته، وتدعيمه خاصة وأن السياحة بوابة لدخول أي ثقافة، ولها تأثير مباشر على اقتصاديات الدول.

حيث يمثل إنفاق السياح الأجانب على الخدمات الترفيهية و المشتريات السلعية جزء له أهمية من الإنفاق الكلي لهاؤلاء في البلد المضيف، وهناك إهتمام في عدد من الدراسات السياحية الحديثة المتعلقة بالمشتريات من المنتجات التقليدية على وجه الخصوص التي يقبل عليها السياح الأجانب لأسباب عديدة المرتبطة بطبيعة أو هدف الرحلة السياحية .

من جهة أخرى لا يخفى على أحد الترابط العضوي بين الصناعات التقليدية والسياحة بصفة عامة وهذا الترابط يظهر من خلال الإستثمار في السياحة بوجه عام وانعكاس ذلك على الحرفة ومنتجاتها من



خلال التوسع في الطلب على تلك المنتجات، كما تبرز العلاقة من خلال القيمة المضافة التي يشتقها قطاع الصناعات التقليدية من قطاع السياحة، وأن تطور القطاع السياحي يؤثر إيجابيا على مستوى التشغيل وما يحققه من مداخيل للحرفيين التي تؤثر على مستوى معيشتهم ورفع أدائهم الحرفي، بما يكفل إستمرار تحقيق معدلات نمو ترسم مسار التنمية للقطاعين في الأمد البعيد.

و بما أن إستراتيجية التنمية في ولاية جيجل تتجه أساسا إلى المجال السياحي ونظرا لأن الصناعات التقليدية والحرف مرتبطة بالسياحة وتعتبر موروثا ثقافيا ومخزونا تراثيا ويجب أن تتضافر جهود الجميع للنهوض بالقطاع السياحي في ولاية جيجل، في ظل وجود طبيعة عذراء أبدع في تصورها الخالق، ومساهمة غرفة الصناعات التقليدية يسعى الحرفيين أن يبدعوا في منتجاتهم لدعم السياحة، وتكون كخطة إستراتيجية لانطلاقه نحو الأفضل لتتجسد هذه النجاحات في الواقع .

#### ❖ إشكالية الدراسة :

إنطلاقا مما سبق تبرز إشكالية بحثنا والمتمثلة في :

**ما هو دور الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي ؟**

و تتدرج ضمن هذه الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية :

- ✓ ماذا نعني بالسياحة ؟
- ✓ ماهي سبل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر ؟
- ✓ ماهو واقع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر ؟
- ✓ أين تكمن العلاقة بين قطاع الصناعات التقليدية والقطاع السياحي ؟
- ✓ ماهي نسبة مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي في ولاية جيجل ؟

#### ❖ الفرضيات :

بهدف الإجابة عن الإشكالية الرئيسية وكذا الأسئلة الفرعية تطلب منا إختبار مجموعة من الفرضيات تمثل إجابات مؤقتة :

- ✓ هناك العديد من العوامل ( القطاعات ) التي تؤثر في تنمية القطاع السياحي.
- ✓ يساهم قطاع الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي بنسبة معتبرة .
- ✓ الصناعات التقليدية تخلق تفاعل إيجابي بين الحرفيين و السياح.

❖ أسباب إختيار الموضوع : يقف وراء اختيارنا لهذا الموضوع مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية.

- ✓ ضرورة الإهتمام بالقطاع السياحي الجزائري وإعادة بعثه.
- ✓ فناعتنا بالمكانة المتميزة والأهمية التي تكتسبها الصناعة التقليدية والحرف على كافة الأصعدة، والدور الذي يمكن أن تلعبه في دفع عجلة التنمية بالجزائر؛

- ✓ إعتقادنا بالأهمية التي يحتلها هذا الموضوع خصوصا أمام تزايد إهتمام السلطات العمومية بقطاع الصناعة التقليدية والحرف بعد تأكد دورها كقطاع إقتصادي بكل معنى الكلمة من شأنه المساهمة الفعالة في دعم وتنشيط القطاع السياحي، بإعتبار الجزائر بلد يزخر بإمكانيات سياحية كبيرة .
- ✓ الرغبة في إثراء الرصيد المعرفي بحكم تخصصنا في المجال السياحي .
- ✓ الرغبة في إثراء المكتبة الجامعية .

❖ **أهداف الدراسة :** نهدف من خلال دراستنا لهذا الموضوع إلى :

- ✓ إعطاء صورة عن واقع قطاع الصناعات التقليدية والقطاع السياحي في الجزائر .
- ✓ الوصول إلى أفضل السبل للإرتقاء بواقع قطاع الصناعات التقليدية والحرف ومن ثم مساهمتها في تعزيز القطاع السياحي .
- ✓ إبراز الدور الذي تلعبه الصناعات التقليدية في دعم وتنشيط القطاع السياحي.

❖ **المناهج المتبعة :**

اعتمدنا في دراستنا على المناهج التالية :

- ✓ المنهج الوصفي و التحليلي: من خلال وصف وتحليل المساهمة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي
- ✓ المنهج التاريخي: من خلال دراسة التطور التاريخي للقطاع السياحي، ومراحل تطور قطاع الصناعات التقليدية في الجزائر.
- ✓ منهج دراسة حالة: من خلال دراسة واقع السياحة والصناعات التقليدية في ولاية جيجل، ودراسة حالة غرفة الصناعات التقليدية والحرف في ولاية جيجل.

❖ **صعوبات الدراسة :**

الصعوبة الكبيرة في الحصول على المعلومات الدقيقة وخاصة الجانب الإحصائي، عن حالة القطاع السياحي الجزائري وخاصة للفترة الحالية، وكذلك قلة المراجع في ميدان الصناعات التقليدية .

❖ **الإطار العام لدراسة :**

تم تنظيم هذه الدراسة في ثلاثة فصول وهي كالاتي :

يتناول في الفصل الأول مفاهيم أساسية حول السياحة والتي سنتطرق فيها إلى ماهية السياحة، أنواع السياحة ودوافعها ثم تطرقنا إلى مقومات وإستراتيجيات السياحة في الجزائر .

أما الفصل الثاني فتطرقنا إلى الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر ودورها في القطاع السياحي، حيث تم التطرق إلى ماهية الصناعات التقليدية والحرف، ثم إلى واقع قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، ثم دراسة مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي.

الفصل الثالث فخصص للدراسة التطبيقية والتي سنوضح فيها مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي بولاية جيجل، من خلال دراسة واقع السياحة والصناعات التقليدية في ولاية جيجل، ثم التطرق إلى تقديم عام لغرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل وأخيرا تحليل المساهمة الإقتصادية والإجتماعية وكذا الثقافية للصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي.

❖ الدراسات السابقة:

✓ سمية زبايو، مساهمة الصناعات التقليدية في التنمية السياحية: دراسة حالة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياحة، جامعة جيجل، 2011 - 2012، تمثل هذه الدراسة إضافة علمية فيما يخص مساهمة قطاع الصناعة التقليدية والحرف في تنمية القطاع السياحي، عالجت الباحثة الموضوع ضمن ثلاثة فصول، تناول الفصل الأول عموميات حول السياحة أما الفصل الثاني فتطرقت فيه إلى مكانة قطاع الصناعات التقليدية في الجزائر و ابراز المساهمة الإقتصادية و الاجتماعية لهذا القطاع في تنمية القطاع السياحي؛ وخصص الفصل الثالث للقيام بدراسة ميدانية في غرفة الصناعات التقليدية و الحرف بولاية جيجل.

✓ شنيني عبد الرحيم، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية \* حالة مدينة غرداية \* مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص \*تسويق الخدمات\* جامعة أبو بكر بلقايد \* تلمسان \* 2009-2010 عالج الباحث الموضوع ضمن أربعة فصول، تناول الفصل الأول عموميات واقتصاديات السياحة والصناعات التقليدية أما الفصل الثاني فتطرق فيه إلى تسويق المنتجات السياحية أما الفصل فتناول فيه إنعاش السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر، وخصص الفصل الرابع إلى دراسة ميدانية في ولاية غرداية من خلال دراسة الإمكانيات السياحية و الموروث التقليدي و ما تزخر به من صناعات تقليدية.

## 1. أساسيات حول السياحة

### تمهيد

1. ماهية السياحة
- 2- دوافع السياحة وأنواعها
- 3- مقومات واستراتيجيات السياحة في الجزائر

### الخلاصة

### تمهيد:

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم، حيث أن للسياحة عدة أبعاد اقتصادية، اجتماعية. فالسياحة تعتبر عاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها. فتوفر إمكانيات ومقومات سياحية طبيعية وتراثية واستغلال هذه الموارد والمقومات والامكانيات يؤدي إلى بناء صناعة سياحية متقدمة ومتطورة تؤدي دورها في الاقتصاد على أتم وجه، مما ينعكس إيجابيا على استدامة السياحة التي أصبحت منهجا وأسلوبا تعتمد عليه الكثير من المؤسسات السياحية.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تناول أهم الجوانب المتعلقة بالسياحة عموما. حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث:

الأول عبارة عن ماهية السياحة، ويتضمن التطور التاريخي للسياحة، مفهوم وخصائص السياحة. الثاني عبارة عن دوافع السياحة وأنواعها ويتضمن دوافع وأنواع السياحة ووسائل النهوض بالسياحة. الثالث متعلق بمقومات واستراتيجيات السياحة في الجزائر وتتضمن مقومات السياحة في الجزائر استراتيجية السياحة الجزائرية لآفاق 2013 والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

### 1.1. ماهية السياحة:

تعد الحركة السياحية والتنقل من خصائص الإنسان، فقد اعتاد منذ نشأته التنقل من مكان إلى آخر سعياً وراء لقمة العيش من جهة، وتحقيق المتعة النفسية والذهنية من جهة أخرى. ومع الأيام تحولت عملية التنقل هذه إلى ظاهرة ذات أبعاد مختلفة، شملت المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وانبثق عن عملية التحول هاته ما يعرف بظاهرة السياحة.

#### 1.1.1. التطور التاريخي للسياحة:

يمكن تمييز المراحل التالية:

##### أ - مرحلة الحضارات القديمة:<sup>1</sup>

منذ نشأة الانسان وهو يحاول التطلع إلى الأفضل فكان ينتقل من مكان إلى آخر، حيث كان السفر والتنقل جزء من حياته، ولم تكن هناك قوانين تنظم تصرفاته سوى الطبيعة، فلم تكن وسائل نقل ولم يكن عنصر الوقت ذو أهمية بالنسبة إليه.

وعندما قامت الحضارات أصبح السفر وسيلة للتجارة والثقافة والمنفعة. فكان للفينيقيين السبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل، كما يعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة التي اتسمت بحب المخاطرة والاهتمام بالترحال البحري، بحثاً عن المعرفة والكسب المادي، والتي تعد من أهداف السياحة بمفهومها الحديث. فالتجار الفينيقيون ركبوا البحر في كافة الاتجاهات وخاصة بعد القرنين الثالث عشر والثامن عشر قبل الميلاد. ومن أبرز الرحلات السياحية في تلك الفترة كانت في بلاد الإغريق عندما كانت تزد جماعات من اليونانيين القدماء وبعض سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة إلى منطقة جبل أولمبيا، لمشاهدة الألعاب الاولمبية التي شرع في تنظيمها عام 776 قبل الميلاد. مع كثرة التردد على المسارح من أجل المتعة والترفيه عن النفس، وهوما شجع بعد ذلك على المطالبة ببناء فنادق لزوار أثينا وكان ذلك خلال القرن الرابع قبل الميلاد.

##### ب - مرحلة العصور الوسطى:<sup>2</sup>

تمتد هذه المرحلة بين القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر، في هذه المرحلة حدث تراجع في الحركة السياحية نتيجة للحروب الناشئة وكذا الصعوبات التي تعترض المسافرين في الطريق بالإضافة إلى تأخر النمو الحضاري. أخذت معظم الرحلات في بداية هذه المرحلة شكلاً دينياً تخص السفر لزيارة المعابد الدينية ثم الاسلامي ونشره بغرض الاستطلاع والاستكشاف أو حتى بحثاً عن الرزق عندما يحل نهم الجفاف حيث أن المسلمين وصلوا إلى جنوب الصين وأوروبا وجزر اليابان في الشرق وغرب إفريقيا وشرقها. وكانت الدولة

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 14

<sup>2</sup> حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر (مذكرة ماجستير) جامعة سعد دحلب، البليدة، ماي 2006، ص 36.37

الإسلامية تتمتع بمبان وقصور وحدائق رائعة شكلت عامل استقطاب لعدد كبير من الزوار من داخل الدولة وخارجها.

وأهم ما تميز به هذا العصر هو قيام بعض المستكشفين والمغامرين برحلات طويلة. كرحلة الإيطالي مارك وبولولو الذي اكتشف طرقا بين آسيا وأوروبا. وكان كتابه مصدر معلومات للغرب عن الحياة في الشرق خلال تلك الفترة، واكتشاف كريستوف كولومبو للعالم الجديد سنة 1493 م ورحلات ابن بطوطة والادريسي وغيرهم من الرحالة.

### ج- المرحلة الحديثة:<sup>1</sup>

تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر الميلاديين. وشهدت هذه المرحلة التي بدأت بعد بدء حركة الاكتشافات الجغرافية خلال القرن الخامس عشر تغيرات عديدة في المجال العلمي كالاكتشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار. لتبدأ بعد ذلك الرحلات القارية داخل الأقاليم المجهولة فيما يعرف بقارات العالم الجديد، حيث غطت رحلات الإسبان معظم أقاليم أمريكا اللاتينية خلال الفترة الممتدة بين عامي 1513 و1783 بالإضافة إلى الرحلات الأوروبية صوب إفريقيا. واتسمت هذه المرحلة بتطور الآلة وتقدم وتطور وسائل الاتصال والمواصلات، فقد ساعد ظهور البواخر والسيارات والسكك الحديدية على جعل السفر أكثر راحة وأمنا وصاحب ذلك تطور اجتماعي بظهور علماء وفنانين في مختلف المجالات العلمية والدراسية والفنية. فكان الأفراد يسافرون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة الآثار والمراكز الثقافية، كما كانت مقتصرة على فئة معينة تعرف بالسياح الأثرياء، وازدادت أعداد هؤلاء السياح في القرن السابع عشر والثامن عشر حيث خضعت السياحة في هذه المرحلة لبعض القيود والقواعد والقوانين كحجوزات السفر والتأشيرات، كنتيجة لظهور الدول ذات نظم سياسية واقتصادية ودينية مختلفة وظهور التشريعات وإدراك أهمية السياحة.

ففي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر أحدثت الثورة الصناعية تغييرا كبيرا في وسائل المواصلات والاتصال مما أدى إلى اختصار الوقت والمسافات وزيادة عدد المسافرين، مع استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العاملة، وارتفاع في مستوى الأجور مع تخفيض ساعات العمل والعطل المدفوعة الذي أدى طبقة العمال إلى السفر والبحث عن المتعة والراحة، كذلك تطور الطائرات وتحويل الحربية منها إلى مدنية ساعد على السفر والتنقل، تطور الطباعة وطرق ووسائل الاتصال المختلفة والتي لعبت دورا كبيرا في الإثارة ونقل الأحداث والتشويق لزيارة بعض الأماكن.

<sup>1</sup> خالد كواش مبارك، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه)، فرع التخطيط، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة جيجل، 2004/2003، ص ص 6،7.

### د - المرحلة المعاصرة:<sup>1</sup>

تبلور مفهوم السياحة وتطور في هذه المرحلة كما تنوعت أهدافها وتزايد عدد السياح بشكل كبير وامتازت حركة السفر بمختلف وسائل النقل البرية والبحرية بكثافة كبيرة، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية وبداية الانتعاش الاقتصادي والاجتماعي ويرجع الانفجار في المجال السياحي إلى ما يلي:

- استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية بانتهاء الحرب.
- النمو الاقتصادي السريع وارتفاع القدرة الشرائية لدى الأفراد وارتفاع مستوى دخولهم.
- التطور التكنولوجي الكبير خاصة في وسائل النقل بأنواعه ووسائل الاتصال بأنواعها المختلفة.
- تزايد أوقات الفراغ وانخفاض أوقات العمل اليومي والأسبوعي للعمال، وزيادة مدة الاجازات السنوية المدفوعة الأجر وتوفر الضمانات الاجتماعية لهم.
- الانفجار السكاني لا سيما النمو الكبير في عدد سكان المدن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة لديهم في الاطلاع والتعليم نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف شرائحهم.
- تطور المؤسسات والتجهيزات السياحية وتنوعها حيث أنشئت فنادق من مختلف الدرجات تناسب مختلف الأذواق والمداخل، بالإضافة إلى تنوع وانتشار المطاعم ووكالات السفر وغيرها.
- ظهور منظمات دولية عديدة تهتم بتنمية السياحة كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

انعكس كل هذا إيجابا على تطور الحركة السياحية في العالم بشكل عام وفي أوروبا بشكل خاص وتحولت السياحة من ظاهرة انتقال بسيطة ومحدودة في أهدافها ومظهرها، إلى ظاهرة انسانية عالمية متعددة الأبعاد تشمل كل الطبقات خاصة الطبقة العاملة حيث أنه يمكن القول أن هذه المرحلة هي مرحلة السياحة الشعبية. كما تحولت السياحة إلى قطاع قائم بذاته مستقل عن القطاعات الاقتصادية الأخرى، تؤمن للعديد من الدول دخلا كبيرا من العملات الأجنبية وتشغل عددا كبيرا من العمال وتؤثر على ميزان المدفوعات إيجابا. كما أنها أصبحت عامل اتصال ووسيلة تعارف وسلام بين الدول والشعوب والأفراد وأهم ما ميز هذه الفترة ظهور أشكال جديدة ومتنوعة للسياحة وظهور الرحلات السياحية الرخيصة، وكذا ظهور القرى السياحية في العديد من الدول، بالإضافة إلى ظهور المخيمات والمنتجعات السياحية المنخفضة التكاليف.

<sup>1</sup> حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 38.39



### I.1.2. مفهوم السياحة

يختلف مفهوم كل من السياحة والسائح باختلاف الجهة الدارسة لها، والزاوية التي ينظر إليها منها. وسنحاول إعطاء مجموعة من التعاريف الخاصة بالسياحة والسائح، مع إبراز الأهمية التي يكتسبها النشاط السياحي.

#### أ . تعريف السياحة:

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها وقد ظهرت العديد من التعاريف في هذا السياق، فالاقتصادي يؤكد على النواحي الاقتصادية وما تجلبه من موارد مالية وتأثير ذلك على الدخل الوطني وميزان المدفوعات، بينما رجال الإعلام ينظرون إليها من وجهة نظر إعلامية، ورجال السياسة ينظرون إليها من وجهة نظر سياسية تحقق إمكانية التعرف على قضايا وطنهم من القرب بالاحتكاك المباشر.

وكلمة السياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم تعني السير في الأرض والتنقل في أرجائها مأخوذة من السياح وهو الجري على وجه الأرض والذهاب فيها.<sup>1</sup>

كما وردت هذه الكلمة في القرآن الكريم حيث قال تعالى:

« فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ »<sup>2</sup>  
« التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ »<sup>3</sup>

هذه الآيات تصف المؤمنين وتفسير كلمة السياحة هو السير في الأرض وهو الوارد في كلام عدد من العلماء والمفسرين، حيث أن هذا السير خاص ومحمود شرعا وهو السفر الذي فيه قرب لله وامتنال لأمره، مثل السياحة لطلب العلم والحج والعمرة وصلة الأقارب... الخ<sup>4</sup>

ويعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية، إلا انه كان معروفا في اللغة العربية. أما في اللغة الانجليزية نجد أن TOUR يعني يجول أو يدور، أما كلمة TOURISME أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 40

<sup>2</sup> سورة التوبة، الآية 02

<sup>3</sup> سورة التوبة، الآية 112

<sup>4</sup> حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 40

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص 40

أما أصل كلمة السياحة TOURISME من TOUR والتي تعني رحلة وأطلقت على طلاب العلم في القرن الثامن عشر، فالمفهوم اللغوي للسياحة يعني السفر والتجوال، أي الانتقال من مكان لآخر، فإذا كان هذا الانتقال من مدينة لأخرى يسمى سياحة داخلية، أما إذا كان هذا الانتقال من دولة إلى أخرى يسمى سياحة خارجية، وقد اختلف كل من علماء الاقتصاد والاجتماع في تحديد مفهوم وجوهر الظاهرة.<sup>1</sup> ومن أجل إمكانية استخلاص تعريف شامل للسياحة سنقوم فيما يلي باستعراض مجموعة من التعاريف العلمية المتخصصة:

حيث يعود أول تعريف محدد للسياحة إلى العالم الألماني **جويير فردلير** في عام 1905 م عندما أعطى تعريفا مطولا للسياحة على أنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء ومولد الاحساس بجمال الطبيعة... الخ. حيث ركز في هذا التعريف على البعد الاجتماعي للسياحة من خلال أوقات الفراغ والحاجة إلى الراحة، كما أشار إلى أهمية السياحة في تطوير العلاقات الانسانية بين الشعوب.<sup>2</sup> ويعرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي للسياحة في قراره الصادر في 1972 على أنها: فن تلبية الرغبات الشديدة التنوع التي تدفع إلى التنقل خارج المجال اليومي.<sup>3</sup>

كما تعرفها المنظمة العالمية للسياحة (OMT): « اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة واشباع لحاجات السائح »<sup>4</sup>

➤ **تعريف السائح:**

لتعريف السائح أهمية كبرى من نواحي عديدة كالناحية الإحصائية التي تهتم بجمع المعلومات والبيانات الإحصائية الخاصة بعدد السياح، أصنافهم، أغراضهم، مستويات إنفاقهم، أعمارهم، ومواهبهم...، فغالبية البشر تمارس التنقل سواء داخل الوطن او خارجه فمنهم من ينتقل للحصول على عمل ومنهم من يهاجر، وآخرون لزيارة الأقارب، وآخرون لأغراض سياسية... الخ. وهكذا تتعدد الفئات البشرية التي تنتقل من مكان لآخر والمهم البحث عن الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية ألا وهم السياح. وقد تعددت التعريفات حول السائح ومن بينها نذكر ما يلي:

➤ **تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين: (روما 1963)<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> خالد كواش مبارك، مرجع سبق ذكره، ص ص 9،10

<sup>2</sup> نعيم الظاهر، سراب الياس، **مبادئ السياحة**، الطبعة الثانية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص ص 29،30

<sup>3</sup> هدير عبد القادر، **واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها** (مذكرة ماجستير)، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2005، ص 8

<sup>4</sup> عثمان محمد غنيم، بنيثا نبيل سعد، **التخطيط السياحي**، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص 23

<sup>5</sup> يسرى دعبس، **صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق**، الطبعة 1، الملتنقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2003، ص ص 163،162

وصل إلى تعريف شامل للزائر بأنه « أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي يزورها » وهذا التعريف شمل فئتين من الزائرين هما: السائحون ومسافري الرحلات السريعة.

- السائحون (TOURISTES): وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورها.

- مسافري الرحلات السريعة: السائح هو كل شخص ينتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 4 أشهر وإن قلت عن ذلك فهو قاصد للنزهة.<sup>1</sup> وعليه يمكن أن نقسم السياح إلى: السائح العالمي والسائح المحلي.

### ب - أهمية السياحة:

أصبحت السياحة من اهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها:

#### ❖ الأهمية الاقتصادية:

يمكن إبراز الأهمية الاقتصادية من خلال النقاط التالية:

❖ **خلق مناصب عمل:** إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من اغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و 10 مرات قطاع البناء، مثلا فندق ب 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و 10 عمال مرسمين و 10 عمال مؤقتين.<sup>2</sup>

❖ **تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:** تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات للنقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:<sup>3</sup>

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.

- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.

- فروق تحويل العملة.

- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

<sup>1</sup> YVES TINAR : **le tourisme économie et management** :MCGRAW-HILL,paris , 1992, p01

<sup>2</sup> Jean Michel HOERNER : **Géographie de l'industrie touristique**, ellipses, éditions Marketing –SA, 1997, P 40

<sup>3</sup> أحمد ماهر، عبد السلام أبوقحف، **تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية**، الطبعة 2، المكتب العربي الحديث، مصر 1999، ص 17

❖ **تحسين ميزان المدفوعات:** السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.<sup>1</sup>

❖ **الأهمية الاجتماعية والثقافية والسياسية:**

❖ **من الناحية الاجتماعية:**

- السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الانسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.

- تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة، وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين.

- تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافة الأجنبية.<sup>2</sup>

❖ **من الناحية الثقافية:**

- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي ( تداول العلوم والمعارف) الاهتمام بالتراث والعادات والتقاليد والبيئة.

- التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم وتقريب المسافات الثقافية بينهم.<sup>3</sup>

❖ **من الناحية السياسية:**

- تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.

- إن النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

- تساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب (Le tourisme pasport de paix) في العالم مما يؤدي إلى تكوين رأي عام دولي للسلام والأمن الدوليين.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> يسرى دعبس، العلاقات الاجتماعية للسائح، الملتقى المصري للابداع والتنمية، مصر، 1993، ص120

<sup>2</sup> هالة الرفاعي، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للابداع والتنمية، مصر، 1998، ص223

<sup>3</sup> عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، مرجع سيق ذكره، ص22

<sup>4</sup> أحمد ماهر، عبد السلام أبوقحف، مرجع سيق ذكره، ص67

### I.1.3. خصائص السياحة:

للسياحة خصائص اقتصادية لا بد من اعتبارها ودراستها قبل وضع أية خطط أو استراتيجيات وذلك أن أهمية السياحة تختلف من ناحية القيمة الاقتصادية ودورها في ميزان المدفوعات من بلد لآخر.

وبشكل عام للمنتجات السياحية خصائص هامة نوردتها على النحو الآتي:<sup>1</sup>

❖ **غير مرنة:** ذلك أن أسعار المنتجات السياحية لا تتغير بمقادير كبيرة في تقلبات الطلب وخاصة في الأجلين القصير والمتوسط بالمقارنة مع السلع الاستهلاكية، كما أن الخدمات مثل ليلة المبيت في الفندق والكرسي في الطائرة لا يمكن تخزينها.

كما تعتمد الخدمات السياحية على البنية التحتية المتوفرة في بلد المقصد مثل المرافق المخصصة للترحيب التنقل، المبيت.

❖ **التكامل:** من المعروف أن الخدمات السياحية ليست خدمة واحدة منفردة، بل تتألف من عدد من الخدمات الفرعية التكاملية، على سبيل المثال إنتاج الخدمة الكلية وجودة هذه الخدمات والتي تكمل بعضها البعض كما ان التقصير والإهمال في إحدى هذه الخدمات الفرعية قد يقلل من قيمة المنتج النهائي، وهذا يعتبر من أصعب النقاط التي يجب التصدي لها في الإنتاج السياحي.

❖ **الإختلاف:** يمتاز المنتج السياحي بهذه الخاصية لأنه من المستحيل عمليا إنتاج منتجين سياحيين متطابقين، لأنه يكون هناك دوما اختلاف في الجودة حتى لو افترضنا تطابق الخصائص المادية للخدمة المقدمة. إن هذه الخاصية تفتح المجال أمام التبديل والتغير بين الخدمات الفرعية المختلفة فإبدال فندق بفندق آخر حتى لو كان من نفس التصنيف سوف ينتج عنه تجربة مختلفة ومنتج سياحي نهائي مختلف.

❖ **السياحة صادرات غير منظورة:** فالسياحة تمثل عرضا للخدمات بصفة أساسية وليست منتوجا ماديا يمكن نقله من مكان لآخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثمة فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي أي الدولة المضيفة لا تحصل على نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى.

❖ **السياحة منتج تصديري:** فالمنتج يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق

بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكلة

الموسمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد ماهر، عبد السلام أبوقحف، المرجع السابق، ص 87

<sup>2</sup> نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية مصر، ص 12

كما تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص، منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات ومنها ما تميز المنتج السياحي لوحده أهمها:

- استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي.
- الإنتاج والاستهلاك يحدثان في نفس الوقت والمكان.
- إمكانية الإحلال، كاستبدال بعض المنتجات السياحية بأخرى استبدال وسيلة نقل بأخرى.<sup>1</sup>

### I. 2. دوافع السياحة وأنواعها:

يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات، لكنه يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى، كون النشاط السياحي منتج مركب يتشكل من سلع مادية ومن سلع غير مادية فهناك أسباب تدفع الأشخاص للقيام برحلة سياحية تختلف من فرد إلى آخر وذلك عائد إلى مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية...الخ

#### I.2.1. دوافع السياحة:

تتمثل أهم العوامل التي تدفع الأفراد إلى القيام برحلة سياحية والتي على ضوءها تتحدد أنواع السياحة في:<sup>2</sup>

##### ❖ دوافع ثقافية، تاريخية، تعليمية:

- مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية.
- مشاهدة بعض الأماكن والأحداث المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو معارض...الخ
- الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط وطريقة حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشافها لغرض الثقافة والعلم والمعرفة.
- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم.
- معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي والتعرف على حقيقة ما يدور في العالم.

##### ❖ دوافع دينية:

- السفر بدافع الديانة والعبادة كالحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، وزيارة الأماكن الدينية المشهورة كأضرحة الصحابة أو المساجد.
- رحلات العمرة إلى مكة المكرمة.

##### ❖ دوافع عرقية:

زيارة البلد الأم لتجدد الروابط الأسرية، كزيارة أماكن الميلاد، أماكن قضاء الطفولة، أماكن سكن الأهل والأقرباء والأصدقاء... وزيارة أماكن سبق أن زارها الأصدقاء في البلد الأم وتركت انطبعا معين لديهم.

<sup>1</sup> زيد منير عوي، الاقتصاد السياحي، الطبعة 1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، 2008، ص 16

<sup>2</sup> ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 48-51

### ❖ دوافع الراحة والاستجمام والترفيه:

- الهروب المؤقت من جو الروتين اليومي للعمل والإبتعاد عن صخب المدينة وضجتها خاصة المدن الصناعية والتجارية الكبيرة والمزدحمة بالسكان.
- حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة والترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.

### ❖ دوافع صحية:

- الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة والابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- السفر لغرض العلاج والتداوي.
- السفر لغرض النقاهاة والاسترخاء بعد الشفاء أو لغرض الراحة النفسية، والتمتع بالجو الصافي والهواء النقي.

### ❖ دوافع اقتصادية:

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل.
- فرق العملية الناتج عن التحويل يؤدي إلى تدفق السياح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.
- السفر لغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.

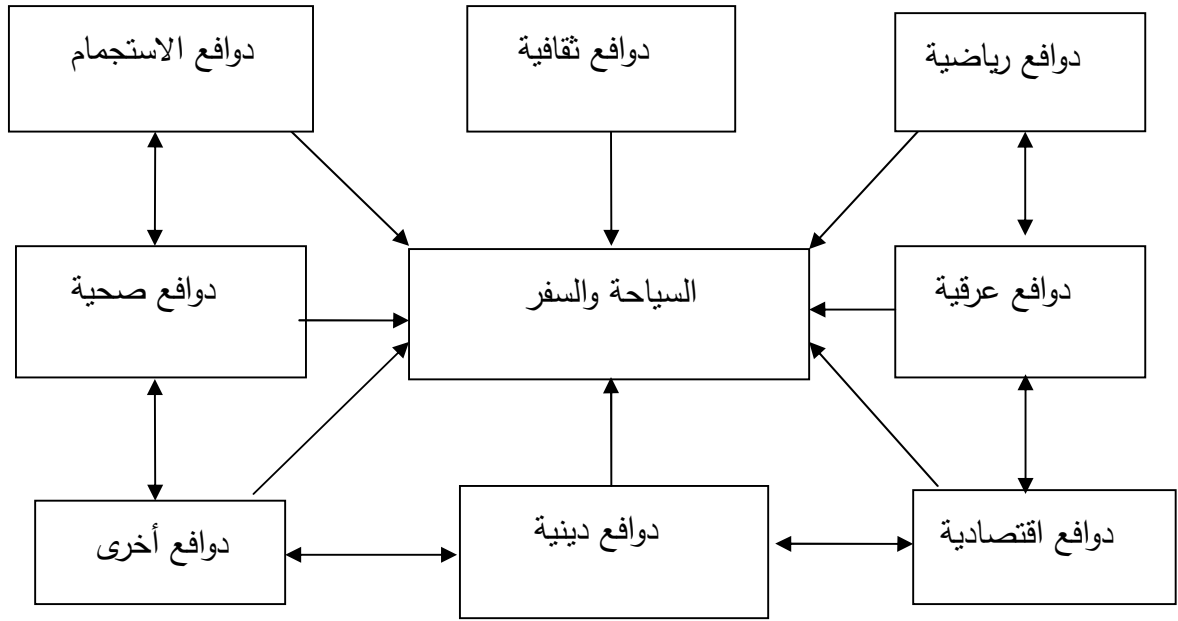
### ❖ دوافع رياضية:

- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين...
- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو التزلج على المياه أو ممارسة رياضة أخرى.

### ❖ دوافع أخرى:

- المغامرة أو المخاطرة، أو التفاخر والمباهاة وخاصة لبعض المناطق في العالم.
- أسباب علمية كدراسة بعض الظواهر، أو دراسة صخور معينة...

الشكل رقم (01): أهم دوافع السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 51

### I.2.2. أنواع السياحة:

تتعدد الأنماط السياحية تبعا لدوافع وميولات ورغبات السائح المراد إشباعها من خلال قيامه بالرحلات السياحية، تماشيا مع التطور الاقتصادي والعلمي والثقافي والحضاري الذي يشهده المجتمع في عالمنا المعاصر. وفيما يلي سيتم عرض بعض أنواع السياحة.

#### ❖ تبعا لعدد الأشخاص المسافرين:

أ - **سياحة فردية:** وهي عبارة عن سياحة غير منظمة يقوم بها الشخص لزيارة بلد أو مكان ما، ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء والكلمة الصادقة وعلى تأثير الإعلان والترويج السياحي وكذلك على ثقافة السائح.

ب - **سياحة جماعية:** هي عبارة عن سياحة منظمة يقوم بها مجموعات قد تنتمي إلى جمعيات أو نوادي أو وفود من خلال الشركات السياحية.<sup>1</sup>

#### ❖ حسب مدة الإقامة: ويعتمد هذا المعيار على مدة الرحلة السياحية حيث يضم:

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص ص 65، 66



أ - **السياحة الموسمية**: سميت بهذا الإسم لأن الطلب السياحي يكون في موسم معين من السنة يسمى موسم الذروة السياحية، فنجد السياحة الشتوية للترليج، والسياحة الصيفية كسياحة الشواطئ، كما نجد السياحة الطبيعية والبيئية خاصة في فصل الربيع.<sup>1</sup>

ب - **السياحة العابرة**: وعادة يقوم بها السائح فجأة ودون تخطيط مسبق وبشكل عابر مثل السماح لركاب الترانزيت للقيام برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة ما.

ج - **السياحة لفترة قصيرة**: عادة تكون لأيام محددة مسبقا ويقضيها السائح وفق إطار معين ومنظم مثل مهرجانات السياحة والتسوق، ومناسبات الأعياد وحضور المؤتمرات أو المشاركة فيها.

### ❖ تبعا للموقع الجغرافي:

تقسم السياحة حسب هذا المعيار إلى:

أ - **سياحة داخلية**: وهي انتقال مواطني الدولة داخل بلادهم نفسه، وهذا النوع من السياحة يتطلب خدمات وأسعار متنوعة وتشجيعه لمواطني البلد.

ب - **سياحة خارجية**: وتعني إقبال السواح الأجانب على بلد ما، وتعمل أغلب دول العالم على تشجيع هذا النوع من السياحة لأنه يعتبر مصدر للعملة الصعبة.<sup>2</sup>

### ❖ حسب الغرض:

يعد تصنيف الأنواع المختلفة للسياحة وفقا للغرض من الرحلة الأكثر شيوعا واستخداما بالنسبة للنشاط السياحي بوجه عام، وتحت هذا التصنيف نجد الأنواع التالية:

أ- **السياحة الترفيهية (المتعة والاستجمام)**: تعتبر من أهم أنواع السياحة وأقدم أشكالها حيث توفر للفرد الاستجمام بعيدا عن النمط المعتاد للحياة ورتابة العمل الدائم بالسفر والذهاب إلى الأماكن التي تشتهر باعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها، ويتميز هذا النوع من السياحة بأنه يمثل عنصر جذب لغالبية سائحي العالم، حيث يمثل وحده حوالي 70% من حركة السياحة الدولية بالإضافة إلى إمكان تكرار الزيارة للمكان نفسه.<sup>3</sup>

ب- **السياحة الثقافية**: تهدف إلى التعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ فهي تجذب نوعيات من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية ومعايشة الشعوب المختلفة بعاداتها وتقاليدها وفنونها وقيمها، ويمثل هذا النوع من السياحة ما يعادل 10%

<sup>1</sup> برنجي أيمن، **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك** (مذكرة ماجستير)، فرع الإدارة التسويقية، كلية علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة

أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008، ص45

<sup>2</sup> زيد عبوي، **معجم المصطلحات السياحية والفندقية**، الطبعة 1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2007، ص 265

<sup>3</sup> ماهر عبد الخالق السيسي، **صناعة السياحة**، مطابع الولاء الحديثة، مصر، 2003، ص39

من حركة السياحة الدولية. كما يتميز هذا النوع من السياحة بأن السائح عادة ما يقبل عليها مرة واحدة فقط بغرض المعرفة ولا يكرر الزيارة لنفس المكان.<sup>1</sup>

**ج - السياحة الدينية:** حيث يكون الهدف من الزيارة هو أداء واجب ديني، وأهم المناطق المستهدفة لهذا النوع من السياحة مكة المكرمة، المدينة المنورة لدى المسلمين (الحج والعمرة)، القدس بالنسبة للمسلمين والمسيحيين واليهود والفاثيكان بالنسبة للمسلمين.<sup>2</sup>

**د - السياحة العلاجية:** حيث تكون الزيارة بهدف العلاج أو قضاء فترة نقاهة وتعتمد هذه السياحة على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة كالحمامات المعدنية، المناخ الصحي، عيون المياه الكبريتية، الرمال الدافئة، فضلا عن ضرورة توافر النظافة العامة والهدوء وتوفر المصحات المجهزة بأحدث المعدات الطبية مع توفر الكوادر البشرية المتخصصة، ويتميز هذا النوع من السياحة بانخفاض نصيبه من الحركة السياحية الدولية إذ يبلغ حوالي 5%.<sup>3</sup>

**هـ - سياحة المؤتمرات:** تعتبر سياحة المؤتمرات من الأنماط السياحية الحديثة وارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الذي يشهده العالم، ويهدف هذا النوع من السياحة إلى حضور المؤتمرات والندوات الاجتماعية، العلمية أو المهنية أو السياسية ويتطلب توفر أماكن الإقامة وقاعة المؤتمرات. وبعد هذا النوع من السياحة عاملا مساعدا على الترويج السياحي كما يساهم في تعزيز حجم الإيرادات لما يحققه من عائد كبير لارتفاع متوسط إنفاق السائح.

**و- سياحة الأعمال:** وهو نوع جديد من أنواع السياحة، زادت أهميته في السنوات الأخيرة بسبب التقدم العلمي والاقتصادي، ويبين هذا النوع من السياحة الأنشطة التي يقوم بها رجال الأعمال، حيث ينتقل هؤلاء لعقد الصفقات أو إقامة معارض تجارية.<sup>4</sup>

**ي - سياحة المعارض:** يرتبط هذا النمط السياحي بالمعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية التشكيلية ومعارض الكتاب، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الإنجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة التي تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب السياحي وعاملا هاما من عوامل التنشيط السياحي.

<sup>1</sup> زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 264

<sup>2</sup> سراب الياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 132

<sup>3</sup> آسيا محمد الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 32

<sup>4</sup> محمد عبيدات، التسويق السياحي، الطبعة 1، دار وائل، عمال، 2000، ص 141

ك - **السياحة الاجتماعية:** وتكون هذه السياحة للمحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية بين الأسر والأفراد ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب.<sup>1</sup>

### ❖ الأنواع الحديثة:<sup>2</sup>

أ- **سياحة المعاقين:** هي سياحة تخص شريحة المعاقين، نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1976 جمعية لتطوير سياحة المعاقين وصاحب ذلك إصدار تشريعات خاصة بالمعاقين، تعمل على تشجيع هذا النوع من السياحة وتوفير كافة التسهيلات والاحتياجات لهذا النوع من السائحين.

ب- **سياحة الحوافز:** تعتبر بمثابة المكافاة التي يحصل عليها الموظفون أو المتعاملون مع المؤسسة وتكون هذه المكافاة في شكل رحلة سياحية.

ج- **السياحة البديلة:** وتعني الإهتمام بالتوازن الايكولوجي وحماية البيئة، التواصل الحضاري والاجتماعي وحماية القيم في المجتمع، وتعتبر أداة للتنمية الاقتصادية المتوازنة وطريقة فعالة لحسن إدارة الموارد.

د- **السياحة الطبيعية:** تعتبر أحد التطبيقات للسياحة للسياحة البديلة وتقوم أساسا على حماية البيئة من الأضرار التي تساهم فيها السياحة بشكل كبير نتيجة التوسع والاستغلال غير المنظم.

هـ- **سياحة التسوق:** تعتبر أحدث أنواع السياحة، حيث تسعى الكثير من الدول التي تنخفض فيها تكلفة اليد العاملة ولديها وفرة في الإنتاج أن تصبح سوقا رائجا تعرض فيه جميع المنتجات والسلع الوطنية وبأسعار تنافسية بهدف جذب أكبر عدد من السائحين، ومن بين التجارب في هذا المجال، تايلندا، تايبوان، الصين والسوق الحرة في دبي.

### I.3.2. وسائل النهوض بالسياحة:

لقد أدركت العديد من دول العالم القيمة الحقيقية للسياحة وأصبحت تعتمد اعتمادا كليا عليها بغرض دعم دخلها الوطني، وميزان المدفوعات، كما انها لم تعد تعتبر مجرد وسيلة للترفيه فقط وإنما صناعة وطنية يتم استغلالها لصالح البلد والمواطنين، وفيما يلي سوف نتعرض لعدة وسائل وطرق لتطوير صناعة السياحة وهي:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> خالد كواش مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 49

<sup>2</sup> ماهر عبد الخالق السبسي، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 68،69

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 200

### ❖ العمل على تشجيع وإقامة السياح في بلد ما لفترة أطول ويتم ذلك عن طريق:

- إعطاء تخفيض معين للسائح الذي يبقى في الفندق لفترة تزيد عن خمسة أيام أو أسبوع مثلا السائح الذي يحجز بالفندق لمدة خمسة أيام متتالية يتم إعطاؤه اليوم السادس مجانا أو بتخفيض 50 بالمئة والسائح الذي يبقى أسبوع يعطى له يومين إضافيين مجانا وهكذا...الخ
- زيادة الرحلات والبرامج السياحية داخل البلد.
- زيادة وتطوير الخدمات السياحية المساهمة.
- إعفاء السائح من بعض الرسوم في حالة بقاءه في البلد السياحي فترة اطول.
- إنشاء فنادق بمختلف المستويات وليس التركيز على درجة دون أخرى، إن إطالة فترة بقاء السائح معناه مصاريف السياح تزداد وهذا يؤدي إلى عائدات اكبر للبلد ولهذا السبب تسعى اغلب دول العالم إلى إطالة فترة بقاء السياح أطول فترة ممكنة لأن كل يوم يبقى السائح فيه معناه مصاريف الإقامة أكثر، طعام، خدمات...الخ

### ❖ القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة الصعبة:

إن التعامل في السوق السوداء بالعملة الصعبة يؤدي إلى ضعف ثقة السائح بالبلد المضيف كما يؤدي بالسائح بالالتفاف على القانون وهذا يؤدي بدوره إلى إضعاف القيمة الحقيقية للسياحة، فيجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصورة قانونية وواضحة بغرض القضاء على السوق السوداء التي تهدم الاقتصاد الوطني وتقضي عليه.

### ❖ تنشيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السياح:

إن عملية تبسيط أو تخفيض الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السياح أو البضائع التي تخفض من أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى إضافة إلى تبسيط وتخفيض الإجراءات الجمركية لحاجات السياح التي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال الشخصي وليس البيع مثل أجهزة التصوير والهاتف النقال.<sup>1</sup>

### ❖ تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق: وذلك عن طريق:

- إعفاء شركات الاستثمار السياحي والفندقي من الضرائب في بداية افتتاح المشاريع.
- تسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجونها في منشآتهم.
- تقديم القروض طويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية الفندقية المحلية.
- وضع قانون الاستثمار السياحي والفندقي بحيث يكون بسيطا وواضحا كل الشركات.

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، المرجع السابق، ص 201

- تسهيل إجراءات تسجيل الشركات الاستثمارية حتى تتم مراقبة أعمالهم من قبل جهة مختصة وواحدة منعا للاندواج في عمليات الرقابة عليها.

### ❖ تطوير المصادر البشرية العاملة في مصلحة السياحة والفندقة:

تمثل صناعة السياحة والفندقة بالدرجة الأولى صناعة خدمات والخدمات تعتمد اعتمادا كليا على العنصر البشري، وأن كل شخص يعمل في مجال السياحة أو الفنادق يعتبر ممثلا وسفيرا لبلد، مما يختم ضرورة الاعتماد على الكوادر المتخصصة والمدرية تدريبيا كاملا إضافة إلى الخبرة والكفاءة الأكاديمية، وضمن هذا الإطار وجب الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات التي تدرس مواد السياحة والفندقة أو فتح كليات وجامعات تخرج كوادر سياحية منقفة ومدرية ومؤهلة للعمل في هذا المجال.

### ❖ تطوير قطاع النقل:

يجب الاهتمام بقطاع النقل السياحي اهتمام كاملا، من خلال التركيز على الطائرات وأنواعها ومدى ملائمتها للطيران ومحاولة تطوير اسطول النقل البري والبحري بالنسبة للحافلات السياحية الكبيرة والمتوسطة والصغيرة، إضافة إلى ضرورة وضع قانون واضح لها ومراقبتها بدقة لغرض منعها من استغلال السواح خاصة بالنسبة للنقل السياحي البري.<sup>1</sup>

❖ **تنشيط السياحة:** إن مهمة تنشيط السياحة بالدرجة الأولى تقع على عاتق الأجهزة الحكومية وبالدرجة الثانية على القطاع الخاص، فيجب على الدولة استحداث جهاز إداري وحكومي مدرب ومؤهل بغرض القيام بمهمة تنشيط السياحة في البلد وإعطائه صلاحيات واسعة بحيث يكون له شخصية

- إقامة المسابقات الدولية والمعارضة الدولية

- إقامة المهرجانات الثقافية والرياضية والفنية.

- أي نشاطات أو أفكار أخرى من شأنها زيادة الطلب السياحي للبلد.

### ❖ نشر الوعي السياحي:

الوعي السياحي يعد شكلا جديدا من أشكال الوعي الاجتماعي ظهر نتيجة توسع نشاط الإنسان وحاجاته ومتطلباته، فالوعي السياحي هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية.<sup>2</sup> يتم نشر الوعي السياحي من خلال الطرق التالية:<sup>3</sup>

- تثقيف السياح: وذلك من خلال وسائل الإعلام والترويج والاهتمام بإصدار النشرات والكتيبات والخرائط السياحية، ويجب ان تكون واضحة وذات مصداقية تتسم بسهولة الحصول عليها إما عن طريق وكلاء

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، المرجع السابق، ص 201

<sup>2</sup> داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص 109

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 203، 204

- السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية، كما يجب توزيع هذه المنشورات على السواح مجاناً عند دخولهم البلد السياحي عن طريق الطائرات أو الموانئ أو مراكز الحدود البرية.
- تثقيف العاملين بالسياحة: ويتم عن طريق إدخال العاملين بالقطاع السياحي في دورات تثقيفية وتعليمية بغرض اكتساب مهارات أكاديمية وفنية والاطلاع على تجارب الدول المنافسة والدول المتقدمة سياحياً أو الدول المشابهة لها من حيث الخدمات السياحية.
- تثقيف مواطني البلد السياحي: ويتم ذلك عن طريق عقد الندوات والدراسات التي تبين للمواطنين أهمية القطاع السياحي والسياح في تطوير البلد واستفادة المواطنين منه باستخدام وسائل الإعلام الرسمية وكذلك إدخال مادة السياحة ضمن المناهج التدريسية سواء المدارس، المعاهد، الجامعات، أو تكون على شكل فصول معينة لبعض المواد.
- تنظيم القانون السياحي: إن السياحة تحتاج إلى قانون منظم وواضح يحمي السائح المواطن من الغش والخداع والاستغلال، مما استلزم إصدار تشريعات سياحية قانونية تنظم هذه العملية وتبدأ أهمية القوانين بإنشاء قانون فندي واضح ومحدد يحمي السياح وإنشاء قانون لوكلاء السفر والشركات السياحية المنظمة للرحلات الجماعية والفردية، إضافة إلى إنشاء قانون يحمي السائح من الغش والخداع الذي يحصل فيه بعض الأحيان.
- تسهيل إجراءات الحصول على سمات الدخول: وذلك من خلال تقليل القيود والاجراءات وتسهيلها للحصول على الفيزا السياحية خاصة بالنسبة للسفريات السياحية المنظمة، وإمكانية إصدارها عند مراكز الحدود البرية والبحرية والجوية، لأن تعقيد وصعوبة إجراءات الحصول عليها يؤدي بالسياح للبحث عن بلد بديل آخر لا توجد لديه قيود أو إجراءات صعبة للحصول على الفيزا.
- الاهتمام بالتسويق والإحصاء السياحي: بالنسبة للإحصاء السياحي يجب أن يكون من مهمات الدولة إضافة إلى اعتماد أجهزة حديثة، لأن كل المعلومات التي تعتمد عليها الخطة التسويقية للبلد السياحي تؤخذ من جهاز الإحصاء السياحي، فإذا كانت المعلومات المقدمة غير دقيقة وغير واضحة فبالتأكيد سوف تكون الخطة التسويقية غير دقيقة وغير واضحة.
- تأسيس جهاز متكامل لتشجيع ومساندة صناعة السياحة بما يتلاءم ومتطلبات البيئة: يجب أن يتم تأسيس جمعية أو منظمة حكومية تعنى بشؤون التنمية السياحية لاي بلد سياحي، ولكن ليس على حساب تدهور البيئة الطبيعية كانهراض بعض الحيوانات أو الطيور أو الأسماك النادرة أو تلوث البيئة بأشكالها المختلفة، لدى وجب إنشاء محميات طبيعية لها والعمل على حماية البيئة والثروات الطبيعية من التلوث الذي قد يحصل نتيجة توسع صناعة السياحة.

- تخصيص جزء من إيرادات السياح لتنمية الموارد السياحية: يجب تخصيص جزء من إيرادات السياح لتنمية الخدمات والموارد السياحية والعناية بها بغرض تطويرها من أجل تقديم خدمات متطورة وحديثة للسياح بصورة مستمرة.

- الانفتاح على الأسواق التجارية ودعم القطاع الخاص والتجارة الحرة: إن الدولة لا تتجح دائما في إدارة المنشآت السياحية ما استوجب إعطاء إدارة المنشآت السياحية والفندقية إلى القطاع الخاص شرط أن تبقى تحت إشراف الحكومة في المراقبة والمتابعة منعا من استغلال السياح ورفع الأسعار بصورة غير طبيعية.<sup>1</sup>

### 3.I. مقومات واستراتيجيات السياحة في الجزائر:

#### 3.I.1. المقومات السياحية في الجزائر:

يتأثر النشاط السياحي بعدة عوامل تساعد على جذب السائحين من مختلف دول العالم إلى البلد المضيف في المواسم وتتمثل هذه العوامل أو المقومات في مقومات طبيعية، بشرية، ثقافية، اجتماعية... الخ، وتتمثل المقومات السياحية التي تتمتع بها الجزائر في الموارد الطبيعية الموارد التي هي من صنع الإنسان، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

#### أ. الموارد الطبيعية:

إن كبر مساحة الجزائر أدت إلى تنوع المناخ والتضاريس فيها، فهي تجمع بين الصفات الإفريقية والعربية والمتوسطة وهذا مكنها من اكتساب ما يلي:

#### ❖ الشريط الساحلي:

يتميز الساحل الجزائري بطوله حيث يمتد على مسافة 1200 كلم تتخلله شواطئ وخلجان، كما يحتوي الساحل على أنظمة بيئية بحرية وكثبان رملية وأنظمة بيئية قرب الغابات من الشرق إلى الغرب، كما تتشكل هذه السواحل من كتل صخرية يزيد علوها في بعض الأحيان إلى 1000 م، ولقد أنشأت قرب هذه المرتفعات الساحلية عدة مدن ومحطات للاستجمام والترفيه وقد تم تجهيزها بفنادق مخيمات صيفية مثل: القالة وتيفيرت... الخ.

كما تحتوي المنطقة البحرية على ثروة هائلة من المرجان، وثرورات حيوانية وغابية معتبرة، ووجود جزر هامة تتردد عليها الطيور

ولقد تم إنشاء عدة حضائر وطنية مهمتها الحفاظ على البيئة نذكر منها:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، المرجع السابق، ص ص 204، 206

<sup>2</sup> عداد رشيدة، التسويق في المؤسسة الخدمية: دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

الجزائر، 2002، ص 156

- الحاضرة الوطنية لجرجرة .....تغطي مساحة 185000 كلم<sup>2</sup>
- الحاضرة الوطنية لثنية الحد .... تغطي مساحة 38000 كلم<sup>2</sup>
- الحاضرة الوطنية لبلازما ..... تغطي مساحة 26000 كلم<sup>2</sup>
- الحاضرة الوطنية لقوراية ..... تغطي مساحة 3000 كلم<sup>2</sup>
- الحاضرة الوطنية للقالة..... تغطي مساحة76438 كلم<sup>2</sup> هذه الحاضرة مصنفة ضمن المناطق الرطبة من طرف منظمة «LUNESCO» ، كما أدرجت هذه المنظمة الحاضرة الوطنية لتازة بولاية جيجل ضمن الشبكة العالمية لمحميات المحيطات الحيوية نظرا لما تتميز به هذه الحاضرة من منحدرات صخرية ،شواطئ جبال ووديان يعيش فيها قردة مهددة بالانقراض تعرف باسم \* ماغو\*<sup>1</sup>

### ❖ المناطق الجبلية:

تتمثل خاصة في الأطلس التلي الذي يمتد من الشرق إلى الغرب وهي بذلك تمثل فرصة لازدهار السياحة الاستكشافية، مثل مرتفعات الشريعة والذي يبلغ ارتفاعها 1510 م والتي تسمح للسياح من ممارسة رياضة الترحلق على الثلج، بالإضافة إلى جبال القبائل والتي تشكل حدائق طبيعية، وقد أقيمت عليها محطة تيكجدة السياحية، بالإضافة إلى الأطلس الصحراوي والذي يتميز بمناخ مختلف عن سابقه وحتى من حيث المناظر والنباتات<sup>2</sup>.

### ❖ الصحراء الجزائرية<sup>3</sup>:

تتوفر الجزائر على مساحة كبيرة تمثل حوالي 02 مليون كلم<sup>2</sup> موزعة على أربع محطات كبرى في الجنوب :  
\*أدرار الواقعة في الجنوب الغربي للصحراء وتعرف هذه المنطقة بتمازج مختلف الثقافات وقلاعها القديمة  
\*إيليزي والتي تمثل الطاسيلي الذي يقع في أقصى الجنوب الشرقي « تعرف هذه المنطقة بالحاضرة الوطنية للطاسيلي والتي صنف سنة 1982 تراثا عالميا من طرف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم الثقافية»  
\*وادي ميزاب والتي تتوفر على معالم تاريخية ومعمارية وقد صنف ضمن التراث العالمي ، وتتمثل في مدن بني يزقن وبساتين النخيل.

\* تتميز الحاضرة الوطنية  
تضاريس حيوانية  
حجرية أساسية للسياحة.

<sup>1</sup> الشريف تصنيف الحاضرة الوطنية ل تازة بجيجل ضمن المحميات العالمية نسمات الكورنيش 03 ديسمبر 2004

23

<sup>2</sup> سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، رسالة ماجستير،  
جامعة منتوري قسنطينة 2006 96

<sup>3</sup> المرجع السابق 97



هذه

أثرية غنية بالتماثيل

تأبئة السياحي

عليها

التاريخ

❖ الحمامات المعدنية:

الوطنية السياحة بتحديد 202

التحاليل الفيزيائية الكيميائية الهيدروجيولوجية ثمانية المياه .

ب. الموارد التي من صنع الإنسان:

تاريخية وثقافية كثيرة كبير وهذه

المزيد السياح وتلبية :

❖ الموارد الثقافية، الدينية والتاريخية:<sup>1</sup>

الفينيقية

الساحلية القرطاجية الرومانية أثرية فنية،

بنابات تقليدي الإقليم مدينتي جميلة

بتبازة وغيرها : الفاطمية، الوندالية البيزنطية الإسلامية

عليها : الأخر العثمانية.

الصحراوية جداريه الطاسيلي

الزوايا الكثير بريدون زيارتها : الزاوية التيجانية الزاوية العيساوية

:

سيرتا بقسنطينة، سطيف،

هذه ثمينة يسمح بتنمية السياحة وعليه يجب تثمين التاريخي

يشمل جميع إحياء يتكون عليه.

❖ التراث الحرفي:<sup>2</sup>

التقليدية تقديم يقدمها

الحرفيون تقليديا يمتد جذوره التاريخ وبعده

تعبيرات معيشة الجزائريين الذين عليه وتعزيز بين الأجيال

تطويره الوطنية أين يبقى

<sup>1</sup>ONT, mois du patrimoine, Algérie tourisme, publication d'information ,N : 04, avril 2001,p :06

<sup>2</sup> سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره 98

## I. أساسيات حول السياحة

التقليدية بين	الحرفية	تقنياتها	
وتقاليد		« هذه	
الفضية والذهبية	التطريز،	الألبسة التقليدية»	
حيث	يتم التعريف	والأعياد الوطنية	
سنوية بين هذه	عيد الزربية بغرداية ، عيد	تاغيت .	
❖ المنشآت القاعدية للنقل: <sup>1</sup>			
	الوطنية	بحيث	
100000	هذه	الهيكل التالية:	
- شبكة الطرقات:			
	90000	كـ	:
•	الوطنية	22000	
•	الولائية	26000	
•	الثانوية	42000	
هذه	ضعيفة	الكلية	فيما يتعلق
الصحراوية	لتطويرها .		
- شبكة السكة الحديدية:			
هذه	4200	200	الشمالية.
- النقل الجوي: <sup>2</sup>			
الوطنية	53		
•	13	يسمح بتطوير السياحة الدولية	
•	08	14	وطنية
	04	19	جهويا
			يرتبط
هذه	غير كافية	تطويرها وتكثيفها وتجديد	
جديدة	مسايرة الاحتياجات السياحية المتنامية.		

<sup>1</sup> المرجع السابق 99

<sup>2</sup> المرجع السابق 100

### - النقل البحري:

17 ميناء	يتواجد «13ميناء	1200
حيث	صغيرة للترفيه السياحي وميناء ان	للصيد
«	نسبيا	
عمليات تهيئة وتثمين	السياحة	وتنظيم
تحسين		وتوزيعها

### I.3.2.1.استراتيجية السياحة الجزائرية آفاق 2013:

لقد أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاع السياحة وعصرنته، وإعطائه المكانة الحقيقية، إذ شرعت الوزارة الوصية في سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع السياحة 2010 صيغتها النهائية في سنة 2001 " مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010"، وبعد مرور سنتين على تنفيذ هذا المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات لمسايرة التطورات الجديدة داخليا وخارجيا، فجاءت بمشروع جديد سمي آفاق 2013 لتحديد الأهداف الكمية والنوعية إجراءات دعم وترقية الاستثمار ياحي، بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيتها لسنة 2013.

#### ❖ أهداف البرنامج والمنتجات السياحية الواجب ترميتها من خلال البرنامج:

##### أ. أهداف البرنامج:<sup>1</sup>

إن تفعيل قطاع السياحة يبقى رهين قدرات التقدم في تنفيذ خبراتها الأساسية لتطويره، والأهداف النوعية الكمية المسطرة.

##### 1. الأهداف النوعية للبرنامج:

- تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية، الدينية والحضارية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية.
- المحافظة على البيئة والفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج لقضاء العطل.

<sup>1</sup> وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة للعشرية 2004 - 2013 - 12.

2. الأهداف الكمية:

- زيادة التدفقات السياحية:

عرفت العشرية الماضية والممتدة من (1990 - 2000) والتي عاشتها الجزائر، تراجع كبير في التدفقات السياحية ند الاستثنائية التي عاشتها الدولة الجزائرية، غير أن تحسن المحيط السياحي في السنوات التي تلت هذه الفترة، سمحت بتطور محسوس للقطاع، حيث بلغ الرقم المحصل عليه 2002 من عدد السياح الوافدين إلى الجزائر بحوالي 988000 251000 %25 ه الحركة ستتجه ند زيادة التدفقات أيضا خلال المرحلتين 2004-2013

كما يلي:

**المرحلة الأولى: من 2004 إلى 2007**

بتطبيق نسبة نم متوسط الزيادة ب 10% خلال هذه المرحلة للثلاث سنوات الأخيرة (2000-2002) سيصل عدد السواح الوافدين إلى الجزائر في نهاية 2007 679000 .

**المرحلة الثانية: من 2008-2013**

إن تطور التدفقات خلال هذه المرحلة تم الحصول عليه بتطبيق نسبة نم المتوسط التدفقات عند بداية العشرية (10%)، أعيد تعديلها سنويا بنصف نقطة 0.5%، 2008، الرقم المتحصل عليه لهذه أي عدد السياح المتوقعين بتطبيق هذه النسبة سيصل إلى 1507000 2008، وإذا التدفقات السياحية للأجانب سيرف انخفاضا بنسبة 3.5%، فسنحصل في نهاية 2008 1200000 .

للعلم فإنه قد ورد في وثيقة مخطط إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر بأن المنظمة العالمية للسياحة تعتبر بأن الجزائر لها فرص كبيرة لبلوغ عدد أربع ملايين سائح أجنبي في أفق 2020. بناء على التقديرات السابقة والاستقرار المرهلي لدخول السياح الأجانب، فن عدد السياح المرتقبين في 2013 سيقارب 3100000 1900000 .

هذه التدفقات السياحية المتوقعة في المرحلتين السابقتين لا يمكن أن تتحقق إلا عن طريق ما يلي:

- العقلاني لطاقت الإيواء الجديدة.
- إعادة تأهيل الحظيرة الفندقية الموجودة لتتماشى مع التغييرات الرغبات المتغيرة للمستهلكين.
- تطوير أشكال جديدة للإيواء على غرار الفنادق بإعادة تأهيل القصور، واستعمال الإقامة ذات الأهمية التاريخية) (... )
- ي ح المولعين بسياحة الصيد الرياضة.

- في وتيرة الخصصة والشراكة، لترويج صورة البلاد والمنتجات السياحية الجزائرية في الخارج، ضف إلى هذا كله فإن التحسين المستمر والدائم للمحيط الاقتصادي وتحرير الخدمات سيساهم بصورة جلية في زيادة التدفقات السياحية، وكذا تفعيل الشركاء الآخرين كتنوع وتحسين قدرات و الداخلية والدولية الذي يسهل عملية تنقل الزبائن.

### - زيادة طاقات الإيواء:

لا يمكن تصور تدفقات سياحية أكبر دون وجود طاقات إيواء أكبر، وأكثر جودة وفعالية لذا فإن المخطط اهتم بهذا الجانب، ووضع خطة لتنمية ورفع طاقات الإيواء عبر المرحلة الممتدة ما بين 2004-2007 و 2008-2013، وقد تم وضع هذه التنبؤات بناء على الإحصائيات المرجعية المحصلة من المديرية المكلفة بالسياحة على مستوى الولايات ذلك كما يلي:

### المرحلة الأولى: الممتدة من سنة 2004 إلى غاية 2007

بالرغم من أن مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة آفاق 2010، ركز في بدايته على تهيئة العقار السياحي، إلا انه في واقع والملاحظ أن هناك غياب لهذا العقار المهيأ، بالإضافة إلى عدة مشاكل معيقة للقطاع، إلا أنه تم تسجيل منذ بداية 2001 8300 سرير حيز الا 115

2004، والتي اتسمت بمحيط يمكن أن نقول عليه غير ملائم تركزت جهود المتعاملين أساسا على مشاريع الفندقية الصغيرة، ففي نهاية سنة 2002، وعبر مختلف ولايات الوطن، تم تسجيل 387 و بطاقة إيواء تقديرية 38000 سرير.

ما يقارب 254 مشروع استثماري بالرغم من كونها في مستوى إنجاز يصل إلى 50%، بطاقة إضافية مقدرة بحوالي 17000 سرير، ضف إلى ذلك أن هناك طلبات للاستثمار لا تزال عدم الحصول على قطع أرضية إلى غاية نهاية 2002 671 إيواء تقديرية ب 50000 سرير لا تزال تمثل مخزون فعلي غير مستغل.

إن إزالة مختلف العقبات سيسمح باستكمال المشاريع في طور الإنجاز خلال الفترة 2004-2007 55000 سرير بطاقة سنوية تصل إلى حدود 13750 سرير تدخل حيز الاستغلال.

### المرحلة الثانية: ما بين 2008-2013

إن بطاقات الإيواء في هذه المرحلة ستعرف تطورا أقل أهمية من المرحلة السابقة هذا مرده إلى أسباب اقتصادية وتجارية وبالتالي نموا سنويا متوسط يتوقع تقديره ب 0.7%، هذه النسب معقولة للمحافظة على ديمومة تطوير النشاطات السياحية.

وعليه فإن الطاقة الإضافية المحتملة في نهاية المرحلة(2008-2013) 60000 سرير بمتوسط سنوي قدره 10000 سرير، ومنه انطلاقا مما سبق، إضافة إلى 72000 سرير التي تم إحصاؤها نهاية 2002 (2004-2007) 55000 سرير، والمرحلة الممتدة بين(2008-2013) 60000 سرير، أي بمجموع كلي قدره 187000 سرير في آفاق 2013 بطاقة سنوية لكل مرحلة تقدر ب 11500 سرير.

إن تطوير هذه الطاقات في إطار الاستثمار الخاص التشجيعات من طرف الدولة.

### - تنمية الاستثمار السياحي:

إن المؤشرات العالمية كلها اليوم تدل على أن الاستثمارات السياحية العالمية ستعرف نم سيبقى ربما القطاع الوحيد الذي يمكن ن يصمد لأي نوع من الركود العوامل الجديدة تفسر هذه التوقعات والتي نذكر منها:

- ظاهرة العولمة التي ستفتح المجال لانتعاش الأسواق السياحية العالمية، والذي يؤدي إلى زيادة التدفقات السياحية العالمية بدون شك.

- الاقتصادي العالمي الذي سيشجع الاستهلاك خصوصا في مجال السياحة.

- التطور التكنولوجي السريع لوسائل الإعلام والاتصال الذي سيؤدي بدوره إلى تقريب المسافة بين المستهلك والمنتج السياحي.

في ظل هذه المتغيرات، أصبحت المنافسة على جلب الاستثمارات السياحية جد شرسة بين الدول، وعليه فإن الدولة الجزائرية تدرك حتما ضرورة هذا التنافس، فقامت باتخاذ التدابير اللازمة لذلك عن طريق الوزارة الوصية، وجاءت آفاق 2013 لتدعيم ذلك من خلال الوتيرة التوسيعية التي سيعرفها الاستثمار السياحي الجزائري خلال العشرية القادمة حسب مرحلتين مختلفتين(2004-2007) (2008-2013)

القطاع فيها مرهون بالمشاريع المسجلة، وتلك المتوقعة والتي سيتوقع إنهاؤها خلال

(2004-2007)، وستدعم هذه الوتيرة خلال المرحلة الثانية(2008-2013)، عن طريق الشروع

في المشاريع الجديدة عند نهاية 2007، وبداية 2008.

هذه المشاريع يتضمن البعض منها الشر استثمار أجنبي مباشر، وذلك إثر العمل الترويجي الذي يبادر ذلك كما يلي:

### المرحلة الأولى:(2004-2007)

كما تطرقنا إليه سابقا، فإنه من المتوقع إنجاز طاقة إيواء إضافية مقدرة ب 55000 سرير من طرف المتعاملين محصلة في المشاريع طور الإنجاز المتوقعة، وإذا اعتمدنا نسبة 1.5 مليون دج للسرير الواحد المنجز، فإن الاستثمارات المجمعة تصل إلى مبلغ يقدر بحوالي 82.5 مليار دج في نهاية المرحلة.

### المرحلة الثانية:(2008-2013)

انطلاقا من المشاريع المبادر بها والمنجزة في هذه المرحلة، والتي هي من النوع المتوسط الرفيع 60000 سرير المنظرة سيتم انجازها بفضل استثمار متوقع ب 150 مليار دج، بتبني كلفة متوسطة 2.5 مليون دج للسرير الواحد، ومنه فإن الاستثمار المتوقع خلال المرحلة(2004-2013) سيصل إلى 232.5 مليار دج مع الإشارة إلى أن مبالغ اقتناء القطع الأرضية ليست محسوبة في هذا التقييم، و راجع للفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار الجزائري.

### ب. المنتجات السياحية الواجب تنميتها من خلال البرنامج:<sup>1</sup>

إن الطلبات الداخلية الخارجية هي التي تحدد مختلف المنتجات الواجب تطويرها تنميتها، عليه فإن تنوع العرض السياحي البحث عن نشاطات سياحية جديدة تمثل خيارات استراتيجية للدولة الجزائرية ذلك مرده للأسباب الآتية:

- إعطاء مكانة للجزائر ضمن السوق السياحية الدولية.
- تلبية حاجات المواطنين في المجال السياحي، والتي تعرف تزايدا سنويا مرتفعا بسبب تطور وزيادة الديمغرافي من جهة والتحسن المعيشي من جهة أخرى، وهذا ما نلاحظه من خلال توجه الجزائريين إلى الخارج بسبب ضعف طاقات الإيواء والخدمات في الجزائر.
- تثمين التراث السياحي الجزائري عن طريق التعريف بمقومات الجذب السياحي الوطني.
- التطوير الدائم نشاطات السياحة.

عليه فإن تلبية تنوع الطلب السياحي المتزايد يستلزم تنمية متزايدة للمنتجات السياحية والمتمثلة في:

❖ **السياحة الصحراوية:** للسياحة الصحراوية خصوصياتها إذ تشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا لتنمية السياحة الدولية نظرا لما يتميز به هذا المنتج بفضل شساعة صحراء الجزائر، وعليه فن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير ند المناطق السياحية الجنوبية، والتي يمكن تحويلها إلى قبلة فعلية للسواح الأجانب، بالخصوص بالنسبة للسياحة البيئية.

<sup>1</sup> إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر 2025 177

❖ **السياحة الشاطئية:** إن طول السواحل الجزائرية وتنوعها يمكنها من أن تكون الموجة للتنمية السياحية في

:

- من المعروف أن غالبية السكان الجزائريين مقيمين بالجهة الشمالية هذا ما يؤدي إلى زيادة الطلب الداخلي على السياحة الشاطئية، إذ بلغ عدد المصطافين 118 مليون مصطاف خلال موسم 2002.
- استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطل خلال موسم الإصطياف.
- التوافد الكبير للجالية الجزائرية على الشواطئ الجزائرية لقضاء عطلتها.
- تظهر أهمية السياحة الشاطئية من خلال الطلبات الكبيرة المسجلة في مجال الاستثمار والمقدمة من طرف المتعاملين الوطنيين والأجانب.
- اعتدال المناخ الشمالي خاصة في فصل الصيف، إذ يبقى الوجهة الأولى للجزائريين خلال هذا

هذا على المستوى المحلي، فأما دوليا فإن السياحة الشاطئية الدولية تمثل 80% السياحي بذلك يمثل عند غالبية البلدان ركيزة النشا السياحي نظرا للتدفقات

المعتبرة التي يجلبها، والآثار المالية التي يحققها.

وتبقى السياحة الشاطئية إلى جانب السياحة الحضارية المنتج الأكثر مردودية في مجال الصناعة السياحية آخذين بعين الاعتبار المحافظة وحماية التراث الثقافي والمحيط الطبيعي ضد كل أشكال التلوث والتدهور الناتجة عن السياحة الجماهيرية، وحتى تكون هناك سياحة شاطئية لا بد من هياكل الاستقبال بدءا من المخيم البسيط إلى الفندق الفخم مما يسمح بأن يكون المنتج في متناول الجميع.

❖ **سياحة الأعمال والمؤتمرات:** يعد هذا النوع من السياحة موردا معتبرا لدى البلدان السباقة في التجربة

السياحية، كفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وإسبانيا وغيرهم، من خلال الحركة الواسعة التي يعرفها العملة الصعبة، والجزائر اليوم يتعين عليها تنمية هذا المنتج المهم، نظرا لما يعرفه البلد من تزايد كثافة النشاطات الاقتصادية الاجتماعية،

وتبقى القدرات الحالية المحدودة كميا والمتمركزة أساسا على مستوى عاصمة الجزائر بعيدة عن الطلب السياحي الحالي والمستقبلي، مما يعتبر فرصة جديدة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية إذ نجد بعض الولايات الكبرى في الجزائر لا تتوفر على هياكل قادرة على استقبال مؤتمر

❖ **السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر:** 200 منبع حيوي، إلا أن

طاقة الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا، فبالرغم من وجود 08 محطات حموية منها واحدة فقط مختصة في المعالجة بمياه البحر هي حاليا مكتظة على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي المتزايد



عليها، وعليه فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر الاقتصادية، ف تساهم في تحسين صحة المواطنين وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية. فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر لا يجب النظر إليها كمنتج مستقل موجه نحو الاستشفائي فقط، بل تطويره لكي يصبح ذ فئة السكان المتمتعين بصحة جيدة.

❖ **السياحة الثقافية:** إن الدراسات المنجزة والمقدمة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في العشرية القادمة مكانا هاما في العرض السياحي العالمي. والجزائر لها مؤهلات في هذا الميدان تمكنها من احتلال مكانة مرموقة في هذا النوع من السياحة من خلال حويه من:

- المعالم والبنىات الثقافية والدينية.
  - الاعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية.
  - أقطاب الإنتاج والتنشيط الحرفي.
- هذا المنتج له خصوصياته في الجزائر، الجزائر تاركة ورأها بصمات لا يمكن أن تمحى، من مواقع دينية وتاريخية كالمدين الرومانية غيرها.

❖ **السياحة الرياضية، الترفيهية والاستجمامية:** هذا النوع موجه بصفة خاصة للشباب المولعين بالتبادلات الاكتشاف والترفيه، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية. وفي هذا الخصوص يمكن تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب والفرق الرياضية والسائحين :

- السياحة المناخية.
- سياحة الصيد.
- سياحة الصيد البحري والغوص في أعماق البحار.
- سياحة المتعة والرحلات البحرية.
- السياحة الرياضية والترفيهية.

إن المنشآت الواجب بناؤها بالنسبة لهذا النوع من السياحة يمكن استغلالها عن طريق إقامات لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، مما يسمح للجزائر بتنظيم تظاهرات ذات بعد دولي، تساهم في خلق الفضول للحث على زيارة المنشآت الجديدة المنجزة، إن تكامل وتناسق جميع هذه المنتجات السياحية سيمكن لا محالة القطاع السياحي الجزائري من بلوغ مكانة مرموقة.

يساهم في التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى بتفعيل الآثار المحفزة على التوازنات الكبرى والآثار

:

- تتمين صورة الجزائر.
- تتمين التراث التاريخي والثقافي والشعائري.
- التوفيق بين ترقية السياحة البيئة.

### I.3.3. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق (SDAT 2025) 2015

يساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 منسجم في تنمية الإقليم الجزائري ويستهدف هذا الميثاق تسهيل بروز سياسة حقيقية للتنمية السياحية المستدامة وترقية اقتصاد بديل يحل محل

أ. مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه:

❖ مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

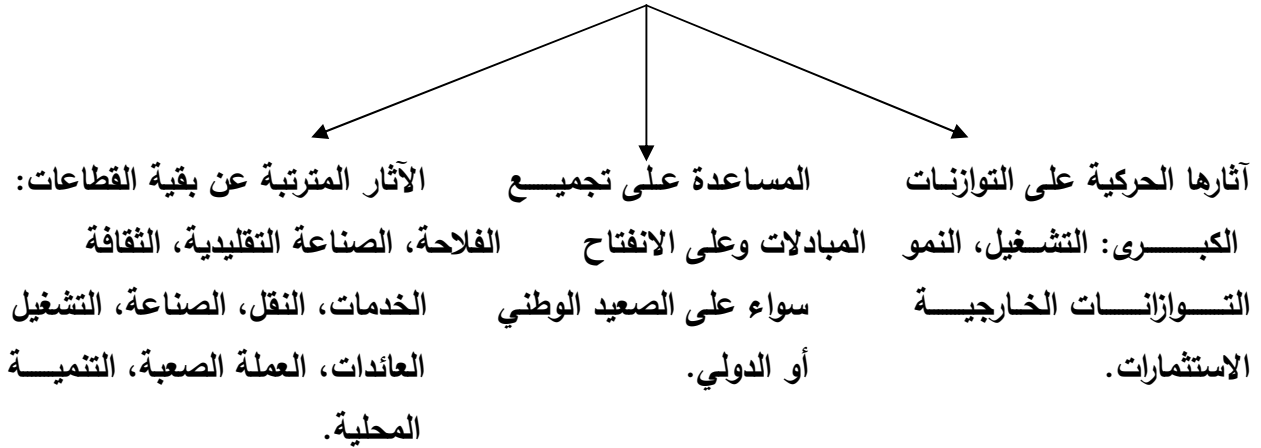
كان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)

جمع مختلف الفاعلين في السياحة الوطنية، مستثمرون، مرقون، اصحاب وكالات أسفار، مرشدون، مقدم خدمات، فندقيون، اصحاب المطاعم، دواوين السياحة، الحركات الجمعوية، المجموعات المحلية...  
" المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " من طرف مجمل المتعاملين الفاعلين في

السياحة.

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) أن السياحة ليست فرعا ولا قطاعا للنشاط صناعة فنية، توفيق بين الترقية السياحية والبيئة. وبالنسبة للجزائر، فإن السياحة ليست اختيارا، إنها ضرورة وطنية، لا تشبه أي نشاط آخر. فهي تشكل تجميعا معقدا للخدمات، النقل، الإيواء، الترفيه، وهي نشاط يقوم أساسا على المورد البشري، وعلى نوعيته وقدراته وتأهيد تجاه فإنها تتطلب ثقافة الأداء و  
والسياحة بصفة عامة هي إحدى محركات الاقتصاد بالنسبة للعديد من البلدان والشكل التالي يوضح ذلك.<sup>1</sup>

الشكل (02): السياحة محرك الاقتصاد بواسطة



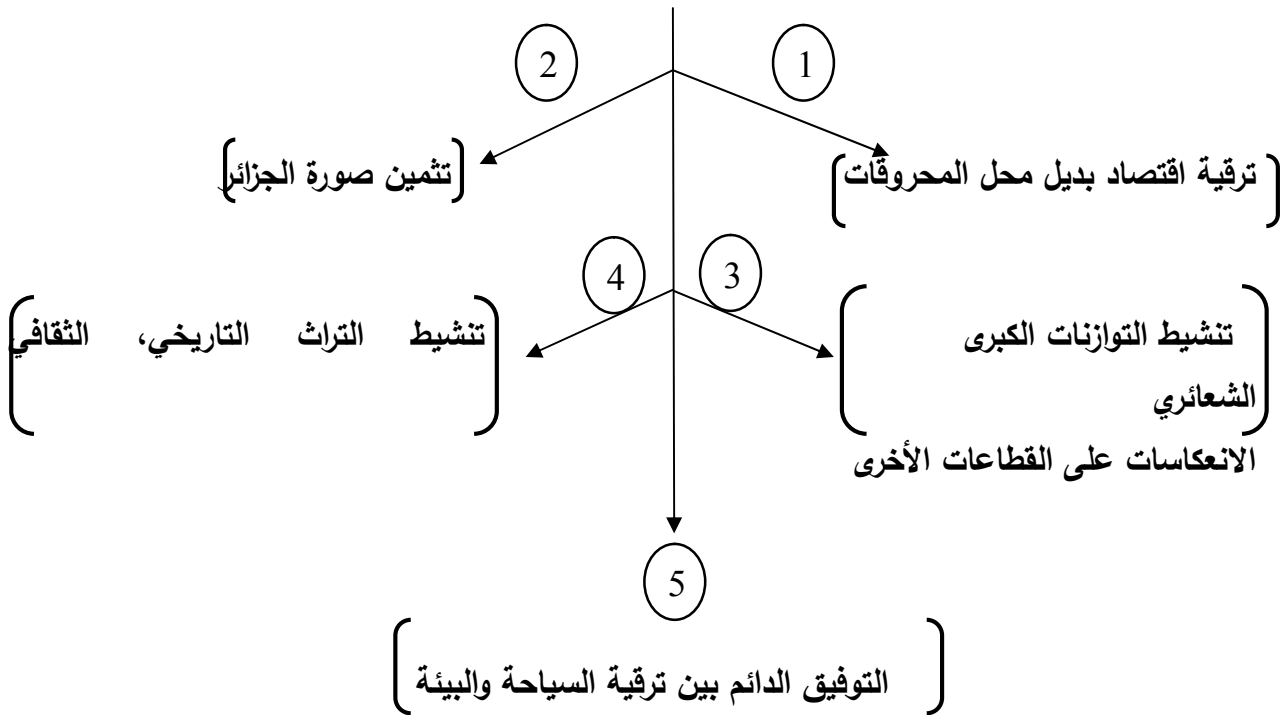
المصدر: التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) 1: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية 8.

يعتمد " المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية " (SDAT 2025) شروط لسيرورة السياحة في :

- الإعراف: تعتبر السياحة كأولوية وطنية تقوم على التزام سياسي لمنظر وأفاق 2025.
- المعرفة الاستراتيجية:
- المقاربة الشاملة لفائدة تحديد إستراتيجية شاملة للعمل: (SDAT 2025)
- ❖ أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025):
- 1: يقوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي: من خلال ما يلي:
- ترقية اقتصاد بديل يجمل محل
- تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.
- إعطاء الجزائر انتشارا دوليا جعلها وجهة امتياز
- وظائف جديدة بصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء، الأشغال العمومية، الصناعة، الصناعات التقليدية، الخدمات): ذلك من خلال ما يلي:
- النظر إلى السياحة في إطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل (النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي، التكوين).

- الانسجام مع استراتيجية القطاعات الأخرى، وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية ( بالبيئة ).
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: يقيم الاقتصاد السياحي علاقة متينة مع الاقليم ( المعبر عن التاريخ )، وهي العناصر التأسيسية للتراث الثقافي الإنساني، الطبيعي المناخي، التاريخي.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق ضمن آفاق الجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية بما والطاقات المتاحة والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين، والمخطط التالي يوضح الأهداف الخمسة : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

شكل رقم (03): الأهداف الخمسة لـ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) 1: تشخيص فحص السياحة الجزائرية، ص24.

-المشاريع ذات الأولوية السياحية

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) انجازه، أ

- HOTELS DE CHAINE عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29386 سرير .
- عشرون قرية سياحية متميزة، وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتناسب
- 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية للامتياز.<sup>1</sup>

### الخلاصة:

السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا مؤقتا وتلقائيا، دون أن يكون ذلك لأسباب تجارية أ مهنية أ حرفية، والسائح ه من يقوم بزيارة مؤقتة بعيدا عن محل الإقامة الدائمة في مدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة، على أن تكون هذه الزيارة لأغراض سياحية بعيدا عن العمل تحقيق الربح.

وتقسم السياحة إلى عدة أنواع وفقا لعدة معايير مختلفة منها معيار الهدف من الرحلة وحسب الموقع الجغرافي كما ظهرت أنواع سياحية حرفية.

يز السياحة بعدة خصائص تميزها عن بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى. حيث أصبح من اليقين أن السياحة هي الباب المفتوح لتقدم . مجال الأكثر حيوية الذي يمكن أن يصبح المصدر للدخل القومي في دول العالم، ومصدرا هاما للعملات الأجنبية كما أنها أيضا مصدر متجدد. كونها تتيح مجالات عريضة لتوظيف عوامل بصفة خاصة الأيدي العاملة كما أنها أداة ارتقاء تطوير للمجتمع تحديد سلوكياته آلياته.

## II. الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر ودورها في القطاع السياحي

تمهيد:

1.II. ماهية الصناعات التقليدية و الحرف

2.II. واقع قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر

3.II. مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي

خلاصة :

### تمهيد:

تعتبر الصناعات التقليدية والحرف من أهم الأنشطة الاقتصادية التي مارسها الإنسان منذ الأزل لتلبية رغباته واحتياجاته المختلفة وتباین هذه الصناعات والحرف حسب ثقافات وعادات وتاريخ المنطقة الموجودة بها .

وتعد الجزائر بتتوع ثقافتها وعاداتها وتباين قبائلها وعروشها، متحفا سياحيا مفتوحا على الطبيعة بحق فمنتجات وصناعات حرفيها تمتاز بأصالتها وجودتها لارتباطها الوثيق بموروثها الحضاري والثقافي وتتنوعها يمكن أن يشكل أحد دعائم التنمية الاقتصادية من خلال زيادة الدخل وخلق فرص عمل جديدة لذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية الصناعات التقليدية والحرف وتطور هذا القطاع في الجزائر لنقف على دور هذا القطاع في القطاع السياحي.



## II. 1. ماهية الصناعات التقليدية والحرف:

إن فهم الخصائص الاقتصادية للصناعة التقليدية، يستوجب دراسة مميزات الخاصة المرتبطة بماهيتها كصناعة تجمع بين الإرث الثقافي والفعالية الاقتصادية.

### II.1.1. مفهوم الصناعات التقليدية والحرف:

#### أ - تعريف الصناعات التقليدية والحرف

تختلف مفاهيم الصناعة التقليدية والحرفية في العالم باختلاف أهدافها واستعمالاتها، ومن أهمها :

#### ❖ تعريف المنظمة الدولية للتجارة والتنمية: « CNUCED »

قدمت المنظمة سنة 1969 تعريفا عن الصناعات اليدوية، ميزت فيها الصناعة التقليدية كالاتي " : يطبق تعريف المنتوجات المنتجة باليد على كل الوحدات المنجزة بمساعدة الأدوات والوسائل البسيطة، وكل المعدات المستعملة من طرف الحرفي والتي تحتوي في جزء كبير منها على عمل اليد " ، وتتميز الصناعات التقليدية عن اليدوية بما يلي:

➤ الخصائص الفنية أو التقليدية المرتبطة بمنطقة جغرافية أو البلد المنتج

➤ منتوجات حرفيين يمارسون غالبا عملهم في المنازل.<sup>1</sup>

#### ❖ تعريف منظمة اليونسكو:

قدمت منظمة الأمم المتحدة " اليونسكو " سنة 1997، تعريفا للصناعة التقليدية كما يلي: « تعتبر المنتوجات تقليدية إذا كانت مصنوعة من طرف الحرفيين يدويا، و/أو عن طريق مساعدة آلة يدوية أو حتى آلة ميكانيكية، بشرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي المركب الأكثر أهمية في المنتج النهائي، تنتج هذه المواد بدون تحديد في الكمية، وباستعمال مواد أولية مستخرجة من موارد طبيعية دائمة<sup>2</sup>. إن الطبيعة الخاصة للمنتجات التقليدية، تتمخض من خصائصها المختلفة، والتي تجعلها ذات أهمية استعمالية، تجميلية، فنية، إبداعية وثقافية، ما يجعل المنتج التقليدي يجمع بين الناحية الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> صديقي شفيقة، دفع صادرات الزراعي التقليدية الجزائرية بتطبيق مقاربة التسويق الدولي، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في

العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، سنة 2002 ، ص73

<sup>2</sup> Unesco, culture, (on line) artisanat traditionnel, 03-12-2007, (from internet)

http://www.portail.unesco.org. 2014/03/12 الساعة 14:30 يوم

<sup>3</sup> المرجع السابق

❖ تعريف المجلس العالمي للصناعة التقليدية:

أعطى المجلس العالمي أربع تقسيمات للصناعة التقليدية، وعرف كل مجموعة على حدى<sup>1</sup>:

➤ الإبداعات ذات الطابع الفني للحرفيين: وهي أنشطة تتعلق بمواد منتجة لها محتوى إبداعي، وتستعمل مهارات وتقنيات مرتفعة جدا.

➤ الفنون الشعبية والفلكلورية: وهي كل التعبيرات المستوحاة من الثقافات المحلية والوطنية، والمواد الاستعمالية أو التزيينية، والتي تعكس نظرة مشتركة للحياة، وتتطلب درجة عالية من الكفاءة والتقنيات اليدوية.

➤ الصناعة التقليدية ما قبل التصنيع: وهي ورشات لإنتاج المواد المستوحاة من التقاليد ومهارات الفنون الشعبية، ولكنها مصنوعة يدويا وبكميات كبيرة، وعندما تكثف هذه الطريقة إلى حد الوصول إلى توسيع تقسيم العمل، لا تعتبر آنذاك مواد للصناعة التقليدية، ولكن منتوجات مصنوعة بالسلسلة وتحمل ذوقا محليا وموجهة إلى السوق الواسع.

➤ الإنتاج الصناعي: وهو يخص كل نماذج الصناعات التقليدية أو المواد المعاد إنتاجها بواسطة آلات

❖ التعريف الجزائري للصناعة التقليدية:

تم تعريف الصناعة التقليدية في الجزائر بمقتضى الأمر رقم ( 01-1996) الصادر في 10 جانفي 1996<sup>2</sup>، الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف وقد عرفها هذا الأخير في المادتي 5 و6 كما يلي:

"الصناعة التقليدية والحرف هي نشاط إنتاج أو إبداع، أو تحويل، أو ترميم فني، أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها العمل اليدوي، ويمارس بصفة دائمة ورئيسية، وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي، ويكون هذا النشاط إما فردي، أو ضمن تعاونية للصناعة التقليدية أو ضمن مقاول للصناعة التقليدية"

ميادين ممارسة الأنشطة الحرفية والمهن:

تصنف الصناعات التقليدية والحرف حسب النشاط الرئيسي الممارس إلى<sup>3</sup>:

- الصناعات التقليدية الفنية؛
- الصناعات التقليدية الحرفية لإنتاج المواد؛
- الصناعات التقليدية الحرفية لإنتاج الخدمات؛

<sup>1</sup> صديقي شفيقة، مرجع سبق ذكره، ص 55

<sup>2</sup> مدونة النصوص القانونية والتنظيمية الخاصة بقطاع الصناعة التقليدية والحرف لسنة 2005، الأمر رقم 96-01 لمؤرخ في 19 شعبان 1416 هـ

الموافق ل 10 يناير 1996، الجريدة الرسمية رقم 03، المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ص 35

<sup>3</sup> الأمر رقم 01 - 96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية، رقم 03، الجزائر الصادرة في 14/01/1996، ص 04

1. **الصناعات التقليدية الفنية** : هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية و/أو تزيينية ذات طابع حرفي، وتكتسي طابعا فنيا يسمح بنقل مهارة عريقة، وتنقسم حسب وظيفة منتجاتها إلى نوعين :

- **صناعات تقليدية (تزيينية)** : تعتبر الصناعات التقليدية صناعة تقليدية فنية عندما تتميز بالأصالة والطابع الإنفرادي والإبداع، إذ تتطلب هذه الصناعة مواهب فنية عالية وفترة صناعة طويلة و مواد أولية رفيعة وهو ما يفسر إرتفاع أسعارها بينما لا تتطلب تقسيما للعمل. وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الفنية في الوظيفة التزيينية أساسا فهي بذلك تعكس مجمل التعابير المتعلقة بتقاليد وثقافات وطقوس أي بلد.

- **الصناعات التقليدية الإستعمالية (الوظيفية)** : ما يميزها عن سابقتها هو أن هذه الأخيرة لا تتطلب خبرة فنية عالية من الحرفي، حيث تكون عادة التصاميم الفنية لمنتجاتها ذات طابع تكراري بسيط يعتمد على العمل المتسلسل وتوزيع المهام في كل مراحل الإنتاج، وهذا بغض النظر عن الحرفيين الذين ينتجون منتجات إستعمالية والذين يعملون في منازلهم، وتتمثل الوظيفة الأساسية لمنتجات الصناعة التقليدية الإستعمالية في تلبية حاجيات الحياة اليومية<sup>1</sup>.

2. **الصناعات التقليدية والحرفية لإنتاج المواد** : وتسمى أيضا الصناعات التقليدية الحرفية النفعية الحديثة وهي " : كل صنع لمواد إستهلاكية عادية، لا تكتسي طابعا فنيا خاصا وتوجه للعائلات وللصناعة وللزراعة<sup>2</sup> " وتتميز هذه الصناعات بإعتمادها على درجة أكبر من التخصص وبأنها غير عاكسة لثقافة أو هوية شعب معين، إلى جانب أنها منتشرة في كل دول العالم كما تعرف عادة باسم الصناعات الصغيرة.<sup>3</sup>

3. **الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات** : وهي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو التصليح أو الترميم الفني.<sup>4</sup>

#### ب- الأهمية الاقتصادية للصناعات التقليدية والحرف:

يعتبر قطاع الصناعات التقليدية والحرف قطاعا متكاملًا، يجمع بين الموروث الثقافي والحضاري الوطني وبين الفعالية الاقتصادية، فهو يمثل رافدا للثروة الوطنية ويعتبر اقتصادا قائما بذاته، إذ يشكل أحد الركائز الأساسية للنمو والتنمية الاقتصادية الدائمة باعتبارها تتبع عن مهارة الفرد وعبقريته، وتعكس ثقافة المجتمع وتراثه، فهي تشكل قاعدة للانطلاق نحو الإبداع، بمد السوق الوطنية والدولية بمنتجات أصلية ذات قيمة مضافة عالية، كما تساهم الصناعة التقليدية في الاقتصاد الوطني من خلال المجالات التالية:

<sup>1</sup> بن العمودي جلييلة، إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-2010، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرباح -سوق، ورقلة، 2011/2012 ص 31.

<sup>2</sup> الأمر رقم 01-96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، مرجع سابق، ص 05

<sup>3</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 31.

<sup>4</sup> شيبان آسيا، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية-حالة الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر- رسالة مقدمة ضمن

متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008/2009، ص 107

### 1. المساهمة في الناتج الداخلي الخام:

تحقق الصناعات التقليدية جزء هاماً من القيمة المضافة التي تكون مرتفعة مقارنة بالقطاعات الأخرى نتيجة اعتمادها على العمل اليدوي، والموارد المحلية، ما يساهم في زيادة ثروة البلاد، وهذا ينعكس على مسار النمو الاقتصادي، إذ تساهم الصناعة التقليدية في تونس بـ 03% من الناتج الداخلي الخام، في حين تساهم في المغرب بـ 15%<sup>1</sup>.

### 2. إنشاء مناصب الشغل:

تستطيع الصناعات التقليدية والحرف تعبئة اليد العاملة بصفة كبيرة وبتكاليف بسيطة، إذ تمتلك البلدان الأوروبية قرابة سبعة ملايين مؤسسة حرفية تشغل 22 مليون عامل، وتشكل ألمانيا وحدها 5,3 مليون شخص، وهو ما يعادل 15% من القوى النشيطة، في حين يشغل القطاع في سوريا 500 ألف عامل، وفي تونس 265 ألف عامل أي 11% من القوى النشيطة، أما في المغرب فيشغل حوالي مليون حرفي، فهو يعيل مواطناً مغربياً من كل خمسة مواطنين<sup>2</sup>.

### 3. المساهمة في إيرادات الدولة من الصادرات:

إن قطاع الصناعات التقليدية قطاع إنتاجي يتميز بمردود اقتصادي هام من خلال توظيف استثمارات بسيطة، وما يجعلها تمتلك قدرة تصديرية هو ميزتها النسبية مقارنة بالبلدان المستوردة لها، وبالتالي فهي توفر للدول عائدات دائمة، وزيادة في الدخل من العملة الصعبة، كمثال على ذلك القدرة التصديرية في فرنسا وإيطاليا وصلت سنة 1997 إلى أكثر من ثلاثة مليارات دولار، في حين وصلت في تونس سنة 1999 إلى 206 مليون دولار، وهو ما يعادل 3,5% من مجموع صادراتها<sup>3</sup>.

### 4. تثمين القطاع السياحي:

تلعب الصناعات التقليدية دوراً مهماً في تدعيم وترقية وتنشيط القطاع السياحي، إذ يسعى السواح لاكتشاف البلدان والتعرف على إرثها الثقافي والحضاري من خلال اقتناء منتوجاتها التقليدية.

### 5. تقليص النزوح الريفي:

يستجيب قطاع الصناعة التقليدية للأهداف الوطنية المتعلقة بإحداث نوع من التوازن في التوزيع الديمغرافي للسكان، وتوزيع الدخل في المحيط الريفي من خلال تهيئة وإنشاء مناطق نشاط مصغرة للصناعة التقليدية، تسمح بتخفيف الضغط الديمغرافي على المدن، وتعمل على الاستغلال الأمثل للموارد البشرية، وتساهم في تغطية الحاجات الأساسية للمستهلكين، وكذا تحافظ على الحرف التقليدية في الأرياف<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> سعدون بوكابوس، دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر، وقائع الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعة التقليدية في الجزائر، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، دار الثقافة، بشار، 20-21 ديسمبر 2003، ص 228.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 229

<sup>3</sup> صديقي شفيقة، مرجع سبق ذكره، ص 65.

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 65

## II.1.2. خصائص الصناعات التقليدية والحرف

من أهم الخصائص التي تميز الصناعات التقليدية والحرف مايلي :

❖ **سهولة وبساطة متطلبات إنشاء مشروع حرفي:** خلافا للمشروعات الكبيرة التي تحتاج إلى رأس مال كثيف، تتميز المشاريع الحرفية بانخفاض رأسمالها المادي والممول من المشروعات الحرفية هذه المشروعات باستخدام أدوات إنتاج بسيطة تكلفتها منخفضة مرتبطة عادة بالعمل اليدوي، فضلا عن اعتمادها على موارد وخامات محلية قليلة التكلفة مقارنة بالموارد المستخدمة في صناعات أخرى.

ومن بين الخصائص التي تجعل البعض يفضلون ممارسة أنشطة هذا القطاع، هي أن إجراءات تأسيس ومتطلبات إقامة عمل حرفي بسيطة جدا إذا قورنت مع أعمال متوسطة وكبيرة الحجم، هذه البساطة تجعل بإمكان أي شخص مهما كانت إمكانياته محدودة قادرا على إنشاء عمل حرفي خاص به.

### ❖ **عمل فردي وقرارات مركزية مرتبطة بصورة كبيرة بشخصية صاحب المشروع:**

تعتبر هذه الميزة صفة رئيسية يتميز بها الممارسون لنشاطات الصناعة التقليدية والحرف، حيث تشكل إحدى المزايا التي تمثل جانب إيجابي وسلب في نفس الوقت، فمن جهة يعطي الإنفراد للحرفي الحرية الكاملة لإدارة مشروعه كما يشاء، ويتم ذلك من خلال هيكل تنظيمي بسيط قراراته مركزية تتخذ بسرعة<sup>1</sup>، كما أن نجاح وبقاء المؤسسة ذات الطابع الحرفي مرتبط ارتباطا وثيقا بشخصية وخصائص مالكها الذي يهتم شخصيا بكل شؤون العمل ذات الصلة بمهنته، إذ عادة ما يكون صاحب المشروع الحرفي هو نفسه المسير والقائم بكل الوظائف الأساسية له فهو الممول والمنتج والبائع والمسوق لمنتجاته<sup>2</sup>، ومن جهة أخرى يشكل عمل الحرفي بشكل فردي وخوفه من إطلاع نظرائه الحرفيين على كيفية عمله أو تصاميمه أو الأسواق التي يوجه إليها منتجاته، عقبة تحد من تطوره وإنتهازه للفرص التي لا يستطيع تلبيتها بمفرده وبالتالي استحالة الخروج من موقف التبعية إتحاء إعانة الدولة، فضلا عن أن نظامه الإنتاجي الذي لا يعتمد على تعيين المهام، أي على عدم تخصص العاملين الذين يساهمون جميعا في النشاط شرط معرفتهم بمختلف مراحل عملية الإنتاج، يمكن أن يؤدي إلى غياب نظرة إستراتيجية للمؤسسة وإن وجد ذلك يكون تخطيط على مستوى أيام أو بضعة أسابيع، فلا وجود لتعليمات أو أنظمة رسمية تتناول القضايا المهمة في علاقات العمل.

❖ **انخفاض تكلفة الفرصة البديلة لليد العاملة:** أي أن النسبة بين رأس المال والعمالة متدنية وهكذا يمكن بأقل قدر من الإستثمارات نسبيا خلق المزيد من فرص العمل، ما يجعل من قطاع الصناعة التقليدية والحرف محورا رئيسيا لأية إستراتيجية مفتوحة لتوفير مناصب شغل إنطلاقا من كونه مكثفا للعمالة وغير كثيف لرأس المال وهذا ما يتماشى مع معظم الدول التي تعاني من مشكلة البطالة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> البرنوطي نائف سعاد، إدارة الأعمال الصغيرة أبعاد الريادة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع ، الأردن، 2005 ، ص 79 .

<sup>2</sup> LABRUFFE Alain, artisanat et développement des ressources humains , 6eme rencontres de l'artisanat , 5 mars 2008, alger, 2008, p.1

<sup>3</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

❖ **صعوبة الحصول على التمويل المناسب بالشروط الملائمة:** وهذا يؤدي إلى ارتفاع تكلفة التمويل وبما لا يتناسب مع طاقة وقدرة تلك المنشآت التقليدية وهذا يمثل عائق امامها لزيادة الإنتاجية وجودتها وإدخال اساليب جديدة أو الإستعانة بالعمالة المدربة ومن تم ارتفاع السعر للمنتج نتيجة الأعباء الإدارية و تكلفتها مما يجعل المستهلك يتحول عنها للسلع المستوردة الأقل سعرا.<sup>1</sup>

❖ **البعد الثقافي، الحضاري، الإجتماعي الأصيل للمنتج التقليدي:** تعد هاته الصفة السمة التي يحرزها المنتج التقليدي دون منافس فهو :

- ذو بعد ثقافي لأنه يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد والذي يعد وليد البيئة التي ينشأ فيها ويعتبر إنعكاسا للواقع، إذ يرتبط بالسمات النوعية لحياة الشعوب ونظامها وتقاليدها وشخصيات أفرادها، ويعبر عن هويتها وبصماتها كما أنه متوارث عبر الأجيال المتعاقبة.<sup>2</sup>

- ذو بعد حضاري لأن المنتج التقليدي يتضمن مختلف أنماط الإبداع التلقائي للشعوب والجماعات سواء كانت بدائية أو متحضرة، فهو يشتمل على كل ما تم أو يتم إنجازه في الأوساط الإجتماعية بما تحويه من معتقدات وعادات وتقاليد التي تبرز سلوكا إجتماعيا ما أو ممارسة جماعية معينة، وما يصحب ذلك من محسوسات معنوية أو ملموسات مادية تجمع بين البساطة والتلقائية اللتان تميزان شعب معين، لذا نجد المنتج التقليدي يعتمد على شكل وألوان وذوق سكانه الأوائل من رموز للحيوانات والطبيعة وأشكال هندسية مختلفة فتستعمل مواد وألوان طبيعية تظهر في العديد من المنتجات كالزرايبي والصناعات الفخارية والنقش على الجبس وغيرها.<sup>3</sup>

- واجتماعي لأنه يعد مصدرا للاسترزاق والاستقرار الاجتماعي.

### ❖ **صعوبة مطابقة المنتجات الحرفية لمقاييس الجودة والنوعية:**

نعني بمطابقة المنتج الحرفي لمواصفات الجودة مدى إستيفائه لمتطلبات معينة متعلقة بمختلف أبعاد المنتج من شكل، مواد مستعملة، تعبئة وغيرها، تجعل من وحداته متجانسة ويحصل على إثرها المنتج التقليدي على شهادة مطابقة تضمن جودته وتساعد الحرفي على الحفاظ على سمعة منتوجه وتحميه من التقليد والسرقة وتسهل دخوله إلى الأسواق الدولية، هذا النوع من المصادقة معروف دوليا بسلسلة مقاييس ISO 9000 التي إنتهجتها معظم الدول المتقدمة كوسيلة للدخول للأسواق الدولية.<sup>4</sup>

وبما أن المنتج التقليدي مركب من ثلاثة مركبات أساسية : مواد أولية، رموز وتقنية عمل فإن تفاعل هذه المركبات هو الذي يصنع المنتج التقليدي الأصيل العاكس للهوية والتراث، غير أن سعي الحرفي نحو تطبيق مفهوم الجودة والنوعية كوسيلة لإشباع المتطلبات المرتبطة بأذواق المستهلكين وبيئاتهم ومستوياتهم

<sup>1</sup> يسرى دعبس، التنمية السياحية المتواصلة، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص 462

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 13

<sup>3</sup> شيبان آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 112

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 113

المعيشية وثقافتهم والتي تعد كلها عوامل غير متحكم فيها قد يفقد المنتج أصالته خاصة كلما زادت القيمة الفنية للمنتج الحرفي، وذلك أن اللمسات الفنية المميزة لهذا المنتج (خطوط، أشكال، ألوان، رموز فضلا عن أسلوب الصنع الدقيق) يصعب مطابقتها لإرتباطها بأحاسيس وأفكار الحرفي بينما المنتج التقليدي ذو الطابع الإستعمالي تمكن مطابقتة. وهكذا فالمطابقة يجب أن تتعلق بالخواص التقنية للمنتج التقليدي فقط لا خصائصه الفنية التي تحفظ له أصالته وارتباطه بالتاريخ.

### ❖ إرتفاع صافي الدخل من العملة الصعبة في هذا القطاع بالمقارنة بصناعات أخرى:

تعد القيمة المضافة لمنتجات الصناعة التقليدية أعلى مقارنة بمنتجات صناعات أخرى وهذا راجع لكون عملية صناعة المنتج التقليدي تتطلب مواد أولية محلية ووسائل عمل تكلفتها منخفضة جدا إلى جانب عمالة منخفضة الأجر، ما يؤدي إلى تكلفة إستهلاكات وسيطية منخفضة، فإذا كان صافي الدخل من العملة الأجنبية هو الفرق بين صادرات وواردات القطاع وكانت واردات القطاع منعدمة تكون النتيجة مدخول من العملة الصعبة أكبر من القطاعات الأخرى.<sup>1</sup>

### ❖ إنتشارها في المناطق الريفية وشبه الريفية:

غالبا ما تنتشر حرف الصناعة التقليدية في الأوساط الريفية والمدن الصغرى في حين تتركز الصناعات الأكبر في المناطق الحضرية، ويعود ذلك لكون الصناعة التقليدية تستمد عراقتها وأصالتها من ذلك المحيط، فالمنتج التقليدي عادة ما يعبر على قيم وإنشغالات جد مرتبطة بماضي وبأصالة أهالي الريف العريقة، زيادة على ذلك تعد الصناعة التقليدية وسيلة مهمة لتغطية الإحتياجات اليومية في هاته المناطق.<sup>2</sup> وبذلك وإنطلاقا مما سبق، فإن الإنتباه لهذه الخصائص من شأنه أن يحفز نحو السعي وراء الطرق المؤدية نحو إستغلال نقاط القوة ورفع الجوانب التي تمثل نقاط ضعف.

## II.3.2. تسويق الصناعات التقليدية والحرف

تواجه المشروعات الحرفية تحديات المنافسة والعولمة لذا فقد أصبح لزاما أن تقوم صناعة منتجات الصناعات التقليدية بتطوير أنشطتها التسويقية من أجل مواجهة المنافسة الشديدة والتطورات المتلاحقة في متطلبات السياح، ومن أجل ذلك فهذه المشروعات تسعى إلى إتباع أنجع السبل لتسويق منتجاتها الحرفية من خلال ما يلي:

### ❖ تطوير التصميمات في ضوء التكنولوجيا الملائمة: يعد التطور في التصميم من أهم متطلبات التسويق

لأنه يتضمن عنصر الإبتكار والتجديد والذي أصبح يمثل الميزة التنافسية لأي منتج خاصة الحرفية

<sup>1</sup> ASQUIN Alain, la performance globale comme Intention stratigique pratique pour le développement d'une activité artisanale, les TPE artisanales en devenir, Montpellier, 2005, p.12

<sup>2</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص.16

وتظهر الحاجة إلى تطوير تصميمات هذه المنتجات لأسباب التالية:<sup>1</sup>

- إغراق سوق منتجات الصناعات التقليدية بمنتجات نمطية بأسلوب الإنتاج الكبير والتي تفتقد الأصالة برغم انخفاض تكلفة إنتاجها، مما يؤدي إلى تهميش القطع الأصلية و الحرفيين المهرة، فضلا عن كساد المنتجات المحلية نظرا لدخول المنتجات المستوردة الرخيصة نسبيا.
- ظهور شرائح سوقية جديدة من السياح مثل: سائحي الاهتمامات الخاصة بالثقافة من المهتمين بالحرف وغيرها من عناصر الثقافة المختلفة، والذين يطلبون منتجات حرفية ذات مواصفات خاصة و يتطلب التطوير في التصميم البحث عن التكنولوجيا الملائمة والتي تتضمن كلا من :

○ تحسين جودة الإنتاج مع خفض التكلفة

○ عدم انخفاض العمالة أو الإستغناء عن المهارة اليدوية

❖ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الأداء التسويقي لمشروعات الصناعات

التقليدية: يمكن لصناعات التقليدية تطوير أدائها التسويقي من خلال مايلي:<sup>2</sup>

- انخفاض تكلفة التسويق باستخدام الأنترنت فيما يتعلق بتوزيع المنتجات إذا ما قورنت بتكلفة الاعتماد على التوزيع المباشر والوسطاء بما يسهم في زيادة هامش أرباح الحرفيين خاصة في المواقع التي يقوم فيها الحرفيون بعرض منتجاتهم بشكل جماعي مما يعني أيضا أن عملية الشحن تتم بصورة جماعية مما يقلل من تكلفة المنتجات، وبالتالي خفض سعر السلعة النهائي.

- هناك بعض الخدمات المساندة التي تقوم بها بعض المواقع التي تعطي دروسا للحرفيين في إدارة الأعمال حول التغليف الشحن وحقوق الملكية الفكرية وحرية التجارة وغيرها من الموضوعات التي تمكن الحرفيين من النفاذ إلى الأسواق الدولية .

❖ دور المعارض والمهرجانات والأسواق الدولية في تسويق المنتجات الحرفية :

- تعد المعارض و المهرجانات والأسواق الدولية أداة فعالة من أدوات تسويق المنتجات الحرفية إذ كلما تعددت احتمالات زيادة المبيعات أكبر، وتعد هذه المناسبات فرصة يتم من خلالها فتح أسواق جديدة، وإبرام كثير من التعاقدات الخاصة بالتصدير من خلال الإعلان عن هذه المنتجات، والإتصال ببائعي الجملة خاصة وأن هذه المهرجانات غالبا ما اشترط أن تكون كافة القطع المقدمة أصلية تتسم بالابتكار والتصميم المميز.<sup>3</sup>
- ❖ استخدام المتاحف كوسيلة لتسويق المنتجات الحرفية :تستطيع المتاحف أن تؤدي وظائف عديدة لتسويق المنتجات الحرفية، إذ لم يعد دورها يقتصر فقط على تقديم معروضات أثرية بل تستطيع مساعدة

<sup>1</sup> سمية زايو، مساهمة الصناعات التقليدية في التنمية السياحية: دراسة حالة ( مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياحة، غير منشورة )

،جامعة جيجل، 2011 - 2012، ص 43

<sup>2</sup> نهى إبراهيم خليل إبراهيم، الصناعات التقليدية و دورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مؤسسة شباب الجامعة، 2009، ص 195

<sup>3</sup> سارة بوزناد، دور السياحة في ترقية الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر \*دراسة حالة \* ( مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياحة

غير منشورة ) ،جامعة جيجل، 2010-2011، ص 43



الصناعات الحرفية بالتسويق والإعلان عن منتجاتها الأصلية بالإضافة إلى المحافظة على اصالة الصورة الذهنية لها باعتبارها في الأصل أحد عناصر الثقافة المادية الخاصة بالدولة السياحية.<sup>1</sup>

### ■ العوامل المؤثرة على مجال تسويق الصناعات التقليدية:

يتأثر مجال التسويق بالعوامل التالية :

- **الدعاية والإعلان:** لها تأثير هام ومباشر على تسويق المنتجات التقليدية بالأسواق الداخلية والخارجية والترويج لها والتعريف بها .

- **المعارض:** إقامة المعارض الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية له أثر كبير للاطلاع على مثل هذه المنتجات والرقى بها، وإبراز الإبداعات والمهارات الوطنية لأنها تفتح لها أسواق خارجية.<sup>2</sup>

- **قنوات التوزيع:** وضع برنامج ذو كفاءة عالية لتسويق المنتجات من الصناعات المرتبطة بالعبادات والتقاليد بأيسر الوسائل، لأن تعدد قنوات التوزيع وتنوعها يعني تسويق أكبر قدر ممكن من المنتجات، وزيادة الإنتاج وتنوعه مع الحرص على رفع القدرة الإبداعية لدى الحرفي، نتيجة لدخول المنافسين يتمتعون بدرجة مهارة وإبداع عالين.<sup>3</sup>

- **الترويج:** تمثل سياسة الترويج في مجال الصناعات التقليدية أمرا هاما، حيث أنها الوسيلة الوحيدة التي تساهم في تسويق منتجات كبيرة، سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات أو الدول.<sup>4</sup>

### II.1.4. التحديات التي تواجه الصناعات التقليدية والحرف وطرق مواجهتها

#### أ.التحديات التي تواجه الصناعات التقليدية والحرف

رغم الأهمية الاقتصادية للصناعة التقليدية، وقدرتها على تحقيق التنمية الوطنية والمحلية، إلا أن هذا القطاع في الجزائر يواجه عراقيل كثيرة تحول دون تطوره، وبالتالي الأداء الأمثل لمهامه الاقتصادية، نوجزها فيما يلي:

❖ **ظروف العمل غير المناسبة:** تمارس معظم نشاطات الصناعة التقليدية والحرف في محلات مهنية غير لائقة نظرا لقدمها، وأعدم تهيئتها، وكذا عدم توفرها على أدنى شروط الأمن والنظافة، ما يحول دون ممارسة نشاط منظم ومطور، بالإضافة إلى هذا، يلجأ الحرفيون إلى استعمال تجهيزات وعتاد وأدوات غير مناسبة لنوعية النشاط أو مهترئة، ما يترتب عنه إساءة إلى نوعية المنتج.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> سمية زيايو، مرجع سبق ذكره، ص 45

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 46

<sup>3</sup> سارة بوزناد، مرجع سبق ذكره، ص 44

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 46

<sup>5</sup> صديقي شفيقة، مرجع سبق ذكره، ص 65

❖ إشكالية التسويق لمنتجات الصناعة التقليدية: تصطدم المنتجات التقليدية بمشكل اقتطاع سوق وإيجاد مستهلكين لها على مستوى الحدود الجغرافية الوطنية بسبب ما يلي<sup>1</sup>:

- عدم تمكنهم من الحصول على محلات تجارية على مستوى الجماعات المحلية، التي تفضل أن تمنحها للتجار بغرض الحصول على مداخيل مرتفعة، متجاهلين بذلك قدرة هذه المحلات في تحقيق التنمية المحلية على المدى المتوسط والطويل، فهي تستعمل لإنتاج القيمة المضافة وليس لتبادلها.

- عدم إشراك الحرفيين في المناقصات، خاصة تلك المتعلقة بالبناء والعمران، بغرض استعمال طابع معماري يبين أصالة كل منطقة وحضارتها وعراقتها، مما يعطيها جانبا من التفرد والإمтиاز بشكل يشجع السياحة ويزيد من مواردها، وفي نفس الوقت ينقص من تكاليف البناء ويعمل على استغلال المواد الأولية المحلية من خلال إعادة الاعتبار لعدد من الحرف الخاصة بصناعة المواد الأولية المحلية.

❖ عدم تنافسية منتجات الصناعة التقليدية الجزائرية: وهذا راجع لعدة أسباب منها:

➤ **السعر**: يعكس الحرفي كل تكاليف الإنتاج المتعلقة خاصة بالمواد الأولية المستوردة، بأثمان عالية ونوعية تتأرجح بين الرفيعة والرديئة، خاصة بعد تذبذب التنظيم الخاص بالتمويل على المستويين المحلي والخارجي، الناتج عن غياب شبكة التوزيع إلى تكاليف أخرى كالضرائب والإيجار، مما جعل أسعار منتجات القطاع مرتفعة ونوعيتها منخفضة، إذا ما قورنت بنظيراتها في الأسواق العالمية، ما يجعلها غير قادرة على مواجهة المنافسة.<sup>2</sup>

➤ **الجودة والنوعية**: عادة ما يسعى الحرفي للتكيف مع الأسواق التي تتغير بتغير أذواق المستهلكين وبيئتهم ومستواهم المعيشي وثقافتهم، هذا ما يجعل بعضهم يصنع المنتج التقليدي على هذا الأساس، وعادة يقضي بذلك على أصالة المنتج وعراقة عبر التاريخ، وتصبح بذلك هذه المنتجات تستجيب لمعايير مختلف الأسواق.<sup>3</sup>

➤ كما أن استعمال مواد أولية غير ملائمة أو ذات نوعية رديئة من طرف الحرفيين، تجعل منتجاتهم ذات نوعية سيئة، بالإضافة إلى كل هذا، فعدم توفر القطاع على مراكز التكوين المهني والهياكل ذات التكوين الممتاز، وغياب التكوين في بعض الأنشطة الحرفية، جعل بعض الحرفيين يقومون بعمل غير متقن.

➤ انفصال النشاط التقليدي عن بقية قطاعات النشاط كالصناعة، البناء، وحتى الزراعة جعله يفقد خاصية تنموية هامة، هي الترابط بين مختلف القطاعات والاندماج فيما بين الفروع وعدم الاستفادة من الآثار الإيجابية التي تفرزها القطاعات بعضها لبعض<sup>4</sup>

<sup>1</sup> شيبان آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 111

<sup>2</sup> بن زعرور شكري، إشكالية التسويق في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، تقرير الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، ديسمبر 2007، ص 06

<sup>3</sup> بن زعرور شكري، إشكالية تصدير المنتج التقليدي نظرة كلية، مجلة الحرفي، الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف، الجزائر، العدد 3، السنة

2004، ص 1

<sup>4</sup> سعدون بوكابوس، مرجع سبق ذكره، ص 231

- ب- طرق مواجهة هذه التحديات: وتتمثل أهم الطرق لمواجهة هذه التحديات فيما يلي<sup>1</sup>:
- ❖ ضرورة وجود جهة أو جهاز مسؤول عن الصناعات التقليدية وتقديم الدعم لمجموعة من المشروعات المتكاملة في موقع واحد أو إقامة مجتمعات صناعة متكاملة تقوم بإنتاج السلع الوسيطة المغذية للمشروعات الكبرى.
  - ❖ توفير التمويل اللازم لتلك الصناعات مع تقليل أعباء خدمة الدين.
  - ❖ تطوير الإدارة الخاصة بالصناعات التقليدية والصناعات الصغيرة و العمل على خلق الخبرات في الصناعات ذات المنتج المماثل.
  - ❖ تسهيل إجراءات التراخيص وتبسيطها.
  - ❖ تسهيل إجراءات التصدير للخارج خصوصا وأن هذه المنتجات الحرفية يزداد طلب الدول عليها وبالتالي تشكل جزء هام من المنتجات المصدرة .
  - ❖ عمل دورات تدريبية لمسؤولي التسويق بهذه الصناعة .
  - ❖ إيجاد صيغة للتعاون بين المشروعات الصناعية الكبرى وتلك الصناعات التقليدية في سبيل تقديم السلع المغذية لتقدم المشروعات الكبرى على أن تقوم الأخرى بتقديم الدعم المادي و الفني والتكنولوجي لصناعات التقليدية أو الصناعات الصغيرة .
  - ❖ التوسع في نظام التدريب المهني لرفع كفاءة العاملين في تلك الصناعات أو تدريب قوي عاملة جديدة و محاولة تدريب بعض العاملين في أنشطة أخرى لتلك الصناعات خصوصا الشباب.
  - ❖ لا بد من وجود مراكز رسمية علمية وبحثية تقدم المشورة والإرشاد للصناعات التقليدية وغيرها بالطرق العلمية واستخدام التقنيات المتقدمة وتقديم نماذج مماثلة لهذه المشروعات في الخارج وكيفية إدارتها وتدريب العاملين .

<sup>1</sup> نهى إبراهيم خليل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 465

## II.2. واقع قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر

### II.2.1. سياسة دعم قطاع الصناعات التقليدية والحرف المعتمدة في الجزائر

اتجهت الجهود في السنوات الأخيرة إلى التركيز على توفير مختلف أشكال الدعم والشروط التي من شأنها أن تساعد على الحفاظ على النسيج الصناعي القاعدي المشكل أساسا من المؤسسات المصغرة ذات الطابع الحرفي، ومن ثم توفير الظروف المواتية للنهوض بالقطاع، ولهذا فقد تم العمل على تحفيز الاستثمارات في قطاع الصناعة التقليدية والحرف من خلال تحسين المناخ الاستثماري فيه، خصص له مجموعة من الآليات والبرامج والتدابير التي من شأنها المساعدة في تحقيق ذلك، والتي نشير إليها في هذا التسلسل.

#### أ. هيئات الدعم المالي و القرض

تتشارك الآليات التي نحن بصدد ذكرها بكونها هيئات مسؤولة عن تقديم الدعم والإستشارة وترافق الشباب ذوي المشاريع في إطار إنجاز وتطبيق وكذا متابعة مشاريعهم الإستثمارية، وتضع تحت تصرفهم كافة المعلومات ذات الطابع الإقتصادي والتقني والتشريعي والتنظيمي والمتعلقة بممارسة أنشطتهم وترافقهم في الحصول على القرض البنكي.

#### ❖ الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT)

تم إنشاؤه بموجب المادة 184 من قانون المالية لسنة 1992، وحددت طريقة عمله وموارده في المرسوم التنفيذي رقم 06-93 المؤرخ في 2 جانفي 1993<sup>1</sup>، ويقوم الصندوق بمنح الدعم المالي للأنشطة والعمليات المرتبطة بالأنشطة الخاصة بترقية نشاطات الصناعة التقليدية بشكل حصري، ويستفيد منه كل من الحرفيين الفرديين، التعاونيات ومقاولات الصناعة التقليدية والحرف وكذا الجمعيات النشطة في المجال المذكور حيث يقوم هذا الصندوق بتغطية المصاريف التالية<sup>2</sup>:

-تمويل جزئي للتجهيزات والأدوات المستخدمة في النشاط للمستثمرين في الأنشطة الحرفية؛

-تقديم دعم خاص للحرفيين القاطنين بالريف من خلال تمويل نشاطات دعم وتطوير وترقية نشاطات الصناعة التقليدية الممارسة في الوسط الحضري أو المناطق الريفية التي يبادر بها المتعاملون والجمعيات ومؤسسات الدعم التابعة لقطاع الصناعة التقليدية؛

يتم تحديد مبلغ الدعم على حسب النشاط المصرح به وتقديرا من طرف لجنة دراسة الملفات بهذا الجهاز، وحسب إحصائيات دراسية للأنشطة الحرفية المنشأة بدعم من هيئة الدعم، قام الصندوق الوطني لترقية

<sup>1</sup> مرسوم تنفيذي رقم 06-93 المؤرخ في 02 جانفي 1993، الجريدة الرسمية، العدد 06، 02 جانفي 1993، ص 11

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 08-301 المؤرخ في 24/09/2008 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 93-06 المؤرخ في 02/01/1993، الجريدة الرسمية العدد 56، 28 سبتمبر 2008، ص 05.

نشاطات الصناعة التقليدية بدعم 1589 مشروع حرفي ممارس لإحدى أنشطة الصناعة التقليدية والفنية حسب إحصائيات سنة 2008.<sup>1</sup>

#### ❖ الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM)

تم إنشاؤها بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04-13 المؤرخ في 22 جانفي 2004 المتعلق بجهاز القرض المصغر وقد تم تحديد قانونها الأساسي ومهامها وكذا كفاءات تنظيمها وتمويلها وعملها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-14، وهي عبارة عن هيئة ذات طابع خاص وتتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلال المالي تابعة لوزارة التضامن الوطني<sup>2</sup>، وتقوم الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بتقديم قروض مصغرة لأصحاب المبادرات الفردية الذين هم قادرون على خلق مناصب عمل ذاتي ودائم وكذا للفئات بدون دخل والتي لها مداخيل غير ثابتة أو غير منتظمة أو للنساء الماكثات بالبيت أو البطالين بشكليين<sup>3</sup>:

- قرض بنكي مكمل بسلفة بدون فائدة : للذين تنقصهم الوسائل المالية لمشاريعهم والتي تتراوح كلفتها ما بين 50.000 دج و 400.000 دج، وتستخدم لإقتناء العتاد والمواد الأولية ضرورية لإنشاء نشاطهم بحيث يمنح القرض البنكي لمدة قدرها من 12 شهر إلى 60 شهرا؛

سلفة بدون فائدة ممنوحة من طرف الوكالة : للذين لديهم عتاد ولكن تنقصهم المادة الأولية، حيث تقدر قيمة السلفة 90% من التكلفة الإجمالية للمشروع وتمنح لهم خصيصا لشراء هذه المواد للمشاريع التي لا تتعدى تكلفتها 30.000 دج؛

#### ❖ الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ( ANSEJ )

أنشئت بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-234 المؤرخ في 02 جويلية 1996 والمتعلق بدعم تشغيل الشباب في حين تضمن المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 مختلف القوانين التي تنظم إطار عمل الوكالة<sup>4</sup>، وهي هيئة ذات طابع عمومي تعمل تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي، وقد أسست الوكالة خصيصا بهدف مرافقة الشباب البطال وذوي المؤهلات المهنية أو شهادة معترف بها لإنشاء وتوسيع مؤسسات مصغرة، لذا يمكن الشباب المستثمر في نشاط حرفي والمستفيد من إعانة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب الإستفادة من إعانات مالية وإمميزات جبائية لدعم إنشاء مشروع استثماري على مرحلتين:

<sup>1</sup> المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08/09/1996، الجريدة الرسمية العدد 52، الجزائر 11 سبتمبر 1996، ص 12

<sup>2</sup> المرسوم الرئاسي رقم 08-10 المؤرخ في 27/01/2008 المعدل للمرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22/01/2004، الجريدة الرسمية، العدد 30، 05 جانفي 2008، ص 4

<sup>3</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 36

<sup>4</sup> المرسوم التنفيذي، رقم 96-296 المؤرخ في 08/09/1996، الجريدة الرسمية، العدد 52، الجزائر، 11 سبتمبر 1996، ص 12

## المرحلة الأولى: في مرحلة الإنجاز<sup>1</sup>

### 1. الإعانات المالية:

- تقديم قروض بدون فائدة : وهي قروض تمنحها الوكالة على المدى الطويل؛  
- التخفيض من نسبة الفائدة على القرض البنكي : ففي إطار التمويل الثلاثي، تدفع الوكالة جزء من الفوائد على القروض البنكية بحيث يتباين مستوى التخفيض حسب طبيعة وموقع النشاط؛

### 2. الإمتيازات الجبائية:

- الإعفاء من tva للحصول على معدات التجهيز والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار؛  
- تخفيض 05% من الحقوق الجمركية على معدات التجهيز المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار؛

- الإعفاء من حقوق تحويل الملكية في الحصول على العقارات المخصصة لممارسة النشاط؛  
- الإعفاء من حقوق التسجيل على العقود المنشئة للمؤسسة الحرفية؛

### المرحلة الثانية في مرحلة الإستغلال<sup>2</sup>.

وتشمل الإمتيازات الجبائية الممنوحة للمؤسسة المصغرة لمدة ثلاثة سنوات بداية من إنطلاق النشاط أو ستة سنوات بالنسبة للمناطق الخاصة وتتمثل في الإعفاء من الرسم العقاري على البنايات والمنشآت الإضافية المخصصة لنشاطات المؤسسات المصغرة .

وتعتبر الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب هيئة الدعم الأكثر طلبا لدعم مشاريع الصناعة التقليدية والحرف من طرف الحرفيين، فقد تم تسجيل 7031 مشروع حرفي تم إنشاؤه بالإستفادة من هذه الهيئة سنة 2008 ، أي ما يمثل نسبة من مجموع المشاريع التي أنشئت بدعم من الهيئة في تلك السنة.

### ب. تكوين وتأهيل الموارد البشرية

أصبحت مصطلحات التكوين والتأهيل وتنمية المهارات مرادفا للإستثمار في رأس المال البشري بإعتباره أساس أي عملية تنموية، وتظهر أهمية مرافقة العنصر البشري عند محاولة الإستجابة للمستجدات الحاصلة، وإنتباها لهاته الأمور قامت الدولة بتبني مجموعة من البرامج التكوينية والتأهيلية تسعى من جهة نحو تأهيل إطارات القطاع ومن جهة أخرى نحو ترقية الحرفي وتطوير مؤهلاته<sup>3</sup>.

### ❖ برنامج (أنشى و حسن تسيير مؤسستك) لدعم روح المقاول

وهو برنامج تكويني خاص يدعم إنشاء وتسيير المؤسسات المصغرة، وضع من طرف المنظمة الدولية للعمل ويقدم منهجية متكاملة في التكوين ووسائل مستعملة بنجاح على المستوى العالمي، موجهة لمنشئي ومسيري المؤسسات الصغيرة، ويهدف إلى دعم ومساندة هياكل ترقية هذا النوع من المؤسسات، وكذا نحو

<sup>1</sup> سعدون بوكابوس، مرجع سبق ذكره، ص 240

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 240

<sup>3</sup> بن زعرور شكري، تطور قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر 1962 - 2009، ص 93

التحسين المستمر لسيرورة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية من خلال تكوين حاملي المشاريع أو مسيري المؤسسات عبر ثلاثة مراحل:<sup>1</sup>

- إختيار الفكرة المناسبة لإنشاء المؤسسة؛

- إنشاء المؤسسة؛

- التسيير الأحسن للمؤسسة؛

وقد تبنت الجزائر هذا البرنامج في سبتمبر 2004 من خلال عقد مبني بين المكتب الدولي للعمل ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الصناعة التقليدية كحل لدعم روح المقاولة لدى الحرفي والتحكم الجيد في آليات التسيير أمام بيئة سريعة التغيير، من خلال تمكينه من أسلوب دراسة السوق وإنتهاز الفرص وكذا تسيير الزبون والتحكم في السعر والإنتاجية وغيرها<sup>2</sup>.

ويؤسس هذا الإتفاق على تكوين مكونين ومرافقين إقتصاديين على مستوى مختلف هياكل دعم قطاع الصناعة التقليدية وباقي هيئات دعم إنشاء المؤسسات وتشغيل الشباب، وقد تم في سبيل ذلك تكوين 74 مكون ومرافق على هذا البرنامج سنة 2009، 46 منهم مكونين على مستوى الهيئات المشرفة على القطاع .

### ❖ برنامج (NUCLEUS) لدعم تآزر الحرفيين.

جاء هذا البرنامج في إطار التعاون الجزائري الألماني GTZ بين وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية والوكالة الألمانية للتعاون التقني. فكرة البرنامج مستوحاة من تجربة ناجحة قامت بها الوكالة الألمانية بالبرازيل سنة 1990 ، ويعرف على أنه مركز إتصال بين مقاولين حرفيين يعملون في نفس الحرفة أو ضمن حرف مختلفة داخل غرفة أو جمعية، بحيث يجتمعون لتبادل الخبرات والتفكير معا في المشاكل المشتركة بينهم وهذا برئاسة وتنظيم ومرافقة من طرف مستشار نوكلس الذي يكلف من طرف الغرفة<sup>3</sup>.

والنوكلس هو عبارة عن نواة إتصال تسمح بتبادل الخبرات والأفكار بين الأعضاء ويسمح بتحديد هيكله وتنظيم الطلب على الخدمات من الأسفل إلى القمة، وتحسين آداءات غرف الصناعة التقليدية وكذا الربط الشبكي بين هاته الأخيرة وباقي المرافق والمؤسسات العمومية والخاصة؛ كما له أهداف جمة يجنيها الحرفيون المنخرطون فيه والمتمثلة في إعانة الأعضاء على إنشاء، تطوير، تعليم وتكوين، تحديث ورقي مؤسساتهم ، ويتمثل الحجم الأمثل للنواة الواحدة بين 12-30 مقاول<sup>4</sup>.

وقد تم تبني هذه المقاربة في أواخر سنة 2007 و طبق على مستوى 10 غرف بولايات : الجزائر العاصمة، بجاية، البليدة، جيجل، مستغانم، وهران، سطيف، تيبازة، تيزي وزو، وتلمسان .

<sup>1</sup> التكوين في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، مجلة دليل الحرفي، العدد 04 الجزائر، 2007، ص05

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 06

<sup>3</sup> نوكلس، مجلة دليل الحرفي، العدد 05، الجزائر، 2007، ص 02

<sup>4</sup> المرجع السابق، ص 04

❖ تنظيم مسابقات وإستحداث الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية بهدف تشجيع روح الإبداع والإبتكار لدى الحرفي:

تم إستحداث مسابقات مفتوحة على النشاطات الحرفية بموجب المرسوم 96-01<sup>1</sup>، كما تم إستحداث الجائزة الوطنية لصناعات التقليدية بموجب المرسوم التنفيذي 97 - 273 المؤرخ سنة 1997 لمكافأة أحسن الأعمال المنجزة من طرف حرفيين أو مقاولات حرفية في مجال الصناعات التقليدية الفنية، هذه الجوائز هي عبارة عن ميداليات ولوحات شرف وكذا مكافأة مالية تقدم لأحسن منتج حرفي تقليدي وفني .

### ج. الدعم المقدم في مجال التسويق والتصدير

يشكل تسويق المنتجات الحرفية العائق الأساسي لتنمية القطاع، لاسيما بالنسبة لمنتجات الصناعة التقليدية والفنية، لذلك تم إتخاذ مجموعة من التدابير وكذا وضع مخططات سنوية عديدة للترويج تهدف إلى تسهيل موقعها في الأسواق الوطنية والدولية، ويتعلق الأمر ب:

❖ **الدعم المقدم من طرف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية:** حيث تستفيد نشاطات الصناعة التقليدية والفنية في إطار هذا الصندوق من<sup>2</sup>:

-تقديم مساعدات على التصدير في شكل أعمال تسويقية ودعم إعلامي؛

-جزء من التكاليف المرتبطة بمشاركة الحرفيين في الصالونات والمعارض في داخل وخارج الوطن؛

### ❖ إنشاء الصندوق الوطني لترقية الصادرات (FSPE) :

تم إنشاؤه بمقتضى قانون المالية لسنة 1996 ونفذ بالمرسوم التنفيذي رقم 96-205 المؤرخ في 05 جوان 1996<sup>3</sup>، وهو صندوق مخصص للدعم المالي لعمليات وأنشطة ترقية الصادرات خارج المحروقات، إذ يقوم هذا الصندوق بتقديم مساعدات تغطي العمليات الآتية<sup>4</sup>:

- الأعباء المتعلقة بدراسة الأسواق الخارجية وإعلام المصدرين ودراسة كفاءات تحسين نوعية المنتجات والخدمات الموجهة للتصدير؛

-مصاريف المشاركة في الأسواق والمعارض والصالونات المتخصصة المقامة في الخارج بحيث يغطي تكاليف كراء الأجنحة ومساحات العرض، تكاليف عبور ومناولة العينات الموجهة للعرض، بالإضافة إلى تكاليف الإشهار والتسويق الناتجة عن المشاركة في الأسواق والمعارض والصالونات المتخصصة بالخارج؛

- جزء من التكاليف التي يتحملها المصدرون والمتعلقة باستكشاف الأسواق الخارجية؛

- تكاليف العبور والنقل الدولي للمنتجات الموجهة للتصدير؛

- تمويل التكاليف المرتبطة بتكثيف المنتجات مع الأسواق الخارجية.

<sup>1</sup> الأمر 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996، مرجع سبق ذكره، ص 10

<sup>2</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 45

<sup>3</sup> المرسوم التنفيذي رقم 96 - 205 المؤرخ في 05 جوان 1996، الجريدة الرسمية، العدد 35 الصادرة في 9 جوان 1996، ص 05

<sup>4</sup> قرار وزاري مشترك المؤرخ في 01/06/2002، الجريدة الرسمية، العدد 50، 21 جويلية 2002، ص.ص 14-15



❖ دعم في مجال الترويج:

حيث يمكن للحرفيين الذين يواجهون مشاكل في التعريف بمنتجاتهم وأعمالهم الفنية المشاركة إما في التظاهرات الوطنية أو الدولية التي تقام كل سنة، أو طلب الإستفادة من أروقة العرض المتواجدة على مستوى مؤسسات دعم القطاع بمختلف جهات الوطن<sup>1</sup>.

**1. التظاهرات الوطنية لقطاع الصناعة التقليدية والحرف :** ينظم القطاع ويؤطر جملة من التظاهرات الترقية على المستوى المحلي، الجهوي، الوطني والدولي قصد التعريف بمنتجات الحرفيين وتسويقها، ويتعلق الأمر ب:

-الإحتفال باليوم الوطني للصناعة التقليدية : والذي أعلن عنه منذ سنة 2007، وحدد يوم 9 نوفمبر كيوم للإحتفال بذلك سنويا، ويتم خلاله أيضا تقديم الجائزة الوطنية للصناعة التقليدية، ويهدف الإحتفال بهذا اليوم إلى إبراز الدور الإقتصادي والإجتماعي والثقافي لقطاع الصناعة التقليدية والحرف في حياتنا وكذا إعادة الإعتبار للحرف المهددة بالزوال، كما يعتبر فرصة لترويج وبيع منتجات الحرفيين؛

-تنظيم الصالونات المحلية والوطنية المتخصصة: كالصالون الوطني للنحاس بقسنطينة، الصالون الوطني للصناعة التقليدية الصحراوية بتمنراست، الصالون الوطني للزربية بغرداية، الصالون الوطني للترزيين البيتي بالعاصمة....إلخ؛

-تنظيم الصالون الوطني للحرف : الذي يعتبر حلقة وصل بين الحرفي ومحيطه (ممولين، زبائن، هيئات خاصة) بالإضافة إلى التوعية بمكانة القطاع في تنمية الإقتصاد الوطني؛

-التشجيع على تنظيم الإحتفالات بالأعياد المحلية : وما لها من دور في إعادة إحياء الحرف المهددة بالزوال والمحافظة على بعض المهن الممارسة ببعض المناطق المحلية، ومن بين الإحتفالات المحلية التي تقام ببلادنا نجد : الإحتفال بعيد الفخار بتيزي وزو، عيد الكسكس بميلة، عيد الحلفة بسعيدة وغيرها؛

-تنظيم أسابيع الصناعة التقليدية الجزائرية بالخارج : والتي تدخل في إطار إتفاقيات التعاون مع البلدان وعقد شراكات والبحث عن أسواق بها فضلا عن الإستفادة من تكوين المكونين مع البلدان التي تتوفر على نظام ناجح للتأطير والتنظيم والتنشيط للنشاطات الحرفية؛

-تنظيم الصالون الدولي للصناعة التقليدية : لدوره في خلق فرص التعارف بين محترفي الصناعة التقليدية إلى جانب تبادل الخبرات بين الحرفيين والأجانب، فضلا عن المشاركة في الصالونات الدولية المقامة بدول صديقة بهدف الترويج لمنتجات الحرفيين في الخارج؛

المشاركة في هاته التظاهرات تلزم كل حرفي أو مقاول أو تعاونية حرفية التقيد في سجلات الصناعة التقليدية والحرف لمنطقة مزاولة النشاط ودفع مصاريف المشاركة ومحرم إستمارة المشاركة.

<sup>1</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 43

## 2. أروقة عرض-بيع المنتجات الحرفية :

تحفيزا أو دعما للنشاطات الحرفية التقليدية، دعمت السلطات العمومية هياكل قطاع الصناعة التقليدية بمساحات ترويجية متواجدة بمختلف جهات الوطن على مستوى الغرف والوكالة الوطنية للصناعة التقليدية، عن طريق فتح أروقة عرض والتي من خلالها يوضع تحت تصرف الحرفي الذي لا يملك مكان لعرض وبيع منتجاته، أو أن ورشته واقعة في مكان لا يتيح له التعريف بأعماله، مساحة للترويج و البيع، وبهذا يمكن للحرفي الذي يمارس أحد أنشطة الصناعة التقليدية الفنية أن يقوم ب<sup>1</sup>:

-إيداع منتجاته على مستوى الأروقة ومن ثم يبيعهها؛

-بيع منتجاته للأروقة التي تقوم بإمتلاكها وتعيد بيعها؛

-تأجير جزء من مساحة الأروقة يبيع فيها منتجاته؛

### ❖ دعم في مجال ترقية النوعية والإبقاء على روح المنتج التقليدي الجزائري :

تم في هذا الإطار إصدار مجموعة نصوص تنظيمية تسمح للحرفي من حصول منتجاته على علامة النوعية والأصالة بحصول منتجاته على تسمية صناعة تقليدية جزائرية صالحة لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد، مع توضيح طرق الحصول على ذلك في المرسوم التنفيذي رقم 97 - 390 المؤرخ في 19 أكتوبر 1997 إذ نصت المادة الرابعة منه أن هاته العلامة لا تسلم إلا للمنتجات التي تتميز بطابع تقليدي أصيل، ومستوحاة من الفن المحلي وتتمتع بمستوى من الجودة من حيث إختيار المواد المستعملة والعناية في التنفيذ، وكذا مصنوعة يدويا أو بالإستعانة بلوازم تكميلية.<sup>2</sup>

## II.2.2. تطور الصناعات التقليدية في الجزائر 1962-2010

### المرحلة الأولى: 1962 - 1969

كان تدخل الدولة في قطاع الصناعة التقليدية جد محدود، حيث لم يعتبره أولوية تنموية، خاصة في ظل الصعوبات التي كان يعاني منها، وكانت أهدافه مقتصرة فقط على ما يلي<sup>3</sup>:

- إحياء بعض القيم الثقافية والجمالية.
- المساهمة في تنمية التشغيل في بعض المناطق النائية، خاصة وأن مناصب الشغل في القطاع لا تحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة.

ولتحقيق هذه الأهداف تم اتباع السياسات التالية:

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 46

<sup>2</sup> المرسوم التنفيذي رقم 97 - 390 المؤرخ في 19 أكتوبر 1997، الجريدة الرسمية رقم 69، المتضمن شروط تسليم علامات النوعية و الأصالة، ص 248-249.

<sup>3</sup> شيبان آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 114

### أ. الإمكانيات التنظيمية:

في سنة 1963 تم إنشاء الديوان الوطني للصناعة التقليدية «ONATA»<sup>1</sup> وأوكلت له مهام التدخل في محيط وحدات الإنتاج التقليدية، بتسويق منتوجاتها، المساعدة في جانب ومراقبة نوعية المنتوجات خاصة تلك الموجهة للتصدير، وتم إلحاق القطاع بوزارة الشباب والرياضة والسياحة، كما أنشئ مركز للمساعدة التقنية للصناعة التقليدية «CATA»<sup>2</sup> مكلف بالمساعدة التقنية للحرفيين في جانب وسائل الإنتاج والإمكانيات، ثم أنشئت مديرية الصناعة التقليدية والحرف تحت وصاية وزارة التصنيع والطاقة سنة 1965، مكلفة بتطوير مؤسسات الصناعة التقليدية، وتطوير كل أشكال التعاون والإنتاجي الحرفي.

### ب. الإمكانيات المالية<sup>3</sup>:

قبل الاستقلال وفي سنة 1961، تم وضع آلية لمنح القروض للحرفيين، عن طريق المجلس الجزائري للقروض الشعبي، وقد خصص له مبلغ يقدر بخمسة مليون دينار، وتمنح ثلاث أنواع من القروض وهي:

- قروض بفائدة منخفضة .
- إجازات للتجهيز غير معوضة.
- قروض خاصة بوسائل الإنتاج .

إلا أنه تم إلغاء هذه الآلية سنة 1963، وأصبحت وحدات الصناعة التقليدية مثل الوحدات الصناعية الأخرى مطالبة باللجوء إلى نظام القروض التقليدي لدى البنوك، وهذا يبين التهميش الذي تعرض له القطاع في هذه الفترة.

### المرحلة الثانية: 1970 - 1980

عرفت هذه الفترة توجهات إشتراكية مطردة في النشاط الإقتصادي من تأميم وتأسيس شركات وطنية عامة وتميزت هذه المرحلة بالتخطيط المصرفي وأسندت عملية تمويل المشاريع الإستثمارية إلى البنك المركزي والخزينة العمومية، كما تم إعتقاد المخطط الرباعي الأول (1970-1973) مما أدى إلى ظهور حيوية إقتصادية ضخمة جعلت الدولة تغير سياستها التمويلية بهدف سيطرة أكثر على النشاط الإقتصادي وهو ما كان له أثر إيجابي على قطاع الصناعة التقليدية من حيث:<sup>4</sup>

1. تزويد القطاع بالهياكل القاعدية : لتحكم أفضل في القطاع وتزويده بمختلف الوسائل والأدوات اللازمة لتنميته تم إنشاء:

<sup>1</sup> ONATA: Office National de l'Artisanat Traditionnel.

<sup>2</sup> CATA: Centre d'Aide Technique pour l'Artisanat

<sup>3</sup> شيبان آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 115

<sup>4</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 52

• المؤسسة الوطنية للصناعة التقليدية (SNAT) التي حلت محل الديوان الوطني للصناعة التقليدية (ONATA) بعد حله سنة 1971 وتتولى القيام بجميع المهام التي كان يقوم بها الديوان الوطني إلى جانب بعض المهام الأخرى الرامية لتنمية الصناعة التقليدية من بينها:

- تقديم النصح والإرشاد للحرفيين وكل الفاعلين ذوي العلاقة بالقطاع من جمعيات مهنية، تعاونيات، مراكز الصناعة التقليدية وتزويدهم بكافة المعلومات الضرورية؛
- إنجاز الدراسات الفنية والتقنية والإقتصادية التي تسمح بسير أفضل للقطاع؛
- تسيير مراكز الصناعة التقليدية والقيام بالتكوين المهني الفردي والجماعي لمتعاطلي الصناعة التقليدية .
- إنشاء ورشات إنتاجية في مختلف قطاعات النشاط بالإضافة إلى وضع مؤسسات عمومية متخصصة على المستوى الولائي حسب قطاع النشاط، خاضعة لنفس السياسة الإقتصادية المفروضة على باقي المؤسسات العمومية في مجال الجباية والجمارك والتمويل وهذا بالرغم من خصوصية قطاع الصناعة التقليدية.

- ضم الحرف لمديرية الصناعة التقليدية سنة 1973 بعد أن كانت من صلاحيات الديوان الوطني للملكية الصناعية وبذلك أصبحت تسميتها مديرية الصناعة التقليدية والحرف وتقع تحت وصاية وزارة الصناعة والطاقة .

## 2. التوجه نحو تشجيع الإستثمار في قطاع الصناعة التقليدية والحرف

حيث شهدت الفترة ما بين ( 1967 - 1973) إنجاز 67 مشروع إستثماري في القطاع شمل حرف النسيج، الخشب، الجلود، النحاس، الحدادة، الحلي والفخار، ومن ذلك الوقت لم تشهد عمليات الإستثمار تزايدا ملحوظا بسبب صغر سوق الصناعة التقليدية وتفايدا لمشكلة بيع المنتجات، ففي الفترة ما بين (1974 - 1976) تم إنجاز 22 مشروع إستثماري فقط .

### المرحلة الثالثة: 1982 - 1995

بداية من الثمانينات تم تخلي الدولة عن القطاع الذي أكمل مرحلة الراحة التي سبقتها، وقد تم ترجمة هذا التخلي بإيقاف الاستثمار في القطاع وتكملة المشاريع التي تم البدء فيها فقط، كما تم حل الشركة الوطنية للصناعة التقليدية (SNAT) سنة 1987 ، والتي كانت بمثابة مؤطر القطاع وممونه بالمواد الأولية<sup>1</sup>.  
أ. الإطار التشريعي: تم وضع إطار تشريعي جديد في محاولة لإعادة هيكلة القطاع من خلال إصدار مجموعة من القوانين:

❖ القانون الأساسي للحرفي الذي صدر في أوت 1982، يهدف إلى إعطاء مفهوم دقيق للقطاع من خلال تعريف الحرفي وحقوقه وواجباته، وقواعد ممارسة الأعمال الحرفية ومجالها، وتحديد تنظيم التعاونيات الحرفية بغرض تحرير المبادرة الخاصة في القطاع، خاصة وأن تدخل الدولة أصبح لا يجدي بسبب متطلبات القطاع من المرونة.

<sup>1</sup> بن زعرور شكري، "تجربة الجزائر في قطاع الصناعة التقليدية والحرف - الجزائر"، 1992 - 2003، ص 11

- ❖ المرسوم الخاص بتنظيم سجل الصناعات اليدوية والحرفية، والمرسوم الذي يبين كيفية إعداد الفهرس الوطني للحرفيين والتعاونيات، بغرض جمع المعلومات الخاصة بهم على المستوى الولائي سنة 1985 .
- ❖ مرسوم خاص بإعادة ضبط سجل الصناعات اليدوية والحرف من طرف المجالس الشعبية البلدية بدل الوالي سنة 1988.
- ب. الهياكل التنظيمية<sup>1</sup>:

إن تنامي إشكالية البطالة جعلت الدولة تعمل على تعزيز العمل القطاعي المشترك في مجال دعم وترقية الصناعة التقليدية بداية من التسعينات بإنشاء ما يلي:

- ❖ الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية والحرف، وثمانية غرف جهوية سنة 1992، وقد بدأت نشاطاتها ميدانيا سنة 1994، وكانت مقراتها بالولاية، تقوم بالتشاور مع الحرفيين والسلطات العمومية بغرض الدفاع عن مصالح القطاع.

- ❖ الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية في جانفي 1992، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المدنية، والاستقلال المالي، وتهدف إلى الحفاظ على مجمل الأنشطة المتعلقة بالصناعة التقليدية وترقيتها.

- ❖ الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية في جانفي 1993، وهي تقوم بتمويل الأنشطة المرتبطة بترقية الصناعة التقليدية من خلال:

- التمويل الجزئي للأجهزة، وأدوات ترقية مشاريع النشاط التقليدي؛
- تدعيم الأسعار لتحفيز الإبداع التقليدي؛
- تدعيم التكفل برفع كفاءة ورسكلة الممتهين والحرفيين؛

- ❖ إنشاء المصالح الخارجية للوزارة المكلفة بالصناعة التقليدية لتعزيز التأطير المحلي ب48 مديرية ومفتشية للصناعة التقليدية والسياحة.

### المرحلة الرابعة : 1996-2002

في هذه المرحلة حظي القطاع باهتمام متزايد من طرف الدولة ولهذا تم إصدار العديد من النصوص التشريعية و التنظيمية للقطاع من أجل ترقية مسارات التنمية في الجزائر

- أ- الإطار التشريعي<sup>2</sup>: يعتبر الأمر رقم 96-01، الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعات التقليدية والصادر في جانفي 1996 كإطار عام يسير على وفقه القطاع، حيث حدد مفهومها دقيقا شاملا لصناعة التقليدية والحرف وكيفية تنظيم نشاطاتها، قواعدها ومجالاتها بغرض حمايتها .

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 15

<sup>2</sup> بن زعرور شكري، 2009، مرجع سبق ذكره، ص 05

في مارس 1997، تم إصدار القانون الأساسي النموذجي لتعاونية الصناعات التقليدية والحرف الذي يحدد المبادئ العامة التي تحكم التعاونيات، وكيفية إدارتها وتسييرها. وفي أبريل من نفس السنة، صدر المرسوم التنفيذي رقم 97-140، ليحدد قائمة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف، بالإضافة إلى مراسم تنفيذية أخرى تعمل على تنظيم القطاع والحرفيين على حد سواء. كما جاءت عدة قرارات وزارية تصب كلها في تشجيع الصناعات التقليدية كالقرار رقم 01 الصادر في جانفي 1999، الذي يحدد كفاءات تنظيم المسابقة الوطنية لصناعات التقليدية ومبالغ جوائزها .

### ب. الإطار التنظيمي:

عرف القطاع إعادة تنظيم من قبل وزارة السياحة والصناعة التقليدية التي تولت سنة 1997 القيام بتوسيع عدد غرف الصناعة التقليدية وتنظيمها، بعدما كانت عبارة عن غرف جهوية للحرف. تعمل غرف الصناعة التقليدية كهياكل لمتابعة انشغالات واهتمامات الحرفيين من خلال جعلهم يستفيدون من تكوين يحسن مستواهم ويجدد معلوماتهم.

إن السمة الأساسية لتنظيم هذه الغرف هي الجمع بين الجانب الإداري مع التمثيل الحرفي المنتخب، وقد انتقل عددها من ثمانية غرف سنة 1992 إلى عشرين غرفة سنة 1997 .

إن الفعالية الاقتصادية لقطاع الصناعة التقليدية وقدرتها على إنشاء مؤسسات تكون النسيج الاقتصادي الوطني، جعل الحكومة الجزائرية تعلن في جوان 2002 انتقال الوصاية إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

### المرحلة الخامسة: 2003- 2010

كان قرار الحكومة بضم قطاع الصناعة التقليدية والحرف إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية ترجمة واضحة لإرادة الدولة في إعطاء هذا القطاع بعده الإقتصادي والإجتماعي والثقافي الكامل، وتجسيدا لهذا القرار بادرت الوزارة الوصية بإعداد إستراتيجية تنمية للقطاع تم إعتماها في 18 جوان 2003 سميت ب "مخطط عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية أفاق 2010" وخصص لها مبلغ مالي تقديري حدد ب 5 ملايين دج، وهذا سعيا منها للسير بالقطاع في مسار التنمية المستدامة لاسيما مع التطورات الكبيرة التي يشهدها الإقتصاد العالمي الناتجة عن ظاهرة العولمة .

أهم نتائج هذه المرحلة مايلي:<sup>1</sup>

### ❖ إنشاء الأنشطة والتشغيل والإنتاج:

شهدت الفترة ما بين 2003 والسادسي الأول من 2009 توسعا في عدد الأنشطة الحرفية ب 82.235 مشروع حرفي جديد، أي بزيادة سنوية قدرها 11.748 مشروع وهو ما يمثل نسبة 11% سنويا، هذا الإرتفاع في عدد الأنشطة إنعكس أيضا على عدد مناصب الشغل المنشأة التي عرفت بدورها زيادة قدرها 164.606

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص 06

منصب شغل جديد خلال نفس الفترة، وكان معدل المناصب المنشأة سنويا يقدر بأكثر من 23.500 منصب بمعدل نمو يقارب نسبة 11% سنويا .

### ❖ في مجال التكوين والتمهين:

لترقية وتأهيل العنصر البشري وضمان تحكم جيد في آليات وإجراءات ممارسة الحرفة قامت هيئات القطاع بوضع برامج قطاعية خاصة تعتمد على طريقة التكوين عن طريق التمهين، يهدف إلى الوصول لتكوين نوعي يركز إلى جانب كبير على الممارسة العملية للنشاط من خلال دمج فروع جديدة للأنشطة الحرفية ضمن مؤسسات التكوين والتعليم المهنيين، مما أضفى إلى إستحداث مؤسسات تكوين مهني خاصة بقطاع الصناعة التقليدية.

### ❖ الترقية و التطوير:

ما يخص هذا الجانب لا تزال السياسة الترقية الموضوعة لتحفيز وتشجيع الحرفيين ورفع روح المنافسة والإبداع فيما بينهم وكذا إعادة الإعتبار للمنتج التقليدي وتكييفه مع المتطلبات العصرية تسير على نفس الخطى، ذلك أن مسابقات الإبداع والمحافظة على التراث التقليدي ومنح جوائز الصناعة التقليدية والصناعة الفنية لم تتوقف، بل تم تكريس فعاليتها بالإعلان عن اليوم الوطني للصناعة التقليدية والحرف، فإلى غاية نهاية 2008 تم منح 41 جائزة صناعة تقليدية وصناعة فنية، بالإضافة إلى التشجيع على الإحتفال بالمناسبات المحلية الممارسة ببعض المناطق التي تشكل وسط هام لترقية الصناعة التقليدية.

### II.3.2. استراتيجيات تطوير قطاع الصناعات التقليدية لآفاق 2014

إن الإفتتاح التام للسوق الجزائرية في إطار اتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوربي والإنضمام المرتقب للجزائر إلى منظمة التجارة العالمية سوف يعرض قطاع الصناعات التقليدية إلى منافسة شرسة و قوية لمواجهة هذا الوضع ينبغي إتخاذ مجموعة من التدابير في الآجال المتوسط لمواجهة الجهد المبذول واستكمال التطبيق الكلي للحلول الموصوفة في مخطط عمل 2010 التي استهدفت تعزيز التجديد والإبتكار والإنتاجية وكذلك التنافسية في القطاع.<sup>1</sup>

إن ما يمنح لقطاع الصناعات التقليدية إمكانية كبيرة لتطوير الأنشطة الحرفية، ويوفر له إطارا ملائما للإستثمار خصوصا في مجال المنتجات التي تمثل السياحة سوقها الرائدة، وقد تضمنت الإستراتيجية التطويرية لقطاع الصناعات التقليدية والحرف العناصر التالية:<sup>2</sup>

❖ **ترقية أنظمة الإنتاج المحلي:** أي تطوير الحرفيين الذين يمارسون نفس النشاط أو ينتمون لنفس الفرع الإنتاجي وينشطون في نفس الإقليم ويقومون بربط العلاقات الجوارية، ويتعاونون فيما بينهم ويسمح بوضع مشاريع جماعية مشتركة ترفع من تنافسية نشاطهم.

<sup>1</sup> وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الصناعات التقليدية، الجلسات الوطنية لصناعات التقليدية: نتائج ووقائع، 2009، ص58

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص ص 60-63

❖ وضع آليات وأساليب جديدة لتمويل: المشكل الكبير الذي يواجه الشباب الراغب في إنشاء مقاولات في الصناعات التقليدية هو التمويل، بالرغم من وجود أجهزة خاصة بذلك إلا أنها لم تساهم بشكل جيد في حل مشكل التمويل.

❖ ترقية التكوين بمساهمة التكوين المهني:

يسعى قطاع الصناعات التقليدية إلى تهمين مستويات التأهيل المهني، وكذا تحفيز الحرفيين وتدريبهم بشكل مستمر على إستعمال الأجهزة التقنية والتكنولوجية الحديثة والعمل على ضمان تطوير أروضيات برامج عمل قطاعية لتنمية الصناعات التقليدية والمساهمة في سير البرامج المسطرة ومتابعتها وانجازها .

❖ الدعم الخاص لفئات المجتمع الإستراتيجية:

تشكل النساء الحرفيات في الوسط الريفي أو في الوسط الحضري موردا رئيسيا في مجال تنمية فروع النشاط كالصناعة الغذائية، النسيج، صناعة الفخار والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (01): تطور توزيع عدد النشاطات حسب الجنس

توزيع عدد النشاطات حسب النوع	إناث	ذكور
الصناعات التقليدية والفنية	69.05%	30.95%
الصناعات التقليدية الحرفية لإنتاج المواد	89.44%	10.56%
الصناعات التقليدية للخدمات	87.76%	12.24%

المصدر : وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الصناعات التقليدية ،الجلسات الوطنية لصناعات التقليدية :نتائج ووقائع ،2009،ص63

❖ دعم حوافز التصدير: يسعى قطاع الصناعات التقليدية إلى التمتع في الأسواق العربية والأوربية من

خلال التركيز على مجموعة من النقاط نذكر منها :

- تعزيز مسارات تحسين النوعية والإبتكار والتنافسية ودعمها ؛
- فتح تمثيلات ومصارف الصناعات التقليدية الوطنية في أهم الأسواق الدولية ؛
- الترويج المتواصل للنشاطات ومنتجات الصناعات التقليدية من خلال المشاركة في التظاهرات الإقتصادية؛

## II.4.2. استراتيجيات تطوير قطاع الصناعات التقليدية لآفاق 2020

يتطلع مخطط عمل قطاع الصناعات التقليدية والحرف لآفاق 2020 إلى مساهمة الصناعات التقليدية في التنمية المحلية للبلاد، وحددت اهدافه بالعمل على تطوير القدرة التنافسية للقطاع، و قدرته على انتاج الموارد والدعم والنمو، وانشاء مناصب الشغل، والمساهمة في التصدير والإندماج الإقتصادي بين مختلف فروع النشاط الإقتصادي، ومن جهة أخرى تسريع النمو، من خلال تكييف مرافق الترويج وتحقيق فوزه في مجال التسيير والتنظيم بشيئ من التركيز على تهمين الإمكانيات المحلية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> د.جيل جمال ،أ.زحوط إسماعيل ،ملتقي وطني بعنوان :الحرف و الصناعات التقليدية كفرصة لترقية السياحة الداخلية في الجزائر،مخبر اقتصاد

المؤسسة و التسيير التطبيقي بالتعاون مع مديرية السياحة لولاية باتنة ،ص10



أ- التشريع والتنظيم: يتطلب مجموعة من الاجراءات تتمثل في النقاط التالية<sup>1</sup>

❖ قانون الصناعات التقليدية والحرف: رغم النقاط الإيجابية التي جاء بها الأمر رقم 96/01 إلا أن إصلاح الإطار التشريعي أصبح ملحا على ضوء عدد من التطورات يقع على رأسها مطابقة الإطار التشريعي للصناعة التقليدية والحرف مع القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 01-18.

❖ تنظيم المهنة: إن للأمر 96/01 الكثير من المحاسن منها ثمن تجربة الغرفة الجهوية للحرف ونص على تأسيس غرف الصناعات التقليدية والحرف التي أخذت على عاتقها العمل الميداني الجوّاري لتسيير قطاع الصناعات التقليدية والحرف إقليميا باعتبارها أداة تطبيق إستراتيجيات وبرامج الحكومة للوزارة المكلفة بالصناعات التقليدية وقد واجه عمل الغرفة في الميدان عدة صعوبات كان أهمها انها ورثة تركيز الإهتمام على ميدان الصناعة التقليدية دون ميدان حرف الإنتاج والخدمات كما واجهت الغرفة في تسيير سجل الصناعات التقليدية والحرف منافسة غير محفزة من السجل التجاري على مستويين الأول الإبقاء على عدد من النشاطات الحرفية ضمن النشاطات الإقتصادية و الثاني ازدواجية التسجيل بالنسبة للمقاولات الحرفية .

❖ تشريع الضرائب: يخضع المسجلون في سجل الصناعة التقليدية والحرف كغيرهم من المتعاملين الإقتصاديين إلى الضرائب والرسوم المنصوص عليها قانونا .

يشكل الضغط الضريبي عبئا ثقيل يعيق نمو القطاع وتطوره مما ينعكس سلبا على الأداء الإقتصادي للحرفيين ومن ثم على دينامية إنشاء مناصب الشغل و خلق الثروة .

❖ التنظيمات الجمعوية: تعتبر الجمعيات حلقة مهمة ومتغير فاعل في قدرتها على لعب الدور المرغوب في مجال العمل الجوّاري وقدرتها على إكتشاف المواهب وصقلها وتطويرها، كما أن القانون الخاص بالجمعيات لا يسمح بتأسيس إلا جمعيات تدخل في مجالات ثلاثة وهي الإجتماعي والثقافي والرياضي

❖ مدونة النشاطات: تعتبر مدونة نشاطات الصناعات التقليدية والحرف أحد أهم الركائز التي يعتمد عليها القطاع في إستراتيجيته التنموية وتتضمن المدونة الأنشطة التي تأخذ الطابع الحرفي وبالتالي فإنها تضع الفوارق بينها وبين مدونة الأنشطة الإقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري .

❖ العمل البيتي: تلجأ كثير من العائلات الجزائرية خاصة بالأرياف منها في مواجهتها للبطالة وكسب قوتها و معاشها إلى ممارسة كثير من الأنشطة التقليدية والنفعية في البيوت، تحتل المرأة أكبر نسبة في العمل البيتي لاعتبارات عديدة أهمها التقاليد العريقة للأسرة الجزائرية .

ب- التكوين والتأهيل وتنمية المهارات<sup>2</sup>

❖ تكوين وتأهيل عمال القطاع: لقد أصبح التكوين مرادفا للإستثمار في رأس المال البشري الذي يعتبر ركيزة أساسية لأي عملية تنموية، إن مرافقة الموارد البشرية عن طريق التكوين خصوصا في الفترات

<sup>1</sup> وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعات التقليدية \*جلسات الصناعات التقليدية \* حصيلة و آفاق 2020\* الجزائر، نوفمبر

2009، ص72.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 74

الإنتقالية التي تعرف تسطير سياسات وبرامج تنموية جديدة يعيل على تمكين هذه الموارد من التعرف على الأدوار الجديدة المنوطة بها، والتحكم وإمتلاك المهارات التي تتطلبها المهام الجديدة التي تفرضها البرامج المسطرة ولتجسيد ذلك من الضروري :

- إعداد مخططات التكوين و التكوين المستمر للموارد البشرية ؛
- عقد إتفاقية الشراكة مع منظمات دولية في مجال التكوين ؛
- تعميم الإستفادة من التكوين طويل المدى لكافة إطارات القطاع في المجالات التي تفيد قطاع الصناعات التقليدية والحرف؛

❖ تأهيل وتنمية مهارات الحرفيين: يكتسي التكوين والتأهيل في الحرف أهمية كبيرة للإستجابة لمقتضيات السوق غير أن الملاحظ أن مستوى التأهيل والمهارات في عديد من الأنشطة الحرفية يعتبر غير كاف بل أن أعداد الحرفيين ونوعية منتجاتهم وخدماتهم في تراجع .  
ومن أهداف المخطط بالأرقام الى آفاق 2020 هي <sup>1</sup>:

- الرفع من رقم الأعمال كمداخل في حدود 2020 الى 334 مليار دج ؛
- خلق 550.000 منصب شغل جديد يضاف الى 410.000 منصب شغل منشأة ما بين سنة 2003 و 2010 بهدف الوصول الى 960.000 منصب في حدود سنة 2020؛
- يهدف الى توسيع مدونة النشاطات الحرفية المصنفة بغرض الدخول بحوالي 20منتوج للحرف والصناعات التقليدية الى الأسواق الدولية، من بينها المجوهرات والحلي، الخزف، الجلود، والنحاسيات ؛
- تميمين المنتوج التقليدي الجزائري عبر تصنيف ما يقارب 20منتوج في آفاق 2020و المشاركة في المعارض الدولية ؛
- انشاء مرصد وطني للرقابة والمرافقة للمنتوج التقليدي ؛

<sup>1</sup> د. جعيل جمال، أ. زحوط إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص ص 10-11

### II.3. مساهمة الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي

#### II.3.1. العلاقة المتبادلة بين الصناعات التقليدية والسياحة

لا يخفي على أحد الترابط العضوي بين الصناعات التقليدية والسياحة حيث تلعب الصناعات التقليدية دورا مهما في تدعيم القطاع السياحي فهي تمثل 10% من إيرادات السياحة حسب المنظمة العالمية لسياحة كما أن السائح عند عودته لبلده وباقتنائه لمنتجات تقليدية يكون بذلك قد نقل صورة وتذكارا عن المنطقة أو البلد الذي زاره، ومن هنا يعتبر المنتج التقليدي مرآة عاكسة للبلد أو المنطقة التي زارها السائح، كما أن أهمية المنتج التقليدي بالنسبة للمستهلك الأجنبي لا يقتصر على السائح فقط بل أيضا على الشخص الأجنبي لبلده، والسبيل الوحيد الذي يصل الحرفي التقليدي المحلي بالمستهلك الأجنبي هو المنتج التقليدي المصدر والذي يعبر عن ثقافة و تراث المنطقة ويعطي صورة عن المنطقة أو البلد المنتج لهذه السلعة مما قد نعتبره ترويجا غير مباشر للمنطقة أو البلد الأصلي للمنتج.<sup>1</sup>

ويبرز الدكتور بوكابوس العلاقة بين القطاعين في النقاط التالية:<sup>2</sup>

- ❖ إن علاقة الترابط العضوي بين القطاعين السياحي والتقليدي يمكن إبرازها من خلال الإستثمار في السياحة بوجه عام وانعكس على الحرفة ومنتجاتها من خلال التوسع في الطلب على تلك المنتجات كما تبرز العلاقة من خلال القيم المضافة التي يشتقها قطاع الصناعات التقليدية والحرف من القطاع السياحي.
- ❖ العلاقات التي تربط القطاع الحرفي بالسياحة عديدة، وتعكس الأسواق المزدهرة بالحرف والصناعات اليدوية بمنتجاتها المتنوعة العلاقة الوثيقة بين القطاعين والمصالح المتبادلة، حتى أصبح من متطلبات السياحة في السنوات الأخيرة، تنوع منتجات الحرف والصناعات اليدوية وحسن عرضها.
- ❖ يتجلى هذا الارتباط في الطريقة الجديدة لممارسة السياحة، إذ لم يعد المراد بالسياحة القيام برحلة هدفها الإقامة في ناد مغلق أو شاطئ والبقاء إلى جانب السياح الآخرين، وإنما التواصل مع أهل المكان، والإطلاع على حرفهم اليدوية وتراثهم العمراني، وتذوق فنون طهيهم وارتداء أزيائهم ومشاركتهم في حياتهم اليومية الحقيقية.
- ❖ إن ارتباط نشاط الصناعة التقليدية والمهن اليدوية والمنتجات المحلية بنشاط السياحة هو ارتباط عضوي إذ لا وجود لنشاط سياحي دون وجود نشاط مزدهر للصناعة التقليدية يجعلها تفتخر بمنتجاتها التقليدية .
- ❖ تتمثل علاقة الإرتباط بين السياحة والصناعات التقليدية في أن هذه الأخيرة تستفيد من الإنفاق السياحي من خلال طلب السواح لسلع التذكارية وهذا الإنفاق له أثر إيجابي على قطاع الصناعات التقليدية وسائر الأنشطة الإقتصادية الأخرى نتيجة فعل مضاعف الإنفاق السياحي.

<sup>1</sup> شنيني عبد الرحيم، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية \* حالة مدينة غرداية \* مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص \*تسويق الخدمات\* جامعة أبو بكر بلقايد \* تلمسان \* 2009-2010، ص115.

<sup>2</sup> سعدون بوكابوس: مداخلة بالملتقى الدولي حول واقع الصناعات التقليدية في الجزائر، بشار، 2003.

- ❖ إن القطاع السياحي يشكل سوقا للمنتجات التقليدية والحرف وبذلك فهو المحدد لقدرات توسع قطاع الصناعات التقليدية والحرف من زيادة الطلب.
- ❖ تعتبر الصناعات والحرف اليدوية إحدى أهم مقومات الجذب السياحي في تحريك قطاع القوى العاملة وخاصة في القرى والأرياف والتركيز على أهمية المعارض المحلية والدولية في تفعيل أطر الترويج والتعريف والجذب السياحي للمنتجات الحرفية
- ❖ من هذه العلاقة ظهرت الأوجه الثلاثة: الحرف والصناعات اليدوية، والتراث العمراني، والتراث غير المادي الذي يشمل من بين أشياء أخرى ملاقة الآخرين والتعرف على عاداتهم، لتؤكد أوجه الترابط بين السياحة والثقافة والتراث.

## II.2.1. المساهمة الاقتصادية والاجتماعية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي

### أ- مساهمة منتجات الصناعات التقليدية في تحسين المداخل السياحية

يلعب قطاع الصناعة التقليدية والحرف دورا مهما في تحسين المداخل السياحية، فالسائح يبحث دائما عن أخذ منتج تذكاري يعكس ثقافة البلد الذي زاره، والصناعة التقليدية والفنية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر إنتعاشا خاصة في موسم الإصطياف، بحيث يكتسي دور الصناعة التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في تسويق المنتج التقليدي.<sup>1</sup>

ويمكن تعريف الإيرادات السياحية على أنه كل ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كمنشآت إقتصادي وما تحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران نظير ما يؤديه من الخدمات السياحية.<sup>2</sup>

وإذا أردنا إبراز دور قطاع الصناعات التقليدية في دعم وتنشيط القطاع السياحي في الجزائر سنقوم بدراسة وتحليل نسبة مبيعات منتجات الصناعات التقليدية والحرف في الفترة (2005-2009) والتدفقات السياحية النقدية من العملة الصعبة لهذا الأخير في الفترة (1999 - 2008).<sup>3</sup>

### جدول رقم (02) نسبة مبيعات منتجات الصناعات التقليدية خلال الفترة (2005 - 2009)

السنة	2005	2006	2007	2008	2009
نسبة المبيعات	63%	65%	75%	80%	90%

المصدر: عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة \* حالة الجزائر \* المرجع السابق، ص 107

<sup>1</sup> بن العمودي جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص 30

<sup>2</sup> مسدوي دلييلة، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي \* حالة ولاية بومرداس \* مذكرة مقدمة لنيل شهادة

الماجستير في علوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2008-2009، ص 14

<sup>3</sup> عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة \* حالة الجزائر \* أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات جامعة

الحاج لخضر، باتنة، 2009 - 2010، ص 107

جدول رقم (03) الإيرادات السياحية خلال الفترة (1999 - 2008) الوحدة: مليون دولار

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	80	102	100	111	112	178.5	184.3	215.3	218.9	300

المصدر: عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة \* حالة الجزائر \* المرجع السابق ص 107

من المعلوم أن تطور المداخل السياحية مرتبط بتطور توافد السياح الأجانب وأن نسبة مبيعات الصناعات التقليدية تتأثر بعدد السياح الوافدين فمن خلال جدول تطور نسبة مبيعات الصناعات التقليدية نلاحظ أن المبيعات (2005-2008) في تزايد مستمر بنسب (63%، 65%، 75%، 80%) على الترتيب، ومن خلال جدول تطور الإيرادات السياحية (1999-2008) قد عرف نمو متذبذب في البداية ثم تطور متزايدا خلال (2005-2008) ب (184.3 - 215.3 - 218.9 - 300) مليون دولار .

مما يعني أنه من خلال اقتناء السائح لمنتجات الصناعات التقليدية يساهم ذلك في زيادة الإيرادات السياحية .  
ب- عوامل الإنفاق السياحي على الصناعات التقليدية و الحرف

هناك عدة عوامل تعمل معا في تحديد انفاق السائحين الأجانب على الصناعات التقليدية وبالرغم من تعقد هذه العوامل و تشابكها إلا أنه يمكن تصنيفها في عاملين :

أولاً: **العوامل من جهة السياح:** يستدعي الأمر تحليل الدوافع النفسية للسائحين في الإهتمام بالصناعات التقليدية، وهذه الدوافع تتسم أنها مركبة ومتشابكة فهي تعتمد على عدة عناصر نفسية ترتبط بأهداف الرحلة السياحية كما ترتبط بجنسيات السائحين ومستوى المعرفة لديهم ومدى رغبتهم في التعرف على ثقافات أخرى، ويمكن تبيين عدة دوافع للسياح في الأهتمام بالصناعات التقليدية وهي <sup>1</sup>:

❖ **دافع الإقتناء للذكري:** وهو إقتناء بعض الأشياء التي ترتبط بالرحلة السياحية وذلك لأجل تذكرها فيما بعد وهذا الدافع موجود لدى غالبية السائحين الدوليين، فالسائح الأجنبي يبحث عن تذكار من البلد المضيف في شكل سلعة تمثل تراثا حضاريا لها .

❖ **دافع الإقتناء الثقافي والمعرفي:** وهذا يختلف عن سابقه في أنه موجود بصفة خاصة لدى السائحين الذين يستهدفون المعرفة والثقافة في المقام الأول من رحلتهم السياحية، والسائحين الذين يقتنون سلعا بهذا الدافع يتميزون فعلا برغبتهم في زيادة معرفتهم وثقافتهم، وليس لمجرد الحصول علي التقدير من الآخرين وفي تحليل " ماسلو " للدوافع النفسية الذي نشره في عام 1943م لم يميز هذا الدافع ثم بينه بعد ذلك في تعديله لنظريته عام 1954م تحت "الحاجة للمعرفة و الفهم " .

❖ **الدافع للإهداء :** وهذا الدافع موجود لدى نسبة كبيرة من السائحين الأجانب، ولكن يختلف في قوته من النساء و الرجال ومن سن لأخر ومن جنسيات لأخرى، فالملاحظ أن لدى النساء دافع أكبر من للإهداء، وأن

<sup>1</sup> جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص ص 36، 37، 38.

أصحاب الأعمار الكبيرة نسبيا أكثر حرصا على الإهداء من الشباب، لكن هذا التقدير ليس بقاعدة عامة إذ أن هناك عوامل عديدة تتدخل في الإنفاق على الهدايا للآخرين، منها درجة الثراء أو الدخل، ومنها الأخلاق أو المعتقدات كذلك فإن الإهداء عادة لدى بعض الشعوب .

❖ **دافع التفاخر:** هذا الدافع موجود بشكل خاص عند السائحين الأثرياء لإقتناء قطع أثرية أو أشكالا فنية تمثل الحضارة الخاصة بها، والسائحون الذين يتحركون بهذا الدافع إما لديهم خبرة خاصة في مجال إهتمامهم أو أنهم يستعنون بخبراء مختصون في التحف والصناعات التقليدية الثمينة ويرتبط هذا الدافع جزئيا بالرغبة الملحة في تحقيق الإعتراف من الآخرين والمكانة المظهرية والتي تندرج تحت "الحاجة للتقدير" في نظرية "ماسلو" ولكنه يرتبط أيضا وبشكل أكبر بالرغبة في "تحقيق الذات" .

#### ثانيا: عوامل من جهة الصناعات التقليدية والحرف

❖ **الإنفرادية:** ويتضمن الأصالة والعراقة، ويعني أن يكون لهذه المنتجات طابعها الإنفرادي الذي يعبر عن موضوعها وبأصالة ثقافة وحضارة الصانع والمكان والبلد اللذي يعيش فيه .

ومن هنا فإن التفرد يحمي الصناعة التقليدية من التقليد أو بعبارة أخرى التقليد قد يضع هذه الخاصية لذلك فإن التفرد مرتبط ارتباطا وثيقا بالأصالة والعراقة لذلك لا يمكن للسائح أن يجد المنتجات التقليدية المميزة بالإنفرادية وبأصالتها في أي بلد آخر غير بلدها<sup>1</sup>.

❖ **الإتقان اليدوي والإرتباط التاريخي:** إن المنتج المتقن يدويا يختلف تماما عن المنتجات النمطية المتقنة أليا فالإتقان اليدوي يحافظ على التراث الثقافي ومنه تصبح السلعة جميلة وجداة في تعبيرها عن التراث، ويظهر الإتقان في تشكيل السلعة بيد صانعها بدقة تعبيرها عن موضوعها بما يظهر جمال أصالتها حيث يفضل العديد من السياح منتجات الصناعات التقليدية التي تحمل موصفات ذات صلة وثيقة بالجانب التاريخي الخاص بالدولة السياحية بحيث تبدو فيها خصوصية محلية واضحة<sup>2</sup>.

❖ **سهولة الحمل والتعبئة:** إن المنتجات خفيفة الوزن والتي يمكن تغليفها ووضعها في عبوات صغيرة ينقلها معه السائح بكل سهولة أفضل من تلك الثقيلة، فنجد أن الحرفيون انتبهوا إلى هذه الخاصية وأصبحوا ينتجون منتجات تقليدية قابلة لتفكيك حتى يسهل على السائح حملها و نقلها إلى بلده<sup>3</sup>.

ج- **مجموعة المزايا والتسهيلات المرتبطة بالسوق داخل المقصد السياحي:** لابد أن يتوفر داخل المقصد السياحي بعض المزايا والتسهيلات المرتبطة بالتسويق، والتي يمكن أن تصبح عاملا مؤثرا في طلب منتجات الصناعات التقليدية فكلما كانت البنية الأساسية من طرق ممهدة من مواصلات سريعة وأماكن وقوف السيارات... إلخ أكثر تقدما وأكتمالا، أتاح ذلك مناخا أفضل للتسويق، حيث يتيح ذلك سهولة الوصول والتجول داخل أماكن التسوق، وتوجد العديد من التسهيلات والمزايا العامة التي يجب توفرها في أماكن

<sup>1</sup> جليلة حسن حسنين، مرجع سبق ذكره، ص 35

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 35

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 36

التسوق، إذ تمثل أحد أهم العوامل الموقفية المؤثرة في قرار السائح، فكلما كان موقع المحلات قريبا من أماكن إقامة السياح، كلما كان ذلك أفضل بالنسبة لتسوق خاصة وأن أغلب السياح لا يميلون لزيارة أماكن التسوق البعيدة عن أماكن إقامتهم ويؤثر أيضا المظهر الجيد للمحلات وورش الحرفيين إيجابا على طلب السياح لهذه المنتجات، حيث أن السياح يفضلون شراء منتجات الصناعات التقليدية من المحلات ذات المظهر البسيط الوطني، أو من داخل الأماكن الأثرية وكلما كان المظهر أنيقا كلما أصبح السائح أكثر ميلا لشراء كما أن طريقة عرض المنتجات يعد من العوامل المؤثرة في طلب السائح.<sup>1</sup>

ولا شك أن توافر مثل هذه المزايا داخل المقصد السياحي يؤثر إيجابا في تشجيع السائح على شراء منتجات الصناعات التقليدية .

### II.3.3. المساهمة الثقافية للصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي

أ- مساهمة تظاهرات الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط السياحة: في إطار الإستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية السياحة والصناعات التقليدية الرامية إلى الترويج للمنتج التقليدي على الصعيدين الوطني والدولي، تسعى الهيئات المختصة بذلك إلى محاولة إيجاد قاعدة إستهلاك وطنية وكذا موقع للمنتج التقليدي على الساحة الدولية تلتما مع التطورات العالمية في مجال السياحة والتجارة ويشكل هذا المسعى وسيلة لتثمين الإعتبار لنشاطات الصناعة التقليدية وإدماجها في التنمية الأقتصادية.<sup>2</sup>

ب- والجداول التالية توضح التظاهرات الخاصة بالصناعات التقليدية .

#### ❖ الأعياد المحلية: وتتمثل في

الجدول رقم: (04) الأعياد المحلية في الجزائر

الأعياد المحلية	التاريخ	المكان
عيد الكسكسي	خلال شهر جانفي	ميلة
عيد الزيتون	خلال شهر فيفري	بجاية
عيد تقطير الورود	خلال شهر أفريل	قسنطينة
عيد الحلفة	خلال شهر سبتمبر	سعيدة
عيد المهري	خلال شهر نوفمبر	غرداية
عيد التمر	خلال شهر نوفمبر	بسكرة

المصدر: وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2009.

<sup>1</sup> نهى إبراهيم خليل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 97، 96

<sup>2</sup> شنيني عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 117

❖ التظاهرات الوطنية

الجدول رقم (05) التظاهرات الوطنية بالجزائر

التظاهرات	التاريخ	المكان
الصالون الوطني للزربية	خلال شهر مارس	غرداية
الصالون الوطني للصناعات التقليدية الريفية	خلال شهر ماي	الشلف
الصالون الوطني للمنتوجات الصوفية	خلال شهر ماي	المدية
الصالون الوطني للنحاس	خلال شهر ماي	قسنطينة
الصالون الوطني للآلات الموسيقية	خلال شهر جوان	تلمسان
الصالون الوطني للخزف الفني، الزجاج	خلال شهر جوان	الجزائر
الصالون الوطني للصناعات التقليدية	خلال شهر جويلية	قصر المعارض الجزائر
الصالون الوطني للجلود	خلال شهر جويلية	وهران
الصالون الوطني للحلي التقليدي	خلال شهر جويلية	تيزي وزو
الصالون الوطني للباس والطرز التقليدي	خلال شهر أوت	عنابة
الصالون الوطني للفلين والخشب	خلال شهر أوت	جيجل
الصالون الوطني للفخار والخزف الفني	خلال شهر أكتوبر	بسكرة
الصالون الوطني للصناعات التقليدية الصحراوية	خلال شهر ديسمبر	تمنراست

المصدر: وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية 2009

❖ المعارض و الصالونات الدولية

الجدول رقم (06) المعارض والصالونات الدولية

التظاهرات	التاريخ	المكان
المعرض الدولي لدبي	خلال شهر جانفي	الإمارات العربية المتحدة
المهرجان الدولي للحرف و الفنون الشعبية	خلال شهر جانفي	سلطنة عمان
المهرجان الدولي للصناعة التقليدية بجاكارت	خلال شهر أبريل	أندونيسيا
صالون الخزف، الزجاج و أدوات التزيين	خلال شهر سبتمبر	فالنونسيا - إسبانيا
المعرض الدولي لصناعات التقليدية	خلال شهر سبتمبر	لشبونة - البرتغال
معرض الصناعات التقليدية في ميلانو	خلال شهر ديسمبر	إيطاليا
الصالون الدولي للابتكار	خلال شهر مارس	تونس

المصدر: وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعات التقليدية 2009.



### ج- منتجات الصناعات التقليدية كأحد عناصر الجذب الثقافية<sup>1</sup>

تعد عناصر الجذب الثقافية وسيلة لتمييز الدولة السياحية عن غيرها، حيث تستطيع هذه العناصر أن تحقق التفرد لدولة السياحة، لذا فإن الغنى بعناصر الجذب الثقافية يعد أحد أهم نقاط القوة للدولة في المنافسة السياحية الدولية، خاصة عناصر الثقافة المادية، حيث نجد أن السياح ينجذبون إلى نمطين من عناصر الثقافة هما كمايلي:

❖ عناصر ثقافية تنعكس في الحياة اليومية للبلد المضيف: مثل المهرجانات، الأعياد والمناسبات عروض الرقص، الفنون، الموسيقى، أساليب الحياة، الدين واللغة .

❖ عناصر الثقافة المادية: مثل الملابس، العمارة، الطعام والشراب، تاريخ المنطقة ومبانيها الأثرية وتعد عناصر منتجات الصناعات التقليدية من أهم عناصر الجذب الثقافية، وأهم عناصر العرض السياحي التي تقدمها الدولة السياحية لجذب السياح وإشباع رغباتهم، فهي تمثل أحد المعالم الثقافية والتي تستطيع الدولة من خلالها أن تقدم نفسها لسياح وأن تؤكد على خصوصيتها وتميزها فهي:

- تجسد الملامح الثقافية للبلد المضيف .
- تشير إلى تاريخ الشعوب القديمة وثقافتها .
- تعبر عن روح المجتمع المضيف وشخصيته القومية وتساعد في فهم تراثه الشعبي .

### د- دور منتجات الصناعات التقليدية في تعميق أصالة الصورة السياحية<sup>2</sup>

الأصالة في الصورة السياحية تعني أن تكون الدولة المضيئة مختلفة عن الدولة المصدرة للسياحة بما يجعلها مثيرة وخالبة في عيون السياح، وبما يساعد في خلق شخصية لدولة السياحة، وكذلك تمييز المنتج السياحي مع توافر ظروف الراحة والأمان الموجودة في أي مكان آخر، وكل دولة لها ما يميزها وفي هذا الإطار تحاول كل دولة إثراء تلك العناصر التي تجعلها فريدة مع تقديمها للسياح بصورة جيدة وتشكل عناصر الثقافة المادية و التي تمثل غالبيتها في عناصر الجذب الثقافية، أهم ما بينهم في تمييز القصد السياحي عن غيره، وخلق صورته الفريدة، بل وتنوع مصادر الجذب فيه أيضا، مما يجذب عدد كبير من السياح، وبناءا عليه فإن العديد من السياح يربطون بين منتجات الصناعات التقليدية والصورة الذهنية والثقافية للبلد المضيف، إذ تعد بالنسبة لهم رمزا للدولة وتاريخها، وبالتالي فإنها قد تترك آثار إيجابية أو سلبية على الصورة السياحية للمقصد السياحي، ويعتمد ذلك على طريقة تقديمها للسياح بمعنى أنه كلما تمتع المنتج الحرفي وما ارتبط به من تجارب بالأصالة، كلما انعكس ذلك ايجابيا على الصورة الذهنية للبلد المضيف خاصة إذا كانت التسهيلات المرتبطة بها من أسواق وطرق وبنية أساسية جيدة.

إن كل عنصر من عناصر الجذب السياحي تختلف أهميته بالنسبة للصورة السياحية من دولة لأخرى ويختلف باختلاف السياح، وإذا كان لهذه المنتجات هذا التأثير على الصورة السياحية من جانب العرض

<sup>1</sup> نهى إبراهيم خليل إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص124

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 126

السياحي فإنها أيضا تساعد في تسويق الصورة الفريدة للمقصد السياحي، بناء على ذلك نستطيع التعبير عن الشخصية الوطنية السياحية ويتم ذلك عن طريق الأجهزة السياحية الرسمية، باعتبارها المسؤولة عن تكوين وتحسين الصورة السياحية وتقديم المنتج السياحي للسائح الأجنبي أفضل تقديم وضمن جودته بالتعاون مع قطاع الأعمال السياحية .

الخلاصة :

لم تعد الصناعات التقليدية والحرف موروثا حضاريا وتراثا ثقافيا تتناقله الأجيال عبر العصور فحسب بل أصبح قطاعا حيويا مهما، يساهم في التنمية الإقتصادية والإجتماعية والثقافية وعنصرا مهما للجذب السياحي إن عراقة التراث الجزائري وتنوعه، جعل قطاع الصناعة التقليدية والحرف غني بالمنتجات المقدمة نوعا وكما، لكن فرغم الأهمية التي اضحت توليها السلطات لقطاع الصناعات التقليدية والحرف، من خلال توفير وتسخير الإمكانيات المادية والتنظيمية إلا أن تفعيلها وترقية تنافسيتها بما يخدم القطاع السياحي مازال لم يتم على الوجه الأمثل .

إن تطوير قطاع الصناعات التقليدية والحرف يهدف إلى زيادة المبيعات والدخل واستحداث الوظائف نتيجة للوصول المعزز إلى الأسواق السياحة، كما عرفنا أن هنالك علاقة طبيعية بين الصناعات التقليدية والحرف والسياحة وان هنالك منفعة متبادلة في دعم أحد القطاعين وترويجه لدعم الآخر، وتساعد مبيعات الصناعات التقليدية في زيادة دخل الأسر وتساهم في زيادة الإيرادات السياحية لدولة وتعتبر أحد عناصر الجذب الثقافية يسعى السواح لإقتنائها في إطار بحثهم عن الوصول للحياة الأصيلة لذلك من الضروري المحافظة عليها والسعي إلى تطوير هذا القطاع.

### III . مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي

بولاية جيجل

تمهيد:

1.III . المقومات السياحية والحرف التقليدية في ولاية جيجل

2.III . تقديم عام لغرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل

3.III . تحليل مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع

السياحي بولاية جيجل

الخلاصة :

**تمهيد:**

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية المعتمدة في ولاية جيجل، ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على استقطاب السياح باستمرار، كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الولاية من إمكانات وما تزخر به من تنوع في صناعاتها التقليدية الذي يعتبر عاملا أساسيا في جلب عدد كبير من السياح .

وخلال هذا الفصل نقوم بدراسة ميدانية التي تعتبر مجالا لجمع البيانات عن الواقع الاجتماعي المراد دراسته، غير أنها لا تكتسي طابعها العلمي إلا بإتباع الباحث وسائل وطرق علمية تمكنه من الوقوف على الإجابات للتساؤلات والحلول العلمية لمشكلة البحث .

### III.1. المقومات السياحية والحرف التقليدية في ولاية جيجل

تعتبر ولاية جيجل عاصمة للسياحة والصناعة التقليدية قياسا الى تميز موقعها الجغرافي الذي أتاح لها على مدى قرون، التفاعل مع عدد من الثقافات المحلية وأخري عربية إسلامية وأمازيغية وافريقية... والتتوع في مقاصدها السياحية وصناعاتها التقليدية إلا دليل على ذلك .

ولتعرف أكثر على هذه المدينة سنستعرض إطلالة عن ولاية جيجل وذلك من خلال إعطاء لمحة تاريخية عنها بالإضافة إلى التطرق إلى مقوماتها السياحية وحرفها التقليدية، الذين يعتبرون من العناصر الأساسية في جلب أكبر قدر من السياح .

#### III.1.1. التعريف بولاية جيجل

تقع ولاية جيجل شرق الجزائر وهي ولاية ساحلية يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، من الجنوب ولاية ميلة وولاية سطيف، من الشرق ولاية سكيكدة ومن الغرب ولاية بجاية.

تحتل الولاية موقعا استراتيجيا، تطل على البحر الأبيض المتوسط شمالا يبلغ طول ساحلها 120 كلم. تمتاز بمناظر فريدة من نوعها بحرية وجبلية جعلتها قبلة العديد من السياح الراغبين بالتمتع بجمال الطبيعة وزرقة البحر .

وينحدر اسم المدينة من لفظ " إيجيلجيلي " وهو تعبير يجد جذوره في الحقبة التاريخية إلى زمن تواجد الرومان، بل إلى الفينيقيين الأوائل، الذين أشاروا في مخطوطاتهم، إلى وجود شبه جزيرة على الساحل الشمالي الشرقي للجزائر، كان يطلق عليها مسمى " جيل جيل " نسبة إلى حيز صخري مستدير، وقد تغير اسم جيجل بتعاقب مراحل التاريخ، فتحولت من إيجيلجيلي إلى جيجيلي وفي الأخير \* جيجل \*

#### III 2.1. المقومات السياحية بولاية جيجل<sup>1</sup>

##### ❖ المقومات الطبيعية

- الكهوف العجيبة :تعد الكهوف العجيبة بولاية جيجل من أهم المعالم السياحية وتزداد شهرة هذه الكهوف من سنة لأخرى وطنيا وحتى دوليا من خلال العدد الهائل من الزوار الذين يقصدونها يوميا. وتقع هذه الاخيرة غرب عاصمة ولاية جيجل بحوالي 35 كلم، وبالضبط بمحاذاة من دار الواد في الزاوية المقابلة لنفس الشاطئ، وهي تتوسط الكورنيش الجيجلي على مسافة 25 كلم وقد اكتشفت المغارة العجيبة سنة 1917 من طرف عمال الجسور والطرق أثناء قيامهم بشق الطريق الوطني رقم 43 الرابط بين جيجل وبجاية، مما اضطرهم إلى ثقب نفق أدى إلى ظهور هذه المغارة التي تشكل ظاهرة كونية عجيبة في شكل

<sup>1</sup> مديرية السياحة لولاية جيجل

معلم طبيعي أثري وسياحي من خلال المناظر الخلابة وهي تتواجد بمنطقة زيامة منصورية ويوجد بجانب الكهوف العجيبة جسر قديم يعد تحفة معمارية عريقة ونادرة في نفس الوقت، المنظر الطبيعي الخلاب الذي جمعت فيه كل المناظر الجميلة في منظر واحد فتجد عند رؤيتك لهذا المكان الخلاب الوادي والبحر والجبل والغابة كلها معا في تناسق وتجاذب عجيب لا يعرف سره إلا خالق هذا الكون.

والمتجول في هذه المغارة يشد انتباهه إلى الأشكال الغريبة المجسدة في الطبيعة، الأشكال والرسومات التي تشكلت بفعل ظاهرة تسرب مياه الأمطار المحملة بالكلس والأملاح المعدنية مشكلة بذلك نوازل وصواعد وأشكال مختلفة، على غرار، سمكة مجمدة، ضرسة كبيرة بجذور، إسم الجلالة "الله" مكتوب بالعربية، إضافة إلى شكل جنين في بطن أمه، الأرجل الأربعة للجمل، القردة الثلاثة التي تمثل رمز الحكمة، وغيرها من الأشكال التي أبدعها الخالق، والتي تشكلت بواسطة الترسبات الكلسية داخل المغارة بفضل مياه الأمطار التي تكون محملة بمختلف أنواع المعادن.

- الكورنيش الجيجلي مصنف ضمن أجمل المواقع السياحية العالمية: من جهته يعتبر كورنيش جيجل متنفس العائلات القادمة من كل حدب خاصة في فصل الصيف، الكورنيش الجيجلي الممتد على ساحل طوله 120 كلم يضم مناظر طبيعية خلابة تمزج بين خضرة الجبال وزرقة البحر وهوما يغري الزائر الذي يكتشف المنطقة لأول مرة بل حتى ذلك الذي زارها عدة مرات.

الكورنيش عبارة عن أجراف صخرية ملامسة للبحر ممتدة من زيامة منصورية الى العوانة تتخللها غابات الفلين وهو من أجمل المواقع السياحية جمالا على المستوى العالمي.

كما يعتبر الكورنيش ملاذ كل شخص يريد الاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة وزرقة البحر خاصة وان هذا الأخير يشكل إرث طبيعي هائل مترام بين سلاسل جبلية وكهوف، يستقطب الكورنيش أربعة آلاف زائر دوريا.

#### ❖ هياكل الإستقبال

❖ الفنادق: تشكل الإقامة ركنا من أركان الخدمة السياحية في أي دولة أو إقليم سياحي، حيث تعد الطاقة الفندقية، حجم الإقامة، نوعيتها ومستوى خدماتها شاهدا على درجة الاهتمام بصناعة السياحة ومؤشر على مستوى رواجها. وتعتبر الفنادق من أشهر أشكال الإقامة، وأوسعها انتشارا وأقدمها عهدا، وتقوم على توفير حاجيات النزلاء من طعام، شراب وإيواء وأماكن خاصة للمسافرين. تتوفر ولاية جيجل على 25 وحدة فندقية بطاقة إستعاب 2050 سرير

جدول رقم ( 07 ) هياكل الاستقبال بولاية جيجل

عدد الفنادق	عدد الغرف
14	30-10
08	60-30
03	90-60

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل

- ❖ **دار الثقافة "عمر أو صديق"**: مؤسسة كلفت ميزانية الدولة أموالا ضخمة، فتحت أبوابها في جوان 2006 تعتبر مكسبا للولاية باعتبارها صرحا ثقافيا، يتمشى مع خصوصيات الولاية السياحية، تقع بأعالي مدينة جيجل "منطقة لعقابي"، تحتوي على 660 عنوان من مختلف المؤلفات والكتب، إضافة إلى توفرها على مكتبة خاصة الأطفال، والورشات البيداغوجية، لبعث التربية الثقافية، لإنتاج المبدعين وصنع الدوق، منها ورشة الموسيقى، تحتوي على تجهيزات ضخمة، قادر على ايقاض واقع الثقافة من سباته العميق.
- ❖ **متحف كتامة**: قصد تشجيع التنقيب عن الأصول التاريخية للولاية، حأول العديد من الأساتذة والباحثين وبعض المهتمين في منتصف الثمانينات إيجاد فضاء مناسب لجمع اللقى الأثرية والمعلومات التاريخية التي من شأنها أن تكون نافذة، نستطيع من خلالها الوقوف على أهم المخططات التاريخية لولاية جيجل.
- ❖ **حديقة الحيوانات**: فضاء حيوي متنوع تم فتحه في نهاية 2005، يعرف إقبالا واضحا للسواح والمصطافين وكذا أبناء الولاية، لكنه يفتقر إلى مختلف أنواع الحيوانات التي تستقطب المزيد من الزوار.
- ❖ **ميناء بوالديس**: يقع في مدخل المدينة، يعرف خلال موسم الاصطياف حركة متميزة، لكنه يفتقر للنشاطات الثقافية والفنية، مما يجعل الملل يصيب الزوار.
- ❖ **المساحات الخضراء**: تعتبر قليلة جدا داخل المدينة، تحاصرها الفضلات من كل جانب .

### III.1.3. الحرف التقليدية بولاية جيجل<sup>1</sup>

- تزرخ ولاية جيجل على غرار باقي مناطق الوطن برصيد تراثي غني في ميدان الصناعة التقليدية التي كانت ولا تزال من بين معالم شخصية المواطن في المنطقة، وتوجد عدة حرف ومهن تقليدية ساهمت في تطوير الفلاحة والتجارة وتسيير الأمور المعيشية بالمنطقة، حيث كانت تعتبر مصدر رزق أغلب سكان الولاية الذين كان يطغى عليهم الطابع الريفي نظرا للمواد الطبيعية الموجودة بالغابات من خشب وطين وحجر وغيرها من المواد التي تزرخ بها الأرض.
- ❖ **صناعة الفخار**: ومن بين الحرف التي تشتهر بها منطقة جيجل صناعة الفخار التي كان يمارسها معظم سكان المنطقة والتي كانت تستعمل في الحياة اليومية كجلب المياه من الآبار والينابيع وتخزين المواد الغذائية

<sup>1</sup> غرفة الصناعات التقليدية و الحرف لولاية جيجل



كالمقح والزيت وغيرها من المواد، كما كانت تستعمل كأواني مطبخية لتقديم الطعام، ولا زالت تمارس بكثرة بالمناطق الشرقية للولاية بالإضافة إلى جبال تاكسنة والعوانة.

❖ **صناعة النسيج والغزل:** أما بالنسبة لصناعة النسيج والغزل التي كانت إلى وقت غير بعيد مصدر لباس سكان الولاية وغطائهم كالحايك والبرنوس والزربية والتي كانت تلزم العروس بحياتها قبل أن تزف إلى دار زوجها خاصة بالمناطق الريفية لدوائر الشقفة والطاهير والميلية، إلا أن هذه الحرفة تراجعت كثيرا وهي في طريقها إلى الزوال باقتصارها على بعض العائلات المحافظة.

❖ **صناعة اللباس التقليدي:** تستمد ولاية جيجل لباس التقليدي من المنطقة ومن المناطق المجاورة كاللباس القبائلي والفتلة والمجبود والشامسة التي تشتهر بها ولاية جيجل فقد عرفت في الأونة الأخيرة روجا كبيرا حيث أنها تمارس في أغلب البيوت الجبيلية عبر كافة تراب الولاية، حيث أن منتجاتها تسوق في المناطق الداخلية والساحلية وحتى خارج الوطن.

❖ **صناعة الخشب والفلين:** في حين أن صناعة الخشب مزدهرة وتعرف بها الولاية والمتوفرة بكثرة بحكم أن المنطقة تزخر بكثرة الأشجار المختلفة والثروة الغابية مثل الفلين والزنان والخلنج، والتي تستعمل في صناعة الأواني الخشبية المنزلية والزخرفية والتحف الفنية والآلات الموسيقية خاصة بمنطقتي الطاهير والميلية، حيث أن منتجات هذه الحرف تلقى إقبالا ورواجا كبيرين سواء داخل الولاية أو خارجها.

❖ **صناعة السلال:** إن صناعة السلال والتي وجدت منذ العصور القديمة، تستمد مادتها الأولية من غابات وأودية المنطقة، حيث تعتمد على مادتي الرواط والقصب، وتنتج هذه الحرفة عدة مواد تستعمل في الحياة اليومية للمواطن الجبيلي مثل: سلة الخبز، وسلّة الزيتون، وقفة العروس، وحاملة الجرائد وكثيرا من التحف الفنية، حيث تنتشر في كل من مناطق طهر وصاف وسيدي عبد العزيز والميلية.

❖ **صناعة الجلود:** عرفت صناعة الجلود منذ القدم بالمنطقة حيث مازالت توجد إلى يومنا هذا عدة مداخل تقليدية بالإضافة مصانع حديثة مما وفر المادة الأولية لحرف جلدية أخرى مثل صناعة الألبسة الجلدية والمحافظ المختلفة والأحزمة والتحف الفنية خاصة بمناطق سيدي عبد العزيز والميلية والجمعة بني حبيبي.

❖ **صناعة الحلي:** أما صناعة الحلي التقليدية فقد اشتهرت بها المنطقة منذ القدم خاصة في منطقة الميلية والعنصر حيث لا تزال تمول المناطق الشرقية للوطن بمختلف المنتجات الفضية من الحلي التي تستعمل في الزينة.

❖ **صناعات أخرى:** بالإضافة إلى هذا هناك حرف أخرى عرفت في القديم وازدهرت بها المنطقة نظرا لخصوصيتها وموقعها إلا أنها تصنف حاليا ضمن الحرف الآيلة للزوال نظرا للتطور العلمي والتكنولوجي ومن أهمها صناعة السفن والحدادة الفنية التي ازدهرت في السابق بشكل كبير لصناعة الأغراض والوسائل المختلفة للاستعمالات اليومية مثل الشاقور والمزير وسكة المحراث والمعدات الخاصة بحيوانات النقل والحرب.

- الجمعيات الناشطة في مجال الحرف والصناعات التقليدية بولاية جيجل  
جدول رقم ( 08 ) الجمعيات الناشطة في مجال الحرف والصناعات التقليدية بولاية جيجل

العنوان	إسم الجمعية
المركز الثقافي لبلدية العوانة	جمعية الأصالة للطرز والخياطة التقليدية
مدرسة التكوين المهني للبنات القدس بلدية الطاهير	جمعية العائدون للفن والصناعة التقليدية
بلدية جبملة	جمعية النور لترقية المرأة الريفية
حي المدبح القديم بلدية الطاهير	جمعية إحياء الحرف التقليدية
بلدية الطاهير	جمعية المنار للحرف والصناعة التقليدية
26 شارع الإخوة خشة جيجل	جمعية المشعل لترقية الصناعة التقليدية
بلدية الطاهير	جمعية أفاق للفنون والصناعة التقليدية
بلدية وجانة	جمعية الأمل لترقية المرأة الريفية
بلدية بني ياجيس	جمعية البصائر لمحو الأمية والتمهين

المصدر: غرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل

### III.2. تقديم عام لغرفة الصناعات التقليدية لولاية - جيجل -

#### III.2.1. التعريف بغرفة الصناعة التقليدية - جيجل -<sup>1</sup>

هي هيئة إدارية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بتاريخ 01 جانفي 1998م طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 144/97 المؤرخ في 23 ذي الحجة عام 1417 الموافق ل 30 أبريل عام 1997م، والذي يوضح كيفية تحويل سجلات الصناعات التقليدية من الهيئات البلدية إلى غرفة الصناعات التقليدية، حيث كانت تابعة لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأصبحت الآن تابعة لوزارة السياحة من خلال التعديل الوزاري في 05 جوان 2005، تقع هذه الغرفة بشارع الأمير عبد القادر، تقدر مساحتها حوالي 600 م<sup>2</sup>، تقوم الغرفة بمجموعة من المهام سعيا منها لتحقيق الأهداف المسطرة لغرض تنمية الصناعات التقليدية والحرف في ولاية جيجل.

#### ❖ أهداف الغرفة : وتتمثل في<sup>2</sup>

- توفير مناصب عمل لشباب من خلال توجيههم وتحفيزهم للإهتمام بهذا القطاع؛
- فتح مجال التمهيئ بالتنسيق مع بعض الحرفيين المعلمين الذين يملكون ورشات خاصة ما يتعلق؛ بالحرف التالية: الفخار، النحاس، الخزف، التحف الخشبية ؛
- التشاور بين القطاعات التي لها صلة بقطاع الصناعات التقليدية والحرف؛
- التعريف بالمنتجات التقليدية في الداخل والخارج ؛

#### ❖ مهام الغرفة : في إطار السياسة الوطنية لتنمية الصناعات التقليدية والحرف تقوم بالمهام التالية :<sup>3</sup>

- مسك سجل الحرف التقليدية وتسييره ؛
- تقترح على السلطات المعنية برنامج تنمية نشاطات الصناعات التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية وتتولى تنفيذها بعد موافقة الوزير المكلف بالصناعات التقليدية كما تعرض على السلطات العمومية ذات الصلة بالغرفة الوطنية للصناعة التقليدية كل التوصيات أو الإقتراحات المحبذة في مجال التشريع وتنظيم الحرفيين ؛
- تقوم بالتصديق على منتوجات الصناعات التقليدية وتسلم كل الوثائق أو الشهادات أو التأشيرات المتعلقة بنوعية الخدمات ؛
- تنشر وتوزع كل وثيقة أو مجلة أو دورية تتصل بهدفها، كما تشارك في مبادرات الهيئات التمثيلية التي لها نفس الهدف ؛
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات لصالح الحرفيين التابعين لدوائرها الإقليمية ؛

<sup>1</sup> غرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل

<sup>2</sup> المرجع السابق

<sup>3</sup> المرجع السابق

- تبدي آراءها في إحداث نشاطات الصناعة التقليدية والحرف، كما تقوم بكل عمل يرمي إلى ترقية قطاع الصناعات التقليدية والحرف وتطويره لاسيما في مجال التصدير والإستثمار؛
- تقوم بحماية المصالح المهنية والإجتماعية للحرفيين؛
- تنظم لقاءات وتظاهرات لترقية الصناعات التقليدية والحرف ؛

### III.2.2. الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية - جيجل<sup>1</sup>

يتكون الهيكل التنظيمي للغرفة من:

❖ **المدير** : يعين بقرار وزاري من قبل الوزير المكلف بالصناعات التقليدية والحرف ويتمتع المدير بجميع الصلاحيات لإدارة الغرفة والسهر على تسييرها بما يسمح به القانون وتتمثل مهام مدير غرفة الصناعات التقليدية بجيجل ما يلي :

- يبرم كل الصفقات والعقود والإتفاقيات التي لها صلة بالغرفة ؛
- تمثيل الغرفة أمام القضاء ؛
- مسؤول على تسيير أموال الغرفة ؛
- هو المسؤول على إعداد ميزانية آخر السنة المالية ويقدمها إلى الجمعية العامة؛

❖ **الأمانة العامة** : هي الرابطة المباشر مع المدير ومن مهامها ما يلي

- تنظيم عملية مقابلة الزوار مع المدير؛
- إعداد محاضر الإجتماعات ؛
- استلام البريد اليومي وعرضه على المدير والمصالح الأخرى؛
- إستقبال المكالمات وتحويلها إلى المدير إذا لزم الأمر ذلك ؛
- حفظ المستندات الخاصة بمكتب المدير ؛

❖ **رئيس دائرة التنشيط والتطوير الاقتصادي والإعلام** : مهام هذه الدائرة تتمثل فيما يلي :

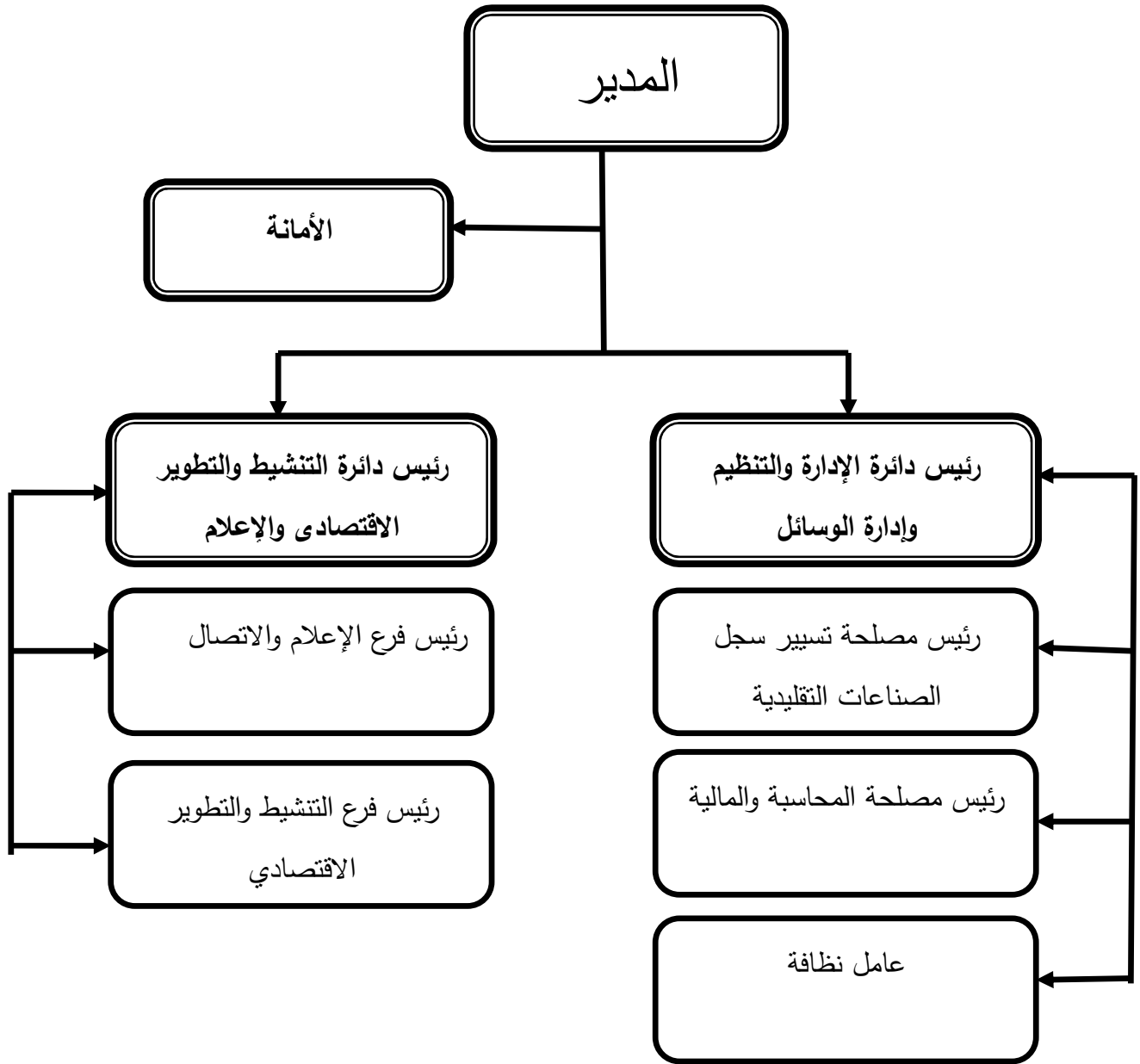
- السهر على السير الحسن لأعمال الغرفة ؛
- تنظيم المعارض والمشاركة فيها؛
- الإسهام في دعم الحرفيين من خلال إستغلال فرص تموقع منتجاتهم ؛
- استقبال وتوجيه المتعاملين في مجال الصناعات التقليدية ومرافقتهم عند إعداد مشاريعهم؛
- تنفيذ الدراسات المنجزة من طرف الغرفة ومتابعتها ومراقبتها ؛
- توجيه الحرفيين في تحديد مصادر التمويل بالتجهيزات، وتدعيمهم بالمواد الأولية؛
- تنفيذ الدراسات المبرمجة ومتابعتها ؛

<sup>1</sup> غرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل

- ضمان السير الحسن لكل مرفق للصناعات التقليدية تتكفل الغرفة بتسييره ؛
- تساهم في تعديل وإضافة نشاطات خاصة بالصناعات التقليدية والحرف؛
- إعلام كافة الحرفيين المنخرطين بكافة النصوص التشريعية والتنظيمية ونوعية المنتجات وطرق الإنتاج والمقاييس الخاصة بالتسيير؛
- إعداد حصيلة دورية ؛
- القيام بعمليات تكوين الحرفيين المنخرطين ؛
- المساهمة في تطوير فروع الصناعات التقليدية ضمن الشبكة الوطنية للتكوين المهني؛
- ❖ **رئيس دائرة الإدارة التنظيم وإدارة الوسائل :** وتتمثل مهام هذا المكتب في :
  - مسك السجلات الخاصة بالصناعات التقليدية وتسييرها ؛
  - اقتراح برامج تكوين وتأهيل المستخدمين ؛
  - ضبط وتحسين البطاقة الحرفية ؛
  - اقتراح برامج تكوين وتأهيل المستخدمين ووضعها حيز التنفيذ؛
  - معالجة المعطيات الإحصائية الإقتصادية والتنظيمية المتعلقة بالصناعات التقليدية وتحليلها ونشرها وتوزيعها ؛
  - تنظيم المشاركة في المعارض الخاصة بمنتجات الصناعات التقليدية؛
  - حث الحرفيين على التنظيم في شكل جمعيات حرفية ومساعدتهم في تنشيطها ؛
  - إنجاز ومراقبة الخدمات المسندة إلى غرفة الصناعات التقليدية ؛
  - دراسة ملفات المنازعات ومتابعتها ؛
  - ضبط البطاقات الخاصة بالحرفيين ؛
  - إنجاز بطاقات الأجور للعمال؛
  - تسيير الوسائل المادية ؛
  - صيانة الوسائل والمعدات الخاصة بالغرفة؛
- ❖ **رئيس فرع الإعلام والاتصال:** مهام هذا المكتب هي :
  - إعداد دراسات في الإعلام الآلي والقيام بعمليات البرمجة ؛
  - الإشراف على كل خلل في أجهزة الإعلام الآلي في الغرفة ؛
  - متابعة التطور العلمي للإعلام الآلي ؛
  - استغلال جميع المعلومات المتعلقة بالإحصائيات الخاصة بالغرفة ؛
- ❖ **رئيس مصلحة تسيير سجل الصناعات التقليدية**
  - إستقبال ملفات الحرفيين ودراستها ؛
  - مسك سجل الصناعات التقليدية للحرفي ؛

- ضبط بطاقة الحرفي ؛
- تنظيم مشاركة الغرفة في المعارض؛
- ❖ رئيس مصلحة المحاسبة والمالية : تتمثل مهامها في :
  - إعداد الدراسات المالية للمؤسسة ؛
  - تحديد الميزانية ؛
  - إنجاز بطاقات الأجور للعمال؛
  - إعداد الميزانية السنوية للغرفة ؛
  - مسؤولية في التعامل مع البنوك ؛
  - وضع الأحكام الخاصة بالمحاسبة ومراقبة جميع عملياتها ؛
  - تسيير الإيرادات والمصاريف؛
- ❖ رئيس فرع التنشيط والتطوير الإقتصادي : تتمثل مهامه في
  - شراء وبيع المنتجات الحرفية ؛
  - ❖ عامل نظافة : يقوم بالأعمال التالية :
    - يقوم بتنظيف المكاتب والأروقة في الغرفة،
    - يقوم بترتيب المنتجات الحرفية وتنظيفها من الغبار؛

الشكل رقم (04) يوضح الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعات التقليدية والحرف لولاية - جيجل -



المصدر : مصلحة المستخدمين

### III.2.3. نشاطات غرفة الصناعات التقليدية والحرف لسنة 2013 - جيجل<sup>1</sup>

- ❖ مشاركة الغرفة في إحتفال برأس السنة الامازيغية يناير من تنظيم جمعية الفجر لإحياء الحرف التقليدية لبلدية الطاهير، كرم من خلاله الحرفيات الناشطات في الصناعات التقليدية الفنية، وهذا يوم 12 جانفي 2013.
- ❖ بمناسبة العيد العالمي للمرأة تم تنظيم معرض لصناعات التقليدية بمتحف كتامة جيجل وهذا يوم 07 مارس 2013 بمشاركة 20 حرفية حيث افتتح هذا المعرض من طرف السادة : مدير غرفة الصناعات التقليدية ومدير السياحة والصناعات التقليدية، رئيس المجلس الشعبي البلدي لبلدية سيدي عبد العزيز
- ❖ مشاركة حرفي واحد في صناعة الجلود في عيد الزربية بولاية غرداية من 26 إلى 30 مارس 2013
- ❖ مشاركة حوالي 20 حرفي وحرفية في تظاهرة عيد السمك الذي نظمه الديوان الجيجلي للسياحة وهذا يوم 28 مارس 2013
- ❖ مشاركة الغرفة بمنتجات الجلود الخاصة بولاية جيجل في معرض الصناعات التقليدية والمقام على هامش الجلسات الوطنية يومي 14 و 15 أبريل 2013
- ❖ مشاركة حرفي في الصناعات الجلود بعيد تيديكلت السنوي للصناعات التقليدية بعين صالح وهذا من 18 إلى 22 افريل 2013 وقد تحصل على شهادة أحسن عرض
- ❖ مشاركة حرفي في صناعة الجلود في صالون توات للصناعات التقليدية الطبعة الثانية وهذا من 25 إلى 29 أبريل 2013 وقد تحصل على أحسن منتج
- ❖ مشاركة حرفي في صناعة الأدوات الخشبية في الصالون الوطني للصناعات التقليدية بتيزي وزومن 13 إلى 17 ماي 2013
- ❖ مشاركة الحرفيين في المعرض المقام بمناسبة شهر التراث الذي نظمته دار الثقافة بالتنسيق مع الغرفة وهذا من 18 إلى 23 أبريل 2013
- ❖ مشاركة الغرفة بالتنسيق مع غرفة الفلاحة في تظاهرة عيد الفرولة بمعرض خاص بالحرفي صانعي الحلويات والمرطبات وهذا يوم 25 أبريل 2013 بدار الثقافة + مسابقة لأحسن منتج الفرولة
- ❖ مشاركة ثلاث حرفيين في الصالون الجهوي للصناعات التقليدية بتاجنانت ولاية ميلة من 19 إلى غاية 23 مارس 2013
- ❖ مشاركة الغرفة بمعرض للصناعات التقليدية بمناسبة افتتاح موسم الاصطياف 2013
- ❖ مشاركة حرفي في صناعة الجلود في مهرجان الوطني للفرس بولاية تيارت من 06 إلى 08 جوان 2013
- ❖ مشاركة حرفي في صناعة أدوات خشبية في معرض الصناعات التقليدية بولاية الطارف

<sup>1</sup> غرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل



- ❖ مشاركة الغرفة في مراسيم افتتاح موسم الاصطياف 2013 بساحة كتامة جيجل عن طريق تنظيم معرض خاص
- ❖ الإتفاق على برنامج من أجل تمويل الحرفيين بالمواد الأولية بالتنسيق مع مدبغة خنيفر بتاريخ 03 جويلية 2013 وتقييم العملية .
- ❖ مشاركة حرفيين في صناعة الفخار بالصالون الوطني للفخار التقليدي بولاية تيبازة وهذا يوم 14 أوت 2013
- ❖ نظمت الغرفة معرض الصناعات التقليدية وهذا من 15 إلى 24 أوت 2013 ببلدية سيدي عبد العزيز في إطار تنشيط موسم الإصطياف
- ❖ مشاركة حرفيين في التحف الفنية في الصالون المحلي للتحف الفنية البحرية وهذا من 21 إلى 25 أوت 2013 بولاية الشلف
- ❖ تم تنظيم الصالون الوطني للجلود من 26 أوت إلى غاية 02 سبتمبر 2013 الذي شارك فيه 20 ولاية ب 46 مشارك بمختلف جهات الوطن جهات الوطن
- ❖ مشاركة حرفيين في صناعة الأدوات الخشبية في الصالون الوطني للخشب من 26 إلى 30 سبتمبر 2013 بالجزائر العاصمة
- ❖ إجراء يوم دراسي على هامش الصالون يوم 29 أوت 2013 بالمركز الثقافي الإسلامي
- ❖ مشاركة حرفيين في مختلف نشاطات الصناعات التقليدية في الصالون الوطني الثامن عشر للصناعات التقليدية من 07 إلى غاية 16 نوفمبر 2013
- ❖ مشاركة حرفيين في صناعة الرخام في الصالون الوطني لحرف العمارة من 26 إلى 30 نوفمبر 2013 بولاية مستغانم
- ❖ مشاركة حرفيين في صناعة الفخار بالصالون الجهوي للفخار وهذا من 03 إلى 07 ديسمبر 2013 بولاية بجاية
- ❖ بمناسبة الإحتفال باليوم الوطني للصناعات التقليدية نظمت الغرفة معرضين الأول بحديقة الحيوانات وهذا بالتنسيق مع جمعية الأصالة للخياطة والطرز التقليدي لبلدية العوانة وهذا أيام 06-07-08 نوفمبر 2013 والثاني بمتحف كتامة بالتنسيق مع جمعية الفجر لإحياء الحرف التقليدية لبلدية الطاهير أيام 09-10-11 نوفمبر 2013 .

### III.3. تحليل مساهمة قطاع الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي بولاية - جيجل -

إستعنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج رئيسي للدراسة باعتباره طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها، وساعدنا في ذلك استخدام عدة معالجات إحصائية عن طريق الجداول والأعمدة البيانية والدوائر النسبية وكذلك تحويل الأسلوب الكمي إلى أسلوب كفي من تحليل الجداول والأشكال .

يرتكز التحليل على استغلال نتائج التحقيق الميداني الذي تم في غرفة الصناعات التقليدية لولاية جيجل ويتضمن عينة من الحرفيين بما فيها الجمعيات الحرفية التي تنشط ضمن الغرفة والتي تشارك بمنتجاتها في المعارض المنظمة لأجل جلب أكبر قدر من السياح .

مع العلم أن عينة هذه الدراسة ارتكزت على 100 حرفي مسجلين ويملك كل حرفي بطاقة حرفي سارية المفعول

سنقوم بإبراز دور الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي من خلال إظهار تطور مبيعات الصناعات التقليدية وتطور عدد السياح والإيرادات السياحية المحققة وكذلك مناصب الشغل من خلال المساهمة الاجتماعية والثقافية .

#### مجال الدراسة

تمت الدراسة على المستوي المحلي وذلك حسب البيانات المتوفرة حتى سنة 2013.

وتم اختيار المجال الزمني المحدد من سنة 2008م حتى سنة 2013م

### III.1.3. تحليل المساهمة الاقتصادية لصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي

من خلال المعطيات والإحصائيات المتوفرة والتي تم ترجمتها إلى جداول وأعمدة بيانية سنحاول التوصل إلى مدى مساهمة الصناعات التقليدية في جلب السياح التي من خلال ذلك زيادة مبيعات الصناعات التقليدية وزيادة الإيرادات السياحية .

جدول رقم (09) تطور الإنتاج في غرفة الصناعات التقليدية -جيجل - (2008-2013)

الوحدة : دج

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
تطور الإنتاج	630.000.00	700.000.00	750.000.00	165.000.000	179.000.000	188.000.000

المصدر :غرفة الصناعات التقليدية لولاية - جيجل -

من الجدول رقم (09) نلاحظ أن تطور الإنتاج في الصناعات التقليدية يعرف زيادة معتبرة حيث ارتفع من 2008 إلى غاية 2013، إذ قدر الإنتاج سنة 2008 ب 63 مليون دج، ليرتفع الإنتاج سنة 2009 إلى حوالي 70 مليون دج أما سنة 2010 إرتفع إلى 75 مليون دج ليتضاعف الإنتاج سنة 2011 حيث وصل حتى 165 مليون دج ويرجع ذلك إلى زيادة عدد الحرفيين وفتح مناصب شغل جديدة، ليستمر في الإرتفاع حتى سنة 2013 إلى 188 مليون دج حيث سعت غرفة الصناعات التقليدية بالتنسيق مع السلطات العمومية إلى منح دعم للحرفيين فيما يخص تقديم القروض والمواد الأولية.

جدول رقم (10) تطور مبيعات غرفة الصناعات التقليدية -جيجل - (2008-2013)

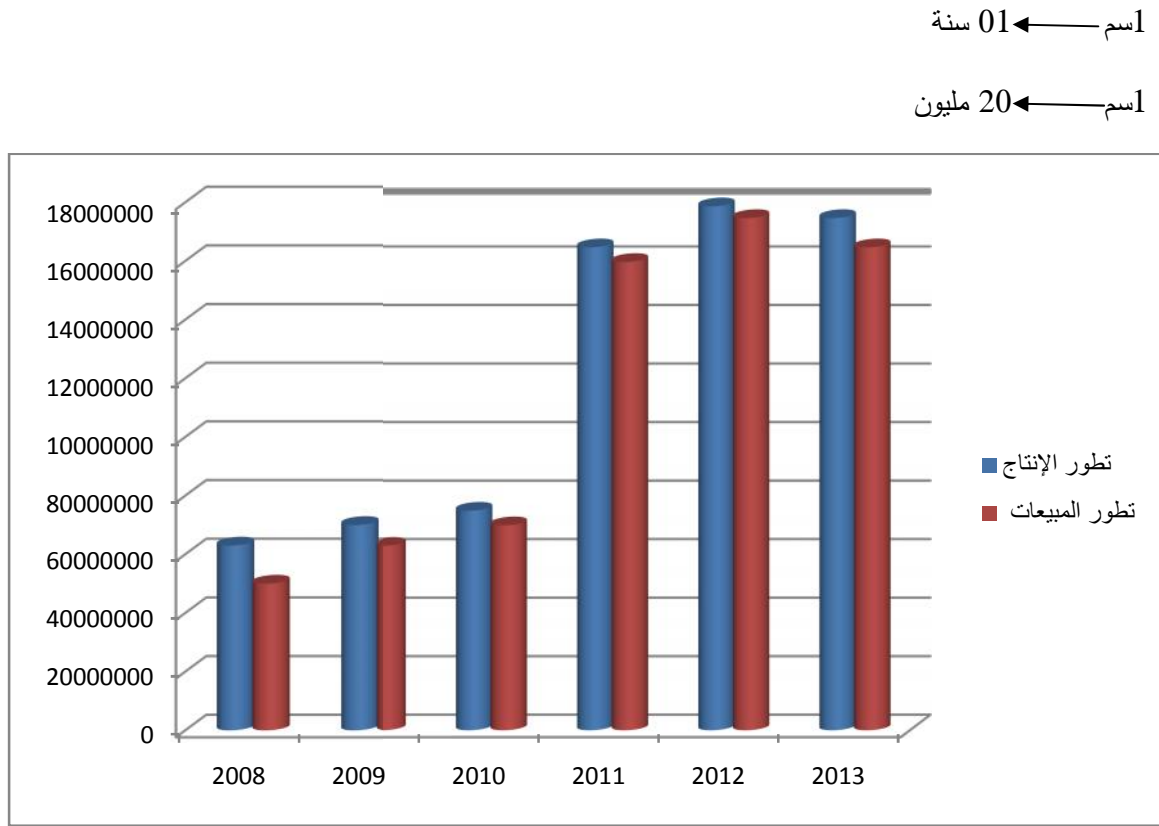
الوحدة: دج

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
تطور المبيعات	500.000.00	630.000.00	700.000.00	160.000.000	175.000.000	165.000.000

المصدر : غرف الصناعات التقليدية لولاية -جيجل-

من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ ان تطور المبيعات في زيادة مستمرة حيث قدرت سنة 2008 ب 50 مليون دج لترتفع بقيمة معتبرة سنة 2009 إلى 63 مليون دج أما في سنة 2010 وصلت قيمة المبيعات إلى 70 مليون دج أما في السنوات الأخيرة فقد تضاعفت مبيعات الصناعات التقليدية حيث وصلت سنة 2011 إلى 160 مليون ووصلت سنة 2012 إلى 175 مليون ويرجع هذا التطور إلى زيادة عدد السياح المتوافدين على المعارض والتي تشارك فيها غرفة الصناعات التقليدية وتقديم الدعم للحرفيين أما سنة 2013 فقد تناقصت إلى 165 مليون دج وهذا راجع إلى تناقص في عدد السياح

الشكل رقم ( 05 ) : تطور الإنتاج ومبيعات منتجات الصناعات التقليدية (2008-2013)



المصدر : من إعداد الطالبتين

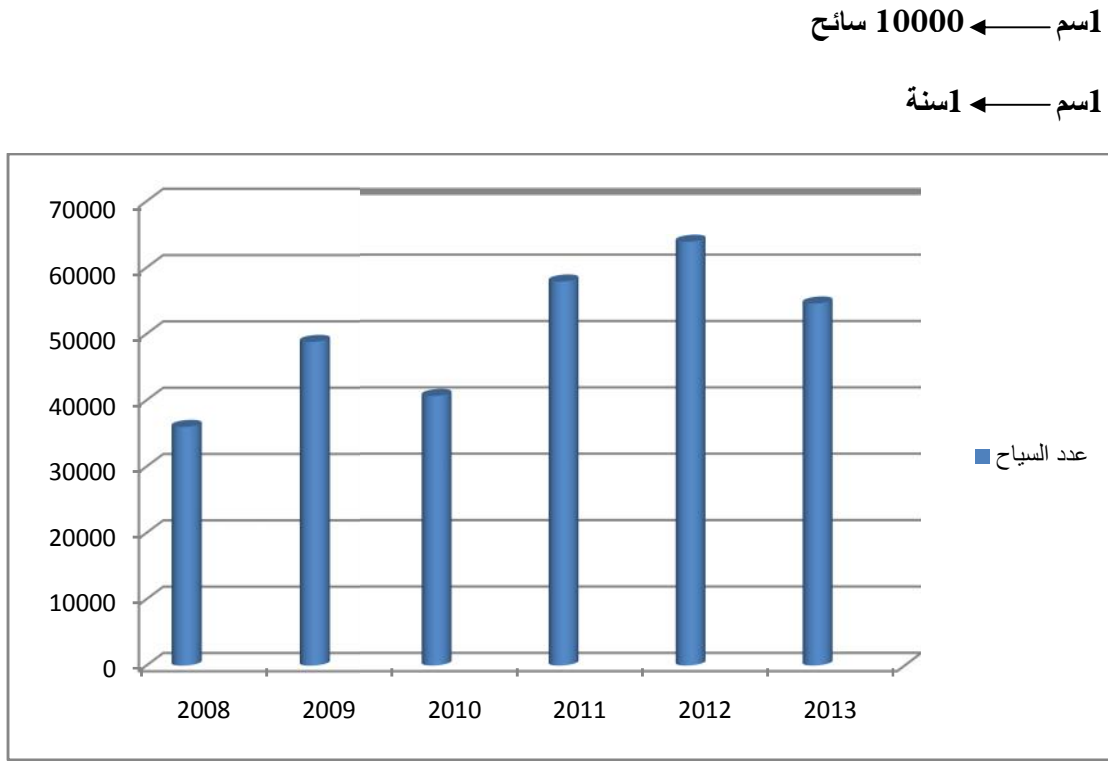
من خلال الشكل رقم (05) نلاحظ أن هناك علاقة طردية بين تطور الإنتاج وتطور المبيعات في الصناعات التقليدية حيث أن زيادة الإنتاج بتوفير مناصب شغل إضافية وتوفير الدعم اللازم للحرفيين سيؤدي إلى زيادة المداخيل من هذه الصناعات وبالتالي تحقيق التطور الاقتصادي

جدول رقم ( 11 ) تطور عدد السياح المتوافدين على ولاية -جيجل - ( 2008 - 2013 )

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد السياح	35990	48805	40603	57848	63840	54530

المصدر : مديرية السياحة لولاية جيجل

الشكل رقم (06) تطور عدد السياح المتوافدين على ولاية جيجل (2008 - 2013)



المصدر: من اعداد الطالبتين

من خلال الجدول رقم ( 11 ) والشكل رقم (06) نلاحظ أن ولاية جيجل تشهد تطور في دخول السياح إليها حيث بلغ عدد السياح سنة 2008، 35990 سائح، أما سنة 2009 فنلاحظ زيادة بلغت 48805 سائح وعرف بعد ذلك إنخفاضا سنة 2010 إلى 40603 في عدد السياح بسبب إنتشار ظاهرة تأجير السكنات الخاصة أدي إلى عدم التحكم في تسجيل العدد الفعلي للمتوافدين على الولاية ليعود عدد السياح إلى الإرتفاع سنة 2011 وسنة 2012م ب 63840 سائحا، أما سنة 2013 فقد تناقص عدد السياح حيث بلغ 54530 سائحا، يعود هذا التراجع في عدد السياح المتوافدين على ولاية جيجل وذلك بسبب تأخر في إمتحانات البكالوريا ودخول شهر رمضان

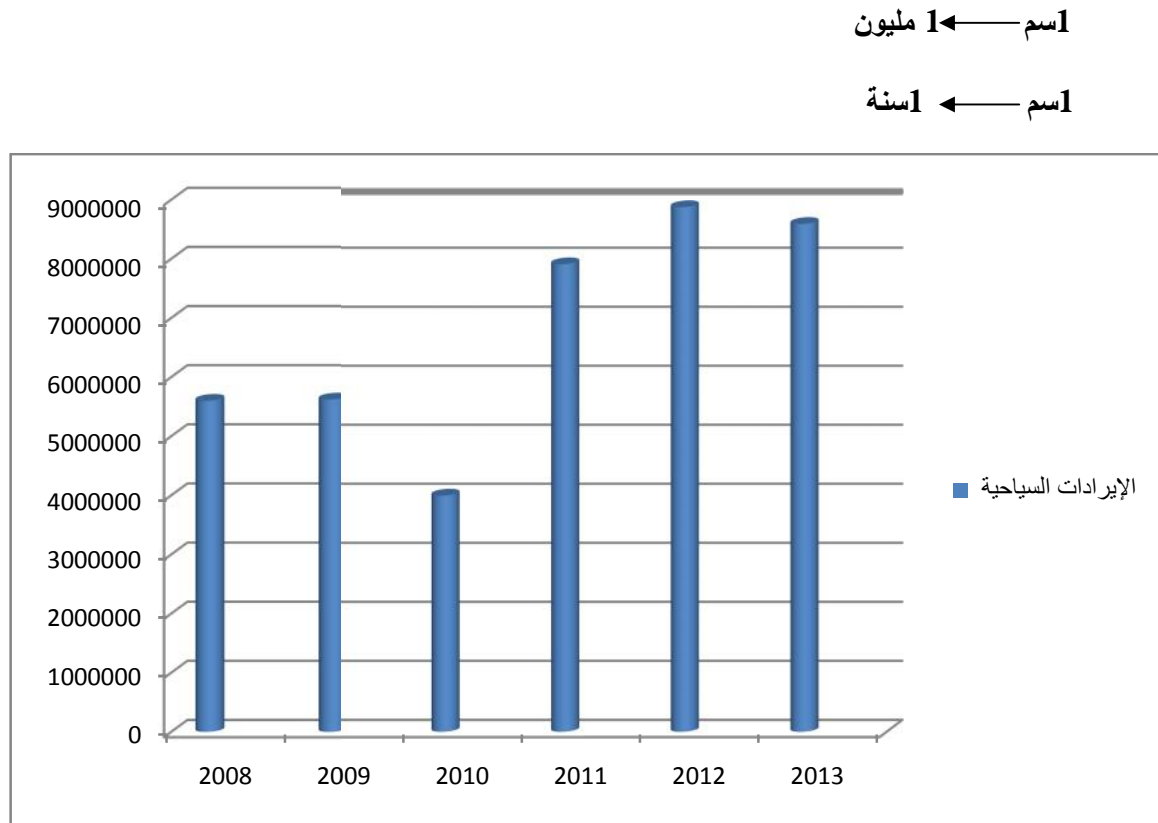
جدول رقم ( 12 ) الإيرادات السياحية لولاية - جيجل - ( 2008 - 2013 )

الوحدة : دج

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الإيرادات السياحية	560.025.700	562.210.300	400.325.600	792.325.600	889.053.400	860.642.700

المصدر : مديرية السياحة لولاية جيجل

الشكل رقم ( 07 ): الإيرادات السياحية لولاية- جيجل- (2008 - 2013)



المصدر: من إعداد الطالبتين

من خلال الجدول رقم ( 12 ) والشكل رقم ( 07 ) نلاحظ أن الإيرادات السياحية لولاية جيجل في تزايد مستمر خلال خمس سنوات متتالية، حيث قدرت سنة 2008 ب 560 مليون دج وزادت بنسبة طفيفة خلال سنة 2009 ب 595 مليون دج، ثم تناقصت إلى 400 مليون دج سنة 2010 وذلك بسبب مجريات كأس العالم في دولة جنوب إفريقيا، إضافة ثم عرفت زيادة معتبرة 2011 ونظرا إلى الاهتمام المتزايد لجلب أكبر قدر من السياح فقد زادت المداخل السياحية للولاية 889 مليون دج سنة 2012 بسبب زيادة عدد السياح في هذه السنة، أما سنة 2013 فقد تناقصت الإيرادات السياحية إلى 860 مليون دج وهذا راجع إلي تراجع في عدد السياح بسبب شهر رمضان المعظم

### III. 2.3. تحليل المساهمة الاجتماعية للصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي:

تتمثل مساهمة الصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي من خلال ما يلي:

الجدول رقم (13): تطور عدد الحرفيين المسجلين في قطاع الصناعات التقليدية (2008 - 2013)

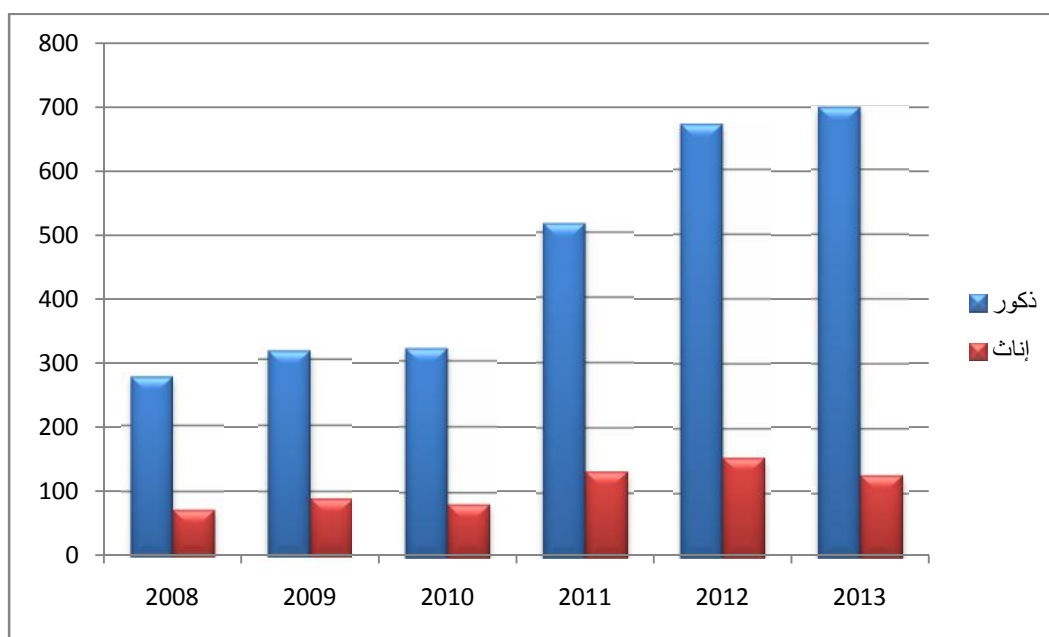
2013	2012	2011	2010	2009	2008	
696	670	513	319	313	274	ذكور
128	155	133	82	89	72	إناث
824	825	646	401	402	346	المجموع

المصدر: إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

الشكل رقم (08): تطور عدد الحرفيين الناشطين في قطاع الصناعات التقليدية في ولاية جيجل (2008-2013)

1سم ← 100 شخص

1سم ← 1 سنة



المصدر: من إعداد الطالبتين

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن هناك ارتفاع مستمر في عدد المسجلين في قطاع الصناعات التقليدية في فئة الذكور بين 2008 و 2013 على عكس فئة الإناث التي عرفت ارتفاع من سنة 2008 إلى 2009 لتتخفف في سنة 2010، وبعد ذلك تبدأ في الارتفاع مجدداً في سنتي 2011 و 2012 لتتخفف مجدداً في سنة 2013، وهذا التذبذب مرتبط بتوفر مناصب الشغل في قطاع الصناعات التقليدية، وكذلك راجع إلى

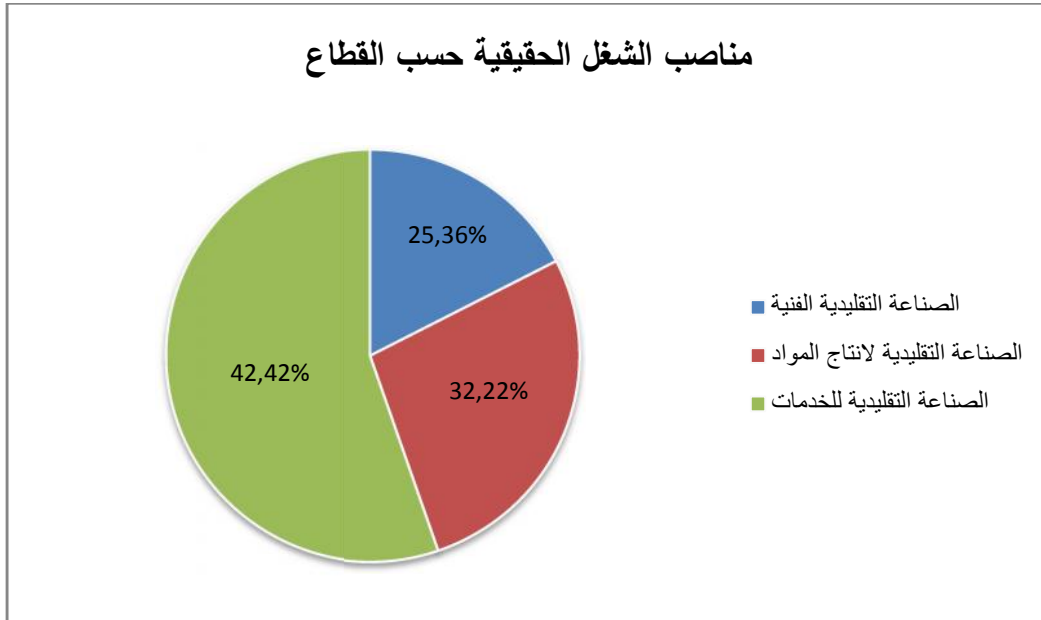
مختلف الحوافز والتسهيلات التي تقدم من طرف السلطات المسؤولة كآلية الدعم ومنحة الحرفي ومختلف القروض المشجعة على الإنتاج في قطاع الصناعات التقليدية.

الجدول رقم (14): عدد مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب القطاع:

الصناعة التقليدية الفنية	الصناعة التقليدية لإنتاج المواد	الصناعة التقليدية للخدمات	
274	430	870	مناصب الشغل الحقيقية
%25,36	%32,22	%42,42	النسبة

المصدر: إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

الشكل رقم (09): نسبة مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب القطاع



المصدر: من إعداد الطالبتين

حسب الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن عدد مناصب الشغل المحدثة في نشاط الصناعة التقليدية للخدمات أكثر من مناصب الشغل المحدثة في كل من نشاط الصناعة التقليدية الفنية ونشاط الصناعة التقليدية لإنتاج المواد حيث بلغ قطاع الخدمات نسبة 42,42% من مجمل الحرف يليه قطاع إنتاج المواد بنسبة 32,22% وأخيرا قطاع الصناعة التقليدية الفنية بنسبة 25,22% .

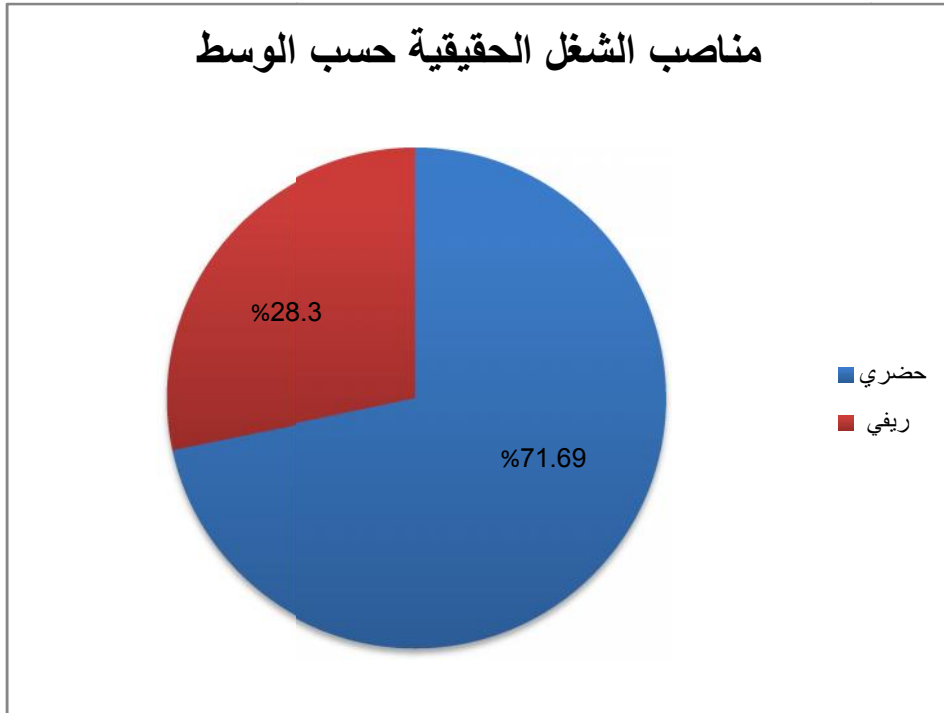


الجدول رقم (15): عدد مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب الوسط:

الوسط	مناصب الشغل الحقيقية	النسبة
حضري	588	%71,69
ريفي	285	%28,3

المصدر: إحصائيات لغرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

الشكل رقم (10): نسبة مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب الوسط



المصدر: من إعداد الطالبتين

نلاحظ من الجدول رقم (15) والشكل رقم (10) أن الوسط الحضري الأكثر استفادة من مناصب المحدثّة بنسبة %71,69 على عكس الوسط الريفي الذي يعرف تهميش نوعا ما وذلك من خلال المناصب الموزعة عليه بنسبة %28,3 والتي تعتبر ضئيلة نوعا ما مقارنة بمناصب الشغل المحدثّة في الوسط الحضري وذلك راجع لأسباب عديدة منها التسهيلات المقدمة من طرف المسؤولة وكذلك آليات دعم المناطق الريفية.

الجدول رقم (16): تطور الأجور في قطاع الصناعات التقليدية بجيجل

الوحدة: دج

2013	2012	2011	2010	2009	2008	كتلة الأجور
130.000.000	120.000.000	100.000.000	980.000.00	920.000.00	850.000.00	

المصدر: إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

نلاحظ من الجدول رقم (16) أن كتلة الأجور عرفت ارتفاعا في السنوات الأربع الأولى من سنة 2008 إلى سنة 2011 كما أنها عرفت ارتفاعا كبيرا في الثلاث السنوات الأخيرة من 100 مليون دج في سنة 2011 إلى 130 مليون دج في سنة 2013 هذا الارتفاع سببه زيادة المبيعات في منتجات الصناعة التقليدية وهذا يعتبر السبب الرئيسي في ارتفاع دخول الحرفيين مما يساعدهم في تحسين ظروفهم المعيشية من خلال الادخار وكذا الاستثمار في مشاريع جديدة.

### III.3.3. تحليل المساهمة الثقافية للصناعات التقليدية في تنشيط القطاع السياحي:

ويكون ذلك عن طريق المعارض والتظاهرات الوطنية والدولية حيث أن الغرض من إقامتها هو العناية بهذا المنتج وتشجيع إنتاجه بالطرق التقليدية المتوارثة. وذلك من خلال توفير فضاء للتعاون والاحتكاك بين الحرفيين، وإعطاء الصدى التجاري والسياحي للصناعات التقليدية.

الجدول رقم (17): عدد المعارض التي أقيمت من (2010 - 2013)

2013	2012	2011	2010	
10	09	04	14	المعارض
71	145	69	180	عدد الحرفيين المشاركين

المصدر: إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

الجدول رقم (18): عدد التظاهرات الوطنية والدولية التي أقيمت من (2010 - 2013)

2013	2012	2011	2010	
16 وطني / 0 دولي	10 وطني / 02 دولي	14 وطني / 0 دولي	01 وطني / 0 دولي	التظاهرات الوطنية والدولية
92 حرفي وطني / 0 دولي	13 حرفي وطني / 4 دولي	61 حرفي وطني / 0 دولي	23 حرفي وطني / 0 دولي	عدد الحرفيين المشاركين

المصدر: إحصائيات غرفة الصناعات التقليدية بجيجل.

جدول رقم (19): عدد الحرفيين المسجلين في غرفة الصناعات التقليدية مع المشاركين في المعارض والتظاهرات

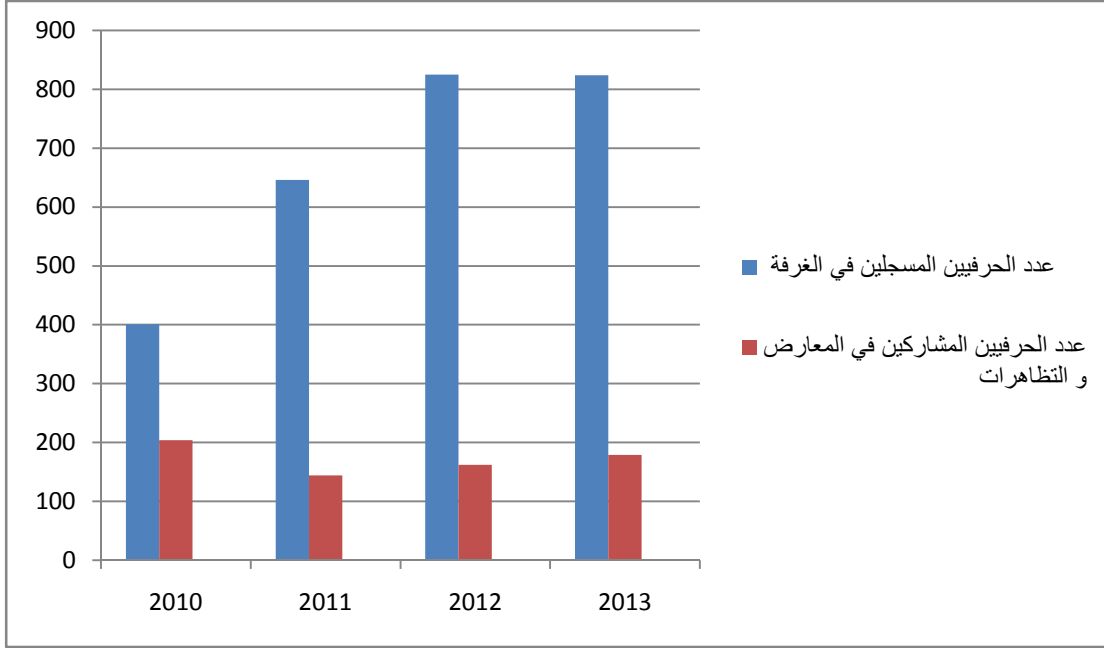
(2010-2013)

2013	2012	2011	210	
824	825	646	401	عدد الحرفيين
179	162	144	204	عدد الحرفيين المشاركين في المعارض والتظاهرات

المصدر: غرفة الصناعات التقليدية والحرف

الشكل رقم (11): عدد الحرفيين في الغرفة وعدد الحرفيين المشاركين في المعارض والتظاهرات من سنة (2010 - 2013)

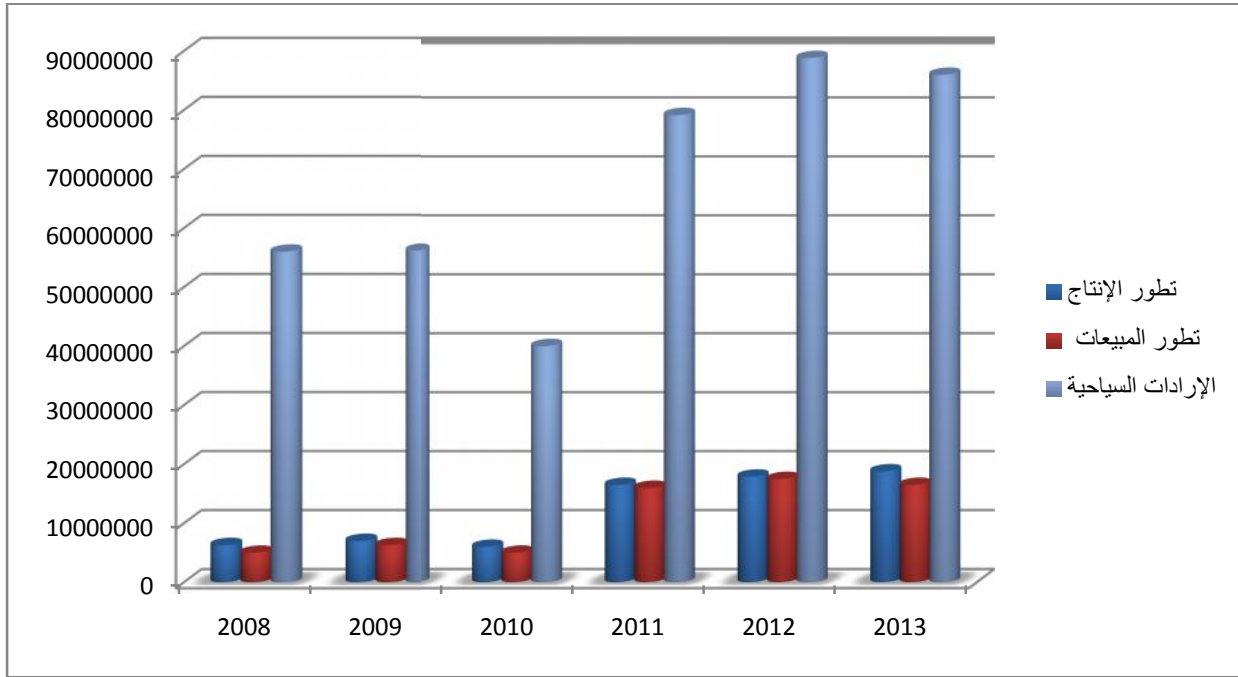
1سم ← 100 حرفي مشارك في المعارض والتظاهرات  
1سم ← 1سنة



المصدر: من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (11) أن عدد الحرفيين المشاركين في المعارض والتظاهرات كان مرتفعا سنة 2010 حيث شارك في المعارض 204 حرفي وكان مسجل 401 حرفي، مقارنة بالسنوات اللاحقة (2011، 2012، 2013) ب (144، 162، 179)، على الترتيب رغم تزايد في الحرفيين المسجلين في غرفة الصناعات التقليدية وهذا بسبب نقص في عدد المعارض والتظاهرات المنظمة خلال هذه السنوات أما سنة 2010 تميزت بإقامة معارض عديدة عرفت مشاركة قوية للحرفيين بمختلف الصناعات التقليدية تمركزت أغلبها في نشاط السلالة، الحلي التقليدية، النقش على الخشب، الغرابيل والفلين وعروض الأزياء والفخار والزجاج والنحاس، كذلك صناعة الجلود التي عرفت مشاركة لخمس مرات على التوالي حيث ستقام المشاركة السادسة هذه السنة. كما عرفت نشاطا سياحيا مرتفعا حيث تم إقامة معارض بمناسبة افتتاح موسم الاصطياف تحت شعار الصناعات التقليدية واجهة الجزائر للسياحة، كما لا ننسى الأيام الدراسية والنشاطات المحلية التي تقام بالتنسيق مع دار الثقافة إحياء للتراث والتقاليد الشعبية.

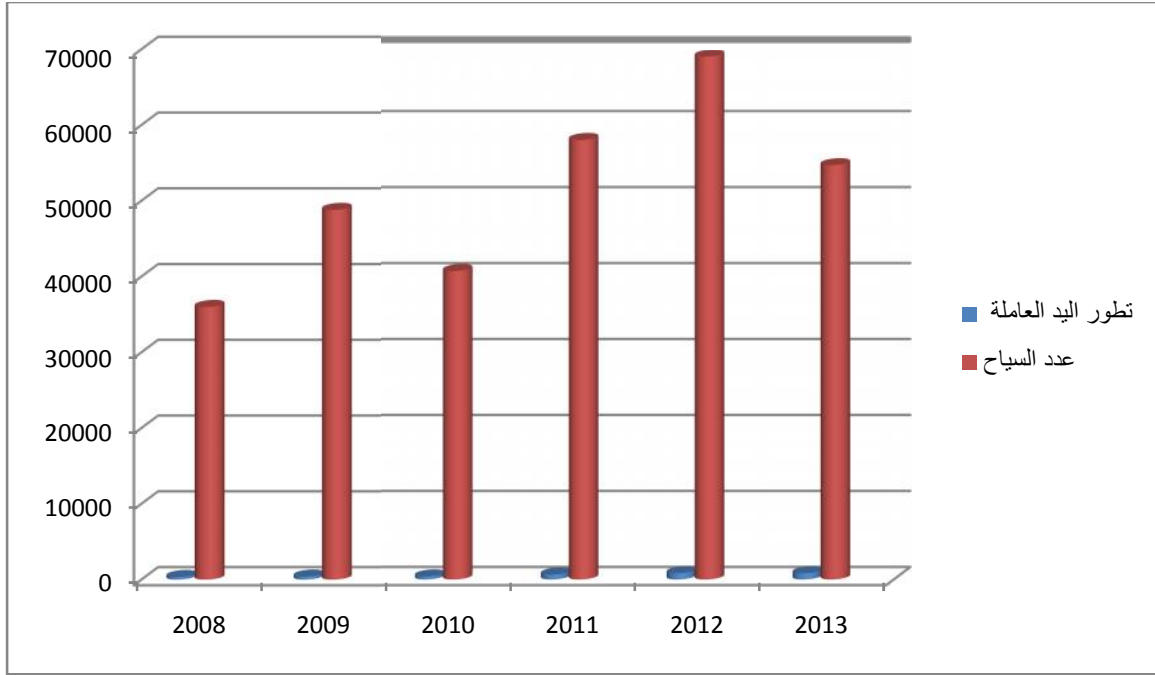
الشكل رقم (12) تطور إنتاج ومبيعات الصناعات التقليدية والإيرادات السياحية في ولاية جيجل (2008-2013)



المصدر: من إعداد الطالبتين

من خلال الشكل رقم (12) نلاحظ أن المؤشرات (تطور الإنتاج، وتطور المبيعات، والإيرادات السياحية) عرفت تزايد خلال سنتي 2008 و 2009 ثم عرفت كل المؤشرات إنخفاضا سنة 2010 إلا أنه بعد ذلك إرتفعت كل من المبيعات والإنتاج والإيرادات خلال سنتي 2011 و 2012 أما سنة 2013 فنلاحظ ارتفاع في إنتاج الصناعات التقليدية وإنخفاض كل من المبيعات والإيرادات السياحية، ومنه يمكن إثبات وجود علاقة طردية بين المبيعات في الصناعات التقليدية والمداخل السياحية التي مصدرها توافد عدد السياح على ولاية جيجل، فالسائح عند قدومه إلى أي منطقة سياحية يأخذ بعض منتجات الصناعات التقليدية كتذكارة عن الرحلة السياحية أو كهدية رمزية يقدمه إلى أهله أو أصدقائه، مما يساهم ذلك في زيادة مبيعات الصناعات التقليدية مما يحفز الحرفي على زيادة الإنتاج وإتقان أعماله حتى تحضي بإعجاب السياح وتحقيق أكبر إقبال عليها .

الشكل رقم (13) تطور اليد العاملة في غرفة الصناعات التقليدية وعدد السياح في ولاية جيجل (2008-2013)



المصدر: من إعداد الطالبتين

من خلال الشكل رقم (13) نلاحظ أنه هناك علاقة طردية للمؤشرات الواردة في الشكلين، حيث نلاحظ أن جميع المؤشرات تسير بمنحنى واحد وهو منحنى إيجابي أي أنه كلما زاد عدد السياح المتوافدين على ولاية جيجل أدى الى زيادة عدد المسجلين في قطاع الصناعات التقليدية والحرف، وهذا مرتبط بالتسهيلات المقدمة من طرف السلطات المسؤولة كمنح الحرفيين قروض تمويلية لتشجيعهم على الإنتاج، (انظر الملاحق رقم 01، 02) التي تبين الملف الخاص بالتسجيل في غرفة الصناعات التقليدية، لتحفيز الحرفيين تمنح لهم شهادة رمزية لمواصلة الإنتاج وتنويعه حسب الجودة المطلوبة، أي أن قطاع الصناعات التقليدية يتأثر بالتدفقات السياحية وذلك بارتفاع الطلب على المنتجات الحرفية وهذا ما توضحه قيمة مبيعات الحرفيين الذي يشجع الأفراد على التسجيل في قطاع الصناعات التقليدية، وزيادة اليد العاملة مما يؤدي إلى تحقيق مداخل من العملة الصعبة، وزيادة الإيرادات السياحية مما يساعد الحرفيين في تحسين ظروفهم المعيشية وتوسيع مشروعاتهم وتطويرها .

ومن خلال ما سبق من الشكل رقم (12) والشكل رقم (13)، ومن خلال الدراسة تبين لنا أن الصناعات التقليدية أحد العوامل التي تؤثر على القطاع السياحي، حيث ترتبط الصناعات الحرفية بالسياحة ارتباطاً وثيقاً إذ أن المطلب السياحي عامل أساسي ومهم في تنشيط الحرف، كما يستفيد السائح من خلال تعامله مع الحرفي بالتعرف على الحالة الثقافية والاجتماعية للمجتمع، ونقل ذلك إلى بلاده ومن خلال هذه النقطة تزداد الحركة السياحة ويزيد العائد منها على الوطن في تحسين الحالة الاقتصادية والنهوض بها إلى المستويات المطلوبة، كما أن تعاون الحرفيين في إقامة الفعاليات السياحية والفنية والثقافية والسياحية يعمل على زيادة الاستقطاب للسياح والترويج للمصنوعات الحرفية، وزيادة الطلب عليها في الأسواق، ومن خلال ذلك نجد أن قطاع الصناعة التقليدية والحرف يساهم بنسبة معتبرة في تنشيط القطاع السياحي من خلال جذب الطلب السياحي والرفع من الإيرادات السياحية.

كما أن الصناعات التقليدية والحرف تقوم بخلق طلب كامن لدى السائح، أي أن المنتج الحرفي يمثل همزة وصل بين السائح والبلد المضيف، حيث يعبر عن حضارة وأصالة هذا البلد، مما يؤدي بطبيعة الحال إلى زيادة مبيعات الصناعات التقليدية، ويساعد على تطوير الخبرات من خلال التفاعل الإيجابي بين الحرفيين والسياح وتنشيط القطاع السياحي.

### خلاصة:

تعتبر الصناعات والحرف اليدوية إحدى أهم مقومات الجذب السياحي في ولاية جيجل، من خلال تحريك قطاع القوى العاملة وخاصة في القرى والأرياف، والتركيز على أهمية المعارض المحلية والدولية في تفعيل أطر الترويج والتعريف والجذب السياحي للمنتجات الحرفية، والبحث عن فرص جديدة مع أهمية اللقاءات الدورية بين خبراء السياحة والفنانين المتخصصين في هذه الحرف، والقائمين على ميدان الصناعات والحرف اليدوية والممولين والمسوقين بهدف التشاور وتحديد سياسات مشتركة في هذا المجال، لتحديد حجم المنافسة واتجاهات السوق، ودراسة حجم الدخل وفرص العمل التي يوفرها هذا القطاع، ووسائل الجذب التي يمكن من خلالها ربط زيارات الوفود السياحية للاطلاع على المعارض والمراكز التي يتم إنتاج وصناعة وعرض هذه الحرف من قبلها، والاهتمام بأذواق المشترين مع الحفاظ على الأصول اليدوية، والبحث عن الجودة ومجالات جديدة للابتكار والابداع وتجربة الأفكار والتصاميم الجديدة، من خلال المسابقات التنافسية للحرفيين للخروج بجودة في المنتجات مع العمل على تدريب ورفع مؤهلات الحرفيين العاملين في المراكز الحرفية.

الخلاصة



**الخاتمة:**

إن شساعة مساحة الجزائر وتنوع جغرافيتها ( الصحراء، الجبال، والشواطئ )، يشكل مصدر ثراء في مقاصدها السياحية. وبالإضافة إلى ذلك فإن التنوع الثقافي الذي يميزها، قد انعكس في تنوع صناعاتها التقليدية والحرفية، مما جعل هذه الأخيرة تشكل فرصا لتطوير القطاع السياحي. فالصناعات التقليدية والحرف لم تعد موروثا حضاريا وتراثا ثقافيا تتناوله الأجيال عبر العصور ويحظى بدعم واهتمام السلطات فحسب، بل أصبح قطاعا حيويا مهما، يساهم في زيادة إيرادات الدولة وعنصرا مهما للجذب السياحي.

لذلك أولت وزارة السياحة والصناعات التقليدية اهتماما متزايدا لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، من خلال إنشاء هياكل متخصصة تسهر على تنظيم وتطوير القطاع وتكثيف الصالونات والمهرجانات الوطنية و الدولية بغرض الترويج للمنتوج التقليدي وترقيته. غير أن هذه الجهود لازالت تحتاج إلى المزيد من التحسين لبلوغ الأهداف المرجوة منها، وخاصة ما تعلق بالمساهمة في تطوير القطاع السياحي.

**❖ نتائج الدراسة:**

يمكن تقسيم النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة إلى نتائج خاصة بالدراسة النظرية وأخرى خاصة بالدراسة التطبيقية.

**النتائج الخاصة بالدراسة النظرية وهي:**

- يعد قطاع السياحة عاملا من عوامل التطور الاقتصادي ونشاطا حركيا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية؛
- أن السياحة تعمل على تدعيم التفاهم بين الشعوب والاهتمام بالتراث الحضاري وتعمل على زيادة التعرف على القيم الثقافية؛
- أنه لا يمكن الفصل أبدا بين السياحة والصناعات التقليدية فهما وجهان لعملة واحدة حيث أن العلاقة بين السياحة والصناعات التقليدية هي علاقة تكاملية متبادلة؛
- قطاع السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والتشييد والترويج والتسويق، وهو عامل مساعد لتنمية الاقتصاد بجلب الاستثمار لتطوير الخدمات الأساسية ويعطي حافزا لتنمية القطاعات الأخرى؛
- أن الصناعات التقليدية تعتبر حلقة وصل بين الماضي والحاضر فهي إرث تاريخي ومكسب حضاري ومرتكز ثقافي لكل أمة في ظل صراع أو حوار الثقافات.

**أما النتائج الخاصة بالدراسة التطبيقية هي:**

- أن ولاية جيجل تتمتع بمؤهلات ذات قيمة عالية في قطاع الصناعة التقليدية ينبغي استغلالها الاستغلال العقلاني، بعيدا عن كل تهميش ومواجهة كل العوائق والتحديات؛

- الصناعات التقليدية والحرف لها دور في التنمية السياحية وأفضل مثال على ذلك المعارض والتظاهرات الدولية أو الوطنية التي تساهم في جلب السياح والعملية الصعبة؛
  - الصناعات التقليدية والحرف تعاني من بعض الإهمال وعدم الاهتمام لا سيما وأن الجزائر تخرز بإرث تاريخي رائع، ويد حرفية مبدعة؛
  - غرفة الصناعات التقليدية والحرف لها دور كبير في خلق علاقة احتكاك وتبادل الخبرات بين مختلف الحرفيين والتعاونيات عن طريق المعارض والتظاهرات؛
  - تعمل غرفة الصناعات التقليدية والحرف على تقديم تسهيلات ودعم في مجال تصدير المنتج التقليدي وعرضه في الخارج؛
  - الصناعات التقليدية والحرف تفتقر إلى الجانب الإشعاري والإعلامي إذ يعتبر خزف الجزائر من أجود الخزف حيث حصلت الجزائر على الجائزة الأولى في الخزف في بلد الخزف باسبانيا لكن لا يوجد له حظ من الإشهار؛
  - الصناعات التقليدية تشهد تراكما بعد انقضاء الموسم السياحي على عكس الرواج الملحوظ خلال الموسم السياحي في ولاية جيجل نتيجة لتوافد السياح بكثرة على المدينة في الآونة الأخيرة.
- ❖ **الاقتراحات:**

رغم النقائص السابقة الذكر إلا انه لا شك أن إخراج القطاع من وضعيته المتأزمة يتطلب:

- اعتماد إستراتيجية عمل جديدة كدعم علاقات الحوار وتبادل الآراء مع جميع الحرفيين والتعاونيات والمقاولات؛
- خلق فضاءات واسعة لاحتكاك الزبون بأصحاب الحرف؛
- تشجيع الشباب المستثمر على الاستثمار في مجال الصناعات التقليدية والحرف؛
- خلق مناصب شغل جديدة في مجال الصناعات التقليدية والحرف؛
- دمج بعض الأنشطة التقليدية والحرف في مراكز التمهين للحفاظ عليها من الزوال والاندثار؛
- مراقبة جودة المنتجات الحرفية السياحية؛
- حماية التذكار السياحي من فقدان أصالته؛
- الاستغلال الأمثل للمتاحف للتعريف بالمنتجات التقليدية؛
- تسويق المنتجات الحرفية عن طريق التسويق الإلكتروني.

❖ افاق الدراسة:

إن هذه الدراسة قد حاولت معالجة هذا الموضوع في حدود الإشكالية وحسب المعطيات والمعلومات المتوفرة والتي أمكن الحصول عليها، ومنه لا يمكن إعتبارها قد أحاطت بكل جوانب الموضوع بكل أبعاده نظرا لشساعة الموضوع و ثرائه الفكري كونه يدرس جانبيين، القطاع السياحي كونه يمثل أحد القطاعات الاقتصادية و الجانب الثاني، يمثل قطاع الصناعات التقليدية والحرف، فمن هذا المنطلق نود اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون دراسات لمواضيع مستقبلية:

- تسويق الصناعات التقليدية وأثره على السياحة
- إستراتيجية ترويج الصناعات التقليدية ودعم القطاع السياحي
- دور ترقية السياحة في قطاع الصناعات التقليدية
- دور التسويق الدولي للمنتجات التقليدية في السياحة الخارجية

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

I. الكتب

- 1 - القرآن الكريم
- 2 - ابراهيم نهى ابراهيم خليل، الصناعات التقليدية ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، مؤسسة شباب الجامعة، 2009 .
- 3 - الأنصاري آسيا محمد، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 4 - البرنوطي نائف سعاد، إدارة الأعمال الصغيرة أبعاد الريادة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، 2005 .
- 5 - الياس سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع عمان، 2002 .
- 6 - السيسي ماهر عبد الخالق، صناعة السياحة، مطابع الولاء الحديثة، مصر، 2003.
- 7 - الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية مصر
- 8 - الظاهر نعيم، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان، 2007.
- 9 - دعبس يسرى، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الطبعة 1، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2003
- 10 - دعبس يسرى، التنمية السياحية المتواصلة، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008
- 11 - زكي داليا، تيمور محمد، الوعي السياحي و التنمية السياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية 2008
- 12 - حسنين جلييلة حسن، دراسات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الأسكندرية، 2006.
- 13 - ماهر أحمد، عبد السلام أبو قحف، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة 2، المكتب العربي الحديث، مصر 1999
- 14 - عبد العزيز ماهر، صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2003
- 15 - عبوي زيد منير، الاقتصاد السياحي، الطبعة 1، دار الراية للنشر والتوزيع ، 2008
- 16 - عبوي زيد، معجم المصطلحات السياحية والفندقية، الطبعة 1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع 2007.
- 17 - عبيدات محمد، التسويق السياحي، الطبعة 1، دار وائل، عمال، 2000

## قائمة المراجع

- 18 - غنيم محمد عثمان، سعد بنيثا نبيل، التخطيط السياحي، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع الأردن، 1999.
- II.المذكرات:
- 19 - بوزناد سارة، دور السياحة في ترقية الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر\*دراسة حالة \* (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياحة، غير منشورة ) ، جامعة جيجل ، 2010-2011 .
- 20 - بن العمودي جليلة، إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003-  
2010، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرياح - ورقلة، 2012/2011 .
- 21 - برنجي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك ( مذكرة ماجستير)، فرع الإدارة التسويقية، كلية علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008
- 22 - هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها (مذكرة ماجستير)، قسم علوم التسيير جامعة الجزائر، 2005/2004.
- 23 - زبايو سمية، مساهمة الصناعات التقليدية في التنمية السياحية :دراسة حالة ( مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سياحة، غير منشورة ) ، جامعة جيجل، 2011 - 2012
- 24 - حاج الله حيزية، الاستثمارات السياحية في الجزائر (مذكرة ماجستير) جامعة سعد دحلب، البلدية، ماي 2006.
- 25 - كواش خالد مبارك، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (أطروحة شهادة الدكتوراه)، فرع التخطيط، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة جيجل، 2004/2003 .
- 26 - مسدوي دليلة، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي \* حالة ولاية بومرداس \* مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ،جامعة أحمد بوقرة بومرداس ،2008-2009 .
- 27 - عداد رشيدة، التسويق في المؤسسة الخدمية،دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر ، 2002
- 28 - عيساني عامر، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة \* حالة الجزائر \* أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، شعبة تسيير المؤسسات جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009 - 2010
- 29 - صديقي سعاد، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة 2006
- 30 - صديقي شفيقة، دفع صادرات الزرابي التقليدية الجزائرية بتطبيق مقاربة التسويق الدولي، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، سنة 2002

## قائمة المراجع

- 31 - شيبان آسيا، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية-حالة الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر- رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2008/2009.
- 32 - شنيبي عبد الرحيم، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية \*حالة مدينة غرداية \* مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص \*تسويق الخدمات\* جامعة أبو بكر بلقايد \*تلمسان\* 2009-2010
- III. المراسيم والقوانين
- 33- مدونة النصوص القانونية والتنظيمية الخاصة بقطاع الصناعة التقليدية والحرف لسنة 2005، الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 19 شعبان 1416 هـ الموافق ل 10 يناير 1996، الجريدة الرسمية رقم 03 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف.
- 34- الأمر رقم 01 - 96 المؤرخ في 10 جانفي 1996، الجريدة الرسمية، رقم 03، الجزائر الصادرة في 14/01/1996 .
- 35- مرسوم تنفيذي رقم 06-93 المؤرخ في 02 جانفي 1993، الجريدة الرسمية، العدد 06،02 جانفي 1993.
- 36- المرسوم التنفيذي رقم 08-301 المؤرخ في 24/09/2008 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 93-06 المؤرخ في 02/01/1993، الجريدة الرسمية العدد 56، 28 سبتمبر 2008.
- 37- المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08/09/1996، الجريدة الرسمية العدد 52، الجزائر 11 سبتمبر 1996.
- 38- المرسوم الرئاسي رقم 08-10 المؤرخ في 27/01/2008 المعدل للمرسوم التنفيذي رقم 04-14 المؤرخ في 22/01/2004، الجريدة الرسمية، العدد 30،05 جانفي 2008.
- 39- المرسوم التنفيذي، رقم 96-296 المؤرخ في 08/09/1996، الجريدة الرسمية، العدد 52، الجزائر 11 سبتمبر 1996 .
- 40- المرسوم التنفيذي رقم 96 - 205 المؤرخ في 05 جوان 1996، الجريدة الرسمية، العدد 35 الصادرة في 9 جوان 1996.
- 41- قرار وزاري مشترك المؤرخ في 01/06/2002، الجريدة الرسمية، العدد 21،50 جويلية 2002
- 42- المرسوم التنفيذي رقم 97 - 390 المؤرخ في 19 أكتوبر 1997، الجريدة الرسمية رقم 69، المتضمن شروط تسليم علامات النوعية والأصالة

IV. المقالات والملتقيات، الدواوين والمجلات

- 43- الرفاعي هالة، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للابداع والتنمية، مصر، 1998.
- 44- بوهالي محمد الشريف، تصنيف الحضيرة الوطنية لتازة بجبل ضمن المحميات العالمية، مجلة نسمات الكورنيش، العدد 03، ديسمبر 2004.
- 45- بوكابوس سعدون:مداخلة بالملتقى الدولي حول واقع الصناعات التقليدية في الجزائر، بشار، 2003.
- 46- بوكابوس سعدون، دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر، وقائع الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعة التقليدية في الجزائر، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، دار الثقافة، بشار، 20-21 ديسمبر 2003 .
- 47- بن زعرور شكري، تطور قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر 1962 - 2009
- 48- بن زعرور شكري، "تطور قطاع الصناعة التقليدية و الحرف - الجزائر" : 1992 2003
- 49- بن زعرور شكري، "تجربة الجزائر في قطاع الصناعة التقليدية والحرف - الجزائر : 1992- 2003
- 50- بن زعرور شكري، إشكالية تصدير المنتج التقليدي نظرة كلية، مجلة الحرفي، الغرفة الوطنية للصناعات التقليدية والحرف، الجزائر، العدد 3 ، السنة 2004
- 51- بن زعرور شكري، إشكالية التسويق في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، تقرير الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية، ديسمبر 2007
- 52- د.جعيل جمال، أ.زحوط إسماعيل ،ملتقى وطني بعنوان :الحرف والصناعات التقليدية كفرصة لترقية السياحة الداخلية في الجزائر،مخبر اقتصاد المؤسسة و التسيير التطبيقي بالتعاون مع مديرية السياحة لولاية باتنة
- 53- دعبس يسرى، العلاقات الاجتماعية للسائح، الملتقى المصري للابداع و التنمية، مصر، 1993
- 54- التكوين في قطاع الصناعة التقليدية والحرف، مجلة دليل الحرفي ،الجزائر، 2007 .
- 55- نوكلس، مجلة دليل الحرفي، الجزائر، 2007
- 56- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية، الجلسات الوطنية لصناعات التقليدية :نتائج ووقائع، 2009
- 57- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية \*جلسات الصناعات التقليدية \*حصيلة و آفاق 2020\*، الجزائر، نوفمبر 2009.
- 58- وزارة السياحة ،تصور تطوير قطاع السياحة لل عشرية 2004 - 2013
- 59- إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر 2025
- 60- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية، الكتاب الأول



## قائمة المراجع

---

61- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المشاريع ذات الاولوية، الكتاب الخامس

ثانيا: المراجع باللغة الاجنبية

62- Asquin Alain, la performance globale comme Intention stratigique praticale pour le dèveloppement d'une activitè artisanale, **les TPE artisanales en devenir** , Montpellier, 2005

63- Labruffe Alain, artisanat et développement des ressources humains , **6eme rencontres de l'artisanat** , 5 mars 2008, alger, 2008

64- Jean Michel HOERNER : **Géographie de l'industrie touristique**, ellipses, éditions Marketing –SA, 1997

65- Yves Tinar : **le tourisme économie et management** :MCGRAW-HILL,paris , 1992

66- ONT, mois du patrimoine, Algérie tourisme, publication d'information ,N° : 04, avril 2001

67- Unesco, culture, (on line) artisanat traditionnel, 03-12-2007, (from internet)

ثالثا: المواقع الالكترونية

68- <http://www.portail.unesco.org> يوم 12/03/ 2014 . الساعة 14:30

# قائمة الاختصارات

قائمة المختصرات

<b>SDAT</b>	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
<b>CNUCED</b>	Conférence des Nations Unis pour le Commerce et le Nations unies Développement
<b>FNPAAT</b>	Fonds National de Promotion de l'Activité de Algérie l'Artisanat Traditionnel
<b>ANGEM</b>	Agence Nationale de Gestion du Micro-Crédit
<b>ANSEJ</b>	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes
<b>FSPE</b>	Fonds Spécial Pour la Promotion des Exportations
<b>SNAT</b>	Société Nationale de l'Artisanat Traditionnel
<b>ONATA</b>	Office National de l'Artisanat Traditionnel

# قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
13	أهم دوافع السياحة	01
32	السياحة محرك الاقتصاد	02
33	الأهداف الخمسة لـ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)	03
84	الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعات التقليدية والحرف لولاية جيجل	04
89	تطور الإنتاج ومبيعات منتجات الصناعات التقليدية (2008-2013)	05
90	تطور عدد السياح المتوافدين على ولاية جيجل (2008-2013)	06
91	الإيرادات السياحية لولاية جيجل (2008 - 2013)	07
92	تطور عدد الحرفيين الناشطين في قطاع الصناعات التقليدية في ولاية جيجل (2008-2013)	08
93	نسبة مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب القطاع	09
94	نسبة مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب الوسط	10
96	عدد الحرفيين في الغرفة وعدد المشاركين في المعارض والتظاهرات من سنة (2010-2013)	11
97	تطور إنتاج ومبيعات الصناعات التقليدية والإيرادات السياحية في ولاية جيجل (2008-2013)	12
98	تطور اليد العاملة في غرفة الصناعات التقليدية وعدد السياح في ولاية جيجل (2008-2013)	13

# قائمة الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
61	تطور توزيع عدد النشاطات حسب الجنس	01
65	نسبة مبيعات منتجات الصناعات التقليدية خلال الفترة (2005-2009)	02
66	الإيرادات السياحية خلال الفترة (1999 - 2008)	03
68	الأعياد المحلية في الجزائر	04
69	التظاهرات الوطنية بالجزائر	05
69	المعارض والصالونات الدولية	06
77	هياكل الاستقبال بولاية بجبل	07
79	الجمعيات الناشطة في مجال الحرف والصناعات التقليدية بولاية بجبل	08
88	تطور الإنتاج في غرفة الصناعات التقليدية -بجبل- (2008-2013)	09
88	تطور مبيعات غرفة الصناعات التقليدية -بجبل- (2008-2013)	10
89	تطور عدد السياح المتوافدين على ولاية -بجبل- (2008 - 2013)	11
90	الإيرادات السياحية لولاية -بجبل- (2008 - 2013)	12
92	تطور عدد الحرفيين المسجلين في قطاع الصناعات التقليدية (2008 - 2013)	13
93	عدد مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب القطاع	14
94	عدد مناصب الشغل الحقيقية المحدثة لسنة 2013 حسب الوسط	15
94	تطور الأجور في قطاع الصناعات التقليدية ببجبل	16
95	عدد المعارض التي أقيمت من (2010 - 2013)	17
95	عدد التظاهرات الوطنية والدولية التي أقيمت من (2010-2013)	18
95	عدد الحرفيين المسجلين في غرفة الصناعات التقليدية مع المشاركين في المعارض والتظاهرات (2010-2013)	19

الملخص



## الملخص:

يهتم هذا البحث بدراسة دور الصناعات التقليدية والحرف في تنشيط القطاع السياحي. ويهدف إلى إبراز الارتباط الوثيق بين السياحة و الصناعات التقليدية. لأن السياحة تعد في العصر الحالي موردا هاما لكثير من الدول يتطلب الاهتمام به والقيام بتطويره، وفي هذا الشأن بادرت الجزائر نظرا لما تملكه من منتجات سياحية هامة و متنوعة بمشاريع موجهة أساسا لتنشيط قطاع السياحة و جعله أكثر جاذبية للسواح الداخليين و الخارجيين، وتأتي الصناعات التقليدية بنشاطاتها و أهدافها وبرامجها لتضع معالم قيام صناعة سياحية جذابة شعارها التميز والتوعية، وقد اخترنا دراسة حالة غرفة الصناعات التقليدية والحرف في ولاية جيجل للبحث حول مكانة الصناعات التقليدية في برامج تطوير قطاع السياحة بالجزائر.

**الكلمات المفتاحية :** السياحة، الصناعات التقليدية والحرف، الجزائر، القطاع السياحي، ولاية جيجل.

## Résumé :

Cette recherche s'intéresse à l'étude des industries traditionnelles et artisanales qui participent grandement à activer le secteur touristique.

Elle vise également à mettre en ( évidence ) relief la relation qui existe entre le tourisme et l'artisanat.

A notre époque, le tourisme constitue une ressource assez importante pour plusieurs pays du monde. C'est la raison pour laquelle ils lui accordent un intérêt particulier et travaillent afin de le rendre à chaque fois plus meilleur.

Dans ce domaine l'Algérie a pris conscience, elle met en œuvre toutes ses capacités pour des infrastructures qui mettent le tourisme de l'intérieur et de l'extérieur à l'aise.

A cet égard l'artisanat occupe une place précieuse car non seulement elle renforce le secteur mais aussi elle constitue la pierre angulaire et les piliers sur lesquels reposent les constructions touristiques, emblèmes, infrastructures etc...

Nous avons choisis l'étude de l'état de la chambre des industries traditionnelles et artisanales de la wilaya de Jijel pour rechercher la place qu'elle en occupe vis à vis des programmes du perfectionnement du tourisme en Algérie.

**Les mots clefs :** tourisme, industrie traditionnelle et artisanale, algerie, secteur touristique, wilaya de jijel.