



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

السنة : الثانية ماستر

أثر الصناعة التقليدية في إيصال الموروث الثقافي للسائح في ولاية الوادي

دراسة حالة في غرفة الصناعة التقليدية لولاية الوادي (ماي 2023)

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر
تخصص : تسويق فنديقي وسياحي

إشراف الاستاذ:

- كرام عبد الرزاق

إعداد الطلبة :

- ناصر محمد الأمين

- نعورة محمد الطاهر

المؤسسة الأصلية	الصفة	الرتبة	الاستاذ
جامعة حمه لخضر الوادي	رئيس لجنة	أستاذ ودكتور جامعي	وليد مرتض نوة
جامعة حمه لخضر بالوادي	مناقش	أستاذ ودكتور جامعي	عداينة أسماء
جامعة حمه لخضر بالوادي	مشرف	أستاذ ودكتور جامعي	كرام عبد الرزاق

السنة الجامعية: 2022/2023

الإهداء

الى من وضعت الجنة تحت قدميها الى الغالية التي انجبتني امي سعدة
الى من وهبها الله نعمة الصبر على تربيتي الى التي غابت عن حفل تخرجي فجعلت
غيابها حافزا لاكمال الماستر من اجلها امي سعاد
الى من قادني الى طريق النجاح وعلمني كيف يكون الانسان انسانا
الى من اعجز عن شكره نظير ما قدمه ابي الغالي
الى سندي الحقيقي العمود الثابت والحب الصادق
اخوتي كل باسمه
الى من زادت حياتنا بهاء وشعت نورا الاء
الى من رحل عنا وترك فراغا في قلوبنا وراينا الظلام بفراقه الزميل ايمن مقدم
الى ابن الخالة الذي لم نهظم رحيله ليومنا هدا بلال قسوم
الى من علمني حرفا من بداية مشواري الى يومنا هدا
الى الجارة التي علمتني معنى الجيرة وكانت سندا للوصول الى ما انا عليه ام زينب
الى فوج الابداع الى فوج التميز فوج الفسيلة
الى كل الاصدقاء والزملاء وكل من يعرفني من قريب او بعيد

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله أما بعد

الحمد لله الذي وفقنا لثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة
الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا
لدربي.

وأقدم بالشكر الجزيل لأفراد عائلتي جميعاً على تشجيعهم ومساعدتهم لي حتى
أتممت بحثي.

أسئله الله التقدير وأن ينفعنا به ويمدنا بتوفيقه.

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الانبياء والمرسلين
سيدنا محمد وعلى اله وصحبه ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين،
وبعد...

فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله،
فله الحمد اولا واخرا.

ثم اشكر الاستاذ المشرف الذي قدما لنا يد العون.

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الحرف والصناعات التقليدية التي تعد نشاطا اقتصاديا هاما كغيره من النشاطات الاقتصادية المساهمة في تنمية القطاع السياحي وهو بدوره سوقا للصناعة التقليدية فهما قطاعين مكملين لبعضهما.

لقد اعتمدنا على المقابلة مع مدير الصناعات التقليدية من أجل تحليل البيانات التي هي محل الدراسة من أجل الوصول إلى الأهداف التالية:

التعرف على ماهية الصناعة التقليدية و ماهية التسويق السياحي و كذلك التعرف على ماهية المورث الثقافي و أيضا معرفة علاقة السياحة بالصناعة التقليدية.

ومن أبرز النتائج التي توصلنا إليها في البحث ما يلي :

- السياحة هي القطاع الأكثر جذبا للاستثمارات الأجنبية المباشرة.
 - يساهم التسويق السياحي في إشباع رغبات طرفي عملية التبادل بما يساعد على تحقيق منافع مادية ومعنوية للطرفين.
 - يعبر منتج الصناعات التقليدية عن خصائص ومميزات وكذا العادات والتقاليد للمنطقة.
 - تعتبر دار الصناعة التقليدية أحد أهم المسالك السياحية لولاية الوادي مما يجعلها قطب سياحي يتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية.
 - يمكن لمنتجات الصناعة التقليدية تحسين صورة ولاية الوادي.
- الكلمات المفتاحية:** صناعة تقليدية وحرفية، تسويق سياحي، سياحة، موروث ثقافي.

Summary

This study aims to highlight the importance of crafts and traditional industries, which are an important economic activity like other economic activities contributing to the development of the tourism sector, which in turn is a market for traditional industry, as they are two complementary sectors to each other.

We relied on the interview with the Director of Traditional Industries in order to analyze the data under study in order to reach the following objectives:

Knowing what traditional industry is and what tourism marketing is, as well as knowing what the cultural heritage is, and also knowing the relationship of tourism to traditional industry.

Among the most important results that we reached in the research are the following:

Tourism is the most attractive sector for foreign direct investment.

–Tourism marketing contributes to satisfying the desires of both parties to the exchange process, thus helping to achieve material and moral benefits for both parties.

–The product of traditional industries reflects the characteristics and advantages, as well as the customs and traditions of the region.

The House of Traditional Industry is considered one of the most important tourist attractions in the Wilayat of El Oued, making it a tourist hub

It is visited by all tourists who visit the state.

–Handicraft products can improve the image of the state of the valley.

Keywords: traditional and craft industry, tourism marketing, tourism, cultural heritage.

قائمة الصور

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الزاوية التجانية الوادي	97
02	زاوية سيدي سالم الوادي	97
03	سوق الوادي	97
04	مدينة الغيظ ولاية الوادي	98
05	بحيرة العياطة الوادي	98
06	سوق الاعشاش الوادي	98
07	التخميم بصحراء الوادي	98
08	فندق الغزالة الذهبية	99
09	ققف مصنوعة من السعف	100
10	أواني مصنوعة من السعف	100
11	الحايك السوفي	101
12	اللحاف السوفي	101
13	البرنوس السوفي	101
14	القشابية السوفية	102
15	العفان المصنوع من الصوف	102
16	صناعة الزرابي	103
17	صناعة الفخار السوفي	104
18	صناعة الفخار	104
19	لوحة رسم بالرمال الفنان أحمد وهبة	104
20	زجاجات مملوئة بالرمل	104
21	جزدان الجلد	104
22	قربة الجلد	104
23	صناعات الخشب	104
24	صناعة النحاس	105
25	صناعات النحاس	105
26	صناعات الجبس	105
27	زخاريف سقف بالجبس	105

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مقارنة بين خصائص التسويق السلعي والتسويق السياحي	62

فهرس المحتويات

116.....	المخلص
116.....	قائمة الصور
118.....	قائمة الجداول
VIII	الفهرس
أ.....	المقدمة
17	الفصل الأول
17	الصناعة التقليدية
19	المبحث الاول: ادبيات النظرية لصناعة التقليدية والحرفية
19	المطلب الاول: تعريف الصناعة التقليدية والحرفية
23	المطلب الثاني: خصائص الصناعات التقليدية
25	المطلب الثالث: أهمية الصناعات التقليدية والحرف
26	المبحث الثاني: انواع ومعيقات الصناعة التقليدية
27	المطلب الاول: انواع الصناعة التقليدية ¹
30	المطلب الثاني: معيقات ومشاكل تطور الصناعة
32	المبحث الثالث: سياسة دعم قطاع الصناعة التقليدية
32	المطلب الأول: الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة CNAC
34	المطلب الثاني: الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT):
35	المطلب الثالث: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ
38	خلاصة الفصل
39	الفصل الثاني مدخل التسويق السياحي

41	المبحث الاول : ماهية السياحة.....
41	المطلب الاول: تعريف السياحة والسائح
41	المطلب الثاني: خصائص السياحة.....
45	المطلب الثالث: أهمية السياحة.....
47	المطلب الرابع: أنواع السياحة
50	المطلب الخامس: المقومات السياحية
52	المطلب السادس: أركان السياحة.....
53	المطلب السابع: آثار السياحة.....
54	المطلب الثامن: السياحة وعلاقتها بالصناعة التقليدية
56	المبحث الثاني: ماهية التسويق السياحي
56	المطلب الاول : تعريف التسويق السياحي
58	المطلب الثاني: أهداف وخصائص التسويق السياحي.....
63	المطلب الثالث: الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي
64	خلاصة الفصل.....
65	الفصل الثالث الإبطار المفاهيمي لتراث المفاهيمي
67	المبحث الأول: ماهية التراث الثقافي
67	المطلب الأول: تعريف التراث الثقافي
70	المطلب الثاني: التطور التاريخي لحماية التراث الثقافي.....
75	المطلب الثالث: طرق حماية المورث الثقافي.....
78	المبحث الثاني: تقسيمات التراث الثقافي
78	المطلب الاول: تقسيم الممتلكات الثقافية المادية.....
80	المطلب الثاني: تقسيم الممتلكات الثقافية الغير مادية.....

81	المطلب الثالث: تقسيم الممتلكات الثقافية حسب القانون 04/98.....
84	المطلب الرابع: طرق الحصول على الممتلك الثقافي
86	خلاصة الفصل
88	الاطار الميداني للدراسة
2	الفصل الرابع
90	المبحث الاول: ماهية غرفة الصناعة التقليدية
90	المطلب الأول: تعريف غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي
91	المطلب الثاني: مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي
94	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية الوادي
95	المبحث الثاني: الامكانية السياحية لولاية الوادي
95	المطلب الاول: تقديم لمدينة الوادي
96	المطلب الثاني: الموارد الطبيعية والمواقع السياحية لمدينة الوادي
100	المطلب الثالث: الصناعات التقليدية لولاية الوادي
106	المبحث الثالث: مساهمة الصناعة التقليدية في توصيل المورث الثقافي للسائح بولاية الوادي
106	المطلب الاول: عرض أسئلة المقابلة
110	المطلب الثاني: اختبار الفرضيات و تحليل النتائج.....
112	الخاتمة.....
115	المراجع والمصادر
119	الملاحق.....

مقدمة

المقدمة

يعتبر الشعب الجزائري كغيره من الشعوب العريقة عرف حرفا تقليدية عديدة ومتنوعة ابدعها ومارسها على مر التاريخ كما تفنن فيها وأظهر عبقرية كبيرة ظلت خالدة بخلود الأشياء التي صنعها وبخلود هذه الحرف التي ظلت حية ومستمرة بالرغم من تقادم وسائلها الإنتاجية فلقد ظلت حية خالدة في الذاكرة الشعبية تتعاقب على حمل مشعلها الأجيال كقيمة ثقافية وحضارية واقتصادية بدون هوادة أو انقطاع، ان السجل المعرفي للحرف التقليدية الجزائرية عديد ومتنوع حيث ظل الشعب محافظا على هذه الكنوز الجمالية والحضارية التي لا تقنى ولا تندثر بالرغم من المأساة التاريخية والنكسات الاجتماعية والحضارية والأزمات الاقتصادية، فلقد ظل الشعب الجزائري يمارس حرفه التقليدية كقيمة مقدسة وأمانة تاريخية وثقافية ورثها عن أسلافه، فالحرف التقليدية جزء لا يتجزأ من التاريخ الثقافي والحضاري والاقتصادي الشعبي الأصيل والعريق والجماعي، فهي وثيقة تاريخية وثقافية مادية تشكل هوية انتمائيه الحضاري والجغرافي ومقياسا حيا لمدى عراقة الشعب وعمق أصالته.

فالحرف والصناعات التقليدية هي الوسيلة الأولى والوحيدة للتعبير عن ثقافة مجتمع ما وأصالته بحيث تعتبر مصدرا للعيش لكثير من أفراد المجتمع، وهي تعبر عن مظاهر مختلفة للحياة من خلال الأعمال الفنية من رسومات وأشكال وزخارف التي نشاهدها في منتجات الحرف والصناعات التقليدية المستقاة من البيئة وطابعها الحضاري والتاريخي رغم الأهمية التي أضحت توليها الجزائر لقطاع الحرف والصناعات التقليدية، من خلال توفير وتسخير الإمكانيات المادية والتنظيمية لتشجيعها إلا أن تفعيلها وترقية تنافسيتها بما يخدم الاقتصاد المحلي بمختلف أنواعه، مازال لم يتم على الوجه الأمثل لاسيما من خلال المقارنة مع بعض التجارب الدولية في الصناعات التقليدية والحرفية، وكذلك الصناعات التقليدية والحرف اليدوية أحد الأشكال السياحية الأصيلة باعتبارها فريدة ومتميزة اجتماعيا تتطلب العناية والتممين، وكذا الاستغلال على أحسن وجه لما لها من مزايا تسمح بجلب عائدات معتبرة تساهم في تكوين ورفع الدخل القومي، وهي عبارة عن همزة وصل حضارية ننقل من خلالها معالمنا الثقافية إلى السياح الأجانب، كما تخلق نوع من التوازن بين الريف والمدينة.

إن التعريف بالموارد السياحية والثقافية والحرف التقليدية وترقيتها وتسويقها على أحسن وجه يساهم في التنمية الشاملة لأنها تلعب دورا هاما في ترسيخ الهوية الوطنية، حيث يعتبر التسويق السياحي أداة هامة لإنعاش الصناعة التقليدية على مختلف مجالاتها لما له من خصائص تميزه عن الأنشطة الأخرى، ويجعلها

تلقي إقبالاً واهتماماً أكبر من قبل السياح خاصة الأجانب، وتزيد لديهم معدلات الإنفاق على هذه الصناعة التقليدية، مما ينعكس على تنشيط القطاع السياحي ككل والتنمية الاقتصادية الشاملة.

ومن خلال ما سبق نتطرق إلى الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما هو أثر الصناعة التقليدية في إيصال المورث الثقافي؟

وإنطلاقاً من الإشكالية الرئيسية قمنا بتقسيمها إلى أسئلة فرعية:

- هل تعتبر الصناعة التقليدية عامل لجذب السائح؟

- ماهي مشاكل ومعوقات تطور الصناعة التقليدية؟

- ماهي علاقة السياحة بالصناعة التقليدية؟

- ماهو دور الصناعة التقليدية في إيصال المورث الثقافي للسائح؟

الفرضيات: تتمثل الفرضية الرئيسية لبحثنا فيما يلي: هناك أثر الصناعة التقليدية في إيصال المورث

الثقافي وتتفرع على هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

➤ تعتبر الصناعة التقليدية عامل لجذب السائح.

➤ تواجه الصناعة التقليدية مشاكل ومعوقات كثيرة في مجال السياحة.

➤ هناك دور للتوزيع السياحي في ترقية الصناعة التقليدية.

➤ هناك دور الصناعة التقليدية في إيصال المورث الثقافي لسائح.

أهداف الدراسة

➤ التعرف على ماهية الصناعة التقليدية.

➤ التعرف على ماهية التسويق السياحي.

➤ التعرف على ماهية المورث الثقافي.

➤ معرفة علاقة السياحة بالصناعة التقليدية.

أهمية الدراسة

➤ إبراز أهمية الصناعة التقليدية.

➤ إبراز لمساهمة الصناعة التقليدية في توصيل المورث الثقافي.

➤ توضيح علاقة الصناعة التقليدية بالسائح.

منهج البحث

المنهج المتبع في بحثنا هو المنهج الوصفي التحليلي حيث يتعلق الجانب الوصفي بالجزء النظري للبحث والجزء التحليلي بالجزء التطبيقي المسقط على الدراسة الميدانية للمؤسسة محل الدراسة، وإستخدمنا في هذا البحث:

المسح المكتبي: وما قمنا به هو جمع مصادر ومراجع ومقالات التي نتحدث عن الموضوع.
المقابلة الشخصية: مع مسؤول في غرفة الصناعة التقليدية بولاية الوادي.

حدود البحث

تتمثل في:

- أ- الحدود البشرية: مع مسؤول في غرفة الصناعة التقليدية والحرف بولاية الوادي.
- ب- الحدود الموضوعية: الذي تناولنا فيه أثر الصناعة التقليدية في إيصال الموروث الثقافي للسائح.
- ت- الحدود المكانية: اجري هذا البحث في مؤسسة دار الصناعة التقليدية والحرف بولاية الوادي.
- ث- الحدود الزمنية: تم إنجاز هذا البحث خلال السداسي الثاني من السنة الدراسية 2022-2023

صعوبات البحث

- 1- نقص المعلومات والمراجع حول الصناعات التقليدية.
- 2- عدم التعاون من طرف غرفة الصناعة التقليدية فيما يتعلق بالمقابلة ومدنا بكامل المعلومات المطلوبة.

هيكل البحث

تم تقسيم بحثنا إلى أربعة فصول 3 فصول نظرية وفصل تطبيقي:

أ- الفصل الأول

الذي جاء فيه بعنوان ماهية الصناعة التقليدية الذي تطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث: المبحث الأول بعنوان أدبيات حول الصناعة التقليدية وتضمن عناصر التالية: تعريف الصناعة التقليدية وخصائصها وأهميتها، أما المبحث الثاني بعنوان أنواع ومعيقات الصناعة التقليدية وجاء فيه: أنواع الصناعة التقليدية مشاكل ومعيقات تطور الصناعة التقليدية، المبحث الثالث بعنوان سياسات دعم الصناعة التقليدية تطرقنا فيه: الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة (CNAC) و الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT) و الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ).

ب- الفصل الثاني

الذي جاء فيه بعنوان مدخل للتسويق السياحي الذي تطرقنا فيه إلى مبحثين: المبحث الأول بعنوان ماهية السياحة وتضمن عناصر التالية: تعريف السياحة وخصائصها، أهميتها وأنواع السياحة، مقومات السياحة أركانها، آثارها والسياحة وعلاقتها بالصناعة التقليدية، أما المبحث الثاني بعنوان ماهية التسويق السياحي وجاء فيه: تعريف التسويق السياحي وخصائص التسويق السياحي وأهداف وأهمية التسويق السياحي والجهات المسؤولة عن التسويق السياحي.

ت- الفصل الثالث

الذي جاء فيه بعنوان الايطار المفاهيمي للتراث الثقافي الذي تطرقنا فيه إلى مبحثين: المبحث الأول بعنوان ماهية التراث الثقافي ويضمن عناصر التالية: تعريف التراث الثقافي والتطور التاريخي لحماية التراث أما المبحث الثاني بعنوان تقسيمات التراث الثقافي وجاء فيه: تقسيم الممتلكات الثقافية المادية الثابتة، تقسيم الممتلكات الثقافية الغير ثابتة، تقسيم الممتلكات الثقافية حسب القانون، أهمية المورث الثقافي وطرق حماية المورث.

ج- الفصل الرابع

الذي جاء فيه بعنوان الدراسة التطبيقية في غرفة الصناعة والحرف لولاية الوادي الذي تطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث: المبحث الأول بعنوان ماهية غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي وتضمن العناصر التالية: تعريف ثم مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي والهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي، أما المبحث الثاني بعنوان الإمكانيات السياحية لولاية الوادي وجاء فيه: تقديم لمدينة الوادي الموارد الطبيعية والمواقع السياحية والصناعات التقليدية في مدينة الوادي، المبحث الثالث: مساهمة التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية في مدينة الوادي تطرقنا فيه: عرض أسئلة المقابلة، إختبار الفرضيات وتحليل النتائج.

الفصل الأول

الصناعة التقليدية

تمهيد

يعتبر قطاع الصناعة التقليدية والحرف اليدوية من أهم قطاعات التنمية الاقتصادية في معظم دول العالم وكذلك في الجزائر، كما أنه جزء مهم من تراثنا الشعبي والثقافي بإعتبارها همزة وصل حضارية تنقل من خلالها معالمنا الثقافية والحضارية وتخلق نوعا من التوازن بين الريف والمدينة من خلال مساهمتها في الاستثمار.

في ضوء تطور وتوسع الاقتصاد العالمي وظاهرة العولمة والانفتاح وما ينتج عنها من تطوير المنتج واختراقه لأسواق مختلف دول العالم، من الضروري لفت انتباه المستهلك وجعله في حاجة لشراء المنتجات المحلية عامة والتقليدية الحرفية خاصة عن طريق التسويق الذي يضمن نجاح عملية البيع واستمرار الطلب على المنتجات التقليدية.

سنتعرف في هذا الفصل على المباحث التالية:

- المبحث الأول: أدبيات النظرية لصناعة التقليدية والحرفية.
- المبحث الثاني: أنواع ومعيقات الصناعة التقليدية.
- المبحث الثالث: سياسة دعم قطاع الصناعة التقليدية.

المبحث الاول: ادبيات النظرية لصناعة التقليدية والحرفية

بالنظر إلى تحول الاقتصاد العالمي، ظهرت اتجاهات اقتصادية جديدة تهدف إلى إنشاء شركات ذكية صغيرة ومتوسطة الحجم قادرة على التغلب على تأثير الأزمة البيئية بطريقة أفضل وأوضح. في الوقت الذي تراجع فيه تحت تأثير الأزمة الاقتصادية أنشطة المجموعات الاقتصادية والصناعية الرئيسية وانخفضت فرص العمل، اتسمت الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل عام والصناعات التقليدية والحرفية بشكل خاص، النمو المستمر بسبب الاستثمار الرخيص وخلق فرص العمل من أجل التعامل مع هذه التقاليد والحرف يجب أن يكون لدينا فهم جيد لطبيعتها وخصائصها الدقيقة وفهم علاقة هذه الصناعة بالسياح وقبل ذلك يمكننا فهم المفاهيم الأساسية لهذه الصناعة .

المطلب الاول: تعريف الصناعة التقليدية والحرفية

اولا: تعريف الصناعة التقليدية:

الحرفة التقليدية هي نظام ثقافي عملي وطريقة وفن لحرف مختلفة وعادة ما تكون مستمدة من مثال قديم تختلف أساليب التمثيل من عصر إلى عصر حسب عوامل تؤثر على عادات وتقاليد المجتمع وحاجته للتغيير والتحول .

ودراسة الحرف من وجهة نظر انتروبولوجية مع الإطلالة التاريخية على بنية هذه الحرف تساهم في فهم طبيعة الحياة في مجتمعاتنا ومن هنا تأتي أهمية معرفة طرق أداء هذه الحرفة أو تلك ومدى ازدهارها أو ظمورها، ماهية التأثيرات التي تنتابها على المجتمع¹.

وفي تعريف آخر يقصد بالصناعات التقليدية والحرف والصناعة التقليدية الفنية هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بالآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع تقليدي وتكتسي طابع فني يسمح بنقل مهارة عريقة وأن تتميز بأصالتها وطابعها الإنفرادي والإبداع²

¹ علي بزري، الحرف التقليدية أهميتها ومنهجية دراستها، الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية الدراسات والبحوث والنشر، العدد 12، لبنان، 2011 ص131-ص132.

² سميحة بن يونس، كلتوم مسعودي، دور الصناعة التقليدية الصحراوية في تفعيل السياحة الصحراوية، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد 5، جامعة برج بوعريريج، ديسمبر 2016، ص42.

الفصل الأول الصناعة التقليدية

وهي من أهم مقومات السياحة التي تميز كل منطقة في بلد ما عن باقي مناطق البلاد أحدهما أو الآخر عامل مهم في الحفاظ على التراث وحماية التقاليد لأنه تراث ثقافي.

فختلف تعريفها في العالم وفقاً لاستخدامه والغرض منها ومن أهمها مايلي:

أ/ منظمة اليونسكو¹:

قدمت منظمة اليونسكو سنة 1997 تعريفا للصناعة التقليدية كما يلي:

تعتبر المنتجات التقليدية إذا كانت مصنوعة من طرف الحرفيين يدويا أو عن طريق مساعدة آلة يدوية أو حتى آلة ميكانيكية، بشرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي المركب الأكثر أهمية في المنتج النهائي، تنتج هذه المواد بدون تحديد في الكمية، وباستعمال مواد أولية مستخرجة من موارد طبيعية دائمة وأن الطبيعة الخاصة للمنتجات التقليدية تتمخض من خصائصها المختلفة والتي تجعلها ذات أهمية استعمالية، تجميلية، فنية، إبداعية وثقافية، ما يجعل المنتج التقليدي يجمع بين الناحية الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء.

ب/ المجلس العالمي للصناعة التقليدية والحرف²:

قسم المجلس العالمي للصناعة التقليدية سنة 1984 الصناعة التقليدية إلى 4 مجموعات وهي:

- 1- الإبداعات ذات طابع فني للحرفيين : ويتعلق الأمر بالأنشطة التي تكون منتجاتها ذات محتوى إبداعي والتي يتطلب إنتاجها مهاراتها وتقنيات مرتفعة
- 2- الفنون الشعبية و الفولكلورية : تعكس منتجاتها تعابير مستوحاة من تقاليد وثقافات محلية ووطنية وتتطلب درجة عالية من الكفاءة والتقنيات اليدوية.
- 3- الصناعة التقليدية: وتشمل الورشات المنتجة للمنتجات ذات طابع تقليدي أصيل والمصنوعة يدويا بكميات كبيرة وفي حالة توسع هذه الورشات إلى غاية الوصول إلى تقسيم العمل لا تعتبر آنذاك منتجاتها مواد لصناعات تقليدية ولكن منتجات مصنوعة بالسلسلة تحمل ذوقا محليا وموجها إلى السوق الواسع
- 4- الإنتاج الصناعي : وتخص كل نماذج الصناعات التقليدية أو المواد المعاد إنتاجها بواسطة آلات أوتوماتيكية وبكميات كبيرة.

¹ - بريج كلثوم، دور الصناعات الحرفية و التقليدية في تنمية السياحة بالمدن الصحراوية دراسة حالة تماسين، مذكرة ماستر كلية العلوم الدقيقة و علوم الطبيعة و الحياة سنة 2020 جامعة محمد خيضر بسكرة ص18.

² المرجع نفسه ص19.

الفصل الأول الصناعة التقليدية

ج/ منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية UNIDO :

قسمت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية الحرف اليدوية إلى أربعة أقسام وهذا وفقا للسوق المستهدف كما يلي:

1- الحرف التقليدية الجميلة :

هي التي تعبر منتجاتها عن الخصائص العرقية والتراث التقليدي حيث تكون ذات طابع فريد من نوعه، تنتج بالوحدة وتصنف ضمن الأعمال الفنية كما تعرض منتجاتها في المتاحف والمعارض الفنية ويتم شرائها من قبل محبي جمع الآثار.

2- الحرف التقليدية :

وهي حرف تستخدم أساليب تقليدية وتكون منتجاتها مصنوعة يدويا باستعمال مواد أولية تقليدية وتكنولوجيا، الفرق بينها وبين الحرف التقليدية الجميلة هي أن الحرفيين يلجئون إلى المساعدة من طرف مصممين لمساعدتهم على ضبط المنتج حسب متطلبات السوق مع ضمان ظهور الخصائص العرقية والخلفية التاريخية والمحافظة عليها، يمكن أن تنتج بكميات كبيرة.

3- الحرف التجارية :

تكون منتجاتها مصنوعة تقليديا ومكيفة حسب احتياجات وأذواق السوق وبدرجة عالية اتجاه الموضة وتخصص للمشتريين الأجانب، تنتج بكميات كبيرة وباستخدام عدد وأنواع وسائل أكبر وتعرض في المتاجر المتخصصة والمحلات التجارية.

4- الحرف المصنعة :

وتخص نماذج الصناعة التقليدية المعاد إنتاجها بواسطة آلات أوتوماتيكية ، تنتج بأحجام أكبر وقد لا يلتزم المنتجون لها بالطابع التقليدي للمنتج.

د/ حسب المادة 05 من الامر 96-01 المؤرخ في 10/01/1996 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية:

على أنها" كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي ويمارس:

- بصفة رئيسية ودائمة

- في شكل مستقر، أو متنقل، أو معرضي، في أحد مجالات النشاطات الآتية:

• الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية.

- الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات.
- وحسب الكيفيات الآتية
- أما فرديا.
- وإما ضمن تعاونية للصناعة التقليدية والحرف.

ثانيا : تعريف الحرفي¹

1- حسب المشرع الجزائري:

يعرف المشرع الجزائري في القانون رقم 82-12 المؤرخ في 28 أوت 1982 الحرفي على أنه " كل شخص له المؤهلات المهنية المطلوبة ويملك أدوات عمله ويمارس نشاطا لغرض الإنتاج أو التحويل أو الصيانة أو التصليح أو أداء الخدمات المادية ويتولى بنفسه إدارة نشاطه وتسيير وتحمل مسؤوليته، لكن بالمقابل لا يسري هذا القانون على نشاط الصناعة اليدوية الفنية والصناعة التقليدية الشعبية التي يمارسها أفراد الأسرة في منازلهم لأحكام هذا القانون حسب المادة (09) منه لكن تم تعديل هذا البند وتم تعديل مفهومه سنة 1996 بموجب الأمر 96-01 المؤرخ في 10/01/1996 عرف الحرفي على أنه " الحرفي هو كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية والحرفية يمارس نشاطا تقليديا كما هو في المادة (05) من هذا الأمر ويثبت تأهيله ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته أي أنه قد منح صفة الحرفي لكل مسجل بسجلات الصناعات التقليدية والحرفية التابعة للقطاع.

وقد تم إلحاق قطاع الصناعة التقليدية بوزارة السياحة حسب المرسوم التنفيذي رقم 10-254 المؤرخ في 20 أكتوبر سنة 2010 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، وأجري تعديل آخر بالوزارة وأضيف العمل العائلي لها لتصبح وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي.

2- حسب المنظمة العالمية الدولية للعمل OIL

حسب التصنيف الدولي للمهن (CITP-88) الصادر في 1988 والمنشور سنة 1991، يصنف الحرفي في المجموعة السابعة من المهن ويعرف كالتالي: تطلق تسمية الحرفي وعمال المهن ذات الطابع الحرفي على الأشخاص الذين يمارسون أعمالهم باليد أو بمساعدة أدوات يدوية أو ميكانيكية أو غيرها، التي تساعد على تقليص الجهد البدني أو الوقت اللازم للقيام بمهام معينة أو للوصول إلى منتجات ذات جودة ويصنفون إلى:

¹ المرجع السابق ص 21.

- _ حرفيو وعمال مهن الاستخراج والبناء : ويتعلق الأمر بأولئك الذين يقومون بإعداد واستخراج المعادن الصلبة من المناجم، بناء وصيانة وإصلاح المباني...
- _ حرفيو وعمال مهن التعدين وآلات البناء : وتضم هذه المجموعة الأشخاص العاملين بتلحيم وإعادة تركيب المعادن، بناء وصيانة وإصلاح الهياكل الفولاذية الثقيلة، تركيب وصيانة وإصلاح الآلات وغيرها.
- _ حرفيو وعمال الهندسة الدقيقة ومهن الفن والصبغة وما شابهها : وتشمل مصلي الأجهزة الدقيقة والآلات الموسيقية، المجهودات والمعادن الثمينة وغيرها.
- _ حرفيو وعمال مهن أخرى ذات طابع حرفي : تحوي هذه المجموعة على مهن معالجة وتحضير المواد الخام للزراعة والصيد وتحويلها إلى أغذية ومنتجات أخرى، حرفة النجارة، المنتجات، الفرو والجلود وغيرها من المواد.

المطلب الثاني: خصائص الصناعات التقليدية

للصناعات التقليدية والحرفية دور مهم في إبراز المعالم الثقافية والحضارية للدولة، فهي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في التنمية السياحية وعليه فلقطاع الصناعات التقليدية مكانة كبيرة في زيادة المداخل السياحية من خلال اقتناء السواح للتحف والتذكارات للبلد المزار، والصناعات التقليدية والحرفية تتميز بمجموعة من الخصائص نذكر منها ما يلي¹:

أ/ سهولة وبساطة إنشاء مشروع حرفي:

تتميز الصناعة التقليدية والحرف بانخفاض رأس مالها المادي فمادتها الأولية محلية في الأغلب مع استعمال أدوات إنتاج جد بسيطة ومنخفضة التكلفة.

ب/ عمل فردي وقرارات مرتبطة بصورة كبيرة بشخصية صاحب المشروع:

تعتبر هذه الميزة صفة رئيسية يتميز بها الممارسون لنشاطات الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر حيث تشكل إحدى المزايا التي تمثل جانب إيجابي وسلبي في نفس الوقت فمن جهة يعطي الانفرادية للحرفي في الحرية الكاملة لإدارة مشروعه كما يشاء ويتم ذلك من خلال هيكل تنظيمي بسيط... قراراته مركزية تتخذ بسرعة ، كما ان نجاح وبقاء المؤسسة ذات الطابع الحرفي مرتبط ارتباطا وثيقا بشخصية وخصائص مالكيها الذي يهتم شخصيا بكل شؤون العمل ذات الصلة بمهنته اذا عادة ما يكون صاحب المشروع الحرفي هو نفسه المسير والقائم بكل الوظائف الأساسية له فهو الممول والمنتج والبائع والمسوق لمنتوجه ومن جهة

¹ بن لعمودي جلييلة، إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2003/2010، مذكرة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2012.

أخرى يشكل عمل الحرفي بشكل فردي وخوفه من اطلاع نظرائه الحرفيين على كيفية عمله او تصاميمه او الأسواق التي يوجه اليها منتجاته، عقبة تحد من تطوره و إنتهازه للفرص التي لا يستطيع تلبيتها بمفرده و بالتالي استحالة الخروج من موقف التعبئة اتجاه إعانة الدولة.

فضلا عن ان نظامه الإنتاجي الذي لا يعتمد على تعيين ان يؤدي الى غياب نظرة استراتيجية للمؤسسة وان وجد ذلك يكون تخطيط على مستوى أيام او بضعة أسابيع فلا وجود لتعليمات أو أنظمة رسمية تتناول القضايا المهمة في علاقات العمل.

ج/ إنخفاض تكلفة الفرصة البديلة لليد العاملة:

أي ان النسبة بين رأس المال والعمالة المتدنية يمكن بأقل قدر من الاستثمارات نسبيا خلق المزيد من فرص العمل، ما يجعل من قطاع الصناعة التقليدية والحرف محورا رئيسيا لأنه استراتيجية مفتوحة لتوفير مناصب شغل إنطلاقا من كونه مكثفا للعمالة وغير كثيف لرأس المال وهذا ما يتماشى مع معظم الدول التي تعاني من مشكلة البطالة.

د/ ضالة حجم الإنتاج المساهم به قياسا بالطلب الداخلي و الخارجي:

فالكميات التي يتم إنتاجها لا تتعدى وحدات معدودة مقارنة بالطلب يرجع الى حجم الورشات التي غالبا ما تكون فردية لا تتعدى افراد العائلة وفي احسن الأحوال نجد مستخدمين فضلا عن التخلف التكنولوجي وهو ما يحل حجم مشاركة انتاج القطاع في الأسواق محدود.

ه/ البعد الثقافي ، الحضاري ، الاجتماعي الأصيل للمنتج التقليدي:

تعد هاته الصفة السمة التي يحرزها المنتج التقليدي دون منافس فهو ذو بعد ثقافي لانه يعكس الموروث الثقافي التاريخي للبلد و الذي يعد وليد البيئة التي ينشا فيها انعكاسا للواقع ، اذ يرتبط بالسميات النوعية لحياة الشعوب ونظامها و تقاليدها و شخصيات افرادها ، ويعبر عن هويتها وبصماتها كما انه متوارث عبر الأجيال المتعاقبة.

الفصل الأول الصناعة التقليدية

المطلب الثالث: أهمية الصناعات التقليدية والحرف

الصناعات التقليدية هي قطاع مهم ذو أبعاد ثقافية واقتصادية واجتماعية وسياحية حيث تمثل روافد إقتصادية مهمة وعناصر حية للثقافة والحضارة فهو بمثابة عنصر الهوية الوطنية ،حيث يسهل التواصل بين الماضي والحاضر لترسيخ الهوية ويعزز روح الأصالة والانتماء ويسلط الضوء على التراث ويساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأنه يشكل عنصراً غير قابل للتصرف ترتبط ارتباطاً مباشراً بحياة المواطنين وخلق فرص عمل من خلال تشغيل رأس المال وضمان الدخل والسعي بنشاط لتحقيق أرباح ضخمة للبلاد وإضفاء شعبية وشهرة كبيرة للسياحة¹.

ولتوضيح أكثر شيء للأهمية نتطرق إلى:

أ/ على الصعيد الثقافي والحضاري:

للبعد الثقافي أهمية خاصة بالنسبة للحرف والصناعات التقليدية حيث يعتبر محددًا أساسيًا لقرار الشراء بالنسبة للمستهلك الوطني والأجنبي، عموماً يمكن أن نلخص هذه الأهمية الثقافية في فكرتين أساسيتين هما:

1- يعتبر المنتج التقليدي وسيلة للاتصال والتواصل بين أفراد المجتمع من خلال الإشارات والخطوط المرسومة عليه.

2- ويعتبر المنتج التقليدي بنك معلومات لمختلف الحضارات والمجتمعات التي مرت بالبلد.

ب/ على الصعيد الإجتماعي و الإقتصادي:

يتمتع القطاع بالقدرة على استيعاب البطالة وخلق فرص العمل كما أن لها دوراً في رعاية الشباب مما يجعلها مساهماً في الحفاظ على مثل هذه الأشكال من الانحراف بحيث تولد الحرف والصناعات التقليدية قيمة مضافة في الدخل القومي وتوفر فرص عمل لكل من الرجال والنساء من جميع مناحي الحياة في المجتمع وبالتالي المساهمة في تنمية الاقتصاد والمساهمة في تنشيط حركة الإنتاج والتسويق من خلال الاستفادة من المواد الخام خاصة تلك المتوفرة بكثرة اقتصادياً ، يمكن للنساء كأمهات وربات منزل ممارسة حرفتهن عندما يناسبهن ذلك في مكان من اختيارهن أو حتى في مزاياهن التنافسية التي تختلف من منطقة إلى أخرى دور الإنتاج المحلي الخام وامتصاص البطالة².

¹ فوزية برسولي، كريمة بن صالح، دورالصناعة التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 1، جامعة حمه. لخضر الوادي، 2016 ، ص17.

² 2 شاهة عبد القادر، واقع التكوين المهني في الصناعات والحرف التقليدية في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد 2، جامعة الجزائر 3 . 2016 ، ص297.

الفصل الأول الصناعة التقليدية

الحرفة التقليدية هي نظام ثقافي عملي غالبًا ما يتم اشتقاقه من النماذج القديمة مع أساليب التعبير التي تتغير بمرور الوقت إعتقادًا على العادات والتقاليد واحتياجات التغيير والتحول في المجتمع الحياة في مجتمعنا ومن هنا تأتي أهمية معرفة طرق أداء هذه الحرفة ومدى ازدهارها أو تراجعها.

المبحث الثاني: انواع ومعيقات الصناعة التقليدية

المطلب الاول: انواع الصناعة التقليدية¹

إن قلة درجة التجانس في أنشطة الصناعات التقليدية و الحرفية تعكس لنا عدم وجود تعريف بسيط و موضوعي هذا القطاع، إلا أن النقطة المشتركة للصناعات التقليدية و الحرفية هي الاستعانة بكفاءة الحرفي و مهارته اليدوية¹.

أ/ الصناعة التقليدية :

وهي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحيانا بآلات لصنع أشياء نفعية أو تزيينية ذات طابع تقليدي وتكتسي طابعا فنيا يسمح لها بنقل مهارة عريقة و يتضح من هذا التعريف أن الصناعات التقليدية تتميز ثلاث خصائص :

- غالبية العمل اليدوي.

- إمكانية الاستعانة بالآلات.

- الطابع النفعي " الاستعمالي " أو التزيني للمنتوج التقليدي وعلى أساس البعد الثالث لهذا التعريف تنقسم الصناعات التقليدية حسب وظيفة منتوجاتها إلى نوعين هما:
المنتوجات الفنية ، والصناعات التقليدية الوظيفية.

1-الصناعات التقليدية الفنية:

تعتبر صناعة فنية عندما تتميز بأصالتها وطابعها الانفرادي و إبداعها " بشير هذا التعريف على أن هذا الصنف من الصناعات التقليدية يخص بصفة الانفرادية في الإبداع الفني وصفة أصالة المنتوج التقليدي، هذه الأخيرة تشير إلى محمل التعبير المتعلقة بالتقاليد والفنون لمختلف المناطق الجغرافية المحلية إلى جانب هذا فإن هذا النوع يتطلب تأهيل عاليا للحرفي في مجال الفن هذا إضافة إلى خاصة استبعاد نظام تقسيم العمل في هذا الصنف من الحرف وتشمل الوظيفية الرئيسية للمنتوج هذا الصنف من الصناعات التقليدية في الوظيفية التزيينية أساسا وفي وقت نلاحظ نلاحظ أن المنتوجات التقليدية الفنية تتميز بارتفاع أسعارها لأنها تستغرق مدة طويلة في الصنع وتتطلب مهارات فنية عالية .

¹ نويجي يوسف، التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية ولاية بسكرة، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير عام 2018/2019 جامعة محمد خيضر بسكرة، ص33

2-الصناعات التقليدية الوظيفية:

هذا الصنف لا يعتمد أكثر على مهارات فنية عالية و تتسم فيها التصاميم الفنية عادة بالطابع التكراري و البساطة و يعتمد هذا النوع من المنتوجات في نشاطها على العمل المتسلسل توزيع المهام في كل مراحل الإنتاج وهذا يغض النظر عن الحرفيين الذين ينتجون منتجات استعمالية والذين يعملون منعزلين في منازلهم.

وتمثل أهمية منتجات هذا النوع في قيمتها الاستعمالية في الحياة اليومية وهذا الأخير معرض الكثير من المنافسة على المستوى الداخلي و الخارجي هذا راجع لضغوط المنتجات في القطاع الصناعة التقليدية التي تنافسها في السعر والنوعية .

و يرمز لميدان الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية بالرمز 01 و يحتوي على ثمانية نشاطات كالتالي :

-المواد الغذائية.

-العمل على الطين،الجبس،الحجر،الزجاج،وما يمثلهم.

-العمل على المعادن (بما في ذلك المعادن الثمينة).

-العمل على الخشب ومشتقاته و ما يمثله.

-العمل على الصوف و المواد المماثلة.

-العمل على القماش أو النسيج.

-العمل على الجلود.

-العمل على المواد المختلفة.

2- الصناعة التقليدية لإنتاج المواد " L'artisanat de la production ":

وهي كل صنع المواد استهلاكية عادية لا تكتسي طابعا فنيا خاصا و توجه للعائلات و للصناعة و الفلاحة وتسمى أيضا الصناعة التقليدية الحرفية و النفعية الحديثة ويختلف هذا النوع من الصناعة عن الصناعات التقليدية في كوها تعتمد على درجة أكبر من تقسيم العمل و تعرف خاصة باسم "الصناعات الصغيرة " وقد يمثل صاحبها مقاولا من الباطن تختلف هذه الصناعة أيضا عن الصناعات التقليدية في كونها لا ترتبط بتقاليد و تاريخ الشعوب ولا تعني السائح مباشرة كونها منتشرة في كل بلدان العالم.

و يرمز لميدان " الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد " بالرمز 02 و يحتوي هذا الميدان على 09 قطاعات و هي كالتالي:

الفصل الأول الصناعة التقليدية

- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج و الصناعة أو تحويل المرتبطة بقطاع المناجم و المقالع.
- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج و الصناعة أو تحويل المرتبطة بقطاع الميكانيك والكهرباء.

- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج أو تحويل المرتبطة بقطاع الحديد
- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج و الصناعة أو تحويل المرتبطة بقطاع النسيج و الجلود
- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج و الصناعة أو تحويل المرتبطة بقطاع الخشب، التأثيث، الخردوات و الأدوات التقليدية.

- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للإنتاج و الصناعة أو تحويل المرتبطة بقطاع الأشغال العمومية للبناء و مواد البناء.

- نشاطات التقليدية و الحرفية لإنتاج المواد المرتبطة بقطاع الحلي.

- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية لإنتاج مواد مختلفة.

4- الصناعة التقليدية و الحرفية للخدمات :

هي مجمل النشاطات التي يمارسها الحرفي والتي تقدم خدمة خاصة بالصيانة أو التصليح و الترميم الفني باستثناء تلك التي تسري عليها أحكام تشريعية خاصة. و أهم ما يميز هذه الصناعات هي كونها ذات قيمة مضافة ضعيفة، لأن نشاطاتها خدمية غير منتجة للسلع المادية .

التصنيف المقدم أعلاه الخاص بالصناعات التقليدية أو الحرفية هو التصنيف المأخوذ به رسمياً في الجزائر فهو يركز على أساس النشاط الرئيسي الممارس من طرف الحرفي، فمن الصعب تسمية الحرفي الميكانيكي والحرفي الكهربائي في العاصمة الجزائرية بنفس التسمية حرفي النسيج و الزرابي بغرداية أو مدينة تلمسان. ويرمز لميدان " الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات " بالرمز 03 و يحتوي هذا الميدان على 07 قطاعات وهي كالتالي:

- نشاطات الصناعة التقليدية والحرفية للخدمات المرتبطة بتركيب وصيانة وخدمة ما بعد البيع للتجهيزات و المعادن الصناعية المخصصة لمختلف فروع النشاط الاقتصادي.

- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للخدمات المرتبطة بتصليح وصيانة وخدمة ما بعد البيع للتجهيزات و المعادن الصناعية المخصصة لمختلف فروع النشاط الاقتصادي والعائلات.

- نشاطات الصناعة التقليدية والحرفية للخدمات المرتبطة بالأشغال الميكانيكية.

- نشاطات الصناعة التقليدية والحرفية للخدمات المرتبطة بالتهيئة، الصيانة، التصليح، الزخرفة وتزيين المباني المخصصة لكل الاستعمالات التجارية، الصناعية والسكنية.
- نشاطات الصناعة التقليدية والحرفية للخدمات المرتبطة بالنظافة و صحة العائلات.
- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للخدمات المرتبطة بالألبسة.
- نشاطات الصناعة التقليدية و الحرفية للخدمات الأخرى.

المطلب الثاني: معيقات ومشاكل تطور الصناعة

1- مشاكل ومعيقات تطور الصناعة التقليدية

- يعاني قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر من عدة صعوبات إذ تشير الدراسات والأبحاث الخاصة بالقطاع للدول النامية عموما والجزائر خصوصا إلى تعرضها للعديد من الصعوبات التي تعرقل نشاطها في الأجل القصير وتهدد نموها وبقائها في الأجل الطويل، فقد أظهرت إحصائيات دراسية عن Ecotechnics سنة 2008 حوالي 25% من المشاريع الحرفية في الجزائر هي متوقفة عن النشاط بسبب العوائق التي تواجهها هذه الأخيرة ويمكن حصر أهم المشاكل التي تواجهها المؤسسة الحرفية وتحد من تنميتها فيما يلي:
- عدم إدراج قطاع الصناعة التقليدية كأولوية تنموية ضمن السياسات الإصلاحية للبلاد وكذا ضعف التشريعات والنظم الواضحة لدعمه¹.
 - عدم الإستقرار التنظيمي الذي عرفه القطاع.
 - نقص التأهيل المهني للحرفيين.
 - ضعف القدرة التنافسية للمنتج الحرفي.
 - إشكالية تسويق المنتج التقليدي.
 - صعوبة تصدير المنتج التقليدي.
 - ضعف التشريعات الواضحة في تنظيم العمل وتطويره.
- بالإضافة إلى معوقات أخرى نوضحها فيما يلي:
- النظرة الدنيوية لأرباب الحرف أدت إلى إعراض الأجيال الجديدة عن ممارسة هذا النشاط والتتكور له بسبب جهل أهمية الصناعة التقليدية ومنتجاتها من جوانبها الثقافية والاقتصادية.
 - تدني مستوى الظروف وبيئة العمل والرعاية الصحية والاجتماعية للعاملين.

¹ العباسي رمزي، عموري فادية، معوقات تسويق المنتج التقليدي والحرفي في الجزائر ، العدد 2، مجلة العلوم الادارية والمالية ، جامعة حمه لخضر الوادي 2018، ص 31.

الفصل الأول الصناعة التقليدية

- صعوبة الحصول على محلات لممارسة المهنة وعلى العتاد الضروري لعملية الإنتاج بالإضافة لمشاكل التموين للمواد الأولية ووجود صعوبة في توفرها بجودة مقبولة وأسعار مناسبة.
 - إنخفاض الموارد المالية والذاتية وصعوبة الحصول على القروض الميسرة أدى إلى هجرة العاملين في هذا القطاع إلى مجالات عمل أسهل وذوات مردود أعلى.
 - إنعدام التسيير العلمي في العديد من أنواع الصناعات التقليدية والذي ينعكس على تحسين النوعية والاستغلال الأمثل للمادة الأولية واستخدام التكنولوجيا والإبداع والتطوير.
 - قلة عدد السياح الوافدين إلى الوادي مما يؤثر على المبيعات.
 - عدم ملائمة أغلب الصناعات التقليدية للمتطلبات الحديثة وقلة تنوع أصنافها وعدم قدرتها على مواجهة المنافسة جعلها تصطدم بعقبات في مجال التسويق.
- هذه الصعوبات جعلت من المؤسسات الحرفية مؤسسات ذات مردودية ضعيفة وغير متكيفة مع المستجدات أو بمعنى أدق أن قطاع الصناعة التقليدية والحرف انتقلت إليه نفس معضلة القطاع الصناعي بمؤسساته الكبيرة، الأمر الذي دفع بالدولة نحو السعي إلى تحقيق تنمية مستدامة للقطاع ووضع حد للصعوبات التي تواجهها المؤسسات الحرفية علاوة على مضاعفة الجهود المبذولة للتغلب على الانعزالية التي تميز عمل الكثير من المقاولين الحرفيين وكذا موقف التبعية لإعانة الدولة لديهم من خلال برامج متنوعة أبرزها برامج أنظمة الإنتاج المحلية.

المبحث الثالث: سياسة دعم قطاع الصناعة التقليدية

تعتبر المؤسسة الحرفية من المؤسسات الهامة في مختلف دول العالم حيث تحتل لدى العديد من الدول المتقدمة دورا بارزا في تحقيق تنمية اقتصادية بها وتزداد أهميتها بشكل أدق في الدول النامية فهي تمثل قطاعا أساسيا نظرا لمكانتها الرائدة في مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وفي الجزائر تعد المؤسسات الحرفية قطاعا واعدة غير أن الاهتمام به تأخر لسنوات عديدة، إذ ظهر دوره بشكل متنامي في منتصف التسعينيات في إطار التوجه التنموي الوطني الهادف إلى تطوير أنشطة اقتصادية إلى جانب قطاع المحروقات¹.

المطلب الأول: الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة CNAC

أولاً: تعريف الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة CNAC

أنشأ بموجب المرسوم التشريعي رقم 94-11 المؤرخ في 26 ماي 1994 حيث نصت المادة 30 منه على أن تعهد إدارة نظام التأمين عن البطالة لفائدة الأجراء الذين يفقدون عملهم بصفة لا إرادية لأسباب اقتصادية إلى صندوق مستقل، وتم تنفيذه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 6 جويلية 1994، وهو عبارة عن مؤسسة عمومية تابعة لوزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي تم تكليفها بتخفيف الآثار الاجتماعية المتعاقبة الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي بعد تطبيق مخطط التعديل الهيكلي وكذا محاربة البطالة من خلال منح تعويض عن البطالة لفائدة المنخرطين فيه .

ثانياً: شروط الاستفادة من تدبير الوكالة الوطنية للتأمين عن البطالة CNAC

على كل مهتم بتدابير CNAC يجب توفير الشروط التالية:

1. أن يتراوح عمره بين 30 أو 50 سنة.
2. أن يكون حامل للجنسية الجزائرية.
3. أن لا يشغل منصب عمل أو يمارس نشاط لحسابه الخاص خلال مرحلة إيداعه لطلب الاستفادة من تدابير CNAC.
4. أن يكون مسجلا في الفروع التابعة للوكالة الوطنية للشغل بصفة طالب للشغل.
5. التمتع بتأهيل مهني أو امتلاك معرفة لها علاقة بالنشاط المراد مزاولته.

¹ ذكرة نويجي يوسف، المرجع السابق ص 39-45

6. القدرة على تجنيد القدرات المالية الكافية للمساهمة في تمويل المشروع .

7. أن لا يستفيد مسبقاً من إجراءات المساعدة في إطار خلق النشاط.

ثالثاً: مهام الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة CNAC :

1- التأمين عن البطالة:

بتاريخ السادس والعشرين (26) من شهر ماي 1994 ، وبموجب مرسومين تشريعيين منشورين بالجريدة الرسمية رقم (34) أنشأ نظام التأمين عن البطالة لفائدة إجراءات القطاع الاقتصادي الذين فقدوا مناصب عملهم بصفة لا إرادية ولأسباب اقتصادية إما بالتسريح الإجمالي أم بتوقف نشاط المستخدم. تعد البطالة المتفشية لأسباب اقتصادية مع مطلع سنة 1994 بمثابة خطر من مخاطر الضمان الاجتماعي كالمريض وحوادث العمل..إلخ.

لا ينحصر نظام التأمين عن البطالة في دفع تعويض للأجير الذي فقد بصفة لا إرادية منصب عمله فقط وإنما أيضا في بعث إجراءات إحتياطية لتكثيف فرص رجوعه إلى العمل ب :

أ -المساعدة على البحث عن الشغل.

ب -دعم العمل الحر .

ت -التكوين بإعادة التأهيل.

2- دعم إحداث وتوسيع النشاطات من طرف البطالين ذوي المشاريع البالغين ما بين 53 سنة:

في إطار برنامج محاربة البطالة والإقصاء الإجتماعي، أنيط الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (ص.و.ت.ب) سنة 2004 بمأمورية تسيير جهاز دعم إحداث النشاطات، وفي أواخر شهر جوان 2010 إثر تقويم مساره، إتخذت السلطات العمومية إجراءات جديدة لتلبية طموحات الفئة الاجتماعية المعنية ترمي أساسا إلى تطوير وتحويل ثقافة المقاوله بحيث أدخلت تعديلات على الجهاز تتضمن:

أ- تخفيض مدة التسجيل في الوكالة الوطنية للتشغيل (شهر واحد (01) بدلا من ستة (06) أشهر).

ب- رفع مستوى الاستثمار من خمسة (05) ملايين دينار جزائريا إلى عشرة (10) ملايين دينار جزائريا.

د- الالتحاق بالجهاز من ثلاثين (30) سنة (بدلا من خمسة وثلاثين سنة) إلى خمسين (50) سنة .

ج- وعلاوة على إحداث النشاط توسيع إمكانيات إنتاج السلع والخدمات.

3- جهاز تشجيع ودعم ترقية الشغل:

أ- القانون رقم 06-21 المؤرخ في 20 ذي القعدة 1427 هـ الموافق ل 11 ديسمبر 2006 الخاص بإجراءات التحفيز ودعم ترقية التشغيل.

ب- المرسوم التنفيذي رقم 07-386 المؤرخ في 25 ذي الحجة 1428 هـ الموافق ل 05 ديسمبر 2007 المحدد لمستوى وطرق منح الامتيازات المقررة في ذات القانون.

ت- يحدد الإجراءات التحفيزية لترقية التشغيل من خلال تخفيف الأعباء الإجتماعية لصالح أرباب العمل.

ث- تطبق هذه الإجراءات على أرباب العمل التابعين للقطاع الاقتصادي.

ج- يمكن أن تشمل أيضا أرباب عمل القطاعات الأخرى باستثناء الذين ينشطون في مجال تنقيب وإنتاج المحروقات.

المطلب الثاني: الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية (FNPAAT):

أولاً: تعريف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية:

تم إنشاؤه بموجب المادة 184 من قانون المالية لسنة 1992 وحددت طريقة عمله وموارده في المرسوم التنفيذي رقم 06/93 المؤرخ في 2 جانفي 1993 ويقوم الصندوق بمنح الدعم المالي للأنشطة المرتبطة بالصناعات التقليدية والصناعات التقليدية الفنية ويستفيد منه كل من الحرفيين الفرديين والتعاونيات ومقاولات الصناعة التقليدية والحرف وكذا الجمعيات الناشطة في ذات الاختصاص على أن يتم تحديد مبلغ الدعم على حسب النشاط المصرح به وتقدر من طرف لجنة دراسة الملفات بهذا الجهاز.

يقوم الصندوق بتمويل مشاريع الصناعة التقليدية والفنية بتغطية المصاريف التالية : (الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية و الحرف)

- تمويل التجهيزات والأدوية لحاملي مشاريع الصناعة التقليدية.
- المساهمة في التصدير على شكل أنشطة تسويقية وترويجية ومساعدة إعلامية (النشر، الإشهار ...)
- تغطية جزء من التكاليف الخاصة بمشاركة الحرفيين في المعارض والصالونات الوطنية والخارجية .
- تمويل مسابقة الإبداع للصناعة التقليدية.
- التكاليف الخاصة بتأهيل الممتهنين والحرفيين على حد سواء .

ثانياً: أهداف الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية

- تقليل الأعباء والمصاريف على المؤسسات الحرفية مما يسهل اندماجها في السوق المحلية والوطنية.
- الرفع من القدرة الإنتاجية للمؤسسات الحرفية.

- تمكين المؤسسات الحرفية من امتلاك أحدث الوسائل والآلات في قطاع الصناعات التقليدية.
- تطوير المهارات وتحسين أداء المؤسسات الحرفية من خلال اكتساب تجهيزات حديثة.
- تنمية الروح التنافسية لدى المؤسسات الحرفية من أجل الولوج للأسواق الوطنية والأجنبية.
- تنويع المنتجات الحرفية بما يضمن جودتها، وذلك ما يشجع السياح الأجانب لاقتنائها.

ثالثا: مهام الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية

للسندوق عدة مهام مختلفة:

- اقتناء التجهيزات الموجهة لإنتاج الصناعة التقليدية من طرف مؤسسات الصناعة التقليدية وتمليكها لهم ضمن اتفاقية مبرمة بين المؤسسات الحرفية وممثلة عن الوزارة الوصية غرف الصناعة التقليدية والحرف على مستوى كل ولاية.

- إنجاز دراسات تحسين الإنتاج في محل التصنيع وعملية التصنيع.

- دعم تكوين أرباب العمل في المؤسسات الحرفية ومرافقتها.

- إنجاز كل الدعائم الترقية الموجهة لنشاطات ومنتجات الصناعة التقليدية.

- تحفيز المؤسسات الحرفية على المشاركة في الدورات التكوينية في المجال التقني أو التسيير أو دراسة السوق المنظمة من طرف هيئات جزائرية وأجنبية.

- تنظيم الملتقيات والمعارض الوطنية والأجنبية المتعلقة بالصناعة التقليدية، لكن أبرزها هو تمويل المؤسسات الحرفية ذات الطابع الفني أو التابعة لحقل الصناعة التقليدية الفنية.

المطلب الثالث: الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ

أولا: تعريف الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب

وهي هيئة ذات طابع عمومي تعمل تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي أنشأت بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-234 المؤرخ في 2 جويلية 1996 والمتعلق بدعم تشغيل الشباب في حين تضمن المرسوم التنفيذي رقم 69-296 المؤرخ في 8 سبتمبر 1996 مختلف القوانين التي تنظم إطار عمل الوكالة وقد أسست الوكالة خصيصا بهدف مرافقة الشباب البطال وذوي المؤهلات المهنية أو شهادات معترف بها لإنشاء وتوسيع مؤسسات مصغرة وتمويلها عن طريق الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب لذا يمكن للشباب المستثمر في نشاط حرفي والمستفيد من إعانة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب. لاستفادة من إعانات مالية وإمميزات جبائية لدعم إنشاء مشروع استثماري أو توسيعه على مرحلتين:

1 - في مرحلة الإنجاز:

أ - الإعلانات المالية:

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

ب - الامتيازات الجبائية:

- للحصول على معدات التجهيز والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز TVA الإعفاء من الاستثمار.
- تخفيض بنسبة 5% من الحقوق الجمركية على معدات التجهيز المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
- الإعفاء من حقوق تحويل الملكية في الحصول على العقارات المخصصة لممارسة النشاط.
- الإعفاء من حقوق التسجيل على العقود المنشئة للمؤسسات الحرفية.

2- في مرحلة الاستغلال:

وتشمل الامتيازات الجبائية الممنوحة للمؤسسات المصغرة لمدة ثلاثة سنوات بداية من انطلاق النشاط أو ستة سنوات بالنسبة للمناطق الخاصة وتتمثل في:

أ - الإعفاء الكلي من كل من TAP, IRG, IBS.

ب - الإعفاء من الرسم العقاري على البنايات والمنشآت الإضافية المخصصة لنشاطات المؤسسات المصغرة.

وتعتبر الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب هيئة الدعم الأكثر طلبا لدعم مشاريع الصناعة التقليدية والحرف من طرف الحرفيين فقد تم تسجيل 7031 مشروع حرفي تم إنشاؤه بالإستفادة من هذه الهيئة سنة 2008 أي ما يمثل نسبة % 69.7 من مجموع المشاريع التي أنشئت بدعم من الهيئة في تلك السنة.

ثانيا: مهام الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب

يمكن للشباب المهتم بتكوين نشاط استثماري في الصناعات التقليدية والحرف التقرب من الوكالة والتي من مهامها نذكر:

1 -تدعم وتقدم الاستشارة والمرافقة في تطبيق مشاريعهم الاستثمارية وتضع تحت تصرف الشباب ذوي المشاريع كل المعلومات ذات الطابع الاقتصادي والتقني والتشريعي والتنظيمي المتعلق بممارسة نشاطهم.

2 -تسير تخصيصات الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب، لاسيما منها الإعانات وتخفيض نسب الفوائد.

3 -تبلغ الشباب ذوي المشاريع الذين ترشح مشاريعهم للاستفادة من قروض البنوك والمؤسسات المالية بمختلف الإعانات التي يمنحها الصندوق الوطني لدعم تشغيل الشباب وبالإمتيازات الأخرى التي يحصلون عليها.

4 -متابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب ذوي المشاريع مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة، لدى المؤسسات والهيئات المعنية بإنجاز الاستثمارات.

خلاصة الفصل

تعرفنا في هذا الفصل على ماهية الصناعة التقليدية والحرف وأهميتها وخصائصها، التي تكتسي طابعا فنيا يسمح لها بنقل المهارات والثقافات عبر الأزمان وتنوعها في الجزائر يجعلها من أهم القطاعات المساعدة في النهوض بقطاع السياحة وتحقيق التنمية المحلية.

كما تطرقنا لأنواع ومعوقات للصناعة التقليدية والمشاكل التي تعرقل نشاطها وتهدد نموها وبقائها لأمد طويل وكذا السياسات التي تدعم قطاع الصناعة التقليدية.

الفصل الثاني

مدخل التسويق

السياحي

تمهيد

تعتبر السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا الحديث فهي تنبثق من حاجة الإنسان المتزايدة للراحة، المتعة والاستجمام... الخ. وهي عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتعلقة بالسفر والتنقل والإقامة خارج مقر السكن الأصلي حيث تطور مفهومها بتطور الزمن، فهي تلعب دورا كبيرا في تحقيق التنمية في العديد من المجالات، كما تساهم أيضا في تنشيط الصناعة التقليدية والحرفية خلال ترويج لمنتجاتها حيث تلقى اهتماما كبيرا من طرف السياح المحليين والأجانب.

وفي هذا الفصل سنتطرق إلى مفاهيم عامة ومصطلحات للسياحة وماهية التسويق السياحي.

ومن اهم محاور الفصل

المبحث الاول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: التسويق السياحي.

المبحث الاول : ماهية السياحة

كانت السياحة موجودة منذ أن خلق الله الحياة البشرية على الأرض ولا شك في أن السياحة كظاهرة موجودة يشعر البشر بالحاجة إلى الراحة والاستجمام وهم حريصون على استكشاف المناطق المجاورة أو البعيدة عن محيطهم الطبيعي والتعرف على جمالهم ومناخهم لذلك من أجل إرضاء غريزة الفضول والاطلاع ، سنحاول معالجة مفاهيم وعادات وتقاليد وتعريفات حضارة الشعوب التي تحتك بالسياحة والسياح ولكن قبل ذلك لا بد من معالجة تاريخ هذه الظاهرة التي هيمنت على اقتصاديات الدول السياحية.

المطلب الاول: تعريف السياحة والسائح

اولا: تعريف السياحة

تلعب السياحة دورا كبيرا في تحقيق الوثبة الاقتصادية وقصد الكشف عن طبيعة الظاهرة السياحية وتأكيد على أهميتها، هناك العديد من الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية سارعت إلى تقديم وتعريف السياحة تماشيا مع التطورات الحاصلة في المجتمعات إلا أن هناك إختلاف بين العديد من التعاريف ولى سبيل الذكر لا حصر نستعرض لأهم التعاريف على النحو التالية¹:

1- تعريف السياحة للسويسري جلاكسمان مجموعة من العلاقات التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفاقة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان.

2- تعريف السياحة للباحث الألماني "جون بيرفر ديلر" عام 1905 ويعرف السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة.

3- تعرف السياحة للعالم السويسري "هونزيمير" رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العلميين عام 1959م بأنها مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بنشاط يحقق ربحا للشخص الأجنبي.

¹ بربح كلثوم، مرجع سابق ذكره ص12

4- تعريف السياحة للمنظمة السياحية العالمية بأنها نشاط إنساني وظاهرة إجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل.

5- تعريف السياحة للعلماء العرب يعرفها كل من " صبحي عبد الحكيم " و " حمدي الذيب " في كتابهما جغرافية السياحة 1995م بأنها خليط من الظواهر والعلاقات وأن هذه العلاقات والظواهر تتبع من حركة الأفراد وإقامتهم في أماكن مختلفة ومن ثم يتمثل فيها عنصر الحركة (الرحلة) والثبات (الإقامة) وأن ذلك يتم في منطقة للجذب ينتج عنها أنشطة تختلف عن تلك التي تمارس في مناطق الإرسال الخاصة وأن الحركة المؤقتة إلى مناطق لا ترتبط بعمل مدفوع الأجر.

ومن خلال كل ما سبق يمكننا تعرف السياحة على أنها عبارة عن انتقال الفرد أو مجموعة من الأفراد من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان داخل أو خارج البلد لمدة لا تتجاوز أربعة وعشرين ساعة وان لا يكون هدفها الإقامة الدائمة بل من أجل الأعمال ، المؤتمرات، الثقافة، الدين...

ثانيا: تعريف السائح

تعرف منظمة السياحة العالمية السائح بأنه: أي شخص يسافر إلى مكان مختلف عن محيطه المعتاد لمدة تقل عن اثني عشر شهراً متتالياً لأي غرض بخلاف مزاوله عمل بغرض كسب الدخل من هذا التعريف يمكن استنتاج ثلاثة أبعاد رئيسية وهي:

1- السفر إلى أماكن مختلفة عن البيئة المعتادة للسياح مع إستبعاد الأشخاص الذين يتكرر انتقالهم بشكل مستمر يوميا أو أسبوعيا للدراسة مثلا أو للتسوق أو لأي غرض آخر.

2- لا تتعدى مدة الرحلة أطول من 12 شهر على التوالي فإذا كانت أطول من ذلك فيعتبر من الناحية الإجراءات المقيما.

3- أن تكون الرحلة لأي غرض غير العمل، حتى تستبعد الهجرة المؤقتة لغرض العمل من الحركة السياحية¹.

¹ بربح كلثوم، المرجع السابق، ص17

المطلب الثاني: خصائص السياحة

تعتبر السياحة صناعة متميزة لاعتبارات متعددة أهمها :

1/ تعتبر السياحة صادرات غير متطورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر وهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي " الدولة المضييفة" لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها تكاليف نقلها.

2/ إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي " الموارد السياحية الطبيعية التاريخية، الأثرية " لا تباع إلا من خلال السياحة فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية وتتمثل هذه التسهيلات في أربع مجموعات:

أ -توفر الهياكل الأساسية" القاعدية": كشيكات النقل الخدمات المرفقة" المياه الكهرباء "...وسائل الاتصال توفر الأمن والاستقرار.

ب -توفر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية" المخيمات القرى السياحية..."

ت -توفر النقل: البري، البحري، الجوي.

ث -توفر المنشآت السياحية الترويجية :كدور اللهو التسلية ، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.

3/ إن المنتج السياحي منتج مركب فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض وتؤخر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع.

فالسواح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي لا تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة، الإطعام، النقل، الهديا، دور اللهو..، ومنها ما يتعلق بالتبيعها المنشآت الأخرى" التجارية مثلا"، ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية انخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم المنتج السياحي

فصناعة السياحة صناعة متكاملة وبالمثل لو ارتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر وأثرت في القطاعات الأخرى " الدخل، العمالة" .

4/ إن السياحة الدولية منتج تصديري يتعرض في بعض الأحيان إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كمايلي:

أ- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة بالإضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به.

ب- تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل وهذا يعني أن القرارات السياحية قد تتأثر كثيرا بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، فبالنسبة للمرونة السعرية فإنه يمكن تحديدها بسهولة مقارنة بالمرونة الداخلية نظرا لكون آثار المرونة السعرية قد تكون سريعة، أما التغيرات في الدخل فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجا ومن ثمة لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن عادة سنة.

ت- موسمية النشاط خاصة وأن النشاط السياحي في غالبته نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية أهمها العطل المدرسية والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسواح تدعو إلى هذه الظاهرة ومن الواضح أن سياحة الإجازات والتي تمثل قدرا كبيرا في النشاط السياحي وهي التي تدعم هذه الظاهرة أما بالنسبة للأشكال الأخرى من النشاط السياحي " سياحة الأعمال، سياحة المؤتمرات "... لا تكون لها علاقة بمشكلة الموسمية التي تقضي في النشاط السياحي إلى:

- يؤدي عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة الموسم لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة.

- ضياع المواد نتيجة تعطل الطاقة الإنتاجية في الفترات غير الموسمية مما يؤدي إلى وجود بطالة موسمية.

- إن التوسع في العرض خلال فترة الموسمية يؤدي إلى زيادة التركيز الموسمي وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من المشاكل الموسمية في القطاع السياحي.

المطلب الثالث: أهمية السياحة

أدركت العديد من الدول أن السياحة في القرن الحالي ليست فقط أكبر صناعة في العالم لكنها ستكون الأكبر بين ما شهده العالم بفارق كبير ، حيث اهتمت هذه الدولة بفتح أسواق جديدة بالإضافة إلى ذلك إلى التقليدية من أجل استمرار المد السياحي على مدار العام وتقديم البرامج السياحية بخدماتها عالية الجودة ومنافذ التوزيع المناسبة التي من شأنها زيادة فترة إقامة السائح وكذلك امتلاك وسائل متطورة للسياحة والترويج الفندقي ، كما تلعب دورًا مهمًا في الوقت الحاضر في الاقتصاد العالمي نتيجة النتائج المهمة التي حققتها التبادلات السياحية مقارنة إلى المبادلات الزراعية والغذائية ، وكذلك في بعض الأحيان بالنسبة لبعض الدول ما تحققه التبادلات ، تعتبر السياحة حاليًا صناعة تصديرية وبالتالي فهي قطاع اقتصادي مهم في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية لكل من البلدان المتقدمة والنامية وجهات نظر مختلفة بشأن السياحة مثل تنمية المناطق المعزولة وتحقيق التكامل الاقتصادي ورفاهية مجتمعاتنا. تتمثل جوانب الأهمية للسياحة في مجالات عدة¹:

1- الأهمية الاقتصادية:

الهدف الرئيسي من إقامة صناعة السياحة وإنشائها على أساس القواعد والأنظمة والأساليب الإدارية هو الوصول تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي لهذه الصناعة للدولة والمجتمع والمواطن مع حماية الموارد الطبيعية والموارد السياحية وتقاليد وعادات وفنون المجتمع من التأثير بالعوامل السلبية التي قد تنبت عن التخطيط العقلاني و التطور .

السياحة نشاط ضروري لحياة الناس تمتد آثارها المباشرة وغير المباشرة إلى المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وكذلك العلاقات الدولية ، وهذا يفسر الأهمية المتزايدة للأنشطة السياحية فيما يتعلق بحركة التجارة الدولية ، إلا ان العائد الاقتصادية على الرغم من أهميتها لا يمكن أن تكون المعيار الوحيد لقرارات الدولة لتشجيع ودعم صناعة السياحة هناك العديد من الاعتبارات وراء السياسات الحكومية في تطوير السياحة وتشجيع أنشطتها.

تعتبر السياحة حاليًا محركًا رئيسيًا للتنمية الاقتصادية فهي مصدر دخل للعملات الحرة ولها تأثير إيجابي على ميزان المدفوعات ويؤثر على حجم العمالة وإعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة.

¹ مسعي محمد احمد، شتحونة حسام الدين، دور العلاقات العامة في تنشيط القطاع السياحي دراسة حالة ولاية الوادي، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية سنة 2018/2019 جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

بالإضافة إلى توظيف القوى العاملة فإن السياحة لها أيضًا إيرادات تعود بالنفع على السكان من خلال زيادة النشاط الاقتصادي تساعد الضرائب التي يدفعها السائحون للحكومات المحلية على تمويل التعليم والرعاية الصحية والخدمات الأخرى.

2- الأهمية الثقافية:

تمثل السياحة وسيلة حضارية واجتماعية لنقل الثقافات والحضارات وتبادلها بين مختلف شعوب العالم في طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية وبعضها البعض حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والأدب والفنون المختلفة وتتنوع ألوان الثقافة من خلال الحركة السياحية الوافدة مما يؤثر عليها ثقافيا، كما أنها تتأثر بالثقافة والحضارة في الدولة.

الأثر الثقافي للسياحة التي تمثل جانبا هاما من جوانب التنمية في المجتمع.

3- الأهمية السياسية:

تتضح الأهمية السياسية للسياحة كاستجابة مباشرة من تفاعلات الدول مع بعضها البعض والزيارات السياحية المتبادلة بينهم لعبت حركة السياحة دورًا مهمًا في العلاقات الدولية ، حيث أصبحت من الاتجاهات الحديثة للحد من حدة النزاعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتصارعة أو المتحاربة فأصبحت السياحة رمزا للسلام والأخوة بين الدول.

4- الأهمية البيئية:

تكمل الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:

الوعي المتزايد بأهمية البيئة وضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة وممارسات الشركات والمصانع من جهة أخرى وبالتالي بدأ الوعي والعمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة واستدامتها للأجيال القادمة، وتجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية.

المطلب الرابع: أنواع السياحة

تعددت أنواع السياحة بتعدد المعايير والأسس المعتمدة في تصنيفها ويمكن حصر أهمها وفقا كالاتي:

أولاً: طبقا لعدد الأشخاص المسافرين

ونجد فيها الأنواع التالية¹:

1- **السياحة الفردية:** وتتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة وهي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص بزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه ورغباته الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها وتتوقف على مقدرته المادية.

2- **السياحة الجماعية:** وهي سياحة الأفواج أو المجموعات السياحية حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيمها وترتيبها مثل تنظيم رحلات وبالتالي فهي عبارة عن سياحة منظمة وفق برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها ومكان النوم والطعام وغيرها.

ثانياً: طبقا لوسيلة المواصلات المستخدمة

وهنا نسجل ثلاثة أنواع من السياحة هي:

- **سياحة برية** (السيارات الخاصة، السكك الحديدية ...).

- **سياحة بحرية** أو **نهريّة** (اليخوت، البواخر) .

- **سياحة جوية** (الطائرات المختلفة) .

ثالثاً: طبقا للغرض أو الدافع منها

حيث نجد:

1- **السياحة الدينية:** وهي التي يقوم بها الناس من أجل إتباع ديني معين إلى أماكن مقدسة خلال فترات محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر الدينية أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية أو لتبرك كما يحدث في بعض المناسبات الدينية.

2- **السياحة الترفيهية:** يشتمل هذا النوع من السياحة التزلج على الجليد، السباحة، الصيد، الاستمتاع بأشعة الشمس، وكافة أنواع الرياضة التي تمارس أثناء الإجازات، ولا تقتصر السياحة الترفيهية على التنوع الطبيعي وإنما تشمل أيضا المؤسسات الترفيهية التي هي من صنع الإنسان، كما يُقصد بالسياحة الترفيهية

¹ بريح كلثوم، مرجع سابق ذكره، ص 4

سياحة الاستجمام ونعني بها السياحة التي يلتمس السائح منها الراحة سواء عن طريق المكان الذي يوفر له هذه الراحة أو الظروف التي تحقق له الهدوء والسكينة.

3- السياحة التاريخية : إن المتاحف والتماثيل والمواقع التاريخية والبنى التحتية التي أنشأها الإنسان تحمل ذكريات تاريخية مركبة لحقب من الحضارات القديمة وهي تستقطب السياح الذين يتطلعون إلى هذه الأماكن التاريخية بنوع من التفاخر والإعتزاز فزيارة هذه الأماكن توفر للسائح فيما جيدا لمحاضرات.

4- السياحة العلاجية : وتسمى أيضا بـسياحة الاستشفاء وقد عرفت السياحة العلاجية منذ القدم حيث عرف الإنسان بالتدرج والخبرة أن بعض الأمراض (كالأمراض الروماتيزمية والصدفية) تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة تتميز بمناخ خاص ثم اكتشف الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، وقد تفنن الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها التماثيل الجميلة وألحقوا بها صالات الترفيه وأصبحت السياحة إلى المدن العلاجية نوعا من الترف، والجدير بالذكر أن بعض الشركات المتخصصة تقوم بتعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخليا وخارجيا وتصدير الأملاح المعدنية والأعشاب الطبية والتي أصبحت تشكل مصدر الدخل السياحي.

5- السياحة الثقافية : تعرف السياحة الثقافية بأنها " كل استجمام يكون الدافع الرئيسي منه البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل : المدن، القرى، المعالم التاريخية، الحدائق، المباني الدينية أو تراث روجي مثلا الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية ".

6- السياحة الرياضية: وهي مراكز سياحية تقدم خدمات رياضية تتضمن إما المشاركة في نوع من أنواع الرياضة أو من خلال المشاهدة والتشجيع وتتمثل هذه الأنواع في: رحلات الصيد، الرياضة المائية، رياضة التزلج على الجليد، رياضة تسلق الجبال، ركوب الخيل...الخ.

7- سياحة المؤتمرات والاجتماعات: تعد استضافة المؤتمرات على اختلاف أنواعها وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة.

كما تعتبر من أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري والاقتصادي الذي شيدته العالم.

رابعا: طبقا للعمر(السن)

تأخذ السياحة وفقا لهذا المعيار الأشكال التالية:

1- سياحة الطلائع: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من (7 سنوات إلى 14 سنة) وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها اكتساب الأطفال مهارات ومعارف سلوكية.

2- سياحة الشباب: ويتعلق هذا النوع بالمرحلة العمرية من (15 إلى 21 سنة) و يمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين.

3- سياحة الناضجين : ويتضمن هذا النوع مرحلة عمرية تتراوح من (25 إلى 55 سنة) وهي عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة.

خامسا: طبقا للجنسية

وتنقسم إلى:

1- السياحة الداخلية (المحلية) : وتشمل حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية.

2- السياحة الخارجية (الدولية أو العالمية) : وتشمل حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية الدولية.

3- سياحة المقيمين خارج البلد :وتشمل السياح المغتربين.

سادسا: طبقا للمدة: وتشمل:

1- سياحة طويلة الأجل :مثل الإقامة في الخارج للدراسة أو العلاج تقتضي مدة طويلة.

2- سياحة قصيرة الأجل :وتكون بناءً على برامج مدتها قصيرة.

بناءً على ما تقدم نستنتج أن السياحة تتنوع بتنوع رغبات وحاجات السياح المختلفة، أجناسهم ،أعمارهم، أعدادهم ومدة الإقامة حيث كل نوع من هذه الأنواع يحقق حاجة معينة لسائح.

المطلب الخامس: المقومات السياحية

1/ مقومات بشرية:

وتعين العمل الذي يتمثل في الإنجازات السياحية الجديدة والمضافة إلى إنجازات الكبيرة التي تركها الأجداد واستكملتها الأجيال المتلاحقة فالى جانب ما تركه الآباء والأجداد من ثروات سواء كانت آثار تاريخية أو إسلامية أو مسيحية أو غيرها من الآثار القديمة التي تزخر بها بعض الدول فإن الجهود البشرية التي تبذل في مختلف الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور العمل الذي يعد عنصرا هاما من عناصر المنتج السياحي واستخدامه والتي تساعد على جذب السياح مثل القرى السياحية والمنتجعات والمنشآت الحديثة كالفنادق إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التي تعمل على راحة وجذب السياح سواء كانت الملاهي أوالبواخر السياحية أو الأسواق التاريخية أو الرياضات الخاصة وغيرها من وسائل الترفيه والراحة والاستمتاع.

رأس المال البشري الذي يتوفر في كثير من المناطق السياحية وينقسم العنصر البشري إلى قسمين: الأول: وهم العاملون في المجال السياحي سواء العاملون في المنشآت الرسمية مثل وزارة السياحة وقطاعاتها المختلفة أو الهيئات التابعة لها.

الثاني: وهم الجمهور المتصل بالسياحة وهناك مجموعة من العوامل التي تساعد على نجاح العنصر البشري ودعمه للسياحة¹.

2/ المقومات المالية:

رأس المال وهو المقوم الأساسي الثالث من مقومات صناعة السياحة حيث يعتبر رأس المال من أهم المقومات التي تعمل على استثمار الأموال في مختلف المشروعات السياحية بإقامة المنشآت والفنادق والشركات السياحية وغيرها من معدات وأدوات ومبان لذا يعد رأس المال مقوم أساسي للسياحة لما له من أهمية كبيرة للقيام بالمشروعات الإستثمارية المختلفة وتدعيم الخدمات السياحية.

كما يفيد توافر المال في القيام بالحملات الدعائية والإعلامية اللازمة لتسويق المنتج السياحي حيث يمكن عن طريق توافر المال القيام بالحملات الإعلامية المخططة والمتنوعة والمستمرة في الداخل والخارج والقيام بالترويج والإعلان المناسب للمنتج السياحي وكثرة إنتاج المطبوعات الفاخرة بكافة أشكالها وألوانها.

¹ مسعي محمد احمد، شتحونة حسام الدين، مرجع سابق ذكره، ص26

بالإضافة إلى ذلك تعد التسهيلات السياحية المقدمة إلى الزائر والأسعار المناسبة للخدمات المقدمة وتسهيلات النقل وما يتوفر بها من أمان وراحة وسرعة من العوامل الهامة التي تساعد على تدعيم المقومات السياحية بصفة عامة.

كما تبين إن الأمان والأمان الذي يتمتع به السائح منذ وصوله إلى مغادرته من العوامل الهامة للجذب السياحي والتي يمكن اعتبارها من المقومات السياحية ومن ثم يجب توافرها واستمرارها والحرص على وجودها.

وهناك من يعتقد أن المكان والبيئة هما من أهم مكونات التنمية السياحية ومن أهم المقومات السياحية مايلي :

- الأختيار الأمثل للمكان بعد إجراء البحوث ووضع الأولويات.
- المحافظة على القيم الحقيقية للمغريات الطبيعية التي يتمتع بها المكان.
- توافق التنمية السياحية ومصالح الجمهور المادية والاجتماعية والثقافية.
- ضرورة استبعاد أي معايير تجعل استغلال واستثمار الطاقات المتجددة، بالإضافة إلى ذلك الدور الحيوي الذي تقوم به الدولة في جمال السياحة والذي يعد من أهم المقومات التي تساعد على نجاح السياحة وتوطيد أركانها وتعزيز مهامها بما تقدمه من تسهيلات وتسييرات وإعفاءات جمركية.

المطلب السادس: أركان السياحة

تعتمد السياحة كنشاط على محاور مهمة تساهم في تكامل الخدمات السياحية وهي الأركان التي تقوم عليها السياحة بشكل عام وهي:

1/ النقل: إذ أنه لا يمكن أن تنشأ سياحة بدون وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها وهي:

- وسائل النقل البرية: وتتمثل في السيارات الخاصة والمؤجرة والباصات السياحية والسيارات السياحية، القاطرات، الدراجات النارية... الخ.

- وسائل النقل البحرية: وتشمل المراكب، الزوارق واليخوت... الخ.

- وسائل النقل الجوية: وتشمل الطائرات النفاثة، الطائرات العادية والطائرات العمودية.

2/ الإيواء : أن أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله إلى أي دولة هو مكان مناسب للإقامة

والإيواء يمثل الفنادق، موتيلات، شقق سياحية، غرف، مخيمات ويمثل بصورة مباشرة الطعام والشراب.

3/ البرامج : لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقاً أو عند وصوله

البلد المعني وهذه البرامج تشمل زيارات المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والمناطق

العلاجية الدينية، الطبيعية، الرياضية... الخ. بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى مثل المحلات،

الأسواق، المنتزهات... الخ.

4/ البنية التحتية للسياحة : Infrastructure مصطلح يطلق على الخدمات الواجب توفرها لقيام أي

مؤسسة أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة الكهرباء، الغاز، التليفونات، الخدمات

الصحية، الطرق، البنوك... الخ وأي مؤسسة سياحية لا تستطيع أداء بصورة كاملة بدون توفر خدماتها هذه

الخدمات العمومية، وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية.

المطلب السابع: آثار السياحة

مما لا شك فيه أن تكون للسياحة آثار إيجابية وسلبية يمكن إيجازها فيما يلي¹:

أولاً: التأثير الإيجابي لسياحة

يمكن النظر للسياحة من منطلق إيجابياتها المختلفة والتي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- تساعد السياحة في خلق وتوسيع الفرص للقاءات الاجتماعية من خلال تبادل الأفكار بين السائح وأبناء البلد.
- تشجع على تحديد الهوية الوطنية والتكامل الوطني.
- تساعد السياحة على إحياء التراث الحضاري وتنشيط التبادل الثقافي، تسريع عملية التعلم والمساعدة على النمو وتطور الفنون والحرف والمهن السياحية.
- تساعد على المحافظة على التوازن البيئي وخلق بيئة خالية من التلوث.
- أما على الصعيد الاقتصادي فالسياحة لها مساهمة كبيرة في توليد وزيادة الدخل القومي ، توسيع فرص التشغيل، زيادة الدخل الضريبي، زيادة العائد من العملة الصعبة، وتطوير الصناعات.

ثانياً: التأثير السلبي للسياحة

لا يمكن إغفال الجانب السلبي للسياحة والمتمثل أساساً في:

- على الصعيد الاجتماعي، للسياحة نتائج ذات خطورة عالية إذا لم تلق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسقة مع الأنماط الاجتماعية السائدة مثل الإنحلال الأخلاقي نتيجة تلاقي الأفكار والطبائع المتباينة.
- تدفق السياح من المناطق الغنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالباً ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة مثل:
 - الخيانة، الغش، الاحتيال والعنف والجريمة والشعور بعقدة النقص.
- أما على الصعيد البيئي فإن التدفق الكبير للسياح من الممكن أن يشكل خطراً على البيئة وخاصة إذا كانت المنطقة السياحية محدودة المساحة.
- على الصعيد الاقتصادي نجد أن السياحة كصناعة متعددة الجوانب لأنها تحتاج لأموال طائلة واستثمارات هائلة لتكون سهلة الوصول للسياح وتنمية البنية التحتية الأساسية بطريقة تتناسب مع سياسات المنطقة السياحية.

¹ بربح كلثوم، مرجع سابق ذكره، ص8

ومنه نستنتج بان السياحة تؤثر إيجابا وسلبا في جميع المجالات سواء كانت الاقتصادية أو الاجتماعية أو غيرها، فهي لها إيجابيات وسلبيات.

المطلب الثامن: السياحة وعلاقتها بالصناعة التقليدية

أولا : العلاقة المتبادلة بين السياحة والصناعة التقليدية:

يبرز الدكتور بو كبوس أهمية السياحة لقطاع الصناعة التقليدية حيث يبين أن¹:

- القطاع السياحي يشكل بكل تأكيد قطبا للنمو يمكن أن يستحدث الديناميكية الاقتصادية المرغوبة لتفعيل قطاع الصناعات الثقلي من خلال الاستثمار والتوسع في طاقاته الإستيعابية.
- إن القطاع السياحي يشكل سوقا للمنتجات التقليدية و الحرف و بذلك فهو المحدد لقدرات توسع قطاع الصناعات التقليدية و الحرف من زاوية الصلب.
- إن علاقة الترابط العضوي بين القطاعين السياحي و التقليدي يمكن إبرازها من خلال الاستثمار في السياحة بوجه عام و انعكاس من خلال التوسع في الطلب على تلك المنتجات ، كما تبرز العلاقة من خلال القيم المضافة التي ذلك على الحرفة و منتوجا يشقها قطاع الصناعة التقليدية و الحرف من القطاع السياحي.
- إن تطور القطاع السياحي يؤثر إيجابا على مستوى التشغيل وما يحققه من مداخيل للحرفيين تؤثر مباشرة على مستوى معيشتهم و رفع أدائهم الحرفي بما يكفل استمرار تحقيق معدلات نمو ترسم مسار التنمية في القطاعين في الأمد البعيد.
- كما يؤثر تطور القطاع السياحي في خلق توازن بين المدينة و الريف حيث أنه يؤدي إلى استقرار أهل الريف مناطقهم و قراهم نتيجة مصدر رزقهم ، هذا أكثر و المحافظة عليها ومحاولة تطويرها و تكيفها حيث رواج صناعتهم التقليدية مما يؤدي هم إلى الاعتناء ينعكس كذلك إيجابا على القطاع الزراعي نتيجة الترابط بينه و بين القطاعين السابقين.
- توفر السياحة قطاعا تصدير يا هاما للمنتوج التقليدي ، حيث أن المستهلك الأجنبي بحضر بنفسه للبحث عن المنتج و خدماته دون الحاجة إلى تصدير المنتوجات و تسويقها دوليا مما يتيح للأفراد دخلا يتغلغل و بنعكس مباشرة على فئة كبيرة من المجتمع.

¹ عزيزي عبد الحفيظ، دور الصناعات التقليدية و الحرفية في تنشيط السياحة دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية ورقلة، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير 2020/2019 جامعة قاصدي مرباح ورقل، ص13.

- المنتج السياحي المبدع يعتمد أساسا على ثروات و خدمات لا تكلف الدولة كثيرا مثل (جمال الطبيعة، الصناعة التقليدية منتجات تقليدية ، المناخ ... الخ) ، وهي إمكانيات محدودة تعطي عائدات كبيرة عند إستغلالها.

- ان جمال الصناعة التقليدية و تنوعها و ثرائها هي محل حفلات و أعياد و مواسم سنوية تعرف بالتراث و الثروات الثقافية و السياحية مثال (عيد الحلي القبائل، عيد الزربية غرداية...).

- تتمثل علاقة الارتباط بين السياحة الصناعة التقليدية في أن هذه الأخيرة تستفيد من الانفاق السياحي من خلال طلب السياح للسلع التذكارية الوطنية (تحف يدوية) و هذا الانفاق له أثر إيجابي على قطاع الصناعة التقليدية و مبادرات الأنشطة الاقتصادية الأخرى نتيجة فعل مضاعف الانفاق السياحي.

- السياحة أداة فعالة لخلق نظام تكامل اجتماعي و حضاري ووسيلة ناجحة لتنشيط صناعات أخرى كالصناعة التقليدية ، حيث يشير المختصون إلى أن هناك 70 صناعة مرتبطة بصناعة السياحة وتتأثر مباشرة حيث تزدهر في ازدهارها و0تتكشم لكسادها.

- كما أن تأخر و تدهور القطاع السياحي مقارنة مع نظرائه في دول أخرى وميله إلى التراجع بدلا من التحسن أدى إلى تدهور وإهمال قطاع الصناعات التقليدية والذي يعاني أصلا من مشاكل عديدة منها:

- إهمال القطاع لمدة طويلة مما زاد في تراكم مشاكله.

- قلة برامج التكوين و قلة المراكز المتخصصة.

- مشاكل التموين بالمواد الأولية والعناد الضرورية لعملية الإنتاج، مشاكل في التسويق.

ثانيا : مساهمة تظاهرات الصناعة التقليدية في تنشيط السياحة.

في إطار الإستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية السياحة والصناعة التقليدية الرامية إلى الترويج للمنتج التقليدي على الصعدين الوطني والدولي، تسعى الهيئات المختصة بذلك إلى محاولة إيجاد قاعدة إستهلاك وطنية، وكذا موقع للمنتج التقليدي على الساحة الدولية تلائم مع التطورات العالمية في مجال السياحة والتجارة، ويشكل هذا المسعى وسيلة لتنشيط الاعتراف بالنشاطات الصناعة التقليدية وإدماجها في التنمية الاقتصادية، ويجسد ذلك من خلال برمجة تظاهرات وطنية، ومشاركات في معارض وصالونات دولية والمساهمة في تنظيم أعياد محلية .

المبحث الثاني: ماهية التسويق السياحي

يعتبر التسويق السياحي جزءًا من التسويق العام ويتبع نفس مبادئ التسويق ، ولكن الفرق في التسويق هو إنه مشابه لتسويق الخدمات من حيث أن خصائص المنتجات السياحية تفرض محددات معينة على المسوقين اتجاه خاص بسبب اختلاف وتنوع سوق السياحة عن الأسواق الأخرى تعريف وخصائص وأهمية وأهداف التسويق السياحي.

المطلب الاول : تعريف التسويق السياحي

عرف الباحث التسويق السياحي (kridppendrof) : "بأنه التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الاعمال من قبل المشاريع السياحية سواء كانت عامة أو خاصة أو على مستوى محلي أو إقليمي أو وطني أو عالمي لغرض تحقيق الإشباع على الأقل لحاجات مجموعة من المستهلكين المحددين وبما يحقق عائدا ملائما". كما عرف (Toquer Gerard et zins michel) التسويق السياحي هو المسار المتبع من طرف المؤسسة السياحية فهي تتنبأ بالطلب السياحي وتلبي حاجات المستهلكين من خلال توفير منتج أو خدمة تضمن أقصى إشباع للمستهلكين وأقصى ربح للمؤسسة¹.

ويعد تعريف كوبندروف للتسويق السياحي من اهم التعريفات التي ظهرت في هذا المجال وهو : انه يعتمد على تنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الاعمال من قبل المشاريع السياحية ، سواء كانت عامة او خاصة أو على مستوى محلي او إقليمي أو وطني أو عالمي لتحقيق الإشباع الكامل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين وبما يحقق عائد ماديا ، فالتسويق السياحي يهدف الى إقناع المستهلك أو (السائح) بأهمية الرحلة وتكثيف العرض السياحي مع الطلب السياحي وهنا تكمن الفرضية الأساسية المتعلقة بإشباع حاجات ورغبات المستهلكين وجعلها بشكل حزمة سياحية متكاملة تحقق للسائح أهدافه وتشبع رغباته والتسويق السياحي أيضا هو "نشاط شامل ومتكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب السائح الدولي و المحلي لزيارة المناطق السياحية الدولية، وتبدأ هذه الجهود بشكل مباشر من إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين إلى إتمام البرامج".

وعرفت منظمة السياحة العالمية (O.T.W) السياحة بأنها " مجموعة العلاقات والخدمات الناتجة من السفر والإقامة إلى ذلك الحد الذي لا يحتاج السائح فيه إلى إقامة دائمة، ولا يترتب على سياحته أي نشاط بأجر مدفوع".

¹ نويجي يوسف، مرج سابق الذكر، ص10.

أما الأكاديمية الدولية للسياحة فقالت: "السياحة هي مجموع التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة شباع عن ابتعاد الإنسان عن موطنه، تحقيقاً لرغبة الانطلاق والتغير، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وحاجات السائح".

ويعرف التسويق السياحي "بأنه كافة الجهود والأنشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها وأجهزتها المختلفة التي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين الراغبين في السياحة بشتى صورها".

كما يمكن تعريف أنه "فن يستعمل من الجانب التقني للبحث وتحليل الأسواق وتكنولوجيا المعلومات شباعها في أحسن الأحوال".

والاتصال لمعرفة الأسواق المستهدفة او للتسويق السياحي أسس تتمثل في :

- التسويق عملية إدارية وفنية في نفس الوقت، لأنها من الجانب الإداري تقوم على التخطيط والتنظيم و توجيه العاملين للأسلوب الأمثل في العمل والتنسيق بين جهودهم من أجل تحقيق الأهداف العامة للمنشأة، ثم الرقابة على الجهود التسويقية المبذول، ومن الجانب الفني فيدخل فيه المنهج و الاسلوب المستخدم في العملية التسويقية.

- نشاط مشترك بين الهيئات المختلفة والمؤسسات السياحية المتعددة مثل شركات نقل سياحية، فنادق، بنوك، شركات سياحي.

- نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكنه نابع أساساً من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي بهذا النشاط حيث تقوم بتوفير سبل النجاح بما تملكه من امكانيات مادية وبشرية.

وحسب المنظمة العالمية لسياحة هناك ثلاثة وظائف للتسويق السياحي وهي:

_ الاتصال: وهي عملية إقناع الزبائن بأن الخدمات السياحية تتلائم مع رغباتهم وهذا بإتباع عدة وسائل مختلفة.

_ التنمية: عن طريق تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة والتي قد تسمح بإعطاء إمكانيات البيع.

_ المراقبة: تمكنا من الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتاحة من خلال استعمال تقنيات مختلفة.

ومن ذلك يتبين لنا ان التسويق السياحي بمعناه الحقيقي يبدأ بالزبون (السائح) وينتهي به.

المطلب الثاني: أهداف وخصائص التسويق السياحي

أولاً: أهداف التسويق السياحي

عادة ما نجد الأهداف المتعلقة بالتسويق هي أهداف مرتبطة بالمؤسسة كوحدة جزئية في المجتمع الاقتصادي وبالتالي لا يكون هناك إشكالية تحديد الأهداف بحكم أن المؤسسة أهدافها محددة بوضوح سواء فيما تعلق بتحقيق الأرباح، تعظيم المبيعات أو التفوق على المنافسة ولكن بحكم طبيعة النشاط السياحي والذي يتميز بتقاطع عدة جهات منها الرسمية والخاصة كما أن الموارد المرتبطة به متنوعة بين الطبيعية والصناعية والثقافية والخدمات والمرافق العامة، كلها تجعل من تحديد أهداف التسويق السياحي مجالاً واسعاً يأخذ عدة مناحي.

1- إرضاء السائح : فإن الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هو إرضاء العملاء، كما توفر عملية التسويق المنظم للسائح الخدمات المناسبة وبأسعار تنافسية وفي الأوقات المناسبة وبالطريقة المرضية، وبشكل متلائم مع أذواقه وتوقعاته وهذا يضمن للمؤسسة استمرار وجودها في السوق.

2- جعل الإقتصاد التشغيلي ممكناً : وهذا يتطلب استغلال أمثل للموارد لدى فالتقدير والتوقع الجيد لرغبات وحاجيات المستهلكين السياح يمكن المؤسسة من إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب، وهذا يقلل من سوء الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة إضافة إلى ذلك فإن المؤسسة تظهر إهتماماً بأن تتفوق على المنافسة وتسيطر على المركز القيادي في السوق.

ومن الطبيعي هذا الأمر يتطلب السيطرة على المخلفات والتلف، لذا فإذا التسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات السياح يجعل من السهل تنظيم أنشطة المؤسسة السياحية بما يتناسب مع ذلك، وبالتالي جعل الإقتصاد التشغيلي ممكناً.

ومن الطبيعي هذا الأمر يتطلب السيطرة على المخلفات والتلف، لذا فإذا التسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات السياح يجعل من السهل تنظيم أنشطة المؤسسة السياحية بما يتناسب مع ذلك، وبالتالي جعل الإقتصاد التشغيلي ممكناً.

3- تحقيق الأرباح: يساهم التسويق السياحي في تحقيق الأرباح للمؤسسة، وبدون شك يعد تحقيق الربح هدف طويل المدى، في حين يعتبر الإقتصاد في التشغيل والتوسع في حجم السوق واعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية، كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح.

وعليه فعلى المؤسسة السياحية أن تعمل وفق خطة منظمة حتى يستمر السياح في استخدام خدماتها بشكل مستمر، وهذا الإستمرار يساهم بلا شك في تحقيق الأرباح.

4- إبراز صورة واضحة: يهدف التسويق السياحي إلى إبراز صورة واضحة عن المنطقة السياحية، وإن مبادئ التسويق السياحي الحقيقي تعتبر مؤثرة في خلق أو التخلص من الإنطباعات لدى السياح في الأسواق المستهدفة.

5- التفوق على المنافسة: يعتبر المنافس اليوم أكثر حدة وتأثير مما سبق، حيث تسهل الممارسات التسويقية إتباع استراتيجية مناسبة، حيث يتم إنجاز أهداف المؤسسات بمساعدة القرارات التسويقية، ومن خلال ذلك فإنه غالباً ماتجح المؤسسة السياحية في جعل منتجاتها في المركز الرائد، مما يصعب على المنافسين الدخول في منافسة معها.

وكل الأهداف مرتبطة بالمؤسسة في مجملها إلا فيما يتعلق بالهدف الثاني الذي مرتبط بالإقتصاد التشغيلي، فهو اهتمام مشترك بين الجهات الرسمية والمؤسسة الخاصة كونه يتعلق بالموارد والإستغلال الأمثل لها.

وهناك من ذهب إلى تقسيم آخر للأهداف وهي كالتالي:

1- الأهداف القريبة : يقصد بهذا النوع تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها شركات السياحة ووكالات السفر والمؤسسات السياحية المتعددة في مجالات صناعة السياحة المختلف والأجهزة والمنظمات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة.

2- الأهداف البعيدة : هي الأهداف التي تشملها الخطط السياحية طويلة الأجل التي تتراوح بين خمس سنوات إلى عشر سنوات فأكثر وتنوع هذه الأهداف بين:

- تحقيق حجم معين من الحركة السياحية الوافدة (التدفق السياحي) .
- ومقدار محدد من الإيرادات السياحية.
- عدد معين من الليالي السياحية.

وأهداف معنوية تتمثل: في تحقيق شهرة كبيرة في المجال السياحي.

3- الأهداف المتنوعة : هي الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الشركات والمؤسسات التي تعمل في مجالات السياحة المختلفة، سواء كانت أهدافا مادية أو أهدافا معنوية ترتبط بالمجتمع المضيف أو ترتبط بالمضيف الزائر، فكان من أهم هذه الأهداف ما يلي:

تحقيق الرضا النفسي لدى السائحين القادمين.

- الوصول إلى أقصى درجة لإشباع حاجات المستهلكين السياحيين.
- زيادة الحركة السياحية الوافدة من الأسواق المختلفة.
- رفع مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها.
- تحقيق أعلى مستوى من الدخل السياحي.
- التوسع وفتح أسواق جديدة.

وتتنوع أهداف التسويق السياحي تبعا للسياسات والاستراتيجيات التسويقية التي تتبعها المؤسسات.

4-الأهداف الخاصة : يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة حددتها المؤسسات السياحية

لنفسها بشكل خاص يختلف عن أهداف كثير من المؤسسات السياحية الأخرى مثل:

- رغبة بعض الشركات السياحية في احتكار سوق سياحي معين، وعدم السماح لأي شركة أخرى أن تدخل فيه.

- التركيز على مستوى الخدمات السياحية بشكل خاص والإرتفاع بمستواها إلى أقصى درجة مهما كانت تكلفتها وتقديمها للسائحين بأسعار مناسبة .

- غزو سوق سياحي معين لجذب أكبر حركة سياحية منه مثل السوق الصيني أو الياباني... الخ.

5-الأهداف المشتركة : هي الأهداف التي يشترك فيها الغالبية العظمى من الدول أو الشركات السياحية

في السعي نحو تحقيقها أو الوصول إليها ، فالأهداف التسويقية السياحية في معظم الأحيان تدور حول

تحقيق أكبر الأرقام في حجم النشاط السياحي سواء السياحة القادمة (الواردة) أو السياحة (الطاردة)

المغادرة ، وتحقيق سمعة طيبة بين المنافسين وتوفير خدمات بمستوى عال... الخ من الأهداف.

بالإضافة إلى هذه الأهداف المرتبطة بالمؤسسات السياحية في أغلبها فإن هناك أهداف خاصة بالهيئات

الرسمية.

6-أهداف الهيئات الرسمية : يقع على عاتق الدولة تحقيق التنمية ضمن الخطة العامة فهي تسعى إلى:

- الترويج للمنتج السياحي.
- زيادة الدخل الناتج من القطاع السياحي.
- تشجيع الاستثمار.
- الحد من مستويات البطالة من خلال زيادة مستوى التشغيل في القطاع السياحي.
- تحقيق التنمية المستدامة.

7- أهداف المنظمات السياحية :يمكن التمييز بين:

1-أهداف قصيرة الأجل: هي أهداف تعمل على تحقيقها الشركات والوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية ، تتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي المتعلق بعدد السياح والليالي السياحية والإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة وستين.

2-أهداف طويلة الأجل: هي تلك الأهداف المادية والمعنوية المسطرة ضمن الخطة السياحية التي تتراوح فترة تحقيقها مابين خمس وعشر سنوات، تخص غالبا المنظمات السياحية الكبرى، أهم هذه الأهداف يتجلى في تحقيق الوصول إلى حجم معين من الإيرادات مع تحقيق سمعة وشهرة كبيرة في السوق السياحية.

8-الأهداف المتنوعة :أي تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى مختلف المؤسسات السياحية ال وصول إليها، كإشباع حاجات السياح من خلال تحسين والارتقاء بمستوى الخدمات السياحية. يمكن إدراج وظائف التسويق السياحي حسب المنظمة العالمية للسياحة كصورة أخرى لأهداف التسويق السياحي وتتمثل هذه الوظائف في :

-الإتصال: وهي عملية إقناع الزبائن بأن الخدمات السياحية تتلاءم مع رغباتهم وهذا بانتباع عدة وسائل مختلفة.

-التنمية: عن طريق تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة والتي قد تسمح بإعطاء إمكانيات البيع.

-المراقبة: تمكنا من الإستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتاحة من خلال استعمال تقنيات مختلفة.

ثانيا: خصائص التسويق السياحي:

سننتقل إلى خصائص التسويق السياحي من خلال إجراء مقارنة مع التسويق السلعي وفق الجدول أدناه:

جدول رقم (01): مقارنة بين خصائص التسويق السلعي والتسويق السياحي¹

التسويق السلعي	التسويق السياحي
1- يعتمد على بحث ودراسة حاجات ورغبات المشترين بهدف إنتاج وعرض السلع الملائمة.	1- إثارة دوافع واتجاهات السائح المرتقب لزيارة دولة أو منظمة ما لغرض من أغراض السياحة المعروفة.
2- العرض السلعي يتصف بالمرونة والقابلية للتغيير والتطوير بسهولة نظرا لطبيعة مكوناته وامكانية إنتاج سلع ومنتجات جديدة واحتياجات الأسواق.	2- يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بالموجود وعدم المرونة وعدم القابلية للتغيير في المدى القصير.
3- يحقق منفعة زمانية نتيجة لطبيعة السلع إذ يمكن القيام بجهود تسويقية لسلع تم إنتاجها فعلا وموجودة في المخازن أو لسلع سوف يتم إنتاجها في المستقبل.	3- المنتج السياحي موجود بطبيعته في الدولة في كل وقت ومكان وبذلك فإن العملية التسويقية يمكن أن تتم في أي وقت خلال العام.
4- يهدف إلى تحقيق رقم محدد من المبيعات قد يكون خلال فترة معينة كعام مثلا أو شهر.	4- إبراز الصورة السياحية والتركيز على معالم السياحة للدولة وزيادة معدل الحركة السياحية.
5- يحقق منفعة الحياة للسلع المادية بصورة مباشرة بمجرد إنقالها من المنتج أو البائع إلى المشتري أو المستهلك.	5- لا تتحقق الحياة لأن المنتج السياحي لا يخضع لشخص ما ولا تنتقل إليه ملكيته مقابل ثمن ولكن يمكن لأكثر من شخص استخدامه والإستمتاع بها في وقت واحد.
6- يقوم أساسا على وجود رغبة معينة لدى المشتري يتم إشباعها له من خلال شرائه للسلعة التي تحقق له ذلك أي أن العلاقة في هذه الحالة تكون بين المشتري وبائع السلعة الذي لا يكون في معظم الأحيان المنتج لها.	6- يعتمد على وجود علاقة مباشرة بين المنظمة السياحية التي تقدم الخدمة والزبون الذي يشتريها ف شراء الخدمة السياحية يتطلب دائما في كل مرة حضور المشتري وتعامله مع منتجي الخدمة أو الفرد الذي يؤديها مثل موظف الإستقبال والعاملين.

¹ الحديد إبراهيم إسماعيل حسين الحديد، إدارة التسويق السياحي مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع عمان الأردن 2010 ص 88-

المطلب الثالث: الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات التي تتطلب جهودا تسويقية كبيرة لتسويق المنتج السياحي في مختلف دول العالم وهذه الجهود من الصعب أن تنحصر في جهة واحدة أو قطاع معين يظل هو المسؤول الوحيد عن العمل التسويقي. فالتسويق السياحي يجب أن يكون مسؤولية الجميع:

- الإدارة المسؤولة عن السياحة الرسمية.
- المؤسسات السياحية الخاصة ذاتها.
- المجتمع بأكمله وهيئات المجتمع المدني.

خلاصة الفصل

من خلال تطرقنا إلى مدخل السياحة تناولنا مختلف التعاريف وإلى أهمية السياحة وخصائصها تطرقنا إلى أهمية وأهداف التسويق السياحي.

نبين ذلك في النقاط التالية:

- أن السياحة هي حركة ديناميكية تربط مختلف الجوانب الثقافية والحضارية وحتى اقتصادية واجتماعية وهي تعتبر جسرا لتواصل بين الثقافات والشعوب وعاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم.
- تحقيق الأهداف المتوقعة من النشاط السياحي.
- توفير خدمات راقية تكون عند المستوى المطلوب.

الفصل الثالث

الإطار المفاهيمي للتراث الثقافي

تمهيد

التراث الثقافي بجميع أشكاله وأشكاله مصدر فخر واعتزاز وطني بقيمته وأهميته ودليل على النبل والأصالة وتعبير عن الهوية الوطنية وهو صلة الوصل بين الماضي والحاضر، كما أنها تعتبر الركيزة الأساسية لاقتصاد العديد من الدول لأنها من الموارد المهمة التي تعتمد عليها صناعة السياحة وهي أيضاً أهم مورد في عملية التنمية الاجتماعية حيث أصبح التراث الثقافي لا غنى عنه في أي مجتمع له أصوله جزء من الجدل. ولهذا السبب تسعى العديد من الدول إلى تعظيم عودة التراث الثقافي في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية كرافد مهم للاقتصاد الوطني.

يعتبر التراث الثقافي من أهم خصائص الهوية الحضارية وينطبق مصطلح التراث على جميع نتائج الحضارات السابقة التي ورثها الإنسان عن ورثة سابقين ومن ثم فهو نتاج الخبرة الإنسانية في جميع المجالات المادية والمعنوية وقد خُلد من أجل التنمية البشرية في مختلف العصور والعهود.

يحفظنا المفهوم الواسع والمتطور للتراث الثقافي على تخصيص الفصل الأول لإطار مفاهيمي لدراسة التراث الثقافي في الموضوع الأول تناولت تعريف التراث من عدة جهات نظر لغوية ومصطلحات وقانونية (القانون الجزائري ، القانون الدولي).

ونظراً لأهمية التراث الثقافي الذي يلبي الحاجات المهمة للجمهور والمجتمع كأحد الأموال العامة التي يجب أن يحميها القانون تحدثت عن الطبيعة القانونية للتراث الثقافي.

المبحث الأول: ماهية التراث الثقافي.

المبحث الثاني: تقسيمات التراث الثقافي.

المبحث الثالث: أهمية المورث الثقافي.

المبحث الأول: ماهية التراث الثقافي

المطلب الأول: تعريف التراث الثقافي

أولاً: التعريف التراث الثقافي

التراث هو تراكم المعرفة الموروثة غير المحدود المليء بالقيم الطيبة والتقاليد النبيلة والسمات النبيلة القادرة على البقاء إلى الأبد عند وجود الوعي بها على الرغم من التطور الحاصل على مختلف المستويات وآثار الجانب المادي الذي يتكون مع التراث كل ما تركه هذا الرجل خلال فترة من الزمن.

يمثل التراث بمعناه الأوسع الذاكرة الحية للفرد والمجتمع التي يمكن من خلالها التعرف على هذا المجتمع ويمكن التعرف على هويته وانتمائه لشعب وحضارة، يندرج مفهوم التراث ضمن امتداد الأجداد في الخلف واستمراراً لما ورثه الأبناء والأحفاد من الآباء والأجداد بمعنى أنه نقطة انطلاق نحو المستقبل.

إن مراقبة الحياة اليومية وصور الماضي والتحقيق في الجوانب المحيطة بالرمز الثقافي يمكن أن يعطينا أبعاداً مهمة ترفع مكانة هذا الإرث لتمثل عودة ناشطون اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا في المجتمعات الحالية، التراث عبارة عن استمرارية ثقافية على نطاق واسع في مجالات الزمان والمكان التي يتم تحديدها على أساس التكوينات المستمرة في الثقافة وتشمل فترة زمنية طويلة نسبياً ومساحة مكانية متغيرة نوعاً ولكنها متميزة بيئياً التراث مرادف للثقافة فهو جزء مهم من ثقافة الشعوب وليس منفصلاً عنها إنها إحدى الخصائص البشرية المتجذرة التي تنتقل من جيل إلى جيل إنها طريقة حياة مميزة حيث تنعكس في مختلف جوانب الثقافة وتمتد خلال فترة زمنية معينة وتظهر التغيرات الثقافية الداخلية.

أما الثقافة فهي مجموعة العادات الاجتماعية التي ابتكرتها الجماعات البشرية والمتكررة فيها كاللغة والعادات الدينية والتقاليد أيضاً اللباس والأعمال الحرفية وأكثر من ذلك¹.

التراث مرادف للثقافة مما يعني أنه جزء مهم من ثقافة الناس وليس منفصلاً عنها التراث بمعناه البسيط هو خلاصة لما تركته الأجيال السابقة (ورثته) للأجيال الحالية والتراث والأسلاف ليكون مثلاً ونهجاً ينبثق عنهما عادات الناس وتقاليدهم والآراء والأفكار والمشاعر التي يعبرون عنها والتي تنتقل من جيل إلى جيل ، ويتكون الجزء الأكبر من التراث الشعبي من الحكايات الشعبية مثل القصائد والأشعار المغنية

¹ عيسى نادر، عماري محمود، علاقة السياحة المستدامة بثقافة المجتمع الصحراوي في ولاية الوادي، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية سنة 2020/2021 خمه لخضر الوادي.

والقصص الشعبية والبطولية والأساطير يشمل الفنون والحرف وأنواع الرقص والألعاب والمرح والأغاني أم حكايات ، أمثال ، ألغاز ، ألغاز ، مفاهيم خرافية ، احتفالات وأعياد دينية.

التراث هو نتاج فترة معينة في الماضي لأنه يمثل كل شيء عن الماضي فينا والتراث بمعناه الواسع يعني العلامة المميزة للهوية أو الهوية لكل فرد وكل فئة اجتماعية وكل أمة وكل دولة وهو يملك ككل تصور ذهني تاريخا معينا إنه التصور الذي يشمل مجموع الآثار التي خلفها الإنسان والطبيعة وهو المميز لطبيعة كل مجتمع وهذا ما يجعل كل واحد يختلف عن الآخر وفرض نفسه في نهاية الأمر، مسألة التراث في نهاية المطاف عملية تشكيل تمثل نزوة جماعية على أشكال التعبير والإنتاج الثقافي الموجودة في مختلف المناطق وفي مختلف الفترات التاريخية فكل ما يكسبه الفرد وكل ما يصنعه ويضيفه وسط الجماعة يميزه عن باقي المجتمعات، وهو يعد الذاكرة الجماعية التي تتفق الجماعة على إحيائها بهدف تواصلها والتعريف بها للأجيال السابقة.

ثانيا: التعريف القانوني للتراث الثقافي

يعرف التراث الثقافي في القانون الجزائري

1- التعريف للقواعد القانون الداخلي : إن مسألة وضع تعليقات دقيقة ومحددة لمصطلح من المصطلحات القانونية هي مسألة يعنى بها الفقهاء في جميع مجالات التشريع.

فالمشرع الجزائري وقبيل تبنيه مصطلح التراث الثقافي بموجب قانون رقم 98/04 المؤرخ في 15 جوان 1998 المتعلق بحماية التراث الثقافي والذي يعوض ويلغي كل أحكام أمر 67/281 المؤرخ في 20 ديسمبر 1967 المتعلق بالحفريات وحماية المواقع والمعالم التاريخية و الطبيعية .

وعرفته المادة 2 لقانون 04/98 كمايلي يعد تراثا ثقافيا للأمة في مفهوم هذا القانون جميع الممتلكات الثقافية العقارية، والعقارات بالتخصيص و المنقولة الموجودة على أرض عقارات الأملاك الوطنية و في داخلها، المملوكة لأشخاص طبيعيين أو معنويين تابعين للقانون الخاص والموجودة كذلك في الطبقات الجوفية للمياه الداخلية و الإقليمية الوطنية الموروثة عن مختلف الحضارات المتعاقدة منذ عصر ما قبل التاريخ إلى يومنا هذا.

و تعد جزءا من التراث الثقافي للأمة أيضا الممتلكات الثقافية غير المادية الناتجة عن تفاعلات اجتماعية و إبداعات الأفراد والجماعات عبر العصور والتي لا تزال تعرب عن نفسها منذ الأزمنة الغابرة إلى يومنا

هذا والملاحظ أن المشرع الجزائري لم يكن مستقرا على مصطلح معين رغم اعتماده أسلوب التعداد للموروث الثقافي الوطني .

2- التعريف للقواعد القانون الدولي : ان التشريعات الدولية لم تستعمل كلها مصطلح التراث الثقافي أو الممتلكات الثقافية مثل المشرع الجزائري.

كالمملكة العربية السعودية {les antiquités} فبعض الدول تنص على مفهوم الآثار القديمة والعراق فيما تستعمل أخرى مصطلح "التراث الوطني " مثل موريتانيا واليمن .

تعريف الجامعة العربية: التي نظم أعضاء من الدول العربية المذكورة سابقا أعقاب مؤتمر وزراء الثقافة العرب في بغداد عام 1981 على أن الممتلك الثقافي في بابہ الأول تحت مسمى "الآثار" بقوله (يعتبر اثرا أي شيء خلفته الحضارات وتركته الأجيال السابق ممايكشف عنه أو يعثر عليه سواء كان ذلك عقارا ثابتا أو منقولا يتصل بالفنون أو العلوم أو الأداب أو الأخلاق أو العقائد والحيات اليومية أو الأحداث العامة وغيرها ممايرجع تاريخه الى مائتي سنة مضت متى كانت له قيمة فنية أو تاريخية)

ويلاحظ أن هذا التعريف له تقدير نسبي يختلف من بلد الى آخر، فالأثر في هذا القانون ينبغي أن يرجع تاريخه الى قرنين على الأقل ولكن المخطوط مثلا كأثر قد يحدد زمنه في بعض البلدان بخمسين عاما فقط كما أنه يجوز للهيئات المختصة في بعض الدول أن تتجاوز الزمن لاسباب تاريخية أو فنية ولأسيما فيما يتعلق بالمورث الشعبي المادي المههد بالانقراض وذلك أن عنصر الزمن نسبي في هذا التعريف.

3- تعرف المنظمات الدولية : اشتملت اتفاقيات دولية خاصة بحماية الممتلكات الثقافية عدة تعاريف منها اتفاقية اليونسكو لعام 2001 والذي ينص على ضرورة تنوع في تميز وتفرّد هوية المجموعات والمجتمعات البشرية وتفردها وإعتبار التنوع الثقافي مصدر للتبادل والابتكار والابداع، فهو مهم للجنس البشري اذن في هذا الصدد يد تراثا مشتركا للبشرية ويتعين تعريفه والتأكيد عليه بما يعود بالنفع على الأجيال الحالية والمستقبلية.

هناك تعريف تبنتها المنظمات الدولية منها اتفاقية لاهاي 1954 لحماية الممتلكات الثقافية في حالات النزاع المسلح حيث حددت المادة الأولى من الإتفاقية ثلاثة أصناف من الممتلكات الثقافية(المنقولة والثابتة، التحف والمخطوطات، المجموعات العلمية ومجموعات الكتب).

المطلب الثاني: التطور التاريخي لحماية التراث الثقافي

يشكل التراث الثقافي عنصر من العناصر الاساسية للحضارة ولثقافة الوطنية ولا يمكن تقدير قيمتها الحقيقية إلا بتوافر أدنى قدر ممكن من المعلومات عن أصلها وتاريخها وبيئتها التقليدية¹.

اولا: مرحلة ما قبل التنظيم الدولي

لقد كانت المجتمعات في العصور القديمة تكن للتراث الثقافي إحترام كبير ويرون في ذلك التعبير عن المطامح الروحية السامية ويربطون بينها وبين المؤسسات الدينية القيادية ، إذ كانت الإنتاجات الفنية مقدسة للاتصالها الوثيق للمعتقدات الدينية وهذا ما عزز مسألة حمايتها والمحافظة عليها.

علاوة على ذلك تجلى الفكر السائد في ذلك الوقت في رغبة الإنسان في تخليد إنجازاته والحفاظ على روحه للأجيال القادمة والآثار الباقية تثبت صحة ذلك ، فقد ابتكر الرجل في ذلك الوقت أعماله الحجرية والمعدنية وأقام النصب الشامخة والمدافن الكبيرة وإستخدام كل الوسائل لإدامتها والحفاظ عليها وكل ما ترغب في الحفاظ عليه لنشاطها الروحي.

وفي سياق هذه المرحلة التاريخية لم يكن هناك قواعد واضحة في مجال حماية التراث الثقافي باستثناء بعض التدابير حدثت في بلاد الاغريق مثلا كان يعترف بالمعابد اليونانية الكبرى مثل " الأولمبي " و"ديلوس" و"ديلفيس" و"دودون" بوصفها مقدسة ولا ينبغي الاعتداء على حرمتها.

كذلك كان الحال في بداية العصور الوسطى إذ لم يتغير الوضع كثيرا، خاصة بنشوء فكرة (الحرب العادلة) في أوروبا، فعندما أصبحت المسيحية قوية بعد أن إعتنقها " قسطنطين الكبير " المعروف ب "قسطنطين الأول" (275-337 ميلادي) وجعلها الدين الرسمي للروما عام 313 م بدأ رجال يبحثون عن التبرير الديني للحرب، وهو ما كان عامل مؤثر في تقويض عدد من التراث الثقافي للشعوب الأديان المغايرة ، كما كان لظهور قواعد الفروسية أو "ميثاق الشرف العسكري" في أوروبا خلال القرن الحادي عشر للميلاد دور في حماية الكنائس والأديارة وأماكن العبادة المسيحية واليهودية بشكل عام حيث شهد عام 410 م قيام بغزو مدينة روما وأمر جنوده بإحترام الكنائس المسيحية وعدم قتل أو إيذاء من إحتماء بها سواء من المدنيين أو العسكريين لكن الفروسية بالرغم من ذلك هي مؤسسة عسكرية دينية ارتبطت بالحروب الصليبية لأن النبلاء النصرى شكل تنظيم بقواعد صارمة للقتال المسلمين بحملات عسكرية

¹ عيسى نادر، عماري محمود، مرجع سابق ذكره، ص14

منظمة بشكل رئيسي للإستلاء على فلسطين القرن الرابع عشر ميلادي وذلك لرغبة استعمارية في السيطرة على الأماكن المقدسة.

إضافة إلى ذلك فقد أقامت أوروبا أُنذاك بعض المؤسسات القانونية التي ساهمت في إرساء قواعد إنسانية وعلى رأسها مايسمى: "سلم الرب" التي أقرها مجمع "لاتران" عام 1905 وتم بموجبها إقرار قواعد حماية التراث الثقافي والممتلكات الثقافية أثناء الحرب كالمعابد و الكنائس والمدارس وفي نفس الحقبة الزمنية جاءت الشريعة الإسلامية متضمنة الكثير من المبادئ التي تحمي التراث الثقافي، فقد عنيت الدولة الإسلامية بالمساجد والمؤسسات الدينية التي تمثل أكبر الممتلكات في شرق خاصة أماكن العبادة المسيحية واليهودية رغم غياب التنظيم والمعاهدات الدولية التي تحكم قضية الحماية فقد بقيت أكثر تلك المنجزات القافية خالدة إلى حد الآن وفي الإمكان هنا التدليل على المبادئ السامية للإسلام من مختلف مصادره ففي نصوص القرآن الكريم إشارة واضحة إلى أن جهاد المشركين إنما هو لصد عدوانهم على أماكن العبادة والممتلكات الثقافية لو إستولوا على بلاد الإسلام من ذلك قوله تعالى "ولولا دفع الله الناس بعضهم ببعض لهدمت صوامع وبيع وصلوات ومساجد يذكر فيها اسم الله كثيرا".

وجاء في صلح نجران في السنة العاشرة الهجرية بشأن المسيحيين في نجران أن ((حماية الله سبحانه وتعال وضمان نبيه محمد صلى الله عليه وسلم تشمل نجران وماحولها، كما تشمل ممتلكاتهم وأشخاصهم وعبادتهم غائبهم وحاضرهم ومعابدهم ومامن صغيرة وكبيرة توجد بحوزتهم)) وهكذا سطرت الشريعة الإسلامية إحترام وحماية وتوافق التراث الثقافي فلم يصل على إمتداد تاريخ المسلمين أنهم أخلو بتلك القواعد وحتى مارواه المؤرخون خطأ عن الصحابي عمر ابن العاص مما نسبى إليه عن حرقه مكتبة الاسكندرية الشهيرة بموجب كتاب من أمير المؤمنين عمر بن الخطاب يأذن له بذلك، قد تم دحضه في تحقيق أشهر المؤرخين الأوربيين وغيرهم.

أما مسألة الغنيمة (الجائزة) في الشرع الإسلامي فلها بعد خاص يتعلق بظروف الحرب وهي إن شملت التراث الثقافي أيضا فإنما ذلك يكون إلا لمنفعة وهدف سام لاغير أن هذه القواعد القديمة المستمدة من الدين عموما كانت تحظى باحترام الشعوب التي كانت تشترك في نفس الثقافة وكانت تعبد نفس الألهة .

وقد أصيب العصر العباسي بنكبة حضارية كبرى حين أقدم القائد المغولي "هولاكو" على تخريب مدينة "الموت" وإحراق كل الكتب في مكتبتها الفاخرة عام 1255، ثم تدمير بغداد ورمي محتويات مكتباتها"بيت

الحكمة" وغيرها من المكتبات الإسلامية في نهر دجلة حتى أن لون النهر تحول إلى الأزرق بسبب الكم الهائل من الكتب الملقاة فيه وذلك في شهر فيفري من عام 1258 للميلاد.

وقد أدى كل ذلك إلى تبلور الأعراف الرامية إلى قبول مبدأ حماية المؤسسات الثقافية أثناء الحروب التي لايشكل هدمها أية ضرورة عسكرية مع تنامي مبدأ إعادة الوثائق (الأرشيفات) والممتلكات المسلوقة في اوقات الحرب الذي انعكس في نصوص، عدد من المعاهدات السلمية على أن التنظيم حماية الممتلكات الثقافية قانونا لم يبدأ إلا ضمن قوانين الحرب التي وضعت في القرن التاسع عشرة حيث أنها أرست لأول مرة قاعدة بسيطة لما يشكل هدفا عسكريا بأنه حصن أو مكان محصن وبلدات مجاورة له تساعد في الدفاع عنه، وعليه يمكن القول أن تطور كبير في هذ الإطار خاصة بهد إبرام إتفاقيتي لاهاي الرابعة والتاسعة في مؤتمر السلام الموليين لعامي 1899 و 1907 على التوالي وبذلك وضعت لأول مرة قواعد خاصة بحماية الممتلكات الثقافية في النزاعات المسلحة من خلال نصوص عديدة تنظم النزاعات المسلحة في إتجاه حماية الممتلكات الثقافية نتيجة زيادة قوة نيران الحروب وتطور الأسلحة شمولية الحرب وكل ذلك كان سبب في إحلال مفهوم ((المكان المحمي)) محل الحصن والأماكن المحصنة.

ثانيا: مرحلة التنظيم الدولي

لايمكن في هذه الفترة التاريخية تتبع كل التغيرات السياسية والإجتماعية والقافية التي طرأت على المجتمع الدولي ذلك لأنها من السعة والشمول بحيث لايمكن إفائها القدر الكافي هنا.

وإن كان ذلك لايمنع في نطاق دراستنا ان نبذل مافي وسعنا للجمعها ودراستها وبينما في هذا الشأن أن نعلق على حدثين هامين كان لهما تأثيرهما في كل شيء في حياتنا الداخلية والخارجية على السواء، ونعني بهما الحربين الأولى والثانية وكلتاهما حدث في القرن العشرين ولقد ذاقت البشرية فيهما من الوان العذاب والحرمان والدمار مالم يكن في توقيع إنسان مادفع العالم بعدها إلى التفكير بضرورة تنزيم العلاقات الدولية على أساس قواعد جديدة وهكذا شهد المجتمع الدولي تنظيم دولي لايتعارض للسياد التي كانت أقوى من المجتمع الدولي .

ونستطيع القول أن القرن العشرين قد أعطى لمسألة الحماية أبعاد جديدة وبخاصة بنشأ الأمم المتحدة والمنظمات والهيئات الدولية وفي عام 1929 تمكن المفكر رويثش بمساعدة اثنين من رجال الفكر الفرنسي في القانون الدولي " جوفيري دي لبارديل وشكليا فير " من وضع نصوص مفصلة لمشروع اتفاقية

دولية عرفت فيما بعد "ميثاق رويرش" كما وضع مشروع الشعار الامي ليكون علامة مميزة للآثار والمؤسسات الثقافية التي تكون موضع حماية دولية، وكان شعار الهيئة قطعة قماش مؤطرة بشريط أحمر ورسمت بداخله ثلاث دوائر حمراء اللون أيضا.

ولقد لقي مشروع رويرش قبولا ودعما من قبل المفكرين في ذلك الوقت وتشكلت العديد من اللجان في نيويورك وباريس وغيرها من المدن التي كرست نشاطها لتجسيد هذه الفكرة في ميثاق قانوني دولي لا يتضمن الأفكار السامية في حماية الممتلكات والمؤسسات الثقافية فحسب بل وثيقة تفاهم وتعاون بين الشعوب ومعاهدة لتوحيد جهودها الرامية الى السلام والى الانسانية جمعاء ويساعد على التعاون في سوية ومعالجة مشاكل العصر.

وقبيل الحرب العالمية الثانية وتحديد في عام 1938 وضع المكتب الدولي للمتاحف مع لجنة من الخبراء ترأسها الخبير البلجيكي "شارل دي فيشر" المتخصص في القانون الدولي نصوص مشروع إتفاقية جديدة تعالج مسألة حماية الممتلكات الثقافية ليس كتراث وطني ولكن كتراث عالمي يحتضن به لمصلحة البشرية ككل، فيما أصبح يعرف بالتراث المشترك للإنسانية وكان المشروع يلزم الدول بشدة بردع عمليات نهب وإفساد الآثار والأعمال الفنية في زمن الحرب، ومن أجل حث الحكومات على الإنضمام بسهولة لهذا المشروع الاتفاقي تقرر عرضه لمناقشة على المجلس للأمانة العامة.

وبعد الحرب العالمية الثانية تم توقيع ميثاق الأمم المتحدة في 1945/06/26 بداية مرحلة جديدة في عملية التنظيم القانوني الدولي وشكلت مبادئ القانون الدولي المعلنة فيه الأرضية لتوسيع المسائل حماية الممتلكات والمؤسسات الثقافية والتي تبنتها منظمة الأمم المتحدة بشكل رئيسي عند تأسيسها لهيئة عالمية متخصصة بمسائل التربية والعلم والثقافة ((اليونسكو)) وذلك في سبيل وضع المادة الأولى من ميثاق الأمم المتحدة ، موضع تطبيق وتحديد الفقرة الثالثة منها التي نصت على ((تحقيق التعاون الدول على حل المسائل الدولية ذات الصبغة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والانسانية.....))

وبدوره تبنى ميثاق اليونسكو الذي اعتمد في لندن بتاريخ 16 /11/ 1945 صون السلام بين الدول هدفا له عن طريق التربية والعلم وقد جاء في وسائل تحقيق هذه الغاية تبعا للمادة الأولى من ميثاق وان المنظمة تعمل في سبيل الحفاظ على المع رفة والمساعدة على تقدمها وإنتشارها من خلال صون و حماية التراث العالمي من التآكل والأعمال الفنية و غيرها من الآثار التي لهاقيمة تاريخية أو عالمية مع إقتراح اتفاقيات دولية في هذا الخصوص، وتم تكريس لها جانب كبير ضمن نشاط اليونسكو عن طريق إصدار

القرارات والتوصيات وتبني مشاريع اتفاقية دولية بخصوص هذه المسألة تصبح بعد المصادقة عليها من قبل الدول الأعضاء في المنظمة وثنائق قانونية دولية على غرار اتفاقية لاهاي لحماية الممتلكات الثقافية في حالة النزاع المسلح المبرمة في 14 ماي 1954 والتي جاءت أساسا بعد التهديم الهائل الذي لحق بالتراث الثقافي والممتلكات الثقافية بسبب الحرب العالمية الثانية كما تم انشاء صندوق لحماية التراث الثقافي والطبيعي ذي القيمة العالمية الاستثنائية، يعرف باسم ((صندوق التراث العالمي)) ويتأسس كصندوق ايداع وفقا لاحكام النظام المالي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة وتتألف موارده من المساهمات الاجبارية والمساهمات الاختيارية التي تقدمها الدول الأطراف في الإتفاقية .

كما أن مساهمات المدفوعة للصندوق وكل أشكال العون الأخرى المقدم الى اللجنة إلا للأغراض التي تحددها اللجنة ويمكنها أن تقبل مساهمات تخصص لبرنامج أو مشروع معين شريطة ان تكون قد أقرت مسبقا تنفيذ هذا البرنامج او المشروع ، ولا يمكن ربط المساهمات المدفوعة للصندوق بأي شرط سياسي وتتعهد الدول الأطراف في الإتفاقية دون المساس بأية مساهمة اختيارية اضافية ان تدفع كل عامين بانتظام لصندوق التراث العالمي مساهمات يقرر الاجتماع العام للدول الأطراف في اتفاقية الذي ينعقد خلال دورات منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة ولا يمكن انتخاب اية دولة طرف في الاتفاقية الى لجنة التراث الثقافي العالمي ، اذا تخلفت عن دفع مساهماتها الاجبارية أو الاختيارية للسنة الجارية والسنة المدنية التي تقدمتها مباشر ولاينفذ هذا الحكم لدى أول انتخاب وتنتهي مدة العضوية مثل هذه الدولة في اللجنة .

كما اهتمت الدول العربية بمسألة المحافظة على التراث الثقافي والحضاري كونه ممتلكات ثقافية تشكل عنصر مهما من تراث الأمة العربية الثقافية وقد كان الانشاء جامعة الدول العربية عام 1945 التي تعد اول منظمة اقليمية عربية، بداية للتعاون ولتوثيق الصلات بين الدول العربية في المجالات كافة وفي نفس السنة أبرمت أول معاهدة ثقافية بين دول الجامعة العربية ، من أجل تعزيز العلاقات الثقافية والتركيز على مسائل التبادل والتعاون الثقافي العربي مثل تبادل الخبراء والموظفين وبعثات التنقيب عن الآثار ، وتوحيد الأجهزة الثقافية في جامعة الدول العربية في منظمة واحدة تشملها جميعا تسمى المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم التي تهدف الى تحقيق الوحدة الفكرية بين أجزاء الوطن العربي عن طريق التربية والثقافة والعلوم ورفع المستوى الثقافي في هذا الوطن حتى يقوم بواجبه في متابعة الحضارة العالمية والمشاركة الاجابية فيها كذلك فقد تنبهدت الجامعة العربية الى مسألة تسرب التراث الثقافي ووضعت

قوانين موحدة للأثار للمحافظة على التراث الثقافي العربي من النهب وعمليات المتاجرة الغير مشروعة به أما فيما يتعلق بمسألة استرداد الممتلكات الثقافية العربية المتسربة الى الخارج .

فقد أصدر المؤتمر السادس للآثار المنعقد في ليبيا عام 1971 توصية بلمبادرة الى التصديق وتنفيذ الاتفاقية الدولية الصادرة عن اليونسكو 1970 وفضلا عن ذلك فقد دعى المؤتمر الأول للوزراء الثقافة العرب المنعقد في عمان الى الاهتمام باستعادة الأثار العربية التي أخرجت من البلاد العربية بطرق مختلفة، وانشاء لجنة متخصصة باعداد دراسة والخطط العملية للوسائل استعادتها .

كما أن هناك أجهزة اقليمية أخرى تعمل في هذا المجال أيضا وتتعاون مع المنظمة العربية لتربية والثقافة والعلوم في الكثير من المشروعات المشتركة مثل {المكتب الاقليمي للدول الخليج العربي ، المنظمة الاسلامية للتربية والثقافة والعلوم والمركز العربي للحماية التراث الثقافي الفلسطيني والمركز الاقليمي لصيانة الممتلكات الثقافية للدول العربية} الذي انشئ في بغداد 1985 من قبل اليونسكو.

المطلب الثالث: طرق حماية المورث الثقافي

ان حماية الممتلكات الثقافية تعني ضرورة اتخاذ التدابير لحماية الممتلك الثقافي بما ينطوي عليه من مضامين لاسيما في الأوضاع التي تكون فيها الممتلكات مهددة بان تتدثر أو معرضة الان تلحق بها أضرار جسيمة من خلال اتباع مجموعة من التدابير¹.

أولا: مفهوم الحماية القانونية للممتلكات الثقافية

تعد مسألة الحفاظ على الممتلكات الثقافية وحمايتها من أهم المسائل الوطنية التي ترتبط ارتباطا وثيقا بدرجة تطور الدولة وشعبها وبعملية بناو استكمال الشخصية القومية له .

فالمفهوم الذي نوظفه لحماية (الصيانة) المتعلق بالممتلكات الثقافية لاينكوي بالمعنى العام في الوثائق الدولية على مفهوم واحد فالمدلول الضيق لكلمة (الحماية) هوعدم تخريب الممتلكات الثقافية المادية ومنع تدمير الممتلكات الثقافية غير المادية وحماية حقوق مؤلفيها وحماية مستخدميها وفي هذه الأمور فان الحديث يدور حول صيانة الجوهر المادي والروحي وتوفير الظروف الملائمة لاداء مهامها وبهذا المعنى

¹ احمد أبو فارس ،حماية التراث الثقافي الجزائري ،مجلة السياحة ،الصادرة عن الديوان الوطني للسياحة ،العدد الثاني ،الجزائر ،2008، ص52.

نلاحظ أن مفهوم الممتلكات الثقافية لاقتصر صيانتها وتأمين اداء مهامها فقط ، انما المساعدة على تطور هذا النوع من النشاط الابداعي واتساع دائرة رعايتها الثقافية.

والحقيقة ان عملية الارتقاء هذه تقود الى مسألة قانونية تتعلق بمبدأ التعاون الدولي ، في مجال التراث الثقافي الذي يؤمن لهذا المفهوم أوسع الامكانيات.

ف نجد على سبيل المثال اتفاقية حماية التراث الثقافي والطبيعي العالمي لا تتضمن فقط مسألة حماية التراث الثقافي ، الذي تدخل انتاجاته في مجموعة الممتلكات الثقافية بل تضيف التراث الطبيعي ايضا وبالتالي يكون المقصود بحماية الممتلكات الثقافية قانونا جميع الالتزامات التي تقع على السلطات الوطنية والمحلية التي تعبر على عنها بالقواعد الوقائية والعلاجية والأوامر والنواهي التي تهدف الى جعل الممتلكات الثقافية من مباني دينية أو فنية أو علمية أو تربية أو الآثار التاريخية بعيدة كل البعد عن الاضرار بها.

كما نظم القانون 04/98 أليات الحماية لممتلك الثقافي وجعل له ضوابط تحكمه ويعاقب كل من يخالف أو يمس بالتدابير التحفظية اللازمة للحفاظ على الممتلك الثقافي وعلى كل فرد من المجتمع مهما كانت صيفته فهو ملزم بإبلاغ السلطات المحلية بأي تجاوز يمكنه أن يغير من القيمة الحقيقية للممتلك وهي بدو رها تعلم وفرا مصالح الوزارة المكلفة بالثقافة.

ثانيا: تسجيل الممتلك الثقافي في قائمة الجرد الإضافي

1/ تسجيل العقارات الثقافية: يمكن تسجيل في قائمة الجرد الاضافي الممتلكات الثقافية العقارية التي وان لم تستوجب تصنيف فوريا وتكتسي أهمية من جهة التاريخ أو علم الآثار، العلوم ، الانتوغرافي، الانترنتولوجيا أو الفن والثقافة وتستدعي عليه .

وتشطب الممتلكات الثقافية العقارية المسجلة في قائمة الجرد الاضافي والتي لم تصنف نهائيا من قائمة الجرد المذكورة خلال مهلة عشرة سنوات، ويكون التسجيل في الجرد الإضافي بقرار من الوزير المكلف بالثقافة عقب استشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية بناء على أي مبادرة من طرف شخص يرى مصلحة في ذلك ، وفي بعض الحالات يتم التسجيل بقرار من الوالي عقب استشارة لجنة الممتلكات الثقافية العقارية التابعة للولاية المعنية .

وبالنسبة الى الممتلكات الثقافية العقارية التي لها قيمة هامة على المستوى المحلي بناء على مبادرة من الوزير المكلف بالثقافة أو الجماعات المحلية

كما يتضمن قرار التسجيل في قائمة الجرد الإضافي حسب المادة 12 من القانون 04/98 المعلومات الآتية:

- طبيعة الممتلك الثقافي ووصفه.
- موقعه الجغرافي.
- المصادر الوثائقية والتاريخية.
- الأهمية التي تبرر تسجيله.
- نطاق التسجيل المقرر كلي أو جزئي.
- الطبيعة القانونية للممتلكات.
- هوية المالكين أو أصحاب التخصيص أو أي شاغل شرعي آخر.
- الارتفاقات والالتزمات.

ثم ينشأ قرار التسجيل في قائمة الجرد الإضافي الذي يتخذه الوزير المكلف بالثقافة أو الوالي، ويكون موضوع إشهار بمقر البلدية التي يوجد فيها العقار الثقافي لمدة شهرين متتابعين اذا كان التسجيل بقرار من الوزير المكلف بالثقافة فانه يبلغ الى الوالي الذي يوجد العقار في ولاياته لغرض نشره في الحفظ العقاري ولا يترتب على هذه العملية أي اقتطاع للفائدة الخزينة .

ويتعين على أصحاب الممتلكات العمومية أو الخواص أن يقوموا ابتداء من تاريخ تبليغهم قرار تسجيل في قائمة الجرد الإضافي بإبلاغ الوزير المكلف بالثقافة بأي مشروع تعديل جوهري للعقار يكون منشانه أن يؤدي إلى إزالة العوامل التي سمحت بتسجيله أو محوها أو حذفها او المساس بالأهمية التي وجبت حمايته كما لا يمكن صاحب ممتلك ثقافي عقاري مسجل في قائمة الجرد الإضافي ان يقوم بأي تبديل مذكو سابقا إلا بحصول على ترخيص مسبق من وزير الثقافة وفي حالة اعتراض الوزير المكلف بالثقافة على الأشغال المزمع القيام بها يجب على صاحب الممتلك الثقافي أن يلتمس الرأي التقني من المصالح المكلفة بالثقافة فيكل مشروع إصلاح أو ترميم يستوجب ترخيصا مسبقا من الوزير المكلف بالثقافة.

2/ تسجيل الممتلكات الثقافية المنقولة

يمكن تصنيفها أو تسجيلها في قائمة الجرد الاضافي بقرار من الوزير المكلف بالثقافة عقب إستشارة اللجنة الوطنية للممتلكات الثقافية بمبادرة منه أو بناء عن طلب من أي شخص يرى مصلحة في ذلك ويمكن أن تسجل كذلك في قائمة الجرد الاضافي بقرار من الوالي بعد إستشارة لجنة الممتلكات الثقافي في الولاية المعنية متى كانت للممتلك الثقافي المنقول قيمة هامة من الوجهة التاريخية أو الفنية أو الثقافية على المستوى المحلي ويتولى الوزير المكلف بالثقافة حسب القيمة الوطنية أو المحلي للممتلك الثقافي تبليغ قرار التسجيل في قائمة الجرد الاضافي للمالك العمومي والخاص الذي يحوز على الممتلك الثقافي المعني وتترتب على التسجيل أي ممتلك ثقافي منقول في قائمة الجرد الإضافي لجميع آثار التصنيف لمدة عشرة سنوات وينتهي تطبيقها اذا لم يتم تصنيف الممتلك الثقافي المنقول بإنقضاء هذه المهلة.

ويضع التسجيل في قائمة الجرد الاضافي على عاتق الحائزين من الاشخاص العموميين او الخواص واجب صيانة الممتلك الثقافي المنقول المسجل وحراسته ويمكن المالكين الخواص أن يستفيدو بهذه الصيغة من المساعدة التقنية التي تقدمها المصالح المختصة في الوزارة المكلفة بالثقافة بغية المحافظة عليه حسب الشروط المطلوبة.

المبحث الثاني: تقسيمات التراث الثقافي

ان مجمل الأعمال التراثية التي تعبر وتعطي معنى للحياة بالنسبة للشعوب كالاماكن والمعالم التاريخية وماقبل التاريخية ، والأعمال الفنية والارشيف و المكتبات والصناعات اليدوية ، والفلكلور الشعبي .

فالممتلكات الثقافية تثير اهتمام الباحثين من جوانب متعددة كالشمول والتنوع فهي لا تقتصر فقط على القطع الاثرية والتحف التاريخية والفنية بل هي تتنوع الى أبعد من ذلك.

المطلب الاول: تقسيم الممتلكات الثقافية المادية

أولاً: الممتلكات الثقافية المادية الثابتة

يقصد بها الثقافية العقارية او المتصلة سواء كانت فوق الارض او في باطنها او تحت المياه الداخلية او الاقليمية أي انها مستقرة في حيز معين ولا يمكن نقلها منه دون تلف وتتمثل الممتلكات الثابتة كالاتي:

1- المعالم التاريخية : المعالم أو المباني التاريخية المعروفة أيضًا باسم الآثار أو النصب أو الأوابد التاريخية وتشمل هذه الفئة ميزات الأعمال المعمارية التي تظهر على سطح الأرض مثل (المنازل والمعابد

والأسواق والكنائس) حتى فترة معينة لا تقل عن مائة عام أو تتطوي على خصائص أخرى مثل الارتباط بحادث أو مهمة أو شخص مهم مما يجعلها ذات أهمية تاريخية ثم يظفي عليها بخصائص الحقوق يمكن أيضاً تعريف الآثار التاريخية على أنها تستند إلى حضارة معينة تطوير مهم أو أي هيكل معماري فردي أو جماعي لحدث تاريخي.

وتشمل المعالم التاريخية اضافة الى المباني المعمارية البيئة المبنية والطبيعة التي تكون دليل على حضارة ما او عن تطور ذي معنى لحدث تاريخي.

وأكثر العقارات شيوعاً هو المعلم أو النصب وهو كل عمل ، اونحت، أورشم بمافي ذلك عمليات النقش على الأحجار والمغارات وغيرها من المواد والتي لها أهمية خاصة من الناحية التاريخية والفنية ويوجد في العالم اليوم العديد من العقارات التي تعد آثار هامة مثل أهرمات مصر، برج ايفل، تاج محل.....الخ.

2/ المواقع الأثرية: هي مناطق مبنية أو غير مبنية بدون وظيفة نشطة تشهد على أعمال الإنسان أو تفاعله مع الطبيعة بما في ذلك باطن الأرض من الأراضي المرتبطة بها، تحتوي على بقايا مادية ومركزة للأنشطة البشرية السابقة وخاصة المستوطنات البشرية مثل المدن والمباني والكهوف والقلاع والأسوار والمباني الدينية، قد يشتمل الموقع الأثري على القطع الأثرية والتحف وبقايا النباتات والحيوانات والبقايا الهيكلية والسمات الأثرية للتربة كما قد يكون في شكل مدينة كبيرة قديمة مدفونة كلياً او جزئياً تحت التربة السطحية أو الرواسب الأخرى أو بقايا السطحية سريعة الزوال للبقايا مسكر مؤقت للناس الرحل أو أي نشاط بشري آخر قصير الأجل.

3/ المناطق التاريخية : المنطقة التاريخية عبارة عن منطقة تجمع المعالم التاريخية ومرتبطة بخصائص المناظر الطبيعية التي تشكل أحد موارد التراث على امتداد منطقة أكبر من المنطقة التي تضم معلم تاريخي واحد، ويمكن تصنف أفنية المعابد والمقابر والأحياء السكنية الحضرية، وقرى أو مدن بأكملها في بعض الأحيان باعتبارها مناطق تاريخية .

4/ المناظر الطبيعية والتكوينات التاريخية والثقافية : هي عبارة عن منطقة أدت فيها الأنماط التقليدية للاستخدام الأراضي الى خلق سمات للمناظر طبيعية وتكوينات مرئية وحفظها وهي السمات التي تعكس بصيفة خاصة الثقافة ونمط الحياة أو الفترة الزمنية التاريخية التي تستوجب اعتبارها ضمن الممتلكات

الثقافية وقد يشتمل هذا النوع من الممتلكات على سمات طبيعة هامة من الناحية الثقافية مثل البحيرات المقدسة والغابات والشلالات.

ثانيا: الممتلكات الثقافية الغير ثابتة (المنقولة):

وهي الممتلكات المنقولة أو المنفصلة عن الأرض أو عن المبنى ويسهل نقلها من مكان الى آخر دون تلف وتتكون النقولات من قطع مفردة أو من مجموعات كالمنحوتات والتحف الأثرية والنقوش والكتب..... الخ ، والمواد ذات القيمة والاستخدامات التقليدية وغيرها من المنتجات التي صنعها البشر والتي تعد ذات قيمة مهمة للتراث الثقافي الخاص بكل شعب مهما كانت مادتها والغرض من صنعها كما نجد نوعان من الآثار المنقولة :

أ/ قطع المشغولات والمصنوعات الأثرية: وهي قطع منقولة جاءت نتيجة للنشاط بشري ساف وأصبحت من أحد المواقع الأثرية أو المكتشفات الأثرية المنعزلة مثل المنحوتات والأرشفيف والادوات الفخرية والخزفية والزوجية والحلي والأسلحة والجدير بالذكر أن أي شيء منقول من موقع أو هيكل تاريخي يتمتع بنفس الوضعية القانونية للقطعة الأثرية.

ب/ الموروثات الحرفية الأصلية: وهي الممتلكات الثقافية التي توقف انتاجها بالطرق التي توارثها الناس لكونها شواهد تراث مميز يعكس الهوية المحلية وحل محلها انتاج ألي يحاكيه في الصنعة ويخالفه في الجودة والقيمة الفنية والجهد البشري.

المطلب الثاني: تقسيم الممتلكات الثقافية الغير مادية

هذا النوع من الممتلكات المحمية les biens protégés تناولته اتفاقية اليونسكو عام 2003 (في المادة 2) المتعلقة بالمحافظة على التراث الثقافي الغير مادي الذي يتكون من كل أشكال التعبير التقليدي أو ما يعرف بالفلكور والذي يضم بصفة خاصة خمسة فروع أساسية:

1- التقاليد والتعبير الشفوية ومن بينها اللغة بصفتها حاملة لتراث الغير مادي.

2- فنون الفرجة.

3- الممارسات الاجتماعية والتقليدية والمظاهر الاحتفالية.

4- المعارف والممارسات الخاصة بالطبيعة والكون.

5- المعارف الخاصة بالصناعات التقليدية.

إن حماية الممتلكات الثقافية الغير مادية في اطار القانون الدولي الانساني مبنية على أحكام الاتفاقيات الدولية التي تهتم بهذا النوع وتكون مصادق عليها من قبل الدول.

كما أن نشر الثقافة الغير المادية التقليدية والشعبية بجميع الوسائل مثل : المعارض والتظاهرات المختلفة والمنشورات وكل أشكال الاتصال وأساليبه ووسائله المتنوعة وانشاء المتاحف، والتعرف على أشخاص أو مجموعة من الأشخاص الحائزين على ممتلك ثقافي غير مادي في أحد ميادين التراث الثقافي التقليدي والشعبي.

كما تختزن الممتلكات الثقافية المحددة هويتها بالوسائل المنصوص عليها من الوزير المكلف بالثقافة أوالجماعات المحلية أوالجمعيات أو أي شخص آخر مؤهل لذلك في بنك وطني للمعطيات ينشئه الوزير المكلف بالثقافة.

المطلب الثالث: تقسيم الممتلكات الثقافية حسب القانون 04/98

تشمل الممتلكات الثقافية حسب المادة 3 من القانون 04/98 مايلي :

1/ الممتلكات الثقافية العقارية.

2/ الممتلكات الثقافية المنقولة.

3/ الممتلكات الثقافية الغير مادية.

أولاً: الممتلكات الثقافية العقارية

المعالم التاريخية: وهي إنشاء هندسي معماري منفرد أومجموع يقوم شاهد على حضارة معينة أوعلى تطور هام اوحادثة تاريخية والمعالم المعنية بالخصوص هي المنجزات المعمرية الكبرى والرسم والنقش والفن الزخرفي والخط العربي والمباني أو المجماعات المعلمية الفخمة ذات الطابع الديني أوالعسكري أوالمدني

أو الزراعي أو الصناعي وهياكل عصر ما قبل التاريخ مثل المدافن والمغرات والكهوف والرسوم الصخرية والهياكل المعزولة ولها صلة بالأحداث الكبرى بتاريخ الوطني¹.

القطاعات المحفوظة: تقام في شكل قطاعات محفوظة المجموعات العقارية الحضرية أو الريفية مثل القصبات والمدن والقصور والقرى والمجمعات السكنية التقليدية المتميزة بغلبة المنطقة السكنية فيها والتي تكتسي بتجانسها ووحدتها المعمارية والجمالية أهمية تاريخية او معمارية أو فنية أو التقليدية من شأنها ان تبرر حمايتها واصلاحها واعادة تاهيلها وتثمينها.

كما تنشأ القطاعات المحفوظة وتعين حدودها بمرسوم يتخذ بناء على تقرير مشترك بين الوزراء المكلفين بالثقافة والداخلية والجماعات المحلية والبيئة و التعمير للتوضيح كيفية اعداد المخطط الدائم لحفظ القطاعات واستصلاحها وكيفية دراسة هذا المخطط ومحتواه وتنفيذه وتدبير الصيانة المطبقة قبل نشره وكذلك شروط تعديليه ومراجعته وضبطه دوريا في نص تنظيمي.

ثانيا: الممتلكات الثقافية المنقولة

وتشمل الممتلكات الثقافية المنقولة حسب القانون 04/98 مايلى:

- ناتج الاستكشافات والأبحاث الأثرية في البر وتحت الماء.
- الأشياء العتيقة مثل الأدوات والمصنوعات الخزفية والكتابات والعملات والاختام والحلي والألبسة التقليدية.
- العناصر الناجمة عن تجزئة المعالم التاريخية.
- المعدات الأنتربولوجية والأنتولوجية.
- الممتلكات الثقافية المتصلة بالدين وتاريخ العلوم والتقنيات وتاريخ التطور الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

كما قد تشمل على الممتلكات الفنية كاللوحات الزيتية والرسوم المنجزة:

- التجميعات والتركيبات الفنية الأصلية من جميع المواد مثل المنتجات الفن التمثالي.

¹ عبيسي نادر، عماري محمود، مرجع سابق الذكر.

- المخطوطات والمطبوعات والكتب والوثائق والمنشورات.

- وثائق الأرشيف بما في ذلك تسجيلات النصوص والخرائط وغير ذلك من معدات رسم الخرائط.

ويجب على الحائز الصادق النية لممتلك ثقافي منقول مصنف أو ماليكه أو المستفيد منه أو المؤمن عليه والذي يحتفظ بالانتفاع عليه أن يتولى حمايته وحفظه وصيانته وكل اخلال بالوجبات المرتبطة بالانتفاع بممتلك ثقافي منقول مصنف ينجر عنه بقوة القانون الغاء الانتفاع ويمكن للوزير الثقافة أو الوالي في حالة اعتراض المالك أن يرغمه على ذلك بجميع الوسائل.

كما أن القانون الجزائري يحظر تصدير الممتلكات الثقافية المنقولة والمحمية انطلاقا من التراب الوطني ويمكن أن يصدر مؤقتا أي ممتلك ثقافي محمي في اطار المبادلات الثقافية أو العلمية أو قصد المشاركة في البحث في نطاق عالمي.

ثالثا: الممتلكات الثقافية الغير مادية

وتعرف الممتلكات الثقافية الغير مادية بأنها مجموعة معارف أو تصورات اجتماعية أو معرفة أو مهارة أو كفاءات أو تقنيات قائمة على التقاليد في مختلف ميادين التراث الثقافي وتمثل الدلالات الحقيقية الارتباط بالهوية الثقافية ويحوزها شخص أو مجموعة أشخاص ويتعلق الأمر بالميادين الأتنية على الخصوص :

علم الموسيقى العريقة والأغاني التقليدية والشعبية والأناشيد والألحان والمسرح وفنون الطبخ والتعبير الأدبية الشفوية والقصص التاريخية والألغاز والأمثال والحكم والاساطير ويتمثل الهدف من خلال حمايتها هو بدراسة التعبير والمواد الثقافية التقليدية وصيانتها والحفاظ عليها وتعني على الخصوص ما يأتي:

- انشاء مدونات وبنوك معطيات تخص التراث الثقافي الغير مادي.

- التعريف وتدوين التراث الغير مادي.

- تصنيف التراث الغير مادي وجمعه وتسجيله بكافة الوسائل المناسبة وعلى الدعائم الممكنة على مجموعة أشخاص أو جماعات تحوز التراث الثقافي الغير مادي.

- كما يقوم رجال العلم والمؤسسات المختصة بدراسة المواد المتحصل عليها لتعميق المعرفة والكشف المراجع الذاتية الاجتماعية والتاريخية.

- الحفاظ على سلامة التقاليد بالحرص على تقادي تشويبه عند القيام بنقله.

تخضع مواد الثقافة التقليدية والشعبية التي يتم جمعها في الجراءات الحفظ الملائمة لطبيعتها بحيث يحافض على ذكيراتهم بجميع أشكالها ونقلها الى الأجيال للاحقة .

المطلب الرابع: طرق الحصول على الممتلك الثقافي

يمكن دمج الممتلكات الثقافية التابعة للملكية الخاصة في الأملاك العمومية التابعة لدولة عن طريق الاقتناء بالتراضي أو عن طريق نزع الملكية من أجل المنفعة العامة أو عن طريق ممارسة الدولة حق الشفعة أو عن طريق الهبة كما يمكن لدولة تحتفظ بحق سن الارتفاقات للصاح العام مثل حق السلطات في الزيارة والتحري.¹

أولاً: عن طريق التراضي

هو تحويل نشاط أو ملك معين للأحد الأفراد العامة أو الخاصة الى ملكية جماعية للاستعماله للغرض المصلحة العامة العليا وليس في سبيل المصلحة الفردية الخاصة يكون بتراضي كل الأطراف التي من شأنها أن تتأثر اقتناء هذا الموروث الثقافي والذي يمتد الى كل الموجودات والمنشأة وعناصر المعنوية ويحدد القانون اجراءات الاقتناء بالتراضي وكيفية التعويض.

كما أنه يفلت من الرقابة القضائية باعتباره عملاً قائم على الرضاء والقبول دون الاكراه والتعسف.

ثانياً: نزع الملكية من أجل المنفعة العامة

يعرف المشرع الجزائري نزع الملكية للمنفعة العامة في المادة 02 من قانون نزع الملكية رقم 91/11 المؤرخ في 27 أبريل 1991 كمايلي ((يعد نزع الملكية للمنفعة العامة طريقة استثنائية للاكتساب أملاك أو حقوق عقارية ولا يتم الا اذا أدى انتهاج كل الوسائل الأخرى الى نتيجة سلبية وزيادة على ذلك لا يكون نزع الملكية ممكن الا اذا جاء تنفيذ للعملية ناتجة عن تطبيق الاجراءات نظامية مثل التعمير والتهيئة العمرانية والتخطيط وتتعلق بانشاء تجهيزات جماعية ومنشآت للأعمال كبرى ذات منفعة عمومية)).

¹ منذر عبد الحسين، الوضيفة الاجتماعية للملكية الخاصة في الشريعة الإسلامية و القانون الوضعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1988، ص168.

من خلال هذا التعريف يمكن أن تقوم الدولة بنزع ملكية الممتلكات الثقافية العقارية المصنفة أو المقترح تصنيفه من أجل المنفعة العامة من أجل تأمين صيانتها وحمايتها.

وتكون معنية بنزع الملكية أيضا العقارات المشمولة في المنطقة المحمية التي تسمح بعزل العقر المصنف أو المقترح تصنيفه أو تطهيره أو إبرازه وكذلك العقارات التي تشملها القطاعات المحفوظة .

ويجري نزع الملكية من أجل المنفعة العامة وفق للتشريع المعمول به قصد صيانة الممتلكات القارية ولاسيما في الأحوال الآتية:

- رفض المالك للامتثال لتعليمات والارتفاقات التي يفرضها الاجراء الخاص بالحماية.

- اذا كان المالك في وضع يتعذر عليه فيه القيام بالاشغال المؤمور بها ولو في حالة حصوله على اعانة مالية من الدولة.

- إذا كان شغل الممتلك الثقلفي أو استعماله يتنافى مع متطلبات المحافظة عليه وأبدى المالك رفضه معالجة هذا الوضع.

- إذا كانت قسمة العقار تلحق ضرار بسلامة الممتلك الثقافي ونتج عنها التغير المجزء فيمكن للوالي الذي يمثل الهيئة المحلية الى اصدار قرار نزع الملكية الخاصة للمنفعة العامة.

ثالثا: حق الشفاعة الادارية

كل تصرف بمقابل في ممتلك ثقافي عقاري مصنف أو مسجل أو مسجل في قائمة الجرد الإضافي او مشمول في قطاع محفوظ يترتب عليه ممارسة الدولة حقها في الشفاعة ويخضع التصرف بمقابل أو بدون مقابل تصنيفه أو مسجل في قائمة الجرد الإضافي أو مشمول في قطاع محفوظ أيا كان مالكه لترخيص مسبق من الوزير المكلف بالثقافة ويتعين على الضباط العموميين إبلاغ الوزير المكلف بالثقافة بكل مشروع تصرف في ملكية الممتلك الثقافي العقاري وتكون للوزير المكلف بالثقافة مهلة اقصاها شهران ابتداء من تاريخ استلاميه التبليغ للاعراب عن رده.

ويعد الترخيص بانقضاء هذه المهلة كما ولو كان ممنوحا وكل تصرف في ممتلك ثقافي دون استيفاء هذا الاجراء يعد لاغيا .

وتمارس الشفاعة الادارية حسب القيمة الوطنية او المحلية للممتلك الثقافي.

خلاصة الفصل

من خلال تطرقنا لإطار المفاهيمي لتراث الثقافي تناولنا مختلف التعاريف وأنواع التراث المادي والغير مادي وخصائصه وطرق حماية الموروث الثقافي وكيفية تقسيم الممتلكات الثقافية المادية والغير المادية وحسب القانون .

الجانب التطبيقي

الفصل الرابع

الاطار الميداني للدراسة

تمهيد

الصناعة التقليدية هي الأخرى تحتل مكانة رائدة فيولاية الوادي إذ يوليها الأهالي اهتماما كبيرا وهي تعطي للسياحة دفعا كبيرا يتصدر هذه الحرف: النسيج، الخياطة، الأواني الخزفية إلى جانب صناعة المضلات والققف المصنوعة من سعف النخيل.

ومنه نتطرق إلى المباحث التالية:

المبحث الاول: ماهية غرفة الصناعة التقليدية لولاية الوادي.

المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية لولاية الوادي.

المبحث الثالث: مساهمة الصناعة التقليدية في توصيل المورث الثقافي.

المبحث الاول: ماهية غرفة الصناعة التقليدية

تعتبر غرفة الصناعة التقليدية فضاء للترقية والإبداع والتكوين في مجال الصناعة التقليدية والفنية، إنتاج المواد والخدمات، تساهم في تطبيق إستراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والفنية كعامل أساسي للمحافظة على التراث الثقافي، لهذا نتطرق إلى تعريفها، ثم مهامها، ثم الهيكل التنظيمي لها.

المطلب الأول: تعريف غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي

-**المادة 01:** طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 323/09 المؤرخ في 22 شوال عام 1430 الموافق ل 11 أكتوبر 2009 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 100/97 المؤرخ في 21 ذي القعدة عام 1417 الموافق ل 29 مارس 1997 والذي يحدد تنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف وعملها لاسيما المادة 05 منه المتضمنة تسيير الفضاءات الخاصة بدار الصناعة التقليدية من طرف غرف الصناعة التقليدية والحرف والتي هي معنية بدورها بوضع نظام داخلي لتسيير هذا الهيكل. تحدد هذه الوثيقة النظام الداخلي لكيفيات وشروط إستغلال وممارسة نشاطات الصناعة التقليدية داخل دار الصناعة التقليدية الكائنة ببلدية الوادي حي الشط 08 ماي 1945.

-**المادة 02:** تعتبر دار الصناعة التقليدية فضاء للترقية والإبداع والتكوين في مجال الصناعة التقليدية والفنية، إنتاج المواد والخدمات، تساهم في تطبيق إستراتيجية تنمية الصناعة التقليدية والفنية كعامل أساسي للمحافظة على التراث الثقافي، وذلك بالمساهمة في تكوين الشباب في قطاع الصناعة التقليدية والحرف.

ويمكن أيضا تعريف مديرية السياحة باعتبار أن لها علاقة وطيدة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف كمايلي:

أنشئت مديرية السياحة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 376-2000 المؤرخ في 22 نوفمبر 2000 بعد أن كانت مفتشية للسياحة والصناعة التقليدية وتم تعديل المرسوم تحت رقم 05-216 المؤرخ في 11 جوان 2005 والمتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المعدل للمرسوم السابق الذكر والمؤرخ في 20 أكتوبر 2010 ، وكذا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2013.¹

¹ معلومات من دار الصناعة

المطلب الثاني: مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية الوادي

وتتمثل مهمة دار الصناعة التقليدية في مايلي¹:

- 1- القيام بعمليات التكوين والتمهين في مختلف فروع الصناعة التقليدية والحرف تحت إشراف الغرفة.
- 2- المساهمة في ترقية نشاطات ومنتجات الصناعة التقليدية والحرف عن طريق تنظيم صالونات، معارض وأيام دراسية...إلخ.
- 3- فتح فضاءات دائمة لعرض وبيع منتجات الصناعة التقليدية والحرف المحلية والوطنية.
- 4- مرافقة التجمعات المهنية الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية والحرف لتنمية وترقية وإبراز نشاطاتها.
- 5- تخصيص فضاء توجيهي وإعلامي.

كما تتمثل مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية في مايلي:

بمقتضى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 السالف الذكر فإن مديرية السياحة والصناعة التقليدية تكلف بالمهام التالية:

- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية.
- متابعة تطابق النشاطات السياحية لمقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات السياحية.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن.
- توجيه ومتابعة بالتنسيق مع الهيئات المعنية مشاريع الاستثمار السياحي.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتمثين المواقع السياحية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية.
- جمع وتحليل وتوزيع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية.
- تشجيع ظهور طلبات سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية وتسويق المنتجات السياحية المحلية.
- دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتدخلة في السياحة والحمامات المعدنية.
- السهر على تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية.
- ضمان تنفيذ ميزانية التسيير والتجهيز.

¹ معلومات من دار الصناعة

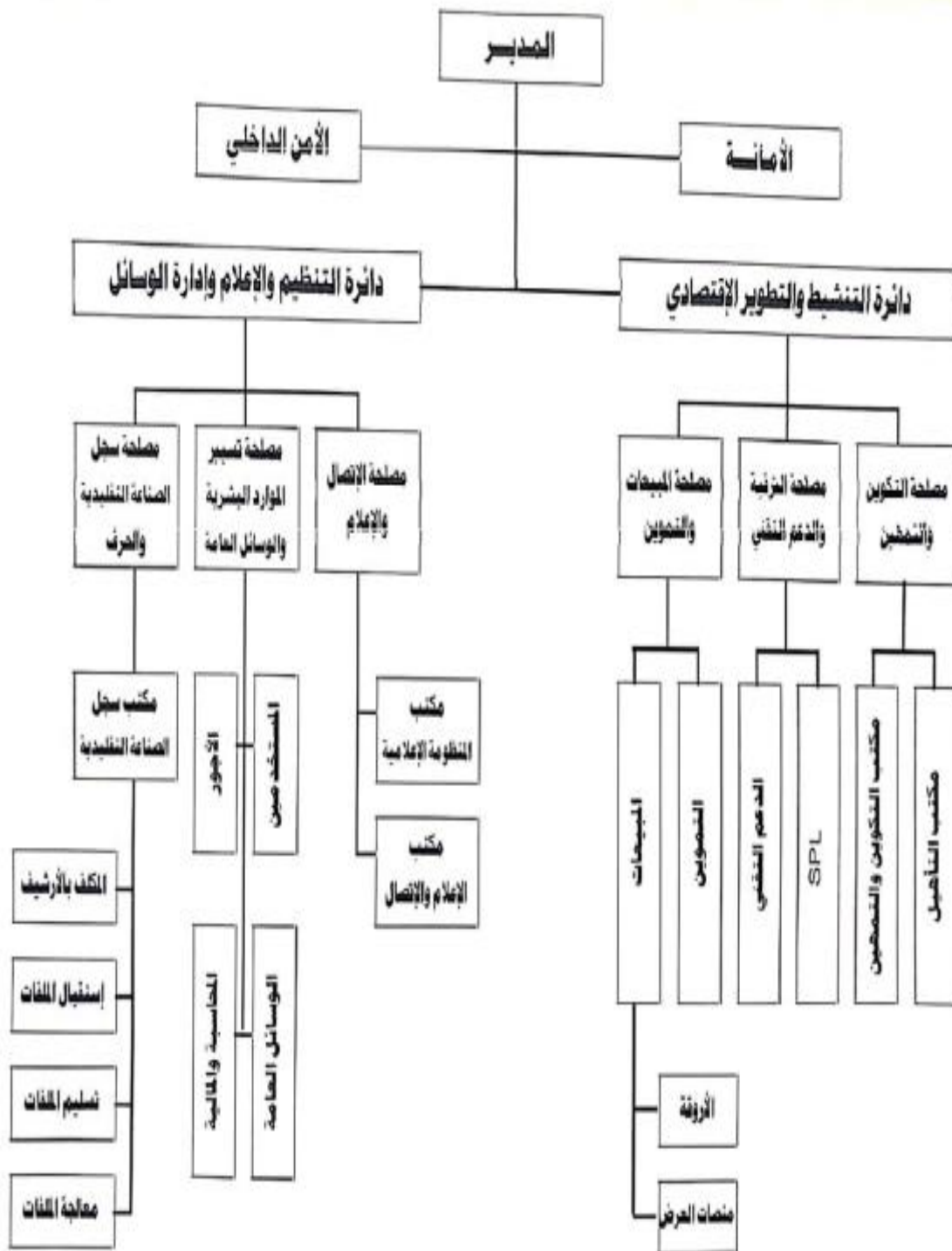
1- في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية.
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية.
- حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشره.
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السياح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2- في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ودراسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفئات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية الوادي¹



¹ معلومات من دار الصناعة

المبحث الثاني: الامكانية السياحية لولاية الوادي

المطلب الاول: تقديم لمدينة الوادي¹

ولاية الوادي متكونة من منطقتي اودي سوف حيث تعتبر من أهم المناطق السياحية بالجزائر خاصة بالصحراء الشرقية بساتينها من النخيل المسماة الغيطان مساجدها العتيقة زواياها وأزقتها الضيقة في الأحياء العتيقة، إضافة إلى كثبانها الرملية المترامية الأطراف والمحاصرة لعدة بساتين من النخيل في العرق الشرقي الكبير، جعل وادي سوف ووادي ريغ من أجمل وأجذب المناطق السياحية في الجزائر، ثراء الصناعات التقليدية الفنية وعادات وتقاليد المنطقة المتجذرة والأصلية إضافة إلى نوعية الفنون الشعبية أضيف طابعا آخر على المنطقة وجعلها أكثر خصوبة التنمية سياحة متكاملة تربط بين الطبيعة والثقافة تراث متعدد الأوجه من المعالم الطبيعية كالسبخات، والبحيرات، والأسواق العديدة، القرى التقليدية الفريدة من نوعها إضافة إلى الحيوانات الصحراوية والنباتات المتنوعة المعروفة عند البدو الرحل بخصوصيتها الطبية، هنا دون أن ننسى فنون الطبخ المحلي والأكلات الشعبية مناخ منطقة الوادي المتميز بحرارة ودفئ الجو في الخريف والشتاء يمكن الزائر من التمتع بالطبيعة وبالتالي أصبحت الوادي مقصدا متميزا للسياحة الصحراوية الثقافية منها والبيئية، وما نريده منكم هو الوقوف على جماليات مناظر وادي سوف في الشتاء والربيع، حتى في صيفها حيث غروب شمسها الرائع وكما نريد لكم اكتشاف عبقرية سكان المنطقة في العمران وتشبيد المدن المتجسدة في مساجدها وقبابها وطابعها الخاص الذي يتماشى وفق الخصوصيات المنافية للمنطقة.

الموقع الجغرافي: تقع ولاية الوادي في الجنوب الشرقي من الجزائر، يحدها من الشمال ولاية خنشلة ومن الشمال الغربي ولاية بسكرة، ومن الغرب ولاية الجلفة ومن الجنوب ولاية ورقلة، تمتد حدودها الإقليمية مع الجمهورية التونسية من ناحية الشرق عن مسافة 300 كلم.

تتربع ولاية الوادي على مساحة إجمالية قدرها 44.486.80 كلم 2 من مساحة الجزائر يقدر عدد سكان الولاية ب 665.460 نسمة، أما مدينة الوادي عاصمة الولاية فيقدر ب 135.498 نسمة مناخ الولاية، ولاية الوادي والوسط الطبيعي مناخ ولاية الوادي صحراوي يمتاز باختلاف كبير وهام في درجات الحرارة بين الليل والنهار وفي الشتاء والصيف.

¹ موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية: <https://el-oued.mta.gov.dz/>

المطلب الثاني: الموارد الطبيعية والمواقع السياحية لمدينة الوادي

باعتبارها منطقة صحراوية وتغطي الكثبان الرملية مساحة هامة من الوادي ومحاصرة للفضاءات المائية على ثلاث جهات من الغرب شط وادي ريغ ومن الشمال شط ملغيغ وأيضا شط جريد التونسي، فلها موارد كثيرة مفيدة { الحصى، الطين، } كما أن نشاط هذه الولاية معزز بمزايا أخرى.¹

- دقلة نور او مايعى بالمنقر .
- المحاصيل الفلاحية العالية الجودة (الزيتون ، البطاطا ،....).
- تحوي أكبر احتياطي وطني من المياه الجوفية.
- تربتها صالحة للزراعة والبناء وصناعة الاجر والجبس.
- بها أكبر منجم أفريقي من الملح الصناعي (شط ملغيغ، شط مروان).
- بها مساحة معتبرة غابة رعوية تضم أكبر عدد من الابل على المستوى الوطني.
- تنتج 24% من المنتج الوطني من التبغ (المرتبة الاولى).
- أراضيها تستوعب زراعة 10 ملايين نخلة واكثر تربة وماء.
- تتميز بموقع مهم لوجود 300 كلم حدود خارجية (مع الجارتين ليبيا، تونس).
- تضم اكبر ثروة للنخيل على المستوى الوطني وأكبر منتج.

ثانيا: المواقع السياحية لمدينة الوادي

نذكر البعض المناطق السياحية لمدينة الوادي:

- 1- الزاوية التيجانية: يعود تاريخ تأسيس الزاوية الذي تقع حاليا في الضاحية الشرقية من مدينة قمار إلى الثلاثي الأخير من سنة 1789م ما يوافق 1204هـ على يد المقدم محمد الساسي القماري وبأمر من مؤسس الطريقة التيجانية سيدي أحمد التجاني، وهي معلم ديني تاريخي ، وسياحي هام بولاية الوادي، تنفرد بجمال نقوشها وزخارفها الجبسية، التي أبهرت العديد من المختصين .

¹ موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية: <https://el-oued.mta.gov.dz/>



الصورة رقم 01 : الزاوية التجانية الوادي

2- زاوية سيدي سالم: زاوية سيدي سالم المعروفة بمنارة مسجد المصنف كمعلم تاريخي، وهي الزاوية التابعة إلى الطريقة الرحمانية المنتشرة في الشمال.



الصورة رقم 02 : تمثل زاوية سيدي سالم الوادي

3- الزاوية القادرية: تتواجد زاوية القادرية بوسط سوق الوادي تمتاز بمنارتها العالية التي تمكنك من إلقاء نظرة شاملة على مدينة الوادي، كما لها عدة مراكز بالبياضة وارباج والدبيلة، وقمار تعمل على تدريس القرآن والحفاظ على أصول الدين، مؤسسها الشيخ العلامة الهاشمي بن ابراهيم بن أحمد.

4- سوق الوادي:



الصورة رقم 03 : تمثل سوق الوادي

5- الغيطان:



الصورة رقم 04: تمثل منطقة الغيط في الوادي

6- بحيرة عياطة:



الصورة رقم 05: تمثل بحيرة العياطة الوادي

7- حي الأعشاش: حي قديم بأزقة ضيقة وبه سوق سوق الاعشاش يقع في قلب مدينة الوادي وهذا السوق مقصد لسواح الوطنيين والاجانب.



الصورة رقم 06: سوق الأعشاش الوادي

9- موقع التخيم بالصحراء



الصورة رقم 07: تمثل التخيم بصحراء الوادي

10- فندق ومركب الغزالة الذهبية:



الصورة رقم 08 : تمثل فندق الغزال الذهبية

الحضيرة الفندقية: تحتوي ولاية الوادي على عدة منشآت ومؤسسات سياحية تساهم بدور فعال في استقطاب السياح والتدفق السياحي، مع الترقب مستقبلا لمشاريع سياحية أخرى حيث تتوفر الولاية على الكثير من الفنادق موزعة عبر تراب الولاية وهي فنادق تابعة الخواص وحتى للدولة، والملاحظ أن عدد الفنادق سيزداد بفعل رغبة الخواص في توظيف أموالهم مما سمح بخلق جو من المنافسة وتدعيم القطاع السياحي بهذه الهياكل.

- فندق الغزالة الذهبية {4.3 نجوم} .
- فندق غيطان بلاص {4 نجوم}.
- فندق سوف الكبير {3 نجوم} .
- فندق اللوس {2 نجوم} .
- فندق التجاني {3 نجوم} .

اما الفنادق الأخرى فهي غير مصنفة و منها: فندق الذهب الأسود، السعه الفندق المركزي، فندق سي موسى فندق العلمي.

المطلب الثالث: الصناعات التقليدية لولاية الوادي

الصناعات التقليدية في المجتمع السوفي: اتسمت الصناعة التقليدية في المجتمع السوفي بطابع البساطة الذي فرضته الحاجة وطورته التجربة عبر القرون والأجيال حتى بلغت في أواخر القرن التاسع عشر مستوى من الرقي والازدهار فتعددت بعض المنتجات الصناعية حدود وادي سوف إلى آفاق بعيدة، فضلا عن الدور الفعال لهذه المصنوعات في المجتمع المحلي إذ تمثل إحدى ركائز الحياة الاجتماعية والاقتصادية بما تقدمه من خدمات جلية للسكان، وبما توفره من مصنوعات مختلفة الأشكال والأنواع والألوان، والتي تستمد موادها الأولية من غيطان المنطقة ونباتاتها وحيواناتها وصخورها فمن النخلة تصنع الأواني واللات ومواد البناء ومن أصواف الأغنام وأشعار الماعز ووبر الإبل يتم نسج الملابس والأفرشة وإعداد الخيام والأكياس ويتم دبغ الجلود حتى تصير جاهزة لمختلف الصناعات الجلدية الجميلة أما الحجارة الباطنية في أساس "الجبس" الذي يعتبر المادة الأساسية لتشييد المباني والمنشآت العمرانية¹.

أولا: صناعة السعف:

يقوم الصانع بجمع هذا السعف، فيجففه بتعريضه للشمس فلما ييبس يدخل إلى الظل ، ثم يغمس في الماء حتى يلين ويصير مطواعا للعمل، فيصنع منه أشياء عديدة كالأواني الأوعية المتفاوتة الأحجام وأدوات أخرى ذات استعمال متنوعة، ومن هذه المصنوعات السعيفة الزنبيل والقفة والملاية والشارية والزمرور ولعلاقة وأما المظلة والمنشة فيستعملان لمقاومة حرارة المنطقة.



الصورة رقم 10: تمثل اواني مصنوعة من السعف



الصورة رقم 09: تمثل قفف مصنوعة من السعف

ثانيا : الصناعات النسيجية بوادي سوف

ترجع هذه الصناعة إلى قرون عديدة وقد استمد السكان من الطبيعة المحيطة بهم كل ما يوفر لهم العيش المريح من طعام وزينة ولباس واشتغل بهذا الفن النساء والرجال على حد سواء وتتمثل هذه الصناعات في:

¹ دليل سياحي ، مديرية السياحة لولاية الوادي 39000 الجزائر ص2.

1- اللباس التقليدي: عرف اللباس التقليدي الذي يعد بمثابة المرأة العاكسة لعادات الجزائريين وتقاليدهم كيف يحافظ على آثار كل الحضارات التي تعاقبت في البلد ومع أن الحياة الريفية قاسية وصارمة، إلا أن زي أهل الريف لا يخلو من الأناقة والإبداع، وأما اللباس الحضري فهو ثمرة تزاوج بين عدة ثقافات وحضارات في الجزائر، ساير اللباس طبيعيا كل المراحل المعيشة.

أ- صناعة الحايك



الصورة رقم 12: تمثل اللحاف السوفي



الصورة رقم 11: تمثل الحايك السوفي

ب- صناعة البرنوس: وهو لباس خاص بالرجال، ويعتبر من أهم الصناعات النسيجية بالمنطقة وخارجها، ويصنع من الصوف.



الصورة رقم 13: تمثل البرنوس السوفي

ت- صناعة القندورة : وهي صناعة ذات انتشار واسع بالمنطقة ويتم إنجازها من طرف النساء في البيوت أو في الخيام عند البدو وهي لباس خاص بالرجال وتصنع القندورة من الصوف وحده أو تكون معلمة بالوبر أو الحرير أو كلها من الحرير.

ث- صناعة القشابية: وهي مثل القندورة لكنها تزيد عليها الطربوش والكمين وفي الغالب تكون مصنوعة من الصوف الخالص بعضه أبيض والآخر أسود أو تكون معلمة بالقطن أو من صوف ابيض وحده.



الصورة رقم 14 : تمثل القشابية السوفية

د- صناعة العراقية: وهي طربوش مزركش بالمربعات ، أو يكون ابيض اللون.

ر- صناعة العفان: وهو حذاء يصنع من الصوف الأبيض وشعر الماعز الأسود الذي يتخذ أحزمة له وهي تحمي مرتديها من الرمال الباردة في فصل الشتاء ومن رمضاء الصيف المحرقة.



الصورة رقم 15: تمثل العفان المصنوع من الصوف

2- الزرابي والنسيج : إن الغزل الجزائري غاية في التنوع والفني . تحاك الزرابي والسجادات والأرائك في كل المناطق برسوم متنوعة وثرية وقد تم إثراء الزخرفة البربرية الأصلية بنباتات الفن الإسلامي والمشرقي . من الزرابي ذات النقاط المربوطة والغليظة وذات المقاسات الكبيرة إلى " الحنبل " والأغطية التزينية البسيطة، مروراً بزرابي الأوراس ذات الزخرفة الفنية جدا يبقى الغزل الزرابي الجزائري في نوع من الثراء في الأنماط التي لا تتلف تجاعيد الزمن جمالها.

أ- صناعة الزرابي



الصورة رقم 16: صناعة الزرابي

ب- صناعة مستلزمات الخيمة: إن بدو سوف كانوا يصنعون في القرن التاسع عشر كل متطلباتهم من الصوف والشعر والوبر البني الناصع الذي تصنع به الخيام، ويتكون من عدة أجزاء منها: الأفلجة والطرائق، والحنبل، وغيرها.

3- الفخار التقليدي: إن الفخار الجزائري جد ثري ويعد بأشكاله المتنوعة وزخارفه الأنيقة أحد رموز التراث الحرفي التقليدي الجزائري، تعود جذور هذه الصناعة الفخارية إلي أزمنة غابرة إذ كانت في الماضي تستعمل في الحياة اليومية وقد بات اليوم مهدد بالانقراض في عدة جهات من الوطن.



الصورة رقم 18: تمثل صناعة الفخار



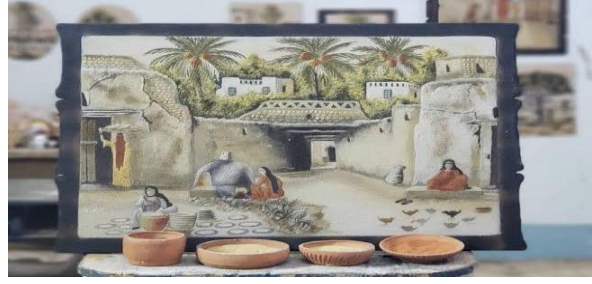
الصورة رقم 17: تمثل صناعة الفخار

أ- صناعة فن الرمال:

ابتكر حرفي الجنوب بعبرية هذه التقنية المستوحاة من بيئته يتمثل في فن الترميل في انجاز لوحات بواسطة الرمل الرقيقة الممزوجة بالصمغ والموضوع على دعامة صلبة، وغالبا ما تكون هذه الدعامة من الخشب المعاكس ويمكن للرمل أن يكون مسطحا أو نائتا حسب الرسوم المنجزة ومهارة الفنان وغالبا ما يتم تلوينها ولأسباب فنية، ظهرت أشغال رملية أخرى في مناطق أخرى من الجنوب وتتمثل في ملئ الزجاجات برمل طبيعي ومزركش، يظهر في غالب الأحيان أشكالا حيوانية أو نباتية ويبدو التنوع في الأشكال خاصة المعقدة منها صعب الانجاز.



الصورة رقم 20 : تمثل الزجاجات مملوئة بالرمل



الصورة رقم 19 :لوحة رسم بالرمل الفنان أحمد وهبة الوادي

ب- صناعة الجلد:

نعود صناعة الجلد إلى ماض بعيد كانت الجلود المدبوغة تستعمل في صناعة الأنية والغمد والأحذية وطارقات الذباب والمخدرات والأحزمة وبرادع الأحصنة والجمال وما إلى ذلك. تنتشر صناعة الجلود من شمال البلاد إلى جنوبه وقد سمحت صلابة الجلد وسلاسته وسهولة تشكيله باكتسابه مكانة هامة في شرائح المجتمع الصحراوي خاصة والمجتمع الجزائري عامة كلها في الماضي كما في الحاضر تستدعي صناعة الجلد اهتماما خاصا.



الصورة رقم 22:تمثل قرب من الجلد



الصورة رقم 21:تمثل جزدان الجلد

ت- صناعة الخشب : يستعمل في صناعة المواعين والأدوات في خدمة الحياة اليومية، في أيامنا هذه باتت البلطة الصغيرة المستعملة في قطع الخشب تندثر أمام التقنيات الحديثة (خراط الخشب بالآلة).



الصورة رقم 23: تمثل صناعات الخشب

د- صناعة النحاس:

صناعة الأواني النحاسية صناعة حضرية أساسا تطورت هذه الصناعة في القرون الوسطى وهي متأثرة بشكل عميق بالزخرفة والأشكال المشرقية، في أيامنا هذه تستعمل الأواني النحاسية بالخصوص في تزيين الصالونات، وازدهرت صناعة الأواني النحاسية في ولاية الوادي كونها مهتمة بهاته الصناعات التقليدية.



الصورة رقم 25: تمثل صناعات النحاس



الصورة رقم 24: تمثل صناعة النحاس

هـ- صناعة الجبس:



الصورة رقم 27: زخارف سقف بالجبس



الصورة رقم 26: صناعات الجبس

المبحث الثالث: مساهمة الصناعة التقليدية في توصيل المورث الثقافي للسائح بولاية

الوادي

المطلب الاول: عرض أسئلة المقابلة¹

س1- كيف تجلب الصناعات التقليدية السياح من خارج الولاية الى الولاية؟

ج1- عرض المنتج بطريقة غير مباشرة، إعداد مواقع سياحية تعرض فيها الصناعات وتوفير معارض وإعلام لتوصيل فكرة وأنواع الصناعات التقليدية للولاية.

س2 - ما هي المشكلات والعوائق التي تواجه تصدير المنتج التقليدي إلى الخارج؟ هل هناك طلب من الخارج على المنتجات التقليدية الجزائرية؟

ج2 - دعم الحرفيين المختصين في صناعة التمور (الرب، الخل، الروينة، فرينة، قهوة) و البطاطا، صناعات التي حققت نجاح وشاركت الغرفة مع مجموعة من الحرفيين في فعالية القرية العالمية دبي دولة الامارات العربية المتحدة حيث حقق الحرفي طيارة عبد الحق نسبة مبيعات قدرت ب 100 % ؟

س3- ما هو الموروث الثقافي الموجود في ولاية الوادي؟

ج3- يوجد في الوادي موروث ثقافي منه المادي والغير المادي:

أولاً: الموروث الثقافي المادي:

- الزوايا ومنها: (الزاوية التجانية - زاوية سيدي سالم - الزاوية القادرية - زاوية وقبة الإمام الشريف - زاوية وضريح الشيخ الهاشمي الشريف - زاوية علي بن خزان - زاوية القوايد).

- الأحياء ومنها: (حي الأعشاش والمصاعبة - الحي العتيق الرقيبة - الحي العتيق كوينين - الحي العتيق بالزرقم).

- المساجد والمعالم الدينية ومنها: (مسجد سيدي مسعود - مسجد سيدي مسعود الشابي - مسجد الشيخ العدواني - مسجد الثلمود - مسجد العتيق الرقيبة صومعة الشوارة - برج المقيبرة - المدينة القديمة قمار).

- معالم تاريخية ومنها: (موقع الشكشاك - ثكنة عسكرية - مركز التسليح والتجنيد - برج الحمراء - مدرسة النجاح - القبة - هود شبكة - المدرسة الباديسية).

- مواقع اثرية ومنها: (منطقة سندروس - المدينة - موقع الخل - برج شوشة اليهودي - منطقة البليدة - الرقوبة).

- بئر الجهلي.

- منزل إيزابيل ايبرهارت

ثانياً: اللامادي:

¹ مقابلة مع مديرة غرفة الصناعة التقليدية.

- الاغاني التقليدية الشعبية.
- الألعاب التقليدية.
- الأكلات الشعبية التقليدية.
- الرقصات والإيقاعات الحركية.
- الأناشيد والألحان.
- التظاهرات و الإحتفالات الدينية.
- الألغاز الشعبية.
- الحكايات والأساطير.
- اللباس التقليدي.
- الشعر والأمثال الشعبي.
- الزربية.

س4- هل من طرق لإرشاد السائح للمورث الثقافي وكيفية جلبه لها؟

ج4- عن طريق مواقع التواصل والتعريف بالموروث الثقافي وكيفية تقديمه.

س5- ما هي نشاطات غرفة الصناعة التقليدية؟ كيف يمكن المحافظة على المورث الثقافي؟

ج5- تعتبر دار الصناعة التقليدية أحد أهم نقاط المدرسة في المسلك السياحي لولاية الوادي مما يجعلها قطب سياحي ليتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية رغم قلتهم، حيث تحتوي دار الصناعة التقليدية على محلات مخصص لترويج منتجات الحرفيين.

كما تقوم الغرفة بتنظيم مجموعة من المعارض والصالونات الوطنية والمحلية والتظاهرات والمهرجانات غايتها إبراز التراث الثقافي للمنطقة والتعريف به وكذلك القيام بإحصاء وجرد هذا التراث.

س6- كيف يمكن تحسين صورة غرفة الصناعة التقليدية؟ وكيف تساهم الغرفة في تحسين صورة الصناعة التقليدية في ولاية الوادي؟

ج6- للمنتجات التقليدية عبر صفحات الفيسبوك، الإذاعة المحلية

- إقامة المعارض والصالونات.

- الدورات التكوينية لتحسين المستوى.

- للمقر الإداري وجودة وسرعة العمل الإداري اعتمادنا على شبكة RESEAU داخلية برامج التسيير في كل المجالات.

س7- من هم وسطاء الصناعة التقليدية؟

ج7- مروجي الصناعة التقليدية (السجل التجاري) .

- س8- كيف تساهم الصناعات التقليدية بالتعريف بالوادي للسياح وإحياء الصناعات؟
- ج8- عرض الصناعات التقليدية المتعلقة بولاية الوادي والتعريف بها.
- س9- كيف يتم تحديد القدرة الإستيعابية للمكان السياحي وللمنطقة بصفة عامة؟
- ج9- مراقبة ودراسة المنطقة السياحية.
- فهم الظروف البيئية والاجتماعية والاقتصادية لها.
- تقييم القدرة الاستيعابية للمنطقة.
- س10- كيفية الحرص على المحافظة على التراث واللوان الفلكلور الخاص بالمنطقة دون اجراء تغييرات مصطنعة لإثارة الاعجاب؟
- ج10- بإقامة معارض وتظاهرات لتراث الثقافي.
- س11- ماهي الخدمات التي يطلبها السائح؟
- ج11- النقل، التسلية، هدايا تذكارية.....إلخ.
- س12- ماهي المشاريع الاستثمارية التي تعود بالإيجاب على المدينة والعمل على النهوض بالسياحة؟
- ج12- الفنادق - شركة نقل السياح - شركة سياحة - المطاعم والمقاهي - بزارات سياحية - منتزهات سياحية.
- س13- كيف تأثر الصناعات التقليدية في ايصال الموروث للسائح؟
- ج13- تؤثر الصناعة التقليدية في ايصال الموروث للسائح من خلال الرموز الموجودة في الصناعة التقليدية وكذا المواد الأولية المصنوعة منها.
- س14- ماهي الاقتراحات للنهوض بالسياحة؟
- ج14- الإهتمام بالمناطق السياحية في الولاية.
- الحاجة للدراسة والتخطيط جيدا قبل الشروع في البناء لضمان سهولة الوصول للواجهة الصحيحة؟
- إصدار مطويات تبين فيها الأماكن الترفيهية والأسواق والمجمعات في الولاية، والشوارع المؤدية لها.
- توفير عدد مناسب من الفنادق لإستقبال السياح.
- بناء منتزهات كاملة تحتوي على ألعاب حديثة وعصرية متنوعة لجميع الأعمار، لتستقطب الزوار والسواح لها.
- الإهتمام بالتراث والأماكن الاثرية، والمتاحف.
- الإهتمام بمعاهد التدريب والتعليم المحلية والتسويق لها داخليا وخارجيا.
- مراعات الجانب الجمالي عند البناء.
- س15- اهم المشاكل المعرقة للسائح في المنطقة؟
- ج15- إختلاف العادات والتقاليد واللغة.
- س16- كيفية مساعدة الصانع التقليدي لبروزه في الساحة؟

ج16- يساعد الصانع التقليدي لبروزه في الساحة من خلال المعارض المنظمة من طرف غرف الصناعة التقليدية.

س17- من يستفيد من بطاقة الصناعة التقليدية؟

ج17- يستفيد من بطاقة الصناعة التقليدية كل جزائري يتمتع بحقوقه المدنية يبلغ من العمر 19 سنة وله خبرة في مجال عمله أو شهادة تثبت ذلك أو مؤهل مهني أو دبلوم من التكوين المهني أو الجامعة.

س18- هل تعتبر الصناعة التقليدية في بسكرة (خاصة مثلا المأكولات السوفية) عنصر مشجع للسياحة وجلب السياح؟

ج18 - المأكولات التقليدية غير مدمجة في نشاطات الغرفة حيث يتم الحصول على ترخيص لمزاولة هذا النشاط

من خلال السجل التجاري ومع ذلك قامت الغرفة بتخصيص فضاء للطعام التقليدي على مستوى الدار حيث يتوافد العديد من السياح المحليين والأجانب على هذا الفضاء، إقامة خيمة تقليدية أمام دار الصناعة التقليدية.

س19- ما هي الصعوبات التي يواجهها الحرفيين في مجال الترويج لمنتجاتهم الحرفية؟

ج19- الصعوبات التي تواجه الحرفي في ترويج منتجاته هي عادة السعر والتنوعية.

س20- هل هناك مؤسسات تدعم المنتج الحرفي؟ ما هي وفيما يتمثل هذا الدعم بالتفصيل؟

ج20- المؤسسات التي تدعم الحرفي هي : ANSEJ , CNAE , ANJEM.

ج21- هل كان لمناخ المنطقة تأثير في صناعته؟

ج21- نعم ساعد المناخ المنطقة في صناعاتها لأنه مناسب لها.

س22- ما هي الفوائد التي يتم بها ترويج منتجات الحرفيين وصناعاتهم التقليدية؟

ج22- دار الصناعة التقليدية والصالونات والمعارض.

س23- ما علاقة طبيعة الارض في منطقة واد سوف ب البطاطا والتمر؟

ج23- طبيعة الارض وخصوبة التربة كانت مناسبة ولها يد مساعدة لإنتاج هذه المنتوجات.

س24- هل حصلت للباس التقليدي بعض التحديثات في مادة الصنع او طريقة الصنع او حتى التسمية من قديمة إلى جديدة؟

ج24- حصلت بعض التغييرات الطفيفة لكن مازالت متمسكة بالأصل.

س25- كيف ساهم فن النقش على النحاس وصنع الفخار في تحسين الوضعية الاقتصادية لأهالي المنطقة؟

ج25- ساهم في إكتساب زبائن واقتطاب سياح.

س26- هل لكل رسمة من رسومات الزرابي أو زخرفة معنى و مدلول ورمز تراثي؟

ج26- نعم لكل رسمة مدلول يعود للعصر القديم.

س27- هل مزال للصناعات التقليدية تواجد وحضور في المناسبات الدينية والاجتماعية؟

ج27- نعم لازالت الصناعات التقليدية متواجدة ومحفورة في مجتمعنا لأن أغلبها متعلقة ومرتبطة بإحتفالتنا الدينية والاجتماعية.

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات وتحليل النتائج

الفرضية الرئيسية: هناك أثر الصناعة التقليدية في ايصال الموروث الثقافي

سوف نقوم بالإجابة على الفرضية الرئيسية من خلال فرضياتها الفرعية التالية:

الفرضية الاولى: تعتبر الصناعة التقليدية عامل لجذب السائح

من خلال المقابلة التي قمنا بها مع مدير غرفة الصناعة التقليدية أكد لنا أن دار الصناعة التقليدية أحد أهم المسلك السياحي لولاية الوادي مما يجعلها قطب سياحي ليتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية.

كما تقوم الغرفة بتنظيم مجموعة من المعارض والصالونات الوطنية والمحلية، وتساهم الغرفة أيضا بتحسين صورة الصناعة التقليدية في مدينة الوادي عبر إعتقاد شبكة داخلية لبرامج التسيير في كل المجالات:

- الترويج للمنتجات التقليدية عبر صفحات الفيسبوك، والإذاعة المحلية.

- إقامة المعارض والصالونات.

- الدورات التكوينية لتحسين المستوى.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الثانية: تواجه الصناعة التقليدية مشاكل ومعوقات كثيرة في مجال السياحة.

هناك عدة صعوبات منها داخلية وخارجية.

داخلية: قلة اليد العاملة، نقص الحرفي من جانب ترويج المنتجات

خارجية: تتمثل فيما يلي:

- زيادة التضخم والقدرة الشرائية للمستهلك.

- فارق العملة يؤثر على سعر التكلفة وبالتالي اسعار البيع.

- فشل عملية إنشاء تجمع حرفي لصالح حرفي مشتقات النخيل.

- لا توجد نقاط عديدة لتوزيع منتجات تقليدية في الخارج.

وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الثالثة: هناك دور للتوزيع السياحي في ترقية الصناعة التقليدية.

توجد مشكلة في توزيع المنتجات التقليدية في الوادي حيث لا توجد نقاط توزيع للمنتوج التقليدي السوفي في الخارج بعدد مطلوب، ويقوم الحرفي بتوزيع المنتجات بنفسه دون مساعدة الغرفة خاصة في التظاهرات والصالونات الحرفية الدولية، وأكد لنا أن الغرفة تقوم بمساعدة الحرفيين في المشاركة في الصالونات والتظاهرات ولا تقوم الغرفة نفسها بتوزيع او بيع المنتجات ومن وسطاء الصناعة التقليدية هناك مروجي الصناعة التقليدية .

وفيما يخص نقاط توزيع في الخارج للمنتوج التقليدي السوفي من مأكولات وحلي وملابس فلقد أكد لنا انه لا توجد نقاط توزيع في الغرفة مما يؤثر على التسويق السياحي في الغرفة بشكل كبير، ويمكن التواصل مع السياح عن طريق العرض المباشر.
وبناء على ما سبق تم تأكيد الفرضية.

الفرضية الرابعة: هناك دور الصناعة التقليدية في أيبال الموروث الثقافي للسائح

بعد القيام الحرفي بعرض صناعاته وحرفه التقليدية عبر الاشهارات والصالونات والمعارض أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي الفاييس بوك او مواقع وغيرها يتم تعريف وتوصيل فكرة الموروث الثقافي لولاية الوادي للسائح.

وبناء على مما سبق تم تأكيد الفرضية.

الخاتمة

لم تعد الصناعة التقليدية موروثا تراثي وحضاري وثقافي تتناقله الأجيال عبر العصور فحسب بل أصبح قطاعا حيوي مهما يساهم في تنمية الاقتصاد الوطني و تكوين الناتج الداخلي الإجمالي، امتصاص البطالة، توفير مناصب العمل لفئة عريضة من الأفراد كما يساهم في إزدهار السياحة البلاد وتوفير العملة الصعبة، وبالتالي يمكن المراهنة على هذا القطاع وإعتباره ركيزة تنموية هامة في الاقتصاد الوطني في حالة ما إذا توفر له الدعم والتأطير الملائمين.

أولا - نتائج البحث:

بعد قيامنا بهذه الدراسة توصلنا إلى بعض النتائج والتي سنستخلص منها بعض الإقتراحات:

- الصناعة التقليدية موروثا ثقافيا وقطاعا حيوي يساهم في التنمية الاقتصادية للوطن.
- تعد غرفة الصناعة التقليدية والحرف من أهم هياكل القطاع إلا أنها تعاني من صعوبات من أبرزها مشكلة تغطية تكاليف نشاطها، حيث من المعلوم أن الغرفة تغطي تكاليف نشاطها وتسدد أجور موظفيها من النشاطات المتمثلة في المعارض والصالونات والبرامج التكوينية، كما يشتكي معظم الحرفيين من تكاليف المشاركة التي تفوق المبيعات والمداخيل التي يحققها في تلك المعارض، هذا ما عاد بالسلب على تسويق المنتج الحرفي الجزائري.
- الجزائر تعد المؤسسات الحرفية قطاعا واعدا، غير أن الاهتمام به تأخر لسنوات عديدة، إذ ظهر دوره بشكل متنامي من بين هذه المؤسسات (ANGEM)، (ANSEJ)، (FNPAAT)، (CNAC).

نتائج الجانب التطبيقي:

- إحياء تراث الصناعات التقليدية والحرفية ببعث مدارس ومراكز تكوين لإثراء المنتج في الصناعات التقليدية والحرف.
- المقر الإداري وجودة وسرعة العمل الإداري والشبكة هي التي تعتمد عليها الصناعة التقليدية في تسيير البرامج في كل المجالات.
- غرفة الصناعة التقليدية تقوم بدعم الحرفيين لترويج منتجاتهم من خلال المعارض والصالونات والتظاهرات.
- تبين من خلال البحث أن غرفة الصناعة التقليدية والحرف تعمل على تطوير إستراتيجية التسويق من خلال استغلال

وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، كما تعمل على رفع مستوى الحرفيين من خلال إقامة دورات تكوينية في التسويق وتطوير المنتج وحتى في العلوم المحاسبية والقوانين الجبائية.

- تعتبر دار الصناعة التقليدية أحد أهم المسالك السياحية لولاية الوادي مما يجعلها قطب سياحي يتوافد عليه جميع السياح الذين يزورون الولاية.

- الغرفة لا تتدخل في تحديد أسعار منتجات الصناعة التقليدية المؤثر على الأسعار هو السوق.

ثانيا - نتائج إختبار الفرضيات:

من خلال الفصل التطبيقي ومن خلال المقابلة التي أجريناها مع مسؤول في غرفة الصناعة التقليدية والحرف توصلنا إلى إختبار فرضيات الدراسة كما يلي:

- **الفرضية الأولى:** تم تأكيد هذه الفرضية التي تنص على أن الصناعة التقليدية تعتبر عامل جذب لسائح.

- **الفرضية الثانية:** تم تأكيد الفرضية التي تنص على أن لصناعة التقليدية مشاكل ومعوقات كثيرة في مجال السياحة.

- **الفرضية الثالثة:** تم تأكيد الفرضية التي تنص على أن هناك علاقة بين السياحة والصناعة التقليدية.

- **الفرضية الرابعة:** تم تأكيد الفرضية التي تنص على أن هنالك دور للصناعة التقليدية في إيصال المورث الثقافي لسائح.

ثالثا - الإقتراحات:

- ضرورة توفير الأمن والاستقرار السياسي من أجل خلق الطمأنينة والراحة النفسية لدى السائح.

- إعداد برامج إعلامية لزيادة التوعية بأهمية الصناعات التقليدية والترويج لها من طرف الغرفة.

- دعم النشاطات الخاصة بالبحوث التسويقية حول المنتجات التقليدية.

- إنشاء مصالح مختصة في تسويق المنتج الحرفي وتوظيف مختصين في هذا المجال.

- إنشاء أسواق دائمة خاصة فقط بالصناعات التقليدية والحرفية مثل ما هو معمول به في الدول المجاورة (تونس والمغرب).

- تعديل بعض القوانين الجبائية والتجارية وفصل الصناعات التقليدية على الأنشطة التجارية الأخرى.

المراجع والمصادر

الكتب :

- 1 - الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، التسويق السياحي، الهيئة العامة للسياحة، السعودية، 2015.
- 2 - ابراهيم اسماعيل حسين الحديد، ادارة التسويق السياحي، دار الاعصار العلمي للنشر، والتوزيع، عمان، الاردن، 2010.
- 3 - علي بزوي، الحرف التقليدية أهميتها ومنهجية دراستها، الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية الدراسات والبحوث والنشر، العدد 12 ، لبنان، 2011.
- 4 - فتحي محمد الشرقاوي، التسويق السياحي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008.

المذكرات:

- 1- نويجي يوسف، التسويق السياحي في ترقية الصناعة التقليدية ولاية بسكرة، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير عام 2019/2018 جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 2- بن لعمودي جليلة، إستراتيجية تنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف بالجزائر في الفترة 2010/2003، مذكرة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير عام 2012 جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 3- بريج كلثوم، دور الصناعات الحرفية والتقليدية في تنمية السياحة بالمدن الصحراوية دراسة حالة تماسين، مذكرة ماستر كلية العلوم الدقيقة وعلوم الطبيعة والحياة سنة 2020 جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 4- مسعي محمد احمد، شتحونة حسام الدين، دور العلاقات العامة في تنشيط القطاع السياحي دراسة حالة ولاية الوادي، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية سنة 2019/2018 جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 5- عيسي نادر، عماري محمود، علاقة السياحة المستدامة بثقافة المجتمع الصحراوي في ولاية الوادي، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية سنة 2021/2020 خمه لخضر الوادي.

6- عزيزي عبد الحفيظ، دور الصناعات التقليدية والحرفية في تنشيط السياحة دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية ورقلة، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير 2020/2019 جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

مقالات ومنشورات

- 1- لفؤاد الكبرى الإعلام السياحي دار النشر للجامعات مصر 2001 ص26.
- 2- دليل سياحي، مديرية السياحة لولاية الوادي 39000 الجزائر ص2.
- 3- الحديد إبراهيم إسماعيل حسين الحديد، إدارة التسويق السياحي مكتبة المجمع العربي للنشر والتوزيع عمان الأردن 2010 ص 88-98.
- 4- معلومات من دار الصناعة.
- 5- علي بزي، الحرف التقليدية أهميتها ومنهجية دراستها، الثقافة الشعبية، أرشيف الثقافة الشعبية الدراسات والبحوث والنشر، العدد 12، لبنان، 2011 ص131- ص132.
- 6- سميحة بن يونس، كلتوم مسعودي، دور الصناعة التقليدية الصحراوية في تفعيل السياحة الصحراوية، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، العدد 5، جامعة برج بوعريريج، ديسمبر 2016، ص42.
- 7- فوزية برسولي، كريمة بن صالح، دورالصناعة التقليدية في الترويج للسياحة الصحراوية الجزائرية، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 1، جامعة حمه. لخضر الوادي، 2016، ص17.
- 8- شاهدة عبد القادر، واقع التكوين المهني في الصناعات والحرف التقليدية في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة المالية، العدد 2، جامعة الجزائر 3 . 2016 ، ص297.
- 9- العباسي رمزي، عموري فادية، معوقات تسويق المنتج التقليدي والحرفي في الجزائر، العدد 2، مجلة العلوم الادارية والمالية، جامعة حمه لخضر الوادي 2018، ص 31.
- 10- احمد أبو فارس ،حماية التراث الثقافي الجزائري ،مجلة السياحة ،الصادرة عن الديوان الوطني للسياحة ،العدد الثاني ،الجزائر ،2008 ،ص52
- 11- منذر عبد الحسين ،الوظيفة الاجتماعية للملكية الخاصة في الشريعة الإسلامية و القانون الوضعي ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،1988 ،ص168

المواقع

1- موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية:

<https://el-oued.mta.gov.dz/>

المقابلات:

1- مقابلة مع مديرة غرفة الصناعة التقليدية.

الملاحق

أسئلة المقابلة:

- س 1 كيف تجلب الصناعات التقليدية السياح من خارج الولاية الى الولاية؟
- س 2 ما هي المشكلات والعوائق التي تواجه تصدير المنتج التقليدي إلى الخارج؟ هل هناك طلب من الخارج على المنتجات التقليدية الجزائرية؟
- س 3 ما هو الموروث الثقافي الموجود في ولاية الوادي؟
- س 4 هل من طرق لإرشاد السائح للمورث الثقافي وكيفية جلبه لها؟
- س 5 ما هي نشاطات غرفة الصناعة التقليدية؟ كيف يمكن المحافظة على المورث الثقافي؟
- س 6 كيف يمكن تحسين صورة غرفة الصناعة التقليدية؟ وكيف تساهم الغرفة الصناعة التقليدية في تحسين صورة ولاية الوادي؟
- س 7 من هم وسطاء الصناعة التقليدية؟
- س 8 كيف تساهم الصناعات التقليدية بالتعريف بالوادي للسياح واحياء الصناعات؟
- س 9 كيف يتم تحديد القدرة الإستيعابية للمكان السياحي وللمنطقة بصفة عامة؟
- س 10 كيفية الحرص على المحافظة على التراث واللوان الفلكلور الخاص بالمنطقة دون اجراء تغييرات مصطنعة لإثارة الاعجاب؟
- س 11 ماهي الخدمات التي يطلبها السائح؟
- س 12 ماهي المشاريع الاستثمارية التي تعود بالإيجاب على المدينة والعمل على النهوض بالسياحة؟
- س 13 كيف تأثر الصناعات التقليدية في اقبال الموروث للسائح؟
- س 14 ماهي الاقتراحات للنهوض بالسياحة؟
- س 15 اهم المشاكل المعرقلة للسائح في المنطقة؟
- س 16 كيفية مساعدة الصانع التقليدي لبروزه في الساحة ؟
- س 17 من يستفيد من بطاقة الصناعة التقليدية؟
- س 18 هل تعتبر الصناعة التقليدية في بسكرة (خاصة مثلا المأكولات السوفية)عنصر مشجع للسياحة وجلب السياح؟

- س 19 ما هي الصعوبات التي يواجهها الحرفيين في مجال الترويج لمنتجاتهم الحرفية؟
- س 20 هل هناك مؤسسات تدعم المنتج الحرفي؟ ما هي وفيما يتمثل هذا الدعم بالتفصيل؟
- س 21 هل كان لمناخ المنطقة تأثير في صناعته؟
- س 22 ما هي الفوائد التي يتم بها ترويج منتجات الحرفيين وصناعتهم التقليدية؟
- س 23 ما علاقة طبيعة الارض في منطقة واد سوف ب البطاطا والتمر؟
- س 24 هل حصلت للباس التقليدي بعض التحديثات في مادة الصنع او طريقة الصنع او حتى التسمية من قديمة إلى جديدة؟
- س 25 كيف ساهم فن النقش على النحاس وصنع الفخار في تحسين الوضعية الاقتصادية لأهالي المنطقة؟
- س 26 هل لكل رسمة من رسومات الزرابي أو زخرفة معنى و مدلول ورمز تراشي؟
- س 27 هل مزال للصناعات التقليدية تواجد وحضور في المناسبات الدينية والاجتماعية؟