



جامعة 20 أوث 1955 - سكيكدة-



كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية

قسم العلوم الاجتماعية

عنوان المذكرة:

دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي
دراسة ميدانية بفندق رويال تولىب - سكيكدة-

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

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين:

د. رشيد مرابط

- بوقروة خلود

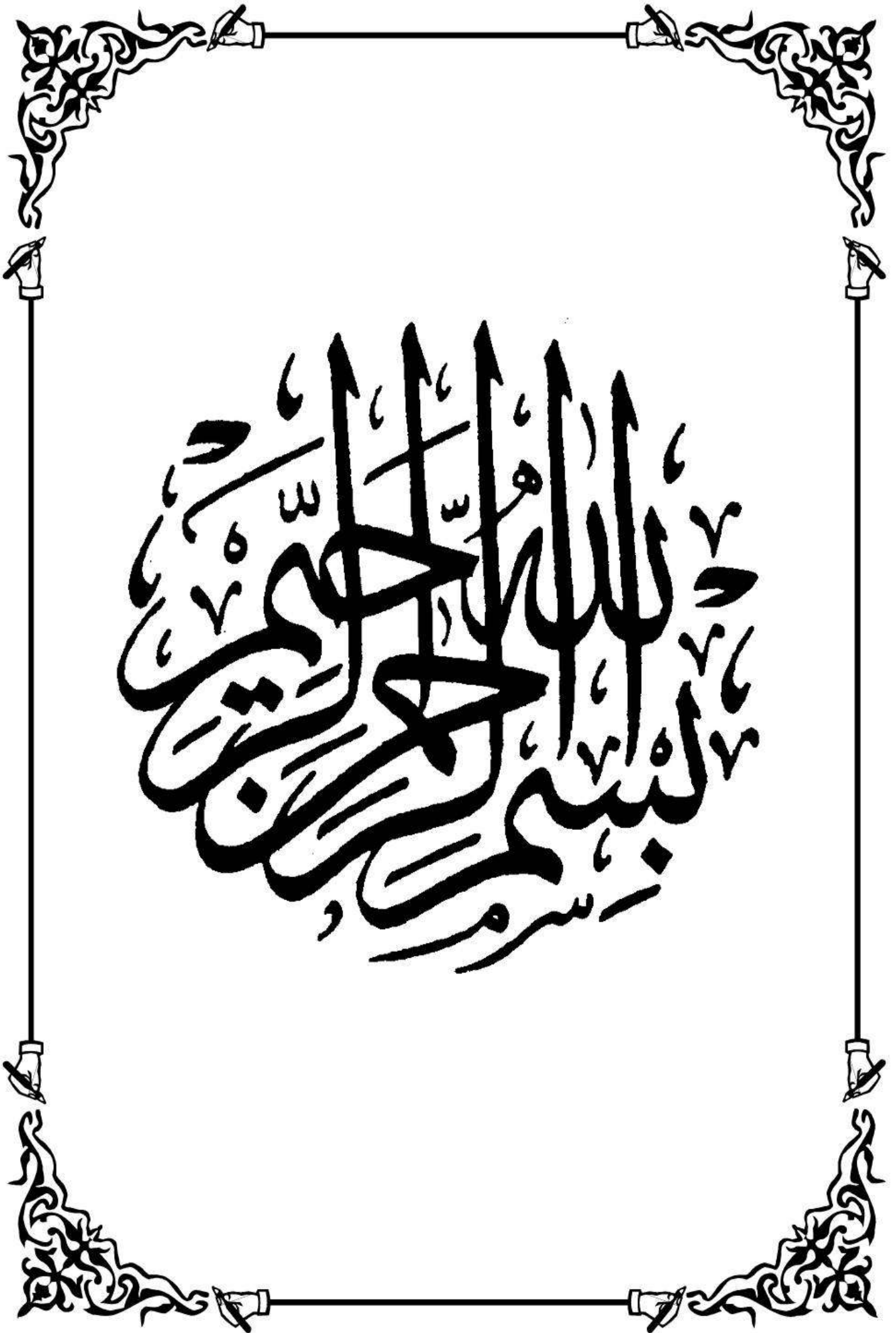
- مسيخ ندى

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الصفة	الجامعة
د.تومي رياض	رئيسا	جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة
د.مرباط رشيد	مشرفا و مقررا	جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة
د.ليتيم ناجي	مناقشا	جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر و عرفان:

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على النبي المصطفى صادق
الوعد الأمين، و على آله و صحبه أجمعين.

بداية نشكر الله عز و جل أن وفقنا و أعاننا على إتمام هذا العمل
المتواضع نسأل الله أن ينتفع به و يكون عوناً لنا في طاعته ، و إنطلاقاً
من حديث المصطفى عليه السلام "من لم يشكر الله لم يشكر الناس" فإننا
نجد لزاماً علينا أن نتقدم بالشكر و التقدير لأستاذنا و مشرفنا الأستاذ:
"رشيد مرابط" لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة و على ما بذله من
جهد و ما أسداه لنا من نصح و توجيه، و أخذ بيدنا إلى بر الأمان نسأل الله
تعالى أن يسد خطاه على طريق الحق، و أن يحرسه بعينه التي لا تنام و
بركته التي لا ترام.

إهداء

الحمد لله الذي بحمده يستفتح كل كتاب و يذكره صدر كل كتاب و
بحمده ينعم أهل النعيم في دار الثواب و نرجوه رجاء من يعلم أنه الملك
الرحيم الغفور التواب...

إلى كل من علمنا حرفا إلى كل أساتذتنا الأفاضل.

نهدي هذا العمل المتواضع الذي هو ثمرة جهدنا إلى الوالدين
الكريمين أدامهم الله و حفظهم.

إلى جميع الأهل و الأقارب.

إلى رفقاء المشوار الذين ساعدونا في إنجاز هذه المذكرة و كل
الأصدقاء.

و أخيرا إلى كل من يحمل فكرة يناضل من أجلها و طم يسعى لتحقيقه
و هدفه يرمي إليه.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
/	بسملة
/	شكر و عرفان
/	إهداء
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول
/	فهرس الأشكال
7	ملخص الدراسة
11	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري والتصوري للدراسة	
14	1. إشكالية الدراسة
15	2. أسباب إختيار الموضوع
16	3. أهمية الدراسة
16	4. أهداف الدراسة
17	5. مفاهيم الدراسة
19	6. الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الخدمات الفندقية	
23	تمهيد
24	1. نشأة وتطور الفنادق عبر التاريخ
25	2. خصائص الخدمات الفندقية

27	3. أنواع الخدمات الفندقية
30	4. أهمية الخدمات الفندقية
30	5. أهداف الخدمات الفندقية
31	6. جودة الخدمة الفندقية
32	7. أهمية جودة الخدمة الفندقية
33	8. أبعاد جودة الخدمة الفندقية
34	9. مبادئ جودة الخدمة الفندقية
36	10. علاقة جودة الخدمة الفندقية برضا الزبون.
37	خلاصة.
الفصل الثالث: السياحة والجذب السياحي في الجزائر	
39	تمهيد
40	1. نشأة وتطور السياحة عبر التاريخ.
46	2. نشأة السياحة في الجزائر.
53	3. أنواع السياحة في الجزائر.
57	4. الإمكانيات التي تذخر بها الجزائر سياحيا.
61	5. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر.
63	6. معوقات السياحة في الجزائر.
64	7. واقع السياحة في مدينة سكيكدة.
65	8. معالم الجذب السياحي لمدينة سكيكدة.
68	9. فنادق مدينة سكيكدة.
69	10. العراقيل التي تواجه القطاع السياحي في مدينة سكيكدة.
71	خلاصة
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية و الميدانية للدراسة	
73	تمهيد
74	1. منهج الدراسة
74	2. مجالات الدراسة
77	3. أدوات جمع البيانات

79	4. أساليب المعالجة الفنية
79	5. مجتمع الدراسة
81	خلاصة.
الفصل الخامس: تحليل و مناقشة نتائج الدراسة	
83	1. عرض وتحليل البيانات الميدانية
100	2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
102	3. عرض نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
102	4. عرض النتيجة العامة
105	خاتمة
107	قائمة المراجع
/	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
83	الجدول رقم 01: يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس
83	الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن
84	الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
84	الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية
85	الجدول رقم 05: توزيع أفراد عينة حسب المستوى المهني
85	الجدول رقم 06: يمثل وتوزيع أفراد العينة حسب الإقامة الأصلية
86	الجدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم لمستوى الاستقبال في فندق روابال توليب
86	الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم لطريقة الحجز في الفندق
87	الجدول رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم لوضعية الغرفة بالفندق
87	الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رضاهم عن نظافة الغرفة في الفندق
88	الجدول رقم 11: يبين ما إذا كانت الغرفة في الفندق تحتوي على مكيف
88	الجدول رقم 12: يبين ما إذا كانت الغرفة تحتوي على تلفاز وإنترنت
89	الجدول رقم 13: يبين ما إذا كانت الغرفة مطلة على البحر
89	الجدول رقم 14: يبين ما إذا كان النزلاء راضين عن خدمة الغرف
90	الجدول رقم 15: يبين ما إذا كانت هناك خدمة إيصال الأكل إلى الغرفة
90	الجدول رقم 16: يبين ما إذا كان سعر مدة الإقامة يتوافق مع الخدمات في الفندق
91	الجدول رقم 17: يبين رأي أفراد العينة في تجهيز الغرفة
91	الجدول رقم 18: يبين رأي الأفراد العينة في حجم المطعم
92	الجدول رقم 19: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على أكثر من مطعم
92	الجدول رقم 20: يبين ما إذا كان هناك اكتضاض في أوقات الأكل

93	الجدول رقم 21: يبين ما إذا كان وقت فتح المطعم مناسب للنزلاء
93	الجدول رقم 22: يبين ما إذا كانت نوعية الأكل جيدة
94	الجدول رقم 23: يبين ما إذا كان هناك تنوع في الأكل في الفندق
94	الجدول رقم 24: يبين مدى نظافة المطعم والأكل داخل الفندق
95	الجدول رقم 25: يبين طبيعة معاملة الخادم مع النزلاء
95	الجدول رقم 26: يبين ما إذا كان أفراد العينة راضيين عن خدمة الإطعام في الفندق
96	الجدول رقم 27: يبين ما إذا كانت تقام سهرات فنية في الفندق
96	الجدول رقم 28: يبين ما إذا كانت إدارة الفندق تنظم رحلات سياحية
97	الجدول رقم 29: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على قاعة الرياضة
97	الجدول رقم 30: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على منتجع
98	الجدول رقم 31: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على مكتبة
98	الجدول رقم 32: يبين ما إذا كانت مسابح الفندق نظيفة
99	الجدول رقم 33: يبين ما إذا كانت حضيرة الألعاب المائية مارينا دوغ قد أعجبت النزلاء
99	الجدول رقم 34: يبين ما إذا كان النزلاء راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية
100	الجدول رقم 35: يبين ما إذا كانت الخدمات الفندقية في فندق روابال توليب تدفعهم للعودة

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل
29	الشكل رقم 01: زهرة الخدمات الفندقية الراقية
62	الشكل رقم 02 : الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم 2030

ملخص الدراسة

تمحورت إشكالية دراستنا حول الدور الذي تلعبه الخدمات الفندقية في عملية الجذب السياحي لما له من أهمية في جذب انتباه السياح لزيارة المناطق السياحية بالدولة والعمل على تلبية حاجاتهم ورغباتهم حيث انطلقنا من التساؤل الرئيسي:

ما هو دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي؟

ليكون مجال دراستنا المكاني في ولاية سكيكدة وذلك بالمؤسسة الفندقية "روايال توليب" وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تفسير وتحليل مختلف البيانات الكمية والكيفية، ومن بين الأدوات التي تم الاعتماد عليها: الملاحظة والاستبيان كأدوات رئيسية للدراسة وتكونت عينة الدراسة من 30 مفردة من زبائن الفندق محل الدراسة، ومن أبرز النتائج المتواصل إليها أن الخدمات الفندقية تساهم في تطوير السياحة من خلال دراسة رغبات السياح وتحسين الخدمات بما يحقق رضاهم.

Résumé de l'étude

La problématique de notre étude a porté sur le rôle joué par les services hôteliers dans le processus d'attraction touristique en raison de son importance pour attirer l'attention des touristes à visiter les zones touristiques du pays et travailler pour répondre à leurs besoins et désirs, comme nous sommes partis de la question principale :

Quelle est la place des services hôteliers dans les attractions touristiques ?

Pour être le terrain de notre étude spatiale dans l'état de Skikda dans l'établissement hôtelier « Royal Tulip », nous nous sommes appuyés sur l'approche analytique descriptive à travers l'interprétation et l'analyse de diverses données quantitatives et qualitatives, et parmi les outils qui se sont appuyés : la Note et le questionnaire comme principaux outils de l'étude, et l'échantillon d'étude était composé de 30 clients individuels L'hôtel à l'étude, et l'une des conclusions continues les plus importantes est que les services hôteliers contribuent au développement du tourisme en étudiant les désirs des touristes et l'amélioration des services pour atteindre leur satisfaction.

Study summary

The problematic of our study focused on the role played by hotel services in the process of tourist attraction because of its importance in attracting the attention of tourists to visit the tourist areas in the country and working to meet their needs and desires, as we started from the main question:

What is the role of hotel services in tourist attractions?

To be the field of our spatial study in the state of Skikda in the hotel establishment "Royal Tulip", We relied on the descriptive analytical approach through the interpretation and analysis of various quantitative and qualitative data, and among the tools that were relied upon: the Note and the questionnaire as main tools for the study, and the study sample consisted of 30 individual customers The hotel under study, and one of the most important continuous findings is that hotel services contribute to the development of tourism by studying the desires of tourists and improving services to achieve their satisfaction.

مقدمة

مقدمة

لقد أدركت العديد من الدول بأن السياحة في القرن الحالي ليست أكبر صناعة فحسب، بل أنها ستكون الأكبر بين ما شهده العالم وبفارق كبير، حيث اهتمت الدول بفتح أسواق جديدة إلى جانب التقليدية من أجل استمرار المد السياحي طيلة العام، و تقديم برامج سياحية بخدمات ذات نوعية عالية و منافذ توزيعية مناسبة من شأنها زيادة فترة إقامة السائح فضلا عن امتلاك وسائل متطورة للترويج السياحية.

كما يعد القطاع الفندقي أحد العناصر الرئيسية الهامة في الترويج السياحي، بعد التطور الكبير الذي طرأ عليها في السنوات الأخيرة ، والتنوع الهائل الذي شمل الخدمات الفندقية عبر المراحل التاريخية المختلفة التي مرت بها الصناعة الفندقية في العالم، والتي أصبحت لها دور فعال في تنشيط حركة السياحة، وتمكنها من الوصول إلى صياغة استراتيجية تسويقية فاعلة للخدمات الفندقية، من حيث التخطيط لها وتطويرها وتسعيها وترويجها وتوزيعها، فأصبح يشكل معلما حضاريا و ثقافيا ، فضلا عن موقعه المتميز في صناعة السياحة و منافسا في نفس الوقت لقطاعات اقتصادية أخرى تكون الهيكل الاقتصادي للدولة كالنفط و الصناعة ، و خاصة من حيث مساهمته في الناتج القومي الإجمالي للعديد من الدول.

وتشير توقعات المنظمة العالمية للسياحة بأن تصبح السياحة صناعة المستقبل خلال هذا القرن بجلبها حوالي مليار سائح، ويكون نصيب الجزائر منها 1.5 مليون سائح أجنبي وبعائدات ب 2مليار دولار، و رغم الأهمية المتسارعة للقطاع السياحي والتنوع في الخدمات السياحية وانتشارها الواسع في العالم إلا أن الجزائر لاتزال في بداية تطوير قطاعها السياحي ،حيث أن القطاع السياحي يساهم في التنمية الاقتصادية بقوة كبيرة، فحاليا يساهم بنسبة 1.5 بالمئة من الناتج الوطني الداخلي الخام و هذا يعد قليل جدا مقارنة مع الإمكانيات التي يتوفر عليها هذا المجال، لذا أصبح رهان الترقية يشغل الدولة الجزائرية إذ يظهر هذا من خلال مختلف الأنظمة والبرامج والإنجازات والمشاريع التنموية المنتظرة ، وكذا سيطرتها الاستراتيجية التنموية لترقية السياحة وتحسين وجهة الجزائر من خلال المخطط الوطني للتهيئة السياحية أفق 2025، والذي يضم في جملة من الآفاق والتطلعات المستقبلية التي من شأنها تطوير القطاع السياحي.

إن النهوض بالقطاع السياحي يتوقف على مدى توفر المنشآت السياحية التي نجد من أهمها القطاع الفندقي، الذي يسعى إلى تقديم أفضل الخدمات من أجل استقطاب عدد أكبر من السياح، لذلك لابد عليه أن يكون على اتصال دائم مستمر مع السياح لمعرفة احتياجاتهم ورغباتهم والعمل على كسب رضاهم ، وبذلك تكون هناك منافسة شديدة بين مختلف العناصر السياحية الأخرى.

وتعد ولاية سكيكدة من بين ولايات الجزائر التي تتسم بالمقومات السياحية الهامة والمناطق الخلابة، والتنوع المناخي، هذا ما أهلها لاحتلالها مكانة هامة ولانقة بالبيئة السياحية و تميزها عن مختلف الولايات الأخرى، إلا أن ترقية وتطوير القطاع السياحي بالولاية لا يقتصر على توفير الموارد السياحية ومختلف عناصر الجذب فقط، بل إن الأمر يعتمد على كيفية استغلال واستخدام هذه الإمكانيات في عملية التنمية السياحية إضافة إلى تكامل مختلف القطاعات التي لها علاقة مباشرة بقطاع السياحة.

وفي هذا السياق جاءت هذه الدراسة الأكاديمية لمعرفة الدور الذي تلعبه الخدمات الفندقية في الجذب السياحي، حيث عالجتنا الموضوع في خمسة فصول.

الفصل الأول يتضمن الإطار التصوري والمفاهيمي لموضوع لدراسة وتناولنا فيه الإشكالية التي تطرحها الدراسة ، والمبررات التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع ، وأهمية الدراسة والأهداف التي سطرنا الوصول إليها ، بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة التي ساعدتنا للتوصل إلى أفكار جديدة حول موضوع بحثنا الدراسي.

أما الفصل الثاني والمعنون بالخدمات الفندقية تطرقنا فيه إلى نشأة وتطور الفنادق عبر التاريخ، مروراً بخصائص الخدمات الفندقية ، بالإضافة إلى أنواعها وأهميتها و أهدافها ، وصولاً إلى علاقة جودة الخدمة الفندقية برضا الزبون.

أما الفصل الثالث والمعنون بالسياحة والجذب السياحي في الجزائر فقد تطرقنا فيه إلى نشأة وتطور السياحة عبر التاريخ ، نشأة السياحة في الجزائر، مروراً بأنواع السياحة في الجزائر، إضافة إلى الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر سياحياً، ثم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر ، و تطرقنا كذلك إلى معوقات السياحة في الجزائر ، ثم انتقلنا إلى واقع السياحة في مدينة سكيكدة و معالم الجذب السياحي فيها، و الفنادق التي تشتهر بها، وصولاً إلى العراقيل التي تواجه القطاع السياحي في مدينة سكيكدة.

أما الفصل الرابع والمعنون بالإجراءات المنهجية و الميدانية للدراسة فقد تطرقنا فيه إلى منهج الدراسة، مجالات الدراسة، و كذا أدوات جمع البيانات ومجتمع الدراسة، ثم أساليب المعالجة الفنية.

أما الفصل الخامس والمعنون بتحليل و مناقشة نتائج الدراسة فقد تطرقنا فيه إلى عرض وتحليل البيانات المتعلقة بالدراسة ، ثم تطرقنا إلى مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات، ثم قمنا بعرض نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة، و أخيراً قمنا بعرض النتيجة العامة.

الفصل الأول: الإطار النظري والتصوري للدراسة

1. إشكالية الدراسة
2. أسباب إختيار الموضوع
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. مفاهيم الدراسة
6. الدراسات السابقة

1. إشكالية الدراسة

لقد أدركت العديد من الدول بأن السياحة في القرن الحالي ليست أكبر صناعة في العالم فحسب بل إنها ستكون الأكبر بين ما شهده العالم ، وبفارق كبير حيث اهتمت هذه الدول بفتح أسواق جديدة إلى جانب التقليدية لأجل استمرارية المد السياحي طيلة العام، وتقديم برامج سياحية بخدمات ذات نوعية عالية ومنافذ توزيعية مناسبة، من شأنها زيادة فترة إقامة السائح فضلا عن امتلاك وسائل متطورة للترويج السياحي والفندقي.

فالاقتصاديون عندما يتكلمون عن التسويق يربطونه دائما بالإنتاج السلعي فهم يفرقونه عادة عن قطاع الخدمات بصفة عامة وقطاع السياحة بصفة خاصة فرغم أن القطاع السياحي يصنف ضمن قطاع الخدمات إلا انه يمارس الإنتاج، حيث ينتج ما يسمى في القطاع السياحي المنتج السياحي لهذا ظهر التسويق السياحي خصيصا لتسويق المنتج السياحي والخدمات السياحية.

تلعب الخدمات السياحية و الفندقية في الوقت الحاضر دورا مهما في الاقتصاد العالمي نظرا لما تحققه المبادلات السياحية من نتائج معتبرة مقارنة للمبادلات الزراعية، والغذائية وكذلك تفوق أحيانا ما تحققه المبادلات الزراعية والغذائية وكذلك في بعض الأحيان بالنسبة لبعض البلدان ما تحققه المبادلات النفطية ، فتعتبر السياحة حاليا صناعة تصديرية و بالتالي قطاعا اقتصاديا هاما في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتختلف نظرة كل من الدول المتقدمة والدول النامية إلى السياحة كتطور المناطق المعزولة ، تحقيق التكامل الاقتصادي، تحقيق رفاهية مجتمعاتها.

و تعتبر الخدمات السياحية و الفندقية من أهم فروع الخدمات و أكثرها ديناميكية عبر العالم فالسياحة حاليا أصبحت تسمى بالذهب الأزرق كما أنها صناعة تجارية و قطاع اقتصادي واعد و متفاوت الأهمية من بلد لآخر، و لعل الاتجاه نحو تحسين جودة الخدمات السياحية و الفندقية يمثل الشغل الشاغل للعديد من الدول بغية النمو بالاقتصاد المحلي.

قد تزايدت أهمية الخدمات في العقود الأخيرة من القرن العشرين بشكل لافت للنظر حيث أصبحت سمة من سمات أواخر عقد التسعينات ، ويتوقع معظم الخبراء أن صناعة الخدمات ستكون في الربع الأول من القرن الحادي والعشرين (ق 21) رائدة القطاعات الاقتصادية.

من العوامل التي تساعد الدول على جذب السياح وزيادة عدد الزائرين، ما تتوفر عليه من مقومات إراحة السائح وتمتعه بإجازة متميزة، ومن ذلك بالضرورة المناخ والمناظر الطبيعية الخلابة، وطاقة إقامة متعددة المستويات ذات مستوى خدمات مرتفع، لذا فإن نوعية الخدمة الفندقية التي يتم تقديمها تعد من السبل المهمة للرقى بالقطاع السياحي وتطويره والنهوض به بما ينعكس إيجابا على الاقتصاد الوطني.

وعلى الرغم من الاهتمام البالغ لقطاع السياحة في الجزائر، تبقى مدينته سكيكدة بحاجة إلى الاهتمام الكبير لقطاعها السياحي بهدف تطويره وإزدهاره بما أنها من أجمل مدن الجزائر، لما لها من مقومات سياحية مثل الشواطئ الجميلة والجبال والمعالم الأثرية...، وهذا ما يتطلب توفير مؤسسات فندقية تقوم على تلبية إحتياجات ورغبات السواح، والتي لا تزال مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتحسين جودة ما تقدمه من خدمات، وتوفير الإمكانيات لهذا الغرض، وهذا لا يتحقق إلا من خلال التقييم الفعال لجودة خدماتها الفندقية ومن تم تحسينها وتطويرها قصد تحقيق مردودية مالية وجذب عدد أكبر من السائحين، التي يمكن من خلالها قراءة مدى كفاءة المؤسسة الفندقية، ويعتبر فندق رويال توليب بولاية سكيكدة من أهم المرافق السياحية بالولاية

ولذلك جاءت دراستنا لمعرفة واقع السياحة والخدمات الفندقية ودورها في الجذب السياحي عن طريق

طرح التساؤل الرئيسي :

ما هو دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي؟

و للإجابة عن هذا السؤال نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى مساهمة خدمة الايواء في فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب السياحي؟
- كيف تساهم خدمة الإطعام في فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب السياحي؟
- كيف تساهم الخدمات الترفيهية والثقافية التي يقدمها فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب

السياحي؟

2. أسباب إختيار الموضوع

- الرغبة في دراسة الموضوع وارتباطه بمجال التخصص.

- التعريف بمدينة سكيكدة وتنوع المناطق والقطاعات السياحية فيها.
- الرغبة في الخوض والتطرق إلى مواضيع حديثة.
- معرفة أسباب تدهور القطاع السياحي في الجزائر عامة و ولاية سكيكدة خاصة.
- إبراز دور الخدمات الفندقية المقدمة بولاية سكيكدة (فندق رويال توليب) ومدى إسهامها في الجذب السياحي.

3. أهمية الدراسة

و تكمن أهمية دراستنا فيما يلي:

- موضوع السياحة من أكثر المواضيع التي تشغل اهتمامات الباحثين.
- دراسة هذا النوع من المواضيع يقدم إضافة نوعية في مجال التراث السوسولوجي.
- دراسة موضوع السياحة في مدينة سكيكدة ينقل إنطباع جديد وحسن للسواح ويغريهم ويجتذبهم لزيارة مدينة سكيكدة.
- الرغبة في تعزيز الحركة الفندقية بمدينة سكيكدة.

4. أهداف الدراسة

- الكشف عن واقع السياحة في مدينة سكيكدة.
- إظهار الصورة السياحية لولاية سكيكدة للنهوض بها.
- الإطلاع على مدى تنفيذ معايير جودة الخدمة الفندقية.
- التقصي عن نسبة التنفيذ لتلك المعايير من قبل فندق رويال توليب من وجهة نظر نزلاء الفندق.
- التحقق من مدى إنجذاب السياح سكيكدة خاصة لقطاع الفندقية (فندق رويال توليب).

5. مفاهيم الدراسة

يعتبر تحديد المفاهيم من أهم الخطوات اللازمة في مسار الدراسة أو البحث العلمي.

1-5 المفاهيم الرئيسية

1-1-5 الدور:

مفهوم سوسيولوجي بالأساس يعني أداء وظيفة معينة انطلاقاً من مركز معن لتتحقيق رغبات نفسية وحاجات اجتماعية على اختلافها والأدوار تختلف حسب المركز والثقافات الموجودة في المجتمع، من ثم فهو سلوك منظم... الدوافع والمشاركات الاجتماعية لكن بمسؤولية من حيث هو مراقب من السلطة والمجتمع، وفي خدمة النظام القائم كمجموعة تشريعات أيا كان نوعها.¹

يرى معجم العلوم الاجتماعية ونقلًا عن " نصر الدين ولوكيا الهاشمي " لأنه: من زاوية البناء الاجتماعي كوضع اجتماعي له خصائص معينة من حيث أنه يؤدي نشاطات تنال تقدير المجتمع وتعطي له فيما اجتماعية، ومن زاوية التفاعل الاجتماعي كسياق لمجموعة أفعال يؤديها الشخص في موقف تفاعلي اجتماعي، وأنه موقف من المشكلات الاجتماعية والدور الذي يؤديه الشخص، و موقع المسؤولية يتغير حسب أدوار الآخرين وتحديده مرتبط باختلاف نمط الجماعة.²

حسب "تالكوت بارسونز"، يرى أن الأفراد في إطار النظام الاجتماعي لهم أدوار مختلفة ومتصارعة، هذه الأدوار في حقيقتها هي أفعال اجتماعية تسعى لإنجازها في الأنساق الاجتماعية، في الدور والقيام بوظيفة انطلاقاً من مركز يرسم شخصية الفاعل كما يراها المجتمع الذي ينتمي إليه.³

¹ علي غربي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، دار البحث قسنطينية، الجزائر، قسنطينية، 1999، ص 92.

² جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الاجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة قسنطينية، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2006، ص 13.

³ نادية جمال الدين، المرأة الريفية وأدوارها الاجتماعية ومحدداتها، محاضرة قدمت في ورشة العمل، القيادات النسائية في الفترة: 01 إلى 30 مارس 1995، التقرير النهائي في المركز الإقليمي لتعليم الكبار.

• التعريف الإجرائي:

الدور هو تصريف الأفراد لأموالهم وأمور غيرهم في ضوء توقعات الآخرين، يتطلب توفير إمكانات مختلفة، فهو عملية الأداء في موضع اجتماعي معين ينتهي بإنجاز يحكم له أو عليه كما يتعدى ذلك إلى الوظيفة في مقابل العمل، كما قد يكون السلوك المتوقع في إطار موقف أو تفاعل اجتماعي ملحوظ، وهو نشاط يتعين بالظرفية أو الديمومة، ويكون قصديا في الغالب ويكون منصب على ما هو ذاتي أو موضوعي.

2-1-5 الخدمة الفندقية

هي مجموعة الأعمال التي تقدمها المؤسسة إلى الزبائن من أجل إشباع حاجاتهم و رغباتهم من خلال تقديم كافة التسهيلات المطلوبة وبالتالي تأمين الراحة التامة لهم.¹

لأنها عبارة عن نشاطات وفعاليات غير ملموسة تطرحها المؤسسة الفندقية لضيوفها بالشكل الذي يحقق لهم الرضا أو القبول والتأثير فيهم تكرر الزيارة.²

عرفها النشمي: بأنها مجموعة من الأنشطة المتنوعة يقدمها الفندق من خلال موظفيه للزبائن كحسن الاستقبال وسرعة الاستجابة لتوفير متطلباتهم وتحقيق رغباتهم وتقديمهم بأفضل الوسائل التي تشعر الزبون بالتقدير والإحترام.³

• التعريف الإجرائي

هي النشاط الذي يرتبط بالإقامة والإيواء وإعاشة النزلاء بهدف إشباع رغباتهم وتحقيق رضاهم باعتبار ذلك أفضل طريقة لاستمرارية نشاط القطاع، ويتشكل هذا النشاط من التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة من أجل تحقيق مجموعة من المنافع.

¹ فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 210.

² خيرى علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمات الفندقية، مجلة تنمية الرافدين، العدد 88، ص 49.

³ النشمي، ناصر عبد العزيز، دور الهيئة العامة للسياحة.... والأثار في تحسين مرافقة وخدمات الفندق، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013.

3-1-5 الجذب السياحي

يعرف على أنه القدرة في جذب السياح والمنشآت السياحية في مكان معين للتنقل على مستوى المحلي والدولي، ومن بين مفاهيمها كونها تشكل إحدى العناصر السياحية، والتي بدونها ترجع هذا النظام غامضاً، إذ يتكون من عناصر أساسية أولها العنصر الديناميكي المتمثل في الإنسان أي السائح، والثاني العنصر الثابت المتمثل في المكان أين الموقع السياحي، فهو طريق النقل أو وسائل ربط بين السائح والمكان¹.

تعريف المجلس الأستكتلندي السياحي: القصد السياحي التي لها عمر محدد (دورة حياة المنتج السياحي)، الغرض الأساسي لاستكشافها أو خلقها هو زيادة متعة الفرد وبهجته أو زيادة ثقافته وإدراكه².

ويعرفه الحصري بأنها: المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية والخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السائح منذ مغادرته مكان إقامته إلى عودته إليه، إذ تشمل مناطق الترفيه والتسلية التي يبحث سائحه عنها والتي تؤدي إلى زيادة القناعة في التجربة السياحية³.

• التعريف الإجرائي:

الجذب السياحي هو جميع المناطق الطبيعية والثقافية والحضارية والاجتماعية المتكونة من عناصر تسمح بالقيام بالفعل السياحي، كما أنه تمثل مناطق القصد السياحي التي تنتج المجال للمتعة والترفيه والاسترخاء وكذا التثقيفية للسياح.

6. الدراسات السابقة

في أي بحث علمي لا ينطلق من الفراغ بل يبدأ من حيث انتهى سابقوه، فالدراسات السابقة من الخطوات المنهجية الهامة في البحوث العلمية، فهي تساعد الباحث على موقع بحثه من البحوث السابقة، التي

¹ عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق، جامعة تلمسان، 2010، ص 113.

² عائشة دواح، نفس المرجع، ص 114.

³ مسعود أودينة وإيمان لخلف، مخططات التنمية السياحية ما بين جاذبية المقومات السياحية وواقع الخدمات التكميلية السياحية، حالة ولاية جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير سياحي، جامعة جيجل، 2012، ص 46.

تناولت نفس الاشكالية أو المقاربة لها، وبالتالي تحدد الزاوية المراد دراستها، أي "الدراسات السابقة" تزود الباحث بالمعايير والمقاييس والمفاهيم الإجرائية... وكذا يستفيد من إيجابيات منهجها وتجنب سلبياتها.

1-6 الدراسات المحلية

• **الدراسة الأولى:** دراسة "كوشي خديجة" 2017، أطروحة الدكتوراه بعنوان "محددات جودة الخدمات الفندقية ودورها في تحديد درجة رضا الزبون"، عالجت الدراسة إشكالية دور محددات جودة الخدمات الفندقية لتحديد درجة زبائن مؤسسة فندقية بالجزائر، وأبرزت الدراسة محددات جودة الخدمة ودورها في تحديد رضا الزبائن في مؤسسة فندقية بالجزائر، كما تم تشخيص واقع القطاع الفندقي في الجزائر بالوقوف على عراقيل السياحة الجزائرية وأفاقها وتأثير أبعاد جودة الخدمة على الرضا بإجراء استبيان على عينة من زبائن المؤسسة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الفندقية ودرجة رضا الزبون.

2-6 الدراسات العربية

الدراسة الأولى: دراسة الباحثان "فهد منذر" و"فهد مشعل" الموسومة بأثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الزبون (الضيوف) من الأبعاد الخدمائية، ولهذا الغرض اعتمد الباحث على الأسلوب الوصفي التحليلي الملائم لطبيعة الدراسة، تم دراسة عينة قوامها 315 ضيفا، وقد تم استخراج البرنامج الإحصائي spss وعدد من الأساليب الإحصائية الملائمة، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الهامة منها وجود أثر لجودة الخدمات وبكافة متغيرات الدراسة المستقلة (الإعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة، الجوانب المادية) وبعض المستلزمات المادية له الأثر الأكبر على رضا الضيوف، خلصت الدراسة إلى أنه على إدارة فنادق الخمسة نجوم أن تعمل على تدريب العاملين في الفنادق من أجل تحسين مستوى الإجابة للضيوف، لأن الاستجابة احتلت المرتبة الأخيرة في التأثير على رضا الزبون.

الدراسة الثانية: دراسة الباحثان "نجم العزاوي" و"نبيل الحوامدة"، الموسوم "بقياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن، دراسة ميدانية لفنادق من فئة خمسة نجوم في عمان، ويهدف هذا البحث إلى قياس إدراك الزبائن لجودة خدمات فنادق من فئة الخمسة نجوم، وبيان أثر العوامل الديموغرافية

على مستوى الإدراك، وقد توصل الباحثان إلى نتيجة وهي معظم آراء العينات تشعر بالرضا عن مستوى الخدمات والخدمات المقدمة لها في فنادق الخمسة نجوم، وخلصت الدراسة إلى توفير المزيد من الاهتمام لمتابعة أحدث التطورات في مجال التكنولوجيا الخدمة الفندقية وتوفير المزيد من التسهيلات اللازمة للنزلاء.

مما سبق نستنتج أن معظم الدراسات السابقة ناقشت موضوع السياحة و الخدمات الفندقية من جوانب مختلفة ولم يتناول أي منها هذا الموضوع في مدينة سكيكدة، إلا أنه يمكن القول بأن تلك الدراسات قد زودتنا بالمعرفة وشكلت لنا إطارا مرجعيا للدراسة، كما ساعدتنا في تحديد المنهج المناسب و أدوات جمع البيانات التي سنعتمد عليها في بحثنا، والإستفادة من النتائج المتوصل إليها مما سهل وضوح الصورة في تحليل الموضوع في بعض النقاط المتشابهة.

الفصل الثاني: الخدمات الفندقية

تمهيد

1. نشأة وتطور الفنادق عبر التاريخ.
2. خصائص الخدمات الفندقية
3. أنواع الخدمات الفندقية
4. أهمية الخدمات الفندقية
5. أهداف الخدمات الفندقية
6. جودة الخدمة الفندقية
7. أهمية جودة الخدمة الفندقية
8. أبعاد جودة الخدمة الفندقية
9. مبادئ جودة الخدمة الفندقية
10. علاقة جودة الخدمة الفندقية برضا الزبون

خلاصة

تمهيد

تسعى المؤسسات الفندقية في العصر الحالي إلى إثبات وجودها، وذلك من خلال تقديم أفضل ما تستطيع من الخدمات، بحيث تلبي حاجات ورغبات الزبائن، بل تفوق متطلباتهم، فتقديم الأفضل يحقق الجودة في الخدمات الفندقية، حيث تقوم الجودة على مجموعة من الأفكار والمبادئ التي يمكن لأي مؤسسة الأخذ منها من أجل تحقيق خدمة تتمتع بسمعة تنافسية عالية، وصارت الجودة هدفا مسطرا من قبل المؤسسات عندما أصبح الزبون أكثر إدراكا واهتماما بجودة الخدمة، نظرا للدور الفعال الذي تلعبه في أداء الخدمة، وتعد توقعات وحاجات الزبائن عوامل مهمة في تقييم جودة الخدمة.

1. نشأة وتطور الفنادق عبر التاريخ

يرجع ظهور الفنادق إلى العصور القديمة، لكنها شهدت ولا زالت تشهد تطورا كبيرا، فقد مرت في مراحل عدة من التطور عبر عقود الزمن حتى وصلت إلى ما عليه الآن.

1-1 تطور الفنادق في العصور القديمة

سميت هذه العصور بعصور الخانات البدائية وهي تعتبر النواة الأولى للفنادق، انتشرت وازدهرت هذه الفنادق في حضارة وادي النيل وبلاد الرافدين وفلسطين، وذلك لازدهارها ونشاط التجارة في تلك العصور فقد كانت قوافل التجار تأتي إلى هذه المناطق لغرض التجارة، حيث كان البيع والشراء يتم عن طريق المقايضة وعلى هذا الأساس كانت هناك حاجة إلى إيواء القوافل وتوفير أماكن الراحة والمياه لهم ولحيواناتهم، إضافة إلى وجود سبب آخر لنشوء هذه الخانات وهو الحركة الدينية وزيارة الأماكن المقدسة في فلسطين، وزيارة القدس الشريف، لحاجة الزوار إلى أماكن الراحة والطعام،

انتشرت هذه القناة بالقرب من الأماكن المقدسة وأبسط مثال على ذلك الفنادق الدينية في وقتنا الحالي هو إنشاء فنادق في المملكة العربية السعودية لإيواء الحجاج في موسم الحج والعمرة.

أما بالنسبة للفنادق التجارية فقد كان إنشائها من أجل إيواء التجار في تلك العصور أين ازدهر النشاط التجاري في الدول التي سميت لاحقا بالدول الصناعية والتجارية الكبيرة مثل نيويورك، لندن، طوكيو، باريس.¹

1-2 تطور الفنادق في العصور الوسطى

من أهم ما امتازت به هذه العصور تطور الخان الدائي إلى فندق كبير فقد كانت مقسمة إلى غرف صغيرة وبسيطة لإيواء الفقراء وغرف جيدة وكبيرة ذات أثاث فخم لإيواء الأغنياء.

من بين الأسباب الرئيسية التي ساعدت على هذه التطورات هي اكتشاف البخار واختراع القاطرة والسيارة والدراجة البخارية، الأمر الذي سهل وزاد من وسائل النقل وتطور طرق المواصلات ونقل عدد كبير من المسافرين في وقت واحد، وإلى مسافات بعيدة في زمن قليل، وهكذا أنشئت الفنادق الكبيرة في

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، علم إدارة الفنادق، دار زهران للنشر، عمان، 2006، ص09.

العواصم ولأول مرة ظهر اسم الفندق على اللافتات الكبيرة معلقة على شرفاتها مثل: صندوق سكة الحديد، وهنا بدأ البناء الجديد يأخذ طراز معين يتفق مع متطلبات الخدمة¹.

3-1 تطور الفنادق في العصور الحديثة

تمتد هذه الفترة من القرن 19 إلى وقتنا الحالي، إذ أصبحت صناعة الفنادق في العصر الحالي صناعة فريدة ومتميزة لها خصائصها وأنظمتها وثقافتها وقوانينها، حيث تشير دراسات صناعة الفنادق في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن صناعة الفنادق شهدت تطورا ملحوظا في القرن العشرين، كما تم فيها تطوير الكثير من المفاهيم المتعلقة بتصميم الفنادق وذلك من خلال العمل المتواصل لتقابل حاجات ورغبة المسافرين والسائحين المتغيرة باستمرار، وتم استبدال الفنادق ذات الأحجام المتوسطة والفنادق ومراكز المدن التجارية بفنادق أخرى يتميز بنائها بفن معمار خلاق وجديد وقاعات مركزية ذات سطوح عالية وبمصاعد خارجية جذابة وابداعات أخرى أصبحت ملازمة لكثير منها "country Plaza" في لوس أنجلوس وكذلك فنادق "Regency hyatt" في أطلنطا، كما تم إنشاء فنادق المؤتمرات الضخمة التي تتميز بكبر حجمها ومساحات واسعة لإقامة الحفلات لتقابل متطلبات السوق المتغيرة والمتزايدة باستمرار².

2. خصائص الخدمات الفندقية

تتميز الخدمات الفندقية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف كليا عن السلع الملموسة، وبشكل عام يتم تحديد خصائص الخدمة كما يلي:

1-2 عدم ملموسية الخدمة:

الخدمة تعتبر كيانا غير ملموس ليس لها جسم مادي وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس الخمسة كاللمس والشم.... وبناء على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو التعرف إليها أو الاستفادة منها قبل الشراء.

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، المرجع السابق، ص 10.

² أحمد محمد المصري، إدارة الفنادق، مؤسسه شباب الجامعة، مصر، ص 32.

2-2 عدم انتقال الملكية:

إن عدم انتقال الملكيات تمثل صفة واضحة تميز الخدمات عن السلع، وذلك لأن المستهلك له الحق بالاستفادة من خدمة معينة دون أن يمتلكها.

3-2 التلازمية:

إن ما يميز الخدمة هو وجود مقدم الخدمة والمستفيد منها في آن واحد عند عملية إنتاج وتقديم الخدمة، وتواجد الاثنان يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمة حيث ان تفاعل مقدم الخدمة والضيف في الفندق يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمة وعلى مستوى رضا الزبون.

4-2 عدم تماثل الخدمة:

من الصعب تنميط الخدمة وتقديمها بشكل متماثل كما هو الحال بالنسبة إلى السلع الملموسة فإن الخدمات عموماً ومنها الخدمات الفندقية تتميز بخاصية عدم التماثل.

5-2 التذبذب وعدم الاستقرار:

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

6-2 إنسانية النشاط الفندقي:

فهو يقوم أساساً على استخدام العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة حيث يتوقف نجاحه هو على مدى كفاءة وقدرة هذا العنصر على تقديم الخدمات بطريقة تجذب السائح والزائر، كحسن معاملة السائحين وتأدية الأعمال المطلوبة منه بروح عالية مع توافر مقومات الشخصية الأمانة والإخلاص في العمل والصدق وإلى غير ذلك، وبذلك يعتبر العنصر البشري.¹

¹خيري علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمة الفندقية، مجلة تنمية الرادين، العدد 88، ص 49.

3. أنواع الخدمات الفندقية

يتضمن جانب العرض الفندقي مكوناً أساسيين وهما:

الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية والتي تعرف بالخدمات المحورية الجوهرية والخدمات التي تتميز بها المؤسسة الفندقية عن غيرها وتعرف بالخدمات التكميلية.

1-3 الخدمات المحورية (الجوهرية)

تتمثل في العناصر الأساسية للاستجابة لحاجات الضيوف، وتحقيق المنافع التي يسعى إليها الضيف، فإن خدمة الجوهر هي الإيواء حيث تعتبر خدمة الإيواء أو السكن في الغرفة داخل الفندق هي الخدمة الجوهرية.¹

وتنقسم الخدمات الجوهرية إلى مجموعتين هما:

1-1-3 قطاع خدمات الغرف: وتتمثل في:

• خدمات المكتب الأمامي:

هي الوحدة التي تقوم بالاستقبال والاتصال بالضيوف لتوفير الرفاهية خلال إقامتهم بالفندق وحتى توديعهم عند المغادرة²، حيث يعتبر المكتب الأمامي حلقة الاتصال بين نزلاء الفندق والإدارة ويمكن تلخيص وظائفه الرئيسية فيما يلي³:

- تحية النزلاء والترحيب بهم باسم الفندق.
- استلام ومتابعة شكاوي النزلاء ومحاولة التحقيق فيها واتخاذ الإجراءات لتصحيح الأفراد.
- تنشيط مبيعات الفندق عن طريق محاولة بيع الخدمات المختلفة التي يقدمها مثل قاعات الخدمات، الطعام، الغسيل... إلخ.

¹ فهد منذر، مشعل فهد، أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، قسم التسويق، جامعة الزرقاء، عمان، 2014-2015، ص-ص 22-32.

² سعيد محمد المصري، إدارة تسويق الأنشطة الخدمية، (المفاهيم، الاستراتيجيات)، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2000، ص 225.

³ أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات الفنادق، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007، ص 121.

• الحجز:

هي مجموعة القواعد والإجراءات التي تحددها مؤسسة الضياف و ومن خلالها يتأكد الضيف من ضمان وجود مكان خاص به لإقامته.

• وحدة الاستعلامات:

هي الوحدة التي توفر كافة المعلومات للضيوف.

• وحدة الخزينة:

هي الوحدة التي تقوم بتحصيل مستحقات الفندق من ضيوفها وذلك بعد تقديم الفاتورة كمستند دال على كل الخدمات التي حصلوا عليها خلال فترة إقامتهم.

3-1-2 قطاع خدمات الأطعمة والمشروبات:

وتتمثل بالخدمات المكملة للخدمة الجوهر فيما يلي:

• خدمة الأغذية والمشروبات:

شراء وانتاج وتقديم الأغذية والمشروبات، تحقق هذه الخدمة إيرادات مهمة للفندق، وتعتبر عامل جذب للسياح وهدفها الحصول على ربح مناسب¹.

• خدمة الحفلات والمؤتمرات:

من خلال تأجير قاعات الفندق بغرض إقامة مؤتمرات أو حفلات².

3-2 الخدمات التكميلية المساعدة:

وتتمثل الخدمات المكملة للخدمة الجوهرية فيما يلي:

¹ سعيد محمد المصري، مرجع سابق، ص-ص 227- 228.

² ماهر عبد العزيز توفيق، إدارة الحفلات والمؤتمرات، عمان، 1998، ص 05.

1-2-3 خدمات حمام السباحة:

تعتبر من الخدمات التكميلية التي يقدمها الفندق حيث يتوفر في أغلب الفنادق خاصة الفنادق الراقية مسابح يمكن للضيوف الفندق استعمالها.

2-2-3 خدمات اللياقة وقاعات الرياضة:

حيث توفر بعض الفنادق قاعات لممارسة الرياضة تتوفر على كافة التجهيزات، ويكون هذا النوع من الخدمات غالبا في الفنادق الرياضية.

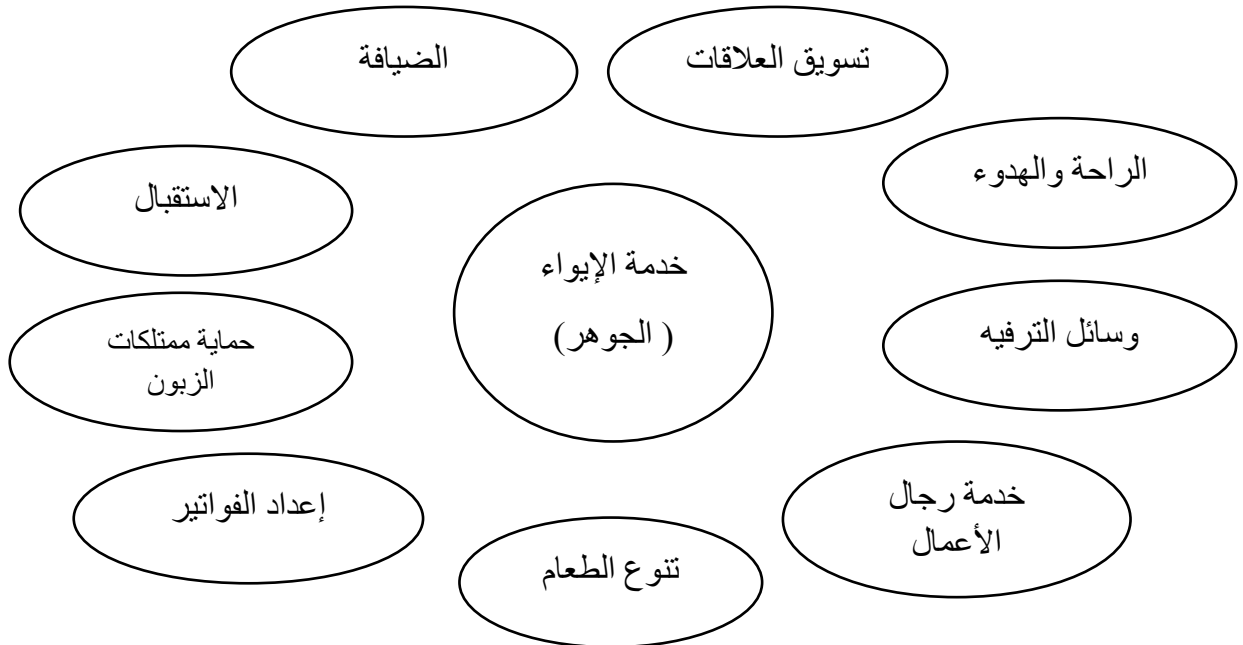
3-2-3 خدمات التسويق:

توجد في بعض الفنادق محلات للمتسوقين تحتوي على ماركات عالمية وكذلك محلات بيع الهدايا والتحف التقليدية الخاصة بالمنطقة التي يقع فيها الفندق.

4-2-3 الخدمات الترفيهية:

ينظم الفندق أحيانا سهرات فنية وأنشطة للترفيه عن ضيوفه.

الشكل رقم 01: زهرة الخدمات الفندقية الراقية¹



¹ حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 197.

4. أهمية الخدمات الفندقية

تدل العديد من الدراسات على أن وجود الخدمات تعتبر أساساً لتحسين أداء المنظمات الفندقية وتحقيق الميزة النفسية، وتكمن أهمية الخدمات الفندقية فيما يلي:

- التحسين والوفاء باحتياجات العاملين.
- الإهتمام بجودة الخدمة في المنظمات الفندقية يؤدي إلى تخفيض عدد الشكاوي.
- زيادة رضا العملاء.
- زيادة الكفاءة وجذب زبائن جدد فضلاً عن تحقيق ميزة تنافسية في السوق.
- تنفيذ الإدارة وتساعد على رسم استراتيجية تسويقية في طبيعة الهدف النهائي لمجهود تقديم الخدمة مما يؤدي إلى تحقيق رضا المستهدفين من هذه الخدمات¹.

5. أهداف الخدمة الفندقية

يعتبر المستهلك أو السائح المحور الأساسي في عملية تقديم الخدمات الفندقية إذ أن إرضاء نقطة جوهرية، ويجب التركيز عليها عند تقديم هذه الخدمات، فإذا تحقق الرضا تمكنت المؤسسة الخدمية من تحقيق أهدافها الأخرى وتتمثل أهم هذه الأهداف فيما يلي:

1-5 تحقيق الأرباح:

من بين الأهداف التي تتضمنها عملية... الخدمات الفندقية في أحسن الصور هو مساعدة المؤسسة في الأرباح ومنحها مكانة جيدة لدى الزبائن وفي طلب خدماتها بشكل مستمر.

2-5 إعطاء صورة واضحة:

يكن السر وراء نجاح العديد من المؤسسات الفندقية في تطبيق استراتيجياتها الخاصة بتقديم الخدمات الفندقية في استخدامها لوسائل اتصال فعالة وبسيطة في عملية تعزيز جوانب إيجابية للتخلص من الجوانب السلبية أو التخفيض منها في المنطقة السياحية التي توجد فيها فنادق و منه جذب أكبر عدد ممكن من طالبي

¹ ابراهيم بوظاظو وأحمد العمارة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، دراسة ميدانية على عينة من فنادق الخمس نجوم، منشورات مجلة العلوم الإنسانية، العدد 45، جانفي 2007، ص03.

الخدمة الفندقية، اذا لا يمكننا إظهار الدور الخاص لعناصر الترويج في التعريف بالنشاطات والبرامج السياحية للتأثير على السياح.

3-5 التفوق على المنافسين:

يعتبر المنافس اليوم في الخدمات الفندقية أكثر حدة وتأثير مما سبق و حتى تستمر المؤسسة الفندقية في السوق تحتل المراتب الزيادة لابد من أن تقدم مزيجا خدميا فندقيا متميزا عن باقي الخدمات الفندقية المقدمة من قبل المنافسين فهي بذلك تضع لنفسها حواجز حماية كم نعود دخول المنافسين لها.

4-5 إرضاء الزبائن:

يتحدد رضا السائح وفقا لنوعية جودة الخدمات الفندقية المقدمة من قبل المؤسسة الفندقية وبالتالي لا يمكن أن تجد مؤسسات فندقية في حماية وجودها دون إرضاء العملاء، وحتى تتمكن من تحقيق ذلك بفعالية لابد لها أن تعتمد على نظام المعلومات التسويقية في نشاطها، حتى تكون في وضع مناسب يمكنها من معرفة توقعات زبائنها ومحاولة تلبيتها، وبالتالي تصبح السبل أمامها ميسرة لإرضائهم¹.

6. جودة الخدمة الفندقية

تسعى المنظمات الفندقية إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية ومقبولة من قبل الضيوف لأنها تدرك جيدا بأن جودة الخدمة الفندقية تمثل قوة تنافسية وتؤدي دورا كبيرا في تحقيق الرضا للزبائن والمساهمة في زيادة الحصة السوقية فجودة الخدمات الفندقية تعبر عن مستوى الخدمة المقدمة للضيوف بما يتوافق مع توقعاتهم.

1-6 مفهوم جودة الخدمة الفندقية وأهميتها:

تعتبر جودة الخدمة الفندقية فلسفة شخصية وثقافة تنظيمية وتقنيات ادارية منظمة وتعاون لتحقيق الاهداف المرسومة.

1-1-6 مفهوم جودة الخدمة الفندقية:

تعددت وجهة نظر الكتاب والباحثين في تحديد مفهوم جودة الخدمة الفندقية:

¹ محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000، ص-ص 20-23.

تعرف جودة الخدمة الفندقية بأنها تطابق مستويات الخدمة الفندقية مع توقعات الزبون أو تقديمها بمستوى جودة تفوق التوقعات بما يشبع حاجته ويحقق رضاه.¹

هي مجموعة أنشطة ينتج عنها تحسين الخدمة المقدمة للعميل، ويمكن تقسيم هذه الأنشطة الى أنشطة تتم قبل الخدمة، وأنشطة تتم عند الأداء وأنشطة تتم بعد الأداء.²

كما يقصد بجودة الخدمات الفندقية درجة تطابق الاداء الفعلي للخدمة الفندقية مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة، والتي تتحدد في ضوء المقاربات التي يجريها الزبون بين ما يتوقع ان يحصل عليه من المنظمة الفندقية او بين ما يحصل عليه فعلا من نفس المنظمة.³

ويرى جمال دينا حامد والعبيدي وأردان حاتم خضير:"إذا ارادت المنظمة المقدمة للخدمة تحسين جودة الخدمات المقدمة، فانه يتوجب عليها اولا ان تفهم وتدرس الكيفية التي يقرر فيها الضيف جودة الخدمة المقدمة ويحكم عليها".⁴

7. أهمية جودة الخدمة الفندقية

لجودة الخدمة الفندقية أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات وذلك لتحقيق النجاح في تقديم الخدمة بحيث يكون التعاون بين العميل والموظف مقدم الخدمة السبب الاساسي لتحقيق الجودة وتكمن اهمية جودة الخدمة الفندقية فيما يلي:

7-1 نمو مجال الخدمة:

لقد ازداد عدد المنظمات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الامريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات الى جانب ذلك فالمؤسسات مازالت في نمو مستمر.

¹ بن عيشي عمار، بن واضح الهاشمي، دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية، دراسة ميدانية، المجلة العربية للإدارة، عدد2، 2018، ص193.

² خيرى علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمة الفندقية، مجلة تنمية الافدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2002، ص48.

³ الغنيمات إبراهيم محمد، أثر تطبيق جودة الخدمات الفندقية في الأسبقيات التنافسية من وجهة نظر الزبائن، دراسة تطبيقية على فنادق فئة خمس نجوم وأربع نجوم في إقليم البتراء، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015، ص11.

⁴ جمال دينا حامد، أردان حاتم خضير، مدى إمكانية تبني مبادئ إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي، دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في العتبة العلوية المقدسة، مجلة تكرين للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 9، العدد 2013، ص53.

2-7 ازدياد المنافسة:

ان تزايد عدد المنظمات الخدمية سوف يؤدي الى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فالان الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي هذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

3-7 المدلول الاقتصادي لجودة الخدمات:

أصبحت المنظمات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من اجل جذب زبائن جدد. ولكن لا يجب المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

4-7 فهم العميل:

ان العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة فلا يمكن تقديم الخدمة ذات جودة وبسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعميل.¹

8. أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

ان قياس جودة الخدمة بشكل عام يتم من خلال عدة أبعاد تمتاز بها الخدمة وتمثل اهم متطلبات الزبائن فقد تناول العديد من الكتاب والباحثين في مجال ادارة الانتاج والعمليات والجودة ابعاد جودة الخدمة بشكل عام وصنفوها الى عدة تصنيفات، أما ابعاد جودة الخدمة فهي على النحو التالي:

1-8 الاعتمادية:

يعد هذا البعد من اهم الابعاد التي لها الاولوية في قطاع الخدمات، كما اكدت ذلك أغلب الدراسات اذ ان الاعتمادية والثقة بالمنظمة الفندقية تعد معيارا اساسيا للضيف في تقديم جودة الخدمات الفندقية، فعندما يحجز الزبون غرفة في فندق بمواصفات محددة يتطلب من ادارة الفندق ان تجهز له الغرفة في الوقت المطلوب وتلبي كافة الخدمات التي اتفق عليها مع ادارة الفندق دون حدوث اي خلل.

2-8 الملموسية:

على الرغم من ان الخدمات الفندقية تعتمد على العنصر البشري بالدرجة الاولى في تقديم خدماتها، الا انه مع ذلك ينبغي ان تكون هناك جوانب ملموسة ذات جودة عالية من التكنولوجيا يمكنها من

¹ الشريعي وطارق عبد الفتاح، التسويق السياحي التسويق الفندقي، مؤسسة حورش للنشر والتوزيع، 2017، ص56.

تقديم الخدمات بشكل أفضل للزبائن، فضلا عن وضع ديكورات وأثاث ومظهر لائق للعاملين يتناسب مع درجة الفندق، اذ أن نظرة الزبائن الى جمالية الفندق تمكنهم من تقييم جودة خدماتها.¹

3-8 الاستجابة:

يتطلب من مقدمي الخدمات الرغبة والاستعداد في خدمة الزبائن دون اي تردد او غرور او ملل، اذن ان الاستجابة لمتطلبات وحاجات الضيوف والعمل على تلبيةها في الوقت المحدد نشعرهم بان المنظمة الفندقية مهتمة بهم وتعمل على تقديم أفضل الخدمات لهم.

4-8 الأمان:

ان من اولويات عمل المنظمات الفندقية هو القدرة على توفير السلامة والأمان لضيوفها سواء الأمان من الحرائق او السرقات او الاعتداءات او الحوادث، اذ ينبغي ان تضمن المنظمة الفندقية توفير الأمان للزبون وممتلكاته الموجودة في الفندق وان عدم توفير الامان لهم، قد يضعف نسبة اشغال الفندق حتى لو توفرت ابعاد الجودة الأخرى.

5-8 التعاطف:

يعني بعد التعاطف ان يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام والأدب وان يتسم بالمعاملة الودية مع الزبائن وهنا فان هذا الجانب يشير الى درجة العناية بالزبون ورعاية خصوصيته والاهتمام بمشاكله.²

9. مبادئ جودة الخدمة الفندقية

يمكن تلخيص مبادئ جودة الخدمة الفندقية في النقاط التالية:

¹ محفوظ حمدون الحواف ، عمر علي إسماعيل، نشر ثقافة الجودة وأثرها في تعزيز أداء المنظمات الفندقية ، دار الفكر الجامعي، جامعة الموصل، العراق، 2007، ص32.

² ليازيد وهيبة، جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبائن، دراسة ميدانية بعض الفنادق بوهران، مجلة المنصور، العدد 23، 2015، ص16.

9-1 التركيز على العملاء :

يركز هذا المبدأ على تحسين جودة الخدمة وذلك من اجل تكيف الاداء المقابلة للاحتياجات المتوقعة للعملاء سواء أكان الزبون من خارج المنظمة (عملاء جدد، عملاء منظمات منافسة او مماثلة او زبونا من داخلها) عملاء المنظمة الذين يحصلون على خدماتهم بشكل مستمر من المنظمة ذاتها.

9-2 التركيز على العمليات والنتائج معا:

عادة ما يتحول الزبون الداخلي او الخارجي الى خدمات مؤسسة منافسة إذا ما وجدت منتجات أو خدمات المنظمة لا تتمتع بالخصائص والمواصفات التي يرغب توفرها في الخدمة المقدمة.

9-3 التحسين المستمر للعمليات:

لا بد من التركيز بصفة اساسية على رقابة تقديم الخدمة وذل كأكثر من التركيز على رقابة الإفرادي المنظمة لان التطوير لا يأتي من تلقاء نفسه بل يتطلب بالضرورة تهيئة وتوفير مناخ ملائم في المنظمة يساعد على تحقيق ذلك حيث توفر الهياكل التنظيمية المناسبة وكذلك اجراء التعديلات المطلوبة في الاهداف والسياسات والإجراءات بالإضافة الى استخدام نظم الاقتراحات ودوائر الجودة.

9-4 منع الاخطاء قبل وقوعها:

لا بد من التركيز على تحقيق جودة الخدمات منذ اللحظة الاولى وبما يساعد الخدمات الجيدة من البداية ان التركيز على الاداء يمكن من ادارة منع الاخطاء قبل حدوثها فعلا، وهذا يستلزم تطوير معايير للرقابة على الجودة اثناء العمليات.

9-5 تعبئة خبرات القوى العاملة بالمنظمة :

وذلك من خلال تحفيز العاملين ليس تحفيزا ماديا فقط بل معنويا واجتماعيا أيضا فالقوى العاملة هي مصدر الافكار والتحنين الى جانب كونها المنفذة لأنشطة وعمليات المنظمة.¹

¹ غنيم أحمد محمد، تخطيط ومراقبة الإنتاج والعمليات ، المكتبة العصرية، مصر، 2006، ص 569.

6-9 منع القرارات استنادا الى الحقائق:

وهذا لا يمكن تحقيقه بدون الاشراف الفعال لكافة العاملين بغض النظر عن مستوياتهم الادارية وإشراك العملاء والموردين، فمشاركة كافة الاطراف مع توفر نظم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرارات التي تؤثر في جودة الخدمات الفندقية.¹

10. علاقة جودة الخدمة برضا الزبون

إن نقول العلاقة " الرضا يؤدي إلى الجودة" خطأ، والصحيح هو أن المؤسسة بمقابله احتياجات العملاء تتضمن رضاهم، لذا أصبح رضا الزبون هدف رئيسيا من أهداف الجودة على اعتبار أن الجودة تهدف إلى الإرتقاء بمستوى الخدمة لتحقيق رضا الزبون، لذا أصبحت المؤسسة الناجحة هي التي تأخذ بآراء الزبون في عملياتها وخدماتها المقدمة لهم، حتى أن العديد من المؤسسات شاركت زبائنها في تصميم خدماتها وفي تطويرها وفي عمليات التقييم المستمرة لها، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي الزبائن واقتراحاتهم و التعامل معهم وبذل جهد ممكن لتوفير الخدمات لكل شخص بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة، أي لكل زبون تعامل خاص به وتحسيسه بأنه هو الزبون الوحيد للمؤسسة، كل هذا لا شيء بل هو من أجل تحقيق رضا الزبون على جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة، وأن الرضا يبقى بالنسبة للمؤسسة تلبية حاجات ورغبات الزبائن سواء كانت هذه الحاجات والرغبات قد تم الإفصاح عليها أم لا، وأن المؤسسة قد اتبعت أسلوبا أو أكثر في قياس رضا الزبائن وسبب الحصول على آراء وملاحظات وشكاوي ومقترحات الزبائن لكي تبذل المؤسسة جهود كبيرة حتى تحقق المزيد من النظام من خلال الاستجابة للرغبات والتوقعات والاستماع إلى ملاحظات وشكاوي الزبائن.²

¹ غنيم أحمد محمد، المرجع السابق، ص 569.

² عبد النبي بلبالي، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا العملاء، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2010-2011، ص 54.

خلاصة

من خلال هذا الفصل الذي تطرقنا فيه إلى التطور التاريخي للمؤسسة الفندقية والتي تحتل مكانة هامة في السياحة، ازدهرت وأخذت أشكال عديدة وذلك من أجل تنويع خدماتها لتلبية حاجات ورغبات الزبائن، فقد تطرقنا إلى أهم الخصائص وأهمية وأنواع الخدمات الفندقية.

الفصل الثالث: السياحة والجذب السياحي في الجزائر

تمهيد

1. نشأة وتطور السياحة عبر التاريخ.
2. نشأة السياحة في الجزائر.
3. أنواع السياحة في الجزائر.
4. الإمكانيات التي تذخر بها الجزائر سياحيا
5. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر.
6. معوقات السياحة في الجزائر.
7. واقع السياحة في مدينة سكيكدة.
8. معالم الجذب السياحي لمدينة سكيكدة.
9. فنادق مدينة سكيكدة.
10. العراقل التي تواجه القطاع السياحي في مدينة سكيكدة.

خلاصة

تمهيد

تعتبر السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية، وجسر تواصل بين الشعوب والحضارات، وإفشاء جو من السلام والأمن العالمي، مما يقلل من حدة التوتر الدولي ويزيد من الذب السياحي، الذي ينعكس إيجابا على الجوانب الاقتصادية للدول، وفي هذا الفصل سنتطرق إلى السياحة والذب السياحي في الجزائر.

1. نشأة وتطور السياحة عبر التاريخ

السياحة كسلوك بشري وحركة سفر ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، يصعب تحديد البداية الحقيقية لها¹، إن كانت قد أخذت تتبلور كمفهوم اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة في المجتمعات الأوروبية، وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات².

ويمكن حصر تطور السياحة في عدد من المراحل الزمنية كالتالي:

1-2 مرحلة العصور القديمة:

شملت هذه المرحلة حركة السكان وسفرهم من أقدم العصور في بداية عصر النهضة في القارة الأوروبية، فحركة الجيوش والغزوات كانت لأهداف ولغاية عسكرية وسياسية واقتصادية في مجملها، كما أن السفر للأماكن المقدسة كان لأسباب و لدوافع دينية، أما الرحالة والمكتشفون فكانت أسفارهم لأهداف عملية واقتصادية.

ولعل من أبسط أشكال السفر نجد تنقلات وحركات البدو بحثا عن الكلاء والماء لماشيتهم التي يرعونها، وكذلك الحال بالنسبة للحرفيين وأصحاب المهن والتجار الذين سعوا من خلال أسفارهم إلى تحقيق مكاسب اقتصادية ومادية وذلك من خلال حرفهم وتجارتهم.

وعموما لم تكن السياحة وحركة السفر في هذه المرحلة قد تبلورت كنشاط ومفهوم واضح محدد الأبعاد، ولكنها لم تقتصر على السفر من أجل التجارة أو الأغراض العسكرية فقط، فقد كان اليونانيون ومنذ ما يزيد عن 2000 سنة يرحلون في جميع أنحاء البلاد إلى " أولمبيا" للاشتراك في الألعاب الأولمبية أو

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي " دراسة مقارنة"، المجد المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003، ص 38.

² إياد عبد الفتاح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيم"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 23-24.

لمشاهدتها، وهذا ما نطلق عليه اليوم السياحة الرياضية، وكذلك سافر الرومان لزيارة الأهرامات ومدينة الإسكندرية في مصر¹.

حيث أن غريزة التنقل والترحال كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعيا إلى تحسين الظروف المعيشية، ولتوفير احتياجاته الضرورية بنفسه، ولم تكن هناك قوانين وأعراف تحد أو تحكم تصرفاته والتزاماته سوى قوانين طبيعته نفسها، حيث كانت وسيلة الحصول على الخدمات إما بنفسه أو عن طريق المقايضة².

كما أن الكتب والمراجع التاريخية تتحدث عن العديد من الأسفار والرحلات الكثيرة والتي يمكن اعتبارها البدايات الأولى للسياحة، فهي من غير شك ليست السياحة بالمعنى المعروف حاليا بمختلف خصائصها وضوابطها، ذلك لأن لفظ السياحة لم يعرف إلا في القواميس والمعاجم الحديثة.

أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت معظمها آنذاك بدوافع دينية، وكذا بهدف الاستطلاع واستكشاف بعض المناطق التي تهم المسافر، بالإضافة إلى:

• تحقيق الفائدة:

من خلال خلق علاقات متبادلة بين القبائل والدويلات المختلفة، حيث أن هذا التفاعل كان له تأثير عميق في مصير الأقاليم المتجاورة من حيث التجارة والحرب، بالإضافة إلى حافز الكسب الكبير للتجار إلى القيام برحلات بعيدة بحثا عن السلع النادرة³.

لمن رحلات كان يقوم بها اهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام كما ورد ذكرها في القرآن الكريم لقوله تعالى: " لإيلا في قريش إلى فيهم رحلة الشتاء والصيف"⁴، والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات مثل رحلة سيدنا موسى وقصة خروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له، وكذلك وصل العرب إلى الصين واحضروا منها سلعا قيمة وكذلك من مصر وإيطاليا ومن كل أنحاء العالم أوروبا وآسيا.

¹ عثمان محمد غنيم وبنينا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2003، ص-ص 22- 23.

² عثمان محمد غنيم وبنينا نبيل سعد، نفس المرجع، ص 36.

³ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص-ص 21- 22.

⁴ سورة قريش، الآية رقم 01.

• حب الإستطلاع:

إن هذا الدافع يحث الأفراد على القيام برحلات طويلة بغرض التعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى وثقافتهم، وتعتبر رحلات السياح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي "هيرودوت" مثالا على ذلك، وأحيانا البرهان الوحيد المتوفر على قيام دويلات ومدن عظيمة، لأن طبيعة الإنسان هي حب المعرفة والفضول إلى معرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى.

• الدافع الديني:

.... دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة بغرض زيارة الأماكن المقدسة، حيث أن الصينيين من أتباع "بودا" كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر المناطق الصحراوية لزيارة آلهتهم، وبانتشار المسيحية في أرجاء الامبراطورية الرومانية ظهرت حركة السفر الدينية في القدس وبيت لحم في فلسطين، وكذلك الحال عند ظهور الدين الإسلامي، حيث أصبحت رحلات الحج لزيارة الديار المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس الشريف من أهم حركات السفر لأسباب دينية، وحتى في وقتنا الحاضر، كما عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض عيون المياه المعدنية والكبريتية التي كانوا يقصدونها لأغراض علاجية، حيث يقومون برحلات من أجل الصحة وهو ما يعرف الآن بالسياحة العلاجية أو السياحة الصحية¹.

2-1 مرحلة العصور الوسطى:

كانت اتجاهات السياحة في تلك العصور إلى التجارة والحج والدراسة وغيرها، ولقد انفرد بها العرب في الفترة ما بين القرن 14 في تطوير مبادئ السياحة، حيث وضع الأسس الأولى لمعظم فروعها وضمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدما، حيث كانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء، فكانت التجارة فيها نشطة والصناعة ناجحة وكانت مركز الحياة الثقافية والحضارية، اذ جذبت إليها العلماء والمتفقيين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة الازدهار في العلوم والفنون والآثار، وقد انطلق العرب في تلك الحضارة تاركين وثنائق سياحية فذة.

¹ عبد الفتاح مصطفى غنيم، السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة، دار الكتب المصرية، مصر، 1995، ص 45.

كما يشير إلى أن السياحة الدينية أخذت أبعاد جديدة في العصور الوسطى فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون بالرحلات الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالبا ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة والكثير منهم كتبوا أوصاف لرحلاتهم الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة في كتب الإرشاد السياحي.

كما أن في نهاية العصور الوسطى ظهرت في طلبه العلم الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير ونظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية لأن السفر يتطلب وقت فراغ.... وأموال فائضة عن الحاجة¹.

3-1 مرحلة العصور الحديثة

إن بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تفرعات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأصفار ومن أهم هذه الاستكشافات نجد اكتشاف "كولومبوس" لأمريكا 1492، ثم رحلة البرتغالي "فاسكوديكاما" الشهيرة إلى الهند، والذي اكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498، ثم تلتها رحلات "ماجلان" البرتغالي في القرن 16 حول العالم، حيث لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركات تنقل وسفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الاقتصادية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الاهتمام، خاصة أن التحولات الزراعية والصناعية والحضارية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل رئيسي في بروز السياحة كنشاط إنساني، وغطاء اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى، ففي هذه المرحلة ظهرت أنواع متعددة ومختلفة من النشاطات السياحية التي ارتبط كل منها بأهداف معينة²:

● السياحة التعليمية والثقافية

فتح عصر النهضة أبواب الكسب الكثير أمام الأفراد، واتسعت آفاقهم بظهور علماء وفنانين في جميع المجالات سواء المجال العلمي أو الأدبي، فكانوا يذهبون إلى عواصم المدن الشهيرة لمشاهدة آثارها ومراكزها الثقافية، وازداد عدد هؤلاء السياح في القرن السابع والثامن عشر وظهر عدد كبير من الكتيبات

¹ خالد مقابلة وفيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص 18.

² خالد مقابلة وفيصل الحاج ذيب، نفس المرجع، ص 35.

التي تعتبر بمثابة نشرات إعلامية، لكن اقتصرتم ممارسة هذا النوع من السياحة على الشباب من أبناء العائلات الأرستقراطية والإقطاعية الذين يمتلكون المال والسلطة.

• سياحة الاستشفاء والنقاهة

كانت سياحة الاستشفاء والنقاهة تمارس في أغلب الأحيان من قبل العائلات الثرية، إذ أنها لم تكن في متناول العائلات الفقيرة والمتوسطة، وهي تمارس في مناطق الينابيع المائية وسواحل البحار، والغرض الأساسي الذي تهدف إليه سياحة الاستشفاء والنقاهة والشفاء من بعض الأمراض النفسية والجسدية.

• السياحة الترفيهية:

أصبح الإحساس بالطبيعة في هذه المرحلة أحد أهم الدوافع السياحية الترفيهية والرياضية، فقط ازداد الاهتمام بالمناطق الجبلية وخصوصا جبال الألب في أوروبا بهدف السياحة الترفيهية والاستجمام في فصل الصيف، وفي فصل الشتاء حيث تمارس السياحة الرياضية ولا سيما التزلج على الجليد، بالإضافة إلى بروز أهمية الشواطئ لأغراض الراحة والاستجمام.

وقد نجم عن ظهور السياحة الرياضية والتمتع بالمظاهر الطبيعية بعيدا عن ضوضاء المدن وروتين العمل تزايد أعداد السياح باستمرار، مما أدى إلى إنشاء الكثير من المرافق السياحية في كثير من المناطق السياحية في أنحاء أوروبا والعالم، ولم تعد مقتصرة على العائلات الإقطاعية فقط بل أصبحت تمارس من قبل الشرائح السكانية بمختلف مستوياتها، الأمر الذي أدى إلى تزايد أعداد السياح وتكثيف النشاطات السياحية المختلفة.

4-1 مرحلة العصور المعاصرة:

أما في نهاية القرن 19 وأوائل القرن العشرين فقد عرف رجال الاقتصاد قيمة الرحلات والسفارات على المستوى الدولي وأثرها على اقتصاديات الدول، ففي تلك الفترة قامت دول عديدة بجذب السياح إليها إلا أنه يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كانت لهما أثر كبير في تطور وتقديم السياحة.

إذ أنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك وسائل النقل البحري والبري، لأن الاهتمام قبل ذلك كان على استعمالها في مجال الحرب فقط مما سهل تنقل بين الدول

والقارات وأدى إلى ازدياد وتطور حركة السياحة ورافقها في ذلك تطور الفنادق والبنية التحتية والفوقية واحلال السلام بين دول العالم وتبادل الخيرات والثقافات والتطور الاجتماعي، والاقتصادي والسياسي.

وقد برز الأثر الكبير على تطور وازدياد حركة السياحة العالمية كنتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث مستوي معيشة الفرد وزيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر وزيادة أوقات الفراغ نتيجة التقدم الصناعي وتوفير الوسائل المريحة، فقد ظهرت السياحة الجماهيرية حيث أنه يمكن القول أن السياحة لم يتم تمييزها إلا من خلال هذه المرحلة لذلك فهي بمثابة العصر الذهبي للسياحة¹.

ويلاحظ من خلال المراحل الألف ذكرها أن التطور التاريخي للسياحة كظاهرة ونشاط فقد ارتبطت بعدد من العوامل التي عاشتها أوروبا في بداية عصر النهضة، وكانت هذه العوامل بمثابة منعطفات أو نقاط تحول في مفهوم السياحة ومسارها.

فالثورات الزراعية والصناعية وما نتابها من تطورات وتحولات تكنولوجية واقتصادية واجتماعية، ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في سرعة التطور وانتشار السياحة وحركة السفر وذلك من خلال عوامل عديدة أهمها²:

- تزايد معدلات النمو السكاني وتحسن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة في الاطلاع والتعلم نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف طبقاتهم الاجتماعية وشرائحهم الاقتصادية.
- تحسن مستويات المعيشة ونوعية الحياة في معظم دول العالم نتيجة لزيادة ارتفاع معدلات دخول الأفراد ونصيبهم من الناتج الوطني الإجمالي والتنمية، مما أدى إلى زيادة كبيرة في معدلات السفر لأغراض التجارة والأعمال.
- التحولات الاقتصادية والتقنية المتسارعة خاصة في مجال وسائل المواصلات والاتصالات بأنواعها المختلفة، وما ينجم عنها من تسارع في حركة التجارة والسفر على حد سواء.
- التقدم السريع والهائل في تنظيم وتسهيل إجراءات السفر والجمارك على الحدود بين العديد من الدول.

¹ خالد كواش، السياحة " مفهومها، أركانها وأنواعها"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 26.

² عثمان محمد غنيم وبنيتا سعد، مرجع سابق، ص ص 36-37.

• العوامل عملت مجتمعة على تكثيف نشاطات السفر والسياحة بشكل أدى إلى بلورة مفاهيمها وأبعادها وزيادة الاهتمام بها إضافة إلى أسعار وتكاليف السفر وتعدد المؤسسات السياحية ومنظمي السفر، مما ساعد في... مدى حرية اختيار المناطق السياحية وكذا تأثيرات الترويج فاعليته على الأفراد المهتمين بالسياحة¹.

2. نشأة وتطور السياحة في الجزائر

إن بروز السياحة في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية وكان تطورها عبر عدة مراحل، نوجزها فيما يلي:

1-2 السياحة في الجزائر قبل الإستقلال 1962

خلال فترة الإستعمار قبل الحرب العالمية الأولى وقبل أن تكتشف الثروات عرفت الجزائر قدوما للعديد من السياح الأجانب لاكتشاف مناظرها الطبيعية والبحث عن أماكن معتدلة في فصل الشتاء، مما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في وضع هياكل قاعدية تلبي حاجات هؤلاء الزبائن، ومن هنا اكتسبت الجزائر شهرة بين البلدان التي تمتاز بالسياحة الشتوية، حيث أنشئت اللجنة الشتوية الجزائرية، التي عن طريق دعاياتها وإشهارها تمكنت من تنظيم قوافل ذات أسعار محددة نحو الجزائر، كما أخذت السياحة الصحراوية بالتطور التدريجي حيث كانت هذه الفترة مرحلة التحولات الكبرى نحو الصحراء الشاسعة.

أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد برز زبائن جدد يتميزون بالعدد الكبير والدخل الضعيف حيث نتج عن هذا التغيير ظهور نوعين من السياحة: سياحة تجول وسياحة إقامة².

2-2 السياحة في الجزائر خلال الفترة 1962-1966

أصبحت الجزائر بعد الإستقلال مباشرة دولة جديدة تبحث عن اكتشاف مناطق سياحية جديدة، على اعتبار أن ثرواتها الطبيعية عديدة ومتنوعة، إضافة إلى وجود آثار حضارية غير مستغلة، فهذه الموارد

¹ أحمد الجلاّد، أطوار الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2002، ص-ص 54-55.

² خالد كواش، مقالة مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصادية شمال إفريقيا، العدد 01، 2004، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، حسيبة بن بو علي، الشلف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2004، ص 213.

الأولية السياحية وجب استغلالها، حيث اعتمدت الجزائر في هذه المرحلة على السياحة الساحلية والحضرية بنسبة 50% و 40% على الترتيب¹.

ومن ثم التجنيد في إعادة تنظيم الاقتصاد الوطني بصفة عامة، حيث بادرت الدولة الجزائرية في تسيير الهياكل الموروثة عن الاستعمار الفرنسي ووضع برنامج خاص بمناطق التوسع السياحي، إذ تم خلال هذه الفترة إنشاء عدة هياكل سياحية تتمثل في الديوان الوطني للسياحة سنة 1962 ثم وزارة السياحة 1964.

حيث تعتبر 1966 حدثا تاريخيا هاما في تاريخ السياحة الجزائرية، وذلك لأنها السنة التي تبنت فيها أول سياسة سياحية في تاريخ الجزائر، حددت فيها قواعد النشاط الإقتصادي على المدى البعيد.

وكانت ترمي هذه السياسة إلى تنمية السياحة المتواجدة آنذاك وحددت التوجهات الأساسية كالتالي²:

- يعمل النشاط السياحي على الحصول على العملة الصعبة، وخلق مناصب شغل وإدماج الجزائر في السوق السياحية الدولية.
- مركزية الإستثمارات السياحية.
- وضع جهازي يخص التكوين الفندقي والسياحي.

2-3 السياحة في الجزائر خلال الفترة 1967-1978

تميزت فيها الاستثمارات السياحية بمركزية الدراسات وانجاز واستغلال الوحدات السياحية، كما كان للدولة دورا كبير في إنجاز الاستثمارات العمومية حيث نجد في هذه العشرية المخططات التالية³:

¹ أحمد لشهب، السياسة السياحية بالجزائر (1962-1982)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، الجزائر، 1985، ص 124.

² خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، الجزائر، ص 124.

³ خالد كواش، مرجع سابق، ص 124.

● المخطط الثلاثي 1967-1969:

أعطت السياسة سياحية أكبر اهتماماتها للسياحة الساحلية والصحراوية... لها الأنواع الأخرى من السياحة.

● المخطط الرباعي الأول : 1970-1973.

هدف هذا المخطط هو رفع قدرات الإيواء لتصل ما بين (70000 و 90000) في السبعينات، و قد برمجت 35000 سرير في الفترة 1970-1973 و هذا لتلبية متطلبات السياحة الوطنية و الدولية، و من أجل إكمال إنجاز البرامج السابقة خصصت ميزانية تقدر بـ: 700 مليون دينار بالإضافة إلى ميزانية تقدر بـ: 120 مليون دينار لإنجاز 8 محطات معدنية في نهاية المخطط،(12) و من أجل ذلك تمت برمجة 10 مشاريع ذات طابع ساحلي و 11 مشروع ذات طابع صحراوي و قد تم توزيع هذه المبالغ على المشاريع وفقا لهذا المخطط الرباعي الأول.¹

● المخطط الرباعي الثاني : 1974-1977:

يعتبر هذا المخطط امتدادا للمخططات السابقة بإضافة إلى رفع قدرة الاستقبال بـ25000 سرير لتصل قبل حلول سنة 1980 إلى 60000 سرير مع ميزانية تقدر بـ: 1230 مليون دينار.²(14) و بالرغم أن هذه الفترة تزامنت مع ارتفاع أسعار البترول في الأسواق العالمية، إلا أن القطاع السياحي بقي مهماشا كما كان عليه في المخطط السابق و انخفضت الاستثمارات المخصصة له من 2.5% من مجموع الاستثمارات في المخطط الرباعي الأول إلى 1.4% . و كان من بين أهداف هذا المخطط ما يلي:

- إنجاز 25000 سرير.
- تكملة المشاريع المسجلة و في طريق الانجاز و المتبقية من المخططات السابقة .
- توسيع السياحة البحرية و الحموية و الصحراوية .

¹ شرع يوسف، خليل عبد القادر، مخططات التنمية السياحية وواقع الانجازات الحقيقية، دراسة تقييمية مع الإشارة SDAT للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مجلة التنظيم و العمل، المجلد 4، العدد4، 2025، ص72.

² شرع يوسف، خليل عبد القادر، نفس المرجع، ص 73.

- توسيع شبكة الفنادق الصحراوية في الوادي، بسكرة ، بشار و تمنراست التي استفادت بانجاز فندق الطاهات بطاقة استيعابية تقدر بـ 300 سرير.
- تلبية الاحتياجات و الطلبات و تشجيع السياحة الداخلية للطبقات العمالية و المتوسطة، وهذه الأهمية المعطاة للسياحة الداخلية أو ما يسمى الشعبية منصوص عليها في الميثاق الوطني في سنة 1976 .
- إيجاد صيغ جديدة للمنشآت السياحية الداخلية كالمخيمات والقرى العائلية و جعل هذه السياحة أداة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- ترقية الحرف التقليدية و الحفاظ عليها من الاندثار.
- تطوير السياحة الخارجية و جعلها أكثر ملائمة مع متطلبات السياح.
- تشجيع المبادرات الخاصة بخصوص الاستثمار في القطاع السياحي من طرف الخواص¹.

• المخطط الخماسي الأول 1980 – 1984:

ما ميز هذا المخطط هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي الذي كان في تلك الفترة بسبب النزوح الريفي، و الأولوية أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة فقد خصص مبلغ 3400 مليون دينار التغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاثة مناطق سياحية نموذجية في الشرق و الوسط و غرب البلاد و الموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية و التي توافقت التقاليد الجزائرية و وزعت هذه المبالغ كما يلي :

- 1.6 مليار سنتيم مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الانجاز.
- 1.8 مليار سنتيم مخصصة للمشاريع الجديدة حيث كان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ : 50880 ، سنة 1985 و عليه برمج 89 مشروع وزعت كالتالي:²

كانت تتمحور العمليات الأساسية لهذا المخطط حول :

- برمجة الفنادق الحضرية.
- توسيع الفنادق الصحراوية.
- توسيع المحطات المعدنية.

¹ شرع يوسف، خليل عبد القادر، المرجع السابق، ص 74.

² شرع يوسف، خليل عبد القادر، نفس المرجع، ص 75.

- تهيئة مناطق التوسع السياحي واعتمادها من طرف المتعاملين الآخرين والمشاريع المستقبلية (جماعات محلية، قطاع خاص)¹.

• المخطط الخماسي الثاني 1985-1989:

في هذا المخطط أعطيت الأولوية للسياحة الداخلية، مع الشروع في برامج خاصة للاستقبال السياح الأجانب، وتمحورت أهداف هذا المخطط حول :

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية.
- لا مركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين كالجماعات المحلية، القطاع الخاص والتنظيمات العمومية الأخرى.

- التحكم في الطلب المتنوع.
- وخصص في هذا المخطط مبلغ 1800 مليون دينار، في حين كانت تكلفة البرنامج المسطر مساوية إلى 3500 مليون دينار².

وكانت احتمالات الإنجاز لهذه الفترة كما يلي :

• سنة 1985 من المقرر أن يتم فيها:

- إعادة تحريك المشاريع قيد الإنجاز.
- توسيع العديد من الفنادق كفندق بني عباس تيميمون، حمام بوغرارة ، بجاية ، ومسيلة. إنشاء 1000 سرير خاص بالمنتج المناخي (محطة تيكجدة).

• سنة 1986 من المقرر أن يتم فيها:

- إنشاء 1000 سرير خاص بالمنتج المناخي (محطة تيكجدة).
- إنشاء 600 سرير بوهران (فندق الشاطوناف).

• سنة 1987 من المقرر أن يتم فيها:

¹ كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التطورات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2004 ، ص 44.

² بديعة بوعقلين ، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر الجزائر 1996، ص113.

- إنجاز فندق بمدينة جيجل 300 سرير.

- إنجاز فندق بمدينة أرزيو 300 سرير.

- برنامج تحديد بعض الوحدات الصحراوية.

- إنجاز فندق بمدينة جيجل 300 سرير.

● سنة 1988 من المقرر فيها إنجاز 4 مشاريع:

- إنجاز فندق بمدينة أرزيو 300 سرير

- فندق بمدينة غرداية 600 سرير.

- فندق بمدينة الوادي 300 سرير.

- مركب سياحي في سوق الاثنين 444 سرير¹.

لقد كانت هذه المرحلة بداية انطلاق الإصلاحات وإعادة هيكلة المؤسسات السياحية ولا مركزيتها مما

أدى إلى ظهور شركات ودواوين جديدة أهمها:

● الشركة الوطنية التور (Altour) : ومقرها تيبازة والموكل إليها تسيير المنشآت الشاطئية و الصحراوية.

● الشركة الوطنية للفندقة الحضرية (S.N.HU) : ومقرها بالمدينة و تتكفل بالفندقة الحضرية و تطويرها و تسييرها.

● الشركة الوطنية للدراسات السياحية (E.N.E.T)

● الديوان الوطني الجزائري للسياحة (O.N.A.T)

● الديوان الوطني للندوات والمؤتمرات (O.N.C.C)

و قد صدر القانون 88/25 المؤرخ في 12 جويلية 1988 المتعلق بتوجيه الاستثمارات الاقتصادية

الوطنية الخاصة ليعطي دفعا جديدا للنشاط السياحي و دخول المتعاملين الخواص الذي يعول عليهم لتخفيف

الأعباء على الدولة و خاصة بعد انخفاض أسعار البترول و قلة الموارد المالية و ازدياد أعباء المديونية.

¹ Conseil national économique et social(CNES), rapport" contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, Alger, Novembre 2000, P.35.

➤ السياحة في فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق 1990-2000 :

مع نهاية الثمانينات بدأ السلطات العمومية التفكير في تصحيح ميكانيزماتها السياحية و الاقتصادية بصفة عامة حيث عملت على إصدار مجموعة من القوانين وتكييفها مع الأوضاع الجديدة للاقتصاد الجزائري و من خلال الإصلاحات أخذت السلطات سياسات على عاتقها تسمح لها بالاندماج في السوق العالمية و من أجل ذلك أصدرت مجموعة من القوانين هي :

- قوانين لاستقلالية المؤسسات العمومية (88-01)
- قانون النقد و القرض (1090)
- بورصة القيم المنقولة مرسوم (1093)
- قانون الاستثمار و الشراكة مرسوم تشريعي (1293)
- قانون المنافسة و الأسعار الأمر (96 - 06)
- قانون الخصوصية الأمر (95 - 22)
- قانون تسيير الأموال المنقولة للدولة (95-25)¹

رغم كل هذه الامتيازات و الإصلاحات و القوانين لكنها لم تجدي نفعاً للقطاع السياحي، حيث لم تسجل إلا ستة (6) مشاريع ذات طبيعة سياحية من سنة 1994 إلى 1996 و هذا يعود إلى الظروف التي سادت الجزائر في تلك الفترة خاصة الأمنية، و عدم الاستقرار السياسي مما لم يشجع المستثمرين على المغامرة بأموالهم و الاستثمار في القطاع نتيجة المستقبل المجهول و تعرض المنشآت السياحية خاصة للتخريب و الحرق.

منذ سنة 1990 عرف عدد السياح المتوافدين إلى الجزائر تغيرات عديدة كانت في مجملها سلبية حيث حدث انخفاض في عدد السياح بنسبة تقدر بـ 70%، و ذلك نتيجة سوء الأوضاع الأمنية التي عرفتها الجزائر خلال هذه الفترة إضافة إلى حرب الخليج مع العلم أن قطاع السياحة حساس يتأثر بالأزمات الاقتصادية و الحروب حيث انخفض عدد السياح من 1136918 إلى 604968 سائح سنة 1996.

و يمكن أن ترجع أسباب عدم ارتقاء السياحة في الجزائر خلال هذه المراحل في عدم إعطائها العناية الكافية إلى ما يلي:

- عدم تحديد المهام التي كان على هذا القطاع تحقيقها بوضوح.

¹ محمدي عز الدين ، التطور السياحي بالجزائر، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص 56.

- لم تخصص له الإعتمادات المالية الكافية.
- لم كن هناك سياسة تكوين للإطارات المشرفة على هذا القطاع.
- نقص المدارس والمعاهد ومراكز تكوين إطارات السياحة.
- غياب اليد العاملة المتخصصة و المؤهلة. التوتر الذي عرفته البلاد في هذه العشرية .
- غياب الاستقرار السياسي.
- لم تقم السلطات الجزائرية بإعداد إستراتيجية لتسويق خدماتها السياحية¹.

➤ التنمية السياحية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر ، على المدى القصير 2008 ، و المتوسط 2015 و البعيد 2030 ، حيث تعتزم الدولة من خلاله النهوض بالقطاع السياحي الجزائري ، و جعله في مصف القطاعات السياحية الأخرى وذلك من خلال : بعد النظر للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق القصير 2008 و المتوسط 2015 و الطويل 2030 و ذلك في إطار التنمية المستدامة (العدالة الاجتماعية ، الفعالية الاقتصادية ، حماية البيئة) و هذا بهدف جعل الجزائر بلدا مستقبلا للسياح تحديد أولويات إنجازها و توضيح شروط تحقيقه².

3. أنواع السياحة في الجزائر

يمكن التمييز بين أربعة أنواع للسياحة في الجزائر حيث نجد السياحة الساحلية والسياحة الجبلية والسياحة الصحراوية بالإضافة إلى سياحة الحمامات المعدنية، ولكل نوع من هذه الأنواع خصائص ومميزات خاصة بها.

¹ أحمد لشهب ، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجم ، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 1987 ، ص 14.

² كشكوش بومدين ، التسويق السياحي ، مقارنة اقتصادية واجتماعية ، حالة الجزائر ، مذكرة ماجستير ، جامعة تلمسان ، 2003،ص 165.

1-3 السياحة الساحلية:

يمتد الساحل الجزائري على طول 1200 كلم والذي يتميز بشواطئ ذات مناظر جميلة وغابات كثيفة وسلاسل جبلية متنوعة، وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية إلا أن فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، وذلك لأسباب عديدة أهمها:

- غياب الرؤية الواضحة اتجاه السياحة في الجزائر.
- غياب المنافسة.
- تهميش القطاع الخاص.
- قلة الاعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع¹.

و حتى يلعب هذا النوع من السياحة دوره لابد من توفر ما يلي:

- الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السباح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشيرية المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.
- الإبتعاد عن السلوكيات المنافية للأداب العامة مع السياح ومن عامة الناس.
- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية، وكيف يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها.
- توفير مجالات تجارية يعرض كل ما يحتاجه السائح.
- إنشاء ملاعب للرياضة بهدف جذب السياح.

2-3 السياحة الجبلية:

إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية، خاصة عند تدهور الأوضاع الأمنية، من هنا فإن التفكير في استراتيجيات للسياحة الجبلية

¹ عبد الكريم عون، جغرافية الغذاء في الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 163.

تستوجب أن تكون اليوم، وتحتوي المناطق الجبلية على ثروة سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة¹.

وأصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم وتقتصر فقط على التزلق على الثلج في منطقة تيكجدة (البويرة) وتلاغيف (تيزي وزو) والشريعة (البليدة)، ويوجد هناك سببين أساسيين لتصنيف السياحة الجبلية أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر، حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظرفي، وثانيهما أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في التزلق بالثلج فقط، إذ أن خبايا المناطق الجبلية التي يقتصر على المغارات و الكهوف فحسب إنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتورة شتاء.

وفي الواقع لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة وهياكل المكلفة مثل ما هو الحال للسياحة الساحلية، وإنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السياح².

3-3 السياحة الصحراوية:

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة حوالي 87% من التراب الوطني وتمتد من أسفل السفوح الجنوبية لجمال الأطلس الصحراوي الذي يمثل الحدود الطبيعية بين الصحراء جنوبا والهضاب العليا شمالا³، إذ تعد الصحراء الجزائرية من أحسن المساحات الشاسعة العذراء في العالم، حيث تعد المنتج السياحي المهم الذي يمكن أن يسمح للجزائر باختراق السوق العالمية للسياحة بقدرة تنافسية عالية، إذ تتمتع بكل المقويات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن هذه المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها ومباينها المتميزة بهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار، حيث تتجلى أهمية الطاسيلي الشاهدة على الحضارة الرقمية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على صخور لا زالت تروي الأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة للإنسان الترقفي، في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ، وتمة عامل آخر يلعب

¹ صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الإقتصادي الجزائري في الإقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، مرجع سابق، ص 05.

² طالب ديلة وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق.

³ عون عبد الكريم، مرجع سابق، ص 163.

دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفينة الصحراء (الجمال)، التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته وركوبه.

ان اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف يمكن تبنيه في المناطق الشمالية، ومن أهمها النقل البري والجوي كشق الطرقات وتخصيص طائرات للرحلات الداخلية بين المناطق التي يتواجد عليها السياح، وفتح خطوط مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق¹.

4-3 السياحة الحموية

هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى وتمارس من أجل الشفاء أو التخفيف من الألم والأوجاع وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع يتم إحصائها على المستوى الوطني وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية، ومن هذه الحمامات ما يلي:

- 136 منبع طبيعي معدني ذو بعد محلي.
- 55 منبع طبيعي ذو بعد جهوي.
- 11 منبع طبيعي ذو بعد وطني².

¹ حدانة أسماء ودحمان موسى، تسويق المنتج السياحي الصحراوي الجزائري في ظل التنمية المستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، مرجع سابق، ص 06.

² طالب دليلة وهراني وعبد الكريم، مرجع سابق، ص 15.

4. الإمكانيات التي تزخر بها الجزائر سياحيا

4-1 الإمكانيات الطبيعية:

• الموقع الجغرافي:

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض الأبيض المتوسط، تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وأفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي ومميزاتها الاجتماعية والثقافية.

تعد الجزائر القلب النابض للمغرب العربي والبوابة الأفريقية المطلة على أوروبا والبحر الأبيض المتوسط، فهي دولة تجمع بين الصفات الأفريقية والمتوسطية يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط من الجنوب الغربي موريتانيا ومن الغرب الشمالي المغرب ومن الشرق تونس وليبيا ومن الجنوب مالي والنيجر، تقع بين خطي عرض 18 درجة و 38 درجة شمالا، وبين خطي طول درجة 9 درجة غربا و 12 درجة شرقا، تقدر مساحتها ب 2371,741 متر مربع، بشريط ساحلي يقدر 12,000 كلم يتسم بأروع المناظر والشواطئ.

• الأقاليم: تنقسم الأقاليم في الجزائر إلى:

- الساحل:

يشغل هذا الإقليم شريطا محدودا يتكون من شواطئ صخرية صلبة، حيث تطل الجبال مباشرة على البحر لتعطي الصفة الصخرية التي ساعدت على ظهور الخلجان والموانئ مثل وهران وأرزيو والجزائر وبجاية وسكيكدة وعنابة¹.

¹ حميدة بو عموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، اقتصاد دولي..... والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010-2011، ص 19.

- الأطلس التلي:

ويمتد على شكل مجموعة من السلاسل الجبلية الإلتوائية، باتجاه جنوب شرق وشمال شرق وتحصر بينهما جيوب سهلية ساحلية ضيقة، أشهرها وهران ومتيجة وعنابة وسهول داخلية مرتفعة واسعة نسبيا: تلمسان وسيدي بلعباس وقسنطينة، وتمتد جبال هذا الإقليم من مرتفعات تلمسان على حدود المغرب حتى جبال سوق اهراس شرقا.

- الهضاب العليا:

تمتد على شكل حزام عرضي من الأراضي، يتراوح علوها ما بين 900 و1000 متر، وهي أكثر ارتفاعا في الشرق حيث تأخذ طابع الجبال وبها العديد من المنخفضات أهمها: سطيف عين البيضاء وتبسة.

- الصحراء:

وتشكل أكبر مساحة في الأراضي الجزائرية حيث تحتل حوالي 80% من الأراضي الجزائرية وتقاف.... الشمال الشرقي منه من ثقافة فيها أهم الواحات

• المناخ:

المناخ في الجزائر متنوع كذلك وتعرف الجزائر المناخات التالية:

- **المناخ المتوسطي:** سائد في الشريط الساحلي ومتوسط درجة الحرارة السنوية هو 18 درجة مئوية.

- **مناخ الهضاب العليا:** يتميز بشتاء بارد ورطب وصيف حار.

- **المناخ الصحراوي:** يسود الجنوب الجزائري متوسط درجة الحرارة السنوية هو 41 درجة مئوية.

• المحطات المعدنية:

والتي يقدر عددها ب 202 مورد مياه حراري، صنفت حسب طبيعتها الفيزيائية والكيميائية على

النحو التالي¹:

¹ حميدة بو عموشة، المرجع السابق، ص 26.

- 136 مورد لمياه حرارية ذات أهمية محلية.
 - 55 مورد لمياه معدنية حرارية ذات أهمية جهوية.
 - 11 مورد لمياه معدنية حرارية ذات أهمية وطنية.
 - الحضائر السياحية الوطنية:
- تمتلك الجزائر العديد من الحضائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي كالتالي:
- **الحظيرة الوطنية للقالبة (78,000 هكتار):** تقع شمال الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط وتضم ثلاثة شواطئ وثلاث محميات تحتوي على 50 نوعا من الطيور وأنواع من الحيوانات الأخرى.
 - **حظيرة جرجرة (18- 500 هكتار):** وتقع في قلب الاطلس التي تبعد 50 كلم عن الجزائر العاصمة.... فيها ثلوج لمدة ثلاثة أشهر (ديسمبر، جانفي، فيفري).
 - **حظيرة غابات الأرن (ثنية الحد 616.3 هكتار):** تبعد ب3 كلم عن مدينة ثنية الحد وتقع على حافة سلسلة الونشريس في الأطلس التلبي.
 - **حظيرة الطاسيلي (100 هكتار):** وتشمل الطابع الأثري تتميز بالمختلف النقوش والرسومات الصخرية وهي مصنفة كثرات عالمي منذ 1982م.
 - **الحظيرة الوطنية للهقار:** 1987 والمعترف بها كثرات عالمي من طرف منظمة اليونسكو وهي تضم هضبتي الأناكور، الهضبة النباتية والحظيرة الحيوانية، بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12,000 سنة.
 - هناك مجموعة من الحضائر الوطنية مثل بلزمت (600 هكتار)، باتنة وتازا (300 هكتار)، جيجل و قوراوة (100 هكتار).
 - **حديقة رياض الفتح:** تتكون من مناطق متعددة مثل مقام الشهيد وغابة الأركاد.
 - **حديقة التسلية والترفيه بن عنون (340 هكتار):** تشتمل على منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية والإفريقية.

- **حديقة التسلية بينام:** تقع شمال غرب الجزائر العاصمة وتحتل مساحة 500 هكتار، فيها نشاطات رياضية متعددة.

4-2 الإمكانيات التاريخية

يعتبر موقع الطاسيلي من أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر، ما يعود تاريخها إلى 6000 سنة قبل الميلاد¹.

كما تحتوي الجزائر على عدد لا بأس به من المتاحف الكبيرة مثل المتحف الوطني سيرتا بقسنطينة والذي يعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، بالإضافة إلى المتاحف التالية:²

- **متحف باردو الوطني:** موجود بالعاصمة وبه حفريات تبين تاريخ وأصل الشعوب، وأخرى ترجع لعصر ما قبل التاريخ بالإضافة إلى قطعة أثرية إفريقية.
- **المتحف الوطني للفنون الشعبية:** ويقع في القصبة العاصمة ويضم معروضات عن التقاليد الصناعات التقليدية والفنون الشعبية.
- **المتحف الوطني زبانة:** يوجد في وهران وبه حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب.
- **متحف هيبون بمدينة عنابة:** ويعرض الآثار القديمة الدالة على تاريخ هذه المدينة الرومانية.
- **متحف تيمقاد:** بمدينة تيمقاد باتنة وبه قطع فسيفاء وآثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة وتمائيل.
- **المتحف الوطني للمجاهد:** بالعاصمة ويضم كل الآثار والتماثيل المتصلة بثورة التحرير الجزائرية، والدورات الشعبية العديدة التي سبقتها.

¹ عوينان عبد القادر، واقع السياحة الجزائرية وآفاق النهوض بها في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 07، سبتمبر 2012، ص 230.

² نور الدين شارف ونصر الدين بوعمامة، ترقية القطاع السياحي لبدليل الثروة النفطية الناضبة من أجل تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، أيام 07/08 أبريل 2008، ص 09.

• **المتحف الوطني للفنون الجميلة:** بالحامة العاصمة تعرض به منتجات الفن العصري كالرسم والنحت والنقش والتصوير...إلخ.

5. المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في الجزائر:

يعد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الإستراتيجية الجديدة والكبيرة للسياحة الجزائرية، حيث تعتزم الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري وجعله في مصلحة القطاعات الأخرى.

1-5 مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية:

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر، يعلن عن نظرة الدولة لتنمية السياحة الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى الطويل 2030، في إطار التنمية المستدامة¹.

2-5 الإطار الاستراتيجي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر:

يتضمن الإطار الاستراتيجي لهذا المخطط الأهداف المخطط تحقيقها من حجم استثمارات مادية ومالية للوصول إلى استيعاب عدد السياح المخطط للوصول إليه.

يهدف هذا المخطط إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي وذلك من خلال:
 - ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.
 - تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.
 - إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها امتياز ومنازة في حوض البحر الأبيض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الإقتصاد العام للبلاد.
 - المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى للميزان التجاري وميزان المدفوعات، توازنات الميزانية.

¹ عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني لتهيئة السياحة 2023، مجلة معارف، العدد 12، جوان 2002، ص 142.

• الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى، الفلاحة، البناء، الأشغال العمومية، صناعة تقليدية، والخدمات من خلال:

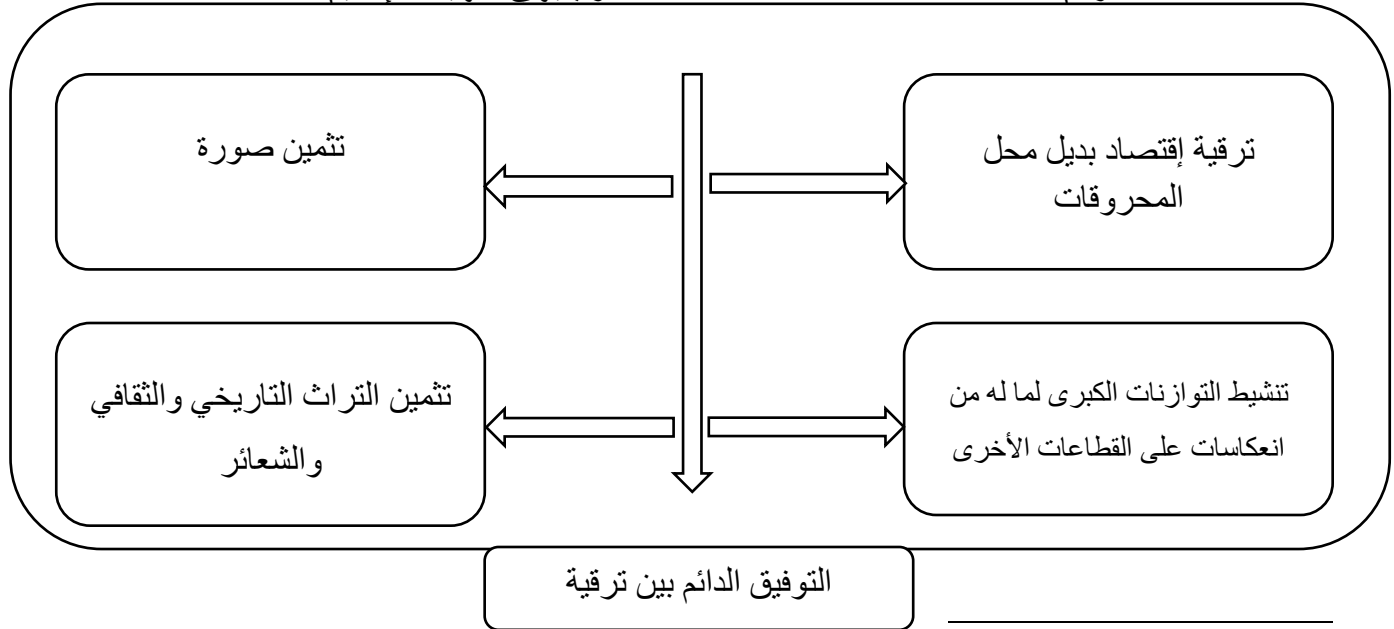
- النظر إلى السياحة من خلال سياحة في إطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل: النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي والتكوين، تأخذ بعين الإعتبار منطوق جميع المتعاملين العموميين والخواص الجزائريين والأجانب.

- الإنسجام مع القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجال حلقة التنمية السياحية، اقتران الاجتماعي بالاقتصادي والبيئة.
- تثمين التراث التاريخي والثقافي والشعائري.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر حيث يرمي هذا البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق الجعل منها سوقا هامة وليست ثانوي.

بما في ذلك مجموعة الموارد والطاقات المتاحة التي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين¹.

الشكل رقم 02 : الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي لتهيئة الإقليم 2030²



¹ ministère de l'Aménagement de territoire, de l'environnement, op cit, p22- 24

² ministère de l'Aménagement de territoire, de l'environnement, op cit, p 24.

6. معوقات السياحة في الجزائر

رغم الإمكانيات سياحية الهائلة للجزائر والتي يمكن لها أن تكون مقصدا سياحيا عالميا وبديلا استراتيجيا للجزائر ما بعد المحرقات، إلا أن مؤشرات القطاع السياحي تبقى بعيدة كل البعد عن قيمة وأهمية تلك الإمكانيات التي توفر عليها ويعود ذلك للأسباب التالية: ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر يعود إلى:

- ضعف الاستثمار في هذا القطاع من المخطط الثلاثي الذي كان بعد الاستقلال وما تبعه من مخططات أعطت الأولوية لقطاع الصناعات الثقيلة على حساب قطاع الخدمات بصفة عامة والسياحة بصفة خاصة، وهذا تماشيا مع المنهج الاشتراكي لتلك الفترة.
- التأخر في إنجاز المشاريع المقررة خلال المخططات الوطنية وتراكمها بسبب سوء تسيير زادت من ضعف هذا القطاع.
- عدم الاستقرار السياسي والمؤسسي كان من الأسباب التي لعبت دورا هاما في تعطيل وإهمال هذا القطاع رافقها تراجع في عدد الوافدين¹.
- عدم وجود تمويل كافي للمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي بالرغم من قيام الدولة بمجموعة من الإجراءات لتحفيز المستثمرين لكنها بقيت بعيدة عن المستوى المطلوب.
- غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين بالإضافة إلى التلوث البيئي و الصناعي.
- تدهور الوضع الأمني: القول أن الجزائر مرت بأزمة سياسية وأمنية صعبة لعدة سنوات خلال فترة التسعينات، حيث ساهم هذا الوضع المتردي في تأخر ملحوظ على القطاع السياحي مقارنة ببلدان أخرى كمصر وتونس والمغرب بالإضافة إلى أنه كرس ثقافة الرفض عند شرائح إجتماعية واسعة لأنواع محددة من الأنشطة السياحية في الجزائر.

ومن هنا نشير إلى أن الوضع الأمني لا يقتصر فقط على ظاهرة العنف التي عرفتها الجزائر خلال هذه الفترة، بل تضم كذلك الانحرافات المختلفة كالاغتيالات الجسدية والسرققة وغيرهما، هذه الانحرافات تشكل خطرا كبيرا على المجتمع، وبالتالي تهدد القطاع السياحي، كما شهدت السياحة الصحراوية في الجزائر

¹ حميدة بو عموشة، مرجع سابق، ص 158.

خلال سنة 2012 تراجعاً عن كبيراً بسبب الإجراءات المشددة التي اتخذتها السلطات الجزائرية، تدهور الوضع الأمني في الحدود الجزائرية مع مالي، نظراً للأزمة الأمنية التي تعرفها مالي مما يحدد الوضع السياحي في الصحراء الجزائرية¹.

7. واقع السياحة في مدينة سكيكدة

سكيكدة أو روسيكادا مدينة جذابة تقع في الساحل الشرقي، شكلت منطقة استراتيجية على مستوى البحر الأبيض المتوسط منذ الحضارات القديمة حيث تتميز بموقعها الجغرافي وطبيعتها.

لولاية سكيكدة مؤهلات معتبرة في مقدمتها البنى التحتية والهيكل القاعدية كما تعد مركزاً اقتصادياً وقطباً صناعياً له أهمية وطنية ودولية، خاصة لاشتهارها بالصناعة البتروكيماوية ومنتجات الطاقة إضافة إلى الهياكل المرفقية التي حولت الولاية إلى ملتقى تجاري بباقي الولايات، يسمح بتسهيل المبادلات وانتقال البضائع بفضل موانئها ذات الخدمات المختلفة.

ولاية سكيكدة تسير بخطى متقدمة نحو التطور والازدهار الذي يتجسد بالتكاثف الجهود على مستوى جميع القطاعات وتفعيل المشاريع التنموية من خلال تنفيذ برامج رئيس الجمهورية، ولعل قطاع السياحة والصناعة التقليدية لا يقل أهمية كونه يعمل على خط أفقي، خاصة وأن سكيكدة تتوفر فيها كل المقومات التي تشجع على الإستثمار وبالتالي تطوير السياحة المحلية والوطنية، قدرات سياحية بولاية سكيكدة وغناها بالمعالم التاريخية والطبيعية والإدارية أهلها لتكون رائدة في المجال السياحي لاسيما المناطق الثلاثة التي يمكن الاعتماد عليها واستغلالها كأقطاب سياحية بالولاية، وهي المنطقة الوسطى والمنطقة الشرقية والمنطقة الغربية، المنطقة الوسطى في مدينة سكيكدة ذات الطابع المعماري المتميز الذي يحتوي على معالم تاريخية وثقافية وأثرية هامة، بالإضافة إلى أنها قطب صناعي هام لا تملكها على منطقة صناعية تعد الأكبر من نوعها والهيكل القاعدية التي تساهم في التنمية المحلية، أما المنطقة الشرقية فترتكز بها أهم المواقع السياحية وانفرادها ببحيرات وحمات معدنية (حمات الصالحين، حمام الحامة) ومواقع أثرية عديدة كمنطقتي توسع سياحي المرسى والآثار المقدسة اللتان يمكنهما المساهمة في تطوير أنواع كثيرة من السياحة.

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) استراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2002، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013، ص-ص 242-

تحتوي المنطقة الغربية على ثروات سياحية متنوعة ومخلفات أثرية لأعرق حضارات التاريخ مما يجعل منها قطبا سياحيا ذو خصوصية، إضافة إلى الصناعة التقليدية لاحتواء غابات الولاية على مختلف أنواع الخشب، وأخيرا المنطقة الجنوبية وهي ذات مرتفعات جبلية (جبال أولاد حبابة)، تتميز بالسياحة الجبلية خاصة الصيد والرحلات بأنواعها¹.

8. معالم الجذب السياحي لمدينة سكيكدة

1-8 الآثار التاريخية:

- **الآثار الرومانية:** المسرح الروماني ويقع في مركز سكيكدة وهو أكبر المسارح الرومانية في الجزائر وإفريقيا، بالإضافة إلى الجسور الرومانية المنشأة من الصخور الكبيرة.
- **المسرح البلدي:** يعتبر جوهر الهندسة المعمارية على نمط أشكال هندسية.
- **فندق المدينة:** يتميز بالفن المعماري الذي يعود إلى عهد المورسك.
- **متحف سكيكدة:** من القطع التاريخية التي تعود إلى ما قبل التاريخ، وقطعة أثرية نادرة تعود لمدينة قرطاج الفينيقية.
- **قصر بن قانة:** الذي يتميز بالطراز المعماري المغربي الفخم الذي أشرف على تصميمه المهندس مونطلان.
- **كنيسة سانت تراز:** من المعالم الأثرية في سكيكدة أنشئت في عهد الإستعمار الفرنسي.²
- **تذكار 20 أوت 1955:** بني هذا التذكار تخليدا لشهداء الثورة التحريرية التي قامت خلال أحداث يوم 20 من شهر اوت العام 1955.
- **مسجد سيدي علي الديب:** من أشهر المساجد في الجزائر لأنه يضم ضريح الوالي الصالح علي الديب، ويتميز بمنارته الشامخة.... بلاتي من خلالها يمكن مشاهدة المدينة القديمة.

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سكيكدة، رسالة من والي ولاية سكيكدة السيد حجري دردوف.
² كفاية العبادي، مدينة سكيكدة السياحية، مجلة موضوع الإلكترونية، الطبعة 07، آخر تحديث 09: 08، 23 جانفي 2017، ص-ص 15.

• **المقبرة الأوروبية:** أنشئت سنة 1889، تحيط بها أشجار الصنوبر، والسياح الذي يحميها من السرقة وتعتبر وجهة أولى للسياح الأجانب.

• **مسجد سيدي الكبير:** وهو من المعالم الدينية لمدينة سكيكدة تحديدا القل وبنى في عهد الأتراك.

2-8 مناطق الاستجمام:

• **منطقة أسطورة:** تضم ميناء للصيد الذي يشتهر بمدرسة الإبحار الشراعي، وتحتوي على العديد من الشواطئ الجميلة مثل شاطئ الكوري وميرامار وبيكيني ومونو وشاطئ الجنة.

• **منطقة لبيلاطان:** تتميز بطول شاطئها الذي يمتد على مسافة 10 كلم إلى جبال ففلة، بالرمال الناعمة الذهبية.

• **الأثار المقدسة:** تقع شرق مدينة سكيكدة على مساحة 180 الهكتار وتشتهر بالثروات البحرية والطبيعية.

• **منطقة العربي بن مهدي:** من أكبر مناطق الجذب السياحي حيث تحتوي على الثروات الطبيعية مثل الغابات والجبال و الساحل البحري.

• **منطقة واد بيبي:** تتميز بالجبال والغابات والشواطئ البحرية.

• **شاطئ ففلة:** يعد أكبر شاطئ في الجزائر حيث يمتد من حي بن مهدي إلى ففلة، يتميز بنقاء رماله الخفيفة وصفاء مياه البحر، وتوجد به العديد من الفنادق.

• **شاطئ واد الصابون:** يبعد 30 كلم عن مدينة سكيكدة من جهتها الشرقية 10 كلم من مركز بلدية ففلة.

• **عين الزويت وشهرة الشاطئ الكبير:** يتميز بموقعه الخلاب وسط المناظر الطبيعية الخضراء التي تحيط به من كل الجوانب.

• **شاطئ كاف فاطمة:** يقع في بلدية بن عزوز يمتد من شاطئ المرسى ويسمى المرابطة فاطمة، وميزته أنه لا يزال يحافظ على عذريته وطبيعته الخلابة وليس معروفا جدا مما يجعله من أسرار الولاية.

• **شاطئ قرباز:** من الشواطئ الجميلة التي تمنحه للجزائر جماليات البحر والرمل والغابات.

• **جزيرة سيرجينا:** تعد من أكبر الجزر التي تقع في الساحل السكيكدي، تقع شمال شرق منطقة عين الزويت، تعد موطن للعديد من أنواع الطيور يحتوي على منارة رائعة مربعة الشكل تعود للحقبة الاستعمارية

كما تحتوي على بعض الآثار الرومانية والفينيقية، تعد الجزيرة من أهم مقومات السياحة للولاية خاصة والجزائر عامة¹.

3-8 السياحة المناخية:

خلال فصل الشتاء تلبس أعالي ولاية سكيكدة حلة بيضاء خاصة في أولاد عطية وادي الزهور منطقة سيدي ادريس ومنطقة اولاد حبابه أين تكسو الثلوج الجبال وتعطي منظر ساحرا يستهوي عشاق الطبيعة ومحبي التزلج على الثلوج أما في فصل الربيع فتكتسي السهول حلة خضراء تجمع بين اشجار الكروم والفواكه مزروعات و المراعي.

4-8 السياحة الخضراء:

إذا اخترتم السياحة الجبلية والمغامرات ننصحكم بزيارة جبل الغوفي، غابة بني تفوت، جبل سيدي ادريس وجبل حجر مفروش أو جبل سطيحة، جبل العالية وغابة قرباز، أعالي سطورة ومنطقة اولاد عطية ومنارتي رأس الحديد وراس بوقارون.

إن أردتم السياحة البيئية تجدون البحيرات والمنطقة الرطبة بقرباز وبن عزوز، حيث تعيش أنواع من الطيور المهاجرة وتوجد ثروة نباتية متنوعة، أيضاً برؤية الأودية دائمة الجريان وسهولها مثل الواد الكبير، وادي الصفصاف، واد قبلي وواد الزهور.

5-8 السياحة الحموية:

إلى جانب البحر يفضل الكثيرون الحمامات المعدنية للعلاج والاستجمام حيث تتوفر سكيكدة على قيمة علاجية وموقع طبيعي رائع، كما تفتح المجال لاستغلالها بأمثل الطرق لتصبح قطبا للسياحة الحموية،

¹ كفاية العابدي، مرجع سابق، ص 16.

أشهرها: حمام الصالحين في شمال شرق عزابة وهو غني بالعناصر المعدنية، وحمام الحامة غرب عزابة تستعمل مياهه في علاج أمراض الجلد والروماتيزم¹.

6-8 حضائر الترفيه والتسلية:

- غابة التسلية بفلفة.
- مركز ركوب الخير حمروش حمودي.
- فضاء التسلية باخناق مايون.
- حظيرة الألعاب المائية للمركب السياحي قوس قزح.
- حظيرة الألعاب المائية لفندق رويال توليب أكوا مارينا.

7-8 النشاطات والتظاهرات الثقافية والرياضية لمواسم الاصطياف.

يعتبر القطاعين الثقافي والرياضي الأكثر تأثيرا على تطوير السياحة حيث تشهد ولاية سكيكدة عدة تظاهرات ثقافية ورياضية ذات.... سياحي كالحفلات الفنية والمهرجانات وكذا دورات الرياضة المائية والشاطئية.

9. فنادق مدينة سكيكدة

تمتلك المدينة عدة فنادق مصنفة ومنها غير مصنفة على حسب عدد النجوم ولا تبعد عن البحر مسافة سير تصل إلى 10 دقائق، لكل فندق ميزة معينة وطابع معين وديكور مختلف فيها من يدل على البحر وأيضا فنادق وسط المدينة².

1-9 أفضل 10 فنادق في مدينة سكيكدة.

- فندق المنظر الجميل hôtel Bellevue
- فندق رويال توليب hôtel Royal Tulip

¹ بورويس حنان، المؤهلات السياحية في المناطق الساحلية كوسيلة للتنمية المحلية، حالة ولاية سكيكدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الريفية، جامعة منتوري قسنطينة، دفعة 2017، ص 63

² بورويس حنان، المرجع السابق، ص 64.

- فندق السلام hôtel e salam
- فندق فينيريا hôtel Veneria
- فندق الجوهرة الزرقاء hôtel la perle bleue
- فندق تارمينيس hôtel Terminus
- فندق التيتانيك hôtel Titanic
- فندق لوميديتيرانيان tel le méditerranéen
- فندق لوبو غيفاج hôtel Le Beau Rivage
- فندق رويال بالاس¹ hôtel Royal Palace

10. العراقيل التي تواجه القطاع السياحي في مدينة سكيكدة

يمكن حصر العراقيل التي تواجه التنمية السياحية لولاية سكيكدة في عدة نقاط تتمثل أساسا في:

- تدهور شبكة طرقات سواء في المركز القديم أو الجديد وداخل المدينة وخارجها.
- القطب الصناعي والتلوث الجوي والبحث الناجم عنه هو الذي يعتبر عامل غير مناسب لبيئة الولاية.
- عدم وجود مطار الذي يعمل على ربط الولاية بالمناطق المجاورة لها وتأمين الربط الداخلي والخارجي.
- عدم وجود المنشآت والهيكل الترفيهي (حضائر وغابات للتسلية).
- نقص الاستثمار في مجال المنشآت والهيكل الترفيهي.
- بطء وتماطل في تسيير العقار السياحي ZTE.
- غياب مخطط للتهيئة يمكننا من خلاله الاستغلال العقلاني للعقار السياحي.
- هروب بعض المستثمرين من القطاع السياحي إلى قطاعات أخرى.
- كما تعتبر المنطقة الغربية للولاية من أغنى المناطق بالمؤهلات السياحية والتي تعاني من عزلة تامة، ومن خلال المحطتين الجهويتين للولاية فإن استغلالها ما زال بطريقة تقليدية.

¹ <http://.Wikipedia.Org/wiki>

- غياب المخيمات ومرافق الاستجمام بالمناطق الجبلية (محطات للخدمات، خدمات تجارية، مطاعم)
- نقصها هياكل الاستقبال ذات النوعية الجيدة (فنادق، مراكز استجمامية)، وغياب الدورات السياحية.
- محدودية وكالات السياحة والأسفار والتي تنحصر مهامها في بيع التذاكر الخاصة بالعمرة وتنظيم الرحلات إلى تونس.
- الإهمال التام للأعياد المحلية.
- نقص في الدواوين السياحية في بعض المناطق.
- العقلية الجزائرية وخاصة سكان سكيكدة التي تتميز بالمحدودية والرفض وانعدام الثقافة السياحية لأفرادها¹.

¹ المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة S-D-A-T-W-S.

خلاصة

تعتبر السياحة من أهم مصادر الدخل في عدد كبير من الدول حيث يعتمد عليها كمصدر أول للدخل ولهذا اهتمت بها الدول وأصبحت عملية الجذب السياحي تأخذ أولوية قصوى في حراكها ونشاطها الاقتصادي وشجع على ذلك تطور وسائل السفر إلى أماكن لم يكن الإنسان يحلم بالوصول إليها قبل عدة عقود.

إن صناعة الجذب السياحي لها برتوكولاتها ووسائلها وفي مقدمتها الدعاية والإعلان ووجود بنية تحتية وفوقية جاذبة مما حدا بالدول التي تفتقر لعناصر الجذب السياحي لخلق وسائل جذب سياحي ترفيهي واستجمامي وعلمي وتعليمي وثقافي واستشفائي ناهيك عن جعل الدولة مركز تشغيل وصيانة وجسر عبور لوسائل النقل المختلفة بين دول العالم خصوصا في مجال النقل الجوي.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية و الميدانية للدراسة

تمهيد

1. منهج الدراسة
2. مجالات الدراسة
3. أدوات جمع البيانات
4. مجتمع الدراسة و العينة
5. أساليب المعالجة الفنية

خلاصة

تمهيد

بعد الإنتهاء من صياغة الإطار النظري للدراسة، حاولنا في هذا الفصل أن نعرض مختلف الإجراءات المنهجية التي إعتدنا عليها في دراستنا، حيث إستخدمنا مجموعة من الإجراءات تمثلت في تحديد مجال الدراسة الراهنة من خلال مجالاتها الرئيسية المتمثلة في المجال المكاني للدراسة ، المجال الزمني والمجال البشري، بالإضافة إلى تبيان المنهج المستخدم الذي إتبعناه خاصة في الجانب النظري من الدراسة كما حددنا مختلف تقنيات جمع البيانات من ميدان الدراسة والإشارة إلى كيفية إختيار عينة البحث من المجتمع الكلي والذي سوف نجمع منه المعلومات والبيانات التي تتعلق بموضوع الدراسة.

1. منهج الدراسة:

إن أي بحث علمي يستند إلى منهج، و يعتبر المنهج المستخدم مهم جدا لتصميم البحث، فطبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث المنهج الذي يستخدمه فهو يختلف باختلاف مشكلات البحث والظواهر المدروسة وبإختلاف الأهداف المراد تحقيقها.

وقد تم الإعتماد في هذه الدراسة على "المنهج الوصفي" الذي يعتبر طريقة من التحليل و التفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضعية إجتماعية أو مشكلة إجتماعية.

وهو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

وعلى هذا الأساس تم إستخدام هذا المنهج بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة و المتعلقة دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي بفندق رويال توليب -سكيكدة-، الذي يصف و يسرد الحقائق ذات الصلة بالظاهرة أين يتم تعريف و طرح مختلف المفاهيم و المعالم التي لها إرتباط بالموضوع محل الدراسة.

2. مجالات الدراسة:

إن مجال الدراسة هو مجموعة من النقاط التي لا يخرج عن نطاقها البحث الذي بصدد الدراسة فيه وينقسم الى ثلاث مجالات تتمثل في المجال المكاني (الجغرافي)، و المجال البشري ، و المجال الزمني.

1-2 المجال المكاني:

هذا المجال هو الذي يحدد النطاق المكاني والجغرافي الذي تجرى فيه الدراسة وتتنحصر حدود هذه الدراسة من الناحية المكانية في فندق رويال توليب بولاية سكيكدة، و قد أجريت هذه الدراسة على نزلاء الفندق سواء من داخل المدينة أو خارجها.

¹ محمد محمود الذنبيات، عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2007، ص147.

• الموقع

يقع هذا الفندق الراقي بالقرب من منتزه مارينا دور المائي بلدية فلفلة ، ويحتوي على جسر يتكئ على شاطئ رملي على البحر الأبيض المتوسط شمالا و شرق جنوبه بلدية فلفلة و غربه بلدية صالح الشبل، و يقع على بعد 23 كم من محطة قطار سكيكدة ومحطة ميناء سكيكدة للعبارات. يقع فندق (Royal Tulip Skikda) رويال تيوليب ذو 5 نجوم في سكيكدة بجوار الشاطئ الرملي بمنطقة العربي بن مهدي (جاندارك ، ويوفر خدمة الواي فاي مجاناً ، يوجد به مركز سبا وتراس للشمس، ويمكن للضيوف الاستمتاع بالبار في الموقع، ويبعد رويال تيوليب سكيكدة مسافة 78 كم عن أقرب مطار، وهو مطار محمد بوضياف الدولي، و على بُعد 11 كلم من مركز سكيكدة.

2-2 المجال البشري:

يتمثل هذا المجال في الأفراد أو وحدات البحث محل الدراسة، وهم نزلاء فندق رويال توليب ولاية سكيكدة.

3-2 المجال الزمني:

يعتبر المجال الزمني للفترة التي مرت بها الدراسة بشقيها النظري والميداني والتي تتوزع على المراحل التالية :

• المرحلة الأولى: مرحلة القراءات والمناقشات حول اختيار موضوع الدراسة

إنطلقت من شهر جانفي 2023، حيث قمنا بإختيار موضوع الدراسة وقبوله كمشروع بحث من طرف اللجنة العلمية والكلية والأستاذ المشرف، ثم إنطلقنا في عملية البحث والفرز للتراث النظري الخاص بالموضوع وتجميعه من مختلف المصادر الكتب والمجلات ومواقع الإنترنت، حتى نتمكن من الإلمام بالفصلين الخاصين بمتغيرين الأول الخدمات الفندقية والثاني السياحة و الجذب السياحي في الجزائر.

• المرحلة الثانية: مرحلة الجانب الميداني

ويمكن توزيع هذه المرحلة إلى فترتين :

✓ الفترة الأولى 22/04/2023

تم التأكيد على مكان إجراء دراستنا الميدانية و فضلنا فندق رويال توليب بسكيكدة.

و تحديدا بتاريخ 2023 /04/23 قمنا بزيارة استطلاعية إلى الفندق من أجل الإكتشاف والتعرف على الجو العام فيه، أين تم اعطاءنا لمحة موجزة عنه، و التعرف على مجاله البشري كنه ونوعه .

✓ الفترة الثانية:

قمنا بتوزيع الاستمارة بعد تعديلها من طرف الأستاذ المشرف على 30 نزىلا بتاريخ 2023/05/22.

• المرحلة الثالثة:

وبعد إنتهاء فترة التربص وجمع جميع الإستمارات جاءت فترة تفريغ البيانات في جداول وحساب التكرارات والنسب المئوية إضافة إلى تحليلها وتفسيرها والتعليق عليها، وصولا إلى وضع النتائج النهائية للدراسة.

• خطوات المنهج الوصفي

تحديد مشكلة البحث وجمع المعلومات والبيانات التي تساعد على تحديدها، حيث قمنا بجمع معطيات حول الخدمات الفندقية في الجذب السياحي من خلال الإطلاع على مختلف المصادر. وضع أسئلة الدراسة بترجمة الواقع إلى مؤشرات تكشف عن حقيقته، وقد كانت الأسئلة متمحورة في سؤال رئيسي تمثل في: ما هو دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي ؟ تنبثق عنه أسئلة فرعية هي:

- ما مدى مساهمة خدمة الايواء في فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب السياحي؟
- كيف تساهم خدمة الإطعام في فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب السياحي؟
- كيف تساهم الخدمات الترفيهية والثقافية التي يقدمها فندق رويال توليب بسكيكدة في عملية الجذب

السياحي ؟

المرحلة الإستطلاعية والتي قمنا من خلالها بجمع المعلومات النظرية حول الموضوع، إكتشاف المجال الميداني للدراسة وهذا للوصول للمادة العلمية.

إعتمدنا في بحثنا على الإستمارة لجمع البيانات الخاصة بالموضوع ، الإستمارة تساعدنا في الحصول على أكبر عدد من المعلومات بطريقة مضبوطة.

إخترنا العينة العشوائية المنتظمة الممثلة لمجتمع الدراسة سواء من حيث الحجم أو الكيفية أو

نوعها.

قمنا بتصنيف البيانات والمعطيات الميدانية تفرغها بشكل منظم، وتحليلها وتفسيرها لإستخلاص النتائج حول موضوع بحثنا، وهذا بالكشف عن دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي بفندق رويال تولىب -سكيدة-.

3. أدوات جمع البيانات:

يتوقف نجاح أي بحث في تحقيق الأهداف على الإختيار المناسب لأدوات البحث من أجل الحصول على البيانات و المعلومات المناسبة، و هي في غاية الأهمية كون نجاح الباحث في دراسته متوقف بشكل كبير على قدرته على إستخدام هذه الأدوات بكفاءة وقد اخترنا منها الاستمارة لما تتطلب دراستنا وطريقتها في جمع المعلومات الكافية .

3-1 الملاحظة

عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف، بقصد التغيير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتننبؤ بالسلوك الظاهر وتوجيهها لخدمة أغراض الإنسان وتلبية إحتياجاته¹.

تعرف بأنها توجيه الحواس والإنتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر من أجل الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جيدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر².

ساعدتنا هذه الأداة في التعرف على ظروف العمل الموجودة داخل الفندق ودرجة رضا النزلاء عن الخدمات الموجودة في الفندق ، ومن خلال هذه العملية تعرفنا على بعض الظواهر والمؤشرات التي تخدم موضوع الدراسة.

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999، ص73 .

² علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، المرجع السابق، ص110.

2-3 الإستمارة

تعرف بأنها الإجراء الأكثر تجزئة في مراحل البحث العلمي الميداني، أين يصل الباحث إلى أقصى حقائقه، و تستعمل الاستمارة لجمع المعلومات من المبحوثين بواسطة أسئلة مكتوبة يقدمها الباحث بنفسه أو بواسطة البريد.¹

تعرف الإستمارة بأنها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، و يتم تنفيذ الإستمارة عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد.²

و رغم الاعتماد على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات، حيث قمنا بظبط أسئلتها على أن تشمل جميع محاور الدراسة من أجل التحقق من فرضيات الدراسة .

و تضمنت هذه الاستمارة 35 سؤالاً، تتكون من 4 محاور :

- **المحور الأول:** و يشمل البيانات الشخصية لمفردات العينة.
 - **المحور الثاني:** خاص بالسؤال الفرعي الأول و الذي يدور حول مستوى خدمة الإيواء في فندق رويال توليب سكيكدة.
 - **المحور الثالث:** خاص بالسؤال الفرعي الثاني و الذي يدور حول مستوى خدمة الإطعام بفندق رويال توليب سكيكدة .
 - **المحور الرابع:** خاص بالسؤال الفرعي الثالث و الذي يدور حول مستوى الخدمات الترفيهية والثقافية بفندق رويال توليب سكيكدة .
- و قد قمنا بصياغة أسئلة الإستمارة من خلال التحليل المفاهيمي للمفاهيم و المؤشرات التي وردت في الدراسة و ترجمتها لتساؤلات، و قد تم إعداد الاستمارة على النحو التالي :
- ✓ إعداد إستمارة أولية من أجل إستخدامها في جمع البيانات و المعلومات .
 - ✓ عرض الإستمارة على المشرف من أجل إختيار مدى ملائمتها لموضوعنا .
 - ✓ تعديل الإستمارة بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.

¹ علي غربي، المرجع السابق، ص 118.

² رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، دار النشر، ط3، 2018، ص182.

4. أساليب المعالجة الفنية

اعتمدت الدراسة الراهنة في تعاملها مع المعطيات الميدانية عند تركيب وتنظيم وتكميم ما جعلناه من الميدان على أسلوبين هما: الأسلوب الكمي والأسلوب الكيفي.

4-1 الأسلوب الكمي

يعتمد على التكميم والقياس بحيث عبرنا عن المعطيات خاصة في شقها الميداني بمقادير كمية، وتتمثل في التكرارات والنسب المئوية.

4-2 الأسلوب الكيفي: فقد أفادنا في تحليل هذه المعطيات الكمية.

5. مجتمع الدراسة و العينة

5-1 مجتمع الدراسة

يعتبر تحديد مجتمع البحث الخطوة الرئيسية التي يجب إتباعها قبل تحديد نوع العينة و سبب ذلك وجود فرق بين مجتمع البحث و العينة.

فمجتمع البحث هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات.¹

وبما أن دراستنا حول دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي بفندق رويال توليب -سكيدة-، فإن مجتمع بحثنا هو نزلاء بفندق رويال توليب -سكيدة-.

5-2 عينة الدراسة:

إنطلاقا من موضوع دراستنا الذي يركز أساسا على دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي بفندق رويال توليب -سكيدة-.

أما نوع العينة في دراستنا هي عينة "المسح الشامل" و التي تعرف بأنها عملية اختيار عينة من العناصر من السكان المستهدفين لإجراء مسح. قد يشير مصطلح «مسح» إلى العديد من أنواع أو تقنيات

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004 2006 ص298.

المراقبة المختلفة. في أخذ عينات المسح، غالبًا ما يتضمن استبيانًا يستخدم لقياس خصائص و / أو مواقف الناس. طرق مختلفة للاتصال بأعضاء العينة بمجرد اختيارهم هو موضوع جمع بيانات المسح. الغرض من أخذ العينات هو تقليل التكلفة و / أو مقدار العمل الذي قد يتطلبه مسح السكان المستهدفين بالكامل. المسح الذي يقيس كامل السكان المستهدفين يسمى التعداد. تشير العينة إلى مجموعة أو قسم من السكان يتم الحصول على المعلومات منه.¹

¹ <https://eduinkblog.wordpress.com/tag/>، 2023/05/27، 18:30.

خلاصة

و في الختام نكون قد انتهينا من بناء الفصول المتعلقة بالإجراءات المنهجية للدراسة حيث قمنا بدراسة دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي ، واستعراض المجال الجغرافي و الزمني و البشري، و إعتادنا على المنهج الوصفي بالإضافة إلى مختلف التقنيات التي إعتدناها في جمع البيانات و المعطيات و المتمثلة في الملاحظة ، إستمارة الإستبيان، وبعدها حددنا العينة.

الفصل الخامس: تحليل و مناقشة نتائج الدراسة

تمهيد

1. عرض وتحليل البيانات الميدانية
2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات
3. عرض نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
4. عرض النتيجة العامة

1. عرض وتحليل البيانات الميدانية

- تحليل بيانات المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول رقم 01: يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
66.66%	20	ذكر
33.33%	10	أنثى
100%	30	المجموع

يبين الجدول أعلاه الشواهد الإحصائية المتعلقة بتوزيع العينة وفقا للجنس أن 66.66 % ما يمثل 20 مفردة هم ذكور و 33.33 % ما يمثل 10 مفردة هم إناث.

و تشير هذه النتائج إلى أن نزلاء الفندق أغلبهم رجال و هذا راجع إلى طبيعة عملهم التي تستدعي التنقل من مكان لآخر قصد إتمام صفقات العمل أو ما شابه.

الجدول رقم 02 : يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
20%	06	30 -20
50%	15	40-31
30%	09	50-41
00%	00	60-51
00%	00	أكثر من 60
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 50% ما يمثل 15 مفردة الذين تتراوح أعمارهم بين 31-40 سنة، وفي حين 30 % ما يمثل 09 مفردات الذين تتراوح أعمارهم من 41-50 سنة، و 20 % ما يمثل 06 مفردات الذين تقل أعمارهم عن 20-30 سنة.

و منه نستنتج أن أغلب أفراد العينة تتراخ أعمارهم بين 31-40.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00%	00	إبتدائي
06.66%	02	متوسط
30%	09	ثانوي
63.33%	19	جامعي
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 63.33% من أفراد العينة ذوي المستوى الجامعي ما يمثل 19 مفردة، و تليها نسبة 30% ذوي المستوى الثانوي ما يمثل 09 مفردة ، كما نجد نسبة 6.66% من ذوي التعليم المتوسط ما يمثل 02 مفردة، في حين نجد ذوو التعليم الابتدائي نسبتهم منعدمة. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة ذوو المستوى التعليمي الجامعي.

الجدول رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة المدنية
23.33%	07	أعزب/عزباء
76.86%	23	متزوج (ة)
00%	00	مطلق (ة)
00%	00	أرمل (ة)
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ نسبة 76.66% من أفراد العينة متزوجون ما يمثل 23 مفردة، تليها نسبة 23.33% عزاب ما يمثل 07 مفردات، في حين نجد نسبة المطلقين والأرامل تقدر ب 0.00%. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة متزوجون.

الجدول رقم 05: توزيع أفراد عينة حسب المستوى المهني

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
46.66%	14	إطار
36.66%	11	عامل بسيط
16.66%	05	رجل أعمال
100%	30	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة 46.66% من أفراد العينة يحتلون رتبة إطار ما يمثل 14 مفردة، في حين نجد أن 36.66% يحتلون رتبة عامل بسيط ما يمثل 11 مفردة، أما رتبة رجال الأعمال فتمثل نسبة 16.66% ما يمثل 05 مفردات.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يحتلون رتبة إطار.

الجدول رقم 06: يمثل وتوزيع أفراد العينة حسب الإقامة الأصلية

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
16.66%	05	داخل المدينة
83.33%	25	خارج المدينة
100%	30	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ أن نسبة 83.33% يقطنون خارج المدينة ما يمثل 25 مفردة، في حين نجد أن نسبة 16.66% يقطنون داخل المدينة ما يمثل 05 مفردات.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يقطنون خارج المدينة.

- تحليل بيانات المحور الثاني: مستوى خدمة الإيواء في فندق رويال توليب بسكيدة.

الجدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم لمستوى الاستقبال في فندق رويال توليب سكيدة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
حسن	30	%100
عادي	00	%00
سيء	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يرون أن مستوى الاستقبال في فندق رويال توليب سكيدة حسن، ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يوفر خدمة حسنة للنزلاء مما يجعلهم راضين عن الفندق وخدماته.

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم لطريقة الحجز في الفندق

الاحتمالات	التكرار	النسبة
سهلة	30	%100
صعبة	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن طريقة الحجز في الفندق كانت سهلة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن طريقة الحجز في فندق رويال توليب كانت سهلة مما ساعد النزلاء على الحجز بطريقة أسهل وأسرع، وهذا ما يدفع بالأشخاص أو الأفراد إلى الإقامة بهذا الفندق.

الجدول رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب رؤيتهم لوضعية الغرفة بفندق رويال تولىب

سكيدة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
مريحة	30	100%
غير مريحة	00	00%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يرون أن الإقامة بالغرفة كانت مريحة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن جميع أفراد العينة يرون بأن الإقامة في الغرفة كانت مريحة، وهذه نقطة إيجابية بالنسبة للفندق مما يجعل النزلاء يعيدون الكرة ويحجزون مجددا في الفندق.

الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب رضاهم عن نظافة الغرفة في الفندق

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	100%
لا	00	00%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الغرفة نظيفة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن غرف فندق رويال تولىب نظيفة مما يدفع النزلاء إلى العودة مجددا للفندق.

الجدول رقم 11: يبين ما إذا كانت الغرفة في الفندق تحتوي على مكيف

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الغرفة تحتوي على مكيف ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يوفر الراحة للنزلاء من خلال توفير مكيف في داخل كل غرفة بالفندق.

الجدول رقم 12: يبين ما إذا كانت الغرفة تحتوي على تلفاز وإنترنت

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الغرفة تحتوي على تلفاز وإنترنت ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن في فندق رويال توليب تحتوي كل غرفة على تلفاز وإنترنت مما يوفر الراحة للنزلاء.

الجدول رقم 13 : يبين ما إذا كانت الغرفة مطلة على البحر

النسبة	التكرار	الاحتمالات
43.33%	13	لا
56.66%	17	نعم
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 56.66% من أفراد العينة يقرون بأن غرفهم تطل على البحر ما يمثل 17 مفردة، في حين نجد أن 43.33% من أفراد العينة يقرون بأنها لا تطل على البحر ما يمثل 13 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يحتوي على غرف مطلة على البحر وغرف أخرى غير مطلة على البحر.

الجدول رقم 14: يبين ما إذا كان النزلاء راضين عن خدمة الغرف

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأنهم راضون عن خدمة الغرف ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يقدم خدمة حسنة للنزلاء وهذا ما يجعلهم يحجزون في الفندق مرارا وتكرارا.

الجدول رقم 15: يبين ما إذا كانت هناك خدمة إيصال الأكل إلى الغرفة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأنه هناك خدمة إيصال للأكل إلى الغرفة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يحتوي على خدمة إيصال الأكل إلى الغرفة، وهذه نقطة إيجابية بالنسبة للفندق بالمقارنة مع باقي فنادق سكيكدة.

الجدول رقم 16: يبين ما إذا كان سعر مدة الإقامة يتوافق مع الخدمات في الفندق

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100 % من أفراد العينة يقرون بأن سعر مدة الإقامة يتوافق مع الخدمات ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن جميع النزلاء في الفندق يناسبهم سعر مدة الإقامة بالمقارنة مع الخدمات التي يقدمها الفندق.

الجدول رقم 17: يبين رأي أفراد العينة في تجهيز الغرفة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	كافية
00%	00	غير كافية
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يرون بأن تجهيزات الغرفة كافية ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يقدم تجهيزات كافية بالنسبة للزلاء في الفندق.

- تحليل بيانات المحور الثالث: مستوى خدمة الإطعام في فندق رويال توليب بسكيكدة.

الجدول رقم 18: يبين رأي الأفراد العينة في حجم المطعم

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	كبير
00%	00	صغير
00%	00	عادي
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن حجم المطعم كبير ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن الفندق يحتوي على مطعم كبير يسع جميع الزلاء في الفندق.

الجدول رقم 19: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على أكثر من مطعم

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن هناك أكثر من مطعم في الفندق ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن الفندق يحتوي على أكثر من مطعم مما يساعد النزلاء على الأكل بأريحية وتجنب الاكتضاض.

الجدول رقم 20 : يبين ما إذا كان هناك اكتضاض في أوقات الأكل

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	لا
00%	00	نعم
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأنه لا يوجد اكتضاض في أوقات الأكل ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن وجود أكثر من مطعم في الفندق يساعد على تخفيف الاكتضاض أثناء أوقات الأكل.

الجدول رقم 21: يبين ما إذا كان وقت فتح المطعم مناسب للنزلاء

النسبة	التكرار	الاحتمالات
90%	27	نعم
10%	03	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 90% من أفراد العينة يقرون بأن وقت فتح المطعم مناسب لهم ما يمثل 27 مفردة، في حين نجد أن النسبة 10% من أفراد العينة يقرون بأن وقت فتح المطعم لا يناسبهم ما يمثل 03 مفردة.

ومنه نستنتج أن وقت فتح المطعم في الفندق مناسب بالنسبة لأغلب أفراد العينة.

الجدول رقم 22: يبين ما إذا كانت نوعية الأكل جيدة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن نوعية الأكل في الفندق جيدة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق روابال توليب يهتم بتقديم نوعية جيدة من الأكل للنزلاء.

الجدول رقم 23: يبين ما إذا كان هناك تنوع في الأكل في الفندق

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن هناك تنوع في الأكل ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب ينوع في الأكل داخل الفندق بما يتناسب مع أذواق النزلاء المختلفة.

الجدول رقم 24: يبين مدى نظافة المطعم والأكل داخل الفندق

النسبة	التكرار	الاحتمالات
83.33%	25	نظيف
16.66%	05	عادي
00%	00	غير نظيف
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 80.30% من أفراد العينة يقرون بأن المطعم والأكل بالفندق نظيف ما يمثل 25 مفردة، في حين نجد أن نسبة 16.66% من أفراد العينة يقرون بأن المطعم والأكل عادي ما يمثل 05 مفردة.

ومنه نستنتج أن الفندق يحرص على نظافة المطعم والأكل من أجل كسب رضى النزلاء.

الجدول رقم 25: يبين طبيعة معاملة الخادم مع النزلاء

النسبة	التكرار	الاحتمالات
76.66%	23	حسنة
23.33%	07	عادية
00%	00	سيئة
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 76.66% من أفراد العينة يقرون أن معاملة الخادم لهم حسنة ما يمثل 23 مفردة، في حين نجد أن نسبة 23.33% يقرون بأن معاملة الخادم لهم عادية ما يمثل 07 مفردة. ومنه نستنتج أن معاملة الخادم بالفندق رويال توليب حسنة مع النزلاء مما يكون سمعة جيدة للفندق.

الجدول رقم 26: يبين ما إذا كان أفراد العينة راضيين عن خدمة الإطعام في الفندق

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأنهم راضون عن خدمة الإطعام في الفندق ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن خدمة الإطعام بفندق رويال توليب جيدة تتوافق مع تطلعات النزلاء.

- تحليل بيانات المحور الرابع: مستوى الخدمات الترفيهية و الثقافية بفندق رويال توليب بسكيدة.

الجدول رقم 27: يبين ما إذا كانت تقام سهرات فنية في الفندق

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	%100
لا	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن هناك سهرات فنية في الفندق ما يمثل 30 مفردة

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب يسعى للترفيه عن النزلاء من خلال إقامة السهرات الفنية في الفندق.

الجدول رقم 28: يبين ما إذا كانت إدارة الفندق تنظم رحلات سياحية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
لا	30	%100
نعم	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الفندق لا ينظم رحلات سياحية ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب لا يوفر للنزلاء الرحلات السياحية.

الجدول رقم 29: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على قاعة الرياضة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	%100
لا	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الفندق يحتوي على قاعة رياضة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق روابال توليب يتوفر على قاعة رياضة وهذه نقطة إيجابية بالنسبة للفندق لأن بعض النزلاء من هواة ممارسة الرياضة.

الجدول رقم 30: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على منتج

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	%100
لا	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الفندق يحتوي على منتج ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن الفندق يسعى دائما إلى توفير الراحة والاستجمام للنزلاء من خلال توفير جميع احتياجاتهم.

الجدول رقم 31: يبين ما إذا كان الفندق يحتوي على مكتبة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
00%	00	نعم
100%	30	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الفندق لا يحتوي على مكتبة ما يمثل 30 مفردة.

ومن هنا نستنتج أن خدمة المكتبة غير موجودة بالفندق.

الجدول رقم 32: يبين ما إذا كانت مسابح الفندق نظيفة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
100%	30	نعم
00%	00	لا
100%	30	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن مسابح الفندق نظيفة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن مسابح فندق رويال تولىب نظيفة وهذا ما يكسب الفندق زبائن أكثر.

الجدول رقم 33: يبين ما إذا كانت حضيرة الألعاب المائية مارينا دوغ قد أعجبت النزلاء

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	100%
لا	00	00%
المجموع	30	100%

من خلال جدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن حضيرة الألعاب المائية مارينا دوغ قد أعجبتهم ما يمثل 30 مفردة. ومنه نستنتج أن حضيرة الألعاب المائية مارينا دوغ كانت من أهم إنجازات فندق روايات توليب بالنسبة للنزلاء.

الجدول رقم 34: يبين ما إذا كان النزلاء راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	28	93.33%
لا	02	6.66%
المجموع	30	100%

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة 93.33% من أفراد العينة يقرون بأنهم راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية في الفندق ما يمثل 28 مفردة، في حين نجد أن نسبة 6.66% من أفراد العينة يقرون بأنهم غير راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية بالفندق ما يمثل 02 مفردة. ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية بفندق روايال توليب.

الجدول رقم 35: يبين ما إذا كانت الخدمات الفندقية في فندق رويال توليب تدفعهم للعودة

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	30	%100
لا	00	%00
المجموع	30	%100

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يقرون بأن الخدمات الفندقية بفندق الرواية توليب تدفعهم للعودة ما يمثل 30 مفردة.

ومنه نستنتج أن فندق رويال توليب قد نجح في تلبية كل احتياجات ومتطلبات النزلاء مما يدفعهم للحجز مرة أخرى في الفندق.

2. مناقشة نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

• نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الأول:

يشير التساؤل الأول للدراسة حول معرفة مستوى خدمة الإيواء في فندق رويال توليب بسكيدة ، و بناء على البيانات الميدانية أكد جميع المبحوثين و بنسبة 100% على حسن استقبال طاقم الفندق لهم كما هو موضح في الجدول رقم 07 ، وأن طريقة الحجز في الفندق كانت سهلة و غير معقدة كما هو موضح في الجدول رقم 08 بنسبة 100%، كما أن وضعية الغرفة مريحة للنزلاء كما ورد في الجدول رقم 09 بنسبة 100%، كما يعترفون بنظافة الغرفة داخل الفندق كما هو موضح في الجدول رقم 10 بنسبة 100%، وكذلك احتوائها على مكيف كما هو موضح في الجدول رقم 11 بنسبة 100% وعلى تلفاز وأنترنت كما هو موضح في الجدول رقم 12 بنسبة 100% ، إضافة إلى وجود خدمة إيصال الأكل إلى الغرفة كما هو موضح في الجدول رقم 15 بنسبة 100%، مع تأكيدهم بأن سعر مدة الإقامة يتوافق مع خدمات الفندق كما هو موضح في الجدول رقم 16 بنسبة 100%، وأن تجهيزاتها كافية بالنسبة للنزيل وهو موضح في الجدول رقم 17 بنسبة 100% .

كما نجد أن معظم أفراد العينة ما يقدر بـ 56.66% يقيمون في غرف تطل على البحر ما هو موضح في الجدول رقم 13.

وبناء على ما سبق يتضح لنا جليا أن الشواهد الكمية والإحصائية السابقة قد بينت بجلاء أن مستوى خدمة الإيواء في فندق رويال توليب بسكيكدة جيدة.

• نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الثاني:

يشير التساؤل الثاني للدراسة حول معرفة مستوى خدمة الإطعام في فندق رويال توليب بسكيكدة ،و بناءا على البيانات الميدانية أكد جميع أفراد العينة على كبر حجم المطعم كما هو موضح في الجدول رقم 18 بنسبة 100%، كما أنهم يؤكدون على أن الفندق يحتوي على أكثر من مطعم كما ورد في الجدول رقم 19 بنسبة 100%، وأنه لا يوجد اكتضاد في وقت الأكل كما هو موضح في الجدول رقم 20 بنسبة 100%، كما أن نوعية الأكل جيدة ومتنوعة داخل المطعم كما هو موضح في الجدول رقم 22 بنسبة 100%، ويؤكدون على أن معاملة الخادم كانت حسنة كما هو موضح في الجدول رقم 25 بنسبة 76,66% مما يجعلهم يؤكدون عن رضاهم عن خدمة الإطعام في الفندق كما هو وارد في الجدول رقم 26 بنسبة 100%.

كما نجد أن أغلب أفراد العينة بنسبة 90% يؤكدون على أن وقت فتح المطعم مناسب لهم كما هو موضح في الجدول رقم 21 ، كما أن نسبة 83.33% منهم يؤكدون على نظافته ونظافة الأكل فيه كما ورد في الجدول رقم 24 .

وبناء على ما سبق يتضح لنا جليا أن الشواهد الكمية والإحصائية السابقة قد بينت بجلاء أن مستوى خدمة الإطعام بفندق رويال توليب سكيكدة جيدة .

• نتائج الدراسة في ضوء التساؤل الثالث:

يشير التساؤل الثالث للدراسة حول معرفة مستوى خدمة الخدمات الترفيهية و الثقافية بفندق رويال توليب بسكيكدة،وبناءا على البيانات الميدانية أكد جميع المبحوثين و بنسبة 100% على وجود سهرات فنية داخل الفندق كما هو موضح في الجدول رقم 27، وأن هذا الأخير يحتوي على قاعة رياضية وعلى منتجع كما ورد في الجدول رقم 29 و 30 بنسبة 100%، كما أكدوا أيضا على نظافة مسابح الفندق كما هو موضح في الجدول رقم 32 بنسبة 100% وإعجابهم الكبير بحضيرة الألعاب المائية مارينا دوغ كما هو موضح في الجدول رقم 33 بنسبة 100%، و أن الخدمات الفندقية لفندق رويال توليب تدفع هم للعودة مرة أخرى كما ورد في الجدول رقم 35 بنسبة 100%.

كما نجد أن أغلب أفراد العينة بنسبة 93.33% يؤكدون أنهم راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية بالفندق بالجدول 34.

في مقابل ذلك نرى بأن جميع أفراد العينة ما يقدر بنسبة 100% يؤكدون على عدم وجود مكتبة بالفندق كما هو موضح في الجدول رقم 31.

وبناء على ما سبق يتضح لنا جليا أن الشواهد الكمية والإحصائية السابقة قد بينت بجلاء أن مستوى الخدمات الترفيهية والثقافية بفندق رويال تولىب سكيكدة جيدة.

3. عرض نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة :

توصلت الدراسة الراهنة إلى مجموعة من النتائج العامة و الجزئية ترتبط بسياق الدراسة، و منه فيمكن ربطها بالدراسة التي قامت بها الباحثان "فهد منذر" و"فهد مشعل" و عنوانها "أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان"، بحيث إنتهت الدراسة إلى وجود أثر لجودة الخدمات وبكافة متغيرات الدراسة المستقلة (الإعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة، الجوانب المادية) وبعض المستلزمات المادية له الأثر الأكبر على رضا الضيوف.

كما يمكن ربط الدراسة الراهنة بدراسة "الباحثان "نجم العزاوي" و"نبيل الحوامدة"، الموسوم "بقياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن"، و التي توصلت إلى نتيجة وهي معظم آراء العينات تشعر بالرضا عن مستوى الخدمات والخدمات المقدمة لها في فنادق الخمسة نجوم.

أما بالنسبة لدراسة "كوشي خديجة" و التي كان عنوانها "محددات جودة الخدمات الفندقية ودورها في تحديد درجة رضا الزبون"، و التي توصلت من خلالها إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الفندقية و درجة رضا الزبون.

و في ضوء موضوع دراستنا المعنون بالخدمات الفندقية ودورها في الجذب السياحي في فندق الخمس نجوم رويال تولىب بسكيكدة فقد توافقت دراستنا بالدراسات السابقة للباحثين أن جودة الخدمات الفندقية تلعب دورا كبيرا في كسب رضا الزبائن و منه تعزيز الجذب السياحي.

فكل هذه الدراسات عبارة عن نماذج تطبيقية ميدانية، و تعد من الدراسات التي تهتم بالخدمات الفندقية و الجذب السياحي و التي عرفت إهتماما كبيرا من قبل الدارسين و المختصين في هذا المجال كل حسب تخصصه مسؤوليته.

4. عرض النتيجة العامة:

إن النتيجة العامة المتوصل إليها من خلال دراسة موضوع دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي، هي أن الدراسة سمحت بالكشف عن مضمون الموضوع حيث شكلت المعطيات الكمية و الكيفية سندا للتحقق الكلي من التساؤلات الجزئية للدراسة و ذلك لوجود عدة أسباب لرغبة النزلاء في الحجز بفندق رويال

توليب – سكيكدة - ، لعل أبرزها حسن استقبال الفندق للزلاء و سهولة الحجز و توفر جميع وسائل الراحة، حيث توصلنا إلى أن الخدمات الفندقية في فندق رويال توليب -سكيكدة- وفقت في برمجة خدمات ذات معايير تتناسب مع متطلبات و تطلعات الزلاء، و ذلك بسبب جودة خدمة الإيواء ، وخدمة الإطعام والخدمات الترفيهية والثقافية به، و منه يمكن الإجابة على التساؤلات التي طرحت في إشكالية الدراسة:

- مستوى خدمة الايواء في فندق رويال توليب جيد.
- مستوى خدمة الإطعام في فندق رويال توليب جيدة.
- تتمثل الخدمات الترفيهية والثقافية التي يقدمها فندق رويال توليب في السهرات فنية ، و احتوائه على قاعة رياضية و مسابح و على منتجع للاستجمام و حظيرة الألعاب المائية مارينا دوغ.

فائمة

نظرا لأهمية قطاع الخدمات السياحية والفندقية في الحياة الاقتصادية أصبحت الحكومات توليه أهمية بالغة وتسعى جاهدة إلى تنميته ليس فقط باعتباره موردا من موارد العملة الصعبة أو لتأثيره على الدخل الوطني أو ميزان المدفوعات، ولكن لتأثيره على المجتمع وبالتالي على أفراد هذا المجتمع، حيث جعلت مميزات الخدمات السياحية والفندقية وإقناع السياح بالشراء بالأمر الصعب فقد تحتاج إلى قدرات ومهارات الأعوان المقدمين للخدمة السياحية.

فالخدمات السياحية باتت أحد الموارد الهامة للدول خاصة في ظل التنافس العالمي حاليا على جذب السياح من خلال الوفود السياحية التي تجوب البلدان المختلفة والشركات السياحية للترويج للنشاط السياحي عبر آليات مختلفة.

كما أن فهم خصائص وصفات كل من شرائح السياحة وتحديد المشكلات وتشخيصها يعتبر من المسائل المهمة، بالرغم من أن سلوك المستهلك السياحي ودراسته يعد من أصعب وأعدد الوظائف لأي نشاط في المنشآت السياحية العامة والخاصة.

حيث احتل الاهتمام بالمستهلك السياحي حيزا كبيرا في مجال البحوث السياحية لدى الباحثين والدارسين في الدول المستقبلية للحركة السياحية باعتباره مستهلكا لنوع خاص من الخدمات وهي الخدمات السياحية والفندقية.

قائمة التراجع

المراجع

أولا : باللغة العربية

• الكتب

1. ابراهيم بوظاظو وأحمد العميرة، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق، دراسة ميدانية على عينة من فنادق الخمس نجوم، منشورات مجلة العلوم الإنسانية، العدد 45، جانفي 2007.
2. أحمد الجلاذ، أطوار الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2002.
3. أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات الفنادق، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007.
4. أحمد لشهب، السياسة السياحية بالجزائر (1962-1982)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر، الجزائر، 1985.
5. أحمد محمد المصري، إدارة الفنادق، مؤسسه شباب الجامعة، مصر.
6. أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي- بين النظري والتطبيقي-، مؤسسة الورا للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2006.
7. إياد عبد الفتاح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيم"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
8. جابر نصر الدين ولوكيا الهاشمي، مفاهيم أساسية في علم النفس الإجتماعي، مخبر التطبيقات النفسية والتربوية، جامعة قسنطينة، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2006.
9. حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
10. خالد كواش، السياحة " مفهومها، أركانها وأنواعها"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
11. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، الجزائر.
12. خالد مقابلة وفيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
13. خيرى علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمات الفندقية، مجلة تنمية الرافدين، العدد 88.
14. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية، دار النشر، ط3، 2018.

15. سعيد محمد المصري، إدارة تسويق الأنشطة الخدمية، (المفاهيم، الاستراتيجيات)، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2000.
16. الشريعي وطارق عبد الفتاح، التسويق السياحي التسويق الفندقي، مؤسسة حورش للنشر والتوزيع، 2017.
17. عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق، جامعة تلمسان، 2010.
18. عبد الفتاح مصطفى غنيم، السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة، دار الكتب المصرية، مصر، 1995.
19. عبد الكريم عون، جغرافية الغذاء في الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
20. عثمان محمد غنيم وبنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2003.
21. عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الياض للنشر والتوزيع، ط 1، 2009.
22. علي غربي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، دار البحث قسنطينة، الجزائر، قسنطينة، 1999.
23. غنيم أحمد محمد، تخطيط ومراقبة الإنتاج والعمليات، المكتبة العصرية، مصر، 2006.
24. فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
25. كفاية العبادي، مدينة سكيكدة السياحية، مجلة موضوع الإلكترونية، الطبعة 07، آخر تحديث 09:08، 23 جانفي 2017.
26. ماهر عبد العزيز توفيق، إدارة الحفلات والمؤتمرات، عمان، 1998.
27. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
28. ماهر عبد العزيز توفيق، علم إدارة الفنادق، دار زهران للنشر، عمان، 2006.
29. محفوظ حمدون الحواف، عمر علي إسماعيل، نشر ثقافة الجودة وأثرها في تعزيز أداء المنظمات الفندقية، دار الفكر الجامعي، جامعة الموصل، العراق، 2007، ص32.
30. محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
31. محمد الصيرفي، تخطيط وتنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي، للنشر، مصر، 2007.
32. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، 1999.
33. محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2000.

34. محمد محمود الذنبيات، عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2007.
35. مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي " دراسة مقارنة"، المجد المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003.
36. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006 2004.

37. النشمي، ناصر عبد العزيز، دار الهيئة العامة للسياحة والآثار في تحسين مرافقة وخدمات الفندق، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013.
38. ياسين كحلي، إدارة الفنادق والقرى السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 1998.

• التقارير والملتقيات:

1. بن عيشي عمار، بن واضح الهاشمي، دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية، دراسة ميدانية، المجلة العربية للإدارة، عدد2، 2018.
2. جمال دينا حامد، أرا دن حاتم خضير، مدى إمكانية تبني مبادئ إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي، دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في العتبة العلوية المقدسة ، مجلة تكريم للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 9، العدد 27، 2013.
3. خالد كواش، مقالة مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصادية شمال إفريقيا، العدد01، 2004، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، حسيبة بن بو علي، الشلف، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2004.
4. خيرى علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمة الفندقية، مجلة تنمية الراقدين، العدد88.
5. خيرى علي أوسو، أثر المزيج التسويقي في تحقيق جودة الخدمة الفندقية، مجلة تنمية الراقدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، 2002.
1. صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الإقتصادي الجزائري في الإقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، مرجع سابق.
2. طالب دليلة وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق.

6. عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني لتهيئة السياحة 2023، مجلة معارف، العدد 12، جوان 2002.
7. عوينان عبد القادر، واقع السياحة الجزائرية وآفاق النهوض بها في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد 07، سبتمبر 2012.
8. ليازيد وهيبية، جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبائن، دراسة ميدانية بعض الفنادق بوهران، مجلة المنصور، العدد 23، 2015.

• المجالات :

1. شرع يوسف، خليل عبد القادر، مخططات التنمية السياحية وواقع الانجازات الحقيقية، دراسة تقييمية مع الإشارة SDAT للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مجلة التنظيم و العمل، المجلد 4، العدد 4، 2025.

• الرسائل الجامعية :

1. ¹ كشكوش بومدين ، التسويق السياحي ، مقارنة اقتصادية واجتماعية ، حالة الجزائر ، مذكرة ماجستير ، جامعة تلمسان ، 2003.
2. أحمد لشهب ، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 1987.
3. بديعة بوعقلين ، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر الجزائر 1996.
4. بورويس حنان، المؤهلات السياحية في المناطق الساحلية كوسيلة للتنمية المحلية، حالة ولاية سكيكدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الريفية، جامعة منتوري قسنطينة، دفعة 2017.
5. حميدة بو عموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010-2011.
6. عبد النبي بلبالي، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا العملاء، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2010-2011.
7. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) استراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2002، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013.

8. الغنيمات إبراهيم محمد، أثر تطبيق جودة الخدمات الفندقية في الأسبقيات التنافسية من وجهة نظر الزبائن، دراسة تطبيقية على فنادق فئة خمس نجوم وأربع نجوم في إقليم البتراء، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2015.
9. فهد منذر، مشعل فهد، أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، قسم التسويق، جامعة الزرقاء، عمان، 2014-2015.
10. كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التطورات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
11. محمدي عز الدين، التطور السياحي بالجزائر، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002.
12. مسعود أودينة وإيمان خلف، مخططات التنمية السياحية ما بين جاذبية المقومات السياحية وواقع الخدمات التكميلية السياحية، حالة ولاية جيجل، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير سياحي، جامعة جيجل، 2012.

• المحاضرات والمداخلات :

1. مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية سكيكدة، رسالة من والي ولاية سكيكدة السيد حجري دردوف.
2. نادية جمال الدين، المرأة الريفية وأدوارها الاجتماعية ومحدداتها، محاضرة قدمت في ورشة العمل، القيادات النسائية في الفترة: 01 إلى 30 مارس 1995، التقرير النهائي في المركز الإقليمي لتعليم الكبار.
3. نور الدين شارف ونصر الدين بوعمامة، ترقية القطاع السياحي لبديل الثروة النفطية الناضبة من أجل تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، أيام 07/08 أبريل 2008.

• المخططات :

1. المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة S-D-A-T-W-S.

القرآن الكريم:

1. سورة قريش، الآية رقم 01.

• المواقع الإلكترونية :

1. <http://. Wikipdia.Org/wiki>
2. <http://www.dtourismebba.gov.dz/files/journie%20arab.pdf>
3. <https://eduinkblog.wordpress.com/tag/.18:30> ،2023/05/27 .

ثانيا : باللغة الفرنسية:

1. ministère de l'Aménagement de territoire, de l'environnement.
2. Conseil national économique et social(CNES), rapport" contribution pour lredéfinition de la politique nationale du tourisme, Alger, Novembre 2000, P.35.

ملاحق

گفتگو

01



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوث 1955 سكيكدة
كلية العلوم الإجتماعية والعلوم الإنسانية



قسم العلوم الإجتماعية

تخصص علم الإجتماع الحضري

إستمارة بحث حول موضوع:

دور الخدمات الفندقية في الجذب السياحي

مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص علم الإجتماع الحضري

ملاحظة:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، أخي وأختي، في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الإجتماع الحضري، نضع بين أيديكم إستمارة إستبيان، راجين منكم أن تجيبوا على ما ورد فيها من الأسئلة بما يناسب رأيكم من صدق وصراحة، وتؤكد أن إجابتك تبقى سرية، ولا يشار إلى صاحبها، ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

إشراف الأستاذ:

مرابط رشيد

إعداد الطالبين

➤ بوقروة خلود

➤ مسيخ ندى

السنة الجامعية 2022-2023

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

ذكر أنثى

2. السن:

30-20

40-31

50-41

60-51

من 60 سنة فما فوق

3. المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

4. الحالة المدنية:

متزوج(ة) أعزب/عزباء مطلق(ة) أرمل(ة)

5. المستوى المهني:

إطار عامل بسيط رجل أعمال

6. الإقامة الأصلية:

داخل المدينة

خارج المدينة

المحور الثاني: مستوى خدمة الإيواء في فندق رويال توليب بسكيدة جيدة

7. كيف كان الاستقبال في فندق رويال توليب بسكيدة؟

حسن عادي سيء

8. هل كانت طريقة الحجز في الفندق:

سهلة معقدة

9. كيف كانت وضعية الغرفة؟

مريحة غير مريحة

10. هل أنت راض عن نظافة الغرفة؟

نعم. لا

11. هل الغرفة تحتوي على مكيف؟

نعم لا

12. هل الغرفة تحتوي على تلفاز وأنترنت؟

نعم لا

13. هل الغرفة مطلة على البحر؟

نعم لا

14. هل أنتم راضين عن خدمة الغرف؟

نعم لا

15. هل هناك خدمة إيصال الأكل إلى الغرفة؟

نعم لا

16. هل سعر مدة الإقامة يتوافق مع الخدمات؟

نعم لا

17. ما رأيك في تجهيزات الغرفة؟

كافية غير كافية

المحور الثالث: مستوى خدمة الإطعام بفندق رويال تولىب سكيكدة جيدة

18. ما رأيك في حجم المطعم؟

كبير صغير عادي

19. هل يحتوي الفندق على أكثر من مطعم؟

نعم لا

20. هل يوجد اكتظاظ في أوقات الأكل؟

نعم لا

21. هل وقت فتح المطعم مناسب؟

نعم لا

22. هل نوعية الأكل جيدة؟

نعم لا

23. هل هناك تنوع في الأكل؟

نعم لا

24. ما مدى نظافة المطعم والأكل؟

نظيف عادي غير نظيف

25. هل كانت معاملة الخادم:

حسنة عادية سيئة

26. هل أنتم راضيين عن خدمة الإطعام في الفندق؟

نعم لا

المحور الرابع: مستوى الخدمات الترفيهية والثقافية بفندق رويال تولىب سكيكدة جيدة

27. هل كانت تقام سهرات فنية في الفندق؟

نعم لا

28. هل كانت إدارة الفندق تنظم رحلات سياحية؟

نعم لا

29. هل يحتوي الفندق على قاعة رياضة؟

نعم لا

30. هل يحتوي الفندق على منتجع؟

نعم لا

31. هل يحتوي الفندق على مكتبة؟

نعم لا

32. هل مسابح الفندق نظيفة؟

نعم لا

33. هل أعجبتكم حظيرة الألعاب المائية مارينا دور؟

نعم لا

34. هل أنتم راضون عن الخدمات الترفيهية والثقافية؟

نعم لا

35. هل الخدمات الفندقية لفندق رويال تولىب تدفعك للعودة؟

نعم لا

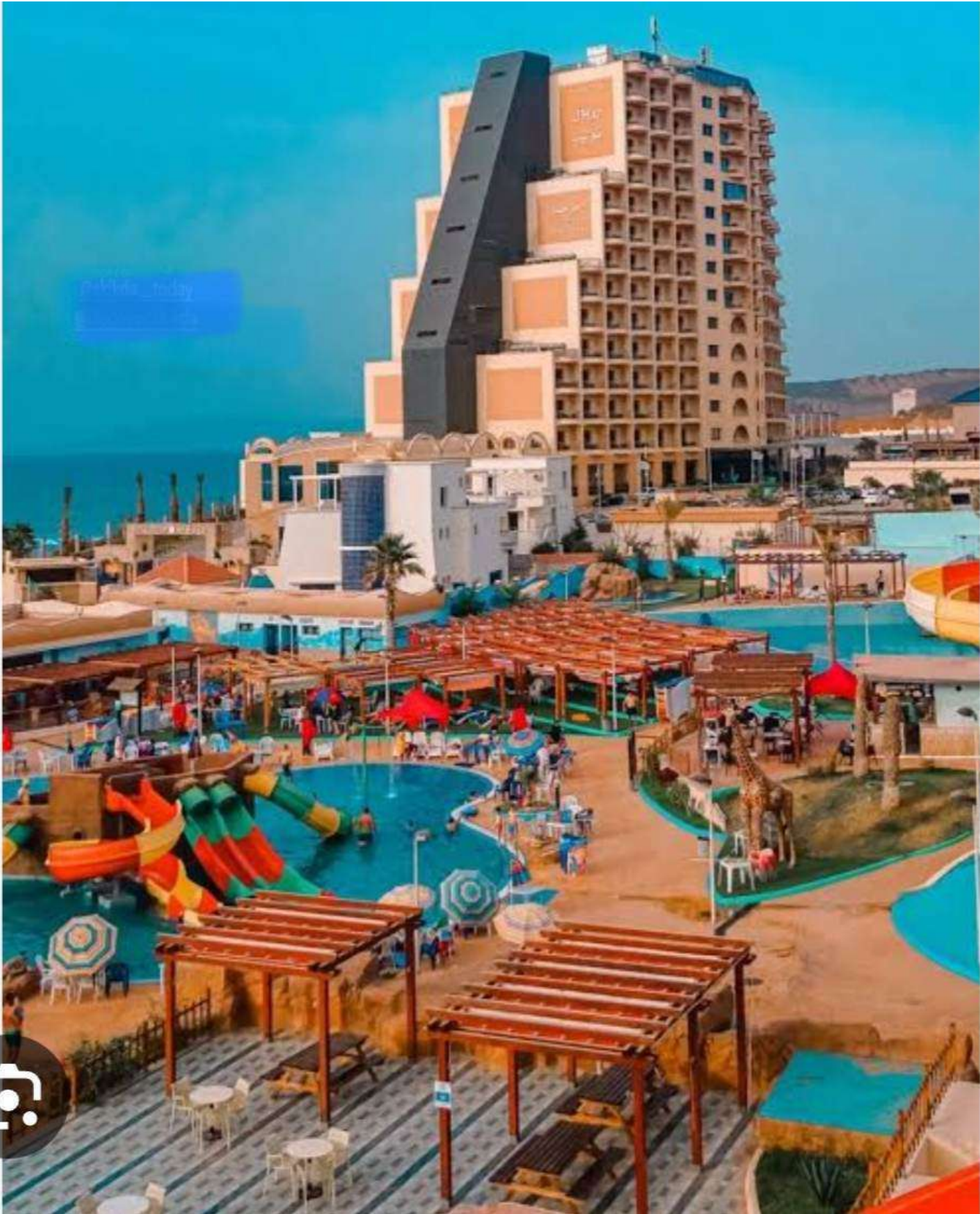
02 لکھنؤ











Public Today

Public Today





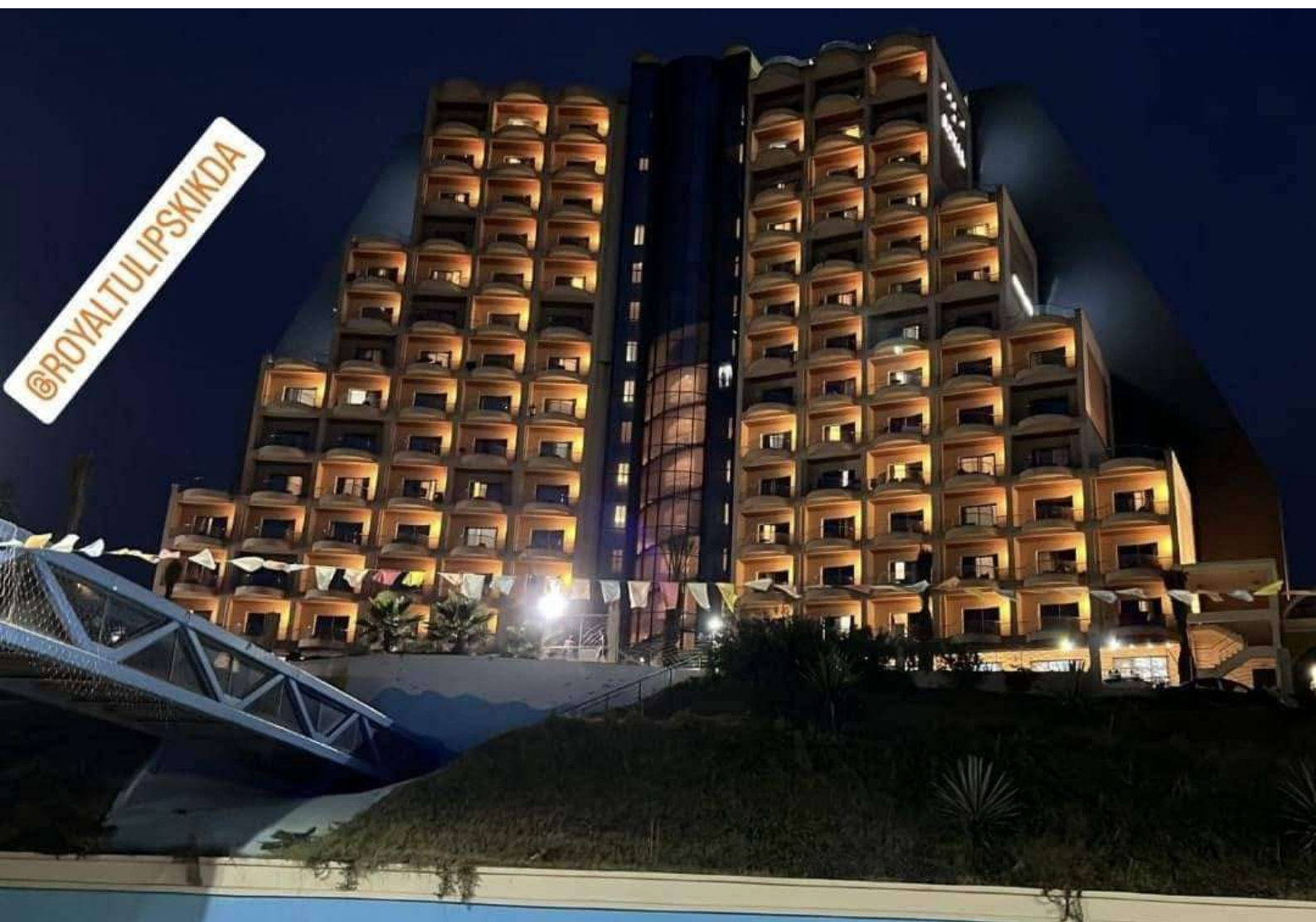












@ROYALTULIPSKIKDA





INTERIOR AND FURNITURE BY **PAOLA RAPHAEL**
MILANO

