



Contemporary International Scientific Forum
for Educational, Social, Human, Administrative and Natural Sciences
"Present Vs Future Outlook"

الملتقى العلمي الدولي المعاصر
للعلوم التربوية والاجتماعية والانسانية والادارية والطبيعية

"نظرة بين الحاضر والمستقبل"

30 - 31 ديسمبر - 2019 - اسطنبول - تركيا

<http://kmshare.net/isac2019/>

**Marketing strategies for developing the eco-tourism product
and achieving sustainable tourism development - A case study
of the national fold of kalla El Taref State –**

Nouredine. Bouanane ^a, Abderaouf. Lezghed ^b

^a 20 August 1955 University, Skikda, Algeria

sofi_ski@yahoo.fr

^b Blida 2 Univesity, Blida, Algeria

lezghed.raouf@gmail.com

Abstract: This study aimed to identify the reality of eco-tourism in Algeria, its economic and social importance and the role of marketing strategies in developing eco-tourism and the eco-tourism product and achieving sustainable eco-national development and contributing to the success of tourism organizations and bodies that manage eco-sites. The study dealt with the national park of the Kala as an integrated tourism region, as it is a natural reserve with multiple natural ingredients that can make it a tourist destination in the field of eco-tourism. The study found that the tourism potential of the barn was not optimally exploited, which led to weak economic returns for this sector in the region. Which imposes interest in investing in this sector because it is virgin and the chances of success in it are great, and seizing marketing opportunities in the tourism market at the local and international levels through adopting modern concepts in management and marketing.

Keywords: tourism, environment, eco-tourism, tourism marketing environmental, marketing strategy, sustainable development.



الاستراتيجيات التسويقية لتطوير المنتج السياحي البيئي وتحقيق التنمية السياحية المستدامة -دراسة حالة الحظيرة الوطنية للقالاة ولاية الطارف-

طالب الدكتوراه: لزغد عبد الرؤوف

جامعة البليدة 2 - الجزائر

lezghed.raouf@gmail.com

الأستاذ: بوغان نورالدين

جامعة 20 اوت 1955 سكيكدة - الجزائر

Sofi_ski@yahoo.fr

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع السياحة البيئية في الجزائر، وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية ودور الاستراتيجيات التسويقية في تطوير السياحة البيئية والمنتج السياحي البيئي وتحقيق تنمية سياحية بيئية مستدامة وطنية، والمساهمة في نجاح المنظمات السياحية وهيئات التي تدير المواقع البيئية. وتناولت الدراسة الحظيرة الوطنية للقالاة باعتبارها إقليما سياحيا متكاملًا، كونها محمية طبيعية تتمتع بمقومات طبيعية متعددة من الممكن أن تجعل منها قبلة سياحية في مجال السياحة البيئية. وتوصلت الدراسة إلى أن الإمكانيات السياحية للحظيرة لم تستغل بالصورة المثلى، مما أدى إلى ضعف العائدات الاقتصادية لهذا القطاع على المنطقة. الأمر الذي يفرض الاهتمام بالاستثمار في هذا القطاع باعتباره بكرة وفرص النجاح فيه كبيرة، واقتناص الفرص التسويقية في السوق السياحي على المستوى المحلي والدولي من خلال تبني المفاهيم الحديثة في الإدارة والتسويق. **الكلمات المفتاحية:** السياحة، البيئة، السياحة البيئية، التسويق السياحي البيئي، الاستراتيجيات التسويقية، التنمية المستدامة.



المقدمة

تعد السياحة من أكثر القطاعات نمواً في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم الأنشطة في التجارة الدولية وهي من العلوم الحديثة أكاديمياً ولكنها من أقدم الممارسات التي سلكها الإنسان فعلياً.

حيث أن السياحة من المنظور الاقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً هاماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، من خلال العملات الأجنبية التي تتحقق، والسياحة من المنظور الاجتماعي الثقافي هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الاجتماعية والسلوكية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، والسياحة من المنظور العلمي هي فن تقديم الخدمة.

وقد برز مفهوم السياحة البيئية كاختيار عملي للاستمتاع بالطبيعة والتراث الثقافي المحلي والحفاظ عليهم في آن واحد. والملاحظ أن الطلب على هذا النوع من السياحة في تزايد مستمر لدرجة أنها أسرع قطاع ينمو في قطاع السياحة حيث تم تقدير هذه النسبة بحوالي 10-15 بالمائة من إجمالي الإنفاق العالمي السياحي (WTTC 1992)، وقد أظهرت نشرة الرؤية السياحية لعام 2020 الصادرة عن منظمة السياحة الدولية أن السياحة البيئية أسرع قطاعات سوق السفر نمواً، وهذا النمو مرتبط بتزايد الوعي العالمي بالشؤون البيئية.

وكانت الجزائر من بين دول العالم الثالث التي أولت اهتماماً لهذا القطاع، خاصة في السنوات الأخيرة أين تفتنت إلى عدم ديمومة قطاع المحروقات، الذي كانت توليه الاهتمام الكامل، وتفطنها إلى أن السياحة هي المورد الدائم من جهة أخرى، كما أنها تتوفر على الإمكانيات السياحية المختلفة من طبيعية إلى بشرية. وتشكل ولاية الطارف أحد أهم الأقطاب الاقتصادية بالجزائر باعتبارها ولاية صناعية وفلاحية وسياحية، الأمر الذي يفرض الاهتمام بالاستثمار في هذا القطاع باعتباره بكرة وفرص النجاح فيه كبيرة خاصة الحظيرة الوطنية للقالبة التي تتمتع بمقومات طبيعية هائلة من الممكن أن تجعل منها قبلة سياحية في مجال السياحة البيئية، غير أن نجاح المنظمات السياحية وإدارات المواقع البيئية في اقتناص الفرص يستدعي منها الاهتمام بتبني أساليب التسيير الحديثة سيما تبني استراتيجيات تسويقية فعالة.

إشكالية الدراسة:

تأتي إشكالية هذه الدراسة في كونها تحاول أن تشخص واقع السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية للقالبة، وتحديد وتشخيص معوقات وتحديات قطاع السياحة البيئية في المنطقة من خلال دراسة ميدانية ومن خلال البحث والتحليل العلمي للوصول إلى نتائج محددة على ضوءها يمكن أن نقتراح استراتيجيات تسويقية لتطوير السياحة البيئية في الحظيرة. ومن خلال ما سبق يمكننا طرح التساؤل الرئيسي التالي:



كيف تساهم الاستراتيجيات التسويقية في تطوير المنتج السياحي البيئي وتحقيق تنمية سياحة بيئية مستدامة في الحظيرة الوطنية للقالا ؟

البند الاول: مدخل إلى السياحة البيئية

1- تعريف السياحة:

تعددت مفاهيم السياحة وذلك بتعدد مجالاتها وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية واستأثرت اهتمام الباحثين من رجال الفكر في الاقتصاد والسياسة، وبذلك تنوعت الرؤى الواردة بشأنها في الأدبيات الحديثة تبعا لتنوع معايير التمييز بينها وظهور مصطلحات جديدة.

وباعتبار المنظمة العالمية للسياحة الممثل العالمي للسياحة أعطت تعريفا مركزا فيه على إعطاء النشاط السياحي صفة النشاط الصناعي فعرفتها على أنها: "تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية، وهي مجموع الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تساعد على سد حاجيات السائح (حمدي عبد العظيم، 1997، ص 12) كما عرفتها الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالمية على أنها "مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة ولم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يعطي ربحا لهذا الأجنبي" (يحيىوي، إلهام و ساعد، بوراوي، 2012، صفحة 4) بناءً على التعريفين السابقين، يمكن اعتبار السياحة صناعة تهدف إلى سد حاجيات السائح وهي تفاعل ناجم عن سفر وإقامة شخص في مجتمع آخر، مما يولد علاقات تسمح بنشر الثقافات والحضارات.

2- تعريف البيئة:

لقد تجلّى الاهتمام العالمي بالبيئة بنواحي كثيرة تتعلق بإنشاء المؤسسات وتوفير الاختصاصات التي تعني بالبيئة وفتح الكليات والأقسام في الجامعات وإدخال علوم البيئة في المناهج الدراسية وعقد المؤتمرات والندوات وظهور العديد من البرامج الدولية التي تعنى بالإنسان والبيئة باعتبار أن نشر الثقافة البيئية واقتان الوعي البيئي بالتطور الاجتماعي يساعد في التخفيف من حدة الآثار السلبية للمشاكل البيئية والحفاظ على بيئة نظيفة وسليمة. ويستخدم مصطلح البيئة في الكثير من العلوم والمجالات المختلفة، ويتغير مفهوم هذا المصطلح تبعا للموضوع الذي تستخدم فيه والغاية منه، وحسب تخصص الباحث الذي يتناوله وفلسفته في طرح الموضوع.



إن مصطلح البيئة Environment تم استخدامه لأول مرة في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية الذي انعقد في استكهولم بالسويد سنة 1972 وذلك بدلا من مصطلح الوسط البشري Human Milieu الذي كان متعارف عليه وتم استخدامه. (رائف, محمد لبيت, 2008, صفحة 9)

وقد عرفت البيئة في هذا المؤتمر " بأنها رصيد الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته". (محمد, الصيرفي, 2009, صفحة 251)

وطبقا للقانون رقم 4 لسنة 1994 بشأن البيئة فإنها تعرف " بالمحيط الحيوي الذي يشمل الكائنات الحية وما تحويه من مواد وما يحيط بها من ماء وتربة وما يقيمه الإنسان من المنشآت" (محمد, الصيرفي, 2009, صفحة 252)

ولقد تم تداول مصطلحا البيئة والنظام البيئي كثيرا في علم البيئة، والذي تعود نشأته إلى عام 1896، عندما دمج عالم الأحياء الألماني الكلمتين اللاتينيتين AIKOS و LOGOS في كلمة ECOLOGIE وتعنيان "مكان العيش" و"العلم" ليصبح المصطلح علم البيئة عبارة عن العلم المتعلق بمكان العيش.

2-1- تعريف علم البيئة:

يعرف هذا العلم على أنه " محاولة الإجابة عن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بدراسة كيفية عمل الطبيعة أو كيفية تفاعل الكائنات الحية فيما بينها أو بينها وبين الجمادات مثل المادة والطاقة" (كوثر, محمود أبو العين, 2006)

ونتيجة للتغيرات والتقدم الذي شهده علم البيئة أدى إلى ظهور مجالات متعددة لهذا العلم تشمل العلوم الطبيعية، والتطبيقية، والاقتصادية، والإنسانية، الشيء الذي أدى إلى تعدد أنماط بيئة الإنسان ويمكن أن نميز الأنماط التالية: (محمد, الصيرفي, 2009, الصفحات 27-28)

2-1-1- البيئة الطبيعية: Physical Environment: وتتضمن: الأرض بما في ذلك التربة والغلاف الصخري ودور العمليات التي تتم في باطن الأرض وعلى سطحها، المناخ وجميع عناصره، الغلاف الحيوي بنظمه البيئية النباتية والحيوانية، الغلاف المائي وما يحتويه من مياه سطحية وجوفية.

2-1-2- البيئة الاصطناعية: Man Made Environment: تشمل: الأراضي واستعمالاتها المختلفة، البنى التحتية والخدمات مثل نظم الصرف الصحي، وتصريف مياه الأمطار وإمدادات المياه من حيث النوعية والكمية، تلوث الهواء، والمياه، والتلوث بالضجيج، وكيفية معالجة كل منها.



2-1-3- البيئة الاجتماعية: Social Environment وتشمل: الخدمات الاجتماعية من مدارس ومنتزهات ومراكز صحية ودفاع مدني ومواصلات وغيرها، التجمعات السكانية وما يتعلق بها من خصائص عرقية واجتماعية واقتصادية، وبيئة العمل وتشمل المناطق التجارية والصناعية.

2-1-4- البيئة الجمالية: Aesthetic Environment: وتشمل بصفة عامة جميع المناطق التاريخية والآثار والمناظر الطبيعية والطرز المعماري.

2-1-5- البيئة الاقتصادية: Economic Environment: وتشمل المقومات الاقتصادية لبيئة الإنسان ونسب العمالة والبطالة ومستويات الدخل.

2-2- تعريف النظام البيئي: يعرف النظام البيئي على أنه "عبارة عن التوازن بين مكوناته المختلفة لضمان استمراره في أفضل حالاته لتكون مكوناته كل بمقداره لا يؤثر أحدها على الآخر ولا البعض على الكل ولا الكل على البعض الآخر، فمكونات النظام البيئي بما فيها الجزء على الكل في حالة تفاعل مستمر أي تأثر وتأثير مستمر ليحافظ النظام البيئي على اتزانه وتوازنه" (عماد، دياب الحفيظ، 2005، صفحة 18)

2-3- تعريف التوازن البيئي:

يعرف التوازن البيئي على أنه: "هو توازي الحجم السكاني وقدرات الإنسان على استغلال موارد البيئة مع القدرات البيئية سواء في القدرة الإنتاجية أو القدرة الذاتية الاستيعابية بما يكفل الاستمرار من خلال العمليات الطبيعية" (محمد، الصيرفي، 2009، صفحة 58)

وهناك مجموعة من العوامل التي قد تسبب الإخلال بالتوازن البيئي ويمكن إجمال هذه العوامل فيما يلي: (محمد، محمود سليمان، صفحة 18)

2-3-1- العوامل البشرية:

هي تلك العوامل الناجمة عن نشاطات الإنسان المختلفة: كالزراعة، والصناعة، والتجارة، وغيرها في إطار السعي لتأمين حاجاته من هذه الفروع الإنتاجية. ولكن في بعض الأحيان يبالغ الإنسان في استنزاف الموارد الطبيعية دون رقابة. هذه التأثيرات بشكل عام أدت إلى الإخلال بالتوازن البيئي. حيث أصبح من الضروري ترشيد استخدام الموارد البيئية وحماية البيئة.

2-3-2- العوامل الطبيعية:

وهي تلك التأثيرات التي لا يتدخل فيها الإنسان وتنجم عن تغير الظروف الطبيعية كالزلازل، البراكين والفيضانات، والعواصف، والأعاصير، والتغيرات المناخية.



2-3-3- العوامل الحيوية:

وهي العوامل التي تحدث بشكل خاص بسبب تغير العلاقات بين الكائنات الحية وزيادة أحدها على حساب الآخر. ولقد شهدت السنوات الأخيرة الماضية طفرة في صناعة السياحة رافقتها اتجاه عالمي حثيث نحو الاهتمام بالبيئة. ولما كانت البيئة الطبيعية للبلدان هي الأكثر تأثراً بصناعة السياحة فقد أطلقت الأمم المتحدة حملة لهذا الغرض وأعلنت عام 2002 عاما للسياحة البيئية.

3- مفهوم السياحة البيئية:

ظهر مصطلح السياحة البيئية ECO-TOURISM منذ مطلع الثمانينات من القرن العشرين، وبرز كاختيار عملي للحفاظ على الطبيعة والتراث الثقافي للمناطق السياحية، والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة. وجاء ليبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة. وفي هذا الإطار عرف "المرفق العالمي للبيئة" السياحة البيئية على أنها: "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث، ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر."

وحسب الصندوق العالمي للبيئة فالسياحة البيئية تعرف على أنها "السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وتجليات حضاراتها ماضيا وحاضرا. ويعتبر هذا النوع من السياحة هاما جدا للدول النامية، لكونه يمثل مصدرا للدخل، إضافة إلى دوره في الحفاظ على البيئة وترسيخ ثقافة وممارسات التنمية المستدامة" (عايد، راضي خنفر؛ إياد، عبد الإله خنفر، 2006، صفحة 58) كما عرفها مجلس إدارة جمعية السياحة البيئية: "هي السفر المسؤول إلى المناطق الطبيعية الذي يحافظ على البيئة ويدعم تحقيق الرخاء للسكان المحليين" (عايد، راضي خنفر؛ إياد، عبد الإله خنفر، 2006، صفحة 58) فالسائح البيئي وفقا للدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي شخص يتصف ب:

- لديه رغبة كبيرة للتعرف على الأماكن الطبيعية والحضارية؛
- يرغب في الحصول على خبرة حقيقية شخصية واجتماعية؛
- لا يحب توافد السياح إلى الأماكن بأعداد كبيرة؛
- مستعد لتحمل الإزعاج والصعوبات، وقبول التحدي بروح طيبة للوصول إلى هدفه؛
- قادر على التفاعل مع السكان المحليين والانخراط بثقافتهم وحياتهم الاجتماعية؛
- سهل التكيف حتى بوجود خدمات سياحية بسيطة؛



- إيجابي وغير انفعالي، ويقوم بإنفاق النقود للحصول على الخبرة وليس من أجل الراحة.
- 3-1- عناصر السياحة البيئية:** من خلال التعاريف السابقة يمكننا استخلاص العناصر التالية: (محسن, أحمد خضير، 2005، صفحة 43)
- 1- الرشادة العقلية والفكرية، الناجمة عن النضوج والوعي والإدراك لأهمية المحافظة على سلامة البيئة -من الهذر البيئي، وأهمية الحياة في بيئة صحية خالية من التلوث؛
- 2- العائد والمردود والمكسب البيئي، وتفوقه على أي عائد آخر مادي ومعنوي، ودرجة استدامته واستمراره، لضمان التنمية المستدامة لبيئة صحية قابلة للتجدد الذاتي التلقائي؛
- 3- التوازن البيئي الحركي والتنموي، وفاعليته في تفعيل الآليات البيئية لتحقيق السلامة البيئية وضمان عدم تلوثها؛
- 4- نشر ثقافة الالتزام، والإحساس الجماعي بأهمية المحافظة على البيئة، وزرع الوعي السياحي بأن السياحة البيئية هي سياحة خضراء تساهم على تحقيق التوازن البيئي؛
- 5- السياحة البيئية هي اتصال دائم ومستمر، بين الإنسان والبيئة المحيطة به.
- من خلال ما سبق نستطيع القول أن السياحة البيئية هي " نمط من أنماط السياحة الطبيعية وهي أسلوب جديد في تطوير وتحديث وتفعيل نظام الإدارة لدعم قوى التوازن البيئي الطبيعية، من خلال وقف عمليات الهذر البيئي، وتجنب الآثار السلبية للبيئة، والمحافظة على الموارد النادرة وخفض نفقات التشغيل وتوفير بيئة سياحية ذات مستوى جيد من الاستضافة السياحية مع الإبقاء على استدامة الموارد الطبيعية البيئية صالحة وجاذبة للسياحة، واستمرارية النشاط السياحي والمنظمات السياحية بما فيها إدارات المواقع السياحية البيئية."
- 3-2- مكونات السياحة البيئية:**
- في الفترة ما بين 1990-2000م أس تنداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات، وفي ما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط:
- 3-2-1- عوامل و عناصر جذب الزوار:** تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمحميات، والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.
- 3-2-2- مرافق وخدمات الإيواء والضيافة:** مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.
- 3-2-3- خدمات مختلفة:** مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة و السفر، ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والأذلاء السياحيين.



- 3-2-4- خدمات النقل: تشمل وسائل النقل، على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.
- 3-2-5- خدمات البنية التحتية: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.
- 3-2-6- عناصر مؤسسية: تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة، مثل سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الاستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.
- 3-3- قواعد السياحة البيئية:

- نتيجة لتطور السياحة البيئية أصبحت اليوم سياحة قائمة لها أسسها وقواعدها يعتد بها كمنهج في إقامة المشاريع الاستثمارية السياحية ومن بين القواعد التي تركز عليها السياحة البيئية كمنهج قائم بذاته:
- 1- تقليل الآثار السلبية للسياحة على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في المناطق السياحية؛
 - 2- نشر الوعي البيئي بين السياح للمحافظة على البيئة الطبيعية؛
 - 3- التأكيد على أهمية الاستثمار المسؤول والتركيز على تضافر الجهود بين السلطات المحلية والسكان المحليين والمحافظة على تقاليدهم؛
 - 4- العمل على مضاعفة الجهود لتحقيق المردود المادي للبلد المضيف من خلال استخدام الموارد المحلية الطبيعية والإمكانات البشرية؛
- 3-4- أنواع السياحة البيئية: وهي الأنشطة التي يمكن مزاولتها في أي بيئة ولا ترتبط بخصائص مكان محدد ولا بيئة ذات خصائص محددة ولكنها مرتبطة بالبيئة الطبيعية بصورة أساسية مثل:
- 1- الصيد البري للطيور والصيد البحري للأسماك.
 - 2- تسلق الجبال.
 - 3- الرياضات المائية والغوص من اجل الشعاب المرجانية.
 - 4- تأمل الطبيعة واستكشاف كل ما فيها.
 - 5- الرحلات في الغابات ومراقبة الطيور والحيوانات.
 - 6- استكشاف الوديان والجبال.
 - 7- إقامة المعسكرات.
 - 8- رحلات السفاري و الصحراء.
 - 9- تصوير الطبيعة.
 - 10- زيارة مواقع التنقيب الأثرية.
 - 11- التجول في المناطق الأثرية.
 - 12- السياحة العلاجية.
 - 13- البحث العلمي والتثقيفي.
 - 14- مراقبة الفراشات.
 - 15- السياحة الزراعية.

3-5- أسس السياحة البيئية المستدامة:

لكي تصبح السياحة البيئية منهجا يجب الأخذ به، فلا بد أن يعي المستثمرون في القطاع السياحي والحكومات جدوى تطبيق منهج السياحة البيئية المستدامة وفهم مرتكزاتها، ووضع القوانين والأنظمة التي تنظم العملية السياحية المرتبطة بها موضع التطبيق



العملي ضمن مشروع واحد، ينطوي على تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والبيئية والاجتماعية ضمن إطار أخلاقي من القيم، مع مراعاة أخذ الأسس والمبادئ التالية بعين الاعتبار: (ياسمينه, زرنوخ, 2005، صفحة 132)

- 1- أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزءاً من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة؛
- 2- أن تتبع الوكالات والمؤسسات والجماعات والأفراد المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية؛
- 3- أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة؛
- 4- أن يتم تخطيط السياحة وإدارتها بشكل متداخل وموحد يتضمن إشراك وكالات.....
- 5- أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة؛
- 6- توافر الدراسات والمعلومات عن طبيعة السياحة وتأثيراتها على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء التنمية، خاصة للمجتمع المحلي، حتى يمكنهم المشاركة على اتجاهات التنمية الشاملة؛
- 7- الاعتماد على البنية التحتية التي تنسجم مع ظروف البيئة، وتقليل استخدام الأشجار في التدفئة، والحفاظ على الحياة الفطرية والثقافية؛
- 8- تشجيع أفراد المجتمعات المحلية على القيام بأدوار قيادية في التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة، وقطاع الأعمال، والقطاع المالي، وغيرها من المصالح؛
- 9- تنفيذ برنامج للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع التغييرات وتلبية احتياجات السكان المحليين والحفاظ على عاداتهم وتقاليدهم؛
- 10- عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع، بما يكفل الحفاظ على المواقع البيئية والتراثية ذات الجذب السياحي وإدخال مفهوم السياحة المستدامة وتحديثها أساساً للتخطيط للسياحة.

3-6- متطلبات السياحة البيئية المستدامة:

إن تحقيق التنمية السياحية المستدامة يتطلب الموازنة بين رغبات وحاجات السياح من جهة وحماية الموارد البيئية والاجتماعية والاقتصادية من جهة أخرى ولا يتحقق ذلك إلا بالاعتماد على المبادئ والأنظمة التي من شأنها أن تساعد على تطبيقها



وتحقيقها. واستنادا إلى الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي فإن متطلبات تحقيق الاستدامة للسياحة البيئية تتمثل فيما يلي:

1- إجراء البحوث الاجتماعية والبيئية في المناطق السياحية والبيئية لتقليل الآثار السلبية على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في تلك المناطق السياحية؛

2- تثقيف السياح بأهمية المحافظة على المناطق الطبيعية من خلال إيجاد مراكز للزوار تقدم معلومات شاملة عن المواقع السياحية، وإعطاء بعض الإرشادات الضرورية حول كيفية التعامل معها، ويفضل أن يعمل في هذه المراكز السكان المحليون المدربون على إدارة المواقع والتعامل مع المعطيات الطبيعية؛

3- ضرورة وجود قوانين وأنظمة تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتأمينهم بالخدمات والمعلومات وتوفير الأمن والحماية بدون إحداث أي أضرار بالبيئة؛

4- إيجاد إدارة سليمة للموارد الطبيعية والبشرية في المنطقة السياحية، قادرة على المحافظة على هذه الموارد للأجيال القادمة من خلال عناصر بشرية مدربة؛

5- التركيز على التوعية والتثقيف البيئي من خلال توعية السكان المحليين أولا بأهمية البيئة والمحافظة عليها، مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد على أهمية ذلك؛

6- تحديد القدرة الاستيعابية للمكان السياحي، بحيث يتم تحديد أعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية، إضافة إلى الطاقة الاحتمالية للبيئة بتحديد الحد الأعلى من الزوار الذين يمكن استقبالهم بدون حدوث تأثيرات سلبية على البيئة وعلى السكان المحليين، وطبيعة الأنشطة في المكان السياحي؛

7- تصافر كل الجهود لنجاح السياحة البيئية من خلال تعاون كل القطاعات ذات العلاقة، القطاع العام والقطاع الخاص والمؤسسات الرسمية والسكان المحليين.

وقد سمح الوصول إلى المفهوم العام للسياحة المستدامة الوصول ولو نسبيا إلى مفهوم السياحة البيئية وأدوات الربط بين النشاط السياحي والأثر البيئي، حيث يرتبط نجاح السياحة البيئية المستدامة بما نسميه بالقدرة الاستيعابية *Carrying Capacity* للعمليات السياحية الذي يتمثل في أعداد السائحين وأنماط الزيارات اليومية وما يقومون به من أنشطة لأن البيئة تتعرض إلى تغيرات خارجة عن إرادة السائح. (<http://www.coastearn.org> 09/06/2013)



فقد عرفت المنظمة العالمية للسياحة فتعرف الطاقة الاستيعابية للسائحين على أنها: " الحد الأقصى لعدد الأشخاص الذين يمكنهم زيارة مقصدا سياحيا في وقت واحد دون التسبب في تدمير البيئة الطبيعية أو الاقتصادية أو الاجتماعية والثقافية ودون حدوث انخفاض غير مقبول في جودة رضا الزائرين." (<http://www.wikipedia.org> 20/05/2013) ويمكن تقسيم الطاقة الاستيعابية إلى ثلاثة أنواع هي: (يسري دعبس، 2009، صفحة 76-78) الطاقة الطبيعية Physical Capacity : تعني أن مناطق الجذب السياحي كالشواطئ والبحيرات ومناطق التزلج كلها مواقع ذات طاقات محددة من حيث استيعاب عدد السياح الممكن تحمله. الطاقة النفسية Psychological Capacity: وتعني درجة التراحم التي يمكن أن يتحملها السائح فالإدراك الحسي للطاقة يختلف باختلاف طبيعة الموضوع، ووفقا للسوق السياحي وكذلك وفقا لشخصية السائح. الطاقة البيئية Ecological Capacity: تعني قابلية الإقليم لاحتواء السائحين دون أن يؤدي ذلك إلى تدمير التوازن الطبيعي للبيئة.

البند الثاني: ماهية التسويق السياحي البيئي

إن نجاح تسويق أي موقع سياحي بيئي يعتمد على العلاقة المتداخلة لثلاثة عوامل، تتمثل في مدى تأثير المقومات السياحية الطبيعية الموجودة داخل الموقع السياحي، على السائح وقوة عوامل الجذب فيه ومدى التنوع الحيوي البيئي في الموقع، وسهول الوصول إليه.

-تعريف التسويق السياحي:

يعرف التسويق السياحي على أنه: " العملية الإدارية والفنية التي يمكن لمنظمة السياحة الرسمية أو المنشأة السياحية التي تحدد الأسواق المختارة الحالية والمحتملة، وأن يبني نظام اتصال مع هذه الأسواق قصد التأكد من التأثير في رغبات واحتياجات ودوافع السائحين محليا وعالميا، وأن يلائم بين المنتج السياحي وبين هذه الرغبات والدوافع بقصد الوصول إلى أقصى مستويات الإشباع لهذه الرغبات والدوافع وبالتالي يحقق أهدافها". (لمياء السيد حنفي، 2008 ص31، -32)

كما يعرف على أنه: "كافة الجهود والأنشطة المنظمة والتي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها وأجزائها المختلفة والتي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين والراغبين في السياحة بشتى صورها." (محمد، عبيدات، 2008)

من خلال ما سبق نجد أن النشاط التسويقي في مجال السياحة تمتد آثاره إلى المراحل التالية لمرحلة بيع المنتج السياحي من خلال مضاعفة الجهود التسويقية المبذولة وتحديث المعلومات التسويقية المتوافرة عن السوق السياحي وتحليل الظواهر الجديدة



التي تطرأ عليه والعوامل الجديدة التي تؤثر فيه. وترى "منظمة السياحة العالمية" أن عملية التسويق السياحي تتضمن ثلاث وظائف هي:

1-1- التنمية: أي أن التسويق السياحي عملية إدارية وفنية في آن واحد لأنها تقوم على التخطيط والتنظيم والتوجيه والتنسيق والرقابة ووضع السياسات التسويقية باعتبارها الوظائف الإدارية لأي نشاط؛

1-2- المراقبة: التسويق السياحي نشاط مترابط ومتكامل ومشارك بين مختلف المنظمات والهيئات السياحية العامة والخاصة ومختلف الأجهزة الحكومية؛

1-3- الاتصال: التسويق السياحي نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكنه نابع أساساً من داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقومات المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لنجاحه واستمراره؛

وهكذا يعتبر التسويق السياحي عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية السياحية من حيث الدور الذي يلعبه في الترويج للمنتج السياحي وإقناع السياح الحاليين والمرقبين بالتعرف على المنتجات السياحية والإقبال على شرائها.

2- التسويق السياحي البيئي:

يعتبر التسويق السياحي البيئي عاملاً أساسياً لتحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال المحافظة على البيئة، ويعتمد التسويق السياحي البيئي، من منطلقات سيكولوجية موجهة إلى الجوانب الغريزية والدوافع الأساسية والمكتسبة، مع عدم إغفال النواحي الموضوعية والفكرية، فدور التسويق السياحي البيئي بناء صورة مضيئة، وخلفية إيجابية لدى السياح ثم المحافظة على استمرارية هذه الصورة. (ابراهيم بظاظو وآخرون، 2012، صفحة 45)

2-1- أهمية التسويق في نشر الوعي البيئي والسياحة البيئية:

1- التسويق السياحي البيئي كمفهوم حديث ومتجدد، يعتمد على مبدأ تعاضد الجهود بين مختلف أطراف صناعة السياحة البيئية؛

2- يتمحور دور تسويق الخدمات السياحية في تكوين ثقافة للمحافظة على البيئة، خاصة أن التنوع الحيوي مهدد في العديد من المواقع السياحية في العالم، وبصفة خاصة فيما يتصل بموطن الكائنات، وبيئاتها الخاصة؛

3- يتبوأ التسويق في صناعة السياحة البيئية أهمية مزدوجة تتمثل في جانبين أساسيين:

أ- أنه موجه بالمنفعة بمعنى إرضاء رغبات السائح.

ب- الجانب الثاني يتعلق بتحقيق البيئة السياحية المستدامة.



4- قيام التسويق السياحي البيئي بتكوين العديد من الجمعيات والمؤسسات البيئية والتي تعمل كمجموعات ضغط بهدف الحفاظ على المقومات الحيوية في المواقع السياحية، وتشكيل رأي عام مقاوم للتلوث ومساند للبيئة.

3- الاستراتيجيات التسويقية السياحية:

تعتبر الاستراتيجية التسويقية في مجال السياحة المنهج العام المحدد لأي نشاط من الأنشطة الذي يتضمن الأهداف العامة له والأساليب المختلفة لتحقيقها وتحدد الاستراتيجية بصفة عامة في ضوء السياسة العامة للدولة وللمنظمات السياحية التي أصبحت تعتمد عليها كأسلوب لبلوغ أهداف التسويق ووضع الخطة التسويقية موضع التنفيذ.

3-1- تعريف الاستراتيجية التسويقية السياحية:

تعرف الاستراتيجية التسويقية على أنها: "خطة رئيسية يتحدد بموجبها المسار الذي يجب أن تسير عليه المنظمة السياحية وأنشطتها المختلفة خلال فترة زمنية تمتد من الآن إلى تاريخ معين في المستقبل من أجل تحقيق هدف محدد أو أهداف محددة لها ذات البعد الزمني، وتم تحديدها كجزء من عملية التخطيط الاستراتيجي." (لمياء سيد الحنفي، 2008، صفحة 134)

وتعرف استراتيجية التسويق السياحي على أنها: "لقاء وتفاعل بين المركب التسويقي للدولة السياحية وبين العناصر المحددة لقرارات الشراء السياحية." (لمياء سيد الحنفي، 2008، صفحة 134)

فالمنظمات السياحية أمام ثلاث خيارات استراتيجية:

3-1-1- الاستراتيجية المنافسة:

حتى تقوم المنظمة السياحية بوضع الاستراتيجية المثلى للتسويق السياحي يجب دراسة وفهم الاستراتيجية التسويقية التي تسير عليها الدول السياحية المنافسة، وكذلك استراتيجية كل منظمة سياحية منافسة. فصياغة الاستراتيجية التسويقية السياحية تكون نتيجة تضافر جهود كل المنظمات السياحية وهيئات المسؤولة والمنشآت الخاصة والعامة، لمواجهة المنافسة الخارجية. وكذا على مستوى المنظمة السياحية في مواجهة استراتيجيات الشركات الأخرى داخل الدولة وخارجها ولا يتحقق ذلك إلا بتصميم استراتيجية تسويقية سياحية مضافة للاستراتيجيات الأخرى بناءً على تقييم سليم للمواقف واتخاذ القرارات السليمة في الوقت المناسب.

3-1-2- الاستراتيجيات البديلة:

يقصد بهذا إحلال استراتيجيات تسويقية مكان أخرى بحيث يمكن في ظل ظروف معينة طارئة إدخال مدخلات استراتيجية بديلة لبعضها البعض كنوع من الإحلال بحيث يحدد متخذ القرار عند اختيار الاستراتيجية التسويقية تأثير هذه المدخلات



على الهدف النهائي لها مثل الارتفاع بمستوى الجودة في المنتج السياحي سيؤدي إلى تحقيق الهدف من الاستراتيجية التسويقية التي تعتمد على الدعاية والإعلان السياحي بشكل رئيسي.

3-1-3- التكامل بين عناصر الاستراتيجية التسويقية:

يؤدي التكامل بين العناصر المختلفة للاستراتيجيات التسويقية السياحية إلى تحديد الاستراتيجية المثلى الملائمة لمختلف جوانب العملية التسويقية حيث يعتبر التكامل بين هذه العناصر مطلب أساسي لنجاح هذه الاستراتيجية على الاستراتيجيات الأخرى فالمنتج الجيد يرتبط بالدعاية السياحية الفعالة والإعلان المؤثر يرتبط بحركة سياحية متزايدة.

3-2- مقومات نجاح الاستراتيجية التسويقية السياحية:

يعتمد نجاح الاستراتيجية التسويقية السياحية التي تضعها المنظمة السياحية على بعض المقومات الهامة أهمها: (لمياء سيد الحنفي، 2008، صفحة 134)

3-2-1- توافر المعلومات: تعتبر المعلومات بالنسبة لواقعي الاستراتيجية التسويقية هي الأساس الذي يقوم عليه بناء هذه الاستراتيجية وترتبط هذه المعلومات بالجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتطورات التكنولوجية المرتبطة بالنشاط السياحي العالمي والمحلي لذلك فإن الإدارة في حاجة دائمة إلى معلومات عن البيئة التسويقية (الأسواق المصدرة للسائحين).

- القدرة التسويقية للمنظمة السياحية.

- المنتج السياحي بالدولة السياحية .

- الأسواق السياحية المنافسة واستراتيجيات التسويق المستخدمة بها.

- المنشآت السياحية المنافسة في السوق السياحي الداخلي واستراتيجياتها التسويقية.

3-2-2- الشمول: يقصد بالشمول أن تكون الاستراتيجية المختارة شاملة لمختلف مراحل العملية التسويقية التي تقوم بها

المنظمة السياحية ابتداءً من المنتج السياحي فالتسعير السياحي والتنشيط السياحي

والمبيعات السياحية إلى غير ذلك من مراحل العملية التسويقية حيث يجب أن تتضمن الاستراتيجية جميع الجوانب التي تدخل في النشاط التسويقي السياحي لكي تحقق النجاح المطلوب.

3-2-3- البعد الزمني: يدل البعد الزمني على الوقت أو الزمن المحدد لتطبيق الاستراتيجية التسويقية السياحية التي تم اختيارها

لأن التحديد الزمني لها يرتبط بدرجة الاهتمام بها وضرورتها لتحقيق الأهداف التسويقية وأهمها في مرحلة زمنية مما ينعكس على الدقة الكبيرة في تطبيقها وتحقيق الأهداف المحددة لها.



3-2-4- سلطة اتخاذ القرار: يرتبط نجاح الاستراتيجية التسويقية السياحية بسلامة اتخاذ القرار الذي يحدد إتباع هذه الاستراتيجية فكلما كان القرار صادرا من الإدارة العليا للمنظمة كلما كان أكثر نجاحا لأنها صاحبة السلطة في اتخاذ هذا القرار وهي الجهة القادر على فهم واستيعاب جميع الجوانب الهامة المرتبطة بتحديد الاستراتيجية المثلى التي تكون أكثر فعالية وإيجابية لتحقيق أهداف المنظمة.

3-2-5- تطبيق الاستراتيجية: كلما كانت الاستراتيجية التسويقية دقيقة وسليمة حسب المراحل الزمنية الموضوعة لها كلما كان نجاحها مؤكدا وتحقيقها للأهداف التسويقية أمرا أكيدا لأن تطبيق الاستراتيجية التي تم الاستقرار عليها يعتبر من العوامل الهامة التي يتوقف عليها نجاحها.

3-2-6- الاختيار السليم: يعتبر الاختيار السليم للاستراتيجية التسويقية السياحية المبني على معايير سليمة وظروف واقعية وأسباب منطقية ودراسة تحليلية للسوق السياحي وتشخيص دقيق للقدرات والإمكانيات التسويقية هو أحد العناصر الرئيسية التي تلعب دورا هاما في نجاح هذه الاستراتيجية.

البند الثالث: التعريف بالحظيرة الوطنية للقالا وعرض مقوماتها السياحية

تعتبر الحظيرة الوطنية للقالا من أكبر الحظائر الوطنية في الشمال الجزائري حيث تقدر مساحتها الإجمالية حوالي 80.000 هكتار أي ثلث المساحة الإجمالية لولاية الطارف وكثافة سكانية تقدر بـ 87.000 نسمة. تحتوي الحظيرة الوطنية للقالا على فسيفساء من الأنظمة البيئية: النظام البحري، النظام الكثبان، النظام البحري، والنظام ألغابي. يمثل هذا التراث الطبيعي أهمية بيئية واقتصادية كبيرة، وتعد المباشر في تصنيفها كحظيرة وطنية وتم ترسيمها بتاريخ 23 جويلية 1983م وفقا للمرسوم الرئاسي 264/83 وفي نفس السنة صنفت كل من بحيرتي طونقة وأويرة ضمن قائمة المناطق الرطبة ذات الأهمية العالمية حسب اتفاقية رامسار* بحيث تعتبر مناطق للطيور المائية المحلية والمهاجرة. تعتبر الحظيرة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تنشط تحت رعاية وزارة الفلاحة والتنمية الريفية (المديرية العامة للغابات). وتكمن المهمة الرئيسية للحظيرة في الحفاظ على التراث الطبيعي، الثقافي والتاريخي.

تم تصنيف الحظيرة الوطنية للقالا بتاريخ 17 ديسمبر 1990م ضمن محميات الكائنات الحية ومحيطها من طرف اليونسكو. وبالتالي فهي تعد كمؤشر مرجعيا للتغيرات الإيكولوجية. الحظيرة الوطنية للقالا من الروائع الطبيعية التي تزخر بها الجزائر كما تعد من أكبر الحظائر الوطنية الموجودة في الشمال الجزائري، فهي إقليم شاسع فيه ثروات طبيعية حيوانية منها ونباتية خاصة ومميزة بها غابات وبحيرات وكل ما يؤهلها لتكون قبلة للسياح ولأنواع كثيرة من الحيوانات وأرض خصبة للنباتات.



تحتوي الحظيرة على ثروة طبيعية هامة حيوانية ونباتية، بالإضافة إلى ذلك التراث التاريخي الهام ويرجع إنشاء الحظيرة إلى وجود تشكيلة طبيعية من الأنظمة البيئية والتي تعطي لها طابعا خاصا مميّزا بالمناطق الرطبة التي تشكل مزيجا إيكولوجيا فريدا بمنطقة البحر الأبيض المتوسط.

1-1- الموقع الجغرافي: تقع الحظيرة في أقصى الشمال الشرقي للجزائر، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الجنوب سفوح جبال "المجردة"، ومن الشرق الحدود التونسية ومن الغرب سهول عنابة.

1-2- الموقع الإداري: تقع الحظيرة بولاية الطارف وتشمل تسعة بلديات: القالة، الطارف، عين العسل، السوارخ، العيون، رمل السوق، بوقوس، بوتلجة.

1-3- مهام الحظيرة الوطنية للقالة: وفقا للمهام المنصوص عليها في المرسوم رقم 83-458 الصادر في 23 جويلية 1983م المحدد للقانون المعمول به والخاص بالحظائر الوطنية، من مهام الحظيرة:

1- الحماية والتنمية المستدامة للثروات الطبيعية والأثرية ويتعلق الأمر بحماية كل وسط طبيعي ذو أهمية خاصة (النباتات، الحيوانات، الأرض، باطن الأرض، الجو)؛ من أي تدخل صناعي وتأثيرات التدهور الطبيعي؛

2- إدماج سكان المناطق الريفية في التنمية الزراعية الجبلية، تربية النحل، الصناعة التقليدية وتربية الدواجن؛
3- التربية البيئية؛

4- تمثل الحظيرة مخاير طبيعية للباحثين؛

5- تعمل على تنمية كل النشاطات الترفيهية والرياضية التي لها علاقة بالطبيعة مع السلطات المعنية؛

6- المشاركة في الندوات العلمية التي لها علاقة بالطبيعة.

7- تقوم مع السلطات والهياكل المعنية بوضع المنشآت السياحية في المنطقة المحيطة؛ مراقبة ودراسة تطور الطبيعة والتوازن البيئي.

1-4- المقومات السياحية بالحظيرة الوطنية للقالة (العرض السياحي):

تزرع منطقة القالة بثروات طبيعية تمثل أهمية بيئية واقتصادية كبيرة، ويعد العامل المباشر في تصنيفها كحظيرة وطنية عام 1983م.

1-4-1- التنوع الطبيعي:

1-4-1-1- الأنظمة البيئية بالحظيرة الوطنية للقالة:

يحتوي هذا التراث الطبيعي على مجموعة من الأنظمة البيئية: النظام البحري، النظام الكثبان، النظام البحري، والنظام الغابي:



- النظام البيئي البحري: يمتد الشريط الساحلي على طول 40 كم بين رأس روزا ورأس سيقلاب، يضم هذا النظام أوساط طبيعية تشكل فائدة بيئية واقتصادية كبيرة. تتميز هذه الأوساط بتنوع بيولوجي (المرجان الأحمر، الأسماك، القشريات، والثدييات، مثل دلفين البحر الأبيض المتوسط، وتتصف عناصرها المكونة والوظيفية بخصائص نوعية، ما جعلها فضاءات ذات أهمية كبيرة في المحيط الحيوي الحيوي.

- النظام البيئي الكثبان: عبارة عن مركب من الكثبان الرملية يبلغ طوله 40 كم ويتراوح عرضه ما بين 1 إلى 4 كم. تتخلله منخفضات بحيرية تغطي ما بين 0.5 إلى 4 هكتارات (البحيرة الزرقاء)، يزداد ارتفاع الكثبان بنسب متفاوتة ما بين 20 إلى 120 متر. هذه السلسلة الكثبانية مستقرة، والدليل على ذلك اكتساؤها بغطاء نباتي يضم أنواعا مميزة مثل: العرعار، الرتم، والكشريد.

- النظام البيئي البحري: يعتبر هذا النظام الأكثر ثراءً وتنوعاً في منطقة البحر المتوسط. يحتوي على فسيفساء من المناطق الرطبة تشمل كل من: البحيرات، التربة، النشعات، الأودية سد ماكسنة والمستنقعات. ستة منها معروفة عالمياً كونها مصنفة ضمن اتفاقية رامسار الخاصة بالمناطق الرطبة ذات الأهمية العالمية، يتعلق الأمر ب: بحيري طونقة والأوبيرة تم تسجيلهما عام 1983م، مرتبة البحيرة السوداء ونشعة عين الخيار عام 2002م، بحيرة الملاح وبحيرة الزرقاء عام 2004م.

1-4-2- المناطق الرطبة بالخطيرة الوطنية القالة: المناطق الرطبة ذات الأهمية العالمية وتنوع أنظمتها البيئية، فهي من الروائع الطبيعية التي تزخر بها الجزائر حيث تحتوي على مناطق أو بحيرات أكثر ثراءً ذات الأهمية العالمية، ومن أهم المناطق هي:

- بحيرة طونقة: موقع محمي داخل الخطيرة، صنفت كمحمية عالمية ضمن قائمة رامسار سنة 1982 قبل ترسيم الخطيرة وذلك نظراً للمكانة أو الأهمية البالغة التي تحتلها وهي مقيمة للدراسة.

- بحيرة الأوبيرة: موقع محمي داخل الخطيرة تتربع على مساحة 890 هكتار تتميز عن باقي البحيرات بملوحتها، متصلة مع البحر بواسطة قناة تمتد على طول 4 كلم وعرض 2.5 كلم، عمقها الأقصى يصل إلى 2.5 متر حيث هناك جهود مبذولة من طرف السلطات لإدماجها ضمن المحميات العالمية.

- البحيرة الزرقاء: موقع محمي داخل الخطيرة، بحيرة صغيرة لا تتعدى مساحتها 03 هكتار، مائها عذب، تقع في شمال شرق بحيرة الملاح، تعتبر كمأوى مفضل للحشرات خاصة اليعاسيب (الرعاشات) وكذلك للنباتات المائية.

- مستنقع بورديم: موقع محمي داخل الخطيرة مساحته 11 هكتار، يقع أقصى غرب الخطيرة، مكون من مياه عذبة، يعتبر موقع مهم جداً لتعشيش البلاشين.



- محمية برايطية: وهي عبارة عن فضاء غابي مسيح بمساحة تقدر بـ 230 هكتار يضم غابات مختلطة منها: البلوط الفليني، بلوط الزان، العود الأحمر، تعتبر هذه المحمية موقع خاص يتواجد فيه الأبل البربري بكثرة فهي تعتبر من المحميات الهامة جدا. -إضافة إلى هذه المناطق يوجد كذلك سد ماكسنه يحتوي على طاقة مائية معتبرة.

4-1-1-4 النظام البيئي الغابي:

تغطي الغابات مساحة تقدر بـ 54000 هكتار ما يعادل نسبة 70% من المساحة الإجمالية للحظيرة. يتكون النظام البيئي أَلغابي بصورة خاصة من مجتمعات حراجية طبيعية تتمثل في: غابات البلوط الفليني المتواجدة على مستوى السهول والجبال، فوق الكتبان الرملية توجد غابات الصنوبر البحري، غابة الصنوبر الحلبي وأدغال الكشريد وعلى ارتفاع 900 متر تتوسع غابات بلوط الزان على حساب غابات البلوط الفليني.

1-4-2-التنوع البيولوجي: تعد الحظيرة للقالة منطقة متنوعة، تضم ثروة نباتية معتبرة حسب DE BELAIRE (1990م)، يوجد حوالي 900 نوع حيث تحتوي المنطقة على ما يقارب ثلث النباتات الموجودة في الجزائر وتتكون الثروة النباتية من حوالي 600 نوع من المباتات البذرية، و300 نوع من النباتات اللازهرية. كما تزخر الحظيرة الوطنية بثروة سمكية هامة لاحتوائها على النظام البحري والنظام البحيري. أنواع منها تعيش في المياه العذبة والتي منها ما يحقق دورته البيولوجية في البحر، وأنواع أخرى بحرية. وتضم الحظيرة الوطنية للقالة سبعة أنواع من البرمائيات بالإضافة إلى تنوع حيوي مميز، فهي تضم سبعة عشرة نوعا من الزواحف (17)، وقد أظهرت الدراسات أن توزيع هذه الأصناف متعلق بطبيعة البيئة التي تلعب دورا مزدوجا. وتعتبر منطقة الحظيرة الوطنية للقالة واحدة من بين أهم المناطق التي تستقطب الطيور المائية المهاجرة. أما الثدييات في الحظيرة الوطنية للقالة ممثلة في 38 نوع، منها 16 نوع محمي من طرف القانون الجزائري.

1-4-3- التراث الثقافي: تحتوي الحظيرة الوطنية للقالة على معلمين تاريخيين مصنفين ضمن قائمة المعالم التاريخية و الجزائرية و هما: الحصن الفرنسي، المصنف بتاريخ 09/09/ 1930. وكنيسة القالة، المصنفة بتاريخ 10/09/1953.

بالإضافة إلى الصناعات التقليدية خاصة صناعة المرجان.

البند الرابع: تشخيص واقع السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية للقالة

من خلال مصفوفة SWOT قمنا بتشخيص واقع السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية للقالة فتوصلنا إلى النتائج التالية:

1- مواطن القوة:

- تمتاز الحظيرة الوطنية بمناخها المعتدل على مدار السنة مما أعطاها ميزة نسبية في استقرار الموسم السياحي.



- الاستقرار السياسي والاجتماعي والأمني تتميز الحظيرة الوطنية للقالبة بالاستقرار السياسي ووحدة النسيج الاجتماعي مما يميزها إقليميا حيث يشكل ذلك عاملا مهما في مجال جذب الاستثمارات السياحية.
- وجود تشريعات وقوانين وأنظمة جديدة ومتطورة تعمل على حماية المحميات الطبيعية مع سن الجزائر لمجموعة من القوانين لحماية البيئة.
- موارد مالية معتبرة وطنية وهبات دولية.
- استخدام تكنولوجيا جديدة
- من مهام الحظيرة الوطنية التنمية السياحية
- نشاطات لا تتطلب موارد مالية كبيرة
- رمز الحظيرة معروف عالميا.
- الحظيرة الوطنية للقالبة محمية طبيعية.
- وجود عدة أنواع للسياحة البيئية في الحظيرة منها: سياحة مراقبة العصافير، السياحة الترفيهية، سياحة التنزه والمشى في الغابات.

2- مواطن الضعف:

- ضعف اعتماد الحظيرة الوطنية على عناصر المزيح التسويقي، فالمزيح التسويقي للحظيرة يتمثل في الترويج للمنتج السياحي البيئي، فمزيجها التسويقي يتكون من عنصرين.
- عدم وجود مهارات متخصصة في التسويق.
- ضعف البنية التحتية: تعاني منطقة الحظيرة الوطنية للقالبة نقصا كبيرا لخدمات البنية التحتية في جميع جوانبها سواء من حيث انخفاض جودة وسائل النقل، عدم وجود شبكة طرق مناسبة، ضعف شبكة الاتصالات.
- انخفاض القدرة الاستيعابية للمنشآت السياحية: محدودية الطاقة الاستيعابية والتجهيزية للفنادق بالمنطقة فهي لا تغطي نمو حركة السياحة المتوقعة لهذه السنة.
- انخفاض مستوى الوعي السياحي.
- انعدام الوكالات السياحة والدواوين في بلديات الحظيرة.
- التضارب في الاتجاهات.

3- الفرص:



- هناك إمكانية كبيرة لرفع سوية الخدمات السياحية المقدمة كما و نوعا و ذلك بإنشاء المزيد من الفنادق وتدريب الأيدي العاملة المستخدمة و خاصة لمنطقة الدراسة و هذا كبرنامج استعجالي آني.
- إمكانية استغلال السفارات و المراكز الثقافية و مكاتب السياحة و السفر الموجودة في دول العالم المختلفة للتعريف بمنطقة الدراسة سياحيا و خاصة تلك الدول المصدرة للسواح.
- المنافسة في الأسعار حيث يجب استغلال معدلات الأسعار المنخفضة نسبيا مقارنة مع دول الجوار مما يؤدي إلى جعل مستويات أسعار الخدمات الفندقية و التموينية و برامج الزيارة مناسبة لقدرة إنفاق السائح مما يزيد في الطلب السياحي و يحقق حركة سياحية نشطة لمنطقة الدراسة .
- الاستغلال الأمثل للاستقرار السياسي، والاجتماعي، والأمني الذي تتمتع به الجزائر واستغلاله كميزة تنافسية بين الدول العربية التي تعاني من ثورات الربيع العربي، والتي سيكون لها الأثر الكبير في جذب السواح.
- تنوع المنتجات السياحية.
- زيادة اتساع رقعة الأسواق السياحية (أنواع السياحة)
- التحسينات في الحماية البيئية للمناطق الطبيعية.
- التحسينات في التراث الثقافي.
- الأراضي غير مبنية يمكن الاستفادة منها بغرس الأشجار.
- الأراضي ملك للدولة وإمكانية حمايتها لأن حدودها معروفة ويمكن تسويرها.

4- التهديدات:

- وجود منافسة شديدة لدول الجوار من خلال امتلاكها لبنية تحتية وخدماتية ومرافق وأنشطة سياحية أكثر تطورا وتنوعا.
- حالة عدم الاستقرار السياحي الناتجة عن النزعات الإقليمية داخل الدول المجاورة.
- عدم استغلال قنوات التوزيع والترويج بالشكل الأمثل لجذب أكبر عدد من السواح.
- وجود مشكلات متعلقة بطريقة التفكير التقليدية غير المتطورة لبعض القائمين على إدارة وتنفيذ النشاطات السياحية المختلفة مما ينعكس سلبا على أداء، هذا النشاط.
- انخفاض القدرة المالية للاستثمار في هذا النشاط الاقتصادي مما ينعكس سلبا على جودة الخدمات والأنشطة والمشاريع السياحية.
- عدم وجود وعي وثقافة سياحية مقارنة بالدول المجاورة.



البند الاخير: الاستراتيجيات التسويقية المقترحة لتطوير السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية للقالبة

1-الاستراتيجيات التسويقية السياحية المقترحة لتطوير المنتج السياحي البيئي وتسعيه:

-إقامة فنادق بيئية؛

- إقامة مواقع لمراقبة الطيور في كل بحيرة من بحيرات الحظيرة هذا يمنح محبي ممارسة هذه السياحة بالتوافد على المنطقة والمساهمة في تنشيط السياحة البيئية بالمنطقة، ووضع سعر مناسب لتذكرة الدخول؛

- إقامة موقع أو مرفأ صغير للزوارق من أجل القيام برحلات سياحية داخل البحيرات مع الأخذ بعين الاعتبار مادة صنع الزوارق يجب أن تكون صديقة للبيئة ولا تؤثر على النظام البحري. بالإضافة إلى تحديد الطاقة الاستيعابية للموقع وتنظيم الرحلات السياحية ومراقبة حركة السياح داخل الحظيرة. هذا يفتح نافذة أخرى لدخول يساهم في تنمية السياحة البيئية في الحظيرة مع وضع سعر يناسب كل الشرائح؛

- تحديد حدود كل بحيرة بسور والعمل على إضافة بعض التحسينات على محيط كل بحيرة كإضافة كراسي للجلوس.

- إقامة ممرات للمشبي حول البحيرات وفي الغابات المقابلة للبحيرات.

- تجهيز الحمامات المعدنية:

بالنسبة للحمامات المعدنية في الحظيرة فهي مازالت تستغل بصفة تقليدية جدا ولهذا نقترح لتطوير السياحة العلاجية في المنطقة إقامة مراكز للعلاج الطبيعي حول كل منبع، إضافة إلى بناء مجموعة شاليهات بيئية للإقامة، مع تزويد المناطق العلاجية بعربات نقل بالأحصنة للتجوال بالمرضى.

2-الاستراتيجيات المقترحة لتطوير سياسة توزيع وسياسة ترويج المنتج السياحي البيئي بالحظيرة:

- كاستراتيجية تطويرية أقتح على إدارة الحظيرة الوطنية بالاتصال مع الوكالات الوطنية والأجنبية والتنسيق معها في توزيع وترويج المنتج السياحي البيئي حيث يجب على الحظيرة المبادرة بعرض المنتج السياحي على الوكالات والدعوة لزيارة الحظيرة في رحلات سياحية منتظمة؛

- تطوير وسائل وأساليب الترويج والتسويق السياحي بما يعزز القدرة التنافسية للسياحة البيئية وزيادة حجم الصادرات السياحية؛

- تطوير إعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفأ الوسائل وأكثرها تقدما، ليقدم رسائل إعلامية توعوية ومعرفية وإقناعية؛



- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية ودور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المستدامة على المستوى الوطني والمحلي، بما يعزز تغيير المفاهيم والسلوكيات والممارسات الخاطئة اتجاه السياحة بصفة عامة والبيئية بصفة خاصة وخلق بيئة ملائمة وصديقة للسياحة والبيئة؛

- العمل على فتح المجال لتكوين وتدريب المرشدين السياحيين من السكان المحليين، وتوظيف مرشد في كل موقع سياحي يعتبر جاذب للسياح؛

- محاولة فتح المجال للوكالات السياحية بإقامة مقراتها داخل حدود الحظيرة والتي ستساهم في توزيع المنتج السياحي البيئي؛
- التنسيق مع الهيئات السياحية كوزارة السياحة والمديريات السياحية و وزارة البيئة، ومحافظة الغابات بتنصيب دواوين سياحية بكل بلدية نظرا لساعة المنطقة ليساهموا في عملية توزيع المنتج السياحي البيئي عن طريق تنظيم رحلات سياحية بيئية للمواطنين وللأجانب وتكون بسعر مناسب لكل الشرائح والأجناس لتساهم في تحقيق التنمية السياحية البيئية مع ضرورة نشر الوعي السياحي والثقافة البيئية بين السياح؛

-تحفيز الوكالات السياحية في التوزيع والترويج للمنتج السياحي البيئي؛

- ضرورة تصميم موقع خاص بالترويج للسياحة البيئية في الحظيرة ودخول عالم السياحة الالكترونية.

3-الاستراتيجيات المقترحة للعناصر الإضافية للمزيج التسويقي:

- بالنسبة للأفراد:

-إقامة مركز خاص بتكوين الموارد البشرية في مجال السياحة البيئية

- فتح تخصص في المعهد الوطني للسياحة والفندقة للسياحة البيئية

- توظيف عدد من الكوادر المؤهلة والمدربة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق مع الزيادة في عدد المنشآت السياحية وحركة الاستثمار وزيادة عدد السياح؛

- تأهيل وتدريب العاملين في الفنادق والمنشآت السياحية على ضرورة نشر الوعي السياحي البيئي والمساهمة في توزيع المنتج السياحي البيئي.

- بالنسبة للدليل المادي :

- الاستعانة بمختصين في الهندسة المعمارية والتفنن في بناء فنادق ومطاعم تجمع بين الأصالة والحداثة؛

- تزويد الاستراحات السياحية بما يرغب السياح في التوجه نحوها

- الاعتناء بالفنادق من حيث الألوان والأثاث.



- بالنسبة للعمليات: العمليات تمثل كافة الإجراءات التي يقوم بها السائح من بلده حتى الوصول إلى الموقع السياحي المقصود ولهذا على الحظيرة الوطنية التنسيق مع الجهات المسؤولة في حالة وجود رحلات سياحية منظمة لتسهيل الإجراءات الخاصة بالرحلة السياحية.

الخلاصة:

تشكل السياحة البيئية عنصراً هاماً في صناعة السياحة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي والدولي ، فهي تمثل مورداً اقتصادياً مهماً للدول، فالسياحة ذات التوازن البيئي تهدف إلى المساهمة في التنمية المستدامة من خلال ربط الاستثمار والمشاريع الإنتاجية للمجتمع المحلي بحماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية من خلال إعداد برامج وخطط استراتيجية وتوجيه السياحة نحو المواقع المميزة بينما مع التأكيد على ممارسات وسلوكيات سياحية دون المساس بالبيئة والتأثير عليها، ومن خلال دراستنا للحظيرة الوطنية للقالبة باعتبارها محمية طبيعية يمكنها ان تكون عنصر جذب سياحي على المستويين الوطني والدولي يمكننا تقديم بعض الاقتراحات للنهوض بالسياحة البيئية في الجزائر متمثلة في:

- ضرورة استخدام المدخل الاستراتيجي لتطوير السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية للقالبة من خلال تكامل استراتيجيات المزيح التسويقي؛

- ضرورة تطوير السياحة البيئية في الحظيرة الوطنية من خلال التركيز على نظام المعلومات الجغرافي في توفير قاعدة بيانات متكاملة تستخدم كمرجع هام في عملية إدارة وتطوير المحميات؛

- توفير مراكز للمعلومات تساعد السياح بإعطاء بعض الإرشادات الضرورية حول كيفية التعامل مع الموقع؛

- ضرورة تحديد الطاقة الاستيعابية للحظيرة الوطنية كونها محمية طبيعية، من خلال ربطها بالتوزيع الجغرافي للحركة السياحية داخل المحمية مع المحافظة على البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية، وتحقيق رضا السياح؛

- دمج المجتمع المحلي في نظم الإدارة كونهم يمثلون عنصراً جوهرياً في صون الحياة البرية في المناطق القريبة من الحظيرة الوطنية (المحمية الطبيعية)؛

- الأخذ بمبدأ الإدارة الخضراء لخلق ثقافة مؤسسية خضراء، تساهم في ترسيخ ثقافة التسويق الأخضر؛

- العمل على نشر الوعي البيئي ومشاركة المجتمع في الحوار البيئي؛

- التنسيق بين وزارات البيئة والسياحة والتربية والتعليم، والعمل على غرس مفهوم المحافظة على البيئة ودمج التربية البيئية كمادة في المناهج التعليمية على كافة المستويات؛



- الاستعانة بدوي الاختصاص لإجراء دراسات تقييم الأثر البيئي لأي مشروع تنموي للتخفيف من آثاره السلبية على الطبيعة والتنوع البيولوجي؛

- تتطلب التنمية المستدامة ترشيد المناهج الاقتصادية، والأخذ بمبدأ المحاسبة البيئية للموارد الطبيعية؛

- إن التدهور البيئي يتم بسبب غياب الإدارة البيئية للتهيئة ولكي تتحقق التنمية السياحية البيئية المستدامة لا بد من تحقيق التوازن بين الأبعاد الثلاثة الاجتماعي و الاقتصادي و البيئي بما يخدم الجيل الحاضر والأجيال المستقبلية، والبيئة الأساسية من أهم آليات تحقيق التنمية السياحية المستدامة .

- يجب أن تكون العلاقة بين السياحة والبيئة علاقة تكافل وعلاقة توازن بين التنمية والبيئة، مع الحفاظ على المصالح الاجتماعية والاقتصادية للسكان المحليين والبيئة والمواقع التاريخية والثقافية والموارد الطبيعية التي تعتبر العوامل الأساسية للجذب السياحي .
- ضرورة الأخذ بمبدأ التخطيط الاستراتيجي السياحي البيئي لإقامة توازن بين السياحة والبيئة حتى تكون السياحة نشاطا إثمائيا قابلا للاستمرار .

- إدارة الفنادق والمنتجعات السياحية بيئيا للتقليل من استهلاك الطاقة والمياه وإدارة المخلفات الصلبة واستخدام المعدات الصديقة للبيئة واستخدام الطاقات المتجددة.

- تجهيز الحظيرة بالبنية الأساسية والخدمات السياحية والإدارة البيئية السليمة حتى يمكن استقبال سائحي البيئة للاستفادة من الدخل السياحي في التنمية السياحية المستدامة للموارد الطبيعية بالمنطقة .

- ضرورة تعزيز وتطوير وسائل النقل والتسهيلات من خلال العمل على زيادة عدد رحلات الطيران التي تصل إلى ولاية عنابة بصفتها أقرب مطار للمنطقة سواء المنتظمة أو العارضة، وتخفيض تكاليف السفر والوصول إلى المنطقة..

- إتباع سياسة تسويقية جديدة ويمكن تحقيق ذلك من خلال ما يلي:

❖ تحديد الأسواق السياحية ودراساتها جيدا وإتباع سياسة إعلامية وترويجية مناسبة

❖ التركيز على دور مكاتب السياحة والسفر والترويج والتسويق السياحي، خاصة أن الدراسة أظهرت غياب الوكالات والدواوين السياحية بالمنطقة وضعف دور الوكالات والمكاتب السياحية الموجودة على مستوى الولاية.

❖ تشجيع السياحة الداخلية لدى فئات الدخل الضعيفة، خاصة في مواسم انخفاض الطلب السياحي، وذلك بإعداد برامج سياحية مخصصة لجلب تلك الفئات ومهدف الحفاظ على حركة سياحية متوازنة ومتواصلة للمنطقة.



- ❖ تشجيع وزيادة التسويق السياحي للمواقع الأثرية في الحظيرة الوطنية وذلك من خلال الدعاية والإعلان وإقامة المهرجانات الثقافية، كما يجب تضافر الجهود بين القطاع العام والخاص.
- ❖ العمل على تطوير الحرف اليدوية والصناعات التقليدية والمنتجات الزراعية بالحظيرة مع رفع المستوى الوعي البيئي والحفاظ على المقومات البيئية عند إقامة المشاريع الاستثمارية.

المراجع:

- حمدي عبد العظيم. (1997). *اقتصاديات السياحة مذحل مظري متكامل*. مكتبة الزهراء للشرق للنشر والتوزيع. رائف، محمد لبيت. (2008). *الحماية الإجرائية للبيئة (مذكرة ماجستير)*. كلية الحقوق، مصر: جامعة المنوفية. عايد، راضي خنفر؛ إباد، عبد الإله خنفر. (أكتوبر، 2006). *تسويق السياحة البيئية والتنوع الحيوي*. 9، صفحة 58.
- عماد، دياب الحفيظ. (2005). *البيئة حمايتها تلوثها مخاطرها*. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. كوثر، محمود أبو العين. (2006). *النظام البيئي وصحة المجتمع*. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع. لمياء، سيد الحنفي. (2008). *التسويق السياحي*. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية محسن، أحمد خضير. (2005). *السياحة البيئية*. القاهرة: دار مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع. محمد، بطاطو وآخرون. (2012). *السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق*. محمد، الصيرفي. (2009). *السياحة بين التأثير والتأثر*. المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع. محمد، عبيدات. (2008). *التسويق السياحي مذحل سلوكي*. الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع. محمد، محمود سليمان. (بلا تاريخ). *الجغرافيا والبيئة*. دمشق: منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب. ياسمين، زرنوخ. (2005). *إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر - دراسة تقييمية - إشكالية التنمية المستدامة في الجزائر - دراسة تقييمية - (مذكرة ماجستير)*. الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر.
- يحياوي، إلهام و ساعد، بوراوي. (2012). *دور مخطط جودة السياحة الجزائري في تفعيل السياحة*. المؤتمر العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة (دراسة تجارب بعض الدول) جامعة البليدة، الجزائر،
- يسري دعبس. (2009). *السياحة والمجتمع (دراسات وبحوث في انثروبولوجيا السياحة)*. مصر. الملتقى المصري للإبداع والتنمية.