



دور المنتج السياحي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية المسيلة
-منتجات الحرف التقليدية نموذجا-

The role of the tourism product in the activation of internal tourism in the Wilaya of M'sila.
Products As a Model Traditional handicrafts.
Le rôle du produit touristique dans l'activation du tourisme interne dans la Wilaya de M'Sila
- Cas des produits artisanaux traditionnels -

د. سليمان محمد

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

Slimanimohamed28@yahoo.fr

د. نصر الدين بن أعمارة

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

Ben_amar2006@y mail.com

الملخص:

يهدف بحثنا هذا إلى محاولة التعريف بمختلف مقومات السياحة الداخلية في الجزائر، نظرا لتوجه السلطات القائمة على السياحة إلى تنشيط انتقال السياح الجزائريين داخل حدود الوطن من أجل الاستفادة من المبالغ المنفقة، وكذا المساهمة في زيادة مداخيل الأسر النشطة في مجال الصناعة التقليدية، ومن أهم النتائج المتوصل إليها اعتبار الأمن والاستقرار السياسي عنصرا محوريا في عملية تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر، مع مساهمة السياحة الداخلية في التنمية الاقتصادية حيث تزيد مداخيل مناطق الجذب السياحي، وتوفير مناصب الشغل، مع كثرة العقبات والعراقيل التي تعترض تطوير السياحة الداخلية مما حال دون النهوض بهذا القطاع، ضعف إيرادات قطاع المحروقات أدى إلى تغير النظرة للقطاع السياحي باعتباره نشاط اقتصادي يمكن الاعتماد عليه في التنمية الاقتصادية، مما أدى إلى تدخل الدولة لغرض تنظيمه وتطويره.

الكلمات المفتاحية: المنتج السياحي، السياحة الداخلية، الصناعة التقليدية.

Abstract:

This research aims to present the various elements of domestic tourism in Algeria, given the tendency of tourist authorities to activate the movement of Algerian tourists within the country's borders in order to benefit from the sums spent. Also to help increase the incomes of families active in the traditional industry sector. Consider security and political stability as a central element of the process of activating domestic tourism in Algeria, with the contribution of domestic tourism to economic development, where revenues from tourist attractions and job creation, as well as the many obstacles development of the region. Domestic tourism, which has prevented the advancement of this sector, the low income of the hydrocarbon sector has changed the perception of the tourism sector as an economic activity that can be invoked in economic development, which led to the State intervention for the purpose of organization and development.

Keywords: touristic product, domestic tourism, traditional handicrafts

Résumé:

L'objectif de cette étude est de présenter les différents éléments du tourisme intérieur en Algérie, en tenant compte de l'intérêt des autorités touristiques d'encourager la circulation des

touristes algériens à l'intérieur des frontières du pays afin de bénéficier de l'argent dépensé, en plus de contribuer à l'augmentation des revenus des familles actives dans le secteur de l'artisanat traditionnel, parmi les résultats les plus importants : de considérer la sécurité et la stabilité politiques comme un élément central du processus d'activation du tourisme intérieur en Algérie, avec la contribution du tourisme intérieur au développement économique, tirant les revenus des attractions touristiques et de la création d'emplois, ainsi que les nombreux obstacles au développement de la région. Le tourisme intérieur, Tout cela a empêché l'avancement du ce secteur. Les faibles revenus du secteur des hydrocarbures ont entraîné une modification de la perception du secteur du tourisme en tant qu'activité économique fiable dans le développement économique, ce qui a conduit l'intervention de l'État dans le but de l'organiser et de le développer.

Mots-clés: produit touristique, tourisme intérieur, artisanat traditionnel

د. نصر الدين بن أعمارة Ben_amar2006@y mail.com د. سليمان محمد Slimanimohamed28@yahoo.fr

مقدمة:

تكتسي السياحة أهمية اجتماعية واقتصادية كبيرة للفرد والمجتمع، حيث تعتبر عنصرا أساسيا في تنشيط الصناعة التقليدية والحرفية وتطوير مستوى معيشة الأسرة التي تشغل فيها، أما بالنسبة للاقتصاد الوطني فتعتبر محورا أساسيا لتنوع مداخل البلدان السياحية، كما أن عائداتها تنافس عائدات الصناعة والقطاعات الأخرى ويعتمد عليها باعتبارها مصدرا مهما للعملة الصعبة، مما دفع بالدول إلى الاهتمام بها وتطويرها وتوفير شروط ترقيتها من خلال توفير البنى التحتية وتحسين الخدمات وتقديم تسهيلات للسياح وتنوع المنتج السياحي، وزاد اهتمام الدول بالنشاط السياحي مع ازدياد عدد السياح في العالم وضخامة الأموال المنفقة على السياحة، ليحتل القطاع السياحي في اقتصاديات بعض الدول المكانة الأولى منافسا بذلك باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى. ورغم المقومات السياحية الكبرى للجزائر إلا أن القطاع لم تولى له الأهمية اللازمة لجملة من الأسباب، لكن ومع التراجع الحاد في المداخل النفطية بدء التوجه نحو الاهتمام بتطوير القطاع السياحي والاستثمار فيه والاهتمام بالصناعات التقليدية وتنشيط السياحة الداخلية من أجل للنهوض بالقطاع السياحي من أجل تنوع مصادر العملة الصعبة.

1. السياحة.

1.1. تعريف السياحة:

تعرف السياحة حسب جمعية السياحة الانجليزية على أنها: " حركة مؤقتة ولفترة قصيرة للناس، إلى المناطق المقصودة خارج المكان الذي تعودوا فيه على العيس والعمل والنشاط" (أسعد حماد أبورمان، 2015). عرف مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 السياحة على أنها: " مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن، وأن لا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه".

كما تعرف السياحة على أنها : " انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج محلات سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية والنشاطات التي يقومون بها خلال الإقامة في تلك الأماكن، والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم" (زكي خليل المساعد، 2005).

كما تعرف السياحة وفق مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي في روما سنة 1963 بأنها: "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن 12

عشر شهرا، يهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، هي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية " (عوينات عبد القادر، 2013).

ويعرف السائح بأنه: " أي فرد يزور مكانا غير المكان الذي يقيم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة." (مصطفى يوسف كافي، 2017).

1.2. أنواع السياحة:

يوجد نوعين أساسيين للسياحة وهما:

* **السياحة الدولية:** وتكون من قبل مواطنين أجنب داخل حدود دولة أخرى، وفي جميع الحالات يتم اجتياز الحدود الدولية، وصرف عملة صعبة خلال فترة السياحة، وتنقسم إلى قسمين خروج مواطني الدولة إلى دولة أخرى، أو استقبال نفس الدول لمواطني دول أخرى. (سمررفقي الرحي، 2014).

* **السياحة الداخلية:** هو ذلك النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدنها المختلفة والتي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة، أي أن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها.

لكن هذا المفهوم (السياحة الداخلية) يختلف عند بعض الدول، فنجد الولايات المتحدة الأمريكية وكندا تعرفان السياحة الداخلية حسب مسافة الرحلة التي يقطعها السائح فإذا كانت 100 كلم أو أكثر عن مقر إقامته يعتبر سائحا داخليا، أما بلغاريا وألمانيا فيعرفان السائح الداخلي على أنه المواطن الذي يقضي خمسة أيام بعيدا عن مقر إقامته، أما بلجيكا وبريطانيا ليكون السائح داخليا فيجب أن يقضي أربع ليال أو أكثر بعيدا عن مقر إقامته لغير غرض العمل. (منال محمد رجال، 2015).

كما تعرف السياحة الداخلية بأنها: " هي النشاط السياحي الخاص بمواطني البلد نفسه، الذين يزاولون السياحة داخل حدود البلد، وتعتبر السياحة الداخلية عاملا مهما في تحريك الاقتصاد المحلي وإنعاش حركة السوق الداخلية". (محمد فريد عبد الله، وآخرون، 2015).

1.3. العرض والطلب السياحيين:

يضم السوق السياحي مفهومين أساسيين هما العرض والطلب حيث يعرف كل منها كالتالي:

الطلب السياحي: يعرف الطلب السياحي على أنه: " إجمال العدد الفعلي للأشخاص المشاركين بالرحلات السياحية إلى جهات قصد محددة خلال فترة زمنية محددة". (موفق عدنان الحميري، رامي فلاح الطويل، 2016).

العرض السياحي: يعرف العرض السياحي على أنه مجموعة المنتجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجيات السائح، وهذا من خلال العطل والأسفار. (عوينات عبد القادر، 2013).

ويصنف العرض السياحي إلى ثلاثة عناصر أساسية هي:

- مجموعة التراث المتكون من موارد طبيعية وثقافية وصناعات تقليدية، معالم دينية وغيرها، والتي تعمل على جلب السياح للاستمتاع بها ؛

- التجهيزات والبنى التحتية التي تلعب دورا هاما في جلب السياح، كوسائل النقل، الفنادق والمطاعم... الخ؛

- الإجراءات الإدارية والمتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج كوكالات السياحة والسفر.

1.4. السياحة الداخلية في الجزائر:

تعمل الجزائر وفق الإستراتيجية السياحية الجديدة على تنشيط وتحفيز السياحة الداخلية وذلك من أجل تنوع مصادر مداخيلها خاصة مع انخفاض أسعار المحروقات، وكذا لزيادة اللحمة بين أبناء البلد الواحد من خلال تشجيع

دور المنتج السياحي في تنشيط السياحة الداخلية بولاية المسيلة -منتجات الحرف التقليدية نموذجا- أ نصر الدين بن أعمارة و أ سليمان محمد
الأنشطة المرتبطة بالسياحة الداخلية والجدول الموالي يوضح تطور عدد السياح الوطنيين والأجانب مع المقارنة بين
سنتي 2013-2014:

الجدول 01: تطور عدد السياح الوطنيين والأجانب مع المقارنة بين سنتي 2013-2014.

تطور 2014-2013	2014	2013	تطور 2014-2013	2014	2013	
15.74-	837812	994266	0.24-	401073	402028	مجموع غير المقيمين
4.88	6215932	5926968	1.48	3772511	3717343	مجموع المقيمين
1.91	7053744	6921234	1.32	4173584	4119371	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

1.5. متطلبات نمو السياحة الداخلية في الجزائر:

نظرا لجملة من العراقيل والصعوبات التي تكبح نمو وازدهار السياحة الداخلية في الجزائر، وللحد من تلك
الصعوبات من خلال تلبية جملة من المتطلبات نذكر منها (زغيب مليكة، زيرق سوسن ، 2012) :

- تحقيق الأمن والاستقرار السياسي والقضاء على بؤر التوتر والنزاعات الداخلية التي تشكل خطرا على السائح الداخلي؛
- تحقيق الاستقرار الاقتصادي خاصة فيما يتعلق بأسعار السلع والخدمات، لأن تذبذبها من منطقة إلى أخرى يؤثر على حجم إنفاق السائح الداخلي؛
- تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية وتقديم كل التسهيلات لنجاح ذلك؛
- الاهتمام بالمناطق ذات الجذب السياحي وتجهيزها وإعدادها بكل متطلبات الراحة والنظافة؛
- الاهتمام بوسائل النقل وتنويعها بين برية بحرية وجوية لها نحو كل المناطق السياحية الداخلية؛
- الاهتمام بالترويج للسياحة الداخلية مع الأخذ بعين الاعتبار المنافسة السياحية للدول المجاورة من حيث تنوع الخدمات والسعار لجذب السياح الداخليين وتجنب توجه الموارد المالية المتمثلة في إنفاقهم السياحي إلى دول أخرى؛
- الاستفادة من المناسبات الخاصة والأعياد الوطنية والدينية التي تتميز بها المناطق السياحية الداخلية لدعمها وجذب المواطنين إليها؛
- نشر ثقافة السياحة بين الأفراد وتعزيز إدراكهم لضرورة التمسك بالعادات المعروفة ككرم الضيافة؛

- سن القوانين والتشريعات اللازمة لتشجيع ودعم السياحة الداخلية فيما يخص المؤسسات الفندقية والمطاعم والمرافق الترفيهية وغيرها.

1.6. العقبات التي تواجه السياحة الداخلية في الجزائر:

تواجه السياحة الداخلية في الجزائر العديد من العقبات التي تكبح من نموها وازدهارها نذكر منها (عوينات عبد القادر، 2013):

- صعوبة حصول المشاريع السياحية على التمويل لغياب الحوافز المشجعة على جلب هذا النوع من الاستثمار، بسبب غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية.
- العوائق الإدارية والقانونية التي تواجه الاستثمار السياحي، مثل الإجراءات الإدارية المرهقة وانتشار البيروقراطية والتي تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري.
- العقار السياحي والذي يعتبر من أهم العقار في الجزائر التي تواجه المستثمرين الوطنيين والأجانب، نظرا لتعدد إجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى.

كما توجد عقبات أخرى تقف عائقا في سبيل تطوير السياحة الداخلية نذكر منها (حسان تريكي، 2017) :

- غلاء الخدمات السياحية مع عدم خدمات سياحية جيدة وبأسعار مغرية وتنافسية تكون في متناول جميع الفئات وتستجيب لحاجات السياح الجزائريين، وبالتالي عدم القدرة على استقطاب السياح الوطنيين، وجعلهم يقضون عطلم في بلدهم بدل التوجه إلى جهات أخرى.
- ارتفاع معدلات الإجرام وانتشار مظاهر العنف بكل أشكاله، حيث تشهد شوارع المدن الجزائرية تنامي حالات الاعتداءات، مما يضعف الشعور والإحساس بالأمن والراحة النفسية، والملفت للانتباه في المجتمع الجزائري في السنوات الأخيرة هو انتشار ظاهرة العنف اللفظي، لاسيما الانتشار الكبير للكلام الجارح والخادش للحياء والإساءة اللفظية بطريقة مقصودة أو غير مقصودة، الأمر الذي ساهم في عزوف العديد من العائلات عن التجول في الوسط الحضري في كبريات المدن الجزائرية.
- عدم امتلاك الفرد الجزائري للثقافة السياحية، سواء لدى العاملين في المجال السياحي أو على مستوى المواطنين، من ناحية استعدادهم لتقبل الطرف الآخر وامتلاكهم ثقافة احترام السائح.

2. المنتج السياحي.

1. تعريف المنتج السياحي : يعرف المنتج السياحي بأنه "عبارة عن تشكيلة أو مزيج من العناصر الملموسة وغير الملموسة المعروضة في السوق السياحي لغرض إشباع حاجات ورغبات السياح في لحظة جاهزته، وتشمل بالإضافة

إلى الأشخاص الذين يقدمون الخدمات، الأماكن والنشاطات، والأفكار والتسهيلات والقيم أو مزيجا مما سبق" (حميد عبد النبي الطائي ، 2003).

ويعرف أيضا بأنه: مجموعة كل ما يقدم للسياح من المناظر الطبيعية والفنون الشعبية والنصب التذكارية والآثار التاريخية، والدينية، والرياضية والتسلية...، أو الخدمات التي تقدم كالإيواء والأماكن الطبيعية ومصادر التسلية والتنقل والاتصالات والترفيه والترويج عن النفس (زكي خليل المساعد، 2005).

أو هو الخدمات والسلع المستهلكة من طرف السياح الأجانب أو القاطنين في بلد ما خلال تنقلاتهم، وكذا مجموعة الخدمات المقدمة من طرف الهيئات والمتعاملين الذين يساهمون بشكل مباشر في تنمية وتطوير السياحة ومنها هيئات التأطير والمرافقة (وكالات السياحة والسفر- دواوين السياحة والمرشدين السياحيين والمترجمين) وهيئات الاستقبال والنقل والإيواء والإطعام، وهيئات التنشيط الثقافي، وكذلك مجموعة الموارد الطبيعية والتاريخية والصناعات التقليدية.

وعليه فالمنتج السياحي هو مزيج مركب من السلع والخدمات وعوامل غير متجانسة مقدمة من طرف مختلف القطاعات الاقتصادية بمشاركة يد الإنسان لغرض تقديم سلعة نهائية للسياح ويمكن تصنيف هذه العوامل إلى عنصرين (دحموني عبد الكريم، 2007):

أ- **العناصر الجذابة:** وهي مجموع الموارد الطبيعية كالشمس الجبال والبحار والواحات والحمامات والرمال والشواطئ، والمواد التاريخية كالأثار والقصور والأضرحة والمتاحف والمكتبات وهي موارد يمكن استغلالها لجذب السياح.

ب- **التجهيزات والخدمات التي نشغلها في تنظيم الرحلة:** وتتمثل في وسائل النقل والإقامة والإطعام والمنشآت الثقافية والرياضية ومحطات الترفيه والاستجمام ومؤسسات الإرشاد والتوجيه والاتصالات، وكذا نوعية الخدمات المقدمة من استقبال وتسهيلات وتجهيزات لجلب السياح، وبفضل جهود اليد الإنسانية المختصة والمؤهلة التي تتخل في مزج هذه العناصر يتكون لدينا منتج سياحي لبلد ما.

2.2. خصائص المنتج السياحي :

يتميز المنتج السياحي بجملة من الخصائص يمكن إجمالها في ما يلي (دحموني عبد الكريم، 2007):

أ- يتأثر المنتج السياحي بالظروف الخارجية والداخلية لأي بلد ما مثل الاضطرابات السياسية والاستقرار والأمن والرقابة المفروضة على السياح ومنها التأشيرات وتغيرات الأسعار، والتغيرات الطبيعية والمناخية كالزلازل والفيضانات والإعصار، وكذا القرارات مثل العقوبات المسلطة على بعض الدول، فالسائح حساس جدا لما يدور حوله؛

ب- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين والنقل حيث لا يمكن نقل الأثار والقصور والموارد والخدمات، فمثلا عدم تخزين الغرف بالفنادق والإقامات الفندقية لأن ذلك يؤدي إلى عدم استغلالها وضياع مداخيل وارتفاع التكاليف

ونقص الأرباح، كما لا يمكن تخزين مكان في الطائرة وعدم استغلاله لأنه ذلك سيفقد مداخيل كبيرة على أصحاب الوكالات ووسائل النقل؛

ج- يتصف المنتج السياحي بالموسمية حيث يبلغ ذروته العطل السنوية بالنسبة للسياحة الترفيهية والاستجمام وخاصة بالشواطئ خلال العطلة الصيفية، والتزحلف في فصل الشتاء، والسياحة الدينية خلال مواسم أداء الشعائر الدينية كالحج، وفيه ترتفع التدفقات السياحية بهذه المناطق مما يؤدي إلى زيارة الطلب على الخدمات السياحية، ويتسبب ذلك أسعارها؛

د- المنتج السياحي صناعة مركبة يتداخل فيها عدة متعاملين مرتبطين بعضهم ببعض، فأى تقصير من طرف ما يؤدي إلى عدم تقديم منتج كامل يلبي رغبة السائح واحتياجاته هذا من جهة ومن جهة أخرى الفوارق في مستويات دخل السياح ومتطلباتهم يصعب تقديم خدمة كاملة لكل منهم حسب طلبه؛

هـ- تنوع المنتج السياحي نتيجة تنوع مناطق تواجدته وكل منتج له خصائصه المعينة والفريدة والوحيدة وله تاريخه وحضارته التي تختلف من بلد لآخر ومن منطقة إلى أخرى داخل نفس البلد؛

و- المنتج السياحي مزيج مركب من مجموع الخدمات والسلع التي تؤثر بنشاط القطاعات الأخرى في المجتمع (النقل- التجارة – التهيئة العمرانية- المنشآت القاعدية-الاتصالات...):

ي- المنتج السياحي عبارة عن صادرات غير منظورة، فهي لا تمثل ناتج مادي يمكن نقله وخاصة الموارد الطبيعية والآثار، إذا استثنينا الصناعات التقليدية التي يمكن عرضها خارج الدول، فهو سلعة مقدمة للاستهلاك النهائي يتحصل عليه المستهلك في مكان إنتاجه متحملا بذلك كل النفقات المرتبطة بالمرحلة.

تعتبر الصناعات التقليدية والحرف من أهم الموارد المكونة للمنتج السياحي، فهي مكسب حضاري لكل بلد وارث تاريخي يكتسي طابعا فنيا وجماليا متميزا تفتخر به كل منطقة من مناطق العالم تبرز فيه عبقرية المجتمعات المحلية في ميدان النسخ والحلي والألبسة والطرز والزخرفة وصناعة الجلود ولآلات الموسيقى والخشب والفخار والزجاج والرمل والأحجار الكريمة...، فهذا القطاع يتأثر بالتدفقات السياحية وذلك بارتفاع الطلب والإقبال على المنتجات الحرفية والتقليدية مما يرفع من مبيعات المنتجين وتحقيق مداخيل من العملة الصعبة أو المحلية وخاصة أن هذه الصناعة تستعمل اليد العاملة المحلية والمواد الأولية المنتجة محليا، وتباع منتجاتها في مكان إنتاجها دون دفع تكاليف النقل والتأمين مما يخفف تكاليف الإنتاج ويرفع من الأرباح وخاصة أن معظم الدول تضع برامج لحماية الصناعات التقليدية وتشجيعها وتطويرها وتلجأ إلى منح امتيازات للقطاع كتخفيض الضرائب أو الإعفاء الكلي ومنح إعانات للمنتجين.

2.3. منتجات الصناعة التقليدية:

أ. تعريف منتجات الصناعة التقليدية:

* تعريف منظمة اليونسكو: قدمت منظمة الأمم المتحدة " اليونسكو " سنة 1997، تعريفا للصناعة التقليدية كما يلي: تعتبر المنتجات تقليدية إذا كانت مصنوعة من طرف الحرفيين يدويا، و/أو عن طريق مساعدة آلة يدوية أو حتى آلة ميكانيكية، بشرط أن تشكل المساهمة اليدوية للحرفي المركب الأكثر أهمية في المنتج النهائي، تنتج هذه المواد بدون تحديد في الكمية، وباستعمال مواد أولية مستخرجة من موارد طبيعية دائمة. إن الطبيعة الخاصة للمنتجات التقليدية، تتمخض من خصائصها المختلفة، والتي تجعلها ذات أهمية استعمالية، تجميلية، فنية، إبداعية وثقافية، ما يجعل المنتج التقليدي يجمع بين الناحية الاجتماعية والاقتصادية على حد سواء (شيبان آسيا ، 2009).

* تعريف المجلس العالمي للصناعة التقليدية: أعطى المجلس العالمي أربع تقسيمات للصناعة التقليدية، وعرف كل مجموعة على حدى (شيبان آسيا ، 2009):

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

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

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

- الإنتاج الصناعي: وهو يخص كل نماذج الصناعات التقليدية أو المواد المعاد إنتاجها بواسطة آلات أوتوماتيكية وبكميات كبيرة.

3. التعريف بمكان الدراسة (منطقة الحضنة):

3.1. الموقع والتضاريس: على إثر التقسيم الإداري لعام 1974، أصبحت ولاية المسيلة جزءا من منطقة الهضاب العليا للوسط، تحدها من الشمال والشمال الشرقي ولايتي برج بوعريش وسطيف على التوالي، كما تحدها من الشمال الغربي ولاية البويرة وتحدها من الشرق : ولاية باتنة. كما تحدها من الغرب ولاية المدية، يحدها من الجنوب الشرقي ولاية بسكرة، يحدها من الجنوب الغربي ولاية الجلفة أي أنها تتوسط عدد كبير من الولايات مما يعطي لها موقعا متميزا، وهي تمتد على مساحة 18175 كلم². وهي معروفة بالصبغة الرعوية الزراعية الممزوجة بالصناعة والسياحة. سكانها وصل عددهم إلى 0.982 مليون نسمة، بما يعادل كثافة تصل إلى 54 ساكن / كلم². مساحتها موزعة بين 47 بلدية تشرف عليها 15 دائرة (موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة، 2017).

2.3. تاريخ ولاية المسيلة:

تعد ولاية المسيلة منطقة ثرية من الناحية التاريخية ففي الحقبة الرومانية، كانت منطقة الحضنة تتمتع بثناء معلوم : غير أن المياه كانت قليلة، على حد قول سالوست. إلا أنه ومن خلال أعمال رائعة وبناء السدود وبتابع نظام ريّ محكم تمكنت الزراعة من بلوغ مستوى جيد وتطور منقطع النظير، أما في بشليغة فكانت عاصمة مملكة الملكة جوستينيانة، وكانت تتمتع باستقلالية معقولة إزاء روما.

كانت المنطقة جزءا من مملكة ماسينيسا، حيث الكثير من الآثار تشير إلى هذا التواجد مثلما هو الحال في سيدي اعمر، تافزة ...، وفي بوسعادة فإن مثال "البيلياردو" دليل قاطع على مرور الرومان من هناك، بالإضافة إلى هذا فإن منطقة المسيلة عرفت مرور عدة حضارات لعل أهمها: النوميديين، الرومان، الوندال، الحضارة الإسلامية والفترة التركية وتواجد الاستعمار الفرنسي.

3.3. مقومات السياحة الداخلية بمنطقة المسيلة:

* الآثار الرومانية : هناك العديد من المواقع التي تحتوي آثارا رومانية ومنها:

تارمونت، الغار: مدينة دفينة، المعاضيد : قبور كهفية، وكذا حمام ضلعة.

* النقوش الصخرية : تضح بها المنطقة كلها، إنطلاقا من جبال أولاد نايل التي تشهد على ظهور الإنسان فيها منذ وقت بعيد، ولقد تم اكتشاف مواقع عدة منها (موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة، 2017):

- مركز العرايس الواقع على بعد 12 كلم جنوب بن سرور.

- مركز الكحيل الذي يبعد بكيلومتر واحد شمال غرب المركز السابق أسفل أخدود، واحتوى هذا لاكتشاف أبرز النقوش والرسوم النادرة مقارنة بالأجزاء الأخرى للأطلس الصحراوي.

- مركز الصخر الواقع بوادي شير، على بعد 07 كلم جنوب غرب العرايس باتجاه برج الأغا وعلى بعد كيلومتر واحد عن طريق بن سرور – عين الملح.

* مدينة بوسعادة القديمة: تتميز بشوارعها وأزقتها وبنائاتها قديمة الطراز، وتعتبر مدينة بوسعادة أهلة بالسكان منذ العصور ما قبل التاريخ وقد تم العثور على مسافة 4 أو 5 كيلومتر جنوب المدينة على العديد من الآثار التي تدل على وجود سكان على ضفاف وادي بوسعادة منذ العهد الايبيروموري IBERO MAURUSIEN ثمانية آلاف أو عشرة آلاف سنة. اشتهرت بوسعادة مثل بقية المدن الجزائرية التاريخية بفنون العمارة الإسلامية وشهدت فيها المساجد والبنائات العمرانية نمو ملحوظا بل وبرز من خلال هذا العمران أهمية الروح الإسلامية والطراز الهندسي الفاخر الذي تميزت به بوسعادة. وقد استعمل البناءون البوسعاديون في عمارتهم وسائل طبيعية كالنخيل والعرعار ووظفوا ما لديهم توظيفا موفقا في بناء المساجد التي تقدم النموذج الأمثل للعمارة والبناء الإسلامي.

* قلعة بني حماد : تعد قلعة بني حماد عاصمة ثاني دولة تقوم بالمغرب الأوسط (الجزائر) بعد دولة الرستميين الإباضية، وتقع على بعد 20 كلم شمال مدينة المسيلة، وقد أسسها حماد بن بلكين بن زيري الصنهاجي، بعد أن استأثر بولاية الجزائر الشرقية في عهد الدولة الصنهاجية عام 1007 ميلادية، بنيت القلعة الحصينة على سفح جبل المعاضيد، وسط سلسلة جبلية وعرة لتكون صعبة المنال غير هينة المسالك بين عامي 1007 و 1008 م، عرفت هذه العاصمة وقلعتها التي لم تصمد منها إلا منارة مسجدتها وبعض بقايا أعمدة قاعة الصلاة، حركة عمرانية نشيطة، إمتدت رقعة الدولة الحمادية على كل من إقليم الجزائر الحالية تقريبا والمغرب الأقصى وتونس، وبقيت قلعة بني حماد عاصمة لها إلى غاية سنة 1062 م حيث شهدت الدولة أوج توسعها، ثم قام خامس ملوكها الناصر بن علناس بنقل عاصمتها إلى بجاية التي أصبحت بعدها عاصمته الناصرية، ولتسقط قلعة بني حماد بعدها مع الزحف الهلالي نتيجة نشوب خلافات بين حكامها عام 1153 ميلادية، وهي مصنفة ضمن التراث العالمي للمنظمة اليونسكو وذلك سنة 1980 م.

4.3. المناطق الطبيعية: ونذكر منها:

* المحمية الطبيعية المرقب: توجد في ولاية المسيلة عدة غابات ومحميات أهمها غابة الحوران بحمام الضلعة، وغابة عين غراب بجبل مساعد ومحمية المرقب. وتقع هذه المحمية في الجهة الشرقية للولاية، أنشأت سنة 1988 وهي تغطي مساحة 12500 هكتارا، وتجوب المحمية أنواع حيوانية أخرى وهناك عدد هام من الطيور التي تم إحصاؤها بمنطقة المرقب 83 نوعا فيما ما يقارب الخمسين نوعا مهاجرا.

* واحة بوسعادة: تشبه بشكل ما متحفا في الصحراء والهضاب العليا، تحتوي على كل ما يلزم لمزاوجة الخيال بالحقيقة، تشبه مسرحا حقيقيا يحيط به عند القاعدة حدائق من النخيل. قصر حقيقي على شرفة رائعة، جزيرة من الخضرة وسط محيط من الرمال، تحدها جبال زرقاء أقدامها تنغرز في الرمل، يجري الوادي بين جنبات ضفتيه التي سحرت العشرات من الرسامين، ومنهم شارل دو فرسن الذي رسم مائياته وانطباعاته المشرقة للواحة، وكذا الفنان الفرنسي العالمي نصر الدين ديني، يضيع الوادي في الهضبة باتجاه شط الحضنة، حيث الصحراء الذهبية العطشى تشربه فجأة، وفي بوابات الحدائق، يختفي بغتة في الرمال .

* منبع المعدني حمام الضلعة: يقع المنبع المعدني حمام الضلعة في الشمال الشرقي للولاية ويبعد بحوالي 29 كلم عن مقر الولاية. يوجد داخل حدود بلدية حمام الضلعة يحضنه السهل بين أعالي جبل جدوغ جنوبا وكاف العسل شرقا وهذا بامتداد وادي لقمان وتوجد منابع حموية تتميز بمياهها الحارة مستغلة بطريقة تقليدية والتي لها خاصية علاجية من أمراض الكبد والكلى والأمراض الجلدية، وتعتبر المنطقة منطقة جبلية ثرية بأشجار الغابات المتنوعة والتي تمنح امتيازات سياحية ومعدنية، ناهيك عن النشاطات المتعلقة بالصيد.

5.3. الصناعات التقليدية بمنطقة الحضنة:

تزخر منطقة الحضنة بالعديد من النشاطات المرتبطة بالصناعة التقليدية من أهمها (بناء على وثائق صادرة عن غرفة الصناعات التقليدية والحرف لولاية المسيلة، 2017) :

- خياطة الألبسة التقليدية: ومن أهم منتجاتها البرنوس، القشابية، والقندورة البوسعادي؛

- صناعة الأدوات الخشبية: كأواني الأكل التقليدية كالجفان، والملاعق وكذا المهراس؛
 - الحدادة التقليدية: وتستعمل فيها النار والطرق على الحديد ومن أهم منتجاتها الموس البوسعادي ؛
 - ومن أهم منتجاتها: الأساور والخواتم والعقود الحضنية؛
 - صناعة السروج: وهي حرفة تكاد تندثر لولا تضحية بعض الحرفيين الممارسين لمهنة الأجداد؛
 - النسيج: ممثلة في صناعة الزرابي والمفروشات التقليدية.
- والجدول الموالي يبين توزيع الحرفيين حسب نوع النشاط الممارس.

جدول 02: توزيع الحرفيين حسب نوع النشاط الممارس المسجلين حتى 2017/10/31.

نوع النشاط	صناعة الحلبي التقليدية	الحدادة التقليدية	صناعة الأدوات الخشبية	خياطة الألبسة التقليدية	النسيج
عدد الحرفيين	40	104	27	943	207

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على وثائق صادرة عن غرفة الصناعات التقليدية والحرف لولاية المسيلة. ونلاحظ من الجدول تركيز نشاطات الصناعة التقليدية في خياطة الألبسة التقليدية للتكاليف التشغيل المنخفضة مع انخفاض رأس المال المطلوب لبداية النشاط، مع انخفاض الحرفيين الممارسين لصناعة الأدوات الخشبية التقليدية وذلك بسبب نقص الطلب عليها، وكذا لأنها من المنتجات المعمرة، والجدول التالي يبين تطور عدد الحرفيين على مستوى ولاية المسيلة.

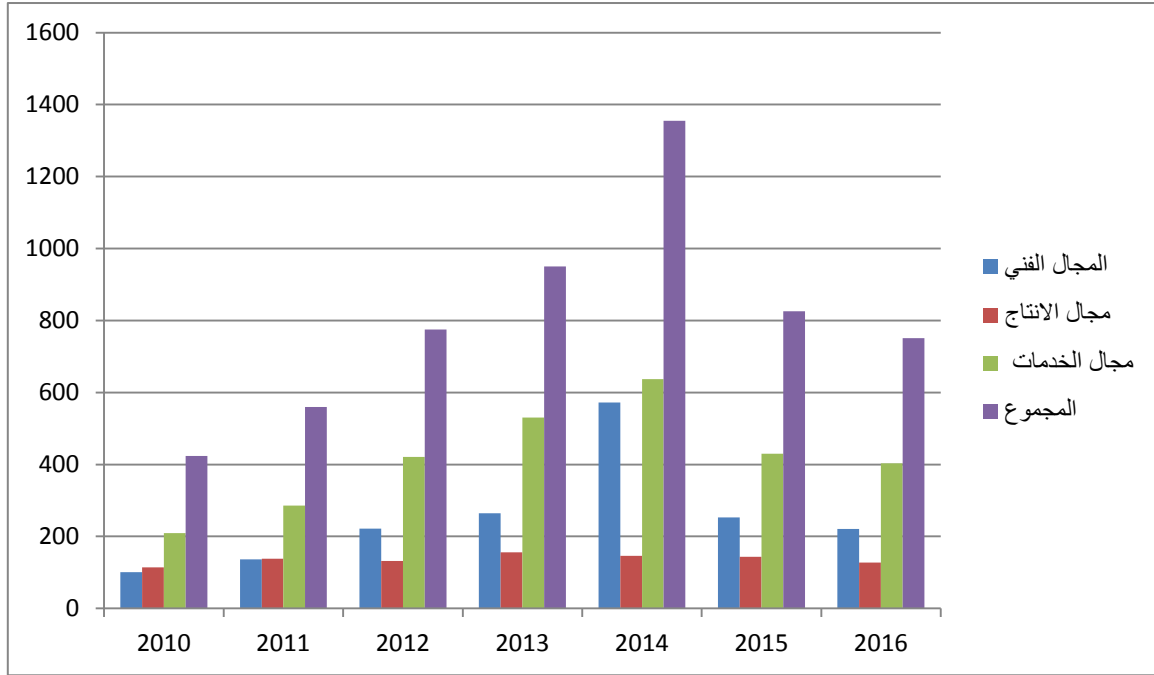
الجدول 03: يبين تطور عدد الحرفيين على مستوى ولاية المسيلة.

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
221	253	572	264	222	136	101	المجال الفني
127	143	146	156	132	138	114	مجال الإنتاج
403	430	637	530	421	286	209	مجال الخدمات
751	826	1355	950	775	560	424	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على وثائق صادرة عن غرفة الصناعات التقليدية والحرف لولاية المسيلة.

والشكل الموالي يبين تطور عدد الحرفيين موزعين على المجالات الحرفية بولاية المسيلة.

الشكل 01: تطور عدد الحرفيين موزعين على المجالات الحرفية بولاية المسيلة.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على الجدول السابق.

نلاحظ أن هناك تطور في عدد الحرفيين الناشطين في مختلف نشاطات الصناعات التقليدية على مستوى ولاية المسيلة حتى سنة 2014، حيث تم تسجيل أعلى نسبة للحرفيين قدرت بـ 1355 حرفيين موزعين على عدة مجالات حرفية، ليتراجع العدد في السنتين الموالتين حيث سجل انخفاض العدد الكلي نظرا لبعض الصعوبات التي واجهتهم كنقص المواد الأولية وندرتها، وكذا ضعف الإعانات المقدمة من الهيئات الوصية.

الخاتمة:

من خلال ما تم تناوله في ما يتعلق السياحة الداخلية بالجزائر ومقوماتها في منطقة الحضنة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نوجزها في ما يلي:

* يعتبر الأمن والاستقرار السياسي عنصرا محوريا في عملية تنشيط وتطوير نشاط السياحة الداخلية في الجزائر مما ينعكس إيجابا على حركة السياحة الداخلية.

* تساهم السياحة الداخلية في التنمية الاقتصادية حيث تزيد مداخيل مناطق الجذب السياحي، وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

* ضعف القطاع السياحي في الجزائر في شقيه الخارجي والداخلي حيث لم يرق إلى تحقيق الأهداف المسطرة له، رغم توفر الإمكانيات الطبيعية التي تجعل من الجزائر بلدا مستقبلا للسياح.

* كثرة العقبات والعراقيل التي اعترض تطور نشاط السياحة الداخلية في الجزائر مما حال دون النهوض بهذا القطاع، خاصة ما تعلق منها بالخيارات الاقتصادية المتبعة بعد الاستقلال دون إغفال التدهور الأمني في فترة تسعينيات القرن الماضي.

* ضعف إيرادات قطاع المحروقات أدى إلى تغير النظرة للقطاع السياحي باعتباره نشاط اقتصادي يمكن الاعتماد عليه في التنمية الاقتصادية، مما أدى إلى تدخل الدولة لغرض تنظيمه وتطويره.

* الالتفاتة الجدية من قبل الدولة للقطاع السياحي باعتباره رافداً مهماً في تنويع الاقتصاد الوطني، من خلال بوضع إستراتيجية على المدى المتوسط والبعيد وذلك بالتركيز على السياحة الداخلية كعنصر مهم لاستقطاب الجزائريين المتوجهين للسياحة في الدول المجاورة خاصة تونس أو تركيا.

* الاهتمام بالمنتج السياحي باعتباره الركيزة الأساسية لنشاط السياحة الداخلية، مع التركيز على عناصر التميز والتفرد في هذا المجال في منطقة الجذب السياحي (الحضنة) كقلعة بني حماد بالمعاضيد والتي تصنف ضمن التراث الإنساني العالمي لليونسكو، أو الصناعة التقليدية وما تمثله من تاريخ وأصاله لسكان المنطقة كصناعة الموس البوسعادي الذي يعتبر أيقونة لسكان المنطقة.

قائمة المراجع:

أولاً/ الكتب:

- 1- الحميري، موفق عدنان، الطويل، رامي فلاح. (2016). التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة. الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 2- الطائي، حميد عبد النبي. (2003). مدخل للسياحة والسفر والطيران. الطبعة الأولى. دار الوراق للنشر. عمان. الأردن.
- 3- المساعد، زكي خليل. (2005). تسويق الخدمات وتطبيقاته. د ط. دار المناهج للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 4- عبد الله، محمد فريد، والموسوي، صفاء عبد الجبار، والكناني، محسن مهدي. (2015). إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة. دار الأيام للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 5- رحال، منال محمد. (2015). الإدارة السياحية. دار أمجد للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 6- الرحي، سمرفقي. (2014). الإدارة السياحية الحديثة. الطبعة الأولى. الأكاديميون للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 7- أبو رمان، أسعد حماد. (2015). التسويق في السياحة والضيافة. الطبعة الأولى. دار إثراء للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.

ثانياً/ الرسائل والأطروحات:

- 8- دحموني، عبد الكريم. (2007). "تنمية وتطوير السياحة الصحراوية دراسة حالة تمنراست". رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.
- 9- عوينات، عبد القادر. (2013). "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
- 10- شيبان، آسيا. (2009). "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية". مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.

ثالثاً/ المقالات والأوراق البحثية:

- 11- تريكي، حسان. (2017، جوان). السياحة الداخلية في الجزائر: عوامل التطور وتحديات المستقبل. مجلة آفاق للعلوم ، 8 (4): 142-149.
- 12- زغيب، مليكة، وزيرق، سوسن. (2012، 19-20 نوفمبر). دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية رؤية مستقبلية للمسرح الروماني روسيكادا بسكيكدة. قدم إلى الملتقى الوطني بعنوان فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، بجامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

رابعاً/ مواقع الإنترنت:

- 13- موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة. استرجعت في تاريخ 22 مارس، 2017 من <http://www.dtmsila-dz.com/>

الهوامش:

- 1- أسعد حماد أبو رمان، التسويق في السياحة والضيافة، الطبعة الأولى، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 27.
- 2- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 214.
- عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013، ص 9.

- 3- مصطفى يوسف كافي، تسويق الخدمات الفندقية، الطبعة الأولى، دار ألف للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 38.
- 4- سمير فقي الرحيبي، الإدارة السياحية الحديثة، الطبعة الأولى، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 18.
- 5- منال محمد رحال، الإدارة السياحية، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015، ص 10.
- 6- محمد فريد عبد الله، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 127.
- 7- موفق عدنان الحميري، رامي فلاح الطويل، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 161.
- 8- عوينات عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 17.
- 9- زغيب مليكة، زيرق سوسن، دور ترميم المواقع الأثرية في ترقية السياحة الثقافية الداخلية رؤية مستقبلية للمسرح الروماني روسيكادا بسكيكدة، ورقة بحثية مقدمة في إطار الملتقى الوطني تحت عنوان فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، بجامعة الحاج لخضر بباتنة، 20-19 نوفمبر 2012 ص 5.
- 10- عوينات عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 218.
- 11- حسان تريكي، السياحة الداخلية في الجزائر: عوامل التطور وتحديات المستقبل، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، العدد الثامن، الجزء الثاني، جوان 2017 ص 148.
- 12- حميد عبد النبي الطائي، مدخل للسياحة والسفر والطيران، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2003، ص 130.
- 14- زكي خليل المساعد، مرجع سبق ذكره، ص 220.
- 15- دحموني عبد الكريم، تنمية وتطوير السياحة الصحراوية دراسة حالة تماراست، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص 13.
- 16- دحموني عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص 14.
- 17- شيان آسيا، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009، ص 106.
- 18- المرجع نفسه، ص 106.
- 19- موقع مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المسيلة. استرجعت في تاريخ 22 مارس، 2017 من <http://www.dtmsila-dz.com/>
- 20- المرجع نفسه.