

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: تسويق الخدمات

بعنوان:

تقييم واقع خدمات السياحة العلاجية بولاية سعيدة

"دراسة ميدانية بالمؤسسة الحموية - حمام ربي - بولاية سعيدة"

تحت إشراف الأستاذ: الدكتور: وزاني محمد

من إعداد الطالبتين:

- بوعكة نائلة

- بوزيدي نرجس نصيرة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

أمام اللجنة المكونة من السادة:

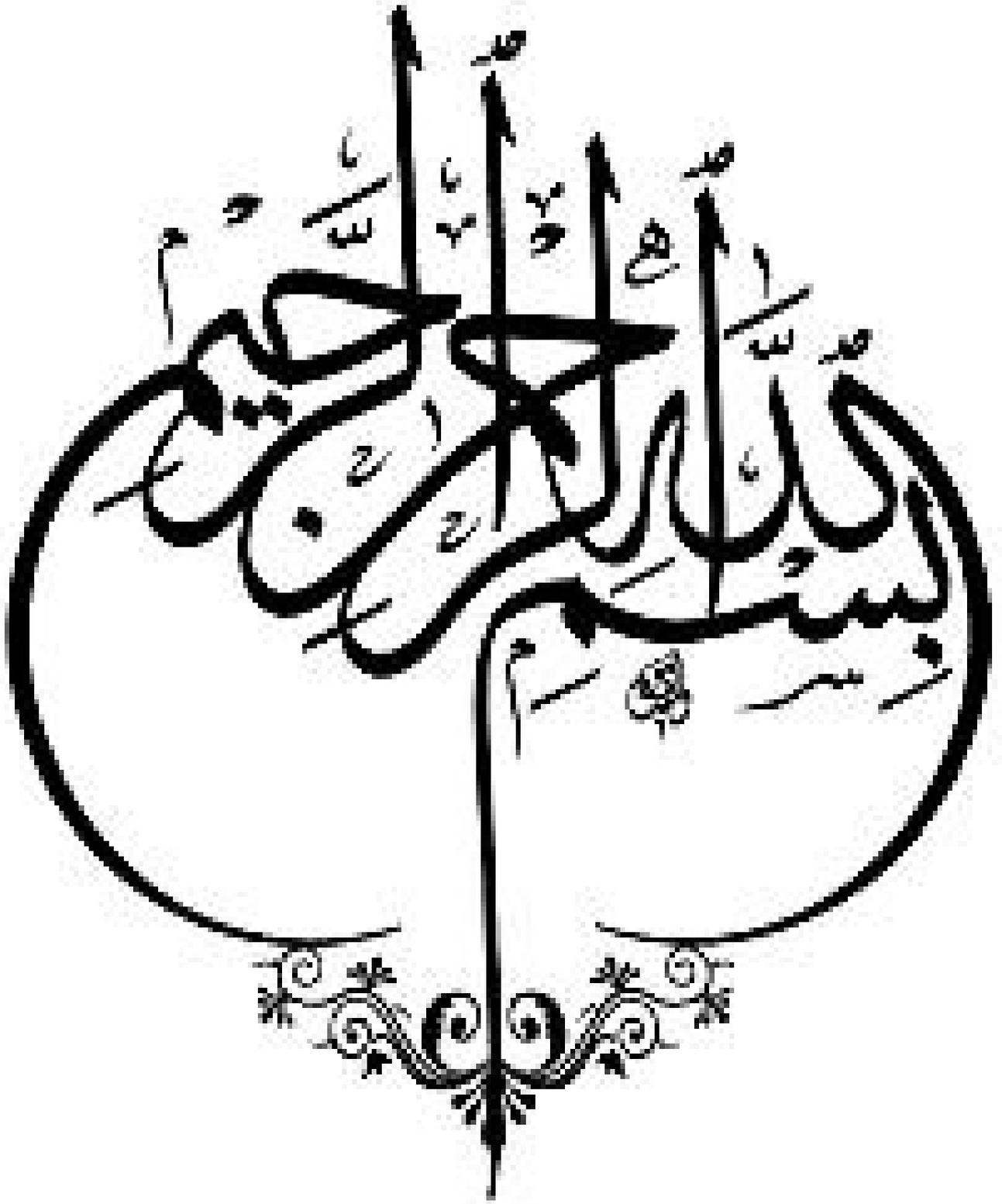
الدكتور / / الدرجة العلمية / رئيسا

الدكتور / / الدرجة العلمية / مشرفا

الدكتور / / الدرجة العلمية / مناقشا

الدكتور / / الدرجة العلمية / مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020



إهداء

إلى من علمني أن النجاح كفاح، قدوتي،

إلى الوالدين الكريمين

إلى عائلتي

إلى كل زميلاتي وزملائي في قسم علوم التجارة

إلى أساتذة الكرام

شكر وتقدير

انطلاقاً من قوله تعالى:

«ومن شكر فإنما يشكر لنفسه ومن كفر فإن ربي غني كريم»

أحمد الله أن أضع علي بإنجاز هذا العمل والشكر له أن وفقني لإخراجه إلى النور،
وبموجب ذلك أتوجه بشكري الجزيل إلى: الوالدين الكريمين و كل من ساندني .

كما أتقدم بخالص امتناني إلى الأساتذة الكرام كل باسمه على ما بذلوه من

جهد في قراءة بحثنا العلمي وتصحيحه ثم تقويمه

كما أشكر كل من له فضل علي ومن أسدى معروفها أو توجيهها أو إرشادها

الملخص

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم واقع خدمات السياحة العلاجية بولاية سعيدة ، و حتى نتمكن من معالجة إشكالية الدراسة قمنا بإسقاط الجانب التطبيقي على المؤسسة الحموية حمام ربي كنموذج للدراسة ، و ذلك بإستخدام استبانة موجهة للمستفيدين من الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة ، حيث تمت معالجة البيانات عن طريق إستخدام برنامج spss V20 و الإعتماد على الأساليب الاحصائية الوصفية و قد توصلنا إلى أن ولاية سعيدة تمتلك إمكانيات سياحية طبيعية علاجية يجب إستغلالها و توسيعها و كذلك جعلها قطبا سياحيا . كما أن تشكيلة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة جيدة نوعا ما و نؤكد على ضرورة إشراك الموارد البشرية المؤهلة في الإبداع أكثر ، و توفير خدمات أخرى لإستقطاب السياح .

الكلمات المفتاحية : السياحة ، الخدمات السياحية ، السياحة العلاجية ، خدمات السياحة العلاجية .

the summary :

This study aims to assess the reality of medical tourism services in the state of Saida, and in order to be able to address the problem of the study, we have dropped the applied aspect on the Hammam Rabbi Foundation as a model for the study, using a questionnaire directed to the beneficiaries of the services provided by the institution, where the data was processed by Using the spss V20 program and relying on descriptive statistical methods, we have concluded that the state of Saida possesses therapeutic natural tourism potentials that must be exploited and expanded, as well as making it a tourist pole. Also, the range of services provided by the institution is rather good, and we stress the need to involve qualified human resources in creativity more, and provide other services to attract tourists.

Keywords: tourism, tourism services, medical tourism, medical tourism services.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
b	إهداء
c	شكر و تقدير
d	الملخص
e	قائمة المحتويات
g	قائمة الجداول
h	قائمة الأشكال
أ-ج	مقدمة عامة
25-1	الفصل الأول : مدخل إلى السياحة و الخدمات السياحية
1	مقدمة الفصل الأول
2	المبحث الأول : أساسيات حول السياحة
2	المطلب الأول : التطور التاريخي للسياحة
5	المطلب الثاني : مفهوم السياحة و أنواعها
10	المطلب الثالث : أهمية قطاع السياحة
12	المبحث الثاني : أساسيات حول الخدمات السياحية
12	المطلب الأول : تعريف الخدمات السياحية و مستوياتها
16	المطلب الثاني : خصائص الخدمات السياحية و أنواعها
19	المطلب الثالث : المزيج التسويقي للخدمات السياحية
25	خلاصة الفصل الأول
46-26	الفصل الثاني : مدخل إلى السياحة العلاجية و خدمات السياحة العلاجية
27	مقدمة الفصل الثاني
28	المبحث الأول : أساسيات حول السياحة العلاجية
28	المطلب الأول : تعريف السياحة العلاجية و أنواعها
31	المطلب الثاني : مناطق وأركان و مقومات السياحة العلاجية
33	المطلب الثالث : أهمية و مخاطر السياحة العلاجية
35	المبحث الثاني : خدمات السياحة العلاجية و مقومات السياحة العلاجية في الجزائر و ولاية سعيدة
36	المطلب الأول : خدمات السياحة العلاجية

قائمة المحتويات

38	المطلب الثاني : السياحة العلاجية في الجزائر و ولاية سعيدة
46	خلاصة الفصل الثاني
70-47	الفصل الثالث : دراسة تطبيقية للمؤسسة الحموية حمام ربي - سعيدة -
48	المبحث الأول : تعريف بالمؤسسة الحموية حمام ربي
48	المطلب الأول : تعريف بالمؤسسة الحموية
49	المطلب الثاني : محتوى المؤسسة
54	المطلب الثالث : هيكل التنظيمي للمؤسسة
55	المطلب الرابع : معلومات أخرى حول المؤسسة
55	المبحث الثاني : الاطار المنهجي للدراسة و تحليل نتائجها
55	المطلب الأول : منهجية و حدود الدراسة
57	المطلب الثاني : تحليل الاستبيان
68	المطلب الثالث : إستخلاص و إستنتاج
70	خلاصة الفصل الثالث
71	خاتمة عامة
74	قائمة المراجع و المصادر
79	ملاحق

قائمة الجداول و الأشكال

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أنواع السياحة	9
02	أهم محطات المعدنية في الجزائر	41
03	دوائر و بلديات ولاية سعيدة	42
04	النشاط الحموي في ولاية سعيدة	45
05	مناطق التوسع المقترحة	45
06	أسعار تذاكر الاستحمام	49
07	أسعار الغرف للمؤسسة الحموية حمام ربي	50
08	أسعار البنغالوهات للمؤسسة الحموية حمام ربي	50
09	أسعار العلاجات المقدمة في المؤسسة الحموية حمام ربي	52
10	أسعار ركن سيارات داخل الحظيرة	53
11	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	57
12	توزيع أفراد العينة حسب العمر	58
13	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	59
14	توزيع أفراد العينة حسب مستوى الدخل	60
15	معامل ألفا كرونباخ	61
16	واقع خدمات السياحة العلاجية	62
17	عدد الأشخاص الذين زاروا المؤسسة من قبل	63
18	أسباب إختيار المؤسسة حمام ربي	64
19	الفصل أو الموسم الذي يفضله السياح	66
20	المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي	67

قائمة الجداول و الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
15	زهرة الخدمة السياحية محاطة بمجموعة من الخدمات التكميلية	01
18	أنواع الخدمات السياحية	02
23	المزيج التسويقي الممتد للخدمات	03
31	أنواع السياحة العلاجية	04
32	أركان السياحة العلاجية	05
38	مستويات خدمات السياحة العلاجية	06
54	الهيكل التنظيمي للمؤسسة الحموية حمام ربي	07
58	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	08
59	توزيع أفراد العينة حسب العمر	09
60	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	10
61	توزيع أفراد العينة حسب مستوى الدخل	11
64	عدد الأشخاص الذين زاروا المؤسسة من قبل	12
65	أسباب إختيار المؤسسة حمام ربي	13
66	الفصل أو الموسم الذي يفضله السياح	14
69	المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي	15

مقدمة عامة

تعد الخدمات بصفة عامة و الخدمات السياحية بصفة خاصة من الموضوعات المهمة التي تلقى اهتماما كبيرا وواسعا نظرا للدور الهام الذي تلعبه السياحة في تنمية الإقتصادات و المجتمعات ، حيث توفر فرص توليد الإيرادات و خلق مناصب شغل كل هذا شكل دافعا و حافزا قويا حرك المؤسسات الرائدة في هذا المجال بتقييم مستوى الخدمات السياحية و العمل على تحسينها و ذلك لمواكبة التطورات الحاصلة في تقديم الخدمات من أجل الوصول إلى مستويات مقبولة ترضي الزبائن .

إن المتتبع لواقع المؤسسات الخدمية الجزائرية و في ظل إقتصاد السوق و الإنفتاح على العالم ، لا تزال تطمح إلى التقدم و التطور في طرق تقديم الخدمات و تنويعها ، و تسويقها و تحسين جودتها .

و لأن توجه الدولة الجزائرية نحو السياحة و تطويرها من أجل المساهمة في الإقتصاد الوطني و من بينها السياحة العلاجية التي تعتبر أحد فروع السياحة ككل التي تلقى إقبال كبير خاصة من قبل الأفراد ، و يعتبر هذا النوع من السياحة نوعا حساسا لأن القائم بها يبحث عن الراحة و الإستجمام لابد من تفادي أي تأثيرات على نفسيته الخاصة فيما يخص الخدمات المقدمة .

❖ مشكلة البحث :

هناك سعي حثيث من قبل المؤسسات الخدمية للإهتمام و الإلتزام بتقديم خدمات ذات جودة عالية ، خاصة فيما يخص السائح الباحث عن العلاج و الراحة و الترفيه و الإستجمام لتجني المنظمة ثمار ذلك بمعاودة تكرار تعامله معها .

و عليه يمكن القول أن هذه الدراسة جاءت لتبين و تسلط الضوء على واقع و تقييم خدمات السياحة العلاجية ، و من هنا يمكن طرح الإشكالية التالية :

ما هو واقع خدمات السياحة العلاجية في المؤسسة الحموية حمام ربي ؟

و للإجابة على الإشكالية المطروحة سنحاول الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية :

- 1- ماهي السياحة ؟
- 2- في ما تتمثل أهمية قطاع السياحة ؟
- 3- ماهي الخدمات السياحية ؟
- 4- ما هي السياحة العلاجية ؟
- 5- بما تتميز الخدمات التي تقدمها المؤسسة الحموية حمام ربي ؟

❖ الفرضيات :

و كإجابة مبدئية لهذه الأسئلة وضعنا الفرضيات التالية :

- 1- تقوم المؤسسة الحموية بحمام ربي بسعيدة بتقديم خدمات متميزة ؟
- 2- إن توفر المؤسسة الحموية حمام ربي هياكل إستقبال كالفنادق و المطاعم و مناطق للإستحمام يساهم بشكل فعال في إستقطاب سياح جدد .

❖ أسباب إختيار الموضوع :

توجد عدة أسباب تعتبر مبررا لإختيار هذا الموضوع تتمثل فيما يلي :

- 1- إرتباط الموضوع بمجال التخصص .
- 2- أهمية الموضوع و الرغبة في تناوله .
- 3- أهمية خدمات السياحة العلاجية في وقتنا الحالي .
- 4- قلة الدراسات و المذكرات التي عالجت هذا الموضوع في ولايتي .

❖ أهداف الدراسة :

تعتبر المؤسسات الخدمية من أهم مؤسسات اليوم التي تسعى لفرض واقعها غير ملموس من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تترك إنطبعا لدى مستخدميها مساهمة في الرفع و التحسين في أحد أنواع السياحة ، لذا فإن دراستنا تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف العلمية و هي :

- 1- التعرف على الدور الذي تلعبه خدمات السياحة العلاجية .
- 2- معرفة مدى فعالية واقع خدمات السياحة العلاجية .
- 3- محاولة معرفة واقع موضوع الدراسة على المؤسسة محل الدراسة .
- 4- إعطاء حلول و توصيات جديدة في هذا المجال .

❖ أهمية الدراسة :

من هنا تبرز أهمية دراستنا لهذا الموضوع و المتمثلة في مايلي :

- 1- إهتمام الجزائر بالسياحة و تبنيتها لقوانين و أنظمة جديدة .
- 2- يعتبر الموضوع أحد أهم مواضيع الساعة .
- 3- تبيان أهمية خدمة السياحة العلاجية .
- 4- دراسة و تقييم واقع خدمات السياحة العلاجية

❖ حدود موضوع البحث :

- 1- الحدود المكانية : المؤسسة الحموية بحمام ربي ولاية سعيدة .
- 2- الحدود الزمنية : من شهر فيفري الى غاية شهر جوان 2021 .
- 3- الحدود البشرية : المستفيدين من خدمات المؤسسة الحموية لحمام ربي لولاية سعيدة .

❖ منهجية الدراسة :

قصد الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع و الإجابة على إشكالية البحث و إختبار مدى صحة الفرضيات سوف نعتد على :

- المنهج الوصفي : و هو المنهج الذي يتناول الأبحاث و الدراسات و الذي يتم من خلاله التعرف على المعالم الظاهرة موضوع الدراسة ، و سيتم الإعتماد على هذا المنهج في الجانب النظري .
- المنهج التحليلي و هو المنهج الذي يهدف غلى التعرف على خصائص و مضمون ظاهرة معينة و تحليلها بصورة مفصلة ، و سيتم الإعتماد على هذا المنهج في الجزء التطبيقي عند إختيارنا المؤسسة الحموية محل الدراسة و تسليط النظرية عليها .

❖ صعوبات الدراسة :

- واجهتنا بعض المشاكل في إعداد هذا البحث متمثلة في :
- قلة المراجع التي تحتوي على موضوع خدمات السياحة العلاجية
- مشكل التنقل للوصول إلى المؤسسة محل الدراسة
- إمتناع بعض زبائن المؤسسة محل الدراسة عن الإجابة عن الإستبيان

❖ الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة مصدرا مهما لجميع الدارسين و الباحثين إذ تساعدهم في تكوين خلفيات علمية عن مواضيع دراستهم و أبحاثهم و فيما يلي سيتم عرض ما تم الحصول عليه من الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث ، من بين الدراسات التي عالجت موضوع خدمات السياحة العلاجية سابقا :

➤ الدراسة (يمينة قرفي - رقية حساني ، سنة 2021) الطلب على خدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة و العوامل المؤثرة فيه .
هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع الطلب لخدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة .
نتائج الدراسة :

_ يعتبر الطلب على الخدمات السياحية العلاجية التسهيلية و الداعمة و الإضافية طلبا مشتقا على خدمة العلاج .
_ يتميز الطلب على الخدمات السياحية العلاجية بالحساسية اتجاه الظروف الاقتصادية و السياسية التي تمر بها الجزائر .

_ يعتبر الطلب على خدمات السياحة العلاجية مرنا فإنخفاض الطلب في السنين 2019 و 2020 تأثر بالظروف السياسية التي مرت بها الجزائر .

_ الطلب على خدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة موسمي إذ أن ارتفاع الطلب في كل الفصول عدا فصل الصيف الذي ينخفض فيه الطلب للعامل المناخي الساخن التي تتميز به الولاية .

➤ الدراسة (هاتو أسامة - بوفيان محمد نذير ، سنة 2019) بعنوان أثر جودة الخدمات الفندقية على ترقية السياحة العلاجية .
هدفت هذه الدراسة معرفة دور الذي تلعبه جودة الخدمة الفندقية على ترقية السياحة العلاجية .

نتائج الدراسة :

_ يؤدي تقييم خدمات فندقية ذات جودة مرتفعة إلى زيادة الثقة في الخدمات المقدمة مما يؤدي إلى رفع مستوى الإشغال الفندقي .

_ يمكن القول أن الخدمات الفندقية المقدمة من قبل المؤسسة الحموية حمام ريغة تلقى إحسان بين قبل العينة المدروسة

_ تعتبر السياحة العلاجية عنصر مهم يمكن الاعتماد عليه في زيادة الإيرادات العامة

_ تعتبر الخدمة الفندقية عامل مهم و متحكم في زيادة و تحسين نسبة السياحة العلاجية .

- الدراسة (عجاين معمر ، سنة 2018) بعنوان التسويق السياحي و دوره في ترقية الخدمات السياحية .
تهدف هذه الدراسة إلى إبراز واقع ممارسة التسويق السياحي و دوره في ترقية الخدمات السياحية بولاية ورقلة .
نتائج الدراسة :

_ يساهم التسويق السياحي في تطوير الخدمات السياحية من خلال دراسة رغبات السياح و تصميم و تحسين الخدمات بما يناسبهم و يحقق رضاهم

_ تتمتع الجزائر بإمكانيات سياحية هامة تؤهلها لتصبح من بين الدول السياحية البارزة عالميا .

_ نقص حجم الاستثمارات السياحية سواء الوطنية أو الأجنبية و عدم تشجيعها من طرف هيئات المسؤولة ، بالإضافة إلى زيادة العبء الضريبي على الأنشطة السياحية

_ غياب سياسة تسويقية للمنتج السياحي في الجزائر ، مما جعل منه غير قادر على المنافسة في السوق السياحية الدولية .

❖ تقسيمات البحث :

للإجابة عن إشكالية الدراسة و الأسئلة الفرعية المتعلقة بها قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول ، و كل فصل قسم إلى مبحثين ، بحيث أن الفصل الأول يتضمن مفاهيم حول السياحة و الخدمات السياحية ، أما الفصل الثاني يتضمن مفاهيم حول السياحة العلاجية و كذلك خدماتها و أيضا السياحة العلاجية في الجزائر و في ولاية سعيدة .

أما الفصل الثالث يتضمن دراسة الميدانية على مستوى المؤسسة الحموية حمام ربي بولاية سعيدة ، و ذلك بالاعتماد على إستمارة الاستبيان التي وزعت على المستفيدين من خدمات التي تقدمها المؤسسة محل الدراسة .

الفصل الأول

مدخل إلى السياحة والخدمات
السياحية

مقدمة الفصل الأول :

نظرا لأهمية السياحة ، كونها مصدرا أساسيا من مصادر الدخل أو الناتج القومي أو توفير مناصب العمل لدولة ما بل مقدرات الإيرادات السياحية التي تحققها كثيرا ما تستخدم كمؤشر لقياس مدى تقدم هذه الدولة .

تلعب الخدمات السياحية في الوقت الحاضر دورا مهما في ال اقتصاد العالمي نظرا لما تحققه المبادلات السياحية من نتائج معتبرة مقارنة للمبادلات الزراعية ، و الغذائية و النفطية ، فتعتبر من أهم فروع الخدمات و أكثرها ديناميكية عبر العالم .

لذا سيكون اهتمامنا منصبا في هذا الفصل حول السياحة و الخدمات السياحية بحيث قسم الفصل إلى
مبحثين :

- المبحث الأول : أساسيات حول السياحة
- المبحث الثاني : أساسيات حول الخدمات السياحية

المبحث الأول : أساسيات حول السياحة

منذ العصور القديمة و السياحة تشكل إحدى اهتمامات غالبية شعوب العالم و تطور مفهوم السياحة حيث لم تعد مجرد نشاط ترفيهي ، بل أصبحت في الوقت الراهن صناعة حقيقية قائمة بذاتها و ذلك لدورها الاقتصادي و الاجتماعي و البيئي و السياسي و تنشيط الاستثمار و مساهمتها في رفاهية و سعادة الشعوب .

المطلب الأول : تطور التاريخي للسياحة

عرفت السياحة منذ العصور القديمة ، فهي قديمة قدم الإنسان و عريقة عراقية التاريخ فمنذ أزمان طويلة و الانسان في حركة دائمة بين السفر و التنقل بحثا عن أمنه و استقراره ، و يمكن لنا أن نميز بين مراحل أساسية مرت بها السياحة و هي كالتالي :

أولا : مرحلة العصور القديمة

فطرة الانسان في العيش لم تتركه يمكث في مكان واحد بل تركته يطمح إلى المزيد بغية الوصول إلى الأفضل نتيجة للوقت الذي كان لا يوليه أي اهتمام .¹

تبدأ هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين و الفراعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد و تنتهي بسقوط الدولة الرومانية في القرن الرابع ميلادي . و من خصائص هذه المرحلة :

- ظهور الدول و الحكومات مثل الدولة في بلاد الرافدين و الحضارة الفرعونية في مصر و رومانيا في إيطاليا .
- ظهور الجيوش هيأ الأمان للناس و بالتالي حرية الحركة .
- ظهور الأنظمة و القوانين إضافة إلى ظهور العلوم و تطور وسائل النقل و خاصة السفن الشراعية .
- ظهور الأديان و المعتقدات .

كل ذلك أدى إلى بروز ظاهرة السياحة التي لم تعد ظاهرة محكومة بقوانين الطبيعة فقط بل بقوانين و تشريعات الدولة بالإضافة إلى ظهور حدود الدول و ما لها من قوانين بحيث فرض على السائح احترامها¹.

ثانيا : مرحلة العصور الوسطى

تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطور الروماني سنة 395 ميلادي حتى القرن الخامس عشر . و من المعروف أن الإمبراطورية الرومانية هي آخر إمبراطورية نشأة في العصور القديمة و قد كانت مركز الإشعاع الفكري و الحضاري و التجاري ، إلا أن الحال تغير في أوروبا بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية و تحولت إلى مجموعة من الإقطاعات المتناحرة و كثرت الاختلافات بينها مما أثر سلبا على حركة الأسفار بمختلف دوافعه و بعد ذلك انتقلت التجارة إلى الدولة البيزنطية بوصفها مركزا مهما للتجارة ، و مع محدودية دور أوروبا في حركة الأسفار برزت الدول العربية حيث أصبحت الدول العربية الإسلامية مركز الإشعاع الفكري و التطور العلمي في الفترة ما بين القرنين الثامن و الرابع عشر الميلاديين و تطورت الأسفار بمختلف دوافعها ، و كانت بغداد و قرطبة أكثر المدن ثراء و كانتا تشكلان مركزين ثقافيين يستقطبان طالبي العلم بهدف الدراسة و التعلم و تطور الواع الديني عند المسلمين خلال هذه المرحلة مما أدى إلى السفر سنويا إلى مكة لأداء مناسك الحج . و تطور عند العرب السفر بدافع الترحال و الاستكشاف و من أهم الرحالة العرب في تلك المرحلة نذكر منها :

- إبن بطوطة : إنطلق من المغرب العربي و كانت رحلته في إفريقيا و آسيا و استمرت أكثر من 25 سنة.
- إبن عبيد البكري : تجول في غرب إفريقيا خلف لنا مخطوطة بعنوان (المسالك و الممالك) .
- ابن جبير : و كانت رحلته من الأندلس حتى المشرق العربي .
- المسعودي : ارتحل في بلدان شرق إفريقيا و خلف مخطوطا بعنوان (مروج الذهب)
- البلادري : زار جزيرة العرب و أعد مخطوطا بعنوان (فتوح البلدان) .
- البيروني : ارتحل إلى شمال الهند و جنوب نيبال و أعد مخطوطا بعنوان (تحليل ما للهند من مقولة مقبولة في العقل أو مردولة)².

¹ مصطفى يوسف كافي – مدخل إلى علم السياحة ، الطبعة الأولى ، ألفا للوثائق ، الجزائر ، قسنطينة ، سنة 2017 ، ص 40 .

² زهير بوعكريف – التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 4 .

ثالثا : مرحلة العصور الحديثة

إن بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة ، التي حدثت فيها تفرعات عديدة في المجال العلمي مثل الإستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار ، و من أهم هذه الإستكشافات نجد إكتشاف " كولمبس " لأمريكا في عام 1492 ، ثم رحلة البرتغالي " فاسكودي كاما " الشهيرة إلى الهند ، و الذي إكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498 ، ثم تلتها رحلات " مجلان " البرتغالي في القرن السادس عشر حول العالم ، حيث لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل و سفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الإقتصادية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الإهتمام ، خاصة أن التحولات الزراعية ، الصناعية ، الحضارية و الثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل رئيسي في بروز السياحة كنشاط إنساني و قطاع إقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى ، ففي هذه المرحلة ظهرت أنواع متعددة و مختلفة من النشاطات السياحية التي إرتبطت كل منها بأهداف معينة منها :

- السياحة التعليمية و الثقافية
- سياحة الإستشفاء و النقاها
- السياحة الترفيهية¹

رابعا : مرحلة العصور المعاصرة

أما في نهاية القرن التاسع عشر و أوائل القرن العشرين فقد عرف رجال الإقتصاد قيمة الرحلات و السفرات على المستوى الدولي و أثرها على إقتصاديات الدول ، ففي تلك الفترة قامت دول عديدة بجذب السياح إليها ، إلا أنه يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى و الثانية كان لهما أثر كبير في تطور و تقدم السياحة .

إذ أنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية و كذلك وسائل النقل البحري و البري ، لأن الإهتمام قبل ذلك كان على إستعمالها في المجال الحربي فقط ، مما سهل التنقل بين الدول و القارات ، و أدى إلى إزدياد و تطور حركة السياحة و رافقها في ذلك تطور الفنادق و البنية

¹ عميش سميرة – دور استراتيجية الترويج في تكييف و تحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس – سطيف 1- ، سنة 2014-2015 ، ص 30 .

التحتية و الفوقية و إحلال السلام بين دول العالم و تبادل الخبرات و الثقافات و التطور الاجتماعي ، الاقتصادي و السياسي .

و قد برز الأثر الكبير على تطور و إزدياد حركة السياحة العالمية كنتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث مستوى معيشة الفرد ، و زيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر ، و زيادة أوقات الفراغ ، نتيجة التقدم الصناعي ، و توفير الوسائل المريحة ، فقد ظهرت السياحة الجماهيرية ، حيث أنه يمكن القول أن السياحة لم يتم تثمينها إلا من خلال هذه المرحلة لذلك فهي بمثابة العصر الذهبي للسياحة .¹

المطلب الثاني : مفهوم السياحة و أنواعها

أولا : مفهوم السياحة

❖ تعريف السائح :

➤ يعرف السائح بأنه أي زائر مؤقت للبلد لأي غرض غير الإقامة و لا تتجاوز مدة إقامته عن 12 شهرا و لا تقل عن 24 ساعة يأتي فيها لزيارة أو حضور مهرجان أو للعلاج و لا يدخل في التعريف (المهاجرون و البعثات الدبلوماسية - و ركاب العبور - و أطقم الطائرات).²

➤ يعرف السائح بأنه الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي ، دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية و عليه أن يصرف أموالا و فرها في مكان آخر . حيث يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في دخل هذا البلد و تحدث هذه الزيادة عن طريق الانتفاع بالخدمات ، و شراء بعض المنتجات المحلية و الهدايا من البلد السياحي كي تكون رمزا تذكاريًا باقيا لزيارته هذا البلد .³

❖ مفهوم السياحة :

يعد مفهوم النشاط السياحي من المفاهيم الحديثة نسبيا في مجال العلوم الاجتماعية ، فمن الملاحظ أن مصطلح السياحة Tourism لم يظهر في كتابات اللغة الإنجليزية إلا في أوائل القرن التاسع عشر . فما كان مطروح سابقا هو لفظ الجولة Tour و المرتبطة بالرحلة Voyage التي يقوم بها الفرد بغرض الترفيه أو السعادة أو الثقافة .

¹ عميش سميرة نفس المرجع السابق ذكره ، ص 31 .

² أحمد الطاهر عبد الرحيم - تسويق الخدمات السياحية ، طبعة الأولى ، دار الوفاء لنديا ، مصر الاسكندرية ، سنة 2012 ، ص 54 .

³ مصطفى يوسف كافي - الأمن السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، الأردن ، عمان ، سنة 2015 ، ص 24 .

- يعبر عن السياحة من مفهومها الاصطلاحي العام ، بأنها الظاهرة الإجتماعية التي تفضى بانتقال الإنسان من مكان إقامته المعتاد إلى مكان آخر لأي غرض من أغراض السياحة .¹
 - عرف البعض أن السياحة بأنها علم و فن وأنشطة الأعمال الموجهة لجذب و نقل السائحين و توفير الإقامة و الطعام لهم بغرض إشباع حاجاتهم و رغباتهم ، حيث إفترضوا أن نطاق السياحة يتضمن أربعة عناصر أساسية هي : سفر ، الإقامة ، التغذية ، الترويج .²
 - أما هيئة السياحة و السفر بالولايات المتحدة الأمريكية USTTA فقد عرفت السياحة من منظور مكاني حيث أعتبرت أن مفهوم السياحة ينصرف إلى أي رحلة تبعد أو تزيد عن 100 ميل .
 - السياحة حسب تعريف {جون ميشو} : و هو المسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي ، عرف السياحة هي نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج و إستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل ، حيث يكون السبب هو التسلية ، التداوي ، اجتماعات ، زيارات مقدسات الدينية ، تجمعات رياضية إلخ .³
 - و تعرف السياحة على أنها مجموعة من المنظمات و المؤسسات التي تقوم التي تقوم على خدمة المسافرين بعيدا عن منازلهم خلال ترحالهم ، سواء أكانت المؤسسات حكومية أم خاصة ، و تشمل الفنادق و المطاعم و وكالات السياحة و السفر و القرى السياحية و مكاتب تأجير السيارات السياحية إلخ ،⁴
- و يتضح مما تقدم السياحة في جوهرها مجموعة من العلاقات التفاعلية المتداخلة بين الأطراف ذات الصلة بالنشاط السياحي ، وفقا لفروض نموذج التفاعل السياحي ل Coltman تتمثل السياحة في جميع العلاقات المتداخلة ، التي تنشأ من تفاعل أربعة جماعات ، تشملها عملية جذب و توفير الإقامة و التغذية للسائحين ، و هذه الجماعات هي :

- 1- السائحين أنفسهم
- 2- مؤسسات السياحة أو ما يطلق عليها موردي السياحة أو بائعي الخدمات السياحية .
- 3- حكومات البلد المضيف .
- 4- مواطني بلد المقصد .⁵

¹ محمد حافظ حجازي - ادارة المنظمات الفندقية (وظائف المنظمة) ، مصر ، ص 13 .
² طارق طه - إدارة الفنادق و المكاتب السياحية ، دار الكتب ، سنة 2001 ، ص 477 .
³ مصطفى يوسف كافي - السياحة المستدامة ، الطبعة الأولى ، ألفا للوثائق ، الجزائر قسنطينة ، سنة 2017 ، ص 23 .
⁴ فادي طاهر قطيشات - اسحق محمود الشعار - شادي أحمد خطاب - محمد عبد الرزاق أبو رمان - إستراتيجية دور المواقع الإلكترونية في تنشيط الطلب على السياحة العلاجية في الأردن ، مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد 7 ، سنة 2012 ، ص 152 .
⁵ طارق طه - نفس المرجع السابق ذكره ، ص 478 .

ثانيا : أنواع السياحة

إن هدف السياحة هو الحصول على إشباع و إمتاع ، و إسعاد و رضا السائح ، فهي تعتبر موردا جوهريا للدخل القومي ، و تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع و الرغبات و الاحتياجات المختلفة

و من أهمها ما يلي :

- 1- **السياحة الترفيهية** : يقصد بالسياحة الترفيهية هي الانتقال من مكان الإقامة لمكان آخر لفترة قصيرة قد تكون يوما واحدا لغرض الاستمتاع و الترفيه و الترويح عن النفس .
فهي تعتبر من أقدم الأنواع السياحية و أكثرها إنتشارا ، حيث وصلت نسبة السياحة الدولية بها إلى 50% ، و تعتبر دول حوض البحر المتوسط من أكثر المناطق إجتذابا لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة كإعتدال المناخ ، بالإضافة إلى شواطئ الخلابة ، و قد تفرعت منها أنواع أخرى من السياحة .¹
- 2- **السياحة الثقافية** : تهدف إلى إشباع رغبة المعرفة ، و توسيع دائرة المعلومات الحضارية و التاريخية ، و التمتع بالفنون الجميلة و المتاحف و المناطق الأثرية ، و طريقة معيشة الشعوب و تقاليدها .²
- 3- **السياحة الدينية** : و هي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة و التاريخية الدينية و أهم دافع فيها هي السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم الأديان ، و هذا نوع من السياحة يتطلب خدمات متنوعة الأسعار ، و خدمات مساعدة متوسطة ، و يتطلب خدمات أسواق كبيرة لغرض تبضع السياح ، منها شراء الهدايا التذكارية لأهلهم و أقاربهم أثناء زيارتهم الدينية .³
- 4- **السياحة العلمية** : و يطلق عليها كذلك بالسياحة البحثية ، و هي التي تشمل الدراسات و البحوث العلمية خاصة تلك التي تتعلق بالبيئة النباتية و الحيوانية ، وكذلك دراسة حركة الطيور و هجراتها العالمية .⁴
- 5- **سياحة الندوات و المؤتمرات** : و هي السياحة التي تحدث من جراء اللقاءات التي تعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة ، و قد يكون الغرض منها رسم استراتيجية مستقبلية لمنظمة تضم أكثر من دولة . و قد يكون موضوع البحث في المؤتمر سياسيا أو إقتصاديا أو علميا أو إجتماعيا ، كما و تتميز مواقع المؤتمرات بوجودها في المدن الكبرى أو المدن الإقليمية أو المدن السياحية .⁵

¹ فؤاد بن غضبان - الجغرافية السياحية ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية ، الأردن عمان ، سنة 2014 ، ص 60 .

² نهله جابر - المكاتب الأمامية ، الطبعة الأولى ، دار الوفاء لنديا ، مصر الاسكندرية ، سنة 2008 ، ص 18 .

³ مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية ، الطبعة الأولى ، دار الجامد ، الأردن عمان ، سنة 2015 ، ص 53 .

⁴ فؤاد بن غضبان - الجغرافية السياحية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 61 .

⁵ مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 73 .

6- **السياحة الرياضية** : و هو السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات و البطولات أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة و الاستمتاع بمشاهدته و عن الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة ، فنجدها متمثلة في ممارسة رياضة الغوص و الانزلاق على الماء و الصيد ، و يشترط في ممارستها توافر المقومات الخاصة بها من الشواطئ الساحرة ، بالإضافة إلى الملاعب و الصالات و حمامات السباحة إذا كان الغرض إقامة الدورات و المسابقات الدولية .¹

7- **السياحة العلاجية** : و الهدف منها السفر للعلاج أو دخول المصحات أو إرتياد الأماكن التي تتمتع بخصائص شفاوية معينة ، و هناك السياحة الإستشفائية أي التي تتعلق بالعلاج في أحد المراكز الطبية و أيضا هناك السياحة الوقائية و هي التي تتمثل في الانتقال الاختياري للسائح لكي يرفع من مستوى الأداء الطبيعي لوظائفه الجسدية و العقلية و الفكرية .²

8- **السياحة الترويحية** : و هي سياحة الاستجمام و الخروج من نمط الحياة المعتاد و التمتع بالراحة الذهنية و الفكرية سواء كان في أماكن خلوية أو مناطق خضراء أو شواطئ البحار و البحيرات ، أو مناطق الجبلية أو الصحراوية و لقد أثبتت الدراسات أن هذا المجال يمثل أكبر نسبة من إجمالي السياحة العالمية .³

9- **سياحة المغامرات و المخاطر** : تتعلق بأنشطة السياح الذين يرغبون بتحدي بعض ظواهر الطبيعة التي تتضمن بعض الخطورة ، و مثال ذلك التجديف بقارب عبر نهر سريع الجريان ، أو سير في طرق وعرة ، أو تسلق جبال صخرية ، أو الصيد في الحياة البرية ، أو الغوص في الأعماق زيارة الأديرة في أعالي الجبال ، أو زيارة أعماق المحيطات ...إلخ .⁴

10- **سياحة رجال الأعمال** : تمثل نشاط رجال الأعمال في الانتقال و الإقامة لإتمام الصفقات التجارية ، أو الاشتراك في المعارض الدولية و الإقليمية ، و قد يقوم رجال الأعمال بجولات ترفيهية بمجرد انتهائهم من صفقاتهم .⁵

11- **سياحة السباقات و المهرجانات** : تنطبق على سباقات السيارات و الدراجات و المهرجانات السينمائية ، و يشهد هذا النوع من السياحة إقبالا هائلا من المشاركين و السياح كما يرتبط بها كرنفالات واسعة للأزياء و الفنون الشعبية .⁶

¹ فؤاد بن غضبان - الجغرافية السياحية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 68 .

² نهله جابر - المكاتب الأمامية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 18 .

³ نهله جابر - مكاتب الأمامية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 16 .

⁴ مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 56 .

⁵ نهله جابر - مكاتب الأمامية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 19 .

⁶ فؤاد بن غضبان - الجغرافية السياحية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 67 .

12- **سياحة التعلم و التدريب :** و هذا النوع من السياحة تركز عليه الدول المتقدمة علميا و صناعيا و فكريا و ثقافيا و تكنولوجيا حيث تقوم هذه الدول بتشجيع السفر لغرض الدراسة في الجامعات أو المعاهد أو عقد ندوات أو دورات تعليمية أو تدريبية¹.

يجدر الإشارة أن للسياحة عدة أنواع طبقا للمعايير التي تؤخذ في تصنيف السياح ، و الجدول الموالي ملخص لأنواع السياحة حسب معايير تصنيفها :

الجدول 1 : أنواع السياحة

نوع السياحة	معييار التصنيف
سياحة العلاجية - سياحة الثقافية - السياحة الاقتصادية / التجارية - السياحة الدينية - سياحة المؤتمرات - سياحة الرياضية	الغرض أو الدافع من السياحة
السياحة المحلية - السياحة للداخل - السياحة للخارج - السياحة الداخلية - السياحة الوطنية - السياحة الدولية .	النطاق الجغرافي أو الحدود السياسية
السياحة الفردية - السياحة الجماعية	طبيعة الرحلة السياحية (العدد)
السياحة الموسمية - سياحة شبه المقيم	مدة الإقامة
نجد سياحة المواطنين الذين يعملون بالخارج - سياحة المواطنين الذين يعملون بالداخل .	الجنسية
سياحة الشباب الناضجين - سياحة ما بعد التقاعد .	السن

المصدر : كريمة بن شريف - عبد الحق رايس - دور الابتكار التسويقي في إنعاش السياحة العلاجية ، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية و إدارة الأعمال، المجلد 5 ، العدد 1 ، سنة 2019 ، ص 112

¹ مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 72 .

المطلب الثالث : أهمية قطاع السياحة

لقد أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة ،و تبرز هذه الأهمية في العناصر التالية :

أولا : الأهمية الاقتصادية للسياحة :

يمكن إبراز الأهمية الاقتصادية من خلال النقاط التالية :

-خلق مناصب عمل : إن القطاع السياحي كثيف التشابك و يرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى ، و هذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي و تمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج .

-تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي :

- ✓ مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة .
- ✓ المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد .
- ✓ فروق تحويل العملة .
- ✓ الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية ، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية و الخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى .

-تحسين ميزان المدفوعات : السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ، يتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية ، الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين ، و خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية ، والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة و القطاعات الأخرى ¹.

¹ سماعيني نسبية دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الأعمال ، جامعة وهران ، سنة 2013-2014 ، ص25-26 .

ثانيا : الأهمية الاجتماعية و الثقافية للسياحة :

تبرر السياحة عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية ، على إعتبار أنها تحافظ على عناصر الجذب السياحي من حيث :

- المحافظة على المورثات التاريخية و الثقافية و الأنماط المعمارية المعاصرة المميزة .
- إحياء الفنون و المناسبات التقليدية و الصناعات التقليدية و بعض مظاهر الحياة المحلية .
- تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف و المرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح ، كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية و الخارجية .
- دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح و السكان) .

بالإضافة إلى أنه من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق و بالتالي يزداد التفاهم المشترك و الاحترام و تلاقي القيم و العادات قبولا من الجانبين و تخلق روح الوحدة بين المجتمعات ، و تقرب المسافات الثقافية بينهم ، إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب و تاريخها و حماية التراث التاريخي و الحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الاتصال و التواصل فيما بينها ، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم .

كما توفر السياحة الحوافز و تساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية و التاريخية ، و التي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستعرض للدمار و التدهور ، و بالتالي إلى ضياع التراث التاريخي للمنطقة¹ .

ثالثا : الأهمية السياسية للسياحة :

للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم في :

- السياحة تؤدي إلى تحين العلاقات بين الدول .
- النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.
- تعمل على تحقيق الحوار و معرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ، و نشر مبادئ السلام العالمي .

¹ مصطفى يوسف كافي – أخلاقيات صناعة السياحة و الضيافة ، الطبعة العربية الأولى ، دار الرواد ، الأردن ، عمان ، سنة 2014 ، ص 39-40 .

- تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بينها .¹

المبحث الثاني : أساسيات حول الخدمات السياحية

يعتبر التفكير في تسويق الخدمات السياحية واحدا من الاتجاهات المهمة الحديثة التي عرفت توسعا في السنوات الأخيرة ، و في مختلف المجتمعات و السبب يعود لتزايد الدور الكبير للخدمات السياحية في الحياة المعاصرة و خاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنفعة المطلوبة ، و تزايد الاهتمام بالخدمات في الوقت الحاضر أدى إلى ضرورة دراسة موضوع تسويق الخدمات السياحية لتبج أداة فعالة يمكن من خلالها الفهم العميق لهذا الموضوع الحيوي .

المطلب الأول : تعريف الخدمات السياحية و مستوياتها

أولا : تعريف الخدمات السياحية

❖ تعريف الخدمة :

هناك عدة تعاريف للخدمة نذكر منها مايلي :

- الخدمة هي النشاط أو المنفعة التي تعرض للبيع أو تعرض لإرتباطها بسلعة معينة { الجمعية الأمريكية للتسويق }
- الخدمة هي نشاط أو إنجاز أو منفعة تقدم من طرف لآخر ، و هي غير ملموسة ، و لا ينتج عنها أية ملكية ، وقد ترتبط بسلعة أو لا ترتبط { Kotler ,2000 }²
- الخدمة تمثل أعمال ، عمليات و إنجاز ، و أن جميع الأعمال و العمليات تقود إلى إنتاج شيء غير ملموس . { Bitner & Zaithmal ، 2000 } .
- تعرف الخدمات على أنها تمثل سلسلة من الفعاليات و الأنشطة المصممة و التي تعزز مستوى الرضا للمستفيد ، و إن هذه الخدمات تقدم من قبل المجهز و الذي قد يتمثل بالأفراد أو عن طريق الأجهزة و التي من خلالها يحصل على الخدمة مثل خدمات الشبكية . { Turban ، 2002 }¹ .

¹ عوينان عبد القادر – السياحة في الجزائر الإمكانات و المعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3 ، سنة 2012-2013 ، ص 27 .
² مصطفى محمود أبو بكر – مرجع في تسويق الخدمات ، طبعة الأولى ، الدار الجامعية ، اسكندرية ، مصر ، سنة 2013 ، ص 70 .

➤ الخدمة هي عبارة عن أشياء مدركة بالحواس و قابلة للتبادل تقدمها شركات أو مؤسسات معنية بشكل عام بتقديم الخدمات أو تعتبر نفسها مؤسسات خدمية { Gronroos } .²

❖ تعريف الخدمات السياحية :

مفهوم الخدمة السياحية : هي خليط من العناصر المادية و المعنوية التي تنتج عند تقديمها في الميدان السياحي و العرض السياحي بغرض إشباع حاجات و رغبات المستهلكين (السياح) بمساهمة مجموعة من عناصر النقل ، الإطعام ، الأنشطة الثقافية ، الأمن . أو هي زيادة الطلب على سلسلة من الخدمات لأجزاء هذه الرحلة المرتحلة و الثابتة فكل منها يمكن أن يخلق طلبا لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة في أثناء هذه الزيارة أو الرحلة ، و تشمل الخدمات السياحية الإيواء و التجهيز السياحي و الأطعمة و المشروبات و التسلية و الترفيه و البرنامجإلخ .³

يعرف السيد { جيري كاسبير } عضو الأكاديمية الدولية للسياحة (الخدمات) بأنها مجموع الوسائل المادية الضرورية لتأمين أو تسهيل اشتراك الناس في السياحة ، و تحقيق أهدافها و خلق و استعمال الخدمات للسياح ، و مفهوم الخدمات السياحية هذا يحدد في الأساس التمييز بين الخدمات الأساسية ، و خدمات التكميلية .⁴

الخدمات السياحية هي كل ما يشمل أحد العناصر التالية :

- أ- التراث الطبيعي : و يتمثل في المناظر الطبيعية ، الجغرافية .
- ب-التراث البشري : المعطيات الديمغرافية ، ظروف الحياة ، العادات و التقاليد .
- ت- الجوانب التنظيمية و السياسية و القانونية و الإدارية للبلد .
- ث-مشاركة الشعب في الحكم و تهيئة وقت العمل و تخطيطه لأوقات العمل و العطل كذلك الترقية ، الإشهار و التي تعد جوانب إجتماعية .
- ج- وسائل الخدمات من النقل ، إيواء ، مطاعم و غيرها .
- ح-الأنشطة الإقتصادية و المالية .⁵

¹ محمود جاسم الصميدعي - تسويق الخدمات ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، سنة 2010 ، ص 24 .
² عادل عبد الله العنزري - حميد عبد النبي الطائي- التسويق في ادارة الضيافة و السياحة ، الطبعة العربية ، اليازوري ، الأردن عمان ، سنة 2013 ، ص 16 .
³ قروج عالية - دور الاتصال التسويقي في تنشيط الخدمة السياحية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص تسويق ، جامعة مولاي طاهر -سعيدة ، سنة 2016-2017 ، ص 34 .
⁴ بوعزة خديجة - عدة نورة - دور الوكالات السياحية في التسويق السياحي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة مستغانم ، سنة 2016-2017 ، ص 76-77 .
⁵ عميش سميرة - دور إستراتيجية الترويج في تكييف و تحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس -سطيف1- ، سنة 2014-2015 ، ص 56 .

ثانيا : مستويات الخدمة السياحية

تقدم المؤسسات السياحية مجموعة من المنافع لعملائها (السياح) من خلال عرضها لعدة خدمات من أجل تلبية رغباتهم و قد صنفت هذه الخدمات إلى :

1- **الخدمة الجوهر (الأساسية)** : و هي مجموعة المنافع الأساسية التي تشبع حاجات السائح و التي يرغب في الحصول عليها من الخدمة ، و الخدمة الجوهر هي الأساس التي وجدت من أجله المؤسسة السياحية ، فقد يكون الإيواء في الفندق هو جوهر الخدمة و خدمة الاستقبال و خدمة الغرف و الإطعام و غيرها كخدمات مساعدة أو محببة لحزمة الخدمة .

2- **الخدمات التكميلية (الداعمة)** : و هي الخدمات التي يتوجب عرضها على العميل و التي بدورها تساعد على استخدام الخدمة الجوهر أو الانتفاع بها ، و قد أصبحت هذه الخدمات توفر قاعدة لتمييز المؤسسات الناجحة أي أنها أصبحت معيار لتمييز المؤسسات الخدمية ، حيث أصبحت بعض المؤسسات الخدمية تنجز الخدمات التكميلية بكفاءة و فعالية لذا تقوم بتطوير و تعزيز خبراتها لتقديم الخدمة التكميلية و بيعها لمؤسسة أخرى ، حيث تقوم بإبتكار طرق جديدة في تقديم الخدمات التكميلية و تعرضها على مؤسسات أخرى .

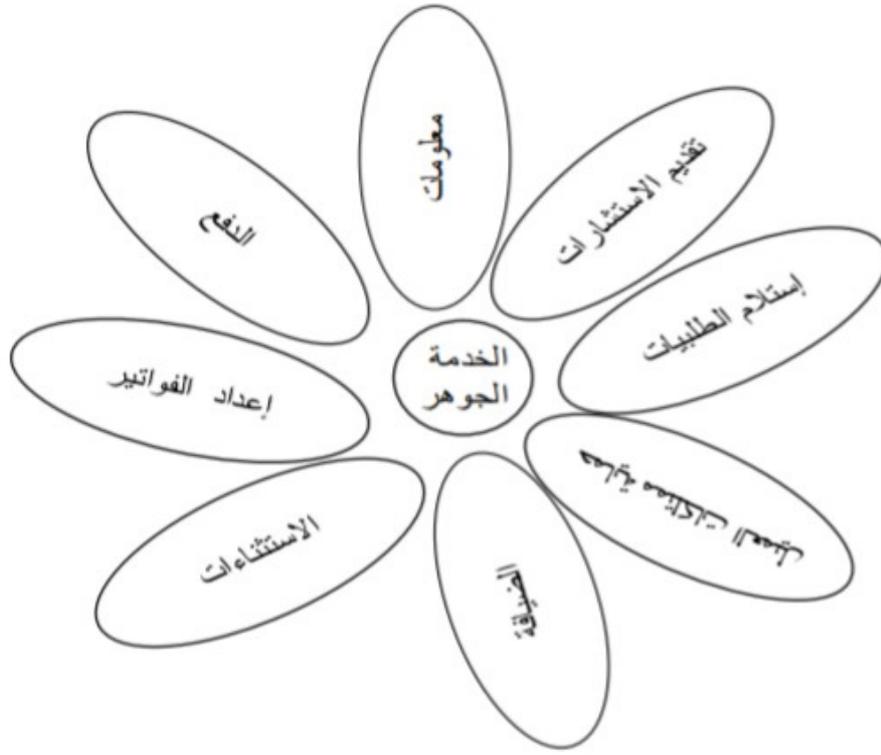
إن الحديث عن الخدمات الأساسية و الخدمات التكميلية في الحقيقة ما هو إلا توضيح لما يسمى بزهرة الخدمة ، حيث شبهت هذه الخدمات بزهرة أطلق عليها اسم زهرة الخدمة بحيث يكون جوهر الخدمة هو قلب الزهرة و الخدمات التكميلية هي الأوراق المحيطة بقلب الزهرة ، و قد تم تصنيف الخدمات التكميلية إلى ثمانية مجموعات ، ولعل أهم الفوائد التي تعود على المؤسسة من خلال هذا التصنيف هو :

-مقارنة كل مجموعة من الخدمات التكميلية مع المجموعة التي تقابلها لدى المنافسين

-تركيز جهود المؤسسة على المجموعة الأكثر تفضيلا من قبل العملاء المستهدفين مما يعطي قيمة مضافة للمؤسسة .

-معرفة ردود فعل العملاء في ما يتعلق بكل مجموعة و الاستفادة من ذلك في تعزيز أو تعديل أو حذف مجموعة عند الضرورة .

الشكل 01: زهرة الخدمة السياحية محاطة بمجموعة من الخدمات التكميلية .



المصدر : مساوي مباركة - الخدمات السياحية و الفندقية و تأثيرها على سلوك المستهلك ، مذكرة ماجستير ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، سنة 2011-2012 ، ص 77 .

من خلال الشكل نلاحظ أن الخدمة الجوهر قد تكون مقعد في طائرة أو غرفة في فندق أو طاولة في مطعم في حين أن الخدمات التكميلية لهذه الزهرة تتمثل في :

- **المعلومات** : يحتاج العملاء إلى مجموعة من المعلومات من أجل الحصول على الخدمة مكان توفرها ، كيفية الحصول عليها ، مزاياها ، أسعارها إلخ .
- **الدفع** : عادة ما يتوقع العميل أن تكون عملية الدفع سهلة و ميسرة و هناك العديد من الطرق لذا يجب توضيح الطريقة التي يدفع بها السائح مقابل حصوله على الخدمات .

- **الضيافة :** حسن استقبال السياح و الترحيب بهم و معاملتهم على أساس أنهم ضيوف بغرض ترك انطباع جيد عن المؤسسة و عن اهتمامها بعملائها مثل الترحيب ، النقل الجماعي ..إلخ .
- **تقديم الاستشارة :** و تقدم في غالب الأحيان بناء على طلب السائح أو كحل للمشاكل التي يواجهها و تكون مجانا في معظم الأحيان .
- **الاستثناءات :** و تتضمن مجموعة من الخدمات المساعدة التي تقع خارج نطاق الخدمة المتعارف عليها .
- **حماية ممتلكات السائح :** من خلال توفير الحماية لممتلكات السائح و توفير مرافق آمنة للسيارات ، العناية بالحيوانات الأليفةإلخ .
- **إعداد الفواتير:** و ذلك بطريقة ترضي السائح و تسهل من عملية حصوله على الخدمات .
- **استلام الطلبات :** من موقع محدد أو بالهاتف أو بريد ، الحجوزات (مقاعد ، غرفإلخ)¹.

المطلب الثاني : خصائص الخدمات السياحية و أنواعها

أولا : خصائص الخدمات السياحية :

تتميز الخدمات السياحية بعدة خصائص تميزها عن باقي الخدمات و هي كالتالي :

- (1) ان عملية إنتاج و استهلاك الخدمات السياحية تتداخل بحيث يصعب التمييز بينهما².
- (2) خدمات غير ملموسة تتمثل في عدم القدرة على قابلية بشكل فعلي على التقييم من خلال استخدام الحواس الخمس .
- (3) عدم التشابه في الخدمات أي من المستحيل وضع نمط معين من الخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها في كل مرة .
- (4) الخدمات تحتاج إلى جهود شخصية لتسويقها ، وبذلك تحتاج إلى تسويق المهارات بمساعدة مشترين في تعيين و شراء ما يحتاجه من خدمات .
- (5) موسمية الخدمات و التي تتصف بالموسمية بالعمل ، حيث هناك زيادة على العمل في أشهر معينة .
- (6) إنهاء الخدمات و تلاشيتها حيث لكل خدمة سياحية حياة قصيرة تظهر من خلال فترة معينة و الذي يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى .

¹ مراتي عمار- واقع جودة الخدمات السياحية في المؤسسة الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة جيلالي ليايس – سيدي بلعباس ، سنة 2018-2019 ، ص 79-81 .

² سكساف منال صافية – تسويق الخدمات السياحية و دوره في التنمية المحلية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص مالية و إقتصاد دولي ، جامعة محمد خيضر- بسكرة ، سنة 2014-2015 ، ص 44 .

- (7) المرونة في الخدمات حيث أن استجابة القطاع السياحي للمتغيرات البيئية تكون كبيرة ، فالظروف السياسية و الاقتصادية لها تأثير واضح على زيادة انخفاض أعداد السياح .¹
- (8) الخدمات السياحية غير قابلة للنقل و هذا يعني أنه لا يمكن نقل معظم الخدمات السياحية إلى حيث وجود السائح و إنما يتطلب منه الحضور الشخصي إلى المكان المطلوب .
- (9) صعوبة قياس الخدمات السياحية حيث أن المنظمة السياحية تعتقد بأن ما تقدمه للسائح هو الأفضل ، فالسائح قد يفضل خدمة منظمة سياحية معينة أكثر من غيرها من المنظمات الأخرى و ذلك لمعايير لا يأخذها بنظر الاعتبار سائح آخر ، وحتى هذا السائح نفسه قد يصعب الحكم على خدمات جهة معينة الأبعد التجربة و مقارنة الخدمة مع خدمة أخرى متماثلة لجهة سياحية أخرى.²

ثانيا : أنواع الخدمات السياحية :

تنقسم الخدمة السياحية إلى عدد من الخدمات الفرعية أهمها :

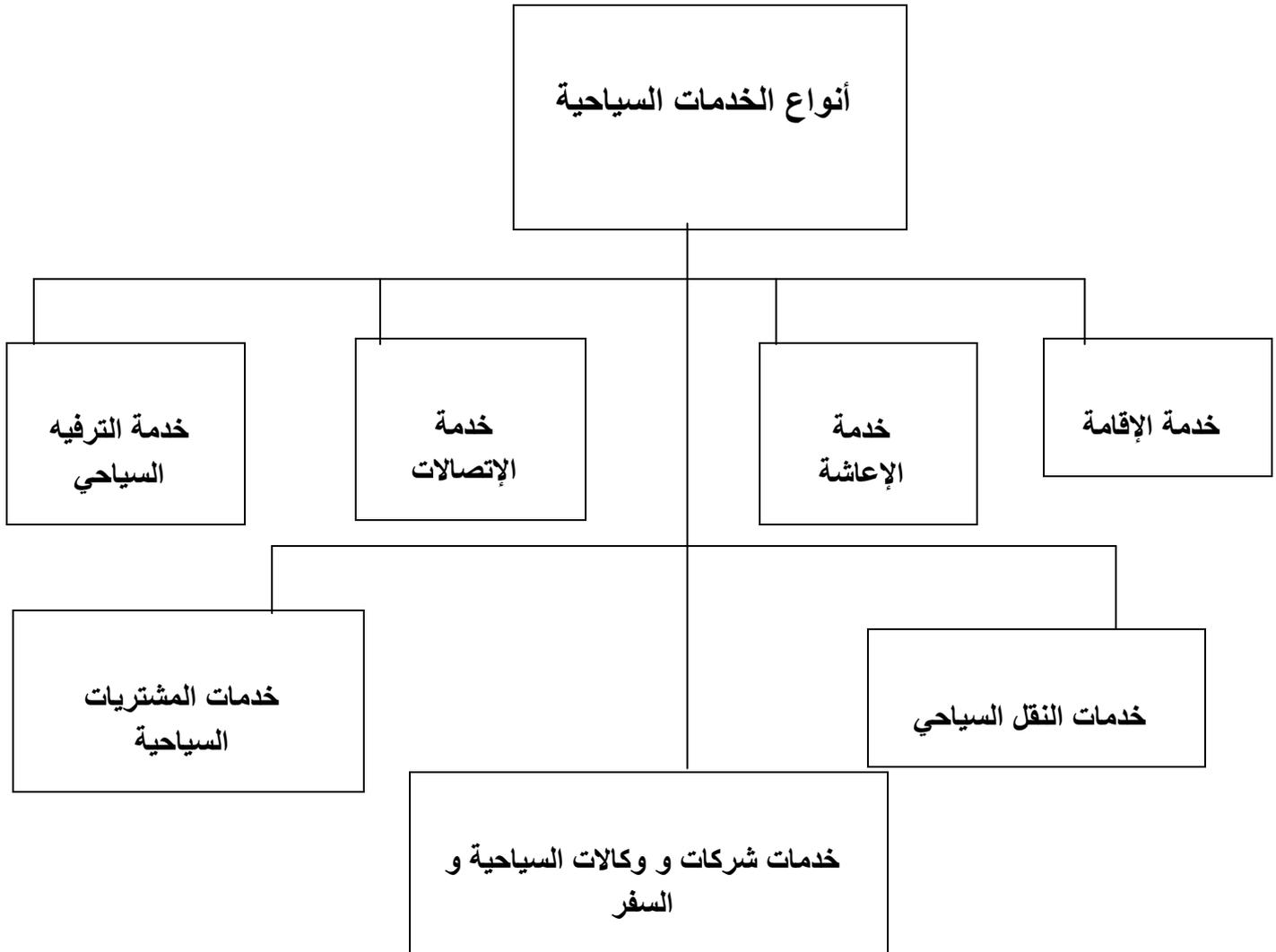
- 1- **خدمة الإقامة** : تقدمها جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل الفنادق و الموتييلات و القرى السياحية و الشقق المفروشة و بيوت الشباب و المخيمات .
- 2- **خدمة الإعاشة** : تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم و الكافيتريات و المحلات العامة إلى غير ذلك من وسائل الإعاشة .
- 3- **خدمات النقل السياحي** : تتولى شركات النقل السياحي العامة و الخاصة و وسائل النقل العامة و الشركات السياحية و بعض الفنادق و مكاتب تأجير السيارات تقديم هذه الخدمة تيسيرا على السائحين في التنقل من مكان إلى مكان داخل الدولة .
- 4- **خدمات شركات و وكالات السياحة و السفر** : تقوم هذه الشركات بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثل الحجز بالفنادق و وسائل التنقل الداخلية و الحجز على الرحلات على الرحلات الجوية الدولية و المحلية إلى غير ذلك من الخدمات تقدم هذه الخدمات بعض الفنادق الكبرى و مكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية و الخاصة للدول السياحية سواء داخل الدولة أو خارجها في مكاتبها الموجودة في الدول الأخرى .

¹ قروج عالية - دور الاتصال التسويقي في تنشيط الخدمة السياحية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 34-35 .

² سكساف منال صافية - تسويق الخدمات السياحية و دوره في التنمية المحلية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 45 .

- 5- خدمات المشتريات السياحية : تقدمها محلات بيع الهدايا و التذكارات السياحية و بعض المحلات العامة الأخرى التي تبيع مثل هذه السلع السياحية .
- 6- خدمة الإتصالات : تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدول بالإضافة إلى المكاتب الخاصة و الفنادق في العصر الحالي أصبحت خدمة الإتصالات متوفرة في معظم الدول السياحية و لكن يختلف مستوى تقديم تلك الخدمة حسب إمكانيات الدول السياحية و قدرتها الاقتصادية ، لأن الإتصالات تتطلب بنية تحتية قوية و مكلفة .
- 7- خدمة الترفيه السياحي : تقدمها المحلات السياحية و مختلف وسائل الترفيه السياحي العاملة في الدول السياحية و تكون متنوعة لتلبية رغبات و احتياجات السائحين المتعددة .¹

الشكل 02 : أنواع الخدمات السياحية



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على ما سبق

¹ ابراهيم اسماعيل الحديد - ادارة التسويق السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الإعصار العلمي ، الأردن عمان ، 2009 ، ص 135-136 .

المطلب الثالث : مزيج التسويق للخدمات السياحية

يتطلب التسويق السياحي دراسة عناصر المزيج التسويقي الذي يمكن أن تستخدمها المؤسسة السياحية لبلوغ أهدافها ، و يختلف المزيج التسويقي السياحي في مبادئه عن المزيج التسويقي للسلع و عناصره الأساسية ، و في هذا المطلب سنتعرف على مفهوم و مكونات المزيج التسويقي للخدمات السياحية .

أولاً : المنتج السياحي و تسعيره

❖ المنتج السياحي (الخدمة) :

يمكن تعريف المنتج السياحي من خلال وجهات نظر متمثلة فيما يلي :

1- **النظرة العامة للمنتج السياحي** : أنه منتج يحتوي على مجموعة من المكونات مثل الإقامة ، النقل ، الأنشطة السياحية الجاذبة كوسائل الترفيه ، نوعية الإقامة ...إلخ .

2- **نظرة المؤسسات السياحية أو منتجي الخدمة السياحية** : فهو يعني مجموع العمليات المنظمة التي تدور حول الاحتياجات و الرغبات المحددة من قبل المجموعات المستهدفة في التسوق .

3- **أما وجهة النظر المستهلك السياحي** : فهو يمثل المنتج الذي يرضي كل لإحتياجاته .

و يرى كوتلر أن المهتمين بالتسويق يجب أن يفكرو بالمنتج على ثلاث مستويات هي :

-**جوهر المنتج** : هي الخدمة الفعالة أو الفائدة التي تم تصميمه لإرضاء الحاجات المحددة لمجموعات السائحين المستهدفين .

-**المنتج المحسوس أو المنتج الفعلي** : و هو المنتج المعروض للبيع و الذي سيأخذه السائح في سبيل أمواله .

-**المنتج المدعم** : هو الذي يحتوي على كل الأشكال التي تضيف قيمة للمنتج الأساسي ، ليكون أكثر جاذبية لعملائهم المتوقعين¹.

❖ تسعير المنتج السياحي :

يعرف السعر بأنه مقدار ما يدفعه الزبون من نقود مقابل تعاقدته مع البرنامج السياحي ، و تتبع أهمية التسعير لكونه أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يحقق إيرادا ، بالمقابل فإن عناصر المزيج التسويقي الأخرى تعتبر تكاليف .

¹ عجابين معمر – التسويق السياحي و دوره في ترقية الخدمات السياحية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق سياحي و فندقية ، جامعة الشهيد حمه لخضر ولاية الوادي ، سنة 2017-2018 ، ص 37 .

كما يمكن القول أن السعر هو أقوى العوامل المحددة للحركة السياحية و كذلك أهمه عند إختيار السائح لرحلة سياحية ، ينظر إلى السعر بمقدار ما يعود إليه من مزايا و منافع و غالبا ما يصنع لنفسه حدودا معينة للأسعار التي لا يستطيع تحملها و دفعها مقابل حصوله على المنتج السياحي .

○ طرق تسعير المنتج السياحي : هناك عدة طرق للتسعير نذكر منها :

-التسعير على أساس التكلفة : حيث يتم احتساب التكلفة الكلية للمنتج ثم إضافة نسبة معينة من التكلفة الكلية و منه يتم الحصول على سعر البيع .

-التسعير على أساس الطلب : في هذه الطريقة يعتمد على مستويات الطلب ، فإذا كان هذا الأخير مرتفعا فإن سعر البيع أيضا سيرتفع و العكس .

-التسعير حسب درجة المنافسة : ينظر حسب هذه الطريقة إلى سياسات التسعير التي يتبعها المنافسون في السوق ، و التركيز على السعر كعامل لمواجهة أسعار الجهات المنافسة¹ .

○ ويمكن حصر أهداف السياسة التسعيرية في ثلاث مجموعات :

-أهداف ربحية : تعظيم الأرباح و رفع رقم الأعمال .

-أهداف بيعية : رفع نسبة المبيعات ، رفع أو المحافظة على الحصة السوقية ، و ذلك بسياسات الترويج بالسعر ، كتخفيض الأسعار لكسب زبائن جدد .

-أهداف راهنة : غالبا ما ما تتخذها المؤسسة لمواجهة ظواهر مؤثرة حاضرا أو مستقبلا على المؤسسة السياحية ، فيما يخص التعامل و مواجهة أسعار المنافسة ، أو العمل على تحقيق الاستقرار في الأسعار ، أو لرسم صورة جيدة عن خدمات المؤسسة² .

ثانيا : الترويج و التوزيع السياحي

❖ ترويج المنتج السياحي :

يمثل الترويج السياحي العنصر الثالث من عناصر المزيج التسويقي ، و هو يلعب دورا هاما كوظيفة من وظائف التسويق السياحي لتنشيط الحركة السياحية و التأثير في سلوك و دوافع السائحين لزيارة منطقة أو دولة معينة ، و يعتبر الترويج طريقة من الطرق الدافعة التي تستخدم لإدارة الطلب .

¹عجاين معمر – نفس المرجع السابق ذكره ، ص 38 .

² جمال قماري – عمر مدلل – جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر الزبون ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 28

يمكن تعريف الترويج السياحي على أنه :

➤ الترويج هو تعريف السائح بالمنتجات السياحية على اختلاف أنواعها وأشكالها وإقناعه بعد ذلك بأنها الأفضل مقارنة بغيرها من المنتجات السياحية.¹

➤ الترويج هو وسيلة الاتصال ، التي تستخدمها المؤسسة السياحية أو الدولة السياحية لإيصال المعلومات للمستهلكين السياحيين قصد جذب انتباههم.²

كما يجب أن يخضع الترويج لإستراتيجية معينة تتمثل في المزيج الترويجي الذي يتكون من هذه العناصر التالية :

-الإعلان السياحي : هو عبارة عن مجموعة من الجهود الغير شخصية التي تسعى للتأثير على عواطف السياح و توجيه سلوكياتهم للعائد على برنامج سياحي معين .

-العلاقات العامة : يمكن تعريف العلاقات العامة أنها مجموع الجهود الواعية و المخططة و المتبعة التي تهدف إلى إعداد و تطوير و الحفاظ على علاقات التفاهم المزدوجة بين المنظمة و جمهورها المختلف .

-الإشهار السياحي : يعرف الاشهار السياحي على أنه مزيج من الجهود غير الشخصية التي تهدف إلى تعريف الجمهور المستهدف بالخدمات المراد الترويج لها من خلال التأثير على سلوك السائح .

-ترقية المبيعات : هي تقنية اتصالية تهدف إلى تغيير السلوك الحالي للسائح ، و هذا لزيادة مؤقتة في المبيعات على المدى القصير

-البيع الشخصي : هو تقديم و بيع السلع أو الخدمات بصفة شخصية و مباشرة بالسياح ، و كذا تزويد الزبون بكافة المعلومات و الخصائص في ما يتعلق بالبرنامج السياحي المروج له ، و العمل على إغراء و إقناع الزبون بالإقدام عليه ، أو ترك لديه إنطباع جيد عن المؤسسة السياحية ، ليبقى الزبون محتملا مستقبلا.³

❖ التوزيع السياحي :

يعتبر التوزيع السياحي من أهم القرارات التي تقوم بها إدارة التسويق السياحي في المنشآت السياحية و التي تؤثر في النهاية على نجاحها أو فشلها في التدفقات السياحية لمنطقة المقصد السياحي ، إن الهدف الأساسي منه هو إيجاد حلقة وصل بين العرض و الطلب السياحي ، أي بين المنظمة و السائح أو العميل ، إلا أن نظام التوزيع في الخدمات السياحية يختلف عن نظام التوزيع في الصناعات الأخرى ، بحيث أنه لا يوجد توزيع عملي لأن المنتجات

¹¹ مصطفى يوسف كافي – وسائل الاتصال و دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الابتكار ، الأردن عمان ، سنة 2017 ، ص 172 .

² عجابين معمر – التسويق السياحي و دوره في ترقية الخدمات السياحية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 39-40 .

³ جمال قماري – عمر مدلل- جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر الزبون ن نفس المرجع السابق ذكره ، ص 30-31 .

السياحية لا يمكن وضعها ضمن نظام التصنيع ، و بالتالي شحنها إلى المسافرين أو العملاء أو حتى تخزينها في المخازن لأجل بيعها في المستقبل .

و يتضمن التوزيع : موقع القدرة على التواصل ، المنافع الزمنية و المكانية ، و الشكلية ، و التملكية ، قنوات التوزيع ، إسناد المبيعات ، عدد أعضاء القناة ، تجزئة القنوات ، القدرة على الوصول إلى المنتج .

○ **قنوات التوزيع السياحي** : تعتبر قناة التوزيع في الخدمات السياحية بأنها المسار الذي تسلكه هذه الخدمات أو البرنامج السياحي حتى يتم إستهلاكه ، و هناك أساليب رئيسية في التوزيع السياحي و هي :

_ **التوزيع المباشر للخدمة السياحية** : هنا تقوم المكاتب بالاتصال مباشر بالسياح من خلال فروعها و مندوبيها من أجل إقناعهم بالتعاقد على برامج المكاتب السياحية .

_ **التوزيع الغير مباشر للخدمة السياحية** : هناك عدة أشكال لقنوات التوزيع غير المباشرة متمثلة في :

-وكالات السياحة و الأسفار

-منظمة الرحلات

-منوبو مبيعات الفنادق

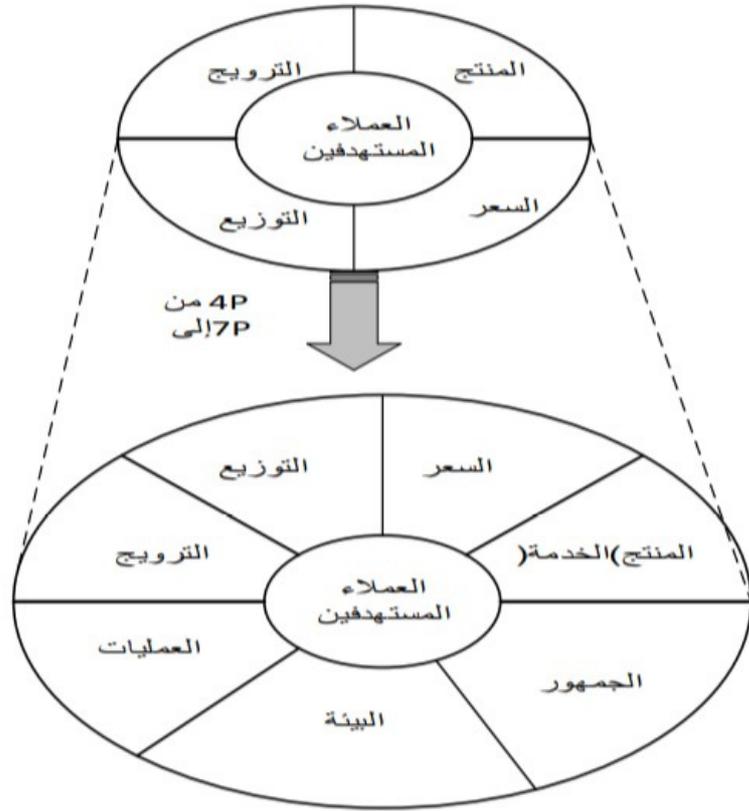
-الاتحادات و الجمعيات السياحية الحكومية¹

ثالثا : عناصر المزيج التسويقي الأخرى

سبق و ذكرنا أن المزيج التسويقي التقليدي تعرض للعديد من الانتقادات و التي ركزت على عدم صلاحية هذا النموذج في مجال تسويق الخدمات . و قد قام عدد من الباحثين بمحاولات لتطوير نماذج خاصة بالخدمات تركزت في مفهومها على تمديد هذا المزيج ، و ذلك من خلال ضم عناصر جديدة إليه ليصبح أكثر صلاحية لتسويق الخدمات ، و من أهم تلك النماذج التي لاقت قبولا النموذج الممتد و الذي يفترض أن المزيج التسويقي للخدمات يتكون من سبعة عناصر رئيسية ، و ذلك بضم ثلاثة عناصر إضافية إليه ، و هي الأفراد (الجمهور) و البيئة المادية و عملية تقديم الخدمة ، كما هو موضح في الشكل

¹ عجابين معمر ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 41

الشكل 03 : المزيج التسويقي الممتد للخدمات



المصدر : بوياح عالية - دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، سنة 2010-2011 ، ص 43 .

❖ الأفراد (الجمهور) :

العاملون من أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي كونها الخط الأول و يعتبرون من أهم عناصر الترويج للمؤسسة السياحية ، فهم أقرب إلى رجال البيع و التي تبدأ من عملية استقبال السائح حتى نهاية تقديم الخدمة و مغادرة البلد ، فمقدمو الخدمة يكونون على اتصال مباشر بالسائح لتقديم كل الخدمات التي تمتلكها المؤسسة السياحية لتقديم أفضل مستوى من الجودة للزائر و الذي يعتمد بشكل مباشر على اتجاهات و مواقف العاملين على بيع البرنامج السياحي ، و بالتالي يؤدي كل ذلك إلى ضمان تكرار زيارة السائح مرة أخرى للمؤسسة السياحية ، و يرتفع إنفاقهم داخل المؤسسة¹.

¹ مراتي عمار- واقع جودة الخدمات السياحية في المؤسسة الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة جيلالي ليايس ، سيدي بلعباس ، سنة 2018-2019 ، ص 115 .

❖ العمليات :

إن عمليات تقديم الخدمة تمثل أحد عناصر المزيج التسويقي المضافة وإضافة هذا العنصر و تحديد مفهومه و أبعاده يمثل أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسة الخدمية و ذلك لإختلاف العمليات باختلاف نوع الخدمة المقدمة ، سواء كانت هذه العمليات تتعلق بتهيئة جميع المستلزمات المادية و الغير المادية لتقديم الخدمة و العمليات التي تتم من خلال التفاعل مع المستفيد ، لأن للعمليات التي يقوم بها المستفيد و مدى الاستجابة دور مهم و فعال في رفع جودة الخدمة المقدمة .¹

❖ الدليل المادي :

يتأثر عملاء الخدمات السياحية بالعديد من العوامل عند اتخاذهم لقرار شراء أو استخدام خدمة معينة و من بين هذه العوامل الدور الذي تلعبه البيئة و ما يسمى بالدليل المادي ، فالدليل المادي يساعد على خلق البيئة أو الجو النفسي عند شراء الخدمة أو إنجازها كما يساعد أيضا على تكوين الانطباعات لدى العملاء عن مؤسسة الخدمة و خدماتها ، فالعملاء تتشكل لديهم الانطباعات عن مؤسسة الخدمية جزئيا من خلال الدليل المادي مثل المباني و الأثاث و وسائل العرض و الألوان و السلع التي تقترن بتقديم الخدمة مثل حملة الحقائق و التذاكر و النشرات و الطوابع إلخ....²

¹ مراتي عمار ، نفس المرجع السابق ، ص 117 .

² مراتي عمار ، نفس المرجع السابق ، ص 119 .

خاتمة الفصل الأول :

موازة مع الانتشار السريع و التطور الكبير الذي شهده قطاع السياحة كان لزاما الاهتمام بما يقدمه هذا القطاع من خدمات الشيء الذي أدى إلى الاهتمام بالخدمات السياحية و إعطائها أهمية كبيرة نظرا للدور الذي تلعبه في نجاح النشاط السياحي ككل ، و تتميز هذه الخدمات بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن المنتجات المادية الملموسة ، و اعتمادها بصورة أساسية على كفاءة العنصر البشري ، بالاضافة إلى الموسمية التي تؤثر على نشاط هذه الخدمات .

و قد تم التطرق في هذا الفصل إلى مفهوم السياحة و أنواعها و أهميتها كما تم تناول موضوع الخدمات السياحية من خلال محاولة توضيح مفهومها و كذا أنواعها و خصائصها

الفصل الثاني

مدخل إلى السياحة العلاجية
وخدمات السياحة العلاجية

مقدمة الفصل الثاني :

تحظى الينابيع المعدنية و الحمامات أو ما يعرف بالسياحة العلاجية أو السياحة الإستشفائية كما يخلو لبعضهم تسميتها بإهتمام كبير من قبل العديد من دول العالم ، بإعتبارها كنزا سياحيا بحكم ما توفره لقاصديها من أسباب العلاج ، و الهدوء و الإسترخاء الذهني و العضلي ، إذ تمثل موردا إقتصاديا مهما و أساسيا للدول و بخاصة التي تتميز بمحدودية الموارد ، فهي وسيلة للمساهمة في التنمية الوطنية الشاملة .

لذا سيكون اهتمامنا منصبا في هذا الفصل حول السياحة العلاجية و قسم إلى مبحثين :

- المبحث الأول : أساسيات حول السياحة العلاجية

- المبحث الثاني : خدمات السياحة العلاجية و مقومات السياحة العلاجية في الجزائر و ولاية سعيدة .

المبحث الأول : أساسيات حول السياحة العلاجية

لقد أصبح السفر لغرض العلاج من الأهداف الرئيسية للسفر و السياحة ، فالسياحة العلاجية أو السياحة الوقائية ليست قاصرة على المرضى الذي يعانون من مرض معين ، بل تشمل فئات متعددة ممن يرغبون في استرداد حيويتهم و لياقتهم البدنية و الذهنية .

المطلب الأول : تعريف السياحة العلاجية و أنواعها

أولا : تعريف السياحة العلاجية

لقد إجتهد العديد من الخبراء و المختصين في وضع تعريف محدد للسياحة العلاجية ، حيث حاول كل منهم وضع مفهوم خاص به ، هناك أكثر من مفهوم للسياحة العلاجية و منها :

➤ تعرف السياحة العلاجية بأنها : تشمل أشكال السفر المرتبطة بالمهنة و العلاج و السياحة المهنية و سياحة النقاهاة ، و كذلك كل أشكال السفر الحر الذي يهدف إلى الاستجمام و الترفيه بالمفهوم العام¹.

➤ عرفت بأنها : تطوير النظام الصحي و تطوير الرعاية الطبية ، و كذلك تطوير الأجهزة الطبية لتطبيق المبادئ الأساسية للسياحة العلاجية².

➤ عرفت على أنها : الأنشطة الترفيهية و التعليمية التي يمارسها الفرد بعيدا عن العمل و المسكن من خلال استخدام المنتجات و الخدمات السياحية العلاجية للنهوض بصحته و الإبقاء على حيويته .

➤ عرفت على أنها : كافة التسهيلات الصحية المقدمة بإستخدام الموارد الطبيعية للدولة و بشكل خاص المياه المعدنية و المناخ³.

¹ مراد زايد – بلقاسم تويزة ، المزيح الترويجي و أهميته في تنشيط السياحة العلاجية بالجزائر ، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة ، المجلد 2 ، العدد 29 ، سنة 2014 ، ص 172 .

² هيام سالم زيدان أحمد – الآثار الاقتصادية لتنمية السياحة العلاجية في مصر ، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة – جامعة الأزهر ، العدد 19 ، سنة 2018 ، ص 84 .

³ هانو أسامة – يوفيان محمد نذير – أثر جودة الخدمات الفندقية على ترقية السياحة العلاجية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص تسويق الخدمات ، جامعة الجليلي بونعامة بخميس مليانة ، سنة 2018-2019 ، ص 15 .

➤ يتضح تعريف السياحة العلاجية من اسم هذا النوع من السياحة ، فالسياحة العلاجية هي سياحة لإمتاع النفس و الجسد معا بالعلاج ، أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويج عن النفس¹.

➤ يمكن تعريف السياحة العلاجية بأنها : " نمط سياحي يوجد في مواقع محددة ذات ملامح طبيعية جميلة و بيئية مفتوحة و تتوفر فيها أدوات و أساليب العلاج و النظافة .

و يبرز من خلال هذه التعاريف أن هناك إختلاف واضح في تحديد الوسائل المعتمدة في العلاج بين المفهوم الضيق الذي يشمل لتداوي بالعناصر الطبيعية أو المفهوم الواسع الذي يضم إلى جانب التداوي بالعناصر الطبيعية العلاج في المستشفيات و المصحات الحديثة².

في ظل هذه التعاريف أنه هناك بعض نقاط التشابه بين السياحة بصفة عامة و السياحة العلاجية بصفة خاصة ، من حيث المعنى و لكن هناك إختلاف جوهري من حيث المضمون لعل هذه الاختلافات تعتبر نقاط فصل بين السياحة العلاجية و غيرها من الأنواع ، و من أهمها نجد :

- **السائح** : في السياحة العلاجية السائح يمثل المريض المستفيد من الخدمة أو مرافق المريض .
- **الخدمات** : و هي في حقيقة الأمر حزمة من الأنشطة غير الملموسة التي يستفيد منها الفرد من أجل إشباع رغباته و إحتياجاته كخدمة السفر ، الإيواء... إلخ ، أما في السياحة العلاجية فنجدها تشمل نطاق أوسع كالإشراف الطبي ، المتابعة بعد العلاج ... إلخ³.

¹ إلياس عيشي – الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضرية في جيجل ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري ، جامعة منتوري قسنطينة ، سنة 2008-2009 ، ص 6 .

² لعلالي بدر الدين – دور السياحة العلاجية بالجزائر في احداث تنمية مستدامة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات ، جامعة محمد خيضر بسكرة - ، سنة 2018-2019 ، ص 35 .

³ ريوقي سليمة – واقع السياحة العلاجية في الجزائر و طموحاتها المستقبلية ، مجلة الدراسات الاقتصادية و المالية : جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، المجلد 11 ، العدد 01 ، سنة 2018 ، ص 238-239 .

ثانيا : أنواع السياحة العلاجية

يقسم أهل الإختصاص السياحة العلاجية لعدة أنواع كل حسب منظوره ، و من أهمها نجد :

✓ **السياحة الوقائية :** و فيها يقوم السائح برحلات سياحية تهدف إلى رفع مستوى الأداء الطبيعي للجسم و العقل ، و ذلك من خلال الإقامة في أماكن تتوفر فيها مقومات ذلك ، و قد تكون السياحة الوقائية حرة يقوم بها الفرد بمحض إرادته بشكل حر دون اشراف طبي منظم ، و قد تكون سياحة وقائية منظمة ¹.

✓ **السياحة الطبية :** و هذا النوع من السياحة يهدف فيه السائح إلى العلاج من مرض عضوي أو إجراء عملية جراحية حيث تعتمد بشكل أساسي على توافر الأطباء المتخصصين و المراكز الطبية المتقدمة و الأجهزة الحديثة حيث يختلف استخدامها و تكلفتها من دولة إلى أخرى ².

✓ **السياحة الاستشفائية :** تعتمد على العناصر و المقومات الطبيعية الموجودة في البيئة اعتمادا رئيسيا في علاج المرضى و شفاثهم مثل الينابيع المعدنية ، و الكبريتية ، و الرمال ، و الشمس ، بهدف الاستشفاء من الأمراض الجلدية ، و الروماتزم ، إذ يعد هذا النوع أكثر حراكا من النوع السابق لأن ثقة المريض به أكثر ³.

و فيما يلي نتطرق لأنواع الاستشفاء البيئي :

و فيما يلي نتطرق لأنواع الاستشفاء البيئي :

- العلاج باستخدام المياه المعدنية
- العلاج بالبخار المتصاعد من مياه العيون المعدنية الساخنة التي تتراوح بين 26-70 درجة مئوية
- العلاج بشرب المياه المعدنية .
- العلاج المناخي و الذي يعتمد على درجة الحرارة و نسبة الرطوبة و قيمة الضغط الجوي و كمية الضوء ⁴.

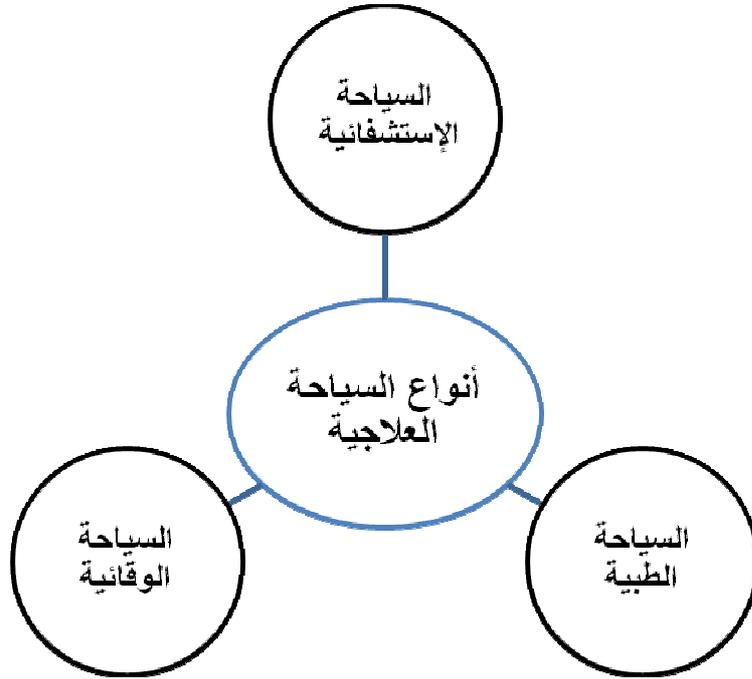
¹ ريوقي سليمة - نفس المرجع السابق ، ص 239 .

² هيام سالم زيدان أحمد - الآثار الاقتصادية لتنمية السياحة العلاجية في مصر ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 85 .

³ سلام جعفر عزيز الأسدي - علي زين الدين - كاظم أحمد البطاط - البيئة و التنمية السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الأيام ، الأردن ، سنة 2015 ، ص 54 .

⁴ لعلالي بدر الدين - دور السياحة العلاجية بالجزائر في احداث تنمية مستدامة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات ، جامعة محمد خيضر - بسكرة - ، سنة 2018-2019 ، ص 36 .

الشكل 04 : أنواع السياحة العلاجية



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على ما سبق

المطلب الثاني : مناطق و أركان و مقومات السياحة العلاجية

أولاً : مناطق السياحة العلاجية و أركانها

تختلف مناطق السياحة العلاجية باختلاف طرق إستغلالها في هذا المجال ، و قد تم تقسيم هذه المناطق من حيث العلاج التي تستغل فيه إلى :

- ✓ مناطق فيها مياه معدنية ، تستغل للشرب و الإستجمام .
- ✓ مناطق تتوفر فيها المياه المعدنية ، إضافة إلى ملائمتها العلاجية .
- ✓ مناطق تستغل فيها مياه البحر للعلاج .
- ✓ مناطق تتوفر فيها وسائل طبيعية أخرى تستغل للعلاج كالطمي و الدفن في الرمال ، كما هو الحال في بعض المناطق الصحراوية مثل بسكرة و وادي سوف¹ .

إذ أن السياحة العلاجية تنطوي على أربعة أركان ، النقل ، الإيواء (الإقامة) ، البنية التحتية و الفوقية ، البرامج السياحية و التي تشمل المناطق العلاجية و الأثرية و التاريخية و الترفيهية و غيرها¹

¹ هانو أسامة – يوفيان محمد نذير – أثر جودة الخدمات الفندقية على ترقية السياحة العلاجية ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 16-17 .

الشكل 5: أركان السياحة العلاجية

النقل	الإيواء	الخدمات والبرامج السياحية
بري بحري جوي	فنادق، شقق، مخيمات، موتيلات	وكالات السفر، المنظمات السياحية، الأماكن الأثرية والسياحية... الخ.

البنية التحتية: طرقات، شبكات الصرف الصحي، شبكات اتصال،
المرافق العامة التجارية والغير تجارية... الخ

البنية الفوقية: كالفنادق، مطاعم، مراكز المؤتمرات... الخ

المصدر : كريمة بن شريف – عبد الحق رايس – دور الابتكار التسويقي في انعاش السياحة العلاجية ،
مجلة الاقتصاديات المالية البنكية و إدارة الأعمال ، المجلد 5 ، العدد 1 ، سنة 2019 .

ثانيا : مقومات السياحة العلاجية

تتنوع مقومات السياحة العلاجية ، فبعض المواقع تتميز بوجود الرمال المشعة ، و أخرى تتميز بإستخدام مياه البحر في الاستشفاء ، إضافة إلى المصادر العلاجية الطبيعية كالينابيع الساخنة الغنية بالمعادن المفيدة في علاج الكثير من الأمراض ، و الملراکز الطبية الحديثة و التي تتمتع بوجود طاقات طبية و علمية متخصصة و منافسة للدول المتقدمة ، وعليه يمكن إجمال مقومات السياحة العلاجية في النقاط التالية :

- ✓ الينابيع المعدنية و الكبريتية .
- ✓ الرمال الطبيعية و مياه البحر .
- ✓ النظافة و الهدوء التام و ال سكينه و الاطمئنان ، و كذا الخدمات السياحية المتميزة .
- ✓ الأطباء المتخصصون و الطهارة المدربون لتوفير الطعام للمرضى .²

¹ كريمة بن شريف – عبد الحق رايس – دور الابتكار التسويقي في انعاش السياحة العلاجية ، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية و إدارة الأعمال ، المجلد 5 ، العدد 1 ، سنة 2019 ، ص 113 .

² شريف غياط- أسماء خليل – السياحة العلاجية في الجزائر كمدخل لتحقيق التنمية المحلية ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات ، العدد 41 ، سنة 2017 ، ص212 .

تشير التجارب الناجحة في الدول الرائدة في هذا القطاع إلى أهمية العناصر التالية في تطوير سياحة علاجية ناجحة :

- ✓ الموقع المتميز و سهولة الولوج
- ✓ توفير الخدمات الطبية و العلاجية المتطورة و ذات النوعية الجيدة
- ✓ توفير الخدمات السياحية المتميزة من خلال تصميم برامج للمرضى تتناسب مع احتياجاتهم الخاصة لزيارة المستشفيات و المراكز الطبية و العلاجية بالإضافة إلى بعض الفقرات الترفيهية و السياحية .
- ✓ توفر وسائل الاتصال و المواصلات و البنية التحتية المؤهلة لتوفير خدمات سياحية متميزة .
- ✓ توفر الإطار القانوني المناسب لحماية المرضى و المراكز العلاجية الطبية بالشكل المعتمد دولياً
- ✓ توفر الأنظمة المالية و التأمينية المتطورة و المناسبة لمتطلبات المرضى على إختلاف أنواعهم و قدراتهم المادية .
- ✓ توفر مناخ ثقافي ملائم
- ✓ الاستقرار السياسي و توفر الأمن
- ✓ توفر قاعدة وطنية للمعلومات حول السياحة العلاجية .¹

المطلب الثالث : أهمية و مخاطر السياحة العلاجية

لقد زاد الاهتمام بالسياحة العلاجية خلال العقدين الأخيرين لما لها من أهمية كبيرة بالنسبة للمنشآت العلاجية ، السائح و الدولة المستقبلية ، كما أن لها بعض المخاطر بالنسبة للسائح .

أولاً : أهمية السياحة العلاجية

تبرز أهمية السياحة العلاجية في النقاط التالية :

- ❖ بالنسبة للمنشآت العلاجية و الطبية : تحقق السياحة العلاجية للمنشآت الطبية ما يلي :
- ✓ الوصول إلى الأسواق الجديدة و بتكلفة أقل حيث يستطيع منظمو الرحلات تسويق برامج الصحة و الإستشفاء السياحية في مناطق و مدن لا تستطيع المنشآت الطبية الوصول إليها .
- ✓ قدرة التحكم في الطلب على الخدمات بحيث يمكن من خلال المرونة في تسويق برامج سياحة الصحة و الاستشفاء تكثيف عمليات تسويقها أو تقليلها بناء على الطاقة المتاحة في خدمات المنشأة .

¹ خير الدين بوزرب – عمار عريس – تنمية السياحة العلاجية كمدخل لتطوير القطاع السياحي ، ملتقى القطاع السياحي في الجزائر : الواقع و المأمول ، سنة 2016 ، ص 7 .

✓ الوصول لعملاء لديهم قدرات مالية أكبر أو لديهم رغبة في الإنفاق على خدمات إضافية ، فالبرامج السياحية و ما توفرها من راحة بال تكون جاذبة للكثير من الراغبين في الحصول عليها و عل الخدمات التي تقدمها .

✓ تفرغ المريض للعلاج الخدمات الطبية حيث تتولى جهة متخصصة توفير احتياجاته من النقل و السكن و البرامج المصاحبة ، و بالتالي زيادة رغبة المريض السائح في الحصول على خدمات سياحية إضافية .

❖ **بالنسبة للسائح :** توفر منتجات سياحة الصحة و الاستشفاء الكثير من الفوائد للمستفيدين منها من المرضى و الأصحاء ، و من تلك الفوائد ما يلي :

✓ الأسعار المناسبة : فبرامج سياحة الصحة و الاستشفاء تتيح للمستفيدين الحصول على الخدمات الطبية الاستشفائية بأسعار أقل .

✓ الجودة و النوعية : يحرص منظمو الرحلات السياحية على الإتفاق مع منشآت طبية و إستشفائية حاصلة على شهادات جودة عالمية و تطبق مواصفات عالمية و محلية لإهتمام و حرص تلك المنشآت على إثبات إلتزامها بالجودة .

✓ توفر أحدث التكنولوجيا الطبية في المراكز الطبية .

✓ عدم الإنتظار للحصول على موعد .

✓ البرامج الترفيهية المصاحبة كزيارة المعالم السياحية في المنطقة التي تقع فيها المنشآت الطبية.

❖ **بالنسبة للبلد و المنطقة :** تبرز أهمية السياحة العلاجية بالنسبة للمنطقة و البلد المستقبل فيمايلي :

✓ إن السائح الذي يزور دولة ما أو منطقة بغرض العلاج تزداد مصاريفه بالعملة الصعبة وهذا يعتبر مكسبا جيدا للحصول على العملة الصعبة ، كما أن الشخص الذي يأتي مرة للعلاج لوحده و بالتالي يكون له مرافقين من أهله و هذا بدوره يزيد من مصاريف السواح بالعملة الصعبة و يساعد على رفع الدخل الفردي و القومي للبلد المعني .

✓ تساعد السياحة العلاجية على خلق إنطباع إيجابي للسياحة خاصة بالنسبة للمرضى الذين يتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم عند قدومهم للعلاج و هذا بدوره يشجع على نجاح المنطقة و جعلها من مناطق الجذب السياحي المهمة محليا و عالميا ، و هذا بدوره يؤدي إلى تطوير المناطق السياحية العلاجية و توفير خدمات المساعدة الجيدة لها و يؤدي

أيضا إلى تشغيل الكوادر الطبية المتخصصة و زيادة كفاءته و مهاراته و توظيف عدد كبير من العاملين من المجال الطبي و المجالات المساعدة الأخرى ¹.

ثانيا : مخاطر السياحة العلاجية

تتعلق المخاطر الخاصة بالسياحة العلاجية بالمنطقة التي تمت زيارتها و الإجراءات المتبعة ، و تبرز هذه المخاطر فيمايلي :

- ✓ تلقي الرعاية في منشأة لا تتوفر على تسهيلات الاتصال كالمترجمين و غيرهم يزيد من سوء فهم حول الرعاية .
- ✓ يمكن للطبيب إعادة استخدام الإبر بين المرضى ، أو أن ممارسات الحقن غير المألوفة الأخرى التي يمكن أن تنقل الأمراض مثل التهاب الكبد و فيروس نقص المناعة .
- ✓ قد يكون الدواء مزور أو ذو نوعية رديئة في بعض البلدان
- ✓ نقص الدم في بعض الأحيان قد يشكل مشكل كبير .
- ✓ الطيران بعد الجراحة يزيد من خطر جلطات الدم . ²

المبحث الثاني : خدمات السياحة العلاجية و مقومات السياحة العلاجية

في الجزائر و ولاية سعيدة

من خلال ما سبق تعرفنا كل من المفاهيم التالية : السياحة ، الخدمات السياحية و السياحة العلاجية و الآن سوف نتعرف على مفهوم الخدمات السياحة العلاجية و التعرف على مستوياتها . و أيضا التعرف على مقومات السياحة العلاجية في الجزائر و ولاية سعيدة .

¹ خير الدين بوزرب – عمار عريس ، تنمية السياحة العلاجية كمدخل لتطوير القطاع السياحي ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص 5 .
² خير الدين بوزرب – عمار عريس ، نفس المرجع السابق ، ص 6 .

المطلب الأول : خدمات السياحة العلاجية

❖ أولاً : مفهوم خدمات السياحة العلاجية

إن خدمات السياحة العلاجية هي عبارة عن مجموعة الخدمات و التسهيلات المتمثلة في الخدمة الأساسية و هي العلاج ، و الخدمات المكلمة كالنقل و الإيواء و الإطعام و الخدمات الفندقية التي تؤمن للسائح المعالج ، الراحة عند إستهلاكه للخدمة العلاجية أو خلال إقامته في المصحات أو المراكز العلاجية أو المنتجعات و المركبات الخاصة بالسياحة العلاجية ، فمزج هذه العناصر يساعد في شفاء كثير من الأمراض الجلدية المزمنة و أمراض الجهاز الحركي و الجهاز التنفسي ، إضافة إلى عملية الترفيه عن النفس عن طريق إستخدام المقومات الطبيعية موجودة بالبيئة مثل عيون المياه المعدنية و الكبريتية ، أو مياه ذات تركيب كيميائي متميز أو وجود مواد مشعة طبيعية أو رمال دافئة أو مناخ جيد نقي أو جو معتدل جاف .¹

❖ ثانياً : مستويات خدمات السياحة العلاجية

يمكن تصنيف مستويات الخدمة السياحية العلاجية و ذلك وفقاً للتصنيفات الواردة في الأدبيات التسويقية المعروفة في هذا المجال إلى خمسة مستويات أساسية هي :

✓ الخدمة الجوهريّة :

أ- الخدمة العلاجية التسويقية :

و تشمل مجموعة من الخدمات العلاجية مثل : خدمات التشخيص و الاستشارات الطبية ، و الجراحة المتخصصة كزراعة الأعضاء و جراحة القلب و الصدر و عمليات الدماغ و الأعصاب ، و أمراض العيون ، و جراحة الكلى و المسالك البولية ، و جراحة الأسنان و التجميل ، و جراحة الأنف و الأذن و الحنجرة ، و جراحة النخاع الشوكي و أمراض الدم و السرطان ، و عمليات الإخصاب و العقم .

ب-الخدمات العلاجية الاستشفائية :

وتشمل مجموعة من الخدمات العلاجية مثل : علاج تآكل الفقر و الأمراض الجلدية ، و أمراض المفاصل ، و تصلب الشرايين و الدورة الدموية ، و إدرار البول ، الصدفية و الأمراض الجلدية ، فقر الدم و العقم و ضغط الدم .

¹ يمينة قرفي ررقية حساني ، الطلب على خدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة و العوامل المؤثرة فيه دراسة تحليلية للفترة ، مجلة العلوم الاقتصادية و التسبير و العلوم التجارية ، المجلد 14 ، العدد 1 ، سنة 2021 ، ص 381

✓ الخدمة الأساسية :

و تركز هذه الفئة على توفر خدمات النقل الطبي ، و التكنولوجيا العلاجية و الطبية ، و الأدوية و الوصفات العلاجية ، و المرافق و المنافع الطبية ، و المراكز العلاجية المتخصصة ، و تكنولوجيا الاتصالات ، و خدمات الكهرباء و المياه ، و الكوادر الطبية المعالجة ، و الإسكان الصحي ، و الفنادق و المطاعم .

✓ الخدمات المتوقعة :

و تشمل خدمات العناية الصحية و نظافة المباني و المرافق الطبية ، و نظافة المطاعم و الطعام و الشراب ، و سرية المعلومات الخاصة بالمريض و حسن المعاملة من قبل الكوادر المعالجة .

✓ الخدمات غير المتوقعة :

فهي تركز على تقديم الخدمات العلاجية في منتجعات علاجية تابعة للمشفى ، و توصيل المريض إلى المطار، و تقديم تسهيلات بالدفع و تنظيم رحلات ترفيهية للمرضى و المرافقين ، و تحديد وقت تقدم فيه النصائح للمرضى ، حول قرارات العناية الصحية التي تخصهم ، و متى تجنب إدارة العناية الصحية للمرضى المباشرين ، و توعية المرضى المصابين بالمرض و المخاطر الناجمة عنه ، و درجة علاج المرض و النتائج المحققة لإضافة إلى الموارد المطلوبة لتوفير الغاية المثلى للمرضى ، و رقابة المريض خارج الوضع السريري ، و أخيرا ربط المعلومات الراجعة عن المريض مع مزود الخدمة العلاجية .

✓ الخدمات المحتملة :

مثل الخدمات العلاجية المجانية ما بعد العلاج كالفحص الدوري للمريض ، و الإستشارات المجانية و بطاقات الشكر و المعايدة¹ .

¹ حمودي هداية - بولفراد زينب - دور السياحة العلاجية في الجذب السياحي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص تسويق سياحي و فندي ، جامعة محمد الصديق بن يحيى ولاية جيجل ، سنة 2018-2019 ، ص 19 .

الشكل 6 : مستويات خدمات السياحة العلاجية



المصدر : يمينة قرفي - رقية حساني - الطلب على خدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة و العوامل المؤثرة فيه ، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، المجلد 14 ، العدد 1 ، سنة 2021 ، ص 382 .

المطلب الثاني : السياحة العلاجية في الجزائر و ولاية سعيدة

تتمتع مختلف مناطق الوطن بالعديد من المصادر و المقومات الطبيعية ، التي تبقى الطبيعة حاضنة لها ، و هي غير مستغلة أساسا رغم منافعها الجمة ، حيث تزخر الجزائر بأحواض و حمامات معدنية طبيعية تجذب السياح و المرضى على مدار السنة ، و تمثل المنابع الحموية غير المستغلة التي لا تزال على حالتها الطبيعية ما يفوق نسبة 60% من المنابع الحموية المحصاة ، و يبلغ عدد المنابع الحموية (مياه تخرج من جوف الأرض) حوالي 280 منبع ، و هي قابلة للإستغلال كمحطات حموية عصرية .

أولا : السياحة العلاجية في الجزائر

لدى الجزائر مساحة شاسعة تمتد بين شطان البحر الأبيض المتوسط شمالا وأعماق الصحراء الكبرى جنوبا ، زاخرة بثروات من المقاصد السياحية المتنوعة ، فإن شئت بحرا فأمامك نحو 1200 كم من الشواطئ الجميلة النظيفة ذات الشمس والهواء والطقس المتوسطي المعتدل ، وإن شئت الصحراء ففيها امتداد لا ينتهي وبيئة ساحرة يمزج فيها الإنسان أصالة تقاليده وتراثه مع صدق وفادته وترحيبه.

أ- نبذة جغرافية :

الجزائر هي إحدى دول شمال أفريقيا العربية ، وتقع بين المغرب وتونس عند تقاطع خط العرض 25 درجة شمالا وخط الطول 3 درجات شرقا وتمتد شواطئها 1200 كلم شمالا على البحر الأبيض المتوسط ، ولها حدود برية مشتركة مع ليبيا وتونس شرقا ومع المغرب غربا ومن الجنوب حدودها المشتركة مع كل من موريتانيا ومالي والنيجر وتعتبر الجزائر ثانية كبرى بلدان أفريقيا مساحة بعد السودان .

وتتكون أرض الجزائر من السهل الساحلي الشمالي على امتداد المتوسط وبموازاتها سلاسل جبال أطلس التل وجبال أطلس الصحراء باتجاه الجنوب وفيها أعلى المرتفعات وهي قمة تاهات وارتفاعها 3303 أمتار فوق سطح البحر، ثم جبال القبائل والأوراس وأولاد نايل و الزاب وفيها أودية تجري مياهها في فصل الشتاء تتضرب لتتحول إلى مراعي خصبة ، وأما بقية أرض الجزائر فهي عبارة عن صحراء شاسعة جدا تستوعب معظم سطحها .

ب- مناطق السياحة العلاجية في الجزائر :

السياحة العلاجية والحموية في الجزائر تعتبر من أهم الفروع التي تملك منها الجزائر إمكانات هائلة تسمح بتطويرها وتفعيلها في البلاد . ويعتبر هذا النوع من المنتجات السياحية مهم جدا في السوق الدولية وذلك لأن المناطق الحموية موجودة في مناطق محددة في العالم¹.

يوجد في الجزائر عدة مناطق بها ينابيع معدنية طبيعية وحمامات رملية تتجاوز درجة حرارتها 72 درجة مئوية، تساعد على علاج الكثير من الأمراض الجسمية والنفسية. ومن بين هذه الأماكن نذكر :

❖ **حمام الدباغ :** حمام المسخوطين أو حمام دباغ أو حمام الشلالة يقع على بعد 25 كلم من ولاية قالمة في الجزائر، ويوجد العديد من المرضى العلاج الطبيعي التقليدي في هذه الحمامات المعدنية المنتشرة في الجزائر، وهذا الحمام يتميز بالهدوء والجمال والمنظر الطبيعي الخلاب، وهو مشهور عالمياً لأنه منطقة سياحية فريدة جداً ويقع في مكان رائع يمكن للناس التجول في أرجائه لأن مياهه تجري على مجرى صغير متصل بالجبل الكلسي ، ومياهه الطبيعية تنبعث من باطن الأرض من درجة حرارة 96 درجة مئوية وتتجاوز 6500 لتر في

¹ سامي طلحي -السياحة العلاجية و الحموية في الجزائر ، سنة 2020 ، على الموقع : <https://www.supernova-dz.net/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1/> تاريخ الإصدار : 2021/04/07 .

الدقيقة الواحدة، ولهذا فهي ساخنة جدًا، وقد حصلت على المرتبة الثانية عالمياً من حيث درجة الحرارة بعد براكين آيسلندا. ويعتبر في الوقت نفسه شلالاً لأنه يأتي على شكل مياه متدفقة ساخنة.¹

❖ **حمام بوججر** : من بين أشهر الحمامات المعدنية و هو حمام يقع في منطقة استراتيجية بين ثلاث ولايات يقع على بعد 20 كلم من عين تيموشنت و على بعد 60 كلم من وهران و على بعد 40 كلم من مدينة سيدي بلعباس كما يقع على بعد 20 كلم من البحر.²

❖ **حمام ريغة** : يعد حمام ريغة من بين أهم الحمامات المعدنية في الجزائري ، بحيث يقع في ولاية عين الدفلى واكتسب هذا المنتج شهرة فاقت حدود الولاية ليصل إلى الولايات الأخرى ، ويشهد هذا الحمام إقبالا كبيرا من طرف سكان الجزائر والسياح خلال الايام الربيعية ويتربع حمام ريغة على مساحة تبلغ 16 هكتار ما جعله يعتبر أكبر قطب سياحي في المنطقة وتعتبر مياه منبع حمام ريغة من اجود المنابع العلاجية بدرجة حرارة تضل إلى 68 درجة مئوية من المنبع و 55 درجة مئوية عند وصولها المسبح كما ان مياهه تتميز بخصوصيات جمة إذ انها تحتوي على عدة معادن منها الحديد والكبريت وكبريتات الكالسيوم التي لها فائدة كبيرة لجسم الإنسان وتساعد في علاج امراض العظام والجلد خاصة لكبار السن والمرضى المصابين بالتهابات العظام كما ان الرياضيين يجدون هذا الحمام المكان المناسب للعلاج الطبيعي.³

❖ **حمام الصالحين** : من أشهر المركبات الحموية المعدنية بالجزائر الأكثر طلبا مركب حمام الصالحين ببسكرة ، حيث توفر مياهه فرصا إستشفائية عدة نظرا لخصوصياتها بقدر ما يوفر خدمات صحية ذات مستوى و قبول عندى المرضى الزائرين و المختصين في العلاج الطبيعي على السواء و لا يزال حمام الصالحين منفعتها بعلاج العديد من الأمراض المزمنة نظرا لإحتوائها على الكبريت و ال صوديوم و الكلور و هي العناصر التي تساهم في علاج عدد من الأمراض و الإصابات لاسيما فيما يتعلق بأمراض الروماتيزم و الأمراض الجلدية و التنفسية و حتى الأمراض النسائية .

¹ مقال حمام المسخوطين ، سنة 2016 ، على الموقع :

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AE%D9%88%D8%B7%D9%8A%D9%86

تاريخ الإضطلاع : 2021/04/07 .

² تحانات خيرة – آليات النهوض بالسياحة العلاجية في الجزائر على ضوء تجارب دولية رائدة ، مجلة الاقتصاد و البيئة ، المجلد 4 ، العدد 1 ، سنة 2021 ، ص 77

³ حمام ريغة ، على الموقع : https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%B1%D9%8A%D8%BA%D8%A9

تاريخ الاضطلاع : 2021/04/07

ت- أهم محطات الحمامات المعدنية في الجزائر :

من أهم محطات الحمامات المعدنية بالجزائر نلخصها في الجدول التالي :

الجدول 2 : أهم محطات الحمامات المعدنية في الجزائر

المؤشرات العلاجية	المؤشرات الفيزيائية	الموقع	الحمام
أمراض المفاصل و الأعصاب ، الامراض الرئوية و النفسية	المغنيزيوم ، كبريتات و أملاح الصوديوم ، السلفات ، البوتاسيوم ، البيكاربونات 57 درجة	قالمة	حمام أولاد علي
أمراض الجلدية و العظام	كبريتات الكالسيوم ، الحديد 68	عين الدفلى	حمام ريغة
الروماتيزم ، الشلل ، الأنف ، الأذن الحنجرة ، تصلب الشرايين ، الالتهاب الرئوي المزمن .	ثاني فحمات الكالسيوم ، البيكاربونات ، المغنيزيم 45 درجة	معسكر	حمام بوحنيفية
الروماتيزم ، العظام و البدانة	كلوريد الصوديوم 57- 72 درجة	عين تموشنت	حمام بوحجر
الجلدية ، التنفس ، الروماتيزم	الكور ، بيكاربونات ، الصوديوم 45 درجة	تلمسان	حمام بوغرة
الجلدية ، التنفس ، الروماتيزم	كبريتات 45-60 درجة	بسكرة	حمام الصالحين
الجلدية ، الروماتيزم ، العيون و أمراض النساء	كبريتات الصوديوم 45 درجة	سطيف	حمام قرقور
الجلدية ، التنفس ، الروماتيزم	الكور و الصوديوم 49 درجة	سعيدة	حمام ربي

المصدر : عائشة بن النوي - السياحة العلاجية الطبيعية في الجزائر ، المجلة : المقاولاتية و التنمية المستدامة ، المجلد 2 ، العدد 2 ، سنة 2020 ، ص 157 .

ثانيا : السياحة العلاجية في ولاية سعيدة

1/ الموقع والمساحة : تقع ولاية في سعيدة الجهة الغربية من التراب الوطني ، تتربع على مساحة 6765 كلم2 بها ستة (06) دوائر وستة عشر بلدية وتدخل ولاية سعيدة ضمن اطار ولايات الهضاب العليا الغربية التي تضم (تيسمسيلت ، تيارت ، سعيدة ،النعامة ،البيض)

و الجدول التالي يوضح دوائر و بلديات ولاية سعيدة ، مساحتها و بعدها عن مقر الولاية .

الجدول 3 : دوائر و بلديات ولاية سعيدة

الصفة الإدارية	المسافة عن مقر الولاية	المساحة/كلم2	*الدوائر -البلديات
مقر الولاية مقر دائرة		75.83	*دائرة السعيدة: - بلدية سعيدة
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	كلم 7 كلم 27 كلم 40	400.33 425.13 1281.77	*دائرة عين الحجر: -بلدية عين الحجر -بلدية مولاي العربي -بلدية سيدي احمد
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية مقر بلدية	كلم 30 كلم 04 كلم 25 كلم 56	243.22 204.91 165.04 170.58	*دائرة سيدي بوبكر : -بلدية سيدي بوبكر -بلدية أولاد خالد -بلدية سيدي عمر -بلدية هونت
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	كلم 18 كلم 45 كلم 90	576.58 11.86 393.53	*دائرة الحساسنة : -دائرة الحساسنة -بلدية معمورة -بلدية سخونة
مقر دائرة مقر بلدية مقر بلدية	كلم 40 كلم 50 كلم 30	248.00 411.13 258.90	*دائرة ولادبراهيم : - بلدية أولاد براهيم -بلدية تيرسين -بلدية عين سلطان
مقر دائرة مقر بلدية	كلم 40 كلم 25	429.65 216.10	*دائرة يوب : -بلدية يوب -بلدية دوي ثابت

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سعيدة

صارت سعيدة ولاية منذ سنة 1959 ، أما بعد التقسيم الإداري لسنة 1985 أصبحت حدود الولاية كالتالي :

من الشمال : ولاية معسكر .

من الجنوب : ولايتي البيض والنعام .

من الشرق : ولاية تيارت .

من الغرب : ولاية سيدي بلعباس .

2/ مناخ الولاية و تصاريصها :

➤ المناخ :

مناخ ولاية سعيدة شبه جاف و حار صيفا ، و قارص شتاءا ، و معدل سقوط الأمطار حوالي 348مم/سنة ، و درجة الحرارة : ما بين (46) شهر جويلية و (-7) شهر ديسمبر .

➤ التضاريس :

تقع ولاية سعيدة ما بين نهاية جبال الضاية في الشمال و الهضاب العليا في الجنوب أي في الفج الفاصل بين الكتلة الأولى و الثانية من سلسلة الأطلس التلي ، و يمر بهذا الفج واد سعيدة ، كما أن لها جغرافية سياحية متميزة تجعلها قبلة للسياح مستقبلا إذا تم استغلالها على أحسن وجه ، و لمنطقة سعيدة مزيج جغرافي حيث تمتزج فيه الجبال الشاهقة و الغابات ذات الجمال الأخاذ و الشلالات المائية المائبة الدافقة و المغارات التي تشهد عن قدم المنطقة .

3/ مقومات السياحة العلاجية في ولاية سعيدة

إن تنوع الثروات المائية بالولاية من مياه معدنية ومياه جوفية (الشط الشرقي) والإمكانات الحموية الهامة (حمام ربي -حمام سيدي عيسى وحمام عين السخونة) بالإضافة إلى التنوع الطبيعي من مناخ وجبال ووديان وغابات ومناطق سهبية وكذا الإمكانات الثقافية كلها تستدعي الإهتمام وتشكل فرص أكيدة للإستثمار السياحي.

أ- المنابع الحموية:

تزخر ولاية سعيدة بمياه معدنية جد معروفة منذ القدم في كامل التراب الوطني نظرا لنوعيتها و أيضا لفوائدها الصحية و العلاجية ، و هي :

✓ **حمام ربي:** يقع على بعد 11 كلم شمال ولاية سعيدة بمحاذاة الطريق الوطني رقم 06، يتواجد ببلدية أولاد خالد، دائرة سيدي بوبكر. يحتوي على 52 غرفة إستحمام مقسمة إلى جناحين (02)الرجال والنساء وهياكل إستقبال وإيواء متكونة من 13 بنقالوهات للعائلات و 12 إستيديو بطاقة إجمالية 76 سرير، مطعم سياحي بسعة 120 مقعد ومقهى سياحي بسعة 25 مقعد.بداية استغلاله كانت سنة 1970. يختص بمعالجة الأمراض الجلدية، الأمراض التنفسية، أمراض الروماتيزم. نسبة التدفق به متوسط 03 ل/ثا، ودرجة حرارته⁰47.

✓ **حمام سيدي عيسى:** يقع على بعد 13 كلم شمال ولاية سعيدة،يتواجد ببلدية سيدي اعمر،دائرة سيدي بوبكر 47 غرفة إستحمام تقليدية،يختص بمعالجة الأمراض الجلدية ، الأمراض التنفسية ، أمراض الروماتيزم.نسبة التدفق بمتوسط 7 ل/ثا، ودرجة حرارته⁰49

✓ **حمام عين السخونة:** يقع على بعد 90 كلم جنوب ولاية سعيدة، يتواجد ببلدية عين السخونة، دائرة الحساسنة ،على الطريق الوطني رقم 92، طريقة الاستحمام تقليدية،يختص بمعالجة الأمراض الجلدية ، الأمراض التنفسية، أمراض الروماتيزم . نسبة التدفق بمتوسط 90 ل/ ثا ودرجة حرارته⁰30.¹

¹ مصدر -تقرير مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سعيدة

الجدول 4: النشاط الحموي في ولاية سعيدة

التسمية	نوعية الاستغلال	سعة الاستقبال	درجة حرارة المياه	نسبة تدفق المياه ل/ثا	عدد العمال	نوعية العلاج والاختصاصات
حمام ربي	عصري	94 غرفة	°48	07 ل/ثا	38	الأمراض الجلدية والتنفسية
حمام سيدي عيسى	تقليدي	46 غرفة	°48	07 ل/ثا	04	الأمراض الجلدية والتنفسية
حمام عين السخونة	تقليدي	83 غرفة	°31	50 ل/ثا	08	الأمراض الجلدية والتنفسية
المجموع	/	233 غرفة	/	/	50	/

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سعيدة

أ- مناطق التوسع المقترحة :

و قامت الهيئات المعنية بقطاع السياحة بتحديد منطقتين للتوسع في المجال و هي مبينة فيما يلي :

الجدول 5: مناطق التوسع المقترحة

المنطقة	البلدية	المساحة	البعد عن مقر الولاية	أسباب اقتراحها
عين السخونة	عين السخونة	200 هكتار	90 كلم	-منبع عين السخونة. -المناظر الطبيعية و البيئية.
سيدي عمر	سيدي عمر	150 هكتار	11 كلم	-منبع سيدي عيسى. -المناظر الطبيعية.

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سعيدة

خاتمة الفصل الثاني :

إن التطورات الحاصلة في العالم ، أدت إلى زيادة تدفقات الأفراد عبر الحدود لأغراض شتى ، يعد العلاج من الدوافع الأساسية ، التي تجعل الأفراد ينتقلون بحثا عن الخدمات المميزة و النوعية .

و الجزائر من الدول التي أنعم الله عليها بمؤهلات هامة تجعل منها قطبا إقليميا للسياحة و السياحة العلاجية و بعد الوقوف على واقع السياحة العلاجية في الجزائر توصلنا إلى جملة من المعوقات التي تواجه النهوض بهذه السياحة النوعية ، و المتمثلة بصورة رئيسية في سوء إستغلال المنابع و سوء التسيير الإداري ، و هو ما يفرض جملة من الإجراءات و التدبير الفورية و الهيكلية من أجل إستغلال الفرصة الضائعة و التي أحسنت استغلالها دول المجاورة بالرغم من ضعف امكانياتها .

الفصل الثالث

دراسة تطبيقية للمؤسسة

الحموية حمام ربي

المبحث الأول : تعريف المؤسسة الحموية { حمام ربي } سعيدة

المطلب الأول : تعريف بالمؤسسة الحموية

نبذة عن المؤسسة الحموية لحمام ربي (سعيدة) :

- اسم المنبع : حمام ربي
- الموقع : يقع على بعد 11 كلم شمال مدينة سعيدة بمحاذاة الطريق الوطني رقم 06 الذي يربط بين ولايتي سعيدة و معسكر .
- بلدية أولاد خالد
- دائرة سيدي بوبكر
- ولاية سعيدة
- إسم المستغل : مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان (EGTT) ، بحيث تم تحويل حمام ربي سنة 2003 إلى فندق و منتج صحي تراثي لمؤسسة التسيير السياحي في تلمسان . عنوان المؤسسة : شارع باستور – تلمسان –
- الهاتف : 048326177 – 048326141
- الفاكس : 048326120
- أصل الملكية : المجال اليد المرفوعة
- بداية استغلاله : كانت منذ سنة 1970 .
- المساحة : 10440 م²
- المؤشرات الفيزيائية و الكيميائية :
- العمق : لا يوجد
- التدفق : 6 لتر/ ثانية
- درجة الحرارة : تصل حتى 47 درجة مئوية
- التركيب الكيميائي : يحتوي على الكبريت مع وجود كلور و صوديوم
- عدد المصادر المراد استغلالها : 1
- عدد عمال المؤسسة : 67 موظف (46 دائم – 13 تعاقدى) + 8 من تشغيل الشباب
- المؤشرات العلاجية : بحيث أن المياه الحرارية لحمام ربي ينصح بها لعلاج الأمراض الآتية :
- أمراض الروماتيزم و التهاب المفاصل
- أمراض الجلدية (اكزيما ، الصدفية ، الحكة أو طفح الجلدي)
- أمراض العصبية

- أمراض الجهاز التنفسي (الربو ، إلتهاب القصبة الهوائية المزمنة)
- أمراض الجهاز الهضمي (التهاب المعدة ، مشاكل في القولون)
- أمراض النسائية
- أمراض وريدية

المطلب الثاني : محتوى المؤسسة

تحتوي المؤسسة على :

- 1 . قاعة إستقبال: لتوجيه و إستقبال المستفيدين من الخدمات
2. حمام خاص بالرجال و حمام خاص للنساء ، بحيث يتكون من 53 غرفة استحمام فردية موزعة على جناحين الأول خاص بالرجال و الثاني للنساء بسعة إجمالية تبلغ 1150 حماما في اليوم .

الجدول 6 : أسعار تذاكر الاستحمام

Billets de bains	Les prix
Bains adultes	200,00 DA
Bains enfants (6 – 9 ans)	100,00 DA

المصدر : حمام ربي

3. المنشآت الفندقية : متمثلة في 76 سرير منها :

- 13 بانغالو عائلي مجهز يحتوي على 52 سرير

- 12 غرفة مجهزة تحتوي على 24 سرير .

الجدول 7: أسعار الغرف للمؤسسة الحموية حمام ربي

Studio	Les personnes	Prix
Studio	01 personne	2500,00 DA
Studio	02 personne	3500,00 DA
Studio	03 personne	4500,00 DA
Studio Lux		5000,00 DA

المصدر : حمام ربي

الجدول 8: أسعار البنغالوات للمؤسسة الحموية حمام ربي

Bangalow	Les personnes	Prix
Bangalow	01 personne	3000,00 DA
Bangalow	02 personne	4000,00 DA
Bangalow	03 personne	5000,00 DA
Bangalow	04 personne	6000,00 DA
Bangalow	05 personne	7000,00 DA
Bangalow Lux	01 personne	5000,00 DA
Bangalow Lux	02 personne	6000,00 DA

المصدر : حمام ربي

4. جناح الطبي : يحتوي الجناح الطبي على :

_ 2 مكاتب الطبيب

_ قاعة إعادة التأهيل الوظيفي

_ غرفة إسترخاء

_ حوضين إستحمام جاكوزي (الأول مخصص للرجال و الثاني مخصص للنساء)

_ غرفة التدليك

_ غرفة النضح الأفقي

_ غرفة النضح بالمياه النفاثة

_ غرفة المعالجة الكهربائية

تقدم المؤسسة مجموعة من الخدمات الطبية بسعة 100 علاج في اليوم متمثل في :

أولاً : العلاج بالمياه الحرارية :

_ أحواض تدليك المائي قابلة للبرمجة لمعالجة مناطق العنق ، الظهر ، أسفل الظهر

_ دوش النفاث

_ تدليك تحت الماء

_ حمام القدمين و الرجلين

ثانياً : العلاجات التكميلية (العلاجات الجافة) :

_ تدليك الأشعة تحت الحمراء

_ تدليك الإهتزازي

_ العلاج بالضغط

_ الجمباز و اللياقة البدنية

_ العلاج الميكانيكي

_ التدليك و الراحة النفسية

_ قفص العلاج بالبكرة مع مجموعة من أسرطة التثبيت

الجدول 9: أسعار العلاجات المقدمة المؤسسة الحموية حمام ربي

Désignation	TTC
Consultation	600,00 DA
Electrotherpie	500,00 DA
Infra-rouge	500,00 DA
Rééducation fonctionnelle	600,00 DA
Jacuzzi	800 ,00 DA
Douche au jet	600,00 DA
Douche horizontale	700,00 DA
Massage sous l'eau	1 500,00 DA
Massage relaxant (dorsal)	600,00 DA
Massage relaxant (corporel)	1 200,00 DA
Pediluve	700,00 DA
Sauna	1 000,00 DA
Remise en forme 1 jour	1 500,00 DA
Remise en forme 5 jours	5 500,00 DA
Remise en forme 7 jours	7 500,00 DA

المصدر : حمام ربي

5. هياكل الإطعام :

_ وجود مطعم سياحي بسعة 120 وجبة في اليوم

_ وجود مقهى سياحي بسعة 40 مقعد

6. حظيرة سيارات : سعتها 50 سيارة

الجدول 10 : أسعار ركن سيارات داخل الحظيرة

نوع السيارة	السعر
سيارات العادية	50 دج
سيارات الثقيلة	100 دج

المصدر حمام ربي

7. وسائل و خدمات راحة أخرى : تتمثل في

_ حديقة و ألعاب للأطفال

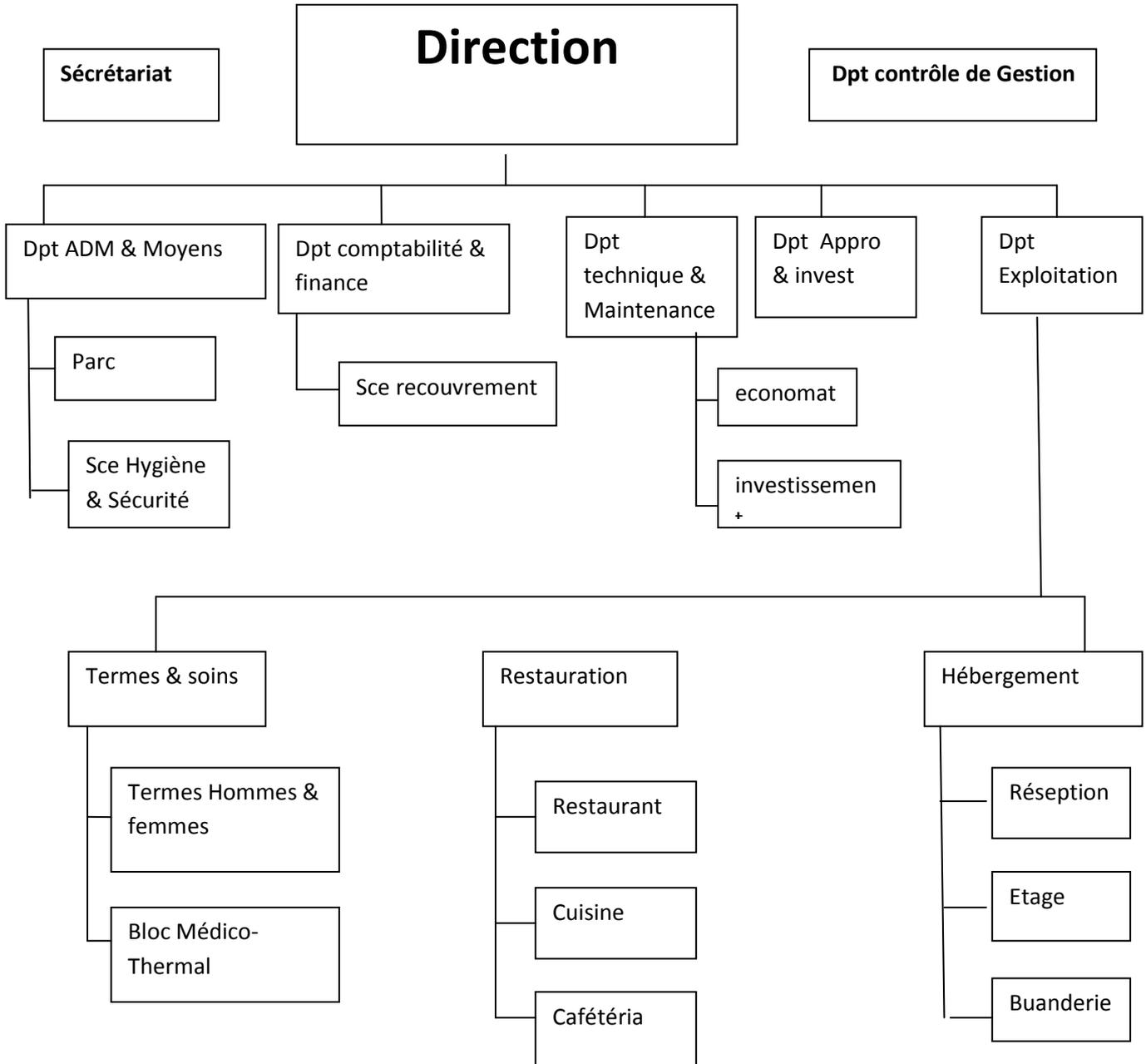
_ صالون حلاقة مخصص للنساء

_ توفير الأنترنت (WIFI)

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للمؤسسة

يتمثل الهيكل التنظيمي داخل المؤسسة الحموية في التقسيم التالي المبين في الشكل :

الشكل 7: الهيكل التنظيمي للمؤسسة الحموية حمام ربي



المصدر : حمام ربي

المطلب الرابع : معلومات أخرى حول المؤسسة

- ❖ معلومات حول محيط المنبع : _ تزخر المنطقة بمناظر سياحية و طبيعية
- _ وجود منطقة للتوسع السياحي
- _ تواجد فندق المياه المعدنية (خاص)
- _ وجود مرقد لدى الخواص (بوعباسي) + مطعم
- _ وجود مركز للاستجمام و العلاج خاص بفئة المجاهدين

- ❖ المشاريع المقترحة : _ فندق سياحي _ هياكل ترفيهية
- _ قاعة إجتماعات _ محلات للصناعات التقليدية

المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة و تحليل نتائجها

المطلب الأول : الاطار المنهجي للدراسة

أولاً : منهجية و حدود الدراسة

_ منهجية الدراسة :

اعتمدنا في موضوع بحثنا على المنهج الوصفي التحليلي ، لوصف و تحليل تقييم واقع خدمات السياحة العلاجية بمؤسسة حموية { حمام ربي - سعيدة - } .

_ حدود الدراسة :

حدود الزمانية : تم توزيع استمارات البحث في 2021/05/23 و تم استرجاعها بعد مرور 5 أيام من توزيعها .

_ حدود المكانية : اقتصرت الدراسة على المستفيدين من خدمات السياحة العلاجية من المؤسسة الحموية { حمام ربي - سعيدة - } و قد تم أخذها كعينة .

ثانيا : أدوات جمع المعلومات و الوسائل الاحصائية

_ أدوات جمع البيانات :

لقد تم الاستعانة بالاستمارة كونها مصدر لجمع معلومات البحث ، كما أنها تتناسب مع طبيعة الموضوع ومع مجتمع الدراسة ، حيث بكونها تعتبر الاستمارة عن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث المراد دراسته ، ويتم تعبئتها من طرف مجموعة من الأشخاص التي تمثل مجتمع البحث .

و تم تقسيم الاستبيان إلى 18 عبارة مقسمة الى ثلاثة أجزاء ، حيث يشمل الجزء الأول البيانات الشخصية ، و الجزء الثاني الى 10 أسئلة و الجزء الثالث إلى 4 أسئلة .

_ الوسائل الاحصائية المستعملة :

- النسب المئوية
- معامل الثبات ألفا كرونباخ
- التوزيعات التكرارية
- المتوسط الحسابي
- الانحراف المعياري

ثالثا : مجتمع الدراسة و عينته

_ **مجتمع الدراسة** : يشتمل مجتمع الدراسة على مستفيدين بخدمات المؤسسة الحموية بحمام ربي - سعيده- و قد تم توزيع استبيان محكمة لأغراض الدراسة .

_ **عينة الدراسة** : تمثلت عينة الدراسة في 170 مستفيد من خدمات المؤسسة الحموية بطريقة عشوائية و قد تم توزيعها بيد خلال شهر ماي من سنة 2021 استرجعت 150 استبيان كاملة صالحة للتحليل بنسبة 88% من اجمالي الاستبيان الموزعة .

المطلب الثاني : تحليل الاستبيان

أولا : تحليل بيانات شخصية

و يتضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ، ويتكون من 04 فقرات المتمثلة في (الجنس ، العمر ، مستوى التعليمي ، مستوى الدخل) .

1. الجنس :

الجدول 11: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

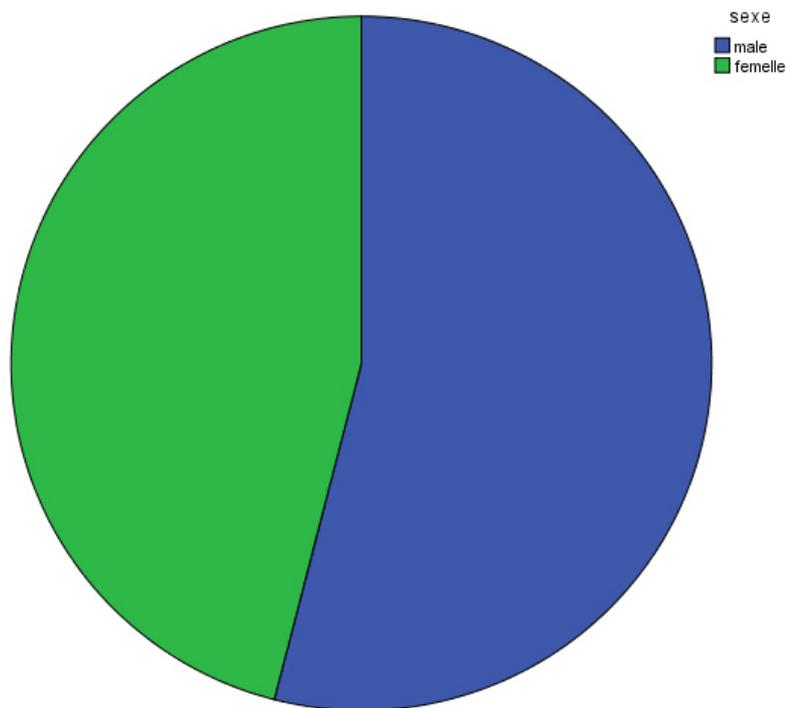
		الجنس			
		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
	ذكر	81	54,0	54,0	54,0
Valide	أنثى	69	46,0	46,0	100,0
	مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بناءا على مخرجات حزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v 20

من خلال توزيع العينة وفقا للجنس و الذي بلغ عددهم (150) مبحوثا ، من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة الذكور تمثل 54% من أفراد العينة ، و لاحظنا أن نسبة الاناث تمثلت بقيمة 46% من أفراد العينة .

و من أجل التوضيح أكثر يمكن إرفاق الجدول برسم البياني التالي :

الشكل 8: توزيع الأفراد العينة حسب الجنس



المصدر : من اعداد الطالبة بناءا على مخرجات حزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v 20

2. العمر :

جدول 12 : توزيع أفراد العينة حسب العمر

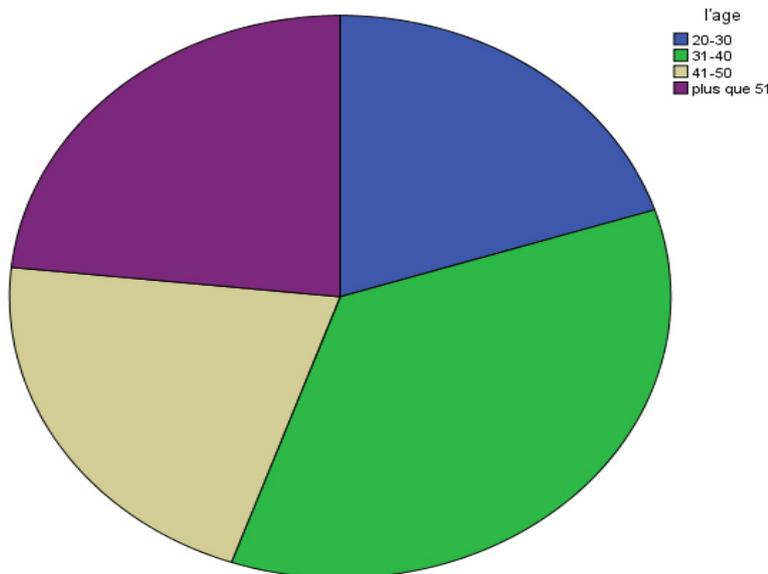
العمر				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
20-30	30	20,0	20,0	20,0
31-40	53	35,3	35,3	55,3
Valide 41-50	32	21,3	21,3	76,7
أكثر من 51	35	23,3	23,3	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بناءا على مخرجات حزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

من خلال جدول توزيع أفراد العينة حسب العمر هو نسبة المعتبرة من المستفيدين للفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 40-31 سنة بنسبة 35 % ، ثم تليها الفئة العمرية التي تليها كانت تتراوح أعمارهم ما بين أكثر من 51 سنة بنسبة

23 %، و تليها الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 41-50 سنة بنسبة 21 %، كما نلاحظ أن نسبة الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 20-30 سنة بنسبة 20 % . و للتوضيح أكثر تم ارفاق الجدول بالرسم البياني

الشكل 9: توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

3. المؤهل العلمي :

الجدول 13: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

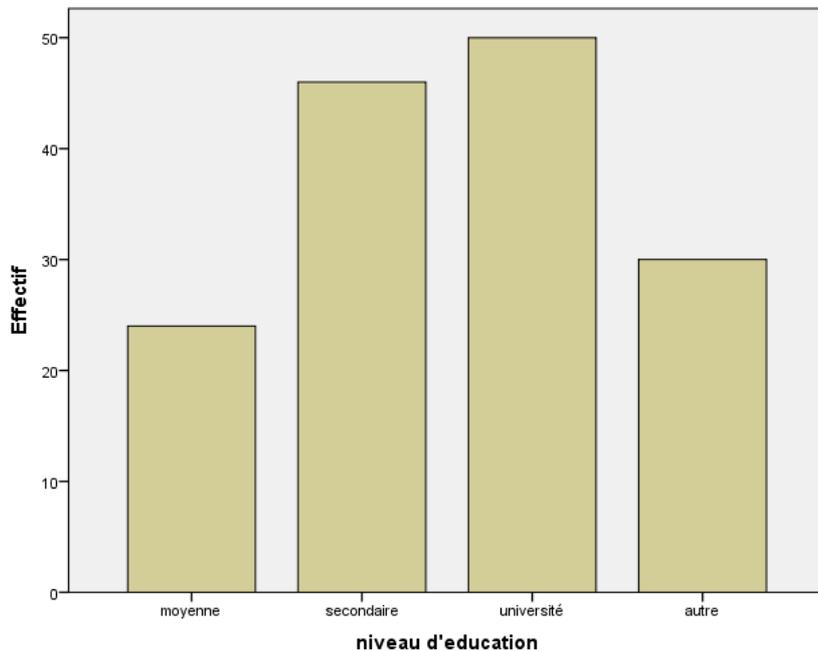
المؤهل العلمي				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
متوسط	24	16,0	16,0	16,0
ثانوي	46	30,7	30,7	46,7
جامعي	50	33,3	33,3	80,0
أخرى	30	20,0	20,0	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

عند تحليلنا للسؤال المتعلق بالمؤهل العلمي نلاحظ أن أكثر مفردات من مستوى الدراسة من مستوى الأفراد المتحصلين على المستوى الجامعي بنسبة 33% ، بينما المستوى الثانوي بلغت نسبتهم 30% ، أما المستوى المتوسط بلغت

نسبتهم 16% ، بينما المستويات الأخرى التي تمثل نسبة بلغت نسبتها 20% . و للايضاح أكثر تم ارفاق الجدول برسم البياني التالي

الشكل 10: توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

4. مستوى الدخل :

جدول 14 : توزيع أفراد العينة حسب مستوى الدخل

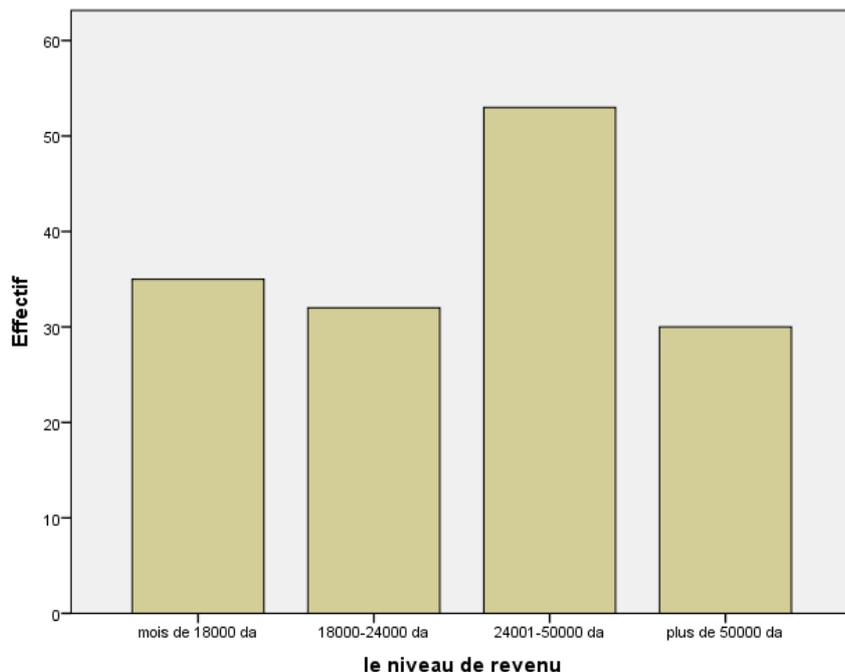
مستوى الدخل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من 18000 دج	35	23,3	23,3	23,3
18000-24000 دج	32	21,3	21,3	44,7
24001-50000 دج	53	35,3	35,3	80,0
50000 دج فما فوق	30	20,0	20,0	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

عند تحليلنا للسؤال المتعلق بمستوى الدخل نلاحظ أن أعلى نسبة 35,3% تكررت شملت نفس النسبة للأفراد الذين دخلهم يتراوح ما بين 24001-50000 دج و تقابلها الفئة التي لها دخل أقل من 18000 دج بنسبة 23,3% ، تليها الفئة التي يتراوح دخلهم أكثر من 50000 دج بنسبة 20% و في الأخير المستفيدين الذين دخلهم يتراوح ما بين 18000-24000 دج بنسبة 21,3% . و للتوضيح أكثر تم ارفاق الجدول بالرسم البياني التالي

الشكل 11: توزيع أفراد العينة حسب مستوى الدخل



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

ثانيا : تحليل أسئلة الاستمارة

من خلال تحاليل المخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية سوف نتطرق الى تحليل آراء المستجوبين

_ اختبار صدق و ثبات الاستمارة

الجدول 15 : معامل ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,708	10

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

نلاحظ من الجدول أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة بنسبة لعبارات الاستبيان حيث بلغت قيمته 0,708 تدل على وجود صدق و ثبات العبارات الاستبيان .

➤ الجزء الثاني : واقع خدمات السياحة العلاجية

الجدول 16 : واقع خدمات السياحة العلاجية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الخدمة التي أستخدم منها في تحسين منذ تعاملي مع المؤسسة الحموية	150	1,36	,648
تستخدم المؤسسة أجهزة حديثة في تقديم الخدمات	150	1,59	,761
الخدمات المرافقة للخدمات الأساسية جيدة	150	1,37	,651
التصميم الداخلي للمؤسسة الحموية منظم و مريح	150	1,28	,603
المناطق التي أقصدها من أجل السياحة العلاجية تتوفر فيها أماكن للإقامة	150	1,17	,488
تتوفر أماكن الاستقبال على معلومات عن الخدمات الخاصة بالمقصد الرحلة السياحية	150	1,31	,601
السياحة العلاجية بالنسبة لي ليست موسمية بل على مدار السنة	150	1,26	,584
أفضل السياحة العلاجية من بين الأنماط السياحية	150	1,31	,581
أفضل القيام برحلات السياحة العلاجية	150	1,20	,478
تستهويني السياحة العلاجية لما فيها من راحة و إستعادة الفرد لصحته	150	1,15	,445
N valide (listwise)	150		

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

نلاحظ من خلال الجدول أن العبارة 2 بلغت أكبر متوسط حسابي 1,59 و إنحراف معياري 0,761 و تليها العبارة 3 بمتوسط حسابي بقيمة 1,37 و إنحراف معياري 0,651 ، ثم تليها العبارة 1 بمتوسط حسابي قيمته 1,36 و إنحراف معياري 0,648 ، ثم العبارة 6 بلغت قيمة المتوسط الحسابي 1,31 و انحراف معياري 0,601 ، تليها العبارة 8 بمتوسط حسابي 1,31 و إنحراف معياري 0,581 ، و العبارة 4 بمتوسط حسابي 1,28 و إنحراف معياري 0,603 ، ثم العبارة 7 بمتوسط حسابي 1,26 و إنحراف معياري 0,584 ، ثم تليها العبارة 9 بمتوسط حسابي 1,20 و إنحراف معياري 0,478 ، ثم تليها العبارة 5 بمتوسط حسابي 1,17 و إنحراف معياري 0,488 . و أخيرا العبارة 10 سجلت وسط حسابي 1,15 و إنحراف معياري 0,445 .

بلغت قيمة محور واقع خدمات السياحة العلاجية بمتوسط حسابي 1,3007 و إنحراف معياري 0,31034 .

➤ الجزء الثالث : إنطباعات أخرى حول المؤسسة الحموية { حمام ربي }

1/ زيارة حمام ربي من قبل :

الجدول 17: عدد الأشخاص الذين زاروا المؤسسة من قبل

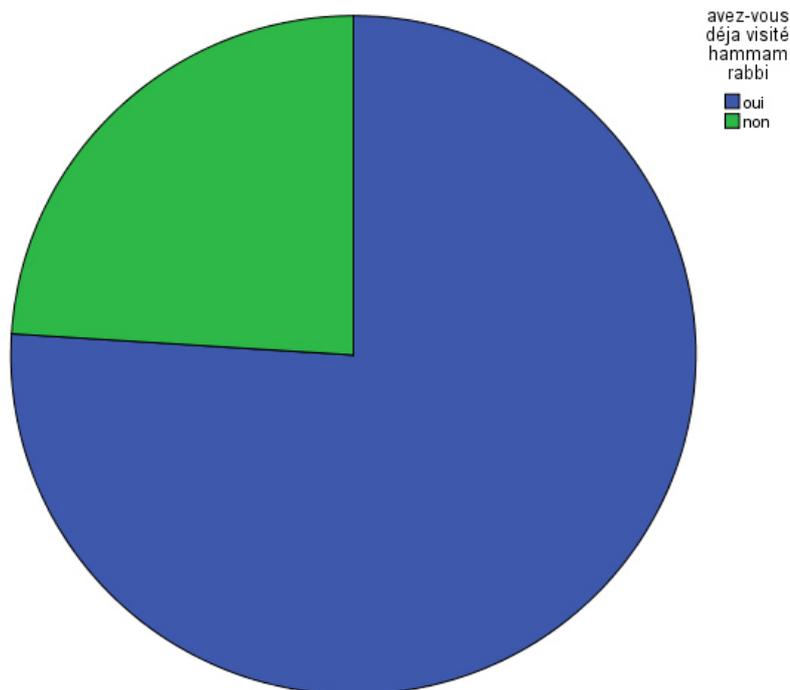
هل سبق و أن زرتم حمام ربي من قبل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	114	76,0	76,0	76,0
لا	36	24,0	24,0	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

نلاحظ من خلال النتائج بأن نسبة 24% من العينة المستجوبة لم تقم بزيارة المؤسسة الحموية (حمام ربي) من قبل مما يعني أن المؤسسة تستقطب و تجلب إليها زوار جدد ، و نسبة 76% منهم سبق لها و أن زارت سابقا مؤسسة حمام ربي ، و بما أنها كررت العودة فهذا يدل على أن المؤسسة الحموية تقدم خدمات سياحية المطلوبة و كانت السبب في عودتهم مرة أخرى .

الشكل 12: عدد الأشخاص الذين زاروا المؤسسة من قبل



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

2/ أسباب إختيار حمام ربي :

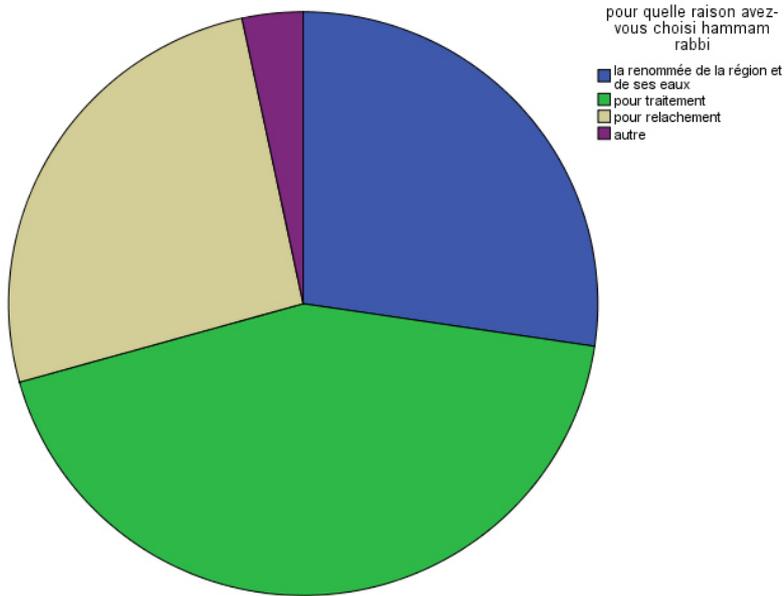
الجدول 18 : أسباب إختيار المؤسسة حمام ربي

ما هو سبب إختيارك لحمام ربي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
شهرة المنطقة و نوعية مياهها	41	27,3	27,3	27,3
Validé للعلاج	65	43,3	43,3	70,7
للإستجمام	39	26,0	26,0	96,7
أخرى	5	3,3	3,3	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

الشكل 13 : أسباب إختيار حمام ربي



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

في سؤالنا حول السبب الذي دفع السائح لإختيار المؤسسة الحموية (حمام ربي) ، نلاحظ من خلال النتائج أعلاه كانت الإجابة الأكثر ورودا هي للعلاج بنسبة % 43.3 ثم شهرة المنطقة و نوعية مياهها بنسبة % 27.3 ، ثم للإستجمام بنسبة % 26 ، ثم أسباب أخرى بنسبة % 3.3 .
بحيث تمثلت الأسباب الأخرى في :

- مكان العمل بنسبة %1.32
- مكان الإقامة بنسبة % 1.98

3/ الفصل أو الموسم المفضل للسياحة :

الجدول 19 : الفصل أو الموسم الذي يفضله السياح

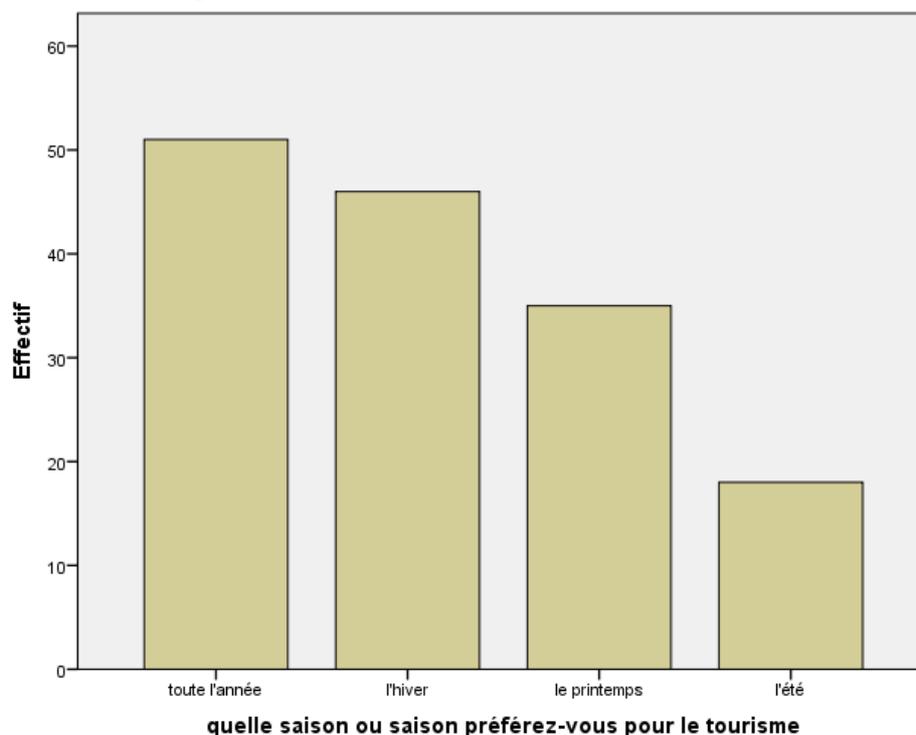
ما هو الفصل أو الموسم الذي تفضلونه للسياحة الحموية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
على مدار السنة	51	34,0	34,0	34,0
الشتاء	46	30,7	30,7	64,7
الربيع	35	23,3	23,3	88,0
الصيف	18	12,0	12,0	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

من خلال النتائج أعلاه فإننا نلاحظ أن نسبة من خلال النتائج أعلاه فإننا نلاحظ أن نسبة 34% يفضلون السياحة على مدار السنة. و نسبة 30,7% منهم يفضلونها في فصل الشتاء. و نسبة 23,3% يفضلونها في فصل الربيع. بينما تتمثل نسبة 12% منهم يفضلونها في فصل الصيف .

الشكل 14 : الفصل أو الموسم الذي يفضل السياح



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

4 / المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي

الجدول 20: المشاكل التي واجهت السياح أثناء إقامتهم بحمام ربي

ما هي المشاكل التي واجهتكم أثناء إقامتكم في حمام ربي

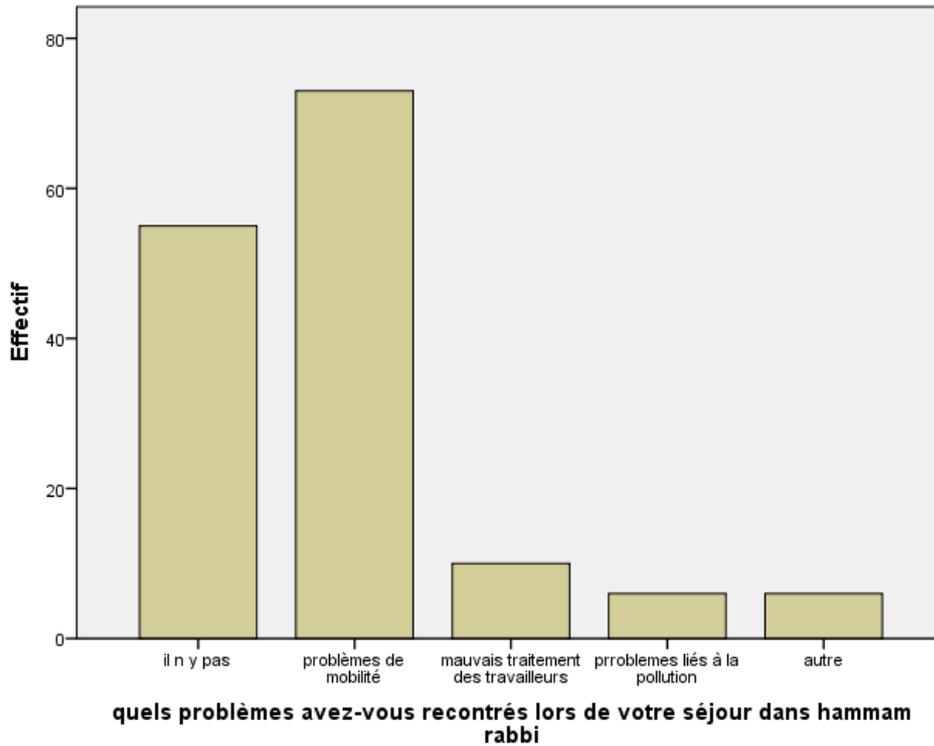
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
لا يوجد	55	36,7	36,7	36,7
مشاكل التنقل	73	48,7	48,7	85,3
سوء تعامل العمال	10	6,7	6,7	92,0
مشاكل مرتبطة بالتلوث	6	4,0	4,0	96,0
أخرى	6	4,0	4,0	100,0
مجموع	150	100,0	100,0	

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

من خلال النتائج أعلاه نلاحظ أن نسبة 48,7% من العينة المستجوبة تعاني من مشكل التنقل ، و نسبة 36,7 % من المستجوبين ليس لديهم أي مشاكل ، و نسبة 6,7% منهم لديهم مشكل سوء تعامل مع العمال ، ونسبة 4% منهم لديهم مشاكل مرتبطة بالتلوث ، و نسبة 4 % منهم لديهم مشاكل أخرى .
بحيث تمثلت المشاكل الأخرى في :

- مشكل غلاء الأسعار بنسبة 2,66%
- مشكل نقص التنظيم بنسبة 1,33%

الشكل 15: المشاكل التي واجهت السياح خلال إقامتهم بحمام ربي



المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS v20

المطلب الثالث : إستخلاص و إستنتاجات :

إن تحليلنا لنتائج الإستمارة الموزعة على عينة الدراسة المتواجدين بالمؤسسة الحموية (حمام ربي) ، برزت لنا عدة نقاط هامة متمثلة في :

- _ أغلب المستفيدين من خدمات السياحة العلاجية هم ذكور
- _ نسبة كبيرة من المستفيدين لهم تجربة سابقة ، أي أنهم استفادوا من الخدمات التي تقدمها المؤسسة سابقا
- _ أغلب المستفيدين من خدمات المؤسسة الحموية (حمام ربي) يأتون لغرض الحصول على خدمة العلاج .
- _ يفضل السياح الإستفادة من خدمات السياحة العلاجية على مدار السنة
- _ أكثر مشكل يواجه المستفيدين من خدمات السياحة العلاجية هو مشكل التنقل

من خلال الدراسة التطبيقية على المؤسسة الحموية - حمام ربي - تحصلنا على نتائج إختبار فرضيات هذه الدراسة متمثلة في :

نتائج إختبار الفرضيات :

الفرضية الأولى : تقوم المؤسسة الحموية حمام ربي بولاية سعيدة بتقديم خدمات متميزة

من خلال ما قمنا به من جمع للمعلومات النظرية يمكن القول أن المؤسسة الحموية حمام ربي تقوم بتقديم خدمات ذات طابع متوسط و لا يتمتع بالتميز

الفرضية الثانية : إن توفر مؤسسة الحموية حمام ربي هياكل إستقبال كالفنادق و المطاعم و مناطق للإستحمام و العلاج يساهم بشكل فعال في إستقطاب سياح جدد

من خلال ما قمنا به من جمع للمعلومات النظرية يمكن القول أن المؤسسة الحموية حمام ربي توفر هياكل إستقبال كالفنادق و المطاعم و مناطق للإستحمام و العلاج التي تساهم بشكل فعال في إستقطاب سياح جدد .

خلاصة الفصل الثالث :

بعد تطرقنا في هذا الفصل إلى دراسة واقع خدمات السياحة العلاجية لولاية سعيدة ، تبين لنا بأن هذه الأخيرة تتوفر على مقومات لا بأس بها ، و تمتلك ولاية سعيدة إمكانات سياحية طبيعية علاجية يجب إستغلالها و توسيعها و كذلك جعلها قطبا سياحيا .

كما أن تشكيلة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة جيدة نوعا ما و تؤكد على ضرورة إشراك الموارد البشرية المؤهلة في الإبداع أكثر ، و توفير خدمات أخرى لإستقطاب السياح .

خاتمة عامة

أصبح من الواضح أن العالم الذي نعيش فيه اليوم هو عالم الخدمات ، لكونه إرتبط بالكثير من مفردات الحياة اليومية للفرد و لعل خدمات السياحة واحدة من أبرز الخدمات التي إزدادت الحاجة إليها أكثر مما سبق ، خاصة مع النمو القوي الذي شهده النشاط السياحي العالمي .

لقد تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول موضوع بالغ الأهمية و المتمثل في خدمات السياحة العلاجية ، إذ حاولت الدراسة معرفة واقع خدمات السياحة العلاجية بمؤسسة الحموية حمام ربي بولاية سعيدة و التي تمتلك خبرة كبيرة في هذا المجال تمتد إلى سنوات ، و بالنظر للإهتمام الذي تلقاه من طرف الدولة و توفرها على كافة الإمكانيات الطبيعية و المادية و البشرية التي تسمح لها بالتميز في هذا المجال . حاولنا عبر الفصول الثلاثة معالجة الإشكالية من كل الجوانب من خلال إستعراض بعض المفاهيم حول السياحة و الخدمات السياحية و كذلك السياحة العلاجية ، فمن خلال فصول هذه المذكرة و على ضوء الأسئلة المطروحة ، تم التوصل إلى النتائج التالية :

نتائج الدراسة :

من خلال دراستنا للمؤسسة الحموية حمام ربي أظهرت نتائج تقييم أفراد عينة الدراسة واقع خدمات السياحة العلاجية مجموعة من النتائج و التوصيات متمثلة في :

_ أغلب المترددين على المؤسسة الحموية هم سكان محليين لولاية سعيدة

_ الخدمات التي تقدمها المؤسسة الحموية حمام ربي في تحسن

_ نقص المرافق العامة كالنقل الذي يمثل مشكل من المشاكل التي يواجهها السياح .

_ الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الحموية ذات طابع متوسط لا يتمتع بتميز

_ نقص الأجهزة الحديثة المستخدمة في تقديم خدمة العلاج

_ إنعدام مخابر يكون إختصاصها القيام بتحليلات المعدنية و الفيزيائية و الكبريتية و الجرثومية ... للمياه على

مستوى الحمامات ، من جهة لإكتشاف أي تغير يضر بالمعالجين أو يعالج مرض لم يكن معروف من قبل .

مقترحات الدراسة :

من خلال النتائج المتوصل إليها أعلاه ، يمكن إدراج بعض الإقتراحات نختصرها في :

_ توسيع المؤسسة و كذلك توفير المرافق العامة

_ توفير و تجديد تجهيزات التي تستخدمها المؤسسة في تقديم الخدمات

خاتمة عامة

_ تأهيل الموارد البشرية على مستوى المؤسسة و الطقم المعالج على مستوى جناح الطبي

_ ترقية خدمات السياحة العلاجية على مستوى المؤسسة و تجويدها .

أفاق الدراسة :

من خلال دراستنا لهذا الموضوع وجدنا أنه يتضمن مفاهيم كثيرة و منتشعبة ، و نرى أن هناك إمكانية مواصلة البحث في جوانب أخرى ذات صلة بالبحث موضوع الدراسة ، و قد تجلت فيما يلي :

_ دراسة جودة خدمات السياحة العلاجية

_ دراسة تأثير جودة خدمات السياحة العلاجية في عملية الجذب السياحي

_ دراسة تأثير خدمات السياحة العلاجية على إنطباعات المستفيدين

قائمة المصادر والمراجع

❖ كتب :

1. أحمد الطاهر عبد الرحيم - تسويق الخدمات السياحية ، طبعة الأولى ، دار الوفاء لدنيا ، مصر الاسكندرية ، سنة 2012 .
2. ابراهيم اسماعيل الحديد - ادارة التسويق السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الإعصار العلمي ، الأردن عمان ، 2009 .
3. سلام جعفر عزيز الأسدي - علي زين الدين - كاظم أحمد البطاط - البيئة و التنمية السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الأيام ، الأردن ، سنة 2015 .
4. طارق طه - إدارة الفنادق و المكاتب السياحية ، دار الكتب ، سنة 2001 ،
5. عادل عبد الله العنزوي - حميد عبد النبي الطائي- التسويق في ادارة الضيافة و السياحة ، الطبعة العربية ، اليازوري ، الأردن عمان ، سنة 2013 .
6. فؤاد بن غضبان - الجغرافية السياحية ، الطبعة العربية ، دار اليازوري العلمية ، الأردن عمان ، سنة 2014 .
7. نهله جابر - المكاتب الأمامية ، الطبعة الأولى ، دار الوفاء لدنيا ، مصر الاسكندرية ، سنة 2008
8. محمد حافظ حجازي - ادارة المنظمات الفندقية (وظائف المنظمة) ، مصر .
9. محمود جاسم الصميدعي - تسويق الخدمات ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، سنة 2010 .
10. مصطفى يوسف كافي - السياحة المستدامة ، الطبعة الأولى ، ألفا للوثائق ، الجزائر قسنطينة ، سنة 2017 .
11. مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية ، الطبعة الأولى ، دار الجامد ، الأردن عمان ، سنة 2015
12. مصطفى يوسف كافي - الأمن السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، الأردن ، عمان ، سنة 2015 .
13. مصطفى يوسف كافي - وسائل الاتصال و دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الابتكار ، الأردن عمان ، سنة 2017 .
14. مصطفى يوسف كافي - مدخل إلى علم السياحة ، الطبعة الأولى ، ألفا للوثائق ، الجزائر ، قسنطينة ، سنة 2017 .

15. مصطفى يوسف كافي - أخلاقيات صناعة السياحة و الضيافة ، الطبعة العربية الأولى ، دار الرواد ، الأردن ، عمان ، سنة 2014 .
16. مصطفى محمود أبو بكر - مرجع في تسويق الخدمات ، طبعة الأولى ، الدار الجامعية ، اسكندرية ، مصر ، سنة 2013 .

❖ أطروحات و مذكرات تخرج :

1. إلياس عيشي - الخدمات السياحية الفندقية و التنمية الحضرية في جيجل ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الحضري ، جامعة منتوري قسنطينة ، سنة 2008-2009 .
2. بوباح عالية - دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات ، مذكرة ماجستير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، سنة 2010-2011 .
3. بوعزة خديجة - عدة نورة - دور الوكالات السياحية في التسويق السياحي ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة مستغانم ، سنة 2016-2017 .
4. زهير بوعكريف - التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، تخصص تسويق ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، سنة 2011-2012 .
5. سكساف منال صافية - تسويق الخدمات السياحية و دوره في التنمية المحلية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص مالية و إقتصاد دولي ، جامعة محمد خيضر - بسكرة ، سنة 2014-2015 .
6. سماعيني نسبية - دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في ادارة الأعمال ، جامعة وهران ، سنة 2013-2014 .
7. عميش سميرة - دور استراتيجية الترويج في تكييف و تحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس - سطيف 1- ، سنة 2014-2015 .
8. عوينان عبد القادر - السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3 ، سنة 2012-2013 .
9. عجابين معمر - التسويق السياحي و دوره في ترقية الخدمات السياحية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص تسويق سياحي و فندقي ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، سنة 2017-2018 .
10. قروج عالية - دور الاتصال التسويقي في تنشيط الخدمة السياحية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص تسويق ، جامعة مولاي طاهر - سعيدة ، سنة 2016-2017 .
11. مساوي مباركة - الخدمات السياحية و الفندقية و تأثيرها على سلوك المستهلك ، مذكرة ماجستير ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، سنة 2011-2012 .

قائمة المصادر والمراجع

12. مراتي عمار - واقع جودة الخدمات السياحية في المؤسسة الجزائرية ، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية ، جامعة جيلالي ليايس - سيدي بلعباس ، سنة 2018-2019 .
13. لعلالي بدر الدين - دور السياحة العلاجية بالجزائر في احداث تنمية مستدامة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات ، جامعة محمد خيضر - بسكرة - ، سنة 2018-2019 .
14. هانو أسامة - يوفيان محمد نذير - أثر جودة الخدمات الفندقية على ترقية السياحة العلاجية ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص تسويق الخدمات ، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة ، سنة 2018-2019 .
15. جمال قماري - عمر مدلل - جودة الخدمات السياحية من وجهة نظر الزبون ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، تخصص تسويق الفنادق و السياحي ، جامعة الشهيد حمه لخضر ولاية الوادي ، سنة 2017-2018

❖ مقالات و ملتقيات :

1. ريوقي سليمة - واقع السياحة العلاجية في الجزائر و طموحاتها المستقبلية ، مجلة الدراسات الاقتصادية و المالية : جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، المجلد 11 ، العدد 01 ، سنة 2018 .
2. شريف غياط- أسماء خليل - السياحة العلاجية في الجزائر كمدخل لتحقيق التنمية المحلية ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات ، العدد 41 ، سنة 2017 .
3. يمينة قرفي -رقية حساني ، الطلب على خدمات السياحة العلاجية في ولاية بسكرة و العوامل المؤثرة فيه دراسة تحليلية للفترة ، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، المجلد 14 ، العدد 1 ، سنة 2021
4. مراد زايد - بلقاسم تويزة ، المزيج الترويجي و أهميته في تنشيط السياحة العلاجية بالجزائر ، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و التجارة ، المجلد 2 ، العدد 29 ، سنة 2014
5. عائشة بن النوي - السياحة العلاجية الطبيعية في الجزائر ، المجلة : المقاولاتية و التنمية المستدامة ، المجلد 2 ، العدد 2 ، سنة 2020 .
6. هيام سالم زيدان أحمد - الآثار الاقتصادية لتنمية السياحة العلاجية في مصر ، المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة - جامعة الأزهر ، العدد 19 ، سنة 2018 .
7. خير الدين بوزرب - عمار عريس - تنمية السياحة العلاجية كمدخل لتطوير القطاع السياحي ، ملتقى القطاع السياحي في الجزائر : الواقع و المأمول ، سنة 2016 .
8. فادي طاهر قطيشات - اسحق محمود الشعار- شادي أحمد خطاب - محمد عبد الرزاق أبو رمان - إستراتيجية دور المواقع الإلكترونية في تنشيط الطلب على السياحة العلاجية في الأردن ، مجلة الاقتصاد الجديد ، العدد 7 ، سنة 2012
9. كريمة بن شريف - عبد الحق رايس - دور الابتكار التسويقي في إنعاش السياحة العلاجية ، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية و إدارة الأعمال، المجلد 5 ، العدد 1 ، سنة 2019 .

10. تحانوت خيرة – آليات النهوض بالسياحة العلاجية في الجزائر على ضوء تجارب دولية رائدة ، مجلة الاقتصاد و البيئة ، المجلد 4 ، العدد 1 ، سنة 2021 .

❖ مواقع الإلكترونية :

1. سامي طلحي -السياحة العلاجية و الحموية في الجزائر ، سنة 2020 ، على الموقع :

<https://www.supernova->

[dz.net/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-](https://www.supernova-dz.net/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%85%D9%88%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-)

2021/04/07 تاريخ الإضطلاع : [/D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1](https://www.supernova-dz.net/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1)

2. مقال حمام المسخوطين ، سنة 2016 ، على الموقع :

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%AE%D9%88%D8%B7%D9%8A%D9%86

2021/04/07 تاريخ الإضطلاع : [4%D9%85%D8%B3%D8%AE%D9%88%D8%B7%D9%8A%D9%86](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%A7%D9%84%D8%B3%D8%AE%D9%88%D8%B7%D9%8A%D9%86)

3. حمام ريغنة ، على الموقع :

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%B1%D9%84%D8%BA%D8%A9

2021/04/07 تاريخ الاضطلاع : [A%D8%BA%D8%A9](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%85_%D8%B1%D9%84%D8%BA%D8%A9)

❖ تقارير :

1. تقرير مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية سعيدة

2. تقرير حمام ربي

الملاحق

جامعة الدكتور مولاي طاهر – سعيدة –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص تسويق الخدمات

استبيان

أخي، أختي

يشرفنا أن نضع بين أيديكم استبيان المرفق لإجراء دراسة بعنوان: تقييم واقع خدمات السياحة العلاجية – دراسة حالة مؤسسة الحموية حمام ربي – وذلك ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص تسويق الخدمات قسم العلوم التجارية ونظرا للأهمية البالغة لآرائكم وانطباعاتكم في الاثراء والاسهام في نجاح هذه الدراسة في شقها التطبيقي، نرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة بدقة وبكل موضوعية.

كما نضمن لكم في المقابل سرية المعلومات التي تستعمل فقط في مجال البحث العلمي.

ولكم منا جزيل الشكر والعرفان على حسن تعاونكم وتفهمكم.

الجزء الأول: البيانات الشخصية

الرجاء وضع اشارة (X) داخل مربع الاجابة المناسبة .

الجنس : ذكر أنثى

السن : من 20 – 30 من 31 – 40

من 41 – 50 أكثر من 51

المؤهل العلمي : متوسط ثانوي

جامعي أخرى

مستوى الدخل : أقل من 18000 من 18000 – 24000 دج

من 24001 – 50000 دج 50000 فما فوق

الجزء الثاني: واقع خدمات السياحة العلاجية

الرقم	العبارة	موافق	محايد	غير موافق
01	الخدمة التي أستفيد منها في تحسن منذ تعاملي مع المؤسسة الحموية.			
02	تستخدم المؤسسة أجهزة حديثة في تقديم الخدمات			
03	الخدمات المرافقة للخدمات الأساسية جيدة			
04	التصميم الداخلي للمؤسسة الحموية منظم ومريح			
05	المناطق التي أقصدها من أجل السياحة العلاجية تتوفر فيها أماكن للإقامة			
06	تتوفر أماكن الاستقبال على معلومات عن الخدمات الخاصة بمقصد الرحلة السياحية			
07	السياحة العلاجية بالنسبة لي ليست موسمية بل على مدار السنة			
08	أفضل السياحة العلاجية من بين الأنماط السياحية			
09	أفضل القيام برحلات السياحة العلاجية			
10	تستهوئي السياحة العلاجية لما فيها من راحة واستعادة الفرد لصحته			

الجزء الثالث: انطباعات أخرى حول المؤسسة الحموية {حمام ربي}

11- هل سبق و ان زرتم حمام ربي من قبل ؟

نعم لا

12- ما هو سبب اختيارك لحمام ربي ؟

شهرة المنطقة و نوعية مياهها للعلاج للاستجمام أخرى ما هي؟

13- ما هو الفصل أو الموسم الذي تفضلونه للسياحة؟

على مدار السنة _ الشتاء - الربيع _ الصيف

13- ما هي المشاكل التي واجهتكم أثناء إقامتكم في حمام ربي؟

لا يوجد _ مشاكل التنقل _ سوء تعامل العمال _ مشاكل مرتبطة بالتلوث _
أخرى

ماهي.....

