

جامعة الجزائر 3

معهد التربية البدنية والرياضية

دالي إبراهيم

أطروحة دكتوراه في الطور الثالث في ميدان علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية

فرع: الإدارة والتسيير الرياضي

تخصص: تسيير الموارد البشرية وإدارة المنشآت الرياضية

أهمية إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي
في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر

دراسة حالة المركز الوطني للرياضة والتسلية تيكجدة

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبة:

أ د / قصري نصر الدين

لطرش نزهة

العام الجامعي: 2018/2017

كلمة شكر

أحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا الذي وفقني لإتمام هذه الدراسة.

وأتوجه بالشكر الجزيل وخالص التقدير إلى مشرفي الأستاذ الدكتور: قصري نصر الدين، الذي أشرف على هذه الأطروحة وأفادني بتعليماته وتوجيهاته القيمة.

وأقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والامتنان لكل من ساندني وساعدني في استكمال الدراسة بالأخص السيد "شيراك حاج احمد" مسؤول بوزارة الشباب والرياضة أشكر جزيل الشكر السيد "مزياني إسماعيل" المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية بالإضافة إلى السيد "بلقاسمي محند أمزيان" نائب المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

أهدي ثمرة جهدي إلى كل من حبيبتي الغالية أمي وأبي العزيز الغالي.

وحبيباتي وأخواتي نادية وكريمة ولىلى

وأخي سامي ومحمد مهدي فراجي ومحمد كتقي.

وأحبابي أسامة، أنيس وأمينة كتقي، إلى خالتي باية وبناتها سيليا وليديا، إلى خالتي فاطمة،

سعيدة، سارة وكوثر، إلى حببتي حورية وعائلتها الكريمة.

إلى سفيان وعائلته الكريمة ويوسف رزق الله.

وأخيرا أدعو الله عز وجل أن يكون هذا العمل خالصا لوجهه ونافعا للباحثين من بعدي.

نزهة

قائمة المحتويات

الرقم	المحتوى	الصفحة
	ملخص	
I	إهداء وشكر	
II	قائمة المحتويات	
III	قائمة الأشكال والجداول	
أ	مقدمة	
5	الفصل التمهيدي	
6	الإشكالية	1
8	الفرضيات	2
9	أهمية البحث	3
9	أهداف البحث	4
10	أسباب اختيار الموضوع	5
10	المصطلحات وتحديد المفاهيم	6
14	دراسات السابقة	7
20	الجانب النظري	

	الفصل الأول: التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي	
21	تمهيد	
23	تعريف التظاهرات الرياضية	1
24	خصائص التظاهرات الرياضية	2
26	مسؤولية تنظيم التظاهرات الرياضية	3
26	أهمية التظاهرات الرياضية	4
27	أهداف التظاهرات الرياضية	5
29	أنواع التظاهرات الرياضية	6
30	أسس تنظيم التظاهرات الرياضية	7
30	البعد الاقتصادي للتظاهرات الرياضية	8
31	البعد الاجتماعي للتظاهرات الرياضية	9
31	عوائد التظاهرات الرياضية على السياحة	10
32	السياحة الرياضية	11
32	تعريف السياحة الرياضية	
33	أهمية السياحة الرياضية	
34	متطلبات السياحة الرياضية	
36	عوامل الجذب السياحي للسياحة الرياضية	12

37	أهداف السياحة الرياضية	12-1
38	الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الرياضية	12-2
39	السياحة الرياضية البيئية	13
39	مواقع السياحة الرياضية في الجزائر	14
40	السياحة الرياضية الساحلية	14-1
40	السياحة الرياضية الجبلية	14-2
41	السياحة الصحراوية	14-3
42	تأثير الرياضة على البيئة	15
43	إجراءات احتضان تظاهرة رياضية فيما يتعلق بالبيئة	16
47	اللجنة الأولمبية الدولية والبيئة	17
48	التشريعات الدولية لحماية البيئة	18
53	جدول أعمال القرن ال 21	19
53	جدول أعمال القرن ال 21 للحركة الأولمبية	20
56	الخلاصة	
	الفصل النظري الثاني: اليات والترويج للتظاهرات الرياضية	
58	تمهيد	
59	تعريف الإعلام	1

59	أهداف عملية الإعلام	2-1
59	وسائل الإتصال والإعلام	2
60	وسائل الإتصال التقليدية	1-2
61	وسائل الإتصال الحديثة	2-2
64	وظائف وسائل الإعلام والإتصال	3
65	وسائل الإعلام والرياضة	4
65	تعريف الإعلام الرياضي	1-4
66	العلاقة بين وسائل الإعلام والرياضة	2-4
67	أنواع وسائل الإعلام الرياضي	3-4
67	أهمية وسائل الإعلام في التسويق للتظاهرات الرياضية	4-4
67	الإعلام السياحي	5
68	تعريف الإعلام السياحي	1-5
68	أهمية الإعلام السياحي	2-5
68	أهداف الإعلام السياحي	3-5
70	التسويق للمناسبات والتظاهرات الرياضية	6
70	مفهوم تسويق التظاهرات والمناسبات الرياضية	1-6

70	العناصر الأساسية للعملية التسويقية للمناسبات والتظاهرات الرياضية	2-6
71	أهداف تسويق المناسبات والتظاهرات الرياضية	3-6
72	عناصر المزيج التسويقي	4-6
73	أهمية التسويق الرياضي للمؤسسات الرياضية	5-6
73	خطة التسويق الرياضي	6-6
76	رعاية المناسبات والتظاهرات الرياضية	7
78	أساليب التسويق الرياضي	8
80	عائدات التسويق للتظاهرات الرياضية على الجزائر	9
82	خلاصة	
84	الفصل الثالث: السياحة والسياحة البيئية	
85	تمهيد	
86	مفهوم السياحة	1
86	تطور السياحة	2
89	مكونات السياحة	3
90	أهمية السياحة	4
91	مقومات السياحة	5

92	قومات السياحة في الجزائر	6
92	تاريخ السياحة في الجزائر	1-6
92	السياحة الجزائرية بعد الإستقلال	2-6
96	الخصائص السياحية للجزائر	3-6
97	أنواع السياحة	7
98	السياحة حسب المنطقة الجغرافية	1-7
99	السياحة حسب الهدف	2-7
102	علاقة السياحة والبيئة	8
102	أثر السياحة على البيئة	9
103	الآثار الإيجابية	1-9
104	السياحة البيئية	10
104	تعريف البيئة	1-10
105	تعريف السياحة البيئية	2-10
106	تعريف السائح البيئي	1-2-10
108	خصائص السياحة البيئية	2-2-10
109	أهمية السياحة البيئية	3-10
111	الأسس والعناصر التي تعتمد عليها السياحة البيئية	4-10

112	وسائل دعم السياحة البيئية	5-10
114	موقف الجزائر من الإتفاقيات الدولية لحماية البيئة	11
117	خلاصة	
	الباب الثاني: الجانب التطبيقي	
119	الفصل الأول: منهج البحث وإجراءاته الميدانية	
120	تمهيد	
120	منهج البحث	1-1
121	مجتمع الدراسة	2-1
122	أدوات البحث	3-1
123	الدراسة الاستطلاعية	4-1
124	مجالات البحث	5-1
124	متغيرات البحث	6-1
124	التعريف بميدان البحث	7-1
124	نشأة المركز الوطني للرياضة والتسلية - تيكجدة	1-7-1
126	الهيكل التنظيمي للمركز الوطني للرياضة التسلية	2-7-1
	الفصل الثاني: عرض وتحليل ومناقشة النتائج	

128	عرض وتحليل نتائج المقابلة مع نائب المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية	1
146	استنتاج جزئي	
147	تحليل الوثائق والتقارير الخاصة بالمركز الوطني للرياضة والتسلية	2
154	استنتاج جزئي	
156	مناقشة نتائج المقابلة في ظل الفرضيات	3
160	استنتاج عام	
165	اقتراحات وتوصيات	
	خاتمة	
	المراجع	
	الملاحق	

قائمة الأشكال والجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	مخطط يوضح عوامل الجذب السياحي للسياحة الرياضية	36
2	مخطط يوضح الأهداف العامة للسياحة الرياضية.	37
3	مخطط يوضح الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الرياضية	38
4	مخطط يوضح أثر المتوقع للتظاهرات الرياضية على البيئة.	42
5	مخطط يوضح أبرز وسائل الإعلام والاتصال عبر التاريخ	63
6	جدول يلخص أنواع السياحة	101
7	مخطط يوضح التفاعلات بين السياحة المستدامة والسياحة البيئية مع أنواع أخرى للسياحة	108
8	الهيكل التنظيمي للمركز الوطني للرياضة التسلية	126
9	تطور رقم الأعمال خلال الفترة (2012 الى 2017)	150
10	مخططا تزايد رقم الأعمال المركز وتزايد عدد المقيمين في الفترة 2017-2012	151

مقدمة

مقدمة:

تعتبر التظاهرات الرياضية الكبرى مثل كأس العالم لكرة القدم أو الألعاب الأولمبية أحداث عالمية تستقطب وفود رياضية من مختلف بقاع العالم، وتسعى الدول لإستضافة ألعاب رياضية دولية على أراضيها، وكل منها يضع للفوز بها مخططا شاملا ومتكاملا لإنجاز البنى التحتية والبنى الرياضية المطلوبة وفق المعايير الدولية، وبذلك تكون أصول ثابتة وإستثمارات للبلد نفسه بعد إنتهاء الحدث.

وتستخدم الرياضة كأداة سياسية، ثقافية وإجتماعية يمكنها التأثير على القرارات السياسية فضلا عما للرياضة من تأثير كبير على الجانب السياحي، ويظهر مزيج بين الرياضة والسياحة والذي أدى إلى تطوير المناسبات الرياضية المختلفة لخدمة السياحة وهو منتج جديد يطلق عليه السياحة الرياضية لتسويق والترويج السياحي عن طريق الأنشطة الرياضية.

تكتسي السياحة الرياضية أهمية متزايدة نظرا لدورها البارز الذي تلعبه في نمو إقتصاد الدول خاصة تلك المنظمة للمهرجانات الرياضية المحلية أو الدولية ولا تقتصر السياحة الرياضية على المشاركة في التظاهرات الرياضية العالمية مثل: الألعاب الأولمبية، البطولات العالمية بل تضم الممارسات والأنشطة البدنية الممارسة قصد التسلية والترفيه الرياضي خلال العطلة والتي تمزج بين الرياضة والسياحة ويمكن أن تكون على شكل زيارات ثقافية للمتاحف، المعالم والمنشآت الرياضية حسب ما يعرفها "دي كنوب" De Knop سنة 1987م و"ريدمونت" Redmont سنة 1990م.

يمكن للنشاط الرياضي السياحي أن يلحق الضرر بالبيئة وذلك بسبب تدفق الناس إلى موقع التظاهرة والمرافق الرياضية بصفة عامة، سواء الأماكن المصطنعة أو إلى المناطق الريفية أي النشاط الرياضي الممارس في الطبيعة ويختلف الأثر على النظم البيئية الطبيعية حسب نوع النشاط الرياضي الممارس فمنها أنشطة ذات تأثير المنخفض على النظم البيئية الطبيعية (ركوب الدراجات الجبلية، رياضة الفروسية، والرياضات المائية) والبعض الآخر ذات التأثير الكبير على النظم البيئية الطبيعية مثل: مسارات التزلج حيث تحدث تغير جذري في النظام البيئي أو تخريبه وتدميره، بسبب المعدات والتجهيزات الضرورية للنشاط.

من أجل المحافظة على البيئة وحمايتها تبنت اللجنة الأولمبية الدولية فكرة التنمية المستدامة وتولت مسؤولية الترويج لها وتحقيقها، حيث جعلت البيئة البعد الثالث للحركة الأولمبية إضافة للرياضة والثقافة، فكانت لجنة "الرياضة والبيئة" والتي تنشط منذ التسعينيات القرن الماضي بالإشتراك مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة "PNU". ووضعت جدول أعمال القرن الـ 21 للحركة الأولمبية، وهو بمثابة الأداة التي تحدد الخطوات العامة الواجب إتباعها من أجل المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وحددت مسؤوليات أعضاء الحركة الأولمبية. والذي تم إعتاده خلال المؤتمر العالمي الثالث للرياضة والبيئة المنعقد بـ "ريودي جانيرو" البرازيل 1992.

ظهرت السياحة البيئية في ثمانينيات القرن الماضي، على أعقاب تقرير برونتلاند « Brundtland » عام 1987م الصادر من قبل اللجنة الدولية لحماية البيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة، حيث أدرج فيه مفهوم التنمية المستدامة لأول مرة وباعتبار السياحة البيئية سياحة مسؤولة إلى المناطق الطبيعية تحقق تطبيقا نموذجيا للتكامل بين عناصر التنمية المستدامة الثلاثة: الاقتصاد، المجتمع والبيئة، فهي تساهم في تطور إقتصاد أخضر قائم على حماية البيئة وإستدامة الموارد الطبيعية كما تساهم في الحفاظ على المناطق الأثرية من التدهور بفعل الممارسات الخاطئة لبعض السواح. وباعتبار النشاطات الرياضية التالية تعبيراً صريحاً عن السياحة البيئية: المشي، تسلق الجبال، الصيد البحري والغوص، الدرجات الهوائية، الرياضات المائية، التزلج على الرمال أو الثلوج، مراقبة الحياة البرية للطيور... الخ، أصبح حتماً على الهيئات والمؤسسات الرياضية تبني فكرة التنمية المستدامة خلال القيام بنشاطها حيث يمكن للسائح الممارس للنشاط الرياضي من خلالها قضاء وقت ممتع والمساهمة في حماية البيئة في منطقة، والمساهمة في الحد من تلوث المناطق الملوثة حالياً والعمل على تخفيف آثار التلوث فيها، وتساهم السياحة البيئية في المحافظة على عناصر البيئة الطبيعية وخدمة المجتمعات المحلية بصفة خاصة حيث تخلق فرص عمل وتنظم حملات تحسيسية لتوعية السكان المحليين والسواح الرياضيين حول أهمية الحفاظ على البيئة. (ويشهد قطاع

السياحة البيئية نموًا سنويًا بنسبة 20 إلى 34% منذ سنة 1990م، وقد باتت دول نامية كثيرة تعتمد على السياحة البيئية كمصدر رئيسي للدخل والتنمية)¹.

تبنت الجزائر سنة 2010 سياسة جديدة ترمي إلى النهوض بقطاع السياحة وجعله مصدرا لتمويل الخزينة العمومية بالعملة الصعبة كبديل للمحروقات بالنظر لما تتوفر عليه الجزائر من إمكانات طبيعية والمقومات التي تساعد على تطور السياحة بالبلاد من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهي استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر والتي تهدف إلى المساهمة في التنمية المحلية والمحافظة على البيئة وتثمين صورة الجزائر وجعلها مقصد سياحي بامتياز من خلال ما تزخر به من مقومات وتنوع بيولوجي هام وتحقيق مفهوم التنمية المستدامة من خلال إنتهاج إستراتيجية التنمية السياحية للجزائر أفاق 2030م «SDAT» ، ضمن المخطط الوطني للتنمية «SNAT» .

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المقومات والمؤهلات الطبيعية التي تزخر بها الجزائر والتعرف على الأساليب والاستراتيجيات المتبعة لتطوير السياحة في الجزائر وتبيان أهمية ومكانة التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي كقطاع مساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بها وإبراز دور مختلف وسائل الإتصال والإعلام في تغطية الأحداث ومختلف التظاهرات من أجل نشر وتزويد المواطنين بالمعلومات اللازمة ومحاولة إثارة الاهتمام لديهم من خلال الترويج لهذه التظاهرات ومحاولة غرس ثقافة المحافظة على البيئة لتحقيق السياحة المستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال المستقبلية، حيث قسمنا موضوع بحثنا هذا إلى ثلاثة فصول، إذ تناولنا في الجانب النظري ثلاثة فصول، فالفصل الأول بعنوان: "التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي" حيث قمنا بتعريف التظاهرات الرياضية بمختلف أنواعها وعلاقتها بالسياحة والبيئة، والفصل الثاني بعنوان: "أليات وسبل الترويج للتظاهرات الرياضية" تطرقنا للمختلف وسائل الإعلام والإتصال وسبل التسويق للتظاهرات الرياضية، والفصل الثالث بعنوان: "السياحة والسياسة البيئية" قمنا بتعريف السياحة وأنواعها بالتركيز

¹CLAIRE TOMASELLA, L'écotourisme, qu'est-ce que c'est ? <https://www.geo.fr/environnement/les-mots-verts/ecotourisme-41139>, le 18/06/2017.

على أحد متغيرات بحثنا السياحة البيئية تعريفها، أنواعها التشريعات الدولية والجزائرية من أجل حماية البيئة، وأما الجانب التطبيقي للبحث بينا منهجية البحث العلمي المتبعة في معالجة المعطيات وتحليلها ومناقشتها واختبار مدى صدق فرضيات البحث .

الفصل التمهيدي

1- الإشكالية:

إرتبط الإنسان بالسفر والسياحة منذ حقبة بعيدة من الزمن وكان لديه الدافع في إكتشاف المجهول والتعرف على أماكن جديدة وغريبة ولإكتساب خبرات جديدة والسفر لتحقيق هذه الأهداف ليس حديثا ولكن السياحة كما ندرك مدلولها حديث العهد، حيث نشأت بعد الحرب العالمية الثانية وخصت الرحلات السياحية فئة الأثرياء بسبب أوقات الفراغ والمداخيل المرتفعة، إلا أن النمو الاقتصادي، تطور وسائل النقل والمواصلات، تقليص أوقات العمل ونقص الأعباء الشخصية والعائلية أدى إلى نمو وزيادة الحركة السياحية فصارت متاحة لعدد أكبر من الناس.

والسياحة نشاط اقتصادي ثقافي حسب ما يعرفها عالم الاجتماع الفرنسي DUMAZEDIER Joffre فيقول إن الظاهرة السياحية قد توسعت لتشمل المسائل التفاعلية بين الثقافة الشعبية وما للسياحة من آثار على إدخال الفرد في علاقات ثقافية وأن لكل بلاد في العالم ثقافة تخدم أغراض السياحة ولا تنحصر في الثقافة في الفنون والمواقع الأثرية بل تشير إلى الخصائص التي يشترك فيها الأفراد في الجماعة مثل: اللغة، الدين والقيم وأنماط السلوك أخرى وقد تخضع الثقافة للتغير وذلك من خلال بعض المداخلات والتأثيرات الخارجية¹. وتعتبر السياحة صناعة متشابكة مع كثير من الصناعات والخدمات التي تغذيها وتكملها وتنتشر هذه الصناعات المكملة لقطاعات عديدة: زراعية وصناعية، وفي قطاعات النقل والتشييد والبناء والخدمات البنكية والمواصلات والإلكترونيات وغيرها "ولذلك فإن تعاش السياحة يؤدي إلى إنتعاش كل الصناعات والخدمات باعتبارها إحدى الظواهر الاقتصادية الاجتماعية الناجحة"².

كذلك الرياضة ظاهرة اجتماعية يمارسها الإنسان فهي نشاط بدني كامل تمارسه مختلف الفئات الإجتماعية ويختلف النشاط الممارس حسب السن والجنس والميول فالبعض يمارس الرياضة من أجل الترفيه، الترويح والمحافظة على اللياقة البدنية والبعض الآخر يمارسها من أجل المنافسة والفوز بالميداليات وتحقيق الألقاب سواء على المستوى المحلي (داخل الوطن) أو على المستوى الخارجي (خارج الوطن) في شكل مسابقات ومنافسات رياضية وهذا ما أدى إلى نشأة السياحة الرياضية.

¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، مصر، 2006 ص 224.

² عبد القادر إبراهيم عطية حماد، ناصر عيد، مدخل إلى جغرافية السياحة، الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2012، ص 11.

السياحة الرياضية والتي تهدف إلى استغلال الرياضة للترويج للسياحة من خلال حضور ومتابعة البطولات الرياضية في ذلك المكان والاستمتاع أيضا بطبيعة المكان ومنشآته السياحية، حيث يتم إستغلال الفنادق والمطاعم ومختلف وسائل النقل وتخلق مناصب شغل، وبالتالي تنجر عن هذه التظاهرات عوائد إقتصادية وإجتماعية للمنطقة المحتضنة لها، كذلك للرياضة أثار على البيئة حيث أن بعض الرياضات والممارسات الخاطئة لبعض الرياضيين تتسبب في تلوث البيئة، ولذلك أوجدت أعلى هيئة منظمة للرياضة (اللجنة الأولمبية الدولية) جدول القرن الـ 21 الخاص بها الذي يضع شروط و قوانين يجب مراعاتها عند تنظيم أي حدث رياضي وهذا يدخل في إطار حماية البيئة وجعل الرياضة سبب في تحقيق التنمية المستدامة.³

هناك سياحة رياضية بيئية لا يتسبب عنها التلوث وإن حدث فهو تحت السيطرة، وقد تساعد على جلب الأموال والإهتمام بهذه المناطق، وإصلاح واقعها وزيادة عنصر الجمال فيها وتحسين الصحة والسلامة البيئية، وتمتاز السياحة البيئية الرياضية بأنها قد تمارس من أجل استعادة الصحة والحيوية للأفراد أو السياح، كما قد تمارس من أجل إضفاء بعض الحيوية على البرنامج السياحي ذاته.⁴

وقد عمدت الكثير من دول العالم إلى تنظيم المسابقات الرياضية المحلية والدولية، التي تعمل على تنشيط وزيادة الحركة السياحية الوافدة وتنمية حصيلة الموارد السياحية، من خلال الجمع بين عناصر متكاملة أهمها توفير الموارد المالية والمادية اللازمة والبنى التحتية، التغطية الإعلامية للحدث ومن أهم سبل التسويق نجد وسائل الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها التي تنشر الثقافة السياحية من خلال استقطاب المتتبعين ومحبي الرياضة بصفة خاصة والسواح بصفة عامة.⁵

وفي ظل الظروف الاقتصادية الحالية تطمح الجزائر إلى الدخول لسوق السياحة من خلال الإصلاحات التي اعتمدها لتدارك الوضعية النهوض بالقطاع السياحي من بين هذه الإجراءات منها: خوصصة المؤسسات السياحية الجزائرية سنة (1990) وأخرها استراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر سنة (2010 م) ويهدف برنامجها لتثمين وجهة وعلامة الجزائر بغية مضاعفة جاذبيتها وقدرتها التنافسية وتحسين موقعها، إنشاء أقطاب الامتياز السياحية وتنظيمها حول قرى سياحية يعتمد فيها إبراز أصالة واحاتنا وجمال مواقعنا المتوسطة والمساهمة في التنمية المحلية والمحافظة على البيئة وتطبيق مخطط

³ Jean Camy Leigh Robinson, Comité International Olympique, Solidarité Olympique, **Gérer les Organisations Sportives Olympiques**, chapitre 06, 2008.

⁴ محسن أحمد الخضيري، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، مصر، 2005.

⁵ مقتبس من مجريات اليوم الدراسي بمستغانم حول موضوع السياحة والرياضة.

الجودة السياحية⁶. إلا أن هذه الجهود تبقى متواضعة ولم ترقى بعد بالسياحة الجزائرية إلى مصف الدول السياحية إذا ما قورنت ببلدان العالم بصفة عامة و البلدان المجاورة بصفة خاصة، ويرى الكثير من الخبراء أن متطلبات السياحة لا تقتصر فقط على المرافق و إنما يجب أن تكون هناك خدمات تغطي احتياجات السائح بمفهومها الواسع، وأنه يمكن استغلال التظاهرات الرياضية في تحقيق الأهداف الاستراتيجية لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، باعتبار الجزائر تمتلك كل المؤهلات لتطوير السياحة غير أن السياحة في الجزائر ما زالت غير مستغلة بالشكل الأمثل وهذه فرصة لتطوير السياحة المستدامة لتترجم بتوفير مناصب عمل يمكن أن تحد من مشكلة البطالة و بالتالي رفع مستوى المعيشة مع تدفق المداخل السياحية.

على ضوء هذه المعطيات سنحاول في بحثنا هذا التطرق إلى موضوع إحتضان وتنظيم التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي والتي تمارس في الهواء الطلق والتعرف على أهدافها وعوائدها وأساليب الترويج لها ودورها في المحافظة على البيئة فارتأينا إلى طرح التساؤل التالي: ما أهمية إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر؟

التساؤلات الجزئية:

1/ ما هي عوائد التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي على الاقتصاد المحلي للمنطقة المحتضنة لها؟

2/ هل تساهم مختلف وسائل الإعلام والإتصال في الترويج للتظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي؟

3/ هل تساهم هذه التظاهرات في توعية ونشر ثقافة المحافظة على البيئة والمحيط في المجتمع الجزائري؟

2- الفرضيات:

الفرضية العامة:

يساهم إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر.

مقال صحفي بعنوان هل ستنتج الجزائر في إحتضان تظاهرة "عاصمة السياحة العربية" <https://www.djazair.com/elayem/> ⁶

الفرضيات الجزئية:

- 1/ يعود إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي بالفائدة على الاقتصاد المحلي للمنطقة المحتضنة لها من خلال خلق مناصب شغل وتنشيط الشركاء الاقتصاديين.
- 2/ تساهم مختلف وسائل الإعلام في التعريف والترويج للتظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي.
- 3/ تساهم هذه التظاهرات في توعية ونشر ثقافة المحافظة على البيئة والمحيط في المجتمع الجزائري.

3- أهمية البحث:

تكمن أهمية احتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في الترويج وترقية السياحة في الجزائر من خلال التعريف بالثقافة السائدة في المنطقة المحتضنة لها والمقومات الطبيعية دون إلحاق الضرر بالبيئة كونها نشاطات صديقة للبيئة من جهة ومن جهة أخرى تساهم في تنمية الاقتصاد المحلي من خلال خلق مناصب شغل سواء بشكل مباشر أو غير مباشر أي يتم إستغلال مثل هذه التظاهرات للتسويق للمنتجات المحلية بصفة عامة والتقليدية بصفة خاصة بمختلف أنواعها وكذلك إستغلال المطاعم والفنادق ومختلف وسائل النقل. ونظرا إلى الأوضاع الحالية التي تواجهها الجزائر (الأزمة الاقتصادية بسبب تراجع مداخيل المحروقات) ولجوءها إلى الاعتماد على مصادر دخل بديلة خارج قطاع المحروقات كالسياحة مثلا لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، في ظل الإستراتيجية الجديدة التي طرحتها الدولة لتنمية قطاع وجعله أحد الدعائم التنموية الإقتصادية المستدامة في الجزائر.

4- أهداف البحث:

- التعرف على الأساليب والاستراتيجيات المتبعة لتطوير السياحة في الجزائر.
- توضيح وتبيان أهمية التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي كقطاع مساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر.
- إبراز دور مختلف وسائل الإتصال والإعلام في الترويج للتظاهرات الرياضية وبالتالي الترويج للسياحة الرياضية.
- إبراز أهمية إستغلال التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في التوعية ونشر ثقافة المحافظة على البيئة.
- إبراز أهمية تنمية السياحة المستدامة للحفاظ على المقومات السياحية.

5- أسباب إختيار الموضوع:

1-5 أسباب ذاتية:

- الرغبة في البحث في مجال تنظيم التظاهرات الرياضية ومعرفة عوائدها على الرياضة والإقتصاد وثقافة المجتمع خاصة على السياحة الجزائرية.
- الاهتمام الشخصي بتنمية وتفعيل السياحة البيئية في الجزائر من خلال ممارسة النشاط الرياضي وإحتضان التظاهرات الرياضية في الهواء الطلق.
- نقص الدراسات في مجال الرياضي رغم أهمية والإنتشار الذي شهدته السياحة الرياضية في دول العالم.

2-5 أسباب موضوعية:

- الترويج للسياحة الجزائرية، كون الجزائر تتمتع بمقومات ومعالم طبيعية وثقافية، تاريخية... تؤهلها لأن تكون مناطق جذب سياحي بإمتياز.
- كون التظاهرات الرياضية بصفة عامة والسياحية بصفة خاصة مهمة ومساهمة في تفعيل السياحة في الجزائر.
- السياحة البيئية، سياحة مستديمة تساهم في التنمية الاجتماعية والإقتصادية بالمنطقة المحتضنة لها.

6- المصطلحات و تحديد المفاهيم:

6-1 التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي:

التعريف الإصطلاحي:

حسب ألان فيراند Alain Ferrand فيعرف التظاهرات الرياضية بالمعنى الضيق على أنها ظاهرة إجتماعية تتمتع بتغطية إعلامية واسعة ويرتبط تأثيرها على الجمهور بعدم إمكانية توقع أداء ونتائج المشاركين التي يمكن تحقيقها في المنافسة ، هذا ما يجعل الألعاب الأولمبية، كأس العالم لكرة القدم والبطولة العالمية لفورمولا 1، تعتلي قمة التظاهرات الرياضية الأكثر شعبية. أما بالمعنى الواسع فإن التظاهرات الرياضية فهي: التي تهدف إلى التواصل من خلال تجمع إحتقالي غرضه جمع عدد أكبر من المشاركين وكذلك تقدير والتشجيع ما تزخر به المنطقة المحتضنة لها... وتنظم على الصعيد المحلي خاصة، حال التظاهرات الرياضية المنظمة من قبل الجمعيات أو المدن الصغيرة.⁷

⁷ Les livres outils organiser un evenement sportif michel desbordes-julien Falgoux. edition d'organisation,2003 p9

التعريف الإجرائي:

هي تلك النشاطات الرياضية الممارسة في الطبيعة بغرض ترفيهي سياحي وتلعب دور هام في التعريف والترويج لمقومات المنطقة المحتضنة لها مع استقطاب أكبر عدد من الممارسين للأنشطة الرياضية دون المساس بالطبيعة المحيطة والتي تعود بالفائدة على الإقتصاد المحلي والمجتمع والبيئة... ما يحقق التنمية المستدامة.

2-6 السياحة البيئية:

1-2-6- تعريف السياحة:

التعريف اللغوي: السياحة مصدر ساح يسيح وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض⁸، تعني التجوال كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم وذلك في عدة مواضع، فيقول الله تعالى " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين."⁹

التعريف الإصطلاحي:

حيث عرف حسن رجب عام 1966 السياحة على أنها ظاهرة من ظواهر النشاط الإنساني عرفت منذ القدم على أنها عمليات انتقال وقتية التي يقوم بها الأشخاص فيتركون موطنهم الأصلي أو محل إقامتهم إلى أماكن أخرى لأغراض غير أغراض الإقامة.¹⁰

-وعرفها مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما 1963:¹¹

أقر أن السياحة ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على إنتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا بهدف السياح الترفيهية، العلاجية أو التاريخية. والسياحة كالتأثير لها جناحان السياحة الخارجية والسياحة الداخلية.

- كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة: السياحة على أنها مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الفرد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو أغراض أخرى.

⁸ <http://www.almoslim.net/node/83998> le 17/02/2015.

⁹ القرآن الكريم سورة التوبة رقمها (9) ص 187، آية رقم 2

¹⁰ أشرف سمير الميداني، السياحة الرياضية في مصر، ط1، 2005 ص21.

¹¹ عوينان عبد القادر، (2000-2025) الإمكانيات والمعوقات في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، ص09.

وقد عرف مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان "1991": على أن مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن، وألا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه.

التعريف الإجرائي:

- السياحة هي عملية انتقال من مكان لآخر لفترة قصيرة ومؤقتة بغرض الراحة والترفيه وقد تكون داخلية أو خارجية ولا يكون الغرض منها الكسب المادي.

6-2-2 تعريف السياحة البيئية:

التعريف الاصطلاحي:

عرفت الجمعية الدولية للسياحة البيئية في عام 1991 بأنها "شكل من أشكال السفر المسؤول في المناطق الطبيعية، مما يسهم في الحفاظ على البيئة ورفاهية السكان المحليين"¹²

تعرف منظمة السياحة العالمية السياحة OMT بأنها "شكل من أشكال السياحة التي تلبى الاحتياجات الحالية للسائحين والمناطق المضيفة، مع حماية وتعزيز الفرص للمستقبل، فإنه يؤدي إلى إدارة الموارد التي تلبى الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على السلامة الثقافية والعمليات الإيكولوجية الأساسية والتنوع البيولوجي ونظم دعم الحياة والأنشطة السياحية ذات التأثير الضعيف على البيئة التي من المفترض أن يحفظها من خلال الاكتشاف مع تعزيز التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المناطق المعنية."

13

التعريف الإجرائي:

السياحة البيئية نوع من أنواع السياحة المستدامة وتعني ممارسة أنشطة سياحية، رياضية، ترفيهية، تعليمية، في الطبيعة مع تأثير ضعيف على البيئة والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمنطقة المحتضنة لها.

¹² http://www.elwatan.com/hebdo/magazine/ecotourisme-en-algerie-galvaudage-d-un-concept-23-02-2018-363153_265.php le 23 /02/18

¹³ Laura lecolle , Ecotourisme : outils de gestion et bonnes pratiques ,2008, p 10

3-2-6 السياحة المستدامة:

"هي نقطة تلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها."¹⁴

3-6 التنمية المستدامة:

"ويعرفها المشرع الجزائري على أنها نمط تنمية يضمن فيه الخيارات وفرص التنمية التي تحافظ على البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للأجيال القادمة."¹⁵

"وتعتبر الاستدامة نمط تنموي يمتاز بالعقلانية والرشد، وتتعامل مع النشاطات الاقتصادية التي ترمي للنمو من جهة، وإجراءات المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية من جهة أخرى، وقد أصبح العالم اليوم على قناعة بأن التنمية المستدامة هي السبيل الوحيد لضمان الحصول على مقومات الحياة في الحاضر والمستقبل، وطريق التقدم للمجتمعات، وتأمين حاجات الأفراد"¹⁶.

¹⁴ فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 98.

¹⁵ القانون 01/03، الجريدة الرسمية، العدد 11 المؤرخ في 19 فبراير 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.

¹⁶ http://www.alukah.net/culture/0/106339 / 18/02/17. le مصطفى عطية جمعة، التنمية المستدامة وأهدافها، شبكة ألوكة،

7- الدراسات السابقة والمرتبطة:

7-1 دراسات المحلية:

الدراسة 01:

استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الإستدامة حضيرة طاسيلي (ولاية إيزي) عبد الله عياشي، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل إقتصادي في 2016، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

وقد طرح التساؤل العام التالي: ما هو واقع السياحة البيئية في الجزائر، وما هي إستراتيجيات الجديدة التي وضعتها الدولة الجزائرية لتنمية وتفعيل هذا النوع من السياحة كنموذج بديل، يهدف الى تحقيق التنمية المستدامة؟

ووضع الفرضيات التالية:

- السياحة البيئية تساهم في تقديم نوعية جديدة من السياحة بإعتبار البعد البيئي كشرط لإستدامتها.
- تؤدي السياحة البيئية إلى رفع مستوى الاهتمام بالوعي والثقافة البيئية، والذي ينعكس إيجابا على حماية الموارد الطبيعية والثقافية وغيرها.
- استعمل المنهج الوصفي وأدوات البحث: المقابلة وتحليل وتقييم النتائج.

وتحصل على النتائج التالية:

- تساهم السياحة بشكل كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية والإجتماعية بإعتبارها مصدرا للمداخيل بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات في المجتمع
- تمثل السياحة البيئية بديلا للسياحة التقليدية لأنها تسعى للحفاظ على البعد البيئي للمواقع السياحية وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة
- التخطيط السياحي البيئي ومراحل إعداد البرنامج السياحي البيئي خطوة مهمة لتحقيق التنمية المستدامة في المواقع السياحية.

- لا تزال وضعية القطاع السياحي في الجزائر هشة ولا ترقى للمستوى المطلوب بالرغم من الإمكانات والمقومات المميزة التي تملكها الجزائر.

جانب الإستفادة:

- واقع السياحة البيئية في الجزائر وبعض بلدان العالم العربي.
- التخطيط السياحي البيئي للمواقع السياحية من أجل من أجل إستدامة والمحافظة على الموروث الثقافي.
- التعرف على إستراتيجيات تنمية السياحة البيئية المعتمدة في الجزائر.

✚ الدراسة 02:

واقع رياضة الكرة الطائرة الشاطئية وإنعكاسها على تنشيط المناطق الساحلية والصحراوية، يوسف فتحي المجلة العلمية الصادرة من مخبر العلمي لمعهد التربية البدنية والرياضية العدد:06، جوان 2013، معهد التربية البدنية والرياضة بسبيدي عبد الله، الجزائر.

وقد طرح التساؤل التالي: هل المنشأة الرياضية الجزائرية تستطيع بإمكانياتها الحالية أن تنمي الرياضة الشاطئية في جميع أنحاء الوطن؟ وهل الرياضة الشاطئية لها إنعكاس على تنمية السياحة الجزائرية؟ وما مدى الخدمات التي تقدمها الرياضات الشاطئية على شكل إستهلاك وتسويق رياضي وترفيهي وإجتماعي يثمن ويبرز دورها في المجتمع عن طريق مواردها البشرية من جهة والنتائج الرياضية في المحافل الدولية من جهة أخرى.

وضع الفرضيات التالية:

- المنشأة الرياضية الجزائرية لا تستطيع بإمكانياتها الحالية أن تنمي الرياضة الشاطئية في جميع أنحاء الوطن
- واقع الرياضة الشاطئية الجزائرية لا ينعكس بالإيجاب على تنمية السياحة في الجزائر سواء المناطق الصحراوية والساحلية.
- الممارسة الرياضية التي تقدمها الرياضات الشاطئية تنعكس على شكل خدمات وإستهلاك جماعي ذو بعد ثقافي وسياسي وإقتصادي وتعتبر من موارد الإستثمار والقدرات والمداخيل المالية.

- إستخدام المنهج الوصفي والتجريبي وأدوات معالجة المعلومات: إختبار ك² و إختبار T

أهم النتائج المتوصل إليها:

- إنعدام الملاعب المختصة في الرياضة الكرة الطائرة الشاطئية والتي تلعب دور أساسي من إنتشار وتطوير الرياضة التي يمكن أن تدر منافع متعددة إقتصادية وإجتماعية.
- نقص التكوين للمدربين متخصصين في الكرة الطائرة الشاطئية والمسيرين والإداريين لم يتلقوا تكوين خاص برياضة الكرة الطائرة الشاطئية.
- إنعدام البطولات على مستوى المحلي أو الجهوي أو الوطني لرياضة الكرة الطائرة وإقتصارها على بعض المنافسات الرسمية على شكل دورات موسمية.

جانب الاستفادة:

- التعرف على اهمية المنشآت الرياضية في دعم القطاع السياحي.
- اهمية تنشيط البطولات الرياضية في دعم النشاط السياحي.
- دور التكوين المختصين في المجال الرياضي السياحي.

الدراسة 03:

دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني " دراسة حالة الجزائر، حميدة بوعموشة، ماجستير، تخصص علوم إقتصادية وعلوم تسيير، 2012، جامعة فرحات عباس، سطيف.

طرح التساؤلات التالية: ما دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني الجزائري لتحقيق التنمية المستدامة؟

- كيف يساهم النشاط السياحي في تحقيق التنمية المستدامة؟

- ما دور القطاع السياحي في تخفيض نسب البطالة وتحسين المستوى المعيشي؟

وضع الفرضيات التالية:

- هناك عجز في الميدان السياحي الجزائري.

- تلعب السياحة دور ضعيف في الإقتصاد الجزائري.

إستخدم المنهج الوصفي التحليلي و أدوات جمع المعلومات التحليل النظري و تمت المقارنة بين الإحصائيات لمختلف البلدان (تونس، مصر، المغرب)

أهم النتائج المتوصل إليها:

- ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر يعود إلى ضعف الإستثمار في هذا القطاع.
 - سوء التسيير أدى إلى تأخر في إنجاز المشاريع المقررة في وقتها المحدد مما زاد ضعف القطاع.
 - عدم الإستقرار السياسي والمؤسساتي كان من الأسباب التي لعبت دورا هاما في تعطيل وإهمال هذا القطاع.
- ضعف نوعية المنتج السياحي بالرغم من المؤهلات المميزة للمنتج السياحي الجزائري وغياب المنافسة فيما يخص نوعية الخدمات السياحية على مستوى الهياكل الفندقية.
- ضعف مساهمة القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني.

جانب الاستفادة:

- معرفة مدى أهمية القطاع السياحي في الجزائر.
- التعرف على نوعية الخدمات السياحية المقدمة.
- التعرف على أهمية التسيير في دعم وتطوير القطاع السياحي.

7-2 الدراسات الأجنبية:

الدراسة 01:

إحتضان التظاهرات الرياضية المحلية: رؤى الأطراف الفاعلة للوجهات السياحة الرياضية الناشئة، كنوان بيتر ماكومي Kenwyn Peter McComie، أطروحة ماستر تخصص سياحة وميدان الترفيه والتسلية، 2015، جامعة واترلو، كندا.

وقد أجريت الدراسة على منطقتي واترلو Waterloo ونياغارا Niagara بكندا، وأجريت مقابلات مع الأطراف الفاعلة في عملية صنع القرار، واستراتيجية التنمية السياحية من (حكومة، شركاء اقتصاديين، الجمعيات السياحية..)

وقد طرح الباحث التساؤلات التالية:

- لماذا تلجا هذه المناطق لإعتماد إستراتيجيات تنمية السياحة عبر التظاهرات الرياضية المحلية؟
 - ما هي معوقات إعتماد السياحة الرياضية كإستراتيجية للتنمية السياحية؟
 - ماهي الآثار الملاحظة على المستوى المحلي من وراء إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي؟
 - ما مدى الإستفادة من آثار الإيجابية للتظاهرات الرياضية السياحية في تفعيل إستراتيجية التنمية السياحية؟
- وقد توصل للنتائج التالية:
- كنتيجة للمقابلات مع الأطراف الفاعلة في كل من منطقتي وائرلو ونياغارا توصل الباحث للنتائج التالية:
 - إتفاق جماعي على أن إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي لها أثر إيجابي وقيمة مضافة للتنمية السياحية بالمنطقة.
 - التظاهرات الرياضية المحلية تخدم أكثر السياحة المحلية خاصة للوجهات الناشئة من حيث إمكانية التحكم فيها على عكس الأحداث الضخمة.
 - الأطراف الفاعلة على وعي بالآثار الإيجابية من وراء التظاهرات الرياضية السياحية.
 - التنمية الاجتماعية في المنطقة تظهر من خلال:
 - المشاركة الاجتماعية، تنمية الرياضة، العمل التطوعي
 - التنمية الاقتصادية تظهر من خلال:
 - خلق مناصب شغل، التنوع الاقتصادي، تعزيز السياحة في المنطقة وهذا على مدار السنة.
 - المعوقات تظهر من حيث:
 - قلة المنشآت وهاكل إحتضان أنواع معينة من الرياضات السياحية وكذلك وسائل النقل، ما يحد من فرص تنويع العروض

إن إحتضان التظاهرات الرياضية السياحية بكثرة يصبح عبأ على المنطقة المحتضنة من حيث (توفير الخدمات وفق المعايير والمقاييس الدولية)

إن سياسة التنمية السياحية يجب أن تُوَظَرها سياسة الحكومة وهيئات ووكالات حكومية ويتم إعداد مخطط توجيهي للتنمية من حيث توفير المنشآت، التجهيزات والدعم المالي.

- الأثار الإيجابية من وراء إحتضان تظاهرات رياضية ذات الطابع السياحي من بينها:
خلق مناصب شغل.

تنمية وتطوير المهارات والتفاعل الاجتماعي.

إلتزام السكان المحليين من خلال العمل التطوعي.

السياحة الرياضية إستراتيجية تنموية تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بالمنطقة.

- إن الأطراف الفاعلة في المنطقتين تأخذ بعين الإعتبار إيجاد توازن بين الاثار الإيجابية للتظاهرات الرياضية السياحية وحماية المناطق المحتضنة لها وتحقيق التنمية المستدامة.

جانب الإستفادة:

- التعرف على وجهات نظر المستضيفين (المنظمين للتظاهرات الرياضية) وأثار احتضان هذا النوع من الأحداث الرياضية.

- أهمية ادماج السكان المحليين في عمليات التطوعية لتنظيف البيئة المحيطة وحسن استضافة السائحين.

الدراسة 02:

السياحة، التظاهرات الرياضية في الطبيعة والتنمية المستدامة في جزر السيشال، أوليفي ناريا و كيناث شروين Olivier Naria et Kenneth Sherwin، أطروحة دكتوراه في ميدان علوم وأنشطة التربية البدنية والرياضة، 2011، جامعة لا رينيون- سانت دونيس La Réunion/ St-Denis ، المركز الجامعي للأبحاث في النشاط البدني والرياضي CURAPS

تم طرح التساؤلات التالية: هل تؤخذ مسألة التنمية المستدامة بعين الإعتبار من الجهات الفاعلة في جزر السيشل في مجال الترفيه والسياحة؟

واعتمد الباحثون على أداة المقابلة مع العديد من المسؤولين عن التنمية المحلية (لجنة السيشل للسياحة، وزارة تنمية المجتمع والشباب والرياضة)، والملاحظة لمختلف الهياكل التنظيمية للنشاط السياحي (خلال فترة إحتضان المنظمة للتظاهرات المرتبطة بالسياحة الرياضية).

توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- النشاطات الرياضية الممارسة في الطبيعة تساهم في تنمية القطاع السياحي من الناحية الاقتصادية.
- السياحة الرياضية تسمح بتوظيف حوالي 100 موظف في مجال حماية وإدارة الغابات و 50 عامل في الحدائق الوطنية للمحافظة والإهتمام بالمسارات الرياضية الطبيعية.
- تساهم ممارسة السياحة الرياضية الطبيعية دورا أساسيا في التوازن الاجتماعي والثقافي في السيشل. (حيث أن العلاقات الاجتماعية والتضامن يقوى بين الجهات الفاعلة فيما بينها)
- تلعب السياحة الرياضية الطبيعية من ناحية حماية البيئة دور في تثمين وإعادة تهيئة جزر السيشل لخلق ما يسمى بالتنمية المستدامة.

جانب الاستفادة:

- تحديد دور الأنشطة الرياضية الممارسة في الطبيعة في العروض السياحية المقدمة في جزر السيشل.
- معرفة مساهمة هذه الأنشطة في تحقيق التنمية المستدامة للجزر، من خلال خلق علاقة بين النشاط الاقتصادي وتهيئة المناطق بما يتوافق مع هوية السكان المحليين.

الجانب النظري

الفصل الأول

التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي

تمهيد

تمارس الرياضة على عدة مستويات، فهناك من يمارس الرياضة أو الأنشطة البدنية نادرا وهناك الهواة والمحترفين، من المنخرطين في الأندية الصغيرة إلى الاتحادات الدولية، المشاركين في المسابقات المحلية، وفي البطولات والتظاهرات الدولية الضخمة مثل: الألعاب الأولمبية، كأس العالم، لكن وبغض النظر على المستوى الذي تمارس فيه الرياضة فإن ممارستها تتطلب تنظيم وتوفير مرافق والمعدات الرياضية، والخدمات اللوجستية، الرعاية ووسائل الإعلام والدعاية.

وبالتالي عند تنظيم أي نوع من هذه التظاهرات الرياضية تنجر عنها آثار اقتصادية وإجتماعية على المنطقة المحتضنة لها، كذلك آثار على البيئة المحيطة وقد يكون هذا الأثر إيجابي أو سلبي لذلك أوجدت هيئات دولية ومحلية قوانين وشروط يتوجب مراعاتها عند إحتضان تظاهرة رياضية وهذا ما سنحاول التعرف عليه خلال هذا الفصل.

1- تعريف التظاهرات الرياضية:¹ هي "تجمع بشري خلال فترة معينة في مكان واحد لإقامة سلسلة من المباريات أو المسابقات تتم معا أو التي تقام بين وحدات رياضية مختلفة تمثل هيئات أو مدارس أو دول أو اتحادات أو منظمات تتنافس فيما بينها في ظل قواعد وقوانين واحدة لمعرفة أحسن هذه الوحدات بقصد تحديد أحسن الفائزين منهم حسب نتائجهم".

كما يمكن تعريف الحدث أو التظاهرة الرياضية على أنها جمع عدد كبير من الناس حول الأنشطة المنظمة بمناسبة المنافسة، كما يمكن حضور وسائل الإعلام لتغطيتها، وتجرى هذه الأخيرة في تاريخ محدد، مما يسمح بوضع خطة واضحة تحدد وتبين المهام والبرنامج المتبع، وتتضمن هذه الخطة أربع خطوات أساسية:²

1-1 **مرحلة التصميم:** تصميم وتحضير وتنظيم هذا الحدث منذ الفكرة الأصلية إلى مرحلة التنفيذ

1-2 **مرحلة التطوير:** وتعني وضع والتخطيط للمهام اللازم القيام بها من أجل إنجاح التظاهرة مع الأخذ بعين الاعتبار ضيق الوقت.

1-3 **مرحلة التنفيذ:** بعد إنطلاق التظاهرة على المسؤولين السهر على التسيير والتنظيم المحكم للحدث في مختلف المراحل ومراقبة كل نواحي الحدث وإستباق العقبات والمشاكل التي يمكن أن تعترض التظاهرة الرياضية فتؤثر سلبا عليها.

1-4 **مرحلة انحلال:** عند اختتام التظاهرة لم يبقى إلا تحليل فعالية الإجراءات، تقييم النتائج المحققة

التعرض للأخطاء والنقائص الملاحظة خلال التظاهرة وما يجب فعله لتفاديها في حالة تنظيم تظاهرات رياضية أخرى.

¹ كمال درويش، إسماعيل حماد، إدارة المنافسات والمسابقات والدورات الرياضية، مركز الكتاب للنشر، (2004)، ص 9.

² Jean Camy Leigh Robinson, Comité International Olympique, Solidarité Olympique, **Gérer les Organisations Sportives Olympiques**, chapitre 06, 2008.

هذه المراحل الأربع التي تحدد الأنشطة المشتركة في تنظيم التظاهرة الرياضية.

2- خصائص التظاهرات الرياضية:3

- ينبغي أن يكون للحدث أو الدورة الرياضية هدف واضح ومحدد ومعروف من قبل المشاركين والمنظمين أو المعنيين بشؤون الدورة.

- يشترط إشتراك أكثر من فريق رياضي في لعبة أو مسابقة واحدة على الأقل سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الأولمبي والدولي.

- إقامة الدورة أو التظاهرة الرياضية في مكان معلوم وفترة زمنية محددة.

- أن تكون التظاهرة الرياضية تحت إشراف هيئة رياضية (اتحادات رياضية، لجان أولمبية، مؤسسات رياضية متخصصة... الخ)

- وجود لوائح وأنظمة وتعليمات وقوانين وقواعد فنية وإدارية توضح حقوق وواجبات ومسؤوليات جميع المساهمين أفراداً أو جماعات.

وحسب إقتراحات داونورد، داوسون و ديجونغ، Paul Downward, Alistair Dawson,

Trudo Dejonghe في 2009، أن هناك متغيرات عديدة تسمح بتحديد نوع التظاهرة

الرياضية:4

1-2 التردد:

بالمقارنة بين التظاهرات التي تقام بصفة منتظمة (tour de France، Roland Garros)

، formula1،) و غير منتظمة (الألعاب الأولمبية و كأس العالم)

³ عبد اللطيف بن إبراهيم بخاري، حماده عيد نوار العنتلي، إدارة المناسبات والمسابقات والدورات الرياضية، المؤسسة عالم الرياضة، ط1 الإسكندرية، مصر، 2017.

⁴ Paul Downward, Alistair Dawson , Trudo Dejonghe , Sport economics, ed Taylor and francis, 2009.

2-2 مستوى المنافسة:

بالمقارنة بين المنافسات الدولية (كأس العالم والألعاب الأولمبية) والوطنية أو المحلية (...) فإنه من المنتظر إستقطاب التظاهرات الدولية أكبر عدد من المتفرجين والمشاركين ولكن هناك تظاهرات محلية تصنع الحدث أكبر من غيرها مثل: البطولة الإنجليزية لكرة القدم أو الدوري الإنجليزي).

2-3 منافسة في رياضة واحدة أم متعددة الرياضات:

أهم التظاهرات الرياضية العالمية تنتمي إلى المجموعتين، الأولى كأس العالم لكرة القدم والثانية الألعاب الأولمبية الصيفية ولكن أغلب المنافسات الناجحة هي أحادية الرياضة (الغولف، التنس، formula1، كؤوس العالم).

2-4 الأثر الاقتصادي:

ويعتبر أهم معيار للتظاهرات الرياضية الكبيرة وغيرها من خلال:

- تحديد عدد المتفرجين المحليين والأجانبين
- التغطية الإعلامية ونسبة المشاهدة التي تعطي فكرة واضحة حول أهمية التظاهرة.
- الرعاية الرياضية والتي تسمح بقياس صدى التظاهرة، حسب عدد الرعاية ونوعهم.

2-5 خصائص المنافسة:

هنا نفرق بين التظاهرات المنظمة من قبل اللجنة الأولمبية الدولية والاتحاديات الدولية بالمقابل المنظمات الخاصة من حيث الشروط المطبقة على المنظمين وتحديد الأهداف والغاية من إحتضان التظاهرة الرياضية فالحركة الرياضة لها غاية تجارية على غرار نشر القيم الأولمبية وإستراتيجية شاملة للسياسة الرياضية على عكس المنظمات الخاصة فهدفها ربحي تجاري محض.

بعض التظاهرات الرياضية تحافظ على موقعها كل مرة يتم تنظيمها فيه: مثل مارطون نيويورك، دورة رولاند غاروس للتنس بباريس، ومنها من يتغير ويخضع لإختيار المدينة المحتضنة، أي موافقة الهيئة الدولية المسؤولة عن التخصص الرياضي، أو اللجنة الأولمبية الدولية مثل: الألعاب الأولمبية، نهائي أبطال أوروبا.

3-مسؤولية تنظيم التظاهرات الرياضية:

يقع تنظيم المنافسات والتظاهرات الرياضية على عاتق اللجنة الأولمبية الوطنية والاتحاديات الوطنية، والرابطات الجهوية والولائية والمؤسسات الرياضية المتخصصة.

فلا بد حتى في مرحلة الترشح لتنظيم التظاهرات الرياضية، تقدير المخاطر والموارد البشرية والمالية المسخرة لإنجاح تنظيم التظاهرة الرياضية بالمقارنة مع عوائد والفرص التي تخلقها هذه الأخيرة على الهيئة المنظمة لها.

4-أهمية التظاهرات الرياضية:⁵

- تسليط الضوء على الرياضة وإظهار مدى تطورها في مختلف التخصصات.
- الاحتفال بالمناسبات العامة والأعياد القومية لتظل فكرة حية في أذهان المواطنين.
- تقديم كل ما هو جديد أو مستحدث في هذا المجال يقصد نشر الثقافة الرياضية والوعي.
- فيها إشباع لكثير من الحاجات الضرورية للشباب كالتعبير عن مكنوناتهم النفسية مما يؤدي إلى اكتساب الراحة النفسية بما فيها ترويح لكل المشاهدين لها والمشاركين فيها.

⁵ إبراهيم محمود عيد المقصود ، حسن أحمد الشافعي، إدارة المنافسات و البطولات و الدورات الرياضية ، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية ، 2003، ص11.

5- أهداف التظاهرات الرياضية:⁶

5-1 أهداف إقتصادية: تسويق منتج معين أو التسويق لمنطقة سياحية معينة أو حتى دولة بأكملها. وقد تكون أهداف قصيرة الأجل، مرتبطة بتحقيق ربح أو جذب رعاية جدد. أما طويلة الأجل تتمثل في تشجيع الإستثمار طويل الأجل وتوفير فرص عمل جديدة دائمة أو مؤقتة وتحقيق مزايا إقتصادية مباشرة للمجتمع أو المضيف من خلال زيادة عدد الزيارات السياحية وتحسين مستويات نفقات الزائرين.

5-2 أهداف ثقافية واجتماعية: حيث تركز على تشجيع المشاركة المحلية بهدف زيادة الوعي بقيمة موقع المناسبة أو مناسبتها أو التقاليد المرتبطة بها أو القيمة الاجتماعية والثقافية لها، تنمية الشعور بالاعتزاز الوطني، الحفاظ على التراث المحلي وقد تعمل المناسبات على تسليط الضوء على قطاعات معينة مثل التطوع والتعاون والتفاعل ما بين الثقافات.

5-3 أهداف سياسية: قد تعمل المناسبات كأدوات سياسية وقد تتجسد في صورة فنون ومهرجانات موسيقية تعزز التطور الثقافي أو مناسبات تجمع بين الأعراق وثقافات متعددة، مما يساعد على تقليل التعصب الاجتماعي أو العنصري أو مناسبات تسعى إلى تدعيم جسور التفاهم بين المجموعات المختلفة والحفاظ على التقاليد.

تحدد الدولة أو المنظمة أهداف واضحة من وراء تنظيم الدورة:⁷

- تنمية التقارب والتآلف والمحبة بين الأفراد والشعوب.

- بث روح الحماس والتنافس بين الأفراد والجماعات.

- الترويج عن المشاركين والمشاهدين والمنظمين.

- رفع المستوى الفني للأفراد والفرق بالاحتكاك.

⁶ مرجع سابق الذكر، عبد اللطيف بن إبراهيم بخاري، حماده عيد نوار العنتلي، إدارة المناسبات والمسابقات والدورات الرياضية.
⁷ أحمد عبد الله، جامعة بنها، كلية التربية الرياضية، قسم الإدارة والترويج، طرق إدارة المنافسات الرياضية، مصر، 2015، ص 2.

- غرس الأهداف التربوية يخلق بيئة صحية من خلال المنافسات الرياضية.
- تحديد أبطال المجموعات أو الفائز بالبطولة.
- تحقيق عائد إقتصادي هائل في بعض الأحيان للدولة المنظمة.
- تعد مجال جيد للتدريب على أساليب الإدارة والتنظيم لتلك البطولات.
- تحقيق الدعاية السياحية للدول التي تقام على أرضها مثل هذه الدورات.

6-أنواع التظاهرات الرياضية:

تقسم الأحداث أو الدورات الرياضية إلى قسمين:

- ❖ من حيث طبيعة المنافسة فتكون المنافسة في صنف واحد من الرياضات كبطولة العالم في إحدى الرياضات كالتنس أو سباق السيارات أو الملاكمة أو دورات كأس العالم في كرة القدم أو كرة اليد أو مجموعة كاملة من الرياضات كالألعاب الاولمبية والألعاب الإفريقية أو العربية أو مجموعة إقليمية أو قارية أخرى⁸.
- ❖ من حيث المدة فقد تكون محدودة المدة كدورات كأس العالم أو الألعاب الاولمبية أو مفتوحة المدة كبطولات العالم للتنس أو سباق السيارات أو السباقات المسافات والتي تحدد البطل من خلال عدة تجمعات أو بطولات.

ويمكن تصنيف التظاهرات الرياضية في فئات وهي:⁹

- التظاهرات العالمية: مثل الألعاب الأولمبية الشتوية أو الصيفية، كأس العالم.
- التظاهرات الشعبية: مثل ماراطون شعبي، الإحتفال العربي للألعاب التقليدية.
- التظاهرات الرياضية: مثل الجائزة الكبرى لألعاب القوى أو الترويجية لإستقطاب أكبر عدد من المشاركين.

⁸ مفتى إبراهيم حماد، تطبيقات الإدارة الرياضية، دار الفكر العربي، 1999، ص2

⁹ Jean Camy Leigh Robinson, C I O, p 281.

- تظاهرات متخصصة: مثل بطولة السباحة الوطنية أو متعددة التخصصات كالألعاب الأولمبية.
- تظاهرات في موقع واحد بطولة نادي أو في عدة مواقع مثل أولمبياد ذوي الإحتياجات الخاصة.

7-أسس تنظيم التظاهرات الرياضية:

إنما يقصد بأسس تنظيم الدورات الرياضية هو ما يجب أن يراعى في تنظيم الدورات الرياضية ومن أهم النقاط التي يجب مراعاتها عند تنظيم أي دورة أو تظاهرة رياضية:

- التحضير المادي الجيد من حيث الملاعب والأدوات والتجهيزات وحجرات الملابس والحمامات والملابس الرياضية والجوائز وضبط عدد المتنافسين
- تحديد زمن المنافسة.
- تحضير برامج المنافسة وضبطها بالطريقة التي تضمن عدم انقطاعها.
- حفظ النظام والأمن مما يجنب وقوع اضطراب يعيق السير الحسن للمنافسة.
- ترقية العلاقات بين الدول المشاركة من خلال المنافسة الحرة المبنية على أساس المساواة بين المشاركين وتميزهم فقط بالتفوق.

8-البعد الاقتصادي للتظاهرات الرياضية:¹⁰

يمكن للحدث الرياضي أن يلعب دور رئيسي في المنطقة المحتضنة له وبالتالي خلق فرص للتنمية الاقتصادية فتخلق علاقات عمل (من خلال تنسيق بين مختلف القطاعات).

وهناك عاملين متحكمين في نجاح التظاهرة الرياضية وهما:

¹⁰ Jean Camy Leigh Robinson, C I O, p28.

8-1 خصائص التظاهرة الرياضية بحد ذاتها (التغطية الإعلامية، نوع المتفرجين، التنظيمات)

من خلال تحليل دفتر شروط الخاص بتنظيم التظاهرات الرياضية الكبيرة، المستمدة من الهيئات الرياضية الدولية (CIO, FIFA, UEFA، الاتحاديات الدولية) والذي يحدد متطلبات إحتضان التظاهرة الرياضية من حيث توفير الأمن، حماية البيئة، نوعية المنشآت والملاعب بالمعايير الدولية. كل هذه الشروط تعود بالفائدة على المنطقة المحتضنة للتظاهرة من خلال خلق ثروة وفرص إستثمار التي تعود إيجابا على الاقتصاد المحلي.

8-2 الخصائص المتعلقة بالمنطقة المحتضنة للتظاهرة:

يرجع نجاح التظاهرات الرياضية إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات والتنسيق بين مختلف العناصر الفاعلة في المنطقة فبالنظير للتظاهرات الرياضية دور فعال في خلق ديناميكية في المنطقة المحتضنة لها من خلال خلق قيمة مضافة لاقتصاد المنطقة ومناصب شغل.

9- البعد الاجتماعي للتظاهرات الرياضية:¹¹

تساهم التظاهرات الرياضية في خلق نوع من الاستقرار الاجتماعي والتماسك بين أفراد المنطقة المحتضنة للتظاهرة من جهة ومن جهة أخرى لها انعكاسات سلبية مثل العنف والهمجية، تعاطي المنشطات والغش.

- إن إحتضان التظاهرة الرياضية في تخصص رياضي معين يؤدي إلى زيادة عدد المنخرطين للنوادي الرياضية في تلك الرياضة.

- كذاك تستطيع أن تكون أداة تربية تساهم في زرع قيم إيجابية مثل: المواطنة والصحة والتنمية المستدامة.

¹¹ Jean Camy Leigh Robinson, C II O, P29 .

10- عوائد التظاهرات الرياضية على السياحة:¹²

ينتج عن إحتضان التظاهرات الرياضية أو ممارسة نشاط رياضي بصفة عامة ما يسمى بالسياحة الرياضية التي تساهم بشكل فعال في تنشيط حركة السياحة سواء الداخلية أو الخارجية، وبالتالي رفع مستوى الاقتصاد القومي¹³ عن طريق إقامة البطولات والمسابقات الرياضية، لجذب أعداد كبيرة من السائحين بغرض المشاركة السلبية أو الإيجابية في هذه المناسبات أو البطولات الرياضية.

11-السياحة الرياضية:

1-11 تعريف السياحة الرياضية:

ظهر مصطلح السياحة الرياضية في منتصف الثمانينات لتعريف مجموعة من الأنشطة تشمل على السياحة والأنشطة البدنية والرياضة¹⁴، وتعتبر السياحة الرياضية من أهم أنواع السياحة.

¹² <http://www.startimes.com/> le 31/05/17 .

¹³ الاقتصاد القومي Economie Nationale وهو الاقتصاد الذي يدرس ناتج كل أمة من وجهة النظر الاقتصادية باعتبارها كائن اقتصادي له بيئته وظروفه الخاصة. وبالرغم من إن إجراءات الدول قد تختلف وتتباين فيما بينها من حيث تخصصها الزراعي أو الصناعي، إلا أن وحدة اللغة والتعامل في الدولة الواحدة تعطي صفة الشمول لوحدة النظام فيها.

¹⁴ PIGEASSOU Charles, Le tourisme sportif: cadre d'analyse et contexte. L'exemple de la France Université de Montpellier, P1.

ويمثل هذا الجدول تعريفات للسياحة الرياضية حسب الغرض منها:

الجدول رقم 1: تعريفات حسب الغرض من السياحة الرياضية. ¹⁵	
شخص في عطلة ويمارس نشاط رياضي.	كنوب Knop 1987
<ul style="list-style-type: none"> • حضور ومشاهدة التظاهرات الرياضية Participation passive. • المشاركة في التظاهرة أو المنافسة الرياضية Participation active • زيارة المعالم الثقافية الرياضية من متاحف، منشآت... إلخ 	ريدموند Redmond 1990-1991
<ul style="list-style-type: none"> • السياحة الرياضية من خلال زيارة المتاحف الرياضية (مثال المتحف الأولمبي بلوزان سويسرا) المشاركة وحضور المؤتمرات والملتقيات حول الرياضة. • إستغلال المراكز الرياضية والترفيهية من أجل التدريب والتحضير للمنافسات الرياضية. • الرحلات والأسفار الرياضية والتي تهدف إلى ممارسة الرياضة، زيارة الأماكن الرياضية كرياضة التنس، الغولف، تسلق الجبال... • السياحة الرياضية لغرض المشاهدة أو المشاركة في التظاهرة الرياضية إقليمية، عالمية كالألعاب الأولمبية، كأس العالم لكرة القدم..... 	كرتزمان وزوهار Kurtzman et Zauher 1997.

كما يمكن تعريف السياحة الرياضية على أنها:

¹⁵ Charles PIGEASSOU, P7.

يعرفها نبيل الروبي على أنها سياحة تتضمن رحلات صيد الأسماك، أو أنواع الرياضات البحرية أو تسلق الجبال أو صيد الطيور بالإضافة إلى الحضور أو المشاركة في مباريات والدورات الرياضية المحلية والإقليمية والدولية.¹⁶

كما عرفتتها كوثر الموجي على أنها هي تلك التي يهدف منها السائح إلى مشاهدة أو ممارسة الرياضات التي تتناسب وطبيعة مناخ البلد المزار.

11-2 أهمية السياحة الرياضية:

تعتبر السياحة الرياضية أحد دعائم الصناعة الحديثة ولا بد أن نوليها الإهتمام الكافي حتى نستطيع أن نجني ثمارها، السياحة الرياضية أهم عوامل الجذب السياحي أي التسويق للسياحة عن طريق الرياضة حيث تسمح بالتعرف على ثقافة وعادات وتقاليد والتضاريس التي تزخر بها البلاد المنظمة للحدث الرياضي.¹⁷

3-11 متطلبات السياحة الرياضية:

11-3-1 الإمكانات المادية:

11-3-1-1 إمكانات التمويل: وهي التي تتعلق بتمويل المشروعات السياحية (كبطولات والمنافسات الرياضية والجوائز التي تمنح بها) وكذلك العمل على جذب الاستثمارات العالمية للاستثمار في مجال السياحة الرياضية وإعداد الإمكانات اللازمة لها.

11-3-1-2 الإمكانات الخاصة بالمنشآت: وتتعلق بالمنشآت السياحية والرياضية من

قرى رياضية متكاملة بالمناطق القريبة من المناطق السياحية، الفنادق المجهزة بالإمكانات الرياضية وأماكن الترفيه والترفيه.

¹⁶ مرجع سابق الذكر، أشرف سمير الميداني، ص45.

¹⁷ Revue du Grand Tour d'Algérie de Cyclisme, Fédération Algérienne de Cyclisme, Alger, Algérie, (2014) p21.

11-3-1-3 **الإمكانات الخاصة بالأدوات والأجهزة:** وهي تتعلق بالأدوات الرياضية وأجهزة التدريب وأماكن صيانتها وتخزينها للحصول على أكبر استفادة منها.

11-3-1-4 **الإمكانات الخاصة بالإعلام والتسويق:** وتتعلق بالإعلان عن المناسبات الرياضية والتسويق الجيد لها حتى نستطيع من خلالها الحصول على عدد أكبر من السائحين والرياضيين. وتتعلق بالمناطق الأثرية والجبال والصحاري والشواطئ وما إلى ذلك من طبيعة متميزة ومتفردة والعمل على الحفاظ عليها والاستفادة منها بشكل أفضل.

11-3-2 **الإمكانات البشرية:**

11-3-2-1 **العاملون في مجال السياحة الرياضية:** وهم كافة الأخصائيين العاملين بالمجال ونوعية تدريبهم وإعدادهم وتخصصهم وعلى من يجب العمل بذلك المجال.

11-3-2-2 **الهيئات المسؤولة عن السياحة الرياضية:** ويتعلق ذلك بالهيئات الرسمية وغير الرسمية التي يرتبط عملها بالسياحة الرياضية وتحقيق النجاح لها.

11-3-2-3 **المستفيدون من السياحة الرياضية:** تستفيد الدولة بكامل هيئاتها وأفرادها من جراء السياحة الرياضية وتعود بالنفع على كافة الجهات.

11-3-2-4 **الهيئات العلمية المرتبطة بالسياحة الرياضية:** وهي كافة الجهات التي يجب عليها العمل على إعداد الأخصائيين وحسن تدريبهم وإعدادهم بصورة متميزة قادرة على تحقيق النجاح للسياحة الرياضية.



الشكل رقم 02: يمثل عوامل الجذب السياحي للسياحة الرياضية

12-1 أهداف السياحة الرياضية: 19



الشكل رقم 03: يمثل الأهداف العامة للسياحة الرياضية.

12-2 الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الرياضية: 20



الشكل رقم 04: يمثل الأهداف الاجتماعية والاقتصادية للسياحة الرياضية

²⁰ مرجع سابق الذكر، أبو بكر عوني علي، التنظيم الدولي للسياحة الرياضية، ص 221.

13-السياحة الرياضية البيئية:

السياحة الرياضية البيئية فيمكن تعريفها كالتالي: وهي تلك النشاطات الرياضية الممارسة في الطبيعة بغرض ترفيهي سياحي وتلعب دور هام في التعريف والترويج لمقومات المنطقة المحتضنة لها مع استقطاب أكبر عدد من الممارسين للأنشطة الرياضية دون المساس بالطبيعة المحيطة والتي تعود بالفائدة على الإقتصاد المحلي والمجتمع والبيئة²¹ ونذكر أهمها:

- الرياضات الجبلية: المشي الطويل في الجبال والغابات، تسلق الجبال، ركوب الدراجات الجبلية VTT، الترحلق على الثلوج.

- القفز بالمضلات (Parachutisme)، المنطاد (Montgolfière).

-رياضة التجديف (Aviron)، زوارق الكاياك (Canoé Kayak)، ركوب الأمواج (Surf)، رياضة المراكب الشراعية (Voile).

- الترحلق على الرمال (La luge)، المشي الطويل في الصحراء...الخ

14-مواقع السياحة الرياضية في الجزائر:

إن الجزائر تملك طاقات سياحية متنوعة بفضل موقعها الجغرافي، تنوع مناخها وتضاريسها وتعدد أوجه الثقافة والأثار التاريخية بها وتقاليد وعادات سكانها التي تؤهلها إلى استقطاب مختلف أصناف السياح وتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم.

من بين أنواع السياحة الممكن ممارستها بالجزائر نجد "السياحة الرياضية والتي تعرف بسياحة الترفيه والاستجمام، وترتبط هذه السياحة ارتباطا وثيقا بتنمية وترقية النشاطات الموجهة لفئة الشباب خاصة، فالعديد من هذه النشاطات السياحية موجهة إلى هذه الفئة بما فيها الفرق الرياضية والسياح الأجانب".²²

ونجد السياحة الرياضية التي تساهم في الترويج في عدة مواقع أهمها:

²¹ مرجع سابق الذكر، محسن أحمد الخضيرى، ص83.

²² إبراهيم عبد المقصود، السياحة والرياضة، دار الفكر العربي، 1996، ص32.

14- 1 السياحة الرياضية الساحلية:23

تنتشر هذه السياحة في البلدان التي تتوفر بها مناطق ساحلية جذابة وبها شواطئ رملية ناعمة ومياه صافية خالية من الصخور وتعتبر السياحة الساحلية في أغلب الدول قاعدة النشاط السياحي نظرا للتدفقات الهائلة التي تجلبها، إضافة إلى المزايا الاقتصادية والمالية المتولدة عنه، في الجزائر "تذكر شواطئ بجاية الجميلة وسكيكدة الساحرة ووهران الخلابة وشواطئ جيجل ومستغانم والقالة... وغيرها من الشواطئ التي تمتد من الشرق إلى الغرب على شريط ساحلي طوله أكثر من 1200 كلم"²⁴، ومن بين الرياضات الساحلية الممكن ممارستها على السواحل الجزائرية نذكر منها: الصيد البحري، سباق اليخوت أو القوارب، الترحلق على الأمواج، التجديف، الغطس، ركوب الكاياك Kayak وقارب الكانوي Canoe ، وكرة ماء الكانوي Canoe Polo .

14- 2 السياحة الرياضية الجبلية:

"تتخر المناطق الجبلية الجزائرية بثروات سياحية هامة حيث تحتوي على ثروة غابية هائلة ومجموعة من النباتات النادرة في حوض البحر الأبيض المتوسط، إضافة إلى الأماكن الرطبة مثل البحيرات والسبخات التي تهاجر إليها آلاف الطيور كل عام، إلى جانب مراعي الحيوانات البرية مثل الغزال الجبلي والفنك وكثير من أنواع الطيور البرية النادرة"²⁵ مثل: منطقة الأوراس، جبال الشريعة بالبليدة، غابات العوانة بجيجل، غابات وجبال جرجرة بمنطقة القبائل، ولا تقتصر السياحة الجبلية فقط على الترحلق على الثلج مثلا في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلاغيف وغابة يكوران (ولاية تيزي وزو) والشريعة ، نجد كذلك: تسلق الجبال، المشي لمسافات طويلة، سباق الدراجات الجبلية، سباق العربات الرباعية...الخ

23 <http://www.wata.cc/forums/> le 25/03/2017 أهمية السياحة الرياضية في تشجيع الطلب السياحي في مصر بقلم الأستاذ نعمان عبد الغني.

24 <http://blogs.aljazeera.net/blogs/2017/6/29/> le 03/01/18. السياحة في الجزائر.. لماذا ليست كباقي البلدان؟

25 أبو يمنى، مقال صحفي، السياحة الجبلية بباتنة مورد اقتصادي هام يعاني من غياب الاستثمار "نشر في الجريدة الإلكترونية البلاد" يوم: 2009/08/10.

14-3 السياحة الصحراوية:

"تبلغ مساحة صحراء الجزائر 80% من المساحة الإجمالية للجزائر"²⁶، تتكون من كتلة بركانية تدعى جبال الهقار توجد بها قمة الاسكرام تقع بأقصى الجنوب الشرقي ولاية تمنراست، كذلك حاضرة الطاسيلي ناجر هي سلسلة جبلية تقع بولاية إليزي "التي تعد من التراث العالمي لليونسكو نظرا لما تحتويه من حفريات ونقوش ورسومات تعود لملايين السنين"²⁷ ووادي ميزاب الذي يذهل بهندسة قصوره المعمارية. إضافة إلى الواحات في العرق الكبير.

كما أن تنوع الثروات الطبيعية والتاريخية والثقافية يمكن من تطوير سياحة الاستكشاف والاستطلاع وسياحة النزاهات والتجول، إضافة إلى السياحة الرياضية مثل: المشي الطويل، التزلج على الرمال، تسلق التلال الرملية، الرياضات الميكانيكية. ونذكر اهم حدث رياضي دولي أقيم في الجزائر (رالي باريس -الجزائر-دكار) حيث "نظمت أول طبعة سنة 1930م واجتاز الصحراء الجزائرية وصولا إلى نيجيريا، وتوقف هذا السباق سنة 1962م بسبب الظروف السياسية الغير ملائمة في الجزائر، وأعيد بعثها سنة 1977م من قبل "تيري سايبين (Therry Sabine) الذي تاه في الصحراء الليبية بدراجته النارية خلال سباق (نيس - أبيجان) والذي تم إنقاذه وبعد عودته إلى فرنسا والذي أدهشه جمال المناظر الخلابة في الصحراء فتخيل سباق ينطلق من أوروبا ويقطع الجزائر من الشمال إلى الجنوب وصولا إلى (دكار)".²⁸

"وقد لاقى هذا السباق نجاح لا مثيل له وأثرا عالميا بسبب جمعه بين الحضارات الماضية والمدن التقليدية بجرانها الطينية والعالم الحديث بالعربات والوسائل التكنولوجية والإتصال الحديثة." "في سنة 1989م تغير مسار (الرالي الدولي باريس دكار) عن الجزائر بسبب الظروف السياسية الغير مستقرة آنذاك".

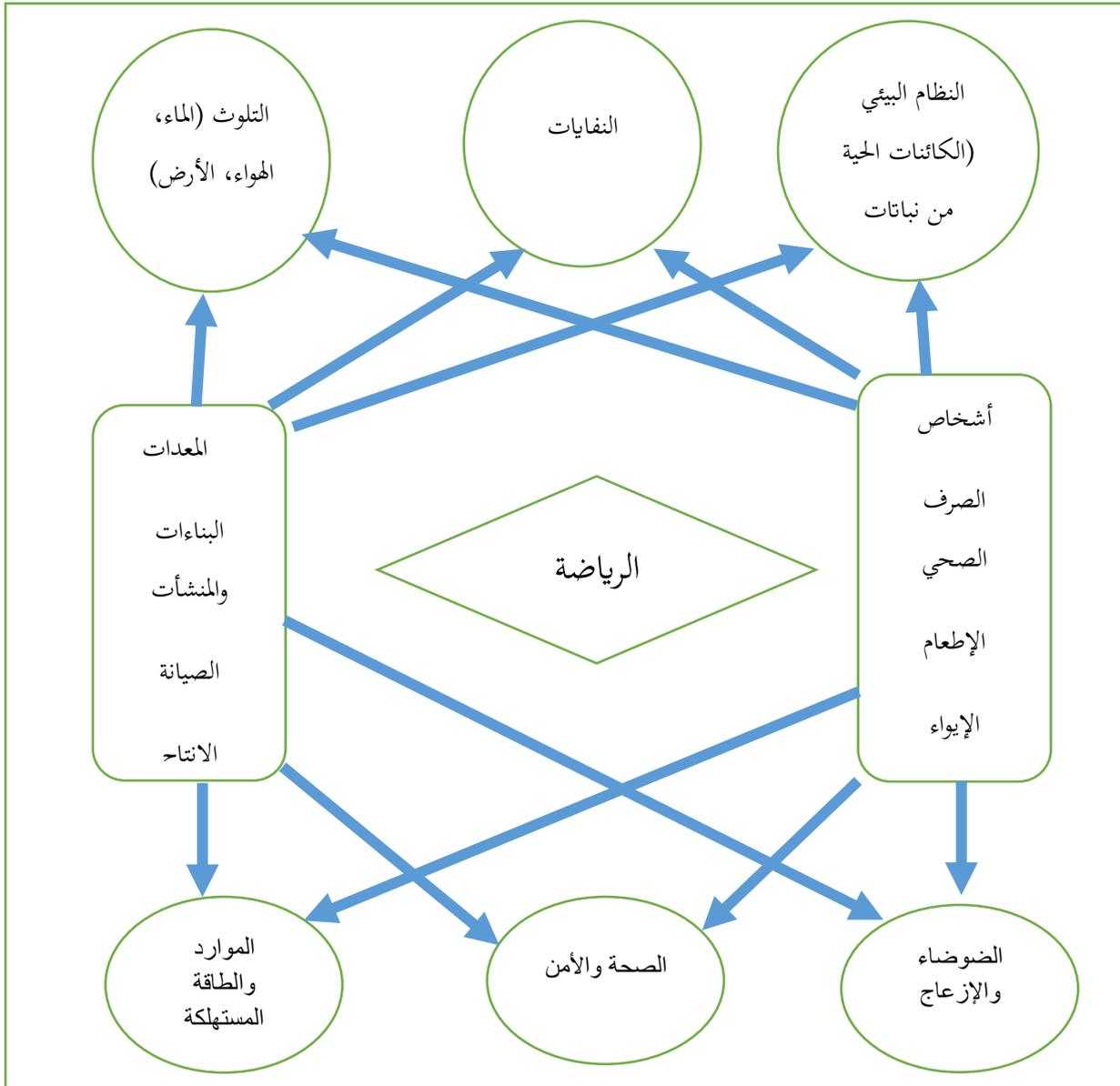
²⁶ Encarta 2007, volet géographie, désert algérien.

²⁷ <https://news.travelerpedia.net/destinations/الجزائر> إلى السياحة في الجزائر 8 أسباب تدفعك إلى 15/02/2016, Ismail K, le 03/01/18.

²⁸ http://netstorage.lequipe.fr/ASO/dakar/2014/historique/historique-dakar-1979-2013_fr.pdf le 10/12/17.

أعيد بعث رالي الجزائر "صحاري الجزائر" سنة 2015 بصيغة جديدة من قبل (الاتحادية الجزائرية للرياضات الميكانيكية بالتعاون مع الشركات أوروبية) والذي يسعى إلى الترويج وجهة الجزائر والتعريف بالمروروث الثقافي الجزائري من خلال إستقطاب الرياضيين من جميع أنحاء العالم.²⁹

15- تأثير الرياضة على البيئة: 30



الشكل رقم 05: يمثل الشكل أثر المتوقع للتظاهرات الرياضية على البيئة.

²⁹ <http://www.saharirally.com/> le 03/01/18.

³⁰ Jean Camy Leigh Robinson ,CIO, p8

يصعب تحديد أثر الممارسة الرياضية والتظاهرات الرياضية على البيئة بصفة واضحة إلا أنه تم التوصل إلى ثلاثة عوامل متحركة في أثر التظاهرات الرياضية على البيئة:³¹

- تركز أو تجمع الناس في فضاء أو مساحة محدودة وفي مدة قصيرة.
- كثرة التردد على المناطق الغير معتادة على كثرة الأحداث أو الأنشطة الرياضية في زمن معين.
- التأثيرات الغير مباشرة للرياضة والتظاهرات الرياضية المشابهة لأثار السياحة في أغلب الأحيان.

سوف نستدرج مجموعة من العوامل المتعلقة بالبيئة ينبغي أن تؤخذ بعين الاعتبار عند تنظيم التظاهرات الرياضية:

16- إجراءات احتضان تظاهرة رياضية فيما يتعلق بالبيئة:

16-1 الحفاظ على التنوع البيولوجي:³²

التنوع البيولوجي أو التنوع الحيوي هو أحد الأمور التي تتميز بها طبيعة كوكب الأرض، فالتنوع الحيوي هو تنوع أشكال الحياة على سطح الأرض وانتشارها، إذ نجد على سطح الأرض أنواعاً عديدة من النباتات، والحيوانات، والحشرات، والبكتيريا وغيرها من الكائنات الحية المختلفة، ولأسباب اقتصادية (التنوع البيولوجي هو مصدر الثروة الذي يقدم الأطعمة والأدوية والسلع والخدمات) يجب المحافظة عليه حيث يعاني من العديد من المخاطر المختلفة، والتي ينبع معظمها من السلوك الإنسان والأضرار التي ألحقها وما زال يلحقها بالطبيعة، من أجل التوسع العمراني والصناعي، فقام بقطع العديد من الأشجار بطريقة عشوائية وغير مدروسة وخاصة في الغابات الاستوائية من أجل الحصول على الخشب.

³¹ Jean Camy Leigh Robinson, CIO, p10.

³² <http://mawdoo3.com/le/08/05/2017>

كما أنّ التلوث الذي ألحقه الإنسان بجميع العناصر البيئية الموجودة على الأرض كالهواء والماء والتربة وغيرها أدى إلى تغير المناخ وتدمير البيئة المناسبة لوجود التنوع الحيوي، وهذا بالإضافة إلى الصيد العشوائي الذي يمارسه الإنسان على الحيوانات والذي يزيد عن حاجته، فأدت هذه الأمور وغيرها في النهاية إلى انقراض العديد من الكائنات الحية وتهديد العديد من الكائنات الحية الأخرى بالانقراض.

2-16 حماية الأنظمة البيئية:

يعرف النظام البيئي على أنه: نظام ديناميكي ومعقد يتألف من النباتات والحيوانات والكائنات الحية الدقيقة، وكل هذه العناصر تتفاعل فيما بينها، ما يشكل نظام بيئي متوازن أي أنّ عمل كل واحدة منها يُعتبر مكملاً للآخر، فلا يُمكن أن نتنفس دون وجود النباتات لأنّ الإنسان والحيوان يحتاجان الأكسجين الذي تُطلقه النباتات من خلال عملية التركيب الضوئي، وفي نفس الوقت ينتج عن تنفس كلّ من الإنسان والحيوان خروج ثاني أكسيد الكربون من الجسم المُهم لنمو النباتات لكن بسبب التطور التكنولوجي ووجود المصانع حدث العديد من الأضرار على مُكوّنات البيئة، فقد أصبح تلوث الهواء أمراً شائعاً في العديد من الأماكن في العالم.

فيما يخص الأنشطة الرياضية فيمكنها إلحاق الضرر بالبيئة بسبب تدفق الناس إلى موقع التظاهرة الرياضية، والمرافق الرياضية والبنى التحتية. ويمكن تصنيف تأثير الأنشطة الرياضية حسب نوع النظام البيئي كالتالي:

➤ النشاط الرياضي في نظام بيئي مبني (داخلي وخارجي):

إن الرياضات التي تمارس في الأماكن المغلقة أو المصطنعة (غير طبيعية) مثل: ملعب التنس، القاعات الرياضية، المسابح. في المناطق الحضرية وتكون هذه الأخيرة مصدر إزعاج حيث تتسبب بمشاكل بيئية مشابهة لتلك المشاكل الناتجة عن نشاطات المجتمع في المناطق الحضرية مثل: النفايات، مياه الصرف الصحي، إستهلاك الطاقة.

أما فيما يخص المناطق الريفية فيمكن الأثر في ضياع النظام البيئي الطبيعي وتعويضه بنظام بيئي مبني أو مصنع مثل:

- تعديل مسار الأنهار
- إزالة الغابات وقطع الأشجار

➤ أنشطة تأثير المنخفض في النظم البيئية الطبيعية (ركوب الدراجات الجبلية، رياضة الفروسية، والرياضات المائية):

وهي تلك الرياضات التي تمارس في إطار طبيعي ولا تحدث تغيرات في النظام البيئي، وفي هذه الحالة يكمن الضرر والخطر على البيئة في تركيز أو اكتظاظ الرياضيين وعدم التحلي بسلوكيات محافظة للبيئة وتحميها.

➤ الأنشطة ذات التأثير الكبير في النظم الإيكولوجية الطبيعية (مسارات التزلج): وهي تلك الرياضات التي تمارس في إطار طبيعي مع إحداث تغيرات جذرية في النظام البيئي أو تخريبه وتدميره، حيث أن المعدات والتجهيزات من أجل النشاط تتسبب في أضرار معتبرة للنظام البيئي.

3-16 التلوث:

16-3-1 تلوث الهواء: 33

الهواء يمثل أهم عنصر في حياة الإنسان ويسعى جاهدا للحصول على الهواء النقي غير الملوث بالغازات والغبار. ويحدث التلوث الهوائي عندما تدخل جسيمات عضوية أو غير عضوية إلى الهواء الجوي، ويشكل أضرارا على عناصر البيئة نتيجة التغير الكمي والنوعي الذي يطرأ على تركيب عناصر النظام البيئي ويعتبر التلوث الهوائي أكثر أشكال التلوث البيئي انتشارا، نظرا لسهولة انتقاله من منطقة إلى أخرى في فترة زمنية قصيرة بالاعتماد على سرعة الرياح. ويؤثر تلوث الهواء على صحة الإنسان بأمراض كثيرة مثل أمراض السرطان وأمراض التنفس والتحجر الرئوي، ومن الأمراض الخطيرة التشوهات الخلقية بالجنين نتيجة

33 بوعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية، تخصص الإدارة البيئية والسياحة، 2013، الجزائر.

لتعرّض الأم للتلوث، وكذلك تصلب الشرايين والجلطة، ما يؤدي إلى إنخفاض كفاءة الإنسان فعادة ما يطلق على السياحة مصطلح الصناعة النظيفة، لكن هذه الصناعة قد تسبب أيضا التلوث الهوائي، والذي قد ينتج عن الاستخدام الكبير لوسائل الانتقال المختلفة، مثل: السيارات والحافلات والدراجات البخارية التي يستخدمها السياح في بعض الأماكن المعينة، وهي المناطق البعيدة التي لا يمكن الوصول إليها بالطرق البرية، حيث تؤثر وسائل النقل على البيئة بصفة عامة، إضافة إلى مشاريع التنمية السياحية التي لا تأخذ بعين الاعتبار الأثر البيئي وينقصها التخطيط الواعي.

16-3-2 تلوث المياه:

يمكن القول أن تلوث المياه هو: "الانحطاط بنوعية المياه الطبيعية بسبب إضافة المواد الضارة فيها بتراكيز متزايدة أو إدخال تأثيرات عليها، مثل زيادة درجة حرارتها أو نقصان بعض مكوناتها الطبيعية الأساسية" فعلى الرغم من أنّ المحيطات المفتوحة نظيفة نسبيا إلا أنها تتأثر بأنشطة الإنسان في كلّ مكان تقريبا، وتلوث المياه مرتبط أساسا بأنشطة الإنسان، ولا سيما أثناء تنمية المناطق الساحلية والقريبة من مصادر المياه والاستيطان البشري المكثف بالقرب من هذه المناطق. وإذا افتقدت الفنادق أو المنتجعات السياحية أو المنشآت السياحية المختلفة نظاما سليما للصرف الصحي، فهذا قد يؤدي إلى تلوث المياه الأرضية، أو إذا كان الصرف يتم في مياه قريبة، سواء في أنهار أو بحيرات أو شواطئ البحار دون التعامل معه بطريقة سليمة، فإن هذا بدوره سيؤدي إلى تلوث مياه المنطقة، وإلى جانب تلوث المياه أيضا في الأنهار والبحيرات والبحار، والتي تنتج عن بعض وسائل الانتقال المائية التي يستخدمها السياح في القوارب ذات المحركات، والتي تنتج عنها الزيوت والسموم وخاصة الأماكن التي يكون سريان المياه فيها بطيئا.

16-3-3 التلوث السمعي والضجيج:

هذه المشكلة تعاني منها المدن الحديثة في كل أنحاء العالم، فالضجيج يسبب آثار سيئة على الإنسان ومحيطه، تتعكس على نشاطه وإنتاجه ومستواه الفكري، ولقد صنّف علماء البيئة مصادر التلوث السمعي إلى خمس فئات وهي: الطائرات، السيارات، الصناعات، البناء والأنشطة الترفيهية. ومن الصعب وضع معايير موضوعية تحدّد القدرة على تحمّل الضجيج، إلا أنّ الاختبارات العلمية التي أجريت على الحيوانات أكدت أنه كلما طال وقت الضجيج كلما زاد تعطل وظائف الدماغ والقلب والكبد، كما بدأت الحيوانات التي أجريت عليها التجارب العلمية تتصرف بشراسة وتؤذي نفسها. كما وجد الباحثون أنّ الإنسان يتحمّل الحد الأقصى من الضجيج دون مضاعفات ونتائج سيئة لمدة ثماني ساعات فقط. فالأصوات المختلفة والمحيطه بنا يوميا لا يمكن تجاهلها والهروب منها، وبالطبع هناك أصوات مألوفة لا يمكن العيش بدونها، لكن يمكن أن تصبح هذه الأصوات ضجة تسبّب أضرارا نفسية وجسدية للإنسان إذا زادت عن الحد المألوف، حيث ينتج هذا النوع من التلوث أيضا من خلال تجمّعات السيّاح المختلفة في مناطق معينة، وأحيانا تصل إلى مستوى الإزعاج للمواطنين المقيمين في المنطقة المقصودة وحتى إزعاج السيّاح الآخرين.

17-اللجنة الأولمبية الدولية والبيئة:34

تعتبر اللجنة الأولمبية الدولية أعلى هيئة تنظم الحركة الأولمبية والتي تضم الاتحاديات الدولية الرياضية وهي منظمات غير حكومية تدير تخصص رياضي واحد أو متعددة الرياضات على المستوى العالمي وتسعى الحركة الأولمبية إلى المساهمة في بناء عالم يسوده السلام من خلال تثقيف الشباب عبر ممارسة الرياضة دون التفرقة العنصرية، ونشر روح التضامن، الصداقة والروح الرياضية.³⁵

³⁴ Jean Camy Leigh Robinson, CIO, p 25.

³⁵ <https://www.olympic.org/fr/le-cio-linstitution-le-01/05/2017>.

تبنّت اللجنة الأولمبية الدولية فكرة التنمية المستدامة وتولت مسؤولية الترويج لها وتحقيقها حيث جعلت البيئة البعد الثالث للحركة الأولمبية إضافة للرياضة والثقافة، فتكونت لجنة "الرياضة والبيئة" والتي تنشط منذ 1995 بالإشتراك مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة "PNUE".³⁶

• حيث تنظم حملات تحسيسية تعليمية لأفراد عائلة الحركة الأولمبية والرياضيين بصفة عامة وتوعيتهم حول أهمية المحافظة على البيئة والتنمية المستدامة حتى يتسنى للأجيال الحالية والمستقبلية العيش والتمتع بأحسن الظروف المعيشية.

18-التشريعات الدولية لحماية البيئة:

من بين المسائل الراهنة التي تحتل حيزا كبيرا ضمن إهتمامات المجتمع الدولي التغيرات المناخية، التصحر، تسيير النفايات، الموارد المائية، التنوع البيولوجي وأليات مكافحة التلوث البحري، إلى جانب تطوير الطاقات المتجددة إنشغالات دفعت إلى عقد لقاءات دولية جمعت الخبراء والمختصين لمناقشتها والخروج بحلول مستعجلة تعود بالفائدة على مستقبل الإنسانية.³⁷

لذلك شكلت المنظمات الدولية العالمية منها والإقليمية العامة والمتخصصة الألية والإطار التنظيمي لتوحيد الجهود الدولية في مجال حماية البيئة والتنسيق بينها. وقد كان للأمم المتحدة الفضل للسبق في هذا الخصوص فكما هو معلوم كان من بين توصيات الرئيسية التي إنتهى بها مؤتمر ستوكهولم 1972 م حول البيئة وهو مؤتمر الذي حضره ممثلون عن جميع أعضاء الأمم المتحدة (أكثر من 100 عضو)، تلك التوصية التي أشارت إلى وجوب إنشاء جهاز دولي يكون تابعا لهذه المنظمة الدولية ويعنى بالشؤون البيئية. وقد وافقت الجمعية العامة للأمم المتحدة على قبول هذه التوصيات وبادرت في ديسمبر من العام نفسه إلى إنشاء جهاز خاص لهذا الغرض أطلق عليه PNUE (برنامج الأمم المتحدة للبيئة) وقد أسهمت وظائف هذا الجهاز في العمل في:³⁸

³⁶ <https://stillmed.olympic.org/media/ /OlympicOrg/Factsheets-Reference-Documents/Environment/le>
15/01/18.

³⁷ مجلة الجيش العدد 570، جانفي 2011، الجزائر، ص 25

³⁸ Jean Camy Leigh Robinson ,CIO, p22, 23.

- ترقية التعاون الدولي في مجال البيئة وتقديم توصيات مناسبة في هذا الشأن.
- متابعة الوضع البيئي الدولي وتنمية ونشر المعارف البيئية للتنسيق بين الجهود الوطنية والدولية في المجال البيئي.
- وتمويل برامج بيئية وتقديم المساعدات اللازمة في إطار الأمم المتحدة.
- والى جانب هذا الجهاز أنشئت لجان فرعية أخرى عديدة تعنى بالموضوع ذاته في إطار المجلس الاقتصادي والاجتماعي.
- كما قامت بعض المنظمات الدولية المتخصصة بدورها بتوفير أليات خاصة بقضايا البيئة ويصدق ذلك بشكل ملحوظ المنظمات التالية:
- UNESCO للأغذية والزراعة، المنظمة البحرية، منظمة العمل الدولية، ويقوم المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة بمهمة التنسيق بين أنشطة هذه المنظمة والأجهزة النوعية التي تنشأ بالإتحاد بينها.
- أما على مستوى المنظمات الدولية الإقليمية فتعتبر المنظمات التابعة لدول الإتحاد الأوروبي رائدة في مجال حماية البيئة وتوفير الإطار المناسب لذلك.
- ومن أهم الأجهزة واللجان والمؤتمرات التي أنشأتها دول الإتحاد وخولتها سلطات وإختصاصات واسعة ك:

- اللجنة الفرعية الخاصة بتلوث الهواء.
- اللجنة الخاصة بتلوث المياه.
- لجنة التخطيط الشامل للأقاليم.
- اللجنة الخاصة بالآثار والمواقع الطبيعية المميزة.
- المؤتمر للمحافظة على الطبيعة.
- المؤتمر الأوروبي للسلطات المحلية.
- المؤتمر الوزاري الأوروبي بشأن البيئة

- اللجنة الخاصة بالتنسيق المشاكل البيئية.

- اللجنة الخاصة بالبيئة والصحة.

- كذلك تنظيم التظاهرات الرياضية وبناء المنشآت الرياضية والتحضيرات للحدث الرياضي يلتزم بالتوصيات وإحترام اللوائح التنظيمية المتعلقة بالمحافظة على البيئة.³⁹

18-1 المؤتمر العالمي للبيئة والتنمية بريو دي جانيرو بالبرازيل في جوان 1992:

على أعقاب مؤتمر ستوكهولم تشكلت اللجنة الدولية للبيئة والتنمية أو ما يسمى بلجنة برونتلاند BRUNDTLAND باسم رئيسها والوزير الأول النرويجي، ودعت هذه اللجنة إلى تنظيم المؤتمر العالمي للبيئة والتنمية والمعروف بقمة الأرض التي نظمت في جوان 1992 بريو دي جانيرو بالبرازيل.

تم التطرق خلال المؤتمر العالمي الذي يجمع ممثلي 184 دولة إلى قضية التنمية المستدامة والعلاقة بين البيئة والنمو الاقتصادي.

وإنهى هذا المؤتمر بمجموعة من التوصيات بعنوان: جدول أعمال القرن الواحد والعشرون 21 ACTION (يتكون من 800 صفحة) لحماية البيئة وإستمرارية الحياة، وخلصت هذه القمة إلى إعتقاد إتفاقيتين قابلتين للتنفيذ وهما:

- إتفاقية التنوع البيولوجي والتغيرات المناخية.

- ومجموعة من المبادئ خاصة بالغابة على المستوى العالمي.

³⁹ Jean Camy Leigh Robinson , CIO, p 11.

18-2 اجتماع الأمم المتحدة سنة 1997:

ثم في سنة 1997 إجتمع ممثلي دول العالم في نيويورك (الو.م.أ) في جلسة خاصة للجمعية العامة للأمم المتحدة لتقييم التقدم المحرز في إطار جدول أعمال القرن ال 21، ومن بين الإتفاقيات التي عقدت والمتعلقة مباشرة بالبيئة وحمايتها نذكر:

اتفاقية مكافحة التصحر

• إتفاقية بشأن تغير المناخ

• اتفاقية بال حول مراقبة النفايات الخطرة والتخلص منها

• اتفاقية المحافظة على التنوع البيولوجي

• اتفاقية قانون البحار

• بروتوكول مونتريال حول المواد المضرة بطبقة الأوزون

• اتفاقية حول التجارة الدولية فيما يخص الكائنات المهددة بالانقراض من النباتات و حيوانات برية.

• بروتوكول كيوتو بشأن تغير المناخ.

18-3 مؤتمر باريس (فرنسا) حول المناخ 2015 الدورة الحادية والعشرون لأعضاء

الأمم المتحدة COP 21 :

ويهدف إتفاق باريس إلى الحد من إرتفاع درجات الحرارة العالمية «أقل من درجتين مئويتين» مقارنة بعصور ما قبل الصناعة (1880-1899). وبغية ذلك، وضعت هدفا يتمثل في خفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بنسبة 50% بحلول عام 2050 و 100% بحلول عام 2100.⁴⁰ تعهد المجتمع الدولي ممثلا بـ 195 دولة شاركت في هذا المؤتمر وخاضت مفاوضات صعبة للتوصل إلى هذا الاتفاق.

تمثل أبرز نقاط الاتفاق النهائي لقمة المناخ والذي تم إقراره في اختتامها:⁴¹

⁴⁰ <http://cop22.ma/ar/#whatscop/post/164> le 05/05/2017.

⁴¹ <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/12/13/> le 05/05/2017.

- في الحد من ارتفاع الحرارة "أدنى بكثير من درجتين مؤويتين".
- مراجعة التعهدات الإلزامية "كل خمس سنوات"
- زيادة المساعدة المالية لدول الجنوب، إضافة إلى قرارات متعلقة بدعم البيئة والتنمية المستدامة.

18-4 قمة مراکش (المغرب) للأرض من 2016 (COP22):⁴²

تحت شعار "قمة من أجل المستقبل" شارك فيها ثلاثون رئيس دولة وآلاف المندوبين عن منظمات دولية. والعديد من الشركات والمنظمات منها منظمة الأغذية والزراعة والاتحاد الأوروبي والبنك الإفريقي للتنمية من خلال تقديم دعمها لإعداد وإنجاح المؤتمر، وذلك لبحث سبل الحد من ارتفاع درجة حرارة الأرض.

وسعت الأمم المتحدة من خلال مؤتمر مراکش إلى:

- وضع أرضية مشتركة من أجل تفعيل إتفاقية باريس.
 - تحقيق التوافق على القواعد المشتركة لتطبيقها وكيفية تتبع مستويات الانبعاثات الحرارية.
 - وضمان تمويل السياسات المناخية في دول الجنوب، ومعايير تعويض البلدان الفقيرة والمعرضة لظواهر الجفاف والفيضانات.
- كما أعار هذا المؤتمر أهمية خاصة لحاجات الدول الأكثر عرضة لمخاطر وتهديدات تغير المناخ، ولا سيما الدول الأفريقية والدول الجزرية، الأكثر فقرا وعرضة للمخاطر.

19-جدول أعمال القرن ال 21:⁴³

جدول أعمال القرن 21 عبارة عن خطة عمل عالمية لتحقيق التنمية المستدامة تم اعتمادها من قبل المجتمع الدولي في مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية، المعروف بقمة الأرض، والمنعقد في ريو دي جانيرو في البرازيل عام 1992.

⁴² <http://www.france24.com/ar/le 05/05/17>.

⁴³ <http://bethlehem21.arij.org/ar/agenda21.php le 08/05/17>.

يتصدى جدول أعمال القرن 21 للمشاكل الملحة اليوم كما ويهدف إلى إعداد العالم للتحديات التي ستواجهه في القرن 21 ضمن مشاركة عالمية لصالح التنمية المستدامة. بحيث يتوجب بناء هذه المشاركة على أساس التوافق في الآراء حول ضرورة إتباع نهج متوازن ومتكامل إزاء مسائل البيئة والتنمية من أجل تلبية الحاجات الأساسية للأمم، وتحسين ظروف المعيشة للجميع، وحماية النظم الإيكولوجية التي يعتمد عليها الناس من أجل رفاهيتهم، وتحقيق مستقبل أكثر أمنا وأشد رخاء، كما ولا بد أن تصدر هذه الشراكة بناء على مبادئ إعلان ريو بشأن البيئة والتنمية وبيان المبادئ المتعلقة بالإدارة المستدامة للغابات.

20- جدول أعمال القرن ال 21 للحركة الأولمبية: 44

سنة 1999 وضعت اللجنة الأولمبية جدول أعمال القرن ال 21 للحركة الأولمبية والذي تم اعتماده في 23 أكتوبر 1999 خلال المؤتمر العالمي الثالث للرياضة والبيئة والذي إنعقد بريو دي جانيرو البرازيل.

20-1 مسؤوليات أعضاء الحركة الأولمبية:

- جدول أعمال القرن ال 21 للحركة الأولمبية هو الأداة التي تحدد الخطوات العامة الواجب إتباعها من أجل المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.
- جميع أعضاء الحركة الأولمبية وجميع الأطراف والمؤسسات المرتبطة بالنشاط الرياضي ملزمة بإتباع وإحترام توصيات جدول أعمال القرن ال 21 للحركة الأولمبية وهذا دون المساس بثقافتهم أو تقاليدهم ومعتقداتهم.
- ينبغي على جميع أعضاء الحركة الأولمبية دمج في سياستها ونظامها وأنشطتها مفهوم التنمية المستدامة وكذلك ينبغي لها تشجيع وحث جميع أفراد المجتمع أثناء ممارسة نشاطهم الرياضي، وأسلوب حياتهم التصرف بطريقة تضمن تحقيق التنمية المستدامة.

⁴⁴ Jean Camy Leigh Robinson, CIO, p24..

ولذلك فالمجتمع الرياضي له دور أساسي في تحقيق التنمية المستدامة، فله عدة مسؤوليات وهذا على عدة مستويات.

تعود مسؤولية المحافظة على البيئة على الجميع وهذا لضمان الحياة السليمة للأجيال المستقبلية.

20-1-1 مسؤولية فردية

20-1-1-1 مسؤولية الرياضيين:

يقع على عاتق الرياضيين سواء الهواة أم رياضيي النخبة، كونهم فئة من المجتمع والتي تؤثر على نشاطها وممارستها اليومية على البيئة وتتأثر بدورها من تدهور وتلوث البيئة (نقص وضعف الأداء وقد تسبب الموت).

وعلى الرياضي أن يكون قدوة حسنة في المحافظة على البيئة بتبني سلوكيات جديدة وتطبيقها عند ممارسة نشاطهم الرياضي كل حسب مستواه انطلاقاً من اللاعب المحلي إلى البطل العالمي والتأثير على المجتمع وإقناع الشباب بإتباعهم من خلال سلوكهم المثالي.

20-1-1-2 مسؤولية المدربين والمسيرين:

يساهم المدربين بصورة كبيرة في خلق سلوكيات إيجابية للرياضيين من خلال تصرفاتهم والقيم التي يزرعونها فيهم كذلك المسيرين لهم دور في تعليم الرياضيين سبل المحافظة وحماية البيئة.

20-1-1-3 مسؤولية المتفرجين:

تستقطب التظاهرات الرياضية المتفرجين ولهم تأثير على البيئة كذلك مثلاً رمي الفضلات، استعمال وسائل نقل إيكولوجية (تحتزم البيئة).

20-1-2 مسؤولية جماعية:

20-1-2-1 مسؤولية المنظمات:

هدفها الأول هو الترويج للرياضة وتشجيع ممارستها. كل منظمات الحركة الأولمبية إنطلاقاً من المنظمات الدولية العليا مثل الإتحادات الدولية واللجان الأولمبية الوطنية وصولاً إلى الإتحادات الوطنية، الجمعيات النوادي المحلية فهي ملزمة بالترويج وتشجيع السلوكيات المسؤولة من الناحية الاجتماعية والإيكولوجية لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة مثلاً:

- أثناء التخطيط للتظاهرات الرياضية إنطلاقاً من البطولات العالمية وصولاً إلى المنافسات المحلية من خلال تشجيع سلوكيات جديدة بدمجها في برامجها التربوية وفي تسيير أنشطتها الإدارية.

- كذلك الحملات التحسيسية والتوعوية الهادفة لنشر مجموعة من القيم للمحافظة على البيئة (المستهلكين، الصناعيين، والمجتمعات المحلية).

خلاصة:

إن التظاهرات الرياضية هي تجمع لعدد كبير من الناس حول أنشطة رياضية منظمة بمناسبة منافسة، ولإنجاحها توضع خطة تتضمن أربع خطوات وهي: مرحلة التصميم، م التطوير، م التنفيذ، م الإنحلال.

تتميز التظاهرات الرياضية ببعض الخصائص تسمح بتحديد نوعها نذكر منها: مستوى المنافسة، أثرها الاقتصادي، موقع المنافسة.

- وتهدف التظاهرات الرياضية إلى إتاحة الفرصة للنشاط التنافسي كما لها أهداف تربوية بما يتماشى مع الأخلاق والقيم الأولمبية.

- تحقق التظاهرات العوائد مالية وإقتصادية وتروج للسياحة المنطقة المحتضنة لها، وتخلق ما يسمى بالسياحة الرياضية والتي تعني إنتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذي يعيش فيه بغرض المشاركة في التظاهرات الرياضية وما يصاحبها من نشاطات مختلفة.

ويتنوع أثر السياحة الرياضية على البيئة باختلاف أنواعها ويصعب تحديد أثرها بوضوح إلا أن: كثرة التردد إلى المناطق الغير معتادة على كثرة الأنشطة الرياضية في زمن محدد قد يؤثر سلبا على البيئة، لذلك تبنت أعلى هيئة منظمة للنشاط الرياضي في العالم (اللجنة الأولمبية الدولية) فكرة التنمية المستدامة وتولت مسؤولية حماية البيئة والمحافظة عليها بالاشتراك مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة PNUE. وأعدت جدول أعمال القرن ال 21 الخاص بالحركة الأولمبية سنة 1999 وحددت مسؤوليات أعضاء الحركة الأولمبية في حماية البيئة.

- تلعب التظاهرات الرياضية بكافة أنواعها دورا هاما في ترسيخ ثقافة المحافظة على البيئة.

الفصل الثاني

أليات وسبل الترويج للتظاهرات الرياضية

تمهيد

تعتبر المنافسات والتظاهرات والدورات الرياضية مظهرا من مظاهر حياة الرياضة بالدولة، سواء أقيمت على مستوى الوطني، الجهوي أو المحلي فإنها تقوم لأغراض معينة نذكر منها: إشباع لكثير من الحاجات الضرورية للشباب، إظهار مدى تقدم التربية البدنية والرياضة...

وتعتبر الرياضة منتج منفرد لذا تحتاج لمفهوم تسويقي يختلف عن المنتجات الأخرى، وتحظى الأحداث الرياضية بتغطية إعلامية على مستوى واسع وبالتالي فإن القيمة الاقتصادية لتلك الأحداث تتناسب طرديا مع أهمية الحدث الرياضي محلي، أولمبي أو عالمي كان، وتتسارع الدول للحصول على شرف تنظيم بطولة كبرى نظرا للمكسب السياسي، الإقتصادي العائد من البطولة. ولذا يتجه منظمو البطولات والدورات الرياضية للإعتماد على الشركات سواء العالمية أو المحلية لتمويل هذه الأخيرة مقابل الإعلان عن المنتجات وأنشطة تلك الشركات وذلك بوسائل الدعاية المختلفة مثل: توزيع المنشورات الخاصة بمنتجات الشركة، الإعلان في التلفزيون والإذاعة ساعات الذروة من المشاهدين والمستمعين.

وفي العقود القليلة الماضية تطور التسويق الرياضي من صناعة بسيطة إلى صناعة ضخمة وتعود أسباب هذا النمو السريع إلى وجود أوقات فراغ لدى الأفراد ومع تطور وسائل الإعلام والاتصال أعطى ناس فرصة كبيرة لمتابعة الأحداث والمنافسات الرياضية والإهتمام بالرياضة بصفة عامة. وهذا ما سنتطرق في هذا الفصل.

1- تعريف الإعلام:⁴⁵ هو عملية نقل المعلومة أو الخبر من طرف إلى طرف آخر سواء كان فرد أو جماعة دون أن يكون هناك ردا وإجابة أو تعبير عن الرأي من طرف المرسل اليه، وحالة التفاعل الوحيدة التي يمكن أن تتشكل هي بين المرسل اليه مع الرسالة بناء على مضمونها.

أي أن الإعلام هو نقل المعلومة فقط وتتوقف العملية عند هذا الحد أما الإتصال فهو الوسيلة الضرورية للإعلام وهو أداة أساسية لتحقيق الكثير من الأهداف.

1-2 أهداف عملية الإعلام:

1- هدف إعلامي: يخاطب العقل ويؤثر فيه.

2- هدف إقناعي: يؤثر على أداء الأفراد ويستميل الشعور والعواطف.

3- هدف ترفيهي: يحقق التسلية (سنيما-مسرح)

2- وسائل الإتصال والإعلام:⁴⁶

وسائل الاتصال هناك أكثر من وسيلة يمكن استخدامها لتسهيل عملية الاتصال، واختيار إحدى هذه الوسائل عن غيرها يعتمد على طبيعة المرسل وطبيعة المستمعين وطبيعة الموقف الذي يملي عليه عملية الاتصال، وهناك العديد من هذه الوسائل نذكر منها ما يلي:

✓ الوسائل المباشرة

✓ الوسائل المقروءة أو المكتوبة

✓ الوسائل المسموعة

⁴⁵ ناصر فاسيمي، الإتصال في المؤسسة، دراسة نظرية وتطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.

⁴⁶ احمد محمد المصري: الإدارة الحديثة (الاتصالات- المعلومات- القرارات) ، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر ، 2008.

2-1 وسائل الإتصال التقليدية: 47

وهي على العموم إما مقروءة أو مسموعة ومن أهمها: الشعر، الخطبة والمناظرة.

2-1-1 الشعر: من أقدم وسائل الإتصال التي عرفها البشر وأهم وسيلة إستعملها

العرب قديما.

لقد كانت في العصر الجاهلي الأداة الأساسية التي يعبر بها عن رأي القبيلة ويشيد بأفعالها وكان أصحابها يختارون أنسب الأماكن لإلقائها كالحج والمواسم، والأسواق التي يجتمع فيها العرب دوريا بأعداد كبيرة، لما جاء الإسلام كان لقصائد الشعراء المسلمين من أمثال (حسان بن ثابت) دورها في مناصرة الرسالة المحمدية

2-1-2 الخطبة:

إن الدور الذي لعبته الخطبة ببعديها الديني والسياسي في تاريخ العرب والمسلمين. لا يقل أهمية في خطورته عن دور القصيدة الشعرية ما لم يكن أكثر منه مع مرور الزمن وأصبح للخطبة منذ ظهور الإسلام الشأن الكبير في نشر الدين وتعاليمه السمحة.

2-1-3 المناظرة:

المناظرة هي الأسلوب الذي يميز الفلسفة عن غيرها من أصناف المعرفة، إن المناظرة كانت تشمل التناظر بالخطابة المتبادلة ومقابلة الحجج والرد على الإستفسارات، وأحدث مثال على ذلك المناظرة التي تمت في ال و م أ بين الشيخ أحمد ديدات والقس النصراني جيمي سواجرت. كما هو معروف فإن أسلوب المناظرة بالغ الآخر في إيصال المعلومات والإقناع.

47 أحمد بخوش، الإتصال والعولمة، دراسة سوسيو ثقافية، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008 ط1، مصر.

2-2 وسائل الإتصال الحديثة: 48

2-2-1 الصحافة:

تعرف بأنها مطبوع دوري ينشر الأخبار في مختلف المجالات ويشرحها ويعلق عليها. ويكون ذلك عن طريق الصحف والمجلات العامة والخاصة.

أما فيما يخص الصحف والمجلات من حيث قراءتها، فقد أصبحت من أهم وسائل الإتصال التي لا يمكن الإستغناء عنها في المجتمعات الحديثة.

2-2-2 السينما:

تعتبر السينما فاتحة عالم الوسائل السمعية البصرية بكل أنواعها الدعائية، التجارية والإخبارية والروائية، بالإضافة إلى السينما المعرفية والعلمية التي أصبحت واسعة الانتشار والاستهلاك لأنها تشمل عدة مجالات أهمها: المجال التعليمي، الصحة، التكنولوجيا، الزراعة، اللغات... والمجال الثقافي والمجال التسجيلي.

2-2-3 الإذاعة المسموعة أو الصوتية:

يقصد بالإذاعة المسموعة الراديو، ما يبث عن طريق الأثير بإستخدام موجات كهرومغناطيسية بإمكانها إجتياز الحواجز الجغرافية والسياسية وربط مستمعيها برابط مشترك وسريع، وعلى الرغم من عدم تحقّق الرؤية إلا أن السمع يحقق التواصل بين المذيع والمتلقي،⁴⁹ ويتيح المذيع خيارات عديدة للمستمع، ما بين محطات الأخبار والنقاشات إلى محطات الرياضة والقرآن والتسلية.

48 نفس المرجع، أحمد بخوش، الإتصال والعولمة.

49 مرجع سابق الذكر، أحمد محمد المصري، ص 41.

2-2-4 الأقمار الصناعية:50

هي ليست وسيلة إتصال عادية مثل باقي وسائل الإتصال العادية بل تعتبر وسيلة لهذه الوسائل ومن أهمها. فالبرامج التلفزيونية، الإذاعية، والمكالمات الهاتفية لم تبلغ ما بلغته من سرعة ووضوح وسعة انتشار إلا بفضل الأقمار الصناعية.

إن وظيفة الأقمار الصناعية هي إستلام الشارة أو الموجات الصاعدة من المحطات الأرضية بالإضافة إلى إستعمالات أخرى تتمثل في: التلفزيون، الإتصال الهاتفي، الخدمة التجارية، لأهداف عسكرية.

5-2-2 التلفاز:51

يعد التلفاز من أهم وسائل الإعلام الحديثة والأكثر تأثيرا، لكونه يتمتع بجماهيريّة كبيرة لدى الناس، ولقوة تأثيره على الرأي العام في المجتمع.

وينفرد التلفاز عن غيره من الوسائل الإعلامية بخصائص، منها:

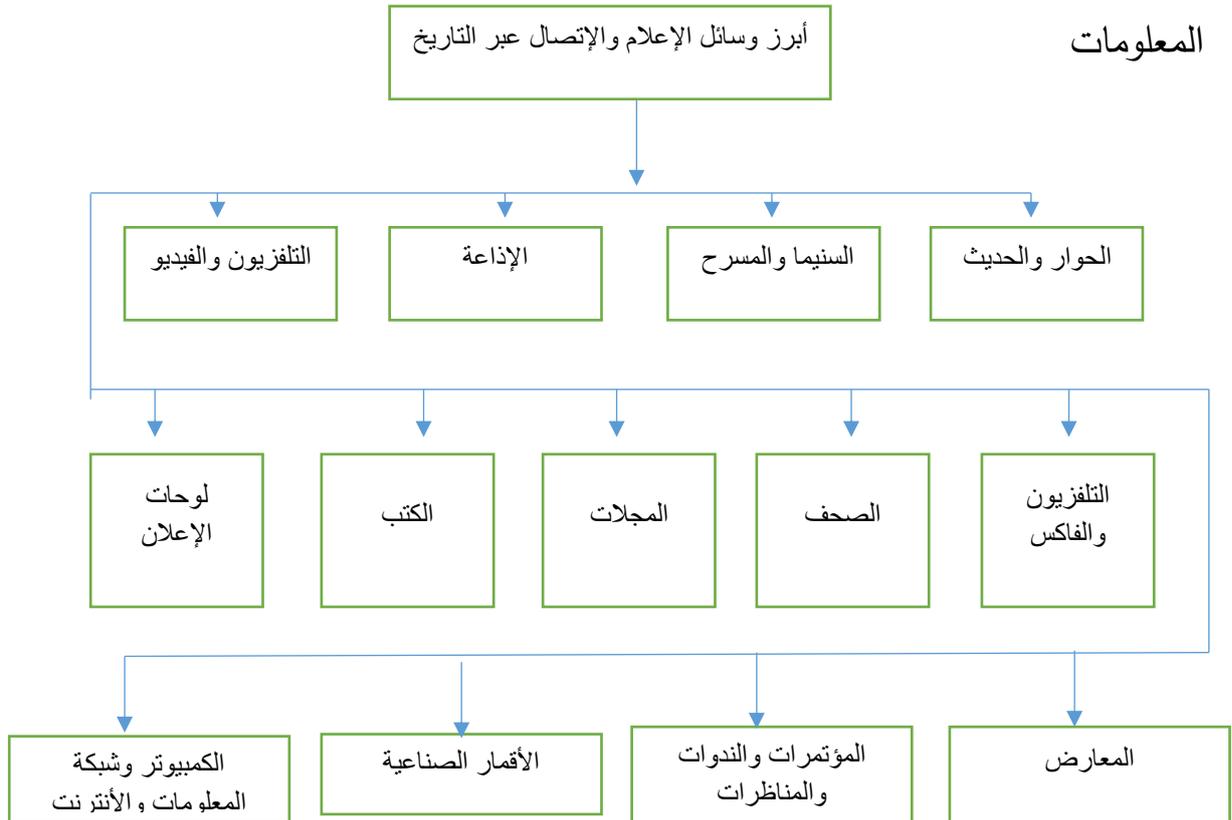
- يدمج التلفاز بين الصوت والصورة، مما يسهم في شد انتباه المشاهد ودعم الفكرة وترسيخها في عقله.
- تعدد القنوات والبرامج وال فقرات، وتعدد الإعلانات والفترة المخصصة لها، مما يساعد في وصول الإعلانات والمعلومات لأي فئة من الجماهير وفي أي وقت.
- يعتبر التلفاز أهم وأفضل وسائل الإعلام في الإعلان عن البضائع والسلع والخدمات التي تحتوي على التفاصيل البصرية.

⁵⁰ مرجع سابق الذكر، أحمد بخوش، الإتصال والعولمة، ص 43.

⁵¹ <http://mawdoo3.com>، 19/10/17 le وسائل الإعلام والإتصال،

6-2-2 الأنترنيت: 52

تعد شبكة الإنترنت من أحدث وسائل الإعلام في العالم، وتجمع بين الصفات المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، حيث يمكن للشخص أن يتصفح المواقع المختلفة بكل سهولة، ومن الجدير بالذكر أن شبكة الإنترنت خرجت للعالم لأول مرة عام 1969م. وأحدثت شبكة الإنترنت ثورة كبيرة في عالم الإعلام والاتصال نتيجة لانتشاره الكبير في كل العالم، وساعدت في ربط العالم كله تحت فضاء واحد، مما أتاح المجال لتبادل الثقافات والأفكار، وساهم هذا كله في جعلها أفضل وسائل الإعلام في ربط الأفراد والجماعات وتحقيق تواصلهم. مما يميز الإنترنت أنه مستقل تماماً عن الدول وسياساتها، مما لا يتيح لأحد أن يتحكم به وبمحتوياته وما يعرض عليه من آراء وأفكار، كما يقدم كثيراً من الخدمات، ويحتوي على كم هائل من المعلومات



الشكل رقم 3: أبرز وسائل الإعلام والاتصال عبر التاريخ.⁵³

⁵² <http://mawdoo3.com> le 19/10/17. وسائل الإعلام والاتصال،

⁵³ حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء للطبع والنشر، مصر، 2003، ص 15.

3- وظائف وسائل الإعلام والاتصال:

وسائل الإعلام والاتصال تعمل على نشر وتقديم المعلومات والحقائق الواضحة والأخبار والموضوعات والوقائع المحددة والأفكار المنطقية والآراء الراجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للمصلحة العامة. كما أن الإعلام يخاطب عقول الجماهير وعواطفهم ويقوم على المناقشة والحوار والإقناع وعلى هذا لا بد أن تتسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية.

- وظائف وسائل الإعلام والاتصال حسب ما يرى ليزلي مويلر كالتالي: 54

3-1/ **وظيفة الإخبار والتزويد بالمعلومات:** تعني قيام وسائل الإعلام الجماهيرية بنقل الأحداث والقضايا المهمة، ومتابعة تطوراتها وانعكاساتها على المجتمع، وذلك لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية لمعرفة البيئة المحيطة به.

3-2/ **التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:** والهدف منه تحسين نوعية فائدة المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به ويعملون به، المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد. فأن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها

3-3/ **الترفيه:** وهدفه تحرير الناس من التوتر والضغط والمصاعب، وتقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفف؛ مثل الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميدية في التلفزيون، وفي الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحاً وهو أن برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها.

54 مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مصر، 2006 ص 30

3-4/ التنشئة الاجتماعية: تقوم وسائل الإعلام المختلفة بدور الرابط الاجتماعي بين الناس وتعميق الصلات الاجتماعية بينهم للوصول إلى هدف تتميتها بشكل مستمر، مثلا تقديم نموذج القدوة للشباب في إطار التنشئة الاجتماعية يكسب الشباب الأفكار والقيم والمعايير والانفعالات التي تناسب كل أنواع الأدوار الاجتماعية في الأسرة والمهنة والدين والسياسة والتعليم.

3-5/ التسويق والإعلان:

تعمل وسائل الإعلام المختلفة في تسويق منتجات وأعمال الشركات والمؤسسات التجارية، وبسبب سعة انتشار وسائل الإعلام والاتصال ودخولها لكل عن طريق الإعلانات التجارية، كما تشكل الصحف بما تحتويه من إعلانات توظيف وسيلة للقضاء على البطالة وتوظيف العاملين، فمثلا: التسويق عبر وسائل الإعلام الاجتماعية أصبح من أهم الأمور، إذ أن هذه الوسائل أصبحت في متناول الجميع ويسهل الوصول إليها، مما يجعلها من أقوى الأسلحة التسويقية في العصر الحالي.

4- وسائل الإعلام والرياضة:

العلاقة بين الرياضة والإعلام علاقة حتمية لا يمكن الفصل بينهما حيث يشبههما البعض بأنهما وجهان لعملة واحدة، فلا تقدم وانتشار وتوعية للرياضة من دون الإعلام، ولا إعلام متكامل مؤثرا وفعالا من دون الرياضة بجوانبها المتعددة وجاذبيتها وحاجة كل إنسان إليها.⁵⁵ وينتج عن هذه العلاقة ما يسمى بالإعلام الرياضي.

4-1 تعريف الإعلام الرياضي:⁵⁶

ويمكن تعريف الإعلام الرياضي على أنه تلك المنظومة التي تقوم بنشر الأخبار والمعلومات والمعرفة المرتبطة بالمجال الرياضي لعرض وتفسير القواعد والقوانين والمبادئ التي تنظم الرياضات والألعاب المختلفة وتحكم المنافسات الرياضية، والتي تقوم بتوضيح الرؤى العلمية

⁵⁵ <http://www.alghad.com/articles/676260> Le 13/12/17. الإعلام والرياضة

⁵⁶ إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 1998 ص 79.

والرياضية وذلك من خلال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بغرض نشر الثقافة المرتبطة بالرياضة لدى المواطنين، وتنمية اتجاهاتهم الإيجابية نحو ممارسة مختلف أوجه النشاطات البدنية والرياضة وتوجيههم نحو استثمار أوقات الفراغ في متابعة التظاهرات والأحداث الرياضية.

4-2 العلاقة بين وسائل الإعلام والرياضة: 57

إن الرياضة والتظاهرات الرياضية بمختلف أنواعها، مثل: الألعاب الأولمبية، كأس العالم، المهرجانات الرياضية تعتبر داعم حقيقي للشركات ووسائل الإعلام والاتصال: "التواصل من خلال حدث رياضي أفضل طريقة لتغيير طبيعة معتقدات الأفراد فيما يتعلق بأعمال المؤسسة الإعلامية، وإن كانت الاتحادات الرياضية هي المسؤولة عن تنظيم الأحداث الرياضية وفق الإطار القانوني، فإن وسائل الإعلام والاتصال تتولى المسؤولية في نشر المعلومات من أجل إثارة الاهتمام والتعاطف من الجمهور الشباب؛ حيث أنها تستخدم الحدث الرياضي كداعم لأنواع مختلفة من الاتصالات: العلاقة (الصحافة والعلاقات العامة)، وحتى في بعض الأحيان (الإعلان ووسائل الإعلام) من أجل الترويج للسلع وخدمات مثلا: نقل التظاهرات الرياضية مثل كأس العالم للركبي Rugby، لا تقتصر على نقل أحداث المباريات فقط، ولكن تمتد إلى أشهر إنطلاقا من إعدادات والتحضيرات للحدث وصولا إلى احتفالية الاختتام.

⁵⁷ Audrey De Ceglie, Marie Ouvrard-Servanton, Les stratégies de médiatisation des événements : un moyen de construction de représentations pour les jeunes, p1

4-3 أنواع وسائل الإعلام الرياضي: 58

تختلف أنواع وسائل الإعلام الرياضي ويكن تصنيفها كما يلي:

الإعلام الرياضي المقروء: وهو الذي يعتمد على الكلمة المكتوبة مثل الصحف والكتب والمجلات والنشرات والملصقات.

الإعلام الرياضي المسموع: وهو الذي يعتمد على سمع الإنسان مثل الراديو وأشرطة التسجيل ووكالات الأنباء

الإعلام الرياضي المرئي: هو الذي يعتمد على بصر الإنسان مثل السينما، والفيديو وشبكة الأنترنت) سمعي بصري.

4-4 أهمية وسائل الإعلام في التسويق للتظاهرات الرياضية:

إن التطور السريع للرياضة خلال القرن العشرين سببه عائد إلى ظهور وانتشار العديد من وسائل الإعلام الفعالة أولا الصحافة والإذاعة ثم السينما والتلفاز وأخيرا الأنترنت التي سمحت بتتبع مختلف البرامج والتظاهرات الرياضية عبر الشاشات الصغيرة والكبيرة (الهاتف واللوحة الذكية، الحاسوب).⁵⁹

إن الحضور الجماهيري للمباريات الرياضية سواء من الملاعب أو من خلال التلفاز أو حتى من خلال وسائل الإعلام الأخرى من صحف وإذاعة وغيرها من وسائل الإعلام دفع بالكثير من رجال الأعمال والشركات التجارية الكبرى للاستفادة من الرياضة. وقد تطورت الرياضة خلال العقود الأخيرة في مجال الدعاية والتسويق فتنوعت الأساليب وتطورت الوسائل الإعلامية في الرياضة مما كان له الأثر الكبير في المسيرة الرياضية لقد التجأت الشركات التجارية إلى أن أفضل وسيلة إعلانية للمنتجاتها وخدماتها هي الإعلام الرياضي.

⁵⁸ عبد اليمين بوداود، متطلبات الإحتراف الرياضي، منشورات مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، جامعة الجزائر3، 2014، ص 99.

⁵⁹ <https://www.cairn.info/revue-chimeres-2010-3-page-185.htm>, le 05/11/17.

5- الإعلام السياحي:60

5-1 تعريف الإعلام السياحي: هو ذلك النشاط الإعلامي الإتصالي الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة، والجهات الرسمية ومنظمات المجتمع المدني كل بحسب صلته، من أجل نشر ثقافة السياحة في أوساط المواطنين والتعريف بإمكانيات المنتج السياحي لبلد ما داخليا وخارجيا بهدف جذب السياح للإقبال على هذا المنتج.

5-2 أهمية الإعلام السياحي:

للإعلام السياحي أهميته التي يستمدّها م كونه نشاط مهني، معلوماتي يعكس القيمة الحقيقية للمنتج السياحي ومما يوفره في بيئته الاقتصادية مناسبة ومن كونه يعزز الوعي الاجتماعي وينشر الثقافة السياحية ويؤكد أهميتها في تواصل الثقافات.

5-3 أهداف الإعلام السياحي:

5-3-1 أهداف اقتصادية:

- تعظيم مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.
- تعريف بفرص الإستثمار في المجال السياحي.
- إبراز دور قطاع السياحة في توفير فرص العمل وتأثير الإيجابي لصناعة السياحة في الأنشطة الاقتصادية الأخرى.

⁶⁰ Yemen tourism.com/ Ministry of Tourism, Republic of Yemen, yemen tourism promotion board, le 10/01/18.

5-3-2 أهداف إجتماعية:

- تعزيز الاقتاعات الإيجابية لدى المجتمع.
- دفع المجتمع لتقبل السياحة باعتبارها نشاط إنساني بمردود إقتصادي وبعد ثقافي إرشاد المجتمع للإستغلال الأمثل للإجازات وأوقات الفراغ
- إبراز القيم الاجتماعية الحميدة الأصيلة لدى المجتمع التي تقتضي بتعامل المجتمع مع الضيف أو السائح إلى مستوى الترحيب والإحترام.

5-3-3 أهداف بيئية:

- دعم وتشجيع التعامل الرشيد مع البيئة والحفاظ على استدامة الموارد الطبيعية وحسن إستغلالها.
- التعريف بمقومات السياحة البيئية.
- إرشاد المجتمع إلى التعامل الأمثل مع عناصر البيئة الطبيعية.
- تشجيع الإستغلال الأمثل للمحميات الطبيعية في جذب السياح من الداخل والخارج.

5-3-4 أهداف ثقافية:

- تعزيز اليقين بأن السياحة تعتبر مجالاً هاماً للتفاعل الثقافي بين الشعوب وأداة تعاون مشترك فيما بينهما للحفاظ على التنوع الثقافي.
- إبراز الموروث الثقافي والحضاري المادي وغير مادي للبلد.
- تشجيع التوجه نحو إستغلال الصناعات الحرفية والفنون في تنشيط السياحة
- تشجيع الإنفتاح على ثقافات وحضارات الشعوب وتعزيز قيم التقاهم والتأخي والسلام وتعزيز الإحترام الكامل للخصوصية عادات وتقاليد المجتمع.

6- التسويق للمناسبات والتظاهرات الرياضية:

6-1 مفهوم تسويق التظاهرات والمناسبات الرياضية:⁶¹

يعتبر التسويق للمناسبات والتظاهرات الرياضية محور نشاط أي منظمة أو مؤسسة من المؤسسات الرياضية وأداتها الديناميكية في تحقيق أهدافها، فهو نشاط متعدد الجوانب ويمكن تعريفه على أنه عملية إدارية واجتماعية يحصل بمقتضاها الأفراد والجماعات على ما يحتاجونه ويريدونه من خلال خلق وتقديم خدمات أو تبادل منتجات وذلك لإتمام عمليات التبادل التي تشبع أهداف الأفراد وكذلك المنظمات.

وكذلك يمكن تعريف عملية التسويق للمناسبات والتظاهرات الرياضية بأنه الجزء الديناميكي المعقد في كل عمل تجاري رياضي، وعملية تصميم وتنفيذ أنشطة لإنتاج وتسعير وترويج والتوزيع للسلع والخدمات والأفكار الرياضية لإشباع احتياجات أو رغبات المستهلكين مع تحقيق أهداف المنظمات الرياضية بما لا يتعارض مع القيم التربوية.

6-2 العناصر الأساسية للعملية التسويقية للمناسبات والتظاهرات الرياضية:

1/ الحاجات: والحاجات تمثل المفهوم الأساسي للعملية التسويقية، فالإنسان لديه العديد من الحاجات التي يسعى إلى إشباعها وقد تكون مادية (الحاجة إلى الأكل والشرب) وقد تكون اجتماعية: الانتماء والتقدير... الخ.

2/ الرغبات: تمثل الرغبات درجة متقدمة من الحاجات، وهي الوسائل التي يلجأ إليها الإنسان لإشباع حاجاته، فظهور حاجة الجوع تتبعها ظهور الرغبة لتناول الطعام وتتأثر الرغبات إلى حد كبير بثقافة أفراد وشخصيتهم.

⁶¹ مرجع سابق الذكر، عبد اللطيف بن إبراهيم بخاري، حماده عيد نوار العنتبلي، إدارة المناسبات والمسابقات والدورات الرياضية، ص 126.

3/الطلب: يتحدد الطلب الفعال على السلع أو الخدمات برغبة الفرد في الشراء والقوة الشرائية له والاستعداد للإنفاق، كما يتحدد الطلب الخاص بالمنشآت في الحدود الجغرافية (سوق محلي، قومي) في خلال فترة زمنية معينة.

4/ المنتجات: إن وجود حاجات ورغبات ومطالب إنسانية ينتج عنها مفهوم المنتج، فالمنتج هو شيء مشبع لحاجة أو رغبة ولا يقتصر هذا المفهوم على أشياء مادية بل يتعدى إلى الخدمات والفوائد التي تؤديها إلى المستهلك. فأى شيء يشبع رغبة ويحقق فائدة المستهلك يمكن تسميته منتجا.

6-3 أهداف تسويق المناسبات والتظاهرات الرياضية:62

جميع المنظمات لها أهداف عامة وعريضة تسعى دائما إلى تحقيقها فالمنظمات التي تعمل من أجل تحقيق الربح قد تضع هدفها العام في صورة: تحقيق مستوى معين من الأرباح أو مستوى معين من رأس المال المستثمر، والمنظمات التي لا تهدف إلى تحقيق هدف ربحي قد تضع هدفها العام في صورة خدمة أكبر عدد من المواطنين أو المستهلكين. والنشاط التسويقي له أيضا مجموعة من الأهداف يمكن تلخيصها في هدفين رئيسيين هما:

أولاً: إشباع حاجات ورغبات المستهلكين والحصول على رضاهم فلا توجد منظمة تستطيع البقاء في الأسواق لفترة زمنية طويلة دون أن تستطيع إشباع حاجات مستهلكيها

ثانياً: الوصول إلى مجموعة من الميزات التنافسية التي تميز الشركة عن المنافسين لها في الأسواق. فعلى الرغم من أن الشركة قد تقوم بتقديم السلعة أو الخدمة التي تقابل حاجات ورغبات المستهلك بشرائها لأنه قد يجد بديلا أفضل بسعر أقل في الأسواق.

62 نفس المرجع، عبد اللطيف بن إبراهيم بخاري، حماده عيد نوار العنتبلي.

4-6 عناصر المزيج التسويقي:

الأنشطة التي يقوم فيها مدير التسويق في المؤسسة الرياضية بإتخاذ قراراته في أربعة مجموعات رئيسية وهي (المنتج Place، المكان Prix، السعر Promotion) وقد عرفت المجموعة بـ 'P' les quatre.

عناصر المزيج التسويقي هي:

1/ المنتج: قد يكون صناعة أو خدمة، أو حدثا رياضيا أو منتج رياضي أو يرتبط بالرياضة بشكل أو آخر لإرضاء وإشباع حاجة المستهلكين.

2/ السعر: ويعبر عن قيمة المنتج وتكاليف التي يلزم أن يقبلها المستهلك للحصول على المنتج، ويحدد المستهلك مدى مناسبة السعر عن طريقة موازنة المنافع المتوقعة من شراء المنتج وبالتالي التكاليف المتوقعة للمنتج عندما تكون الفوائد المستخلصة من المنتج أكبر من التكلفة الإنتاجية يكون المنتج ذات قيمة.

3/ المكان: يقصد بالمكان الموقع أو القنوات المتعددة التي من خلالها يحصل المستهلك على المنتج.

4/ الترويج: هو إستخدام أساليب وخطط معينة للتوصيل الصور والرسائل عن المنتج إلى المستهلك بغرض تحفيزه لشراء هذا الأخير.

وهذه العناصر الأربعة تبرز الخصائص الفريدة للمنتج الرياضي وتقدم استراتيجيات السعر والترويج وتحديد قنوات الاتصال بالعمل لتسهيل بيع المنتج الرياضي.

6-5 أهمية التسويق الرياضي للمؤسسات الرياضية: 63

لقد أصبح حتما على المؤسسة مهما اختلف طبيعة نشاطها وحجمها وملكيته ونوعها، إدراج وظيفة التسويق في هيكلها التنظيمي الإداري، نظرا لعدة عوامل منها ما يلي:

- الفروق الفردية بين المستهلكين للسلع والخدمات في عاداتهم وتقاليدهم وتوجهاتهم ومستويات الدخل والتعليم، إذ يجب على المؤسسة دراستها بشكل جيد لمعرفة الحاجات والرغبات بشكل يحقق هدف المؤسسة والفرد معا.
- المنافسة الشديدة بين المؤسسات المختلفة، حيث تفرض دراسة عوامل القوة والضعف
- البحث عن تحقيق الربحية ورفع حصة سوق المؤسسة وتحسين صورة وسمعة المؤسسة محليا وعالميا.
- تبني استراتيجيات فعالة لإدارة أنشطة المؤسسة بشكل يحقق النجاعة وإيجاد الحلول للمشاكل التسويقية المختلفة.
- ضغط جمعيات حماية المستهلكين وقوانين الجودة التي تفرض المطابقة للسلع والخدمات.

6-6 خطة التسويق الرياضي:

هناك عشر خطوات للتسويق الرياضي وهي: 64

- أ- تحديد الغرض من خطة التسويق الرياضي: وتعد الخطوة الأولى من خطة التسويق الرياضي وربط الخطة بالمنظمة والقيم الجوهرية لها.
- تأكيد القيادة الرياضية للمؤسسة على أهمية إشراك كل أو معظم العاملين في المؤسسة الرياضية في رسم الخطة وأهدافها وقيمها حتى يساهموا في إنجازها، وهذا ما حدث في جمعية ال NBA لكرة السلة التي تعتبر الرياضة الأكثر نجاحا في عالم الرياضة، حيث

63 بوطالي يحي، التسويق الرياضي وعلاقته بإدارة المنشآت الرياضية الجزائرية، جامعة الجزائر 3، 2014، ص 50.

64 مرجع سابق الذكر، عبد اللطيف بن إبراهيم بخاري، حماده عيد نوار العنتيلي ص 137.

وضعت هدفها الأكبر هو أن تصبح كرة السلة الأكثر شيوعاً، عن طريق تحسين علاقات العمل والمهارات والخبرات والسمعة وجذب الممولين والمستثمرين.⁶⁵

ب- تحليل المنتج الرياضي: وذلك من خلال تحديد إذا ما كان المنتج بضاعة معينة،

لعبة أو حدثاً رياضياً أو خدمة وللمنتج الرياضي ثلاثة أبعاد وهي:

- **البضائع:** وتشتمل الملابس الرياضية مثل الحذاء وبدلة التدريب.

- **الأدوات:** مثل السيارات في سباق السيارات والدراجات في سباق الدراجات.

- **الخدمات:** وتشمل النشاطات والبرامج التي تساعد على ممارسة الرياضة علماً بأن

الحدث الرياضي نفسه يمثل المنتج الجوهري للرياضة مثل البطولات العالمية.

ت- التركيز على المناخ المستقبلي: وتتضمن هذه الخطوة التحليل والتنبؤ بالمناخ

المستقبلي للسوق حيث يتطلب المناخ تقويم العوامل الداخلية والخارجية لدمج وتوجيه

الجهود التسويقية.

- إن التنبؤ الناجح بالمناخ المستقبلي يتطلب إعادة اختيار مهمة المؤسسة وتقويم نواحي

القوة والضعف التي تواجه المؤسسة الرياضية أو الحدث الرياضي والتي تتناول

المشكلات التي أدت إلى تدهور المجهودات المبذولة في التنظيم الرياضي للفريق

والنزاع بين أعضاءه والملاك والاتجاهات السلبية للجمهور وكيفية تغييرها أو تعديلها

بشكل إيجابي والعمليات الإستراتيجية التي تخص الإعلان والإعلام ومعرفة مختلف

التهديدات الأخرى التي تشكل عائقاً للنشاط التسويقي.

ث- وضع المنتج الرياضي: والمقصود بالوضع هو الإجراءات التي من شأنها جعل

منتج المؤسسة الرياضية يتميز عن غيره من منتجات المؤسسات المنافسة والتي تتمثل

في العلامة التجارية والخصائص الفنية والتقنية التي تجذب أكبر عدد من المستهلكين

⁶⁵ مرجع سابق الذكر، بوطالبي يحيى، ص61.

الرياضيين ولها القدرة على الإقناع وإرضاء الحاجات والرغبات في سوق رياضية تشهد المنافسة الشديدة.

ونعني بوضع المنتج الرياضي أيضا معرفة وتحليل أهداف المستهلكين: في هذه الخطوة يقوم المسوق بتحليل السوق وتحديد أهداف المستهلكين الجو المحيط بعملية إنتقال اللاعبين وهذا يتطلب بالضرورة معرفة الخصائص العامة للمستهلك حتى يمكن بيع المنتج الرياضي.

ج- تليب: وهذه الخطوة تتضمن تليب وبيع المنتج الرياضي ويجب أن تحظى بإصرار المنتج على جعل منتجه هو الأفضل في الخصائص وذلك لتشجيع الجمهور للإقبال عليه. وهذه الخطوة جد مهمة حيث تعرف للمستهلك خصائص المنتج الرياضي من جهة وكيفية استعماله والحفاظ عليه من جهة ثانية، وهذه المعلومات مفيدة للمستهلكين الرياضيين وتشجعهم على الإقبال على منتجات المؤسسة وخاصة السوق الرياضية وتشهد التنافس الحاد، فمثلا المضارب للنتس تلعب وتغلف وتسجل عليها عبارات القوة والاحتمال.

ح- تسعير المنتج الرياضي: وتتضمن هذه الخطوة تحديد سعر المنتج الرياضي وهنا يجب مراعاة العوامل الأتية في تطوير إستراتيجية السعر (المستهلك، المنافس، التكاليف، المناخ الخارجي مثل القوانين المرتبطة بالسعر والموقف الاقتصادي).

خ- ترويج المنتج الرياضي: وهذه الخطوة تركز على كيفية ترويج المنتج الرياضي، ويتم ذلك عن طريق:

- الإعلان في الصحف والمجلات والتلفزيون والراديو ولوحات النتائج.
- الترويج عن طريق إستخدام أساليب مختلفة.
- العلاقات العامة من خلال توصيل صورة إيجابية للجمهور عن المنتج.

- البيع الشخصي.

ومهما اختلفت الوسائل والأساليب المستعملة في عملية الترويج للمنتجات والخدمات في المجال الرياضي، فإن الهدف هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين الحاليين والمرتقبين وإقناعهم على الشراء، وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة بالمقارنة مع مثيلاتها المنافسة.

د- عملية وضع وتحديد مكان المنتج الرياضي وتتضمن هذه الخطوة تحديد مكان أو موقع المنتج الرياضي (الملعب، القاعة الرياضية) لكون موقع المنتج الرياضي يمثل النقطة الأساسية لتوزيع الإنتاج.

ويتطلب نجاح هذه العملية تقديم الإرشادات والتوجيهات وكافة المعلومات حول قنوات التوزيع المستعملة، عبر وسائل الاتصال الحديثة الإعلامية والإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات وشبكة الأنترنت، حتى تستهدف أكبر عدد ممكن من المستهلكين الرياضيين محليا ودوليا وعالميا.

ذ- تقويم الخطة التسويقية للرياضي وذلك من خلال مقارنة الخطة بالأهداف والمهام المتفق عليها ومدى تحقيقها.

7- رعاية المناسبات والتظاهرات الرياضية:

إن للنمو المتوقع والحالي لسوق رعاية المناسبات والأحداث المختلفة نتائج وتأثيرات جوهرية على إدارة المناسبات وصناعة الأحداث بشكل عام، ويدل ذلك أن قطاع الرياضة أكبر قطاع في إستقطاب الشركات الراعية في جميع أنحاء العالم. تأمل الشركات الراعية في الحصول على عائد لإستثمارها في مجال رعاية المناسبات من عملية خيرية إلى عملية إستراتيجية. وهناك أربع عناصر رئيسية لنجاح عملية الرعاية:

العنصر الأول: الأخذ بعين الإعتبار كيف يمكن إيجاد الشركة الراعية المناسبة للحدث الرياضي خلال عملية التسويق المستهدفة. وبالتالي لا يمكن الاستغناء عن دور البحث في هذا المجال من أجل تحقيق النجاح. لا بد من القيام بمراجعة وتدقيق لما ينبغي أن يقدمه الحدث الرياضي.

العنصر الثاني: ويتعلق بأهمية بناء العلاقات، فبعد تحديد الشركات الراعية المستهدفة يمكن البدء في عملية تسويق العلاقات. بعد فحص إحتياجات كل شركة، ينظر القائمين على المناسبة الرياضية حول كيفية الإيفاء بهذه المتطلبات وهذا لا يمكن الوصول إليه من خلال تحديد الأهداف بدقة فقط وإنما من خلال إحتضان العملاء وتقوية العلاقات التي تربطهم بالمناسبة أو الحدث الرياضي.

العنصر الثالث: ويجب الأخذ بعين الإعتبار الأهمية القصوى لاستثمار حقوق رعاية المناسبات في أنشطة دعم التسويق، تستخدم الشركات الراعية الدعاية الإعلانية والعلاقات العامة ومزيج من وسائل الاتصالات في الشركات لضمان تحقيق الأهداف ولضمان تحقيق عائد من الإستثمار في هذا المجال. يجب الإستعانة بالشركات الراعية الأكثر ملائمة للحدث الرياضي. التركيز على المؤسسات التي يمكنها تقديم أفضل دعم وإستثمار لحقوق الرعاية التي تشتريها، وذلك لأنها ستكون الشركات الأكثر سعياً للوصول إلى أهدافها.

والعنصر الأخير: هو التقييم ذا أهمية جوهرية بالنسبة لعملية الرعاية المناسبة ككل، فعمل بحث حول نجاح عملية رعاية المناسبة يمكن أن يكشف عما إذا تم بالفعل تحقيق الأهداف المنشودة أم لا. إن عملية التقييم يمكن أن تساعد في تحديد كيفية تطوير عملية الرعاية المناسبة.

يجب أن يقوم القائمون على المناسبة بتقييم عملية توظيفهم وإختيارهم للشركات الراعية ومدى تحقيق المناسبة للمتطلبات التي سعت إليها هذه الشركات.

8- أساليب التسويق الرياضي:66

هي مجموعة الأنشطة المختلفة التي يمكن تطبيقها باستخدام المجالات الرياضية والبطولات الدورات والمنافسات المحلية والدولية والقارية والأولمبية في التسويق الرياضي. وتتعدد وفقا لما يلي:

8-1 التسويق مع الرياضة:67

هنا تكون الرياضة أو الحدث الرياضي أداة ووسيلة المؤسسات والشركات العملاقة التجارية أو الصناعية للمنتجات الغير الرياضية لتحقيق أهدافها، من خلال عمليات الإشهار والترويج لمنتجاتها مع المناسبة الرياضية وهذا ما تقوم به المؤسسات الراعية كشركة إفري، كوكاكولا، سوناطراك أو أوريدو أو موبيليس، حيث تستغل مساحات الملاعب أو جدران الملعب والمدرجات والقنوات الرياضية للتعريف بمنتجاتها مقابل دعم الأنشطة البدنية والرياضية للأندية والمؤسسات الرياضية المختلفة.

8-2 التسويق في الرياضة:68

هو استخدام المؤسسات الرياضية أساليب إدارة التسويق المتبعة في المؤسسات الاقتصادية مثل: التسويق للخدمات، المنتجات والأنشطة الرياضية، تسويق اللاعبين والفرق، المسابقات والبطولات والمباريات، وتسويق الأجهزة والأدوات والملابس الرياضية، والخدمات الطبية والسياحة الرياضية.

66 إبراهيم علي غراب، واقع التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية، 2010، ص 71
67 علية عبد المنعم حجازي، حسن الشافعي، استراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009، ص 24.
68 الشافعي حسن احمد، الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2006، ص 146

وقد تناول الشافعي حسن أحمد: (2006) أساليب التسويق الرياضي بالتوضيح فهو يرى: أنها عبارة عن الطرق المستخدمة التي تطبق في مجالات الرياضة باستخدام الأنشطة الرياضية والبطولات والدورات والمنافسات المحلية والدولية في عملية التسويق الرياضي ومن أهمها:

- الرعاية الرياضية: رعاية الشركات المؤسسات التجارية، الهيئات، الأفراد الجماعات

للأحداث والأنشطة والبطولات والدورات والاتحادات الرياضية المختلفة.

- النقل التلفزيوني للأحداث والبطولات محليا ودوليا، ولهذا يجب مراعاة الآتي:

1- يجب تحديد الميعاد للبطولة بفترة كافية، يتم اختيار الوقت المناسب للبطولة

أو المنافسة الرياضية.

2-العلاقات الشخصية: دعوة شخصيات هامة محلية ودولية.

8-3 تسويق الخدمات في المؤسسة الرياضية:

تعد وظيفة تسويق الخدمات في المجال الرياضي من أعقد الأعمال، نظرا لطبيعة الخدمات الغير ملموسة وبالتالي يصعب على رجال التسويق اتخاذ الإجراءات التي تخص مثلا: تحديد السعر الملائم والصعوبة في تحديد قيمتها النفعية لدى المستهلك الرياضي نظرا لإختلاف الميول والدوافع من فرد إلى آخر، ومن بين أهم هذه الأنشطة مايلي:⁶⁹

- إستغلال مواقف السيارات ومكاتب الخاصة بالمؤسسة الرياضية.

- تنظيم الأنشطة الصيفية والرياضة للجميع وإستغلال مراكز اللياقة البدنية وإستخدام

المعدات الرياضية.

- السوق الخيري والمعارض المختلفة والحفلات والندوات التاريخية.

- تسجيل موقع المؤسسة على الانترنت وإصدار دليل للمؤسسة منذ إنشائها.

⁶⁹ مرجع سابق الذكر، بوطالبي يحي، ص 59.

- تخصيص أجنحة خاصة بتقديم الخدمات المصرفية المختلفة حيث تكون ميزة جيدة بالنسبة للمؤسسة الرياضية التي تبحث عن الريادة.
- تخصيص أجنحة للإطعام تقدم فيها أفضل الأنواع بالرغبات المحلية والعالمية وتخصيص جناح خاص بعرض المنتجات الأثرية والتقليدية لتصبح ميزة تنافسية تعمل على جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن.

9- عائدات التسويق للتظاهرات الرياضية على الجزائر: ⁷⁰

يرجع التسويق للتظاهرات الرياضية المحتضة بالجزائر بفوائد أهمها:

- من الناحية الرياضية:
 - الإرتقاء بمستوى الأنشطة الرياضية ومجالات التربية البدنية والرياضية في التدريب والتعليم والإدارة والترويج.
 - جذب الإهتمام بممارسة الأنشطة البدنية والرياضية خدمة للتنمية الدائمة والشاملة للمجتمع
 - إكتساب الخبرات التقنية والتكنولوجية في مجال الأنشطة البدنية والرياضية.
- من الناحية السياحية:
 - التعريف والترويج للتنوع الثقافي والجغرافي.
 - تغطية متطلبات ورغبات وحاجات المستفيدين من الخدمات والسلع في المجال الرياضي وتبادل المنفعة.
 - الرياضة هي واجهة للبلد المنظم للتظاهرة والمنافسة الرياضية.

⁷⁰ Revue de la Fédération Algérienne des Sports Mécaniques (Auto Moto Sports N14 Novembre 2014) Alger, Algerie, p04.

- عاشت الجزائر فترة صعبة جدا فيما مضى مما تسبب في إستبعادها من قائمة الوجهات المنصوح بها رغم توفر وتنوع الموارد الطبيعية، التاريخية، الإجتماعية والثقافية فرصة التعريف بها وإستغلالها بسبب سوء الأوضاع الأمنية.

• الناحية الإقتصادية:

- تنظيم الدورات و المنافسات الدولية مثل دورة الجزائر الكبرى للدراجات الهوائية، الماراطون الدولي للجزائر، سباق السيارات و الدراجات النارية (Rallye Auto-Moto) ...يستقطب نشاط تجاري و إقتصادي واسع الذي يرتبط مباشرة بإستهلاك و إستغلالها لمنتجات أو خدمات كالنقل الجوي و البحري مما يفيد شركات التأمين والفنادق والمطاعم والميكانيك والتصليح، النشاط الحرفي....الخ.

- ضمان مصادر التمويل الدائمة وتحقيق ربحية الإستثمار في المجال الرياضي.

- تحظى هذه التظاهرات بإستقطاب واسع لوسائل الإعلام والإتصال فتساهم في نشرها

والترويج لها ما يسهم في زيادة نشاطها وتحقيق أهدافها المسطرة.

خلاصة:

يتوقف نجاح التسويق الرياضي بدرجة كبيرة على إقتناع المستهلكين الرياضيين لحضور والمشاركة في التظاهرات الرياضية. فإنه من الضرورة إقناع المستهلك الرياضي وإمداده بالمعلومات الكافية بالإستعانة بمختلف وسائل الإعلام والإتصال والدعاية، وهذا ينطلق من معرفة إحتياجاته ورغباته من أجل تحقيق الإشباع الذي يريده وبالتالي إستهلاك المنتج الرياضي.

وتعد وظيفة التسويق الرياضي في المؤسسة الرياضية مهما كانت طبيعة نشاطها وحجمها، من أهم الوظائف الأساسية التي تحقق أهداف الإدارة الرياضية الحديثة للأنشطة البدنية والرياضية المختلفة، وذلك بإشباع رغبات وحاجات المستهلكين في المجال الرياضي من جهة وتحقيق ربحية المشاريع والاستثمارات الرياضية المختلفة وإنجاح تنظيم الأحداث والتظاهرات الرياضية في المجتمع من جهة أخرى، ويجب على رجال التسويق معرفة رسالة وأهداف المنشأة أو المؤسسة الرياضية أن يقوموا بدراسة وتحليل هذه الرسالة والأهداف ثم يقوموا بوضع الاستراتيجيات والسياسات التسويقية المناسبة لتحقيق كل من رسالة وأهداف المنشأة الرياضية بكفاءة وفعالية.

حاولت في هذا الفصل الإلمام بمختلف أليات ووسائل التسويق والترويج للمنتج الرياضي وأهمها التظاهرات الرياضية، ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها:

- هناك حاجة لتوظيف المعلومات الخاصة بالتسويق بدرجة أكبر في إدارة المناسبات بهدف الإرتقاء بجميع جوانب عملية إتخاذ القرار وتخطيط لأنشطة التسويق، وذلك

بهدف تحقيق ميزة تنافسية والحفاظ عليها. وتحتاج جميع المؤسسات إلى تجميع المعلومات من عدة مصادر وتحليلها واستخدامها.

- يتطلب نجاح عملية التسويق الرياضي، تقديم الإرشادات والتوجيهات وكافة المعلومات حول قنوات التوزيع المستعملة، عبر وسائل الإتصال الحديثة الإعلامية والإذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات وشبكة الأنترنت، حتى تستهدف أكبر عدد ممكن من المستهلكين الرياضيين محليا ودوليا وعالميا.
- مهما اختلفت الوسائل والأساليب المستعملة في عملية الترويج للمنتجات والخدمات في المجال الرياضي، فإن الهدف هو الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين الحاليين والمرتبين وإقناعهم على الشراء، وتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة بالمقارنة مع مثيلاتها المنافسة.

الفصل الثالث

السياحة والسياحة البيئية

تمهيد

تعتبر السياحة ظاهرة إجتماعية شهدت تطورات سريعة خلال النصف الثاني من القرن العشرين، نظرا لإستقاداتها من التطورات العديدة التي مست الجوانب الخدمائية سواء فيما يتعلق بوسائل النقل و خاصة النقل الجوي و تكنولوجيات الإعلام والإتصال بالإضافة الى توفير وسائل الراحة وبهذا إحتلت السياحة مكانة عالمية هامة لدى الدول والحكومات ، إذ تعتبر السياحة قطاعا إستراتيجيا وموردا متجددا إذ توجد علاقة وثيقة بين قطاع السياحة و التنمية الاقتصادية والإجتماعية، وهذا يعتمد على المقومات والخصائص التي تزخر بها البلاد من مقومات جغرافية ، طبيعية، ثقافية، بنى تحتية...ومدى إستغلال والترويج لهذه الأخيرة من خلال إحتضان وتنظيم مختلف التظاهرات الثقافية، الرياضية والتي تنجر عنها آثار مختلفة من بينها آثار على البيئة سواء إيجابية أو سلبية.

ومن أجل حماية البيئة والمحافظة عليها من هذه الآثار ظهر نوع من السياحة المسؤولة ما يدعى بالسياحة البيئية وهذا ما سنحاول معرفته في هذا الفصل.

1- مفهوم السياحة: 88

من منظور إقتصادي: هي قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ومصدرا للعمالات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفا لتحقيق برامج التنمية.

من منظور إجتماعي حضاري: فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر تواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

على الصعيد البيئي: تعتبر السياحة عاملا جاذبا للسياح لإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

2- تطور السياحة:

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة وهي:

2-1 مرحلة العصور القديمة: 89

إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته والأولى سعيا بحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له إحتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد وتحكم تصرفاته والتزاماته

88 حمزة درادكة، مروان أبو رحمة، مصطفى كافي، حمزة علوان، مبادئ السياحة، عمان، الأردن، ط1، 2014، ص 14.
89 بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012، ص 14.

وقد بدأت هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفرعنة في الألف سنة قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع ومن خصائص هذه المرحلة هي:

- ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية في مصر و الحضارة الرومانية؛

- ظهور العلوم و تطور وسائل النقل و المواصلات و خاصة السفن الشراعية.

أما عن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على ما يلي:

- تحقيق الفائدة

- حب الاستطلاع

- الدافع الديني

2-2 مرحلة العصور الوسطى:

تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر و المعروف أن الإمبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور القديمة، و قد كانت مركز الإشعاع الفكري و الحضاري و التجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسفار عبر العالم، وقد كان إتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات الدراسة حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للقرن الرابع عشر و الثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة و وضع الأسس الأولى، و كانت البلاد الإسلامية أكثر تقدماً من أوروبا و بغداد و قرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة و مركز الحياة الثقافية و الحضارية و قد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم و من أشهرهم ابن بطوطة، ابن جبیر، البيروني وغيرهم، و قد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى حيث كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية الى الأماكن المقدسة، وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي

العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم و التعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفئة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطية لأفن السفر يتطلب وقت فراغ و أموال فائضة عن الحاجة.

2-3 مرحلة العصر الحديث:

بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، كما أحدثت الثورة الصناعية تغيرا واضحا في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر والتنقل وإختصار الوقت وإزدادت بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأ تطوير الطائرات الحربية الى مدنية وكذلك السيارات والقطارات.

ويرى دوغلاس بيرس "Douglas Pearce" أن علم السياحة تطور تطورا ملحوظا بما يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العلمية الثانية ويرجع ذلك إلى:

- التطورات التكنولوجية التي أدت الى تحسين طرق و وسائل الإنتاج مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني وتحسين ظروف العمل و زيادة أوقات الفراغ و الإجازات الممنوحة؛
- تقدم و تطور وسائل النقل و المواصلات و الاتصالات و بالتالي تقارب المسافات؛
- سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة.
- إرتفاع معدلات الدخول و الثروات و النظرة للسياحة كضرورة حتمية؛
- إهتمام المنظمات و الهيئات الدولية و المجتمع الدولي بالسياحة و أهميتها إقتصاديا إجتماعيا و سياسيا.

وعليه لم يعد سفر اليوم شأنه كشأنه بالأمس، كما لم يعد رحالة اليوم مثل الرحالة القدامى لأن الثروة التكنولوجية وتقدم وسائل النقل وكثرة عدد المسافرين لم تجعل من المسافر رحالة)

بالمعنى التقليدي) حيث تدير المكاتب السياحية وتعلن عن موضوع الرحلة عن طريق وضع العديد من الصور التي تنقل الحقيقة وتكشف مختلف الأماكن التي تكون كأمنة.

3- مكونات السياحة: 90

تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات وفيما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في عملية التخطيط:

عوامل وعناصر جذب الزوار: تتضمن العناصر الطبيعية مثل: المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمحميات مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية

مرافق وخدمات الإيواء والضيافة: مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والإستراحات.

خدمات مختلفة: مثل مركز المعلومات السياحة ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية، البنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والأدلاء السياحيين.

خدمات النقل: تشمل وسائل النقل، على إختلاف أنواعها الى المنطقة السياحية.

خدمات البنية التحتية: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العكرة والفضلات الصلبة وتوفير شبكة من الطرق والإتصالات.

عناصر مؤسسية: تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة، مثل سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

90 مرجع سابق الذكر، حمزة درادكة وآخرون، مبادئ السياحة.

4- أهمية السياحة: 91

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على السواء نظرا لدور السياحة في عملية التنمية الاجتماعية والثقافية والسياسية والإقتصادية:

- السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.
- تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة، وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين، حيث يشتغل فرد من أصل 11 بسبب السياحة.⁹²
- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين شعوب وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي (تداول العلوم والمعارف).
- تعمل السياحة على انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، كما تعمل زيادة معرفة الشعوب ببعضها البعض، وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم.
- تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- إن النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في معالجة الكثير من المشكلات السياسية، حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها
- تحسين نمط حياة الأفراد، وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي
- توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ التراث والمواقع الأثرية والتاريخية، والتي تعد جزءا من ذاكرة وثقافة البلدان المضيئة.

91 يحيى سعدي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر ، جامعة المسيلة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد 36، 2013، ص 11.

⁹² Faits saillant OMT du tourisme, édition 2014, p02/www.wto.org.

- تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع وضرورة حماية البيئة خاصة بعد الأضرار التي لحقت بها سواء من قبل الأفراد أو المصانع.

5- مقومات السياحة:⁹³

تعتمد السياحة على مقومات بعضها طبيعي والآخر بشري ومادي.

1-5 المقومات الطبيعية: وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية... الخ أي كل مظاهر جذب السواح.

2-5 المقومات البشرية: وتتمثل في الجوانب التاريخية، كالأثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة، الثقافات والعادات لدى السكان.

3-5 المقومات المالية والخدمات: وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية، كالمطارات النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران... الخ، ومدى توافر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسلية.

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى الأسعار، والقدرة الدعائية على مختلف وسائل الإعلام على جذب السائحين، المواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن المعاملة والقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهتم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم.

⁹³ هوارى معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث / عدد 1، 2004 ص 24.

6- مقومات السياحة في الجزائر:

6-1 تاريخ السياحة في الجزائر:⁹⁴

تعد ظاهرة السياحة في الجزائر حديثة النشأة، إذ يعود ظهورها إلى بداية القرن التاسع عشر إبان الحقبة الاستعمارية، أين أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية سنة 1897 وبواسطة الدعاية والإعلان تمكن من تنظيم قوافل سياحية من أوروبا إلى الجزائر، فخلال تلك المرحلة إستقطبت الجزائر العديد من السياح الأوروبيين لإكتشاف مناظرها الطبيعية، وهو ما دفع المستعمر إلى إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجيات السواح الأوروبيين.⁹⁵ وفي سنة 1914 تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران وفي 1916 بقسنطينة وتمثلت مهام هذه النقابات في التنسيق فيما بينها لتنظيم رحلات سياحية بإتجاه الجزائر، في سنة 1919 تم تشكيل إتحادية السياحة والتي تجمع آنذاك 20 نقابة سياحية والتي تلقى الدعم من طرف الحكومة الفرنسية وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي والذي كان يهدف إلى تنمية السياحة والذي تغير اسمه إلى مركز التنمية السياحية واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال.

6-2 السياحة الجزائرية بعد الإستقلال:

بعد الإستقلال وجدت الحكومة الجزائرية نفسها أمام هياكل سياحية ضعيفة وغير قادرة على تلبية الطلب السياحي (الفنادق بقدرة إستقطاب تقدر ب 4500 سرير موزعة على ثلاثة مدن: الجزائر، وهران، قسنطينة)⁹⁶، مقارنة مع ما تملكه الجزائر من إمكانات طبيعية وآثار تاريخية ومناطق غابية وحمامات معدنية، بالإضافة إلى اتساع الساحل الجزائري.

تم إسناد مهمة تسيير الهياكل السياحية إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT الذي أنشأ في 1962 "بموجب الأمر 62-27" وتتمثل مهام الديوان في الوصاية والرقابة على

⁹⁴ مرجع سابق الذكر، عوينان عبد القادر، ص 71.

⁹⁵ خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الجزائر، العدد الأول، ص 223.

⁹⁶ Hachimi Madouche (Le tourisme en Algérie) jeu et enjeux, ed Houma, Alger, p 23.

الهيئات الإدارية والسياحية والعمل على ترقية المنتج السياحي بالإضافة إلى تسيير الممتلكات السياحية الشاغرة، ورغم استحداث وزارة السياحة سنة 1963، فإن القطاع السياحي لم يعرف خلال هذه الفترة أي إنجازات بارزة".⁹⁷

ويعتبر ميثاق السياحة في 1966 أول وثيقة صادرة من الحكومة الجزائرية والتي تبين أهمية الاعتماد على السياحة من أجل التنمية الاقتصادية والتي تساهم في خلق تخلق مناصب شغل، توفر العملة الصعبة، تحقق التنمية الاجتماعية، وقد جاء على شكل سلسلة من التوجيهات وبرنامج عمل.⁹⁸

ومرت السياسة السياحية في الجزائر بعدة مراحل وهي:

فترة التخطيط المركزي: 1967-1978: "حيث ركز المخطط الثلاثي (1967-1969) والمخططين الرباعيين (1970-1973 و 1974-1977) على تطوير عدد الهياكل الاستقبال في قطاع السياحة وتدعيم قدراتها"، وفي هذه الفترة صدر الميثاق الوطني في 1976 الذي يعطي الأولوية للسياحة الداخلية.

فترة إعادة الهيكلة: (1980-1989): تخللها المخططين الخماسيين الأول (1980 - 1984) والثاني (1985-1989) والذين ركزا على مواصلة التهيئة السياحية وتطوير السياحة الحموية، وخلال هذه الفترة صدر الميثاق الوطني في 1986 الذي جاء ليدعم ما جاء به ميثاق 1976 ويؤكد الطابع الثانوي للسياحة الدولية وتشجيع السياحة الداخلية وتوسيع مهام النشاط السياحي (الترويج للثقافة والصناعات التقليدية المحلية بالإضافة إلى التعليم و محاربة الآفات الاجتماعية وتحسين الإطار المعيشي).

كذلك خلال هذه الفترة صدر قانون الاستثمار 02-82 والذي عرف تطبيقه عدة نقائص منها عدم إعطاء فرص حقيقية لتشجيع الاستثمار الخاص، وتم تداركها بصدور قانون 25-88،

⁹⁷ عمر حوتية، واقع قطاع السياحة في الجزائر وأفاق تطوره، مجلة الحقيقة جامعة أدرار، العدد 29، ص 398.

⁹⁸ Hachimi Madouche, le tourisme en Algerie, p55

(وفي إطار هذا القانون عرف قطاع السياحة أكبر حجم من الاستثمارات قدر ب 1.664.3 مليون دج بنسبة 15.8% وبلغ عدد المشاريع الاستثمارية 279 مشروع وأصبح للقطاع الخاص طاقة إيواء قدرها 22460 سرير)⁹⁹.

فترة 1988-1999: مرت الجزائر بإصلاحات هيكلية تهدف أساسا للانتقال من التسيير الإداري المركزي للإقتصاد إلى تسيير قائم على قواعد إقتصاد السوق وسعت لرد الاعتبار للتنمية السياحية وخاصة بعد إنهيار أسعار المحروقات، بالإعتماد على مبدأ تحرير النشاطات السياحية (أمر الخوصصة 95-22)، "وقد إنعكس تدهور الأوضاع الأمنية خلال التسعينات سلبا على القطاع السياحي، بإنخفاض عدد السياح من 685815 سنة 1990 إلى 336226 سائح أجنبي 1994 والى 93491 سنة 1996".

فترة 2000-2018:

1- من 2000 الى 2011:

بتحسن الأوضاع الأمنية والإقتصادية شهدت السياحة تطورا بالجزائر ملحوظا من حيث قدرات الإستيعاب ومن ناحية السياح الوافدين إلى الجزائر.

⁹⁹ مرجع سابق الذكر، عمر حوتية، ص 399.

السنوات التصنيف	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
بدون تصنيف	915	893	680	680	674	670	867	851	800	729	724
01 نجمة	58	58	10	99	97	97	57	42	53	47	43
02 نجمة	74	72	148	160	157	155	69	62	68	68	62
03 نجوم	60	77	152	142	145	145	76	67	74	69	67
04 نجوم	64	39	57	53	54	54	23	22	34	20	20
المجموع	1184	1152	1151	1147	1140	1134	1105	1057	1042	935	927

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات.

جدول رقم: توزيع الفنادق حسب التصنيف (2001-2011).

الملاحظ من خلال أرقام الجدول تزايد عدد الفنادق بمختلف تصنيفاتها ولو بنسبة ضئيلة، غير أن الفنادق الغير مصنفة منها شهدت زيادة كبيرة، حيث تطورت من 724 في 2001 إلى 915 في 2011. بالرغم من هذه الزيادة فإنها لا تعكس حقيقة تطور ونمو القطاع السياحي في الجزائر

شمل البرنامج الحكومي في تلك الفترة تطوير قطاع السياحة حيث أصبحت السياحة قطبا متميزا يتمتع بوسائله القانونية والتنظيمية وموارده المالية المستقلة، (بتاريخ 2003/01/06 صادق المجلس الشعبي على مشروع قانون متعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة والمواقع السياحية).

- في 2008، تبنت الجزائر استراتيجية لتنمية السياحة أفق 2030. "وتعكس هذه الاستراتيجية إرادة الدولة في دعم الإمكانيات الطبيعية والثقافية، والتاريخية للبلد من أجل ترقيته إلى مرتبة الامتياز في المنطقة الأور ومتوسطة وجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز".¹⁰⁰

¹⁰⁰ http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/sdat-2030، جودة السياحة الجزائرية، le وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 30/03/18.

2- من 2012 إلى 2018:

ويعد المخطط التوجيهي للتنمية السياحية أفاق 2030 (SDAT) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر والذي تعلن بموجبه الدولة عن رؤيتها فيما يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة لضمان التسيير العقلاني والمسؤول للموارد الطبيعية ولدعم الاقتصاد الوطني على مدى العشرينية القادمة.

وترتكز الاستراتيجية السياحية على خمسة أهداف كبرى:¹⁰¹

* جعل السياحة عاملا محركا للتنمية الاقتصادية.

* الدفع التدريجي للقطاعات الاقتصادية الأخرى (الفلاحة، البناء، الأشغال العمومية، الصناعة، الصناعات التقليدية والخدمات)

* دمج ترقية السياحة مع البيئة.

* ترقية التراث التاريخي الثقافي والديني.

* تحسين صورة الجزائر وترقيتها الدائمة.

فيما يخص تكوين الموارد البشرية القائمة على قطاع السياحة فقد سطر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال بطاقة التكوين، الخطوط العريضة لاستراتيجية تنمية التكوين في مهن السياحة والفندقة التي تهدف إلى مسايرة العرض الوطني للتكوين في مهن السياحة والفندقة ومتطلبات تنمية القطاع خاصة المتعلقة منها بتطوير كفاءات وقدرات الموارد البشرية وتوفير تأطير رفيع المستوى لتسيير النشاطات السياحية.

وقد حددت "بطاقة التكوين لقطاع السياحة" التي تضمنت هذه المحاور مجموعة من الأهداف و خطة عملية من أجل تجسيدها.

¹⁰¹ Dépliant de la ANDT, MATTA, salon du tourisme Alger le : 05/2017

أهداف " بطاقة التكوين لقطاع السياحة: "

- تقييم العرض الوطني التقني والمهني للتكوين في السياحة،
- تحليل تطوّر الموارد البشرية المكونة في مهن السياحة،
- ضبط الإحتياجات الحقيقية في التكوين للقطاع السياحي،
- ضمان التوزيع الجغرافي عبر الأقطاب السياحية للتكوينات المقدمة في مختلف مهن السياحة،
- ضمان تغطية كامل التراب الوطني عن طريق جهاز تكوين تقني ومهني مفتوح للجميع،
- تحديد تخصصات جديدة في التكوين تتماشى مع تطورات قطاع السياحة،
- عصنة جهاز التكوين في السياحة وتطوير نوعيته ومردوديته من أجل إستجابته للمعايير الدولية في هذا الميدان،
- أقامة محتوى التكوين التقني والمهني في مهن السياحة وبرامجه مع الإحتياجات الحقيقية للقطاع،
- ضمان تسيير جيد للموارد البشرية والمادية المخصصة للتكوين،
- ضمان جهاز تكوين متناسق في مهن السياحة في إطار الشراكة يعتمد على مؤسسات التكوين تحت وصاية كل من الوزارة المكلفة بالسياحة والتعليم العالي والتكوين المهني من أجل ضمان تخطيط أحسن للعرض الوطني في التكوين السياحي،
- إدماج القطاع الخاص في التخطيط وتنظيم عرض التكوين في السياحة.

3-6 الخصائص السياحية للجزائر:

إن لكل بلد خصائصه ومميزاته، سواء فيما يتعلق بما هو طبيعي كالموقع الجغرافي والمناخ والتضاريس، أو ما هو متعلق بما صنعه الإنسان من تاريخ وأثار وحضارات التي تزيد من

جمال البلد أو تدهوره، والجزائر بفضل موقعها المميز ومساحتها الشاسعة، تتفرد بمقومات طبيعية، وحضرية، جد مميزة أهمها:

6-3-1 الخصائص الطبيعية والجغرافية: 102

تقع الجزائر في الشمال الإفريقي، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1644 كم¹⁰³، وشرقا تونس وليبيا، وغربا كل من المغرب وموريتانيا والصحراء الغربية، وجنوبا النيجر ومالي، وتعد الجزائر أكبر بلد في إفريقيا من حيث المساحة إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كم² وعدد سكانها يقارب 42 مليون نسمة.¹⁰⁴

ويمكن أن نميز في الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضها البعض وهما:

6-3-1-1 منطقة الشمال: تضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق

عرضية أكثر منها طولية، وهي تضم بذلك أخصب الأراضي، وتحتوي السهول على

جبال شاهقة

6-3-1-2 منطقة الجنوب الصحراوي: إن للطبيعة الصحراوية ثلاث صفات رئيسية

وهي تتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحماده والدروع، والثانية تتركز في العروق

وهي العرق الغربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق شاش، والثالثة طبيعة الهقار.

6-3-2 الخصائص التاريخية والثقافية: 105

إن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تنفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة

الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء المتوسطي، الإفريقي والإسلامي، فمعالم

الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة

الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية والعثمانية

102 عبد القادر شلالي، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، المحور الثالث: واقع السياحة في الجزائر وسبل ترقيته. معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي "أكلي محند أولحاج" بالبويرة. الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر: واقع وآفاق" ماي 2010.

103 <https://www.djazairiss.com/alfadjr/18297> le 27/11/17.

104 الديوان الوطني للإحصائيات. www.ons.dz le 10/06/2017.

105 مقال واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، <http://www.startimes.com/f.aspx?t=33442665> le 09/03/15

الإسلامية، وقد صنفت منظمة اليونسكو مناطق أثرية بالجزائر ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي، كمنطقة الطاسيلي وتيبازة وجميلة وتيمقاد ووادي ميزاب وحي القصبية. إن السياحة الثقافية والترفيهية، تستقطبان الكثير من الاهتمام في اختيار التوجهات السياحية، حيث يزداد الطلب عليها، وبهذا الصدد تتميز الجزائر بمزايا كفيلة بتلبية الطلبات الأكثر تشدداً، بفضل امتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء والتراث الثقافي الذي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية.

إن الصناعة التقليدية والحرفية التي تتوفر عليها الجزائر تجعل السياحة الثقافية أكثر انتعاشاً خاصة في موسم الاصطياف، بحيث يكتسي دور الصناعات التقليدية أهمية كبيرة في ترقية السياحة، فاهتمام الشباب بهذه الصناعات حسب المناسبات يعطي فرصة أكبر للسياح لاكتشاف هذه القدرات والمواهب، ومن ثم التعريف بثقافة وحضارة الأمة.

7-أنواع السياحة:

لقد اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف ومعيار المنطقة الجغرافية، فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية والاستشفائية والسياحة البيئية، أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية والإقليمية والخارجية.

7-1 السياحة حسب المنطقة الجغرافية: 106

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى:

أ- **سياحة داخلية:** وتعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلدانهم، كما تشمل انتقال السائحين داخليا ويتم إنفاق العملة المحلية، وتكمن أهمية السياحة الداخلية في أنها:

- تساعد على استغلال المنشآت السياحية.

- تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها وبضائعها.

106 مرجع سابق الذكر، عوينان عبد القادر، ص 19.

- تساعد على زيادة الدخل القومي للسكان.

- تزيد من وحدة المجتمع والتضامن الاجتماعي والتمسك بالقيم السائدة.

وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها:

- تجسيد دور وزارة السياحة في التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي للبلد.

- الفنادق والمطاعم السياحية.

- خدمات النقل الجوي والبري.

ب - **سياحة إقليمية:** هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، الدول الإفريقية، دول المغرب العربي، دول جنوب شرق آسيا، وتتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح.

ت - **سياحة خارجية:** وهي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة والتعرف على بلاد جديدة وعادات أهلها وطرق معيشتهم وتفكيرهم وإنجازاتهم وتساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال:

- عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول والشركات السياحية

- توسيع التعاون وتعميقه، وتبادل المساعدات في مجال الدعاية السياحية والإعلان السياحي.

7-2 السياحة حسب الهدف:

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

أ - **السياحة الدينية:** وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية¹⁰⁷ ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية، وهذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان وبالتالي فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي.

ب - **السياحة العلاجية والاستشفائية:** وهي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما يساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إليها والمنتجات السياحية التي خصصت لهذا الغرض وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض ترجع أهمية هذا النوع من السياحة إلى التطور التكنولوجي والتقني الهائل وما تبع ذلك من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت التي أدت إلى ظهور أمراض كثيرة مثل القلق والتوتر النفسي.¹⁰⁸

ت - **السياحة الثقافية والتاريخية:** تهدف إلى التعرف على الحضارات القديمة كالحضارة الفرعونية المصرية القديمة والحضارات الإغريقية والرومانية والحضارة العثمانية الإسلامية على مر العصور¹⁰⁹ وزيارة المناطق الأثرية الهامة والتمتع بمشاهدة التراث القديم من المعابد والمتاحف والقصور.¹¹⁰ كما يعتمد هذا النوع من السياحة على إقامة المهرجانات الثقافية والفنية مثل مهرجان السينما العربية أو حفل توزيع جوائز الأوسكار في و.م.أ ومهرجان كان للسينما الدولي.... ويعد هذا النوع من السياحة أحد أشكال السياحة التي يسعى إليها السائحون بهدف إشباع رغباتهم حيث يعتمد هذا النوع على إقامة الندوات الثقافية وكذا المعارض الخاصة بالكتب والمسابقات الثقافية.

¹⁰⁷http://www.babreitenbrunn.de/fileadmin/benutzer/benutzer_tw/skripte/frau_tschater/Les_differentes_for_mes_de.pdf le 20/02/15.

¹⁰⁸ مرجع سابق الذكر، حميدة بوعموشة، ص28.

¹⁰⁹ مرجع سابق الذكر، عوينان عبد القادر ص22.

¹¹⁰ رزاز محمد عبد الصمد، مداخلة رقم 01، ملف اليوم الدراسي حول التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية ولاية برج بوعريبيج، 2009/12/21، ص14.

ث-السياحة الترفيهية: ويمكن تسميتها السياحة الزرقاء وتستهدف السواحل على الأغلب¹¹¹ هي من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق جذبا لحركة السياحة الترفيهية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس بالهوايات مثل صيد السمك، الغوص والتزلج والذهاب إلى المناطق الجبلية والصحراوية.

ج-سياحة المؤتمرات والأعمال: 112

ويشتمل هذا النوع من السياحة حضور والمشاركة في مجموعة من الأنشطة من ملتقيات والاجتماعات ومعارض ومؤتمرات علمية، ويتطلب هذا النوع من السياحة وجود تسهيلات وخدمات سياحية لقاءة المؤتمرات بالإضافة إلى أساليب الترجمة الفورية هذا من ناحية وتوفير الإقامة المناسبة والنقل والتسهيلات من ناحية أخرى، وتوفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ، ووجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات وكذلك المطارات الدولية¹¹³.

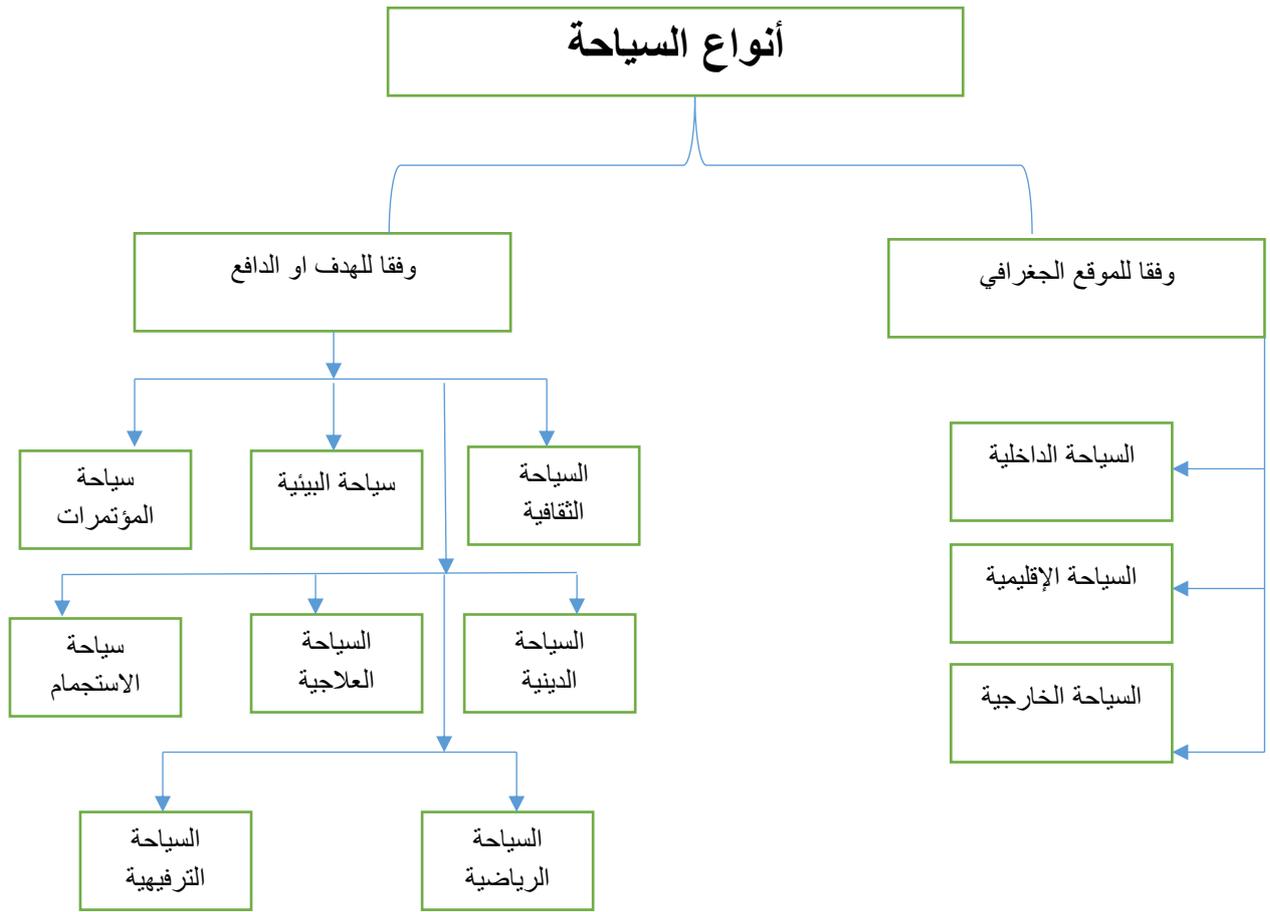
د-السياحة الرياضية: 114

كما يعرفها سمير أشرف الميداني: هي إنتقال الفرد من البلد الذي يعيش فيه على سبيل الإعتياد بغرض المشاركة في المناسبات الرياضية وما يصاحبها من نشاطات مختلفة.

¹¹¹http://www.babreitenbrunn.de/fileadmin/benutzer/benutzer_tw/skripte/frau_tschater/Les_differentes_for_mes_de.pdf le 20/02/15

¹¹²http://www.babreitenbrunn.de/fileadmin/benutzer/benutzer_tw/skripte/frau_tschater/Les_differentes_for_mes_de.pdf le 20/02/15.

¹¹³ مرجع سابق الذكر، عوينان عبد القادر ص23.
¹¹⁴ سمير أشرف الميداني ، مرجع سابق الذكر، ص 52.



الشكل رقم 07: ملخص لأنواع السياحة. 115

8- علاقة السياحة والبيئة: 116

إن التفاعل بين البيئة والإنسان هو المحرك الأساسي للنشاط السياحي فالإنسان يتفاعل مع الظروف الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والحضارية ويؤثر الإنسان على البيئة عمدا وغير عمدا وهو بذلك يؤثر في التركيب الإيكولوجي للبيئة.

9- أثر السياحة على البيئة: 117

تتطوي السياحة على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم فكلما كانت نظيفة وصحية كلما ازدهرت السياحة وانتعشت وتبدو للوهلة الأولى أن السياحة أحد مصادر المحافظة على

115 أبو بكر عوني عطية على، التنظيم الدولي للسياحة الرياضية، نحو إنشاء منظمة دولية مقترحة للسياحة الرياضية. ص 51
 116 هاشم محمد صالح، الجغرافية السياحية ص 95.
 117 عامر طراف وحياة حسنين، المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنمية المستدامة، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2012، ص 117.

البيئة وأنها لا تسبب الإزعاج أي ليست مصدرا من مصادر التلوث، لكنها على العكس، فبالرغم من الجوانب الإيجابية للسياحة فهي تشكل مصدرا رئيسيا من مصادر التلوث في البيئة من ناحية وبينها وبين المصالح الاقتصادية والاجتماعية التي هي في الأساس تقوم عليها.

نتطرق إلى بعض الآثار السلبية للسياحة على البيئة منها:

- تسعى كل الدول إلى جذب السياح وزيادة أعدادهم ما يؤدي إلى زيادة استخدام وسائل النقل (الملوثة للبيئة)، الفنادق، كافة الخدمات منها الكهرباء والماء... الخ
- إتلاف ببعض الآثار لعدم وجود ضوابط لمحافظة عليها أو تعامل السياح معها بشكل غير لائق.
- ازدياد تلوث الغلاف الجوي بسبب الغازات الدفيئة تؤدي إلى الاحتباس الحراري.
- ممارسة السياح لبعض الرياضات البحرية أدى إلى الضرر بالكائنات البحرية من أسماك نادرة والشعب المرجانية ما يؤدي إلى نقص الحركة السياحية في هذه المناطق.
- زيادة تلوث مياه البحر وخاصة البحر الأبيض المتوسط، لم تعد صالحة للسياحة نتيجة التخلص من مياه المجاري ومخلفات بواخر نقل المسافرين والسلع.

9-1 الآثار الإيجابية: 118

للسياحة تأثيرات إيجابية مختلفة على البيئة، ونذكرها كما يلي:

9-1-1 الحفاظ على الموارد الطبيعية الهامة:

تعد العوامل الطبيعية أحد أهم عوامل الجذب السياحي، وبدون استغلالها يمكن أن يترك مجالا لإهمالها، وبالتالي ستفقد كل المناطق السياحية والتراثية قيمتها، حيث أن إقبال السياح لمكان معين سيكون حافزا كبيرا وقويا للحفاظ عليها، نتيجة لما تحققه من عائد

118 مرجع سابق الذكر، بوعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية، ص 23

اقتصادي، والذي يستخدم فيما بعد في صيانتها والحفاظ عليها، لتكون فيما بعد مورداً آخر من موارد الدولة.

2-1-9 الحفاظ على الآثار والأماكن التاريخية والمعمارية

السياحة تعطي حافزا للحفاظ على الأماكن التاريخية والمناطق الأثرية باعتبارها عناصر جذب سياحية، لأنه في الأغلب سيساهم العائد منها على زيادة الموارد المالية اللازمة لصيانتها وترميمها والحفاظ عليها وإعادة إعمارها، باعتبارها كمناطق جذب سياحية أو أماكن لإقامة السائحين، وبذلك تستفيد البيئة من خلال حماية بعض الأماكن التي كانت معرضة للاختفاء.

3-1-9 تحسين مستوى جودة البيئة:

من خلال محاولة الحد من العديد من مشاكل البيئة والحد من التلوث الهوائي والمائي والضوضاء ومختلف المخلفات تعطي السياحة الحافز الأكبر لرفع مستوى النظافة في البيئة، كذلك الاهتمام بجماليات البيئة من خلال الاهتمام بالتخطيط البيئي للمواقع السياحية، كذلك تطوير وتجميل المنشآت السياحية بحد ذاتها.

4-1-9 رفع مستوى الإحساس البيئي:

أغلبية المناطق السياحية تعاني من قلة الاهتمام بالبيئة الطبيعية من طرف المواطنين، من هنا يأتي دور السياحة من خلال تحسيس المواطن بمدى اهتمام السائح بالبيئة الطبيعية للغرض السياحي، والتي تخلق بداخله أهمية الحفاظ على البيئة قصد تحقيق المنفعة الخاصة والعامّة، والتي تتولد من خلال تزايد التدفق السياحي للمنطقة.

10-السياحة البيئية:

1-10 تعريف البيئة: 119

البيئة هي الإطار الذي يعيش فيه الإنسان والكائنات الحيّة الأخرى كافة، أو أنّ البيئة هي شيء نسبي يختلف في محتواه ومكوناته باختلاف المستوى التجميعي الذي ننظر منه إلى النظام المراد تحديد بيئته، وكذلك باختلاف بعده الزمني أيضا.

أما البيئة في اللغة العربية فتعني مكان الإقامة أو المنزل أو المحيط، والبيئة الطبيعية للإنسان هي الأرض وهي الوسط أو المحيط المهيأ والذي يناسب حياته.

ويمكن إعطاء تعريف يوضّح مدلول البيئة الطبيعية كما يلي " :البيئة هي مجموع الجوانب

الفيزيائية والبيولوجية من ماء وهواء وتربة وبحار ومحيطات ونباتات وحيوانات وتفاعلاتها

المتداخلة من دورات الرياح والمياه، وظواهرها الكلية مثل المناخ وتوزيعاته الجغرافية،

كما تشمل الثروات الطبيعية المتجددة كالزراعية والمصايد والغابات...الخ، وغير المتجددة

كالمعادن والبتترول .

أما تعريف البيئة حسب المشرّع الجزائري، والذي تم استخلاصه من المادة 04 من

القانون رقم 10/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية

المستدامة فيعرفها كما يلي: تتكون البيئة من الموارد الطبيعية اللاحيوية والحيوية، كالماء

والهواء والجو والأرض وباطن الأرض والنبات والحيوان بما في ذلك التراث الوراثي وأشكال

التفاعل بين هذه الموارد وكذا الأماكن والمناظر والمعالم الطبيعية.

2-10 تعريف السياحة البيئية: 120

ظهرت السياحة البيئية في ثمانينيات القرن العشرين على أعقاب تقرير برونتلاند « Brundtland » عام 1987م الصادر من قبل اللجنة الدولية لحماية البيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة ، ومصطلح " السياحة البيئية" مصطلح حديث نسبيا جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط السياحي الصديق للبيئة.¹²¹

وهناك عدة تعاريف لتبين معناها "فهناك من يعرفها على أنها: السفر والانتقال من مكان لآخر بغرض الاستمتاع والدراسة والتفهم والتقدير وبروح المسؤولية للمناطق الطبيعية البكر مع كل ما يصاحبها من مظاهر ثقافية وتقليدية، وبتعبير آخر هي مجموعة أفكار وخطوط تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية والأثرية والدينية والصحية والطبيعية بكل عناصرها، من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وجبال وغابات وصحراء، وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة.

ويعرفها الصندوق العالمي للبيئة تعرف بأنها: السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية والتعرف على حضاراتها ماضيا وحاضرا¹²² "

كما يعرفها مجلس إدارة جمعية السياحة البيئية كما يلي: وهي السفر المسؤول باتجاه المناطق الطبيعية، والذي يحافظ على البيئة ويدعم الرخاء للسكان المحليين.¹²³

ويمكن تعريف السياحة البيئية على أنها عملية تعلم وثقافة وتربية بمكونات البيئة، وبذلك فهي وسيلة لتعريف السياح بالبيئة والانخراط بها . "ومع تدفق السياح بأعداد كبيرة لمختلف المواقع السياحية، والاهتمام الكبير بالتنوع الحيوي من طرف السياح، جعل الحياة الفطرية والعديد من

¹²⁰ مرجع سابق الذكر، عامر طراف وحياة حسنين، المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنمية المستدامة، ص 101

¹²¹ Jean Camy Leigh Robinson, C O I, p 11.

¹²² مرجع سابق، عامر طراف وحياة حسنين، المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنمية المستدامة، ص 101

¹²³ Laura LECOLLE, *Ecotourisme : outils et bonnes pratiques*, conservatoire des espaces naturels du Languedoc-Roussillon, France, Avril 2008, p 10.

البيئات مهددة بالزوال نظرا للتخريب الذي تعرضت له من طرف السائح نفسه، هذا ما جعل حتمية وضرورة اهتمام السياحة بالأمر البيئية، وللاهتمام والحفاظ على البيئة يجب الاشتراك مع السكان المحليين.

1-2-10 تعريف السائح البيئي:

"السائح هو الإنسان الذي ينوي السفر لقضاء إجازته خارج سكنه الأصلي أو مكان عمله، بهدف الاستمتاع بالطبيعة أو زيارة أماكن أثرية تاريخية أو التعرف على مجتمعات أخرى"¹²⁴ من هذا التعريف نستنتج بأن المناظر الطبيعية تسحر السائح، وتدفعه إلى السفر إلى المناطق المحافظة على تراثها الطبيعي والثقافي لقضاء إجازته، والترويج على النفس في أحضان الطبيعة والتمتع بمراقبة الحياة البرية، ومشاركة سكان البلد المضيف عاداتهم وتقاليدهم بكل بساطتها بعيدا عن الأماكن المزدحمة وحياة المدن¹²⁵.

لكي يكون السائح صديقا للبيئة عليه أن يتصف بالصفات التالية:

- يحاول الحصول على الخبرة الحقيقية الشخصية والاجتماعية.
- وجود رغبة كبيرة في التعرف على الأماكن الطبيعية والحضرية.
- التمتع بروح المغامرة والتحدي للوصول إلى هدفه وتحمل المشاق والصعوبات التي تواجهه في رحلته.

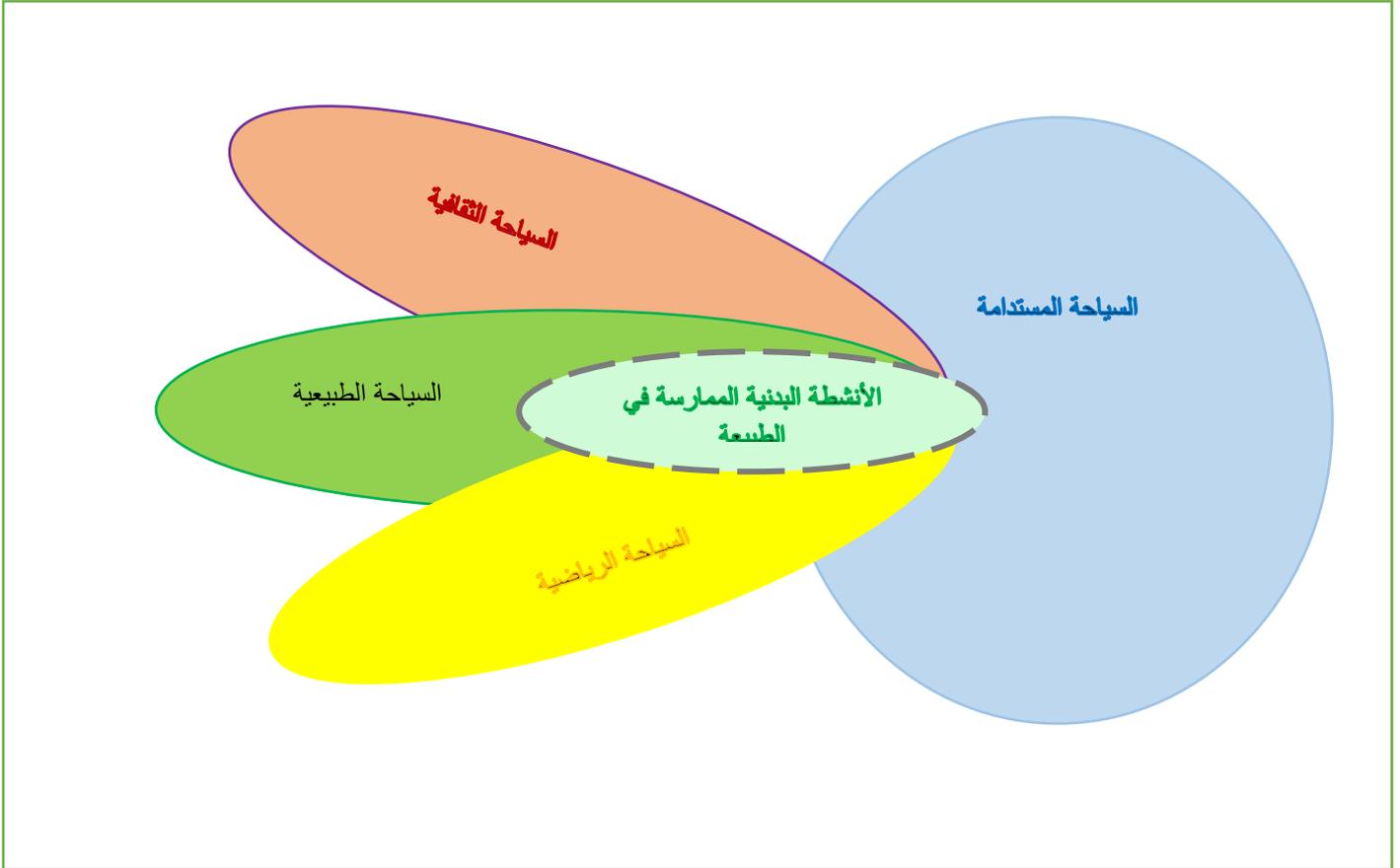
• حسن التفاعل مع السكان المحليين وسهل الانخراط في حياتهم الاجتماعية وثقافتهم.

• سهل التكيف مع ظروف الرحلة حتى مع وجود خدمات بسيطة.

• إيجابي و غير انفعالي.

¹²⁴ بمرجع سابق، وعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية، ص5.
¹²⁵ برفوق عبد الرحمان، قسمية منوبية، مداخلة بعنوان "دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع" في فعاليات ملتقى "إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة"، بسكرة، 2014، ص6.

- يسعى إلى إنفاق نقوده من أجل الحصول على الخبرة و ليس على الراحة فقط3 .
- يفضل الأساليب البسيطة في الحياة ويميل إلى الإقامة في الأكواخ و الخيام والمبيت في المناجم ولا تهمة الفنادق والمطاعم الفاخرة ويرغب في تجريب الأطعمة الشعبية التقليدية4 .
- وإذا توفرت هذه الصفات في أي سائح فإننا بذلك سنحقق الأهداف التي تصبوا إليها السياحة البيئية المستدامة والتي أهمها حماية البيئة السياحية.



الشكل رقم 08 مخطط يوضح تفاعلات بين السياحة المستدامة والسياحة البيئية مع أنواع أخرى للسياحة.¹²⁶

¹²⁶ Laura LECOLLE, Ecotourisme : outils et bonnes pratiques, conservatoire des espaces naturels du Languedoc-Roussillon, France, Avril 2008, p 9.

10-2-2 خصائص السياحة البيئية:

- السياحة البيئية نشاط إنساني يمارسه البشر وفق قواعد وضوابط تحمي وتصون الحياة الفطرية الطبيعية وترتقي بجودتها وتحول دون تلوثها وتعمل على المحافظة عليها للأجيال الحالية والقادمة.
 - السياحة تحافظ على النوع وتحمي الكائنات من الإنقراض.
 - السياحة البيئية نشاط له عائد ومردود اقتصادي متعدد الجوانب (تجمع بين الجانب المادي الملموس والجانب المعنوي الأخلاقي المؤثر، والمبادئ والقيم الحميدة).
 - السياحة البيئية نشاط يجمع بين الأصالة في الموروث الحضاري الطبيعي والحدثة في تحضرها الأخلاقي والقيمي حيث تجمع بين الحديث والقديم
- ومما سبق لنا يتضح لنا أن السياحة البيئية فعالة الأثر فهي سياحة غنية كثيفة العائد والمردود، وهي سياحة لا ينجم عنها تلوث بيئي، بل هي محافظة على سلامتها جمالها.

10-3 أهمية السياحة البيئية:

اكتسبت السياحة البيئية دورا من كونها تعمل على تحقيق مجموعة متكاملة من الأهداف في الوقت الذي تستمد أهميتها من ذاتها، ويمكن التعرف على أهميتها فيما يلي:

10-3-1 الأهمية الاقتصادية:

تمثل السياحة البيئية أرقى صور الاستثمار الاقتصادي الآمن، لأنه استثمار لا تترتب عليه أي مخاطر بيئية يصعب معالجتها بل انه كثيرا ما يضيف هذا الاستثمار رونقا وجمالا على البيئة، ومن هنا نجد أن السياحة البيئية تعتبر وسيلة وأداة رئيسية لتحقيق التنمية المستدامة.¹²⁷

كما تتمثل أهمية السياحة البيئية في المجال الاقتصادي، كون أن أماكن ممارسة السياحة البيئية تعد من أكثر الموارد ندرة في العالم، لذا يمكن الاستفادة من عنصر الندرة في تحقيق التنمية المستدامة، كذلك

¹²⁷ مرجع سابق، محسن أحمد الخضير، السياحة البيئية، ص54.

استغلال العوائد المالية وتوفير فرص عمل جديدة، وتوظيف العاطلين عن العمل، وتنويع العائد الاقتصادي ومصادر الدخل القومي وتحسين البنية التحتية وبالتالي زيادة العوائد الحكومية.¹²⁸

10-3-2 الأهمية الاجتماعية:

وباعتبار أن السياحة البيئية صديقة للمجتمع فهي تقوم على الاستفادة مما هو متاح في المجتمع من موارد وأفراد وكذلك ثقافات، عادات وتقاليد، حيث تعمل على تنمية العلاقات الاجتماعية وتحسين عملية تحديث المجتمع، فزيارة السياح للمناطق البعيدة يساعد على نقل مجتمعاتها المنعزلة إلى مجتمعات منفتحة، لكن دون المساس بالعادات والتقاليد، كذلك العمل على إبقاء المجتمع في حالة عمل دائم، فالسياحة في هذه المناطق تساعد على محاربة البطالة، وتحسين ظروف معيشة السكان المحليين.¹²⁹

10-3-3 الأهمية الثقافية:

- تعمل على نشر المعرفة وزيادة تأثيرها على تطوير وتقديم البرامج السياحية البيئية ونشر الثقافة المحافظة على البيئة.

- المحافظة على الموروث الثقافي والتراث الثقافي الإنساني وثقافة الحضارة والمواقع التاريخية، وصناعة الأحداث والمناسبات الثقافية والعمل على الاستفادة من الثقافة المحلية مثل الفنون الجميلة والأدب والفلكلور وسياحة الندوات واللقاءات الثقافية.

- المحافظة على التوازن البيئي ومن ثم حماية الحياة الطبيعية البرية والبحرية والجوية من التلوث، وبالتالي تستخدم كمنهج للوقاية بدلا من أساليب المعالجة مما يحافظ على أليات تحقيق التوازن والصحة البيئية.

¹²⁸ مرجع سابق، فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، بين النظرية والتطبيق، ص86.

¹²⁹ نفس المرجع، فؤاد بن غضبان، ص87.

تساعد السياحة البيئية على الانفتاح على الخارج، بخروج بعض المجتمعات من عزلتها وانغلاقها على ذاتها في الداخل، وتحقيق قدر كبير من التفاعل الاجتماعي وزيادة العلاقات الاجتماعية من خلال حسن مقابلة ومعاملة السياح من مختلف الجنسيات والأعراق من طرف السكان المحليين للمجتمع المضيف.¹³⁰ وتؤثر السياحة البيئية على الثقافة الوطنية والشخصية الوطنية وعلى العلاقات بين الأفراد والأسر والمجتمعات.¹³¹

10-3-4 الأهمية الإنسانية للسياحة البيئية:

- نعد نشاطا إنسانيا تعمل على توفير الحياة الجميلة للإنسان حيث تقدم له العلاج من القلق والتوتر وتوفر له الراحة والإنسجام وإستعادة الحيوية والنشاط والتوازن العقلي والعاطفي. وصفاء النفس وعلاج لأمراض العصر.

10-3-5 الأهمية السياسية:¹³²

- الأمن البيئي بعدم الدول للاضطرابات بسبب عدم رضا أفراد المجتمع المحلي عن تلوث أو الضرر بالبيئة ويتم تصحيح ذلك بالسياحة البيئية.

- تدفع الساحة البيئية إلى الاهتمام وترميم وصيانة الأثار والحفاظ عليها وهي من العناصر الهامة في البيئة السياحية.

10-4 الأسس والعناصر التي تعتمد عليها السياحة البيئية:

• **الأساس الطبيعي** : السياحة البيئية هي نشاط إنساني يمارسه الإنسان وفق شروط وضوابط وقواعد متحكمة تحمي وتصون الحياة الفطرية الطبيعية.

¹³⁰ مرجع سابق الذكر، برقوق عبد الرحمان، قسمية منوبية.

¹³¹ مرجع سابق الذكر: حمزة درادكة، ص 81.

¹³² مرجع سابق الذكر، فؤاد بن غضبان، ص 89.

• **البيئة المستدامة :** السياحة البيئية تحافظ على التنوع الحيوي وتحمي الكائنات من الانقراض.

• **الفائدة المحلية:** السياحة البيئية نشاط له عائد وله مردود، سواء مادي أو معنوي.

• **إرضاء السائح:** السياحة البيئية نشاط يجمع بين الأصالة في موروثها الحضاري الطبيعي، وما بين الحدائة في تحضرها الأخلاقي والقيمي.

• **التعليم البيئي:** السياحة البيئية هي التزام أخلاقي وأدبي أكثر منها التزام قانوني تعاقدى تعاھدي، وهو التزام فاعل ليس فقط على الفرد السائح أو على مستوى الشركة المنظمة لها أو على مستوى الدولة المستضيفة، ولكن على مستوى العالم ككل.

10-5 وسائل دعم السياحة البيئية: ¹³³

10-5-1 القطاع العمومي (الدولة):

- العمل على وضع السياسات الخاصة بالسياحة البيئية والمكونة من مجموعة من الأنظمة والقوانين والتشريعات.

- العمل على خلق التوازن بين الأنشطة السياحية والبيئية بما يحقق التنمية المستدامة لمناطق الجذب السياحي.

- دراسة وتقييم الأثر البيئي للمشاريع السياحية، حيث تتم دراسة أي مشروع قبل الترخيص له ووضع التوصيات متعلقة بالسياحة على البيئة خاصة التي تقام في المناطق التراثية.

- التوعية البيئية لكافة شرائح المجتمع من خلال وسائل الإعلام بمختلف أنواعها.

- تحديد الأماكن السياحية والعمل على تشييد ودعم البنى الأساسية والخدمات المساندة.

¹³³ نفس المرجع، ص 92

- وضع الخطط والبرامج الكفيلة بإنشاء وتنفيذ مشاريع السياحة البيئية بحيث تتوافق مع المحافظة على البيئة، والأثار والتراث الحضاري والثقافي

- العمل على جذب وتشجيع الاستثمارات في مجال السياحة البيئية من خلال تقيم الحوافز والتسهيلات للمستثمرين.

- الاهتمام بمعالجة النفايات الضارة بالبيئة، والإهتمام بالمنزهات والحدائق العامة والمناطق الخضراء.

- إنشاء المحميات التراثية والطبيعية ذات الأحكام الخاصة من أجل المحافظة على المواقع التراثية والمناطق الطبيعية في تلك المحميات وفتح الفرص للمستثمرين الأجانب في هذه المواقع.

2-5-10 القطاع الخاص (الأفراد)

- توفير البنية اللازمة لتنمية وتطور السياحة البيئية والممثلة في إنشاء الفنادق والمطاعم والمرافق الخاصة بالمنشآت الرياضية.

- التركيز على توظيف العمالة الوطنية في كافة المشاريع التي تتعلق بالسياحة البيئية والعمل على تدريبهم بما يناسب نوعية السياحة البيئية.

- التفاوض مع الشركات الأجنبية في مجال السياحة البيئية.

- التركيز على تنويع المستويات في مشروعات السياحة البيئية لتناسب جميع فئات السكان.

11-موقف الجزائر من الإتفاقيات الدولية لحماية البيئة:

سعت الجزائر منذ الاستقلال إلى العمل البيئي على جميع المستويات، رغم ركونها إلى موقف الدول النامية إلا أنها صادقت على مجمل الاتفاقيات البيئية الدولية، وكانت سبّاقة في الدعوة إلى بعضها من خلال القانون 03/10 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة للسياحة المؤرخ في 17 فبراير 2003 والذي يحدد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها.¹³⁴ كذلك قانون رقم 03-04 ممضي في 23 يونيو 2004 يتعلق بحماية المناطق الجبلية في إطار التنمية المستدامة.¹³⁵

حيث نجد الجزائر طرفا في العديد من الاتفاقيات الدولية البيئية الهامة حيث صادقت على الاتفاقية المتعلقة بالتراث العالمي الثقافي والطبيعي المبرمة بباريس في 16 نوفمبر 1972، كما صادقت في 13 ماي 1974 على الاتفاقية الدولية المتعلقة بأحداث صندوقا دوليا لتعويض عن الأضرار المترتبة عن التلوث بسبب المحروقات المحتضنة ببروكسل في 18 ديسمبر 1971، كما انضمت الجزائر إلى الاتفاقية الدولية حول مكافحة تلوث مياه البحر بالوقود، وكذلك اتفاقية حماية البحر الأبيض المتوسط من التلوث المبرمة ببرشلونة في 16 فيفري 1976.¹³⁶ كما صادقت على الاتفاقية المتعلقة بحماية الأراضي الرطبة ذات الأهمية الدولية المنعقدة في مدينة رامسار الإيرانية بتاريخ 2 فيفري 1971، (بإعتبارها موطناً مهماً للكائنات البرية والبحرية ولا سيما الطيور المائية وتلتزم الدول الأطراف المتعاقدة بتحديد الأراضي الرطبة على إقليمها)، كما صادقت الجزائر على الاتفاقية الدولية لمكافحة التصحر لعام 1994: أبرمت هذه الاتفاقية في باريس بتاريخ 14 أكتوبر عام 1994 وتهدف لحماية البيئة من التصحر.¹³⁷

¹³⁴ القانون 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة المؤرخ في 17 فبراير 2003.

¹³⁵ موقع وزارة البيئة والطاقات المتجددة le 08/03/18 http://www.meer.gov.dz/ar/?page_id=246

¹³⁶ محمود الابرش، السياسة البيئية في الجزائر في ظل الإتجاهات البيئية العالمية، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017.

¹³⁷ <http://www.startimes.com/?t=27400783> le 10/03/18. الإتفاقيات الدولية حول البيئة

ولقد أعطت الدولة الجزائرية اهتماما لقطاع السياحة نظرا لأهميته الاقتصادية والاجتماعية، فلجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات التنمية المستدامة لهذا القطاع والقوانين الخاصة باستغلال الشواطئ، وكذا مناطق التوسع السياحي.

- حيث يشير قانون رقم 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة المؤرخ في 17 فبراير 2003 والذي يحدد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها.

ويهدف هذا القانون إلى:¹³⁸

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة.
- وإدماج وجهة الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية الصورة السياحية.
- إعادة الإعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والإستقبال.
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والإستجمام والتسلية.
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة وتثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية
- ترقية وتنمية الشغل في الميدان السياحي.
- التطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية.
- تثمين التراث السياحي الوطني.

وقد حدد المشرع الجزائري بموجب المادة 09 من القانون 01/03 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة. أهداف التنمية السياحية والمتمثلة في رفع قدرات الإنتاج السياحي خاصة عن طريق

¹³⁸ القانون 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة المؤرخ في 17 فبراير 2003.

الاستثمار السياحي، مع الحرص على تثمين التراث السياحي الوطني، مبينا أن التنمية السياحية تتدرج من حيث أهدافها وغاياتها ضمن السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. ولتحقيق الأهداف السالفة الذكر تتخذ الدولة الإجراءات وأعمال دعم ومساعدات وتمنح إمتيازات مالية وجبائية نوعية، خاصة بالإستثمار السياحي، قصد تسجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة وإحداث أثار إيجابية على الاقتصاد الوطني.

خلاصة

تحتل السياحة مكانة مميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والدول النامية نظرا لدور السياحة في عملية التنمية الاجتماعية والثقافية، الإقتصادية.

كما تعتبر أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين شعوب باختلاف أنواعها وتعتمد على مقومات طبيعية وبشرية ومادية للتطور وتنتعش.

- تقسم السياحة إلى أنواع حسب معيارين وهما: الغرض أو الهدف منها والثاني المنطقة الجغرافية المراد زيارتها.

ولكن ومع تدفق أعداد السياح بأعداد كبيرة للمواقع السياحية واهتمام السياح بالتنوع الحيوي، جرى تخريب وتدمير للعديد من البيئات وتهديد المواقع السياحية الطبيعية والآثار ولذلك بدأت تتعالى الأصوات بضرورة اهتمام السياحة بالأمور البيئية، وكنتيجة لذلك ظهر ما يعرف بالسياحة البيئية والتي تعني السفر المسؤول باتجاه المناطق الطبيعية والمحافظة على البيئة ودعم رخاء السكان المحليين.

أدرجت الجزائر في قانونها سياسة التنمية المستدامة من أجل المحافظة على البيئة وحمايتها من النشاط الإنساني.

الجانب التطبيقي

الفصل الأول

منهج البحث وإجراءاته

الميدانية

تمهيد:

بعد دراسة الجانب النظري والتطرق إلى الجوانب المتعلقة بالموضوع مع شرح كل جانب والاستعانة بالدراسات السابقة والمرتبطة بالموضوع إلا أن الحصول على نتائج دقيقة لدراسة ما لا يقتصر فقط على الدراسة النظرية وإنما يتطلب إجراءات ميدانية وإتباع منهجية البحث العلمي للإجابة على التساؤلات التي طرحتها في بداية البحث والتأكد من صحة الفرضيات الموضوعية.

1-1 منهج البحث:

أ- تعريف المنهج العلمي:

يعتبر المنهج العلمي الوسيلة والسند الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أي بحث علمي أو عمل ميداني في مختلف العلوم والمجالات فهو عبارة عن مجموعة من القواعد والعمليات الخاصة التي تتيح الحصول على المعرفة السليمة في طريق بحث عن الحقيقة لعلم من العلوم.¹³⁹

ب- المنهج العلمي المتبع:

تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، دراسة الحالة حيث يقوم منهج دراسة الحالة على أساس إختيار وحدة إدارية وإجتماعية واحدة كأن تكون مدرسة، أو مؤسسة واحدة، أو فردا أو جماعة واحدة وجمع مجموعات تفصيلية عن كل جوانب أنشطتها وصفاتها.

تعريف دراسة الحالة:

إن منهج دراسة الحالة هو نوع من البحث المتعمق في فردية وحدة اجتماعية سواء كانت هذه الوحدة فردا أو أسرة أو قبيلة أو قرية أو نظاما أو مؤسسة اجتماعية أو مجتمعا محليا أو مجتمعا عاما يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات المفصلة عن الوضع القائم للوحدة وتاريخها وخبراتها الماضية وعلاقتها مع البيئة ثم تحليل نتائجها بهدف الوصول إلى تعميمات يمكن تطبيقها على غيرها من الوحدات المتشابهة¹⁴⁰، وتستخدم دراسة الحالة كوسيلة لجمع المعلومات والبيانات في دراسة وصفية، وكذلك يمكن تعميم نتائجها على الحالات الأخرى المشابهة، شرط أن تكون الحالة ممثلة للمجتمع الذي يراد تعميم الحكم عليه، وبحيث تستخدم أدوات قياس موضوعية¹⁴¹

فمنهج دراسة الحالة يقوم على التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ حياة الوحدة موضوع الدراسة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها، وكذلك يقوم بفحص واختيار مجموعة العوامل التي تتصل بسلوك معين في هذه الوحدة وذلك بغرض الكشف عن العوامل التي تؤثر في الوحدة المدروسة وعن العلاقات السببية بين أجزاء هذه الوحدة¹⁴².

1-2 مجتمع الدراسة:

¹³⁹ محمود عوض بسيوني، فيصل ياسين الشاطي: نظريات وطرق التربية البدنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 206.
³ أوما سيكاران: طرق البحث في الإدارة مدخل بناء المهارات البحثية، ترجمة اسماعيل بسيوني وعبد الله بن سليمان العزاز، دار النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2006، ص 67.
¹⁴¹ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، اليازوري، عمان، الأردن، 2008 ص 135.
¹⁴² - سامي عريفج وآخرون: مناهج البحث العلمي وأساليبه، دار مجدلاوي للنشر عمان، الأردن، 1999، ص 204.

استهدفت الدراسة المركز الوطني للرياضة والتسلية CNSLT وقد وقع إختيار الباحثة على هذه المنشأة كونها المؤسسة الوطنية الوحيدة ذات الطابع التجاري الصناعي تحت إشراف وزارة الشباب والرياضة والتي تهدف إلى ترقية الرياضة والسياحة معا.

1-3 أدوات البحث:

1-3-1 الدراسة النظرية:

ويطلق عليها: " المعطيات البيليوغرافية " وتتمثل في البحث في كل المراجع من كتب، مذكرات، مجلات، جرائد رسمية، نصوص ومراسيم قانونية التي لها علاقة بالسياحة، الرياضة وحماية البيئة، وقد اختلفت المصادر من عربية إلى أجنبية وكل الدراسات التي لها صلة بالموضوع.

2-3-2 المقابلة:

في البحث العلمي تعرف بأنها "محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بغير الوصول إلى معلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة، يحتاج البحث الوصول إليها، بضوء أهداف بحثه، وتمثل المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات، التي يطلب الإجابة عليها والتعقيب عليها، وجها لوجه، بين الباحث والشخص أو الأشخاص المعنيين بالبحث".

للمقابلة عدة أنواع، وتصنيفها على أساس العديد من الأبعاد ومن أهم تلك التصنيفات ما يقوم على أساس نمط الإستجابة، حيث تقسم المقابلة إلى نوعين وهما المقابلات الغير موجهة أي الغير مقننة، وهي المقابلات التي يعطى فيها الفرد الحرية كاملة وغير محدودة في الإستجابة، والمقابلة الموجهة والمقننة وهي التي يوجه فيها المجيب كلية أو يعطى جانب ذلك بعض الحرية في الإختيار.¹⁴³

حيث قمنا بإجراء مقابلات شخصية مع:

- المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة.
- نائب المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة.

2-3-3 تحليل الوثائق:

¹⁴³ مرجع سابق الذكر، أوما سيكاران: طرق البحث في الادارة مدخل بناء المهارات البحثية، ص 63

والاستعانة بالتقارير السنوية حول وضعية المركز .

1-4 الدراسة الاستطلاعية:

تعد الخطوة الأولى التي تساعد الباحث في إلقاء نظرة إستشرافية من أجل الإلمام بجوانب الدراسة الميدانية وبما أننا بصدد إجراء دراسة ميدانية لا بد من إجراء دراسة استطلاعية، حيث قمنا بإجراء مقابلة إستطلاعية والتي هي مقابلات غير موجهة وإستخدامها مساعد للغاية في مرحلة البحوث الإستطلاعية عندما يكون الباحث غير متأكد من الأسئلة التي يجب توجيهها أو كيفية توجيهها.

في بداية شهر فيفري توجهنا إلى مقر المركز الوطني للرياضة والتسلية وأجرينا مقابلة مع المدير العام للمركز وترمي هذه الزيارة إلى جمع المعلومات ومعرفة ظروف الميدان الذي ستجري فيه الدراسة.

❖ أهداف الدراسة الإستطلاعية:

- التعرف على ميدان الدراسة.

- مراجعة أسئلة المقابلة.

1-4 مجالات البحث:

1-5-1 المجال المكاني:

قمنا بإجراء الدراسة الميدانية على مستوى المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة ولاية البويرة.

1-5-2 المجال الزمني:

بعد موفقة الأستاذ المشرف على موضوع الأطروحة والمجلس العلمي بمعهد التربية البدنية والرياضة بجامعة الجزائر 3، ديسمبر 2015، وقد دامت الدراسة النظرية من نوفمبر 2015 إلى جانفي 2018، وقيمت بالدراسة الإستطلاعية على مستوى المركز في فيفري 2018.

1-6 متغيرات البحث:

المتغير المستقل: هو الذي يؤدي التغير في قيمته إلى تأثير في قيم المتغيرات الأخرى له علاقة بها وفي دراستنا المتغير المستقل هو: التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي.

المتغير التابع: الذي تتوقف قيمته على قيم المتغيرات الأخرى والمتغير التابع في دراستنا هو: السياحة البيئية في الجزائر.

7-1 التعريف بميدان البحث:

المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة.

1-7-1 نشأته:

تزرخ تيكجدة، بمؤهلات سياحية طبيعية رائعة، وتحتل موقعا متميزا وسط جبال جرجرة الشامخة التي تمتد على مساحات شاسعة وارتفاعات كبيرة، كما تتفرد بجمال ساحر، وتعتبر من بين الأماكن الأكثر جذبا للسياح في الجزائر وذلك لما تمتلكه من ثروات ومناظر طبيعية فريدة من نوعها، وقد صنفت تيكجدة التي تقع ضمن المحمية الطبيعية للحظيرة الوطنية لجرجرة منذ العام 1935 وارتفاع يبلغ 1475 مترا عن سطح البحر ضمن الحظائر الوطنية وعام 1998 ضمن التراث العالمي البيئي، تقع شمال بلدية الأسنام بدائرة بشلول شرق ولاية البويرة.

وقد أنشئ المركز الوطني للرياضة والتسلية سنة 1993، ويعتبر مؤسسة ذات الطابع الصناعي والتجاري تحت إشراف وزارة الشباب والرياضة وله هدفين رئيسيين: سياحي رياضي.

عاشت الجزائر منذ بداية التسعينات فترة أمنية صعبة حيث عانت المنطقة من هجمات إرهابية (أحرق الفندق جرجرة والبيوت الجبلية...الخ) إلى غاية 1996 حيث تحسنت الأوضاع ومنذ ذلك الحين أخذ نشاط المركز في التطور والنمو المتزايد بسبب:

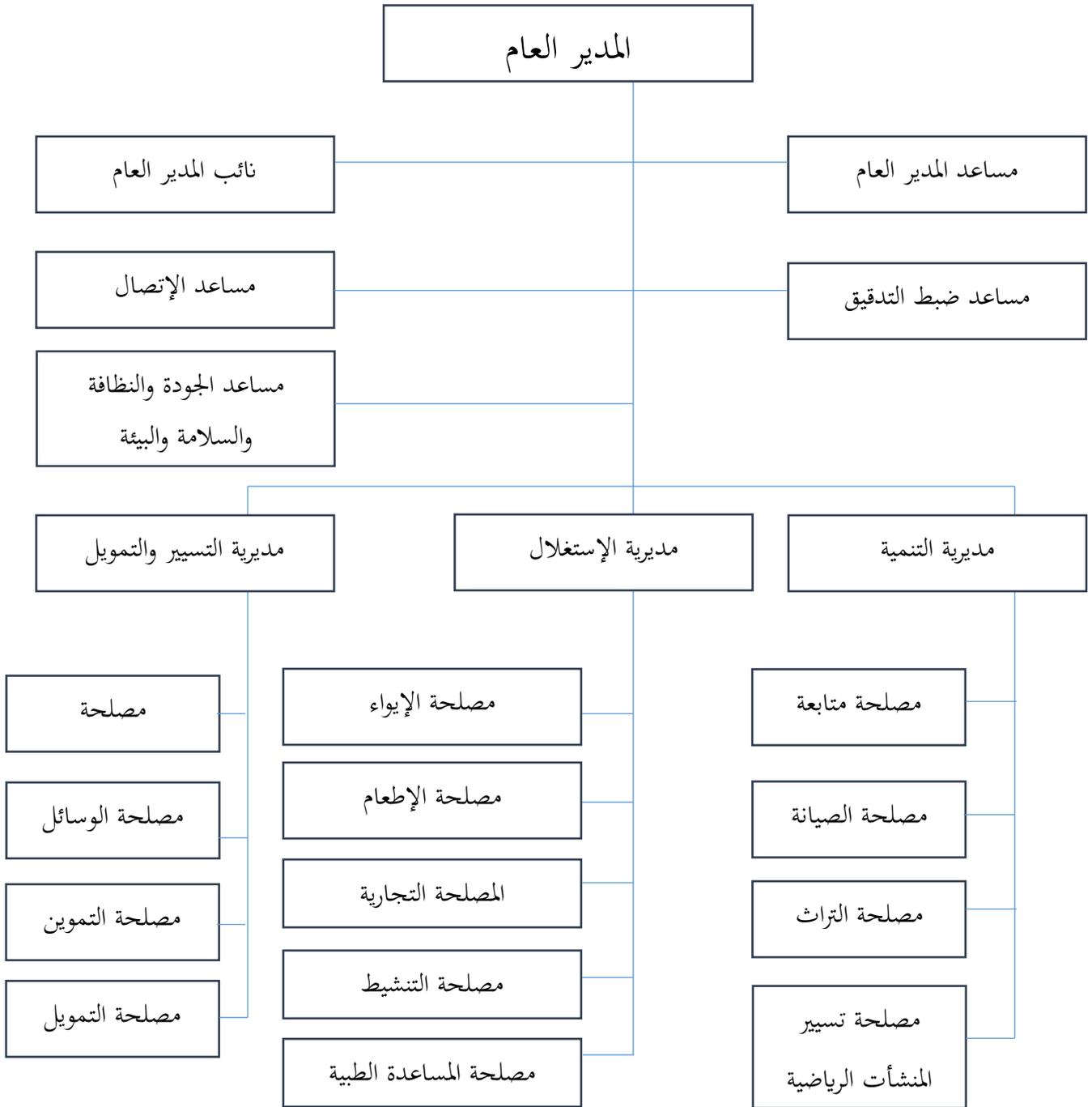
- تحسن الأوضاع الأمنية وعودة السياح لزيارة والاستمتاع بثروات المنطقة.

- الخطة الإستراتيجية التي وضعتها إدارة المركز لتحقيق أهداف المسطرة.

- إقتراح أنشطة سياحية ورياضية ترفيهية متنوعة وخدمات نوعية لمختلف فئات المجتمع من رياضيين محترفين (الفرق الوطنية المحلية والأجنبية) وفئة الشباب والعائلات.

- توسعة هياكل وسعة الإستقطاب للتمكن من إستقطاب الأعداد الهائلة من الزوار والسواح.

1-8-2 الهيكل التنظيمي للمركز الوطني للرياضة التسلية



الشكل رقم 09: المصدر المركز الوطني للرياضة والتسلية

الفصل الثاني

عرض وتحليل ومناقشة النتائج

1- عرض وتحليل نتائج المقابلة مع نائب المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية:

السؤال الأول: متى ولماذا أنشأ المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة؟

الهدف من السؤال: التعرف على الأهداف التي يسعى المركز الوطني بتيكجدة إلى تحقيقها.

الإجابة:

أنشئ المركز الوطني للرياضة والتسلية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 93-242 المؤرخ 20 أكتوبر 1993، ويعتبر مؤسسة ذات الطابع الصناعي والتجاري تحت إشراف وزارة الشباب والرياضة وله هدفين رئيسيين هما: هدف رياضي وهدف سياحي ويمكن تلخيصها فيما يلي:

إستقبال الرياضيين من جميع الفئات بما في ذلك الفرق الوطنية والأجنبية من خلال توفير لهم الظروف ومستلزمات لضمان راحتهم من أجل التحضير البدني، التقني والنفسي.

تنظيم والتشجيع على تنظيم التظاهرات والمناسبات الرياضية، الفنية والثقافية.

توفير المرافق والهياكل الرياضية والترفيهية الجماعية من أجل الممارسة الرياضية، التربوية والترفيهية، والتنافسية.

تنظيم نشاطات سياحية وترفيهية ونشاطات متنوعة في الهواء الطلق للشباب وجميع الفئات الأخرى.

التحليل:

يفتح المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة أبوابه لمختلف الفئات الاجتماعية من أجل الممارسة الرياضية، السياحية والترفيه وله مهمتان أساسيتان:

المهمة الرياضية لتلبية حاجات الرياضيين سواء المحترفين أو الهواة (من فرق وطنية ومنخرطين في الاتحاديات الرياضية الوطنية) وتوفير لهم مختلف الهياكل والتجهيزات من ملاعب، قاعات التدريب، المستلزمات الرياضية من أجل التحضير النفسي، التقني والبدني.

المهمة السياحية تخص العائلات والشباب الذين يلجؤون إلى المركز من باب الترفيه والاستجمام فتوفر لهم مختلف وسائل الترفيه والتسلية.

يقترح المركز برنامج متنوع على مدار السنة يسعى لإستقطاب أعداد معتبرة من الزوار والزبائن، هؤلاء الزبائن يستغلون مختلف الخدمات والوسائل للوصول للمركز:

- الوكالات سياحية

- وسائل النقل المختلفة

يساهمون بتنشيط الحركة التجارية بالمنطقة من خلال إستغلال المطاعم والمقاهي خلال سفرهم وإقتناء صناعات تقليدية وحرفية. الأمر الذي يعود بالفائدة على منطقة تيكجدة حيث أن: الحركة السياحية تساهم في تحسين المستوى المعيشي للسكان من خلال تنشيط الاقصادي المحلي ما يساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية بالمنطقة.

السؤال الثاني: ما هي النشاطات الرياضية والسياحية الترفيهية المقترحة على مستوى المركز؟

الهدف من السؤال: التعرف على مختلف الخدمات المقترحة على مستوى المركز.

الإجابة:

يتوفر المركز الوطني للرياضة والتسلية على خدمات ونشاطات متنوعة وهي مقسمة كالتالي:

- مخيمات تدريب الرياضي للفرق الوطنية والأجنبية

- نشاطات ثقافية، اجتماعية وعلمية:

الألعاب الاجتماعية، خرجات تربوية تعليمية للأطفال، ألعاب بهلوانية وألعاب سحرية للأطفال، سهرات وحفلات فنية وموسيقية.

تنظيم ندوات وملتقيات ومحاضرات علمية.

- الأنشطة الرياضية والترفيهية:

التزحلق على الثلج، دراجات الجبلية، تسلق الجبال، المشي لمسافات طويلة Randonnées، المشي لمسافات طويلة على الثلج، المشي لمسافات طويلة على ظهر الأحصنة poney، الرياضات الجبلية،

مباريات كرة القدم، رياضة تنس الطاولة، السباحة و(الرياضات المائية)

- النشاطات والخدمات الفندقية

خدمات الإيواء والإطعام والمقاهي

زيارة المعالم التاريخية

- نشاطات السياحة البيئية

المشي لمسافات طويلة Randonnées pédestres نحو 12 موقع من بينها:

- المشي لمسافات طويلة نحو بحيرة غولميم Lac Tamda Ouguelmime .
- المشي لمسافات طويلة نحو تيقوناتين Tigounatine .
- المشي لمسافات طويلة حول المركب السياحي وصولاً إلى محطة التزلج على الثلج
- المشي لمسافات طويلة نحو مغارات تيكجدة.

تحليل الإجابة:

يقترح CNSLT مجموعة من الخدمات المتنوعة لتلبية حاجات الزوار منها التي تخص الرياضيين المحترفين من خلال توفير الظروف الملائمة والتجهيزات والأدوات لتمكينهم من التحضير البدني، النفسي والتقني الجيد وهذا في أعالي جبال حضيرة جرجرة على ارتفاع 1500م على سطح البحر.

وخدمات ومرافق أخرى تخص العائلات والشباب وتوفر لهم الراحة والترفيه من خلال برنامج ثري يمس مختلف الجوانب (الترفيه، التعليم، الرياضة، الثقافة...) حيث يتم إعداد برنامج متنوع ومتكامل لخدمة الزبائن وتقديم عروض ترويجية لوجهة تيكجدة من خلال ما تزخر به معالم تاريخية، ثقافية، طبيعية.

وهناك خطة إستراتيجية وتنظيم محكم على مستوى المركز لتحقيق الأهداف المسطرة من قبل المسيرين والمسؤولين وهذا في إطار يؤخذ بعين الاعتبار استغلال العوامل الطبيعية (جبال، غابات، وديان...)، التاريخية (أثار، القرية مهجورة، مخازن الثوار إبان الثورة التحريرية). الثقافية، دون إهمال الجانب الأمني الذي يعتبر أساسياً لراحة الزوار.

ويصمم المركز على تعزيز قدرته على إستقطاب السياح بإتخاذ تدابير ملموسة من خلال:

- حسن إستقبال ونوعية الخدمات لكسب رضا الزوار والزبائن وولائهم.

- هيكلة العرض السياحي مما يتيح استقطاب أعداد متزايدة من السياح الجدد

- التدريب والتوظيف حسب الكفاءة من أجل جودة عروض الخدمات

السؤال الثالث: ما هي أكبر نسبة من الزوار للمركز؟ (الرياضيين المحترفين، الفرق الوطنية (التدريب والتحصير للمنافسة) أم العائلات والشباب (غرض سياحي ترفيهي) وفي أي فترة من السنة تنشط الحركة السياحية بالمنطقة؟

الغرض من السؤال: التعرف على نوعية زبائن المركز وأسباب الزيارة.

الإجابة:

استقطب المركز الوطني 46000 زائر العام الماضي (2017)، وتعتبر النسب متوازنة من حيث نوعية الزوار.

أي 50% فرق وطنية وأجنبية من أجل التدريب، وهذا على مدار السنة.

و50% عائلات وشباب من أجل الاستجمام والسياحة ويكثر توافد العائلات والشباب على المركز خاصة في نهاية الأسبوع والعطل المدرسية خاصة.

التحليل:

تعتبر منطقة تيكجدة من أشهر المناطق السياحية بالجزائر في أعالي جبال حضيرة جرجرة بولاية البويرة، تسمح باستقطاب مختلف الفئات الاجتماعية (رياضيين محترفين وعائلات وشباب) وهذا ما يتماشى مع أهداف المركز.

حيث يعتبر المركز مكان تجمع مختلف الفرق الوطنية وحتى الأجنبية والرياضيين المنخرطين في الاتحاديات الرياضية الجزائرية من أجل إقامة التبرصات التحضيرية بتوفر مختلف الوسائل والتجهيزات التدريبية واسترجاع العلاج... بالإضافة إلى توفير لهم وسائل الترفيه والراحة (الإيواء والإطعام، تسلية) من أجل التحسين من حالتهم النفسية والبدنية والتقنية.

أما فيما يخص العائلات وفئة الشباب فإن المركز يفتح كذلك أبوابه لتلبية حاجياتهم والترفيه عنهم حيث يقترح مختلف هياكله من أجل الإيواء والإطعام واقتراح النشاطات والتظاهرات الرياضية ترفيهية في الهواء

الطلق (المؤطرة من قبل المختصين) من أجل السهر على راحة الزبائن وسلامتهم، بالإضافة إلى السهرات الفنية والتظاهرات الثقافية.

ويفتح المركز أبوابه على مدار السنة لجميع الفئات الاجتماعية وحسب المعطيات المتحصل عليها فإن توافد الرياضيين يكون على مدار السنة وفيما يخص العائلات والشبان فيكثر توافدها في نهايات الأسبوع والعطل المدرسية.

والذي يمكن تفسيره برغبة العائلات والشباب بالترفيه، الاستجمام والترويح خارج فترات الدراسة والعمل.

السؤال الرابع: ما هي الهياكل الرياضية والسياحية التي يتوفر عليها المركز؟ وكم سعة إستقطابها؟

الهدف من السؤال: التعرف على أنواع الهياكل السياحية والتجهيزات الرياضية التي يتوفر عليها المركز.

الإجابة:

الهياكل السياحية الموجودة بالمركز تقسم إلى أربع وحدات:

- وحدة تيكجدة:

تتوفر على فندق بسعة استقطاب 170 سرير، مطعم ومقهى ب 300 طبق، مساحة للعب والترفيه والتسلية ملعب تدريب (العشب الاصطناعي)، 2 حمام صونا.

- وحدة جرجرة:

فندق بسعة استقطاب 200 سرير، مطعم، مقهى بسعة 200 طبق
مسبح للترفيه، قاعة تدريب رياضي، قاعة استرجاع sauna et jacuzzi

- وحدة بيت الشباب Auberge

فندق بسعة استقطاب 45 سرير، مطعم ومقهى 80 طبق

- شاليه الكاف (بيت خشبي)

فندق بسعة استقطاب 45 سرير، مطعم 80 طبق

مسبح وسط الغابة

التحليل:

يترتع المركز على مساحة 62.110 م² ويتوفر على أربع وحدات فندقية (الفنادق بسعة استقطاب 460 سرير ومطاعم بسعة استقطاب 660 طبق) وفيما يخص التجهيزات الرياضية فيتوفر المركز على ملعب كرة القدم معشوشب اصطناعيا، قاعة تدريب مجهزة بأحداث الأدوات والآلات الرياضية، مسبح وحمامات صونا قاعات استرجاع وعلاج مخصصة للرياضيين، وتتماشى مختلف وحدات المركز مع المعايير الدولية للجودة لتلبية حاجات الزبائن سواء المقيمة في الفنادق أو الزائرة مما يشجع على توافد الزوار بكثرة للمركز واكتشاف جمال المنطقة والتمتع بجمالها ومقوماتها (الطبيعية، نباتية، حيوانية، آثار تاريخية، ثقافة محلية...) وممارسة نشاطهم الرياضي والسياحي بكل أريحية وأمان.

رغم توفر كل هذه التجهيزات ومختلف هياكل الإيواء والإطعام وحتى الرياضية إلا أنها تعتبر غير كافية للاستجابة للطلب الحاصل على المركز بسبب الاكتظاظ وتوافد أعداد هائلة من عائلات وشباب عليه، خاصة في نهاية الأسبوع وتعذر حجز غرف للزبائن على إمتداد أسابيع بسبب (إعلان عن امتلاء الفندق في نهايات الأسبوع).

وهذا يفسر بأن منطقة تيكجدة تحظى بإقبال واسع ويمكن اعتبارها قطب سياحي بإمتياز يجلب الزوار ومحبي الطبيعة من مختلف أنحاء الوطن أو خارجه بسبب جمال وخصائص المنطقة وكذلك بسبب نوعية الخدمات وحسن الاستقبال على مستوى المركز الأمر الذي جعل الوزارة الوصية والمركز يلجؤون إلى توسعة سعة الهياكل الفندقية (حيث يتم حاليا إعادة تهيئة إحدى البنايات "لوحة جرجرة" لمطابقتها مع معايير السياحة الدولية، وبناء وحدة خامسة لتصل سعة استقطاب المركز إلى 800 سرير لتلبية الطلب المتزايد على المركز).

السؤال الخامس: هل توجد اتفاقيات تعاون مع الجمعيات، الاتحاديات الرياضية، المؤسسات والشركات العمومية والخاصة ووكالات السياحة؟ من أجل استقطاب أكبر عدد من السواح.

الغرض من السؤال: التعرف على السياسة التسويقية للمركز من أجل استقطاب أكبر عدد من السواح.

الإجابة:

نعم توجد اتفاقيات عمل وشراكة مع وكالات سياحية ومؤسسات تجارية (اتفاقيات مع مصالح الخدمات الاجتماعية)

هناك اتفاقيات مع الاتحاديات الوطنية من أجل الرياضيين المنخرطين ضمن النوادي الرياضية للهواة حيث توجد صيغة شاملة All Inclusive (الإيواء والإطعام) ليوم واحد بسعر 3500 دج، بنسبة للفرق الوطنية أيضا توجد صيغة شاملة (الإيواء والإطعام) ليوم واحد ب سعر 2500 دج. كذلك جمعيات الشباب 2500 دج. وفي بعض المرات نقوم بتخفيضات تصل إلى 50 % لتشجيع السياحة في البلاد.

تحليل الإجابة:

هناك سياسة تسويقية يتبعها المركز من أجل الترويج لمنتجه والعمل على إبرام اتفاقيات تعاون وعمل مع الوكالات السياحية والشركات والمؤسسات من خلال اقتراح أسعار مغرية لعمال هذه الأخيرة من أجل استمرارية نشاط المركز.

كذلك يعقد المركز اتفاقيات بينه وبين مختلف الاتحاديات الرياضية الوطنية من أجل الاستجابة لحاجات الفرق الوطنية وجميع الرياضيين المنخرطين على مستواهم من خلال اقتراح تخفيضات تصل إلى أكثر من 50%

ويمكن تفسير هذا الأمر برغبة المركز بتشجيع وتطوير الممارسة الرياضية وإعطاء فرصة لمختلف الفرق الوطنية والرياضية من أجل الترفيه، التحضير النفسي والبدني الجيد لتحقيق أفضل أداء في المنافسات والتظاهرات الرياضية الوطنية والدولية.

كذلك فيما يخص فئة الشباب والعائلات بحيث يعتبر فرصة للإستجمام والتسلية وممارستهم لنشاط رياضي في موقع سياحي طبيعي مميز للاكتشاف والتعرف على ثقافات وعادات مختلفة للمجتمع المحلي وتكوين صداقات جديدة، الأمر الذي يساهم في تحقيق التنمية الاجتماعية، ومن الناحية الاقتصادية تساهم هذه الحركة السياحية في تحقيق الهدف التجاري الربحي للمركز وبالتالي التنمية الاقتصادية للمنطقة.

السؤال السادس: ما هو عدد عمال المركز الوطني للرياضة والتسلية؟

الغرض من السؤال: التعرف على اليد العاملة التي يوظفها المركز .

الإجابة:

الصفة	دائمين	مؤقتين	موسمي	متربصين	المجموع
عدد عمال المركز	131	1	10	8	150

يوظف المركز 150 شخص من يد عاملة محلية.

التحليل:

منذ إستقلال الجزائر 1962 تسعى السلطات العمومية لتطبيق سياسة التنمية الإقتصادية التي والتي تمثل هدفها الرئيسي في تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للسكان.

في ظل الأزمة الإقتصادية الحادة التي تعاني منها الجزائر وتدهور اسعار النفط والمحروقات، وظاهرة البطالة التي تترك اليد العاملة الجزائرية، حيث عولت الحكومة سياستها الجديدة التخلص من التبعية لقطاع المحروقات والإستثمار في قطاع السياحة وغيرها من القطاعات الإقتصادية البديلة وإستغلال خيرات والثروات الطبيعية والثقافية والتاريخية... في إطار ما يسمى بالمخطط الإستراتيجي للتنمية السياحية.

المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة يعتبر إحدى مؤسسات الدولة التي تتمتع بالصفة التجارية الصناعية ويخلق مناصب شغل بصفة مباشرة وغير مباشرة من وراء نشاطه ويسمح بتوظيف 150 شخص من اليد العاملة المحلية ما يساهم في تحقيق التنمية الإجتماعية والإقتصادية بالمنطقة، وتقتضي التنمية الإجتماعية والاقتصادية:

- أن تضمن تجديد موارد المجتمع بدلا من إستنزافها.
- ان تلبية حاجات أغلب أفراد المجتمع.
- تحسين الظروف المعيشية للسكان
- توسيع الحركة السياحية

السؤال السابع: ماهي مناصب الشغل التي يتم خلقها من وراء نشاط المركز؟ (الإطعام، الفندقية، الرياضة)؟

الغرض من السؤال: التعرف على مناصب التي يتم خلقها من وراء نشاط المركز (المباشرة وغير مباشرة)

الإجابة:

من خلال الهيكل التنظيمي للمركز وإجابات السيد بلقاسمي نائب المدير العام للمركز .

- يشغل المركز 150 شخص موزعة على المصالح التالية: مصلحة التسيير والتمويل، مصلحة الصيانة، م الإيواء، م الإطعام والتنشيط...الخ
- أما الوظائف التي يخلقها المركز بصفة غير مباشرة: الممونين، النقل، الوكالات السياحية، مرشد سياحي...الخ
- التجار والحرفيين الناشطين بالمنطقة يعرضون خدماتهم ومنتجاتهم المحلية الخاصة بالمنطقة فتساهم في ازدهار نشاطهم التجاري.

التحليل:

بحكم تواجد المركز بأعالي حاضرة جرجرة ببلدية الأصنام والتي تبعد ب 32 كم عن وسط المدينة (البويرة)، وتعتبر منطقة ريفية ذات طابع فلاحي ويكاد ينعدم فيها النشاط الاقتصادي التجاري.

فإن وجود المركز ينعش النشاط الاقتصادي بالمنطقة حيث يسمح بتوظيف 150 شخص في شتى الميادين لمدولة نشاطه الرياضي السياحي وهذا بصفة دائمة ويعتمد المركز على اليد العاملة المحلية أو المناطق المجاورة، كذلك يساهم المركز في ازدهار نشاط الوكالات السياحية، خدمات النقل، والتموين... وتعتبر كثرة توافد السواح للمنطقة فرصة لعرض منتجاتها على أطراف المركز من صناعات تقليدية محلية، تذكارات، لوحات فنية... (رغم كونها توضع بصفة عشوائية غير منظمة) إلا أنها تساهم في تحسين ظروفهم المعيشية ووضعيتهم الاقتصادية.

وهذا يبين أهمية المركز في الترويج للمنطقة من عدة جوانب:

الناحية السياحية: حيث يستقطب مختلف الفئات الاجتماعية من جميع ربوع الوطن وحتى خارجه والتعريف بمقومات المنطقة الطبيعية، التاريخية، الثقافية...الخ

الناحية الاقتصادية: يساهم المركز في التنمية الاقتصادية للمجتمع المحلي وتحسين المستوى المعيشي من خلال تكوين وتوظيف يد عاملة محلية، ويعتبر سبب في ازدهار نشاط تجاري بجواره بسبب إقبال السواح إليه.

الناحية الاجتماعية: يسمح الاحتكاك بين مختلف المجتمعات والجنسيات بتبادل الأفكار والآراء، تكوين علاقات صداقة بينهم وفرصة للسكان المحليين بالتعريف بالثقافة المحلية، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التنمية الاجتماعية والانفتاح الثقافي وغرس فكرة قبول الآخر والاختلاف.

السؤال الثامن: ماهي الوسائل المعتمدة لنشر والترويج لبرنامج وخدمات المقدمة على مستوى المركز؟

الغرض من السؤال: التعرف على أليات الترويج المعتمدة من قبل المركز من أجل التعريف بنشاطاته وتوسيعها.

الإجابة:

- موقع إلكتروني للمركز (من أجل الاستعلام والحجز)
- صفحة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك Facebook
- المركز الوطني للرياضة والترفيه يشارك في المعارض الدولية للسياحة والأسفار بوهران وعنابة.
- توزيع مطويات على الزوار للتعريف بالنشاطات والخدمات المقدمة على مستوى المركز.

التحليل:

يعتمد المركز على موقع إلكتروني خاص به بعنوان: (Cnslt-tikjda.dz) ويتم استحدثه بصفة دائمة والذي يعتبر واجهة المركز حيث يعطني نظرة شاملة عن الخدمات المقدمة على مستواه وكذا الوحدات الفندقية والتجهيزات الرياضية المتوفرة لخدمة وراحة الزبائن ويسمح بالحجز على مستواه.

كذلك المركز موجود على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا لاستهداف أكبر عدد من الأفراد خاصة الشباب ويتم نشر صور وفيديوهات لنشاطات المركز وجمال الطبيعة المحيطة بالمركز سواء من قبل إدارة المركز أو الزبائن من خلال نشر آراءهم حول تجاربهم التي عايشوها في المركز ومنطقة تيكجدة بصفة عامة.

ويعرض المركز مختلف خدماته في المعارض الوطنية والدولية للسياحة والفندقة ويستهدف أسواق سياحية جديدة وتوسعة نشاطه التجاري. وهذا يفسر، حسب المعطيات التي تلقيتها أثناء زيارتي للمركز فإن أكبر نسبة الزبائن أو الزوار يأتون من منطقة الجزائر الكبرى (الجزائر، بومرداس، بويرة، بلدية، تيزي وزو).

حيث يستهدف المركز أسواق جديدة (الشرق والغرب الجزائري) بمشاركته في صالونات الدولية للسياحة بوهران وعنابة للتعريف بالمنطقة ومقوماتها الفريدة من نوعها والترويج لخدماته واستقطاب أكبر عدد من السواح (من شتى ربوع الوطن) ما يعرف ب"تسويق الخدمات السياحية وهي وظيفة إدارية تعتمد على مجموعة من العمليات التنظيمية والإدارية، وإعداد الأهداف التي تساهم في تحديد حالة السوق وقطاعاته، والموقف التنافسي الخاص به؛ عن طريق استخدام وسائل للتعامل مع السوق، مثل الاتصالات، والترويج، وغيرها، أما الخدمات السياحية فهي خليط من مجموعة ظروف حضارية، ومناخية، واجتماعية، وجغرافية، والعديد من الخدمات السياحية مثل المرافق العامة"¹⁴⁴، الأمر الذي يساهم في خلق حركة سياحية داخلية وتطوير السياحة في الجزائر.

السؤال التاسع: هل يتم استغلال القنوات التلفازية والإذاعات المحلية والوطنية من أجل الترويج للمركز؟

الغرض من السؤال: التعرف على دور وسائل الإعلام الحديثة في الترويج للمركز الوطني للرياضة والتسلية.

الإجابة:

نستقبل العشرات من الصحفيين والمراسلين في المركز سنويا من أجل مقابلات وريورتاجات من مختلف القنوات الوطنية وحتى الأجنبية (الأرضية الجزائرية، النهار، الجزائرية... الخ) MBC، قناة الغد على شكل تقارير أو حصص يستضاف فيها عادة مدير مصلحة الاتصال والإعلام.

- كذلك الإذاعات المحلية والوطنية (إذاعة بويرة، وتيزي وزو)

- الجرائد والصحف الوطنية (الوطن، الشروق، l'expression، النهار، Le soir .Depeche de kabylie ..d'Algerie)

تحليل:

¹⁴⁴ <http://mawdoo3.com> le 05-05-18 تسويق الخدمات

تدعى العلاقة بين مختلف وسائل الإعلام والمؤسسات التجارية: بالعلاقات العامة وتتمثل في:

الجهود المرسومة والمخططة والمستمرة التي تسعى بها المنشآت السياحية لإقامة العلاقات الطيبة مع جماهيرها وتحقيق التفاهم وكسب الثقة وبناء صورة ذهنية طيبة عن المنطقة السياحية في أذهان السائحين والإبقاء على هذه الصورة بما يؤدي إلى زيادة أعداد السياح وذلك من خلال الأفعال والسياسات المرغوبة والأنشطة الاتصالية المستمرة.

وتشكل وسائل الإعلام الحديثة (التلفاز والإذاعة) أدوات ممتازة لنشر الثقافة السياحية، وتلعب دورا هاما في نشر الأخبار والمعلومات للجمهور، كذلك الصحافة سواء الرياضية أو غيرها من خلال نشر مقالات تساهم في إعلام الجمهور فتسمح بالتعريف بالمركز الوطني للرياضة والتسلية على أوسع نطاق، ونقل آراء زبائن عن الخدمات والنشاطات التي تقترح عليهم.

يستقطب المركز جماهير غفيرة من الرياضيين والعائلات والشباب (حيث تم استقطاب 46000 شخص في 2017) عند زيارتي للمركز في شهر مارس 2018 (تم الإعلان عن امتلائه وعدم إمكانية الحجز (في عطل نهاية الأسبوع) للأسابيع القادمة.

الأمر الذي يدل على أهمية ومساهمة مختلف وسائل الإعلام في التعريف بالمركز والترويج لمختلف الخدمات والنشاطات الرياضية، الترفيهية، السياحية المتنوعة التي يقترحها المركز واستقطاب زبائن جديدة ما يساهم في التنمية السياحية بالمنطقة.

السؤال العاشر: هل يتم تنظيم حملات تحسيسية للسواح والرياضيين حتى المقيمين بالمنطقة من أجل التوعية حول أهمية المحافظة على البيئة؟

الغرض من السؤال: معرفة دور المركز في الترويج والتحسيس لآليات حماية البيئة المحيطة والمحافظة عليها.

الإجابة:

نقوم بحملات تحسيسية للأطفال (مع المهرج) خرجات سياحية وألعاب مع غرس أفكار بيئية وأساليب المحافظة على نظافة المحيط واجتتاب تلويثه.

تنظم نشاطات رياضية في الهواء الطلق دون إلحاق الضرر بالبيئة المحيطة.

نحن عمال المركز نؤمن بفكرة القدوة الحسنة، حيث ننظم حملات تنقية وتنظيف البيئة بمعية الزبائن من أجل تنظيف مخلفات بعض السواح الغير حضارية خاصة تلك المضررة بالبيئة (البلاستيك والزجاج وغيرها التي قد تؤدي إلى الحرائق في الغابات.

كذلك نقوم بحملات تشجير في الغابات المجاورة حوالي 100 شجيرة سنويا

التحليل:

يسعى المركز لنشر ثقافة المحافظة على البيئة والامتناع عن تلوئتها، ويمارس مختلف نشاطاته السياحية والرياضية في إطار احترام البيئة المحيطة وتطبيق معايير نظام الإدارة البيئية ISO 14001.

تمارس على مستوى المركز نشاطات رياضية في الهواء الطلق وتنظيم تظاهرات رياضية بيئية مثل (المشي الطويل في الغابات والجبال، التزحلق على الثلوج، القفز على بالمضلات... الخ من أنشطة الصديقة للبيئة التي لا تتطلب تجهيزات ومعدات رياضية ولا تتسبب في تلوئث البيئة.

كذلك ينظم المركز خرجات سياحية للأطفال وألعاب رياضية وتدرج خلالها دروس تحسيسية تثقيفية حول كيفية المحافظة على البيئة واجتتاب تلوئتها، كما تنظم حملات تشجير من قبل عمال المركز بإشراك الزبائن في هذه العملية، بالإضافة إلى عمليات التنقية بجوار المركز من أجل التخلص من مخلفات الناتجة عن التصرفات الغير حضارية لبعض الزوار، وتسمح هذه الحملات بتحسيس المواطنين حول أهمية الحفاظ على البيئة ونظافتها ومكافحة التلوئث، الأمر الذي يساهم في التنمية المحلية.

ولكن رغم المجهودات المبذولة من قبل إدارة المركز من أجل التحسيس حول أهمية المحافظة وحماية البيئة المحيطة وحملات التنقية إلا أنها تعتبر غير كافية من أجل مجابهة التلوئث الحاصل بمحيط المركز بسبب كثرة الزوار للمنطقة والسلوكيات اللا واعية والغير حضارية لبعض الزوار التي تؤدي إلى تشويه جمال الطبيعة وهلاك الثروة الغابية والحيوانية بالمنطقة الأمر الذي يؤثر سلبا على التنمية المحلية.

السؤال الحادي عشر: ما هي وسائل النقل المتاحة للوصول إلى المركز؟

الغرض من السؤال: التعرف على وسائل النقل والمواصلات المؤدية للموقع السياحي.

الإجابة:

يوجد طريق جبلي معبد يسمح بمرور السيارات والحافلات الناقلة للسواح.

كما تنظم رحلات خاصة من وسط المدينة إلى المركز في نهايات الأسبوع.

أما فيما يخص المصعد الهوائي فهول معطل منذ سنوات ولكن تجرى حالياً دراسات تقنية تتكفل بها الجهات المعنية من أجل إعادته للخدمة وتخفيف الضغط على الطريق.

التحليل:

يعد النقل أحد الأسباب المهمة لإزدهار السياحة في أي بلد، ولا يمكن للمواقع السياحية أن تكون أكثر جذبا للسياح طالما لا تتوفر إمكانية الوصول لها بغض النظر عما تقدمه من تسهيلات وخدمات.

إن توفر الطرقات المهيأة للتسهيل حركة مختلف العربات ووسائل النقل والمواصلات بمختلف أنواعها يزيل العزلة عن المنطقة السياحية، في حالة منطقة تيكجدة فقد هيا المركز الوطني للرياضة والتسلية وسائل نقل ومواصلات (إمكانية التنقل الجماعي أو الشخصي).

للأسف فإن الطريق المؤدية للمركز أو الموقع السياحي ضيقة جدا ومكتظة بوسائل النقل الجماعية والشخصية والأعداد الهائلة من الزوار (خاصة في عطل نهاية الأسبوع)، وكذلك غياب أماكن مخصصة للتوقف وركن السيارات والحافلات الأمر الذي يعرقل الحركة المرورية ويسبب إزعاج وقلق للزوار.

السؤال الثاني عشر: ما هو دور المركز في حماية البيئة والترويج للسياحة البيئية من وراء نشاطه؟

الغرض من السؤال: التعرف على دور المركز في حماية البيئة والترويج للسياحة البيئية.

الإجابة:

- من خلال إعداد حملات التحسيسية وحملات التثقية والتشجير بإشراك زبائنها.
- تنظم نشاطات السياحة البيئية من بينها المشي الطويل في الجبال والغابات.
- يسير المركز بنظام SME (نظام الإدارة البيئية) من أجل المحافظة على البيئة.

التحليل:

يمارس المركز الوطني للرياضة والتسلية نشاطه التجاري الاقتصادي مع السعي للمحافظة على البيئة المحيطة وحمايتها من آثار النشاط الإنساني: السياحي والترفيهي، بل يعتبر السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية والمجتمع المحلي، وذلك من خلال إتباع خطة إستراتيجية والإدارة السليمة، حيث يعتمد المركز على نظام الإدارة البيئية SME وهي: التعرف الصحيح على الموارد المتاحة والتخطيط السليم لإستغلالها مع الترشيد في إستهلاك الموارد الطبيعية، والحفاظ على صحة أفراد المجتمع، كما تحقق هذه الإدارة إنتاج أنظف والحد من التلوث الناتج عن النشاطات الصناعية، السياحية، التجارية، الخدماتية بما يضمن رفاهية الأجيال الحالية والمستقبلية) حسب ما جاء في قمة البيئة والتنمية المستدامة "ريو دي جانيرو" (برازيل) 1992.

ويتم تنفيذ برنامج العمل الموضوع من قبل إدارة المركز لحماية البيئة، من خلال:

- التنظيف التطوعي الدوري للمساحات الداخلية والخارجية
- توعية العمال بأهمية الحفاظ على نظافة الموقع
- إعداد وتأطير حملات تحسيسية، حملات تشجير وغيرها... في إطار حماية البيئة.
- التكفل بمستلزمات تجمعات الشباب وتسهيلات التنقل والحركية بالمنطقة.
- المشاركة في مكافحة حرائق الغابات وإخماد الحرائق من خلال تجنيد العمال ووضع شبكة الحماية من الحرائق بالمركز في خدمة مصالح الحماية المدنية، والحضيرة الوطنية لجرجرة

السؤال الثالث عشر: كيف يساهم المركز في حماية البيئة عبر نشاطه؟

الغرض من السؤال: التعرف على الخطط وأساليب التسيير على مستوى المركز من أجل المحافظة على البيئة.

الإجابة:

لمعالجة القضايا المتعلقة بحماية البيئة وتقليل تأثير نشاط المركز على البيئة، تبني المركز الوطني للرياضة والتسلية مستويات مختلفة من الإلتزام، والتي يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- إدماج الشواغل البيئية في خططها التنظيمية الرئيسية

- وضع وتنفيذ نظام الإدارة البيئية SME

- الإلتزام بنظام المسؤولية الاجتماعية والبيئية RSE

- وضع إجراءات محددة:

المسؤولية البيئية للمركز تتجاوز استدامة نشاطه: أي أنه يحافظ على فرص الأجيال القادمة، وكذلك الموظفين وتمكينهم من العمل في بيئة المحمية ونظيفة والاستفادة من الموارد الطبيعية التي يستغلونها في نشاطهم.

- الإدارة العامة للمركز مقتنعة بأن تنفيذ نظام الإدارة البيئية (SME) له العديد من المزايا، وهي كالتالي:

- خفض التكاليف، وتوفير المال، ومراقبة المخاطر

- تعزيز ثقة أصحاب المصلحة (العملاء والموردين والمقيمين وجمعيات حماية البيئة...)

-الحفاظ على القدرة التنافسية وتحسينها

-تحسين صورة المؤسسة

التحليل:

يولي المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة، أهمية كبيرة لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، ويظهر هذا من خلال نظام التسيير الذي يتبعه في إدارة مؤسسته وتوفير خدماته بما يتماشى مع المعايير الدولية لحماية البيئة وهو نظام الإدارة البيئية الذي يعتبر أداة التحسين المستمر، تسيير، تنظيم وإتصال وتترجم بإتباع مقاييس ISO14001 حيث تتم مراقبة جميع مراحل إعداد منتج وخدمات المركز بما يتوافق مع حماية البيئة.

كذلك يلتزم المركز بنظام المسؤولية الاجتماعية والبيئية RSE والذي يعرف كتطبيق على مستوى المؤسسة لمبادئ التنمية المستدامة، وهو مفهوم تدمج فيه المؤسسات الاهتمامات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية في استراتيجيتها وأنشطتها وتفاعلاتها مع أصحاب المصلحة بصفة تطوعية.

وتترجم المسؤولية الاجتماعية والبيئية RSE بطرق مختلفة:

- بمثابة ميثاق أخلاقي للعمل

- وضع برامج عمل

- تشديد المراقبة على احترام مبادئ السلامة (إدارة المخاطر):¹⁴⁵ إدارة المخاطر ضرورية لإستدامة

نشاط المؤسسة، وتواجه المؤسسات أوجه عديدة من المخاطر:

¹⁴⁵ <http://www.vedura.fr/economie/entreprise/gestion-risque-developpement-durable> le 04-05-18

- مخاطر اجتماعية: توفير ظروف العمل الملائمة وشروط النظافة والسلامة وتحقيق التكوين الأمثل لموظفيها.
- مخاطر البيئية: حماية الموارد الطبيعية والبيئة.
- مخاطر مالية: ضمان استمرارية، استقرار وتطوير نشاط المؤسسة.
- توفير لأدوات إدارة والتسيير

وتشتمل المسؤولية الاجتماعية والبيئية الأدوات التالية:

- نظام الإدارة البيئية SME ونظام التدقيق EMAS للاتحاد الأوروبي.
- مقياس ISO 14001: الذي يقيس تأثير نشاط المؤسسة على البيئة.
- مقياس ISO 26000: توضح اليات إدماج مقاييس المسؤولية الاجتماعية والحوكمة والأخلاقيات على نطاق أوسع.
- دليل SD 21000 : تم تصميمه كمنهاج لأخذ بعين الإعتبار مبدأ التنمية المستدامة في إستراتيجية وإدارة المؤسسة.

ويظهر تطبيق المركز لنظام الإدارة البيئية بجميع أنشطته وخدماته عن طريق:

- وضع برامج عمل
- احترام مبادئ السلامة (إدارة المخاطر)
- وضع أدوات الإدارة

ويتم ذلك باتباع الخطوات التالية:¹⁴⁶

- أولاً:** عمل دراسة عن القوانين البيئية في الدولة التي تنطبق على المؤسسة ومنتجاتها، أنشطتها، خدماتها وتحديد المعايير البيئية اللازم التقيد بها.
- ثانياً:** عمل تحليل متكامل عن التأثيرات البيئية الناشئة عن المنتجات، العمليات والخدمات في المؤسسة بما يسمى (تحليل الأوجه والتأثيرات البيئية).

¹⁴⁶ الموسوعة ISO 14001 أسس ومبادئ نظم الإدارة البيئية <http://www.qms.org.sa/qms/qms/certificates-ar/iso-14001> الجهات الحاصلة على شهادات نظم الإدارة

ثالثا: عمل دراسة الفرق فيما بين: وضع الإدارة البيئي القائم للمؤسسة وبين متطلبات نظام الإدارة البيئية .

رابعا: تقوم الإدارة المركزية بالمشاركة مع المختصين بوضع خطة تنفيذية للخطوات والإجراءات اللازمة اتخاذها لتغطية النقائص التي تم تحديدها عند إجراء الدراسة.

خامسا: في نفس الوقت يتم تبني وتنفيذ برنامج تدريبي وتوعوي لكل العاملين في المؤسسة بمتطلبات نظام الإدارة البيئية المستهدف لإعداد المنشأة للتغيير المطلوب.

من خلال ما سبق التطرق اليه يتضح لنا دور المركز الوطني في المحافظة على الثروة الطبيعية في منطقة تيكجدة وتحقيق التنمية المستدامة من خلال إتباع مناهج أو أنظمة الإدارة البيئية SME ونظام المسؤولية الاجتماعية RSE.

إستنتاج جزئي:

للمركز الوطني للرياضة والتسلية بتكجدة أهمية كبيرة في الترويج والتعريف بالمنطقة السياحية تكجدة بما تزخر به من ثروات ومقومات تاريخية، ثقافية، طبيعية... من حيث النشاطات والتظاهرات الرياضية السياحية التي تستهوي مختلف الفئات الاجتماعية من أجل ممارسة النشاطات السياحة البيئية والنشاط الرياضي السياحي، والترفيه عن أنفسهم.

- يقترح المركز برنامج غني ومتنوع من النشاطات والتظاهرات الرياضية السياحية لتلبية حاجات ورغبات السواح.

- يتوفر المركز على جميع التجهيزات والهياكل الرياضية والفندقية والخدمات من أجل راحة والترفيه عن الزبائن.

- يتم تكوين وتدريب الموظفين بالمركز لمواكبة كل ما هو جديد في مجال الفندقية والخدمات من أجل حسن خدمة الزبائن والسهر على راحتهم.

- يساهم المركز في تحقيق التنمية الاجتماعية والإقتصادية للمجتمع المحلي من خلال خلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة.

- يسوق المركز لخدماته عبر مختلف وسائل الإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي والمشاركة في معارض السياحة الدولية من أجل توسعة نشاطه وإستقطاب أعداد أكبر من الزوار.

- يسير المركز وفق نظام الإدارة البيئية التي تقلل من أثر المؤسسة على البيئة المحيطة ويسعى لتحقيق التنمية المستدامة.

- يعمل المركز على غرس ثقافة حماية البيئة والمحافظة عليها في وسط العمال والزبائن من خلال الحملات التحسيسية، حملات التثقية والتشجير.

2- تحليل الوثائق والتقارير الخاصة بالمركز الوطني للرياضة والتسلية:

من خلال تحليل الوثائق:

- الوضعية العامة للمركز الوطني للرياضة والتسلية

- تقارير نشاط المركز الوطني للرياضة والتسلية (من 2012 إلى 2017) يتتسى لنا التعرف على أهم أهداف المحققة من قبل المركز:

في الفترة 1996 إلى 2002:

- تثمين والمحافظة على الموروث: ويقصد بها إتباع الإتفاقيات والتوصيات والقرارات الدولية الصادرة من قبل منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة UNESCO، التي وضعت لحماية وصيانة التراث الثقافي والطبيعي المهددان بالتدمير متزايد: لا بالأسباب التقليدية للإندثار فحسب وإنما أيضا بالأحوال الإجتماعية والإقتصادية المتغيرة التي تزيد من خطورة الموقف بما تحمله من عوامل الإتلاف والتدمير أشد خطر التراث العالمي للبشرية جمعاء.

والتراث الثقافي يشمل كل من الأثار: الأعمال المعمارية، النقوش والكهوف، المعالم والمواقع التاريخية أما التراث الطبيعي: وهو كل المعالم الطبيعية المتألفة من التشكلات الفيزيائية أو البيولوجية، منطقة محددة لموطن أجناس حيوانية ونباتية، المواقع الطبيعية من أجل المحافظة على الثروات أو الجمال الطبيعي وتعترف الجزائر بهذه الإتفاقيات كونها اتخذت طرفا فيها سنة 1972 بباريس وفي هذا الإطار تقوم بتعيين التراث الثقافي والطبيعي التي تقع في إقليمها وحمايته والحفاظ عليه وإصلاحه ونقله إلى الأجيال المقبلة وتبذل أقصى طاقتها لتحقيق هذا الغرض وتستعين عند الحاجة بالعون والتعاون الدوليين للذين يمكن أن تحظى بهما خاصة على المستوى المالي، الفني، العلمي والتقني

ونظرا لأن منطقة تيكجدة تتمتع بتراث طبيعي وثقافي، تمثل أهمية إستثنائية يجب حمايتها بإعتبارها عنصرا من التراث العالمي للبشرية جمعاء والتي تقع في محمية الطبيعية للحضيرة الوطنية لجرجرة، صنفت منذ 1935 ضمن الحضائر الوطنية وفي 1998 ضمن التراث العالمي البيئي.

- المحافظة على المعدات والوسائل في أماكن آمنة:

من خلال الإعتناء بها والمحافظة عليها في أماكن آمنة لتفادي الحوادث والتعطيلات وهذا ما يعرف بالصيانة الدورية الوقائية.

- تحسين وضعية العمال: ما يعرف ببيئة العمل وهي جميع الظروف المحيطة بالعمال في وقت ومكان العمل من أجل تحقيق الرضا الوظيفي والذي ينعكس بدوره على تحقيق أهداف المؤسسة.

- إحتضان عدة أنشطة من أجل التحسيس والتوعية بحضور مختلف وسائل الإعلام:

يبادر المركز إلى القيام بحملات توعوية وحملات تنظيف وحماية البيئة والتراث الطبيعي والثقافي المحلي ومكافحة المخاطر التي تهدد المنطقة من خلال تنظيم عدة نشاطات على مستواه بحضور مختلف وسائل الإعلام لتحسيس وشمل أكبر عدد من أفراد المجتمع المدني بضرورة المحافظة على البيئة وخاصة منطقة تيكجدة التي تعد محمية بيئية منذ 1998 من بينها:

- التعريف بقواعد حماية البيئة والمحافظة عليها

- عملية تشجير في المناسبات والأعياد الوطنية والتاريخية

- عمليات التنظيف والتتقية على أطراف المركز

- تحقيق نشاطات برنامج الرياضة والشباب:

بالمطابقة بين المعلومات المحصل عليها من خلال المقابلة التي أجريت مع المسؤول عن متابعة نشاط المنشآت تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة على مستوى الوزارة والمقابلة التي جرت نائب مدير المركز فإن الهدف الرئيسي للمركز الوطني للرياضة والتسلية بالدرجة الأولى رياضي ثم سياحي، ترفيهي بالدرجة الثانية، حيث أنشأ من أجل إستقطاب الفرق الوطنية المحلية والأجنبية ومختلف الرياضيين المنخرطين في الإتحاديات الرياضية الوطنية من أجل التحضير البدني والنفسي والتقني والترفيه عن ذواتهم، وكذلك يفتح المركز أبوابه للشباب والعائلات بمختلف منشأته وهياكله من أجل ممارسة النشاط الرياضي الترويحي الترفيهي.

في فترة 2003 إلى 2006:

- إنطلاق أشغال إعادة تهيئة المركز الوطني للرياضة والتسلية:

شهدت فترة 1996 إلى 2002 ركودا نوعا ما في نشاط المركز بسبب الظروف الأمنية المضطربة التي عاشتها الجزائر منذ بداية التسعينيات وأعمال التخريب والإرهاب التي شهدتها المنطقة (فندق جرجرة الواقع في أعالي منطقة تيكجدة التابع لوزارة السياحة آنذاك).

مع مطلع القرن العشرين شهدت المنطقة رجوع الاستقرار وتحسن الأوضاع الأمنية، الأمر الذي ساهم في رجوع المركز إلى نشاطه واقتراح خدماته النوعية على الزبائن، والمباشرة في إعادة تهيئة الهياكل المتضررة من أجل إصلاحها وتحسين نوعيتها من أجل المطابقة مع معايير الجودة.

- تعزيز المركز بموقف سيارات، خزان غاز بروبان، خزان مياه، غرفة تبريد:

تعزيز المركز بمعدات وتجهيزات لتحسين بيئة وظروف العمل على مستواه ودعم نشاطه من أجل خدمة نوعية للزبائن والسهر على توفير سبل الراحة والأمان لهم والترفيه لهم

- تسجيل عمليات استثمارات ذات أولوية في برنامج المركز:

قاعة متعددة الرياضات

مسبح مغطى

تسييج محيط المنشأة

- إدماج المنشآت المهجورة من قبل الإتحادية الجزائرية للرياضات الميكانيكية لمصلحة المركز في 2004.

- إعادة الافتتاح، بعد التهيئة في 2006 من أجل مطابقة هياكل الإيواء والإطعام لمعايير الجودة.

فترة 2007 إلى 2017:

- إعداد الوسائل التنظيمية والإدارية، الهيكل التنظيمي الجديد، الإتفاقيات المحلية، النظام الداخلي، نظام الأجور:

- تعتمد إدارة المركز على خطط العمل الإدارية والتي تمثل وثيقة خطية تلخص آلية تحقيق الأهداف الموضوعية وذلك من خلال خطوات مدروسة ومنظمة ومحددة.

وتكمن أهمية خطة العمل الإدارية في كونها:

- تعزز الوعي والممارسة التي تحدد وتحقق أهداف المؤسسة ورسالتها:

تساعد على إيجاد تكامل في سلوك العاملين في شكل جهود كلية شاملة.

تساعد إلى حد كبير على توفير الموارد، الجهود والوقت وتحتاج جهود أقل لتصويب القرارات الخاطئة.

- الإدماج الفعال للهياكل المهجورة للمركز

- إعادة تهيئة المنشآت المهجورة (فندق جرجرة، بيت شباب، بيت خشبي " شاليه الكاف")

- إعادة إحياء البرامج المسجلة والسعي لإنجازها قاعة متعددة الرياضات، مسبح، مصعد ميكانيكي

- إنشاء ملعب معشوشب إصطناعيا، وقاعة متعددة الرياضات من قبل مديرية الشباب والرياضة

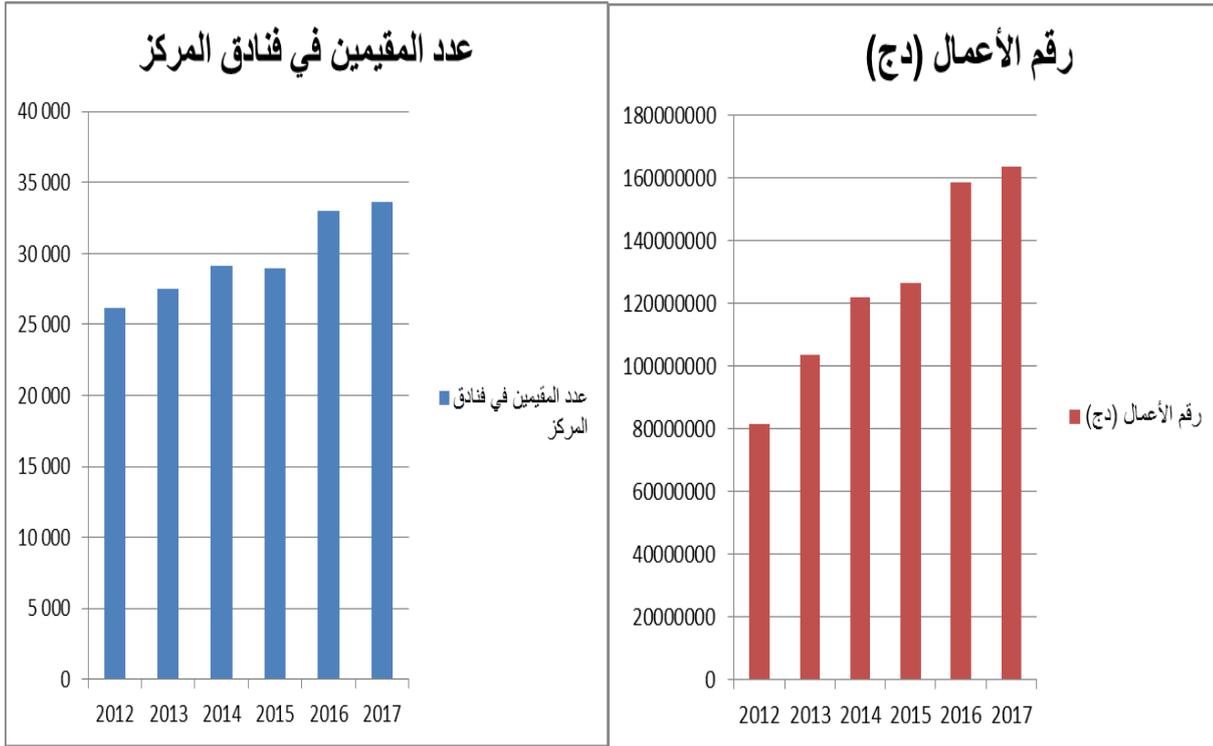
بالبويرة

- حجم الأعمال ورقم الأعمال في تزايد مستمر وسعة الاستقطاب في تطور ملحوظ:

الموسم	عدد المقيمين في فنادق المركز	رقم الأعمال	نسبة النمو رقم الأعمال
2012	26 191	81 353 168,34 دج	/
2013	27516	103 662 326,09 دج	27.42%
2014	29135	122 118 134,95 دج	17.80%
2015	28964	126 366 147,65 دج	3.47%
2016	33000	158 801 378,99 دج	25.66%
2017	33615	163 551 927,23 دج	2.99%

الجدول رقم 03 : يوضح تطور رقم الأعمال خلال الست السنوات الماضية.

* الجدول من اعداد الطالبة الباحثة إنطلاقا من المعطيات (و ش ر ، CNSLT)



الشكل رقم 10: يمثل المخططان تزايد رقم الأعمال المركز وتزايد عدد المقيمين في الفترة 2012-2017.

من الجدول والمخططان نلاحظ تزايد في عدد المقيمين على مستوى وحدات الفندقية للمركز التي تصل إلى 33615 شخص سنة 2017، علما بأن المركز إستقطب 46000 شخص في نفس السنة حيث تلقوا على الأقل وجبة غداء في مطاعم المركز.

ويبقى هذا الرقم مرتبط بسعة إستقطاب المركز، حيث يمتلك المركز طاقة استيعاب تقدر ب 600 سرير، ونظرا لأشغال إعادة الترميم إحدى بنايات (وحدة جرجرة) من أجل مطابقتها للمعايير الجودة، فيتسع المركز حاليا إلى 460 سرير، كذلك في إطار أشغال توسعة الهياكل الفندقية للمركز وإدماج الوحدة الخامسة (والمتوقع دخولها حيز الخدمة نهاية السنة الجارية)، فتصبح الطاقة الإستيعابية للمركز تقدر ب 800 سرير.

الأمر الذي سيسمح بإستقطاب عدد أكبر من السواح وتقديم خدماته في ظل تحقيق أهدافه التجارية.

- فيما يخص رقم أعمال المحققة من وراء نشاط المركز:

فلاحظ أنه في تطور مستمر سنة بعد سنة وهذا راجع للسياسة المتبعة من قبل المؤسسة من أجل تطوير نشاطها وإستمراره من خلال:

- إتباع نظام الإدارة البيئية الذي يسمح ب:

تقليل قيمة التكاليف، ومراقبة المخاطر.

الحفاظ على القدرة التنافسية وتحسينها.

خلق أسواق جديدة ومستهلكين جدد.

- السياسة التسويقية التي يتبعها المركز من خلال الترويج لنشاطه وخدماته عبر مختلف وسائل

الإتصال والإعلام والمشاركة في المعارض الدولية للسياحة في الشرق والغرب الجزائري.

ويعتبر هذا النمو دليل على حسن الإستقبال ونوعية الخدمات المقدمة من قبل موظفي المركز الذين يتم

تكوينهم بصفة دورية في مجال الفنادق والسياحة من أجل مواكبة كل ما هو جديد في هذا المجال.

- تنوع الأنشطة السياحية الرياضية والتسلية: (الجدول من إعداد الباحثة)

نشاط	نشاطات رياضية	نشاطات سياحية	نوع النشاط
<ul style="list-style-type: none"> - المشي لمسافات طويلة بالدراجات الجبلية Randonnées en VTT - المشي لمسافات طويلة على ظهر الأحصنة للأطفال Randonnées sur Poney - السباحة والألعاب المائية - تعلم التزلج على الثلج Initiation au Ski - نشاطات وحفلات فنية وموسيقية (الفلكلور المحلي) - ألعاب بهلوانية وسحرية للأطفال. 	<ul style="list-style-type: none"> - المشي لمسافات طويلة في الغابات والجبال - كرة القدم - كرة اليد - السباحة الرياضية - التزلج على الثلج - تسلق الجبال - الدراجات الجبلية - القفز بالمظلات 	<ul style="list-style-type: none"> - زيارة معالم تاريخية - التنزه في محيط المركب السياحي - تظاهرة ملكة جمال تيكجدة (في الثامن من مارس من كل سنة) - إحتفاليات إنطلاق الموسم السياحية - إحتفاليات الأعياد الوطنية والمناسبات الخاصة (كعيد ميلاد المركز كل 11 ماي من كل سنة) 	

يقترح المركز نشاطات متنوعة لتلبية حاجات ورغبات زبائنه بمختلف أنواعها (الرياضيين، الشباب والعائلات)، وتعمل مصلحة التنشيط على مستوى المركز بتطوير وتجديد وتنويع الخدمات والبرامج السياحية المقترحة من أجل تسلية والترفيه عن الزبائن وتمكينهم من التعرف والتمتع بما تزخر به المنطقة من ثروات طبيعية وإمكانيات وتجهيزات رياضية وترفيهية بما يتماشى مع مبدأ المحافظة على البيئة.

إستنتاج الجزئي:

إن النتائج التي توصلنا إليها من خلال تحليل الوثائق التالية:

- الوضعية العامة للمركز الوطني للرياضة والتسلية.
- وتقارير نشاط المركز الوطني للرياضة والتسلية في فترة (2017-2012).
- شهد المركز منذ نشأته سنة 1993 إلى غاية 1997 ركودا في نشاطه بسبب تدهور الأوضاع الأمنية في الجزائر وقد تعرض لعمليات التخريب والإرهاب.
- إلا أنه في 2006 وبعد رجوع الأمن والإستقرار بالمنطقة باشر المركز بإعادة تهيئة الهياكل الفندقية المتضررة من أجل إستقطاب السواح بمختلف صفاتهم (رياضيين وعائلات، وشباب) وسعى لفك العزلة عن المنطقة والتنمية السياحية وإسترجاع تيكجدة مكانتها السياحية وقد ساهم في تحسين الظروف المعيشية للمجتمع المحلي أي تحقيق التنمية الاجتماعية والإقتصادية.
- ويحتضن المركز نشاطات وتظاهرات متعددة ومتنوعة لتلبية حاجات ورغبات الزائين: رياضية، سياحية، ثقافية، غير مضررة بالبيئة المحيطة، ما يطلق عليه السياحة البيئية.
- يستغل المركز الثروات الطبيعية التي تزخر بها منطقة تيكجدة ويسعى لتوسعة نشاطاته من خلالها.
- يسعى لإنشاء وخلق مدارس للرياضات المائية والغوص بإستغلال سد تلسديت الذي يبعد ب 5 كم عن المركز.
- يعتمد المركز نظام الإدارة البيئية الذي من بين نتائجه:
 - خفض من قيمة التكاليف والحفاظ على القدرة التنافسية.
 - تحقيق الرضا الوظيفي وتحسين ظروف العمل.
 - تقليل أثار المؤسسة على البيئة المحيطة.
- يستقطب المركز أعداد معتبرة ومرتفعة من الزوار والمقيمين بفضل السياسة التسويقية التي يعتمدها للترويج لخدماته عبر مختلف وسائل الإتصال والإعلام.

- تطور ونمو مستمر لرقم أعمال المؤسسة راجع للنظام التسيير والسياسة التسويقية المتبعة من أجل تحقيق الأهداف المسطرة.

- تهيئة ومواكبة الهياكل الفندقية للمؤسسة لمعايير الجودة وتوسيع سعة الاستقطاب من 460 سرير إلى 800 سرير.

3- مناقشة نتائج المقابلة في ظل الفرضيات:

3-1 مناقشة النتائج في ظل الفرضية العامة: وهي: يساهم احتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر.

تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي المحتضنة من قبل المركز الوطني للرياضة والتسلية بتلكجدة تساهم في تفعيل السياحة البيئية بالمنطقة حيث أن هذه الأخيرة تروج لسياحة مسؤولة اتجاه منطقة تلكجدة وتساهم في التنمية الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع المحلي، ويتبع المركز من أجل ذلك سياسة إستراتيجية تسمح له بتحقيق أهدافه المسطرة.

3-2 مناقشة النتائج في ظل الفرضية الجزئية الأولى:

وتتص هذه الفرضية على أن: يعود إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي بالفائدة على الاقتصاد المحلي للمنطقة المحتضنة لها من خلال خلق مناصب شغل وتنشيط الشركاء الإقتصاديين. وإثبات صحة أو عدم صحة هذه الفرضية خصصنا الأسئلة: 1/2/3/4/6/7 لهذا الغرض.

إن النتائج التي توصلنا إليها من خلال إجراء مقابلة مع نائب مدير المركز الوطني للرياضة والتسلية وتحليل والوثائق والتقارير الخاصة بنشاط المركز فيتضح لنا:

أن المركز يستقطب أكثر من 46000 زائر على مدار السنة من رياضي الفرق الوطنية والأجنبية والمنخرطين في الاتحاديات الرياضية الوطنية من أجل التدريب والتحضير البدني، النفسي، التقني مع الترفيه عن أنفسهم في أعالي منطقة تلكجدة على علو 1500م عن سطح البحر. وفيما يخص الشباب والعائلات، من أجل المشاركة في أنواع مختلفة من النشاطات والتظاهرات الرياضية السياحية المحتضنة من قبله من رياضات جبلية، رياضات مائية (سد تيلسديت)، رياضات شتوية... الخ.

وأوضحت الدراسة الميدانية أن المركز يروج للثقافة السياحية عبر تنظيم نشاطات وتظاهرات رياضية سياحية، ثقافية، تتماشى مع البيئة المحيطة عبر التسويق لخدماته والثروات والمقومات التي تزخر بها المنطقة عبر إستغلال مختلف قنوات الإتصال والإعلام ويهدف المركز لإستقطاب أكبر عدد من السواح ويوفر لهم الهياكل الفندقية (الإيواء والإطعام) والتجهيزات الرياضية للتدريب والترفيه، وإتباع نظام الإدارة البيئية والتسيير المحكم لوحده الأربعة من خلال توظيف الكفاءات والتكوين المستمر للموظفين، لمواكبة التطورات الحاصلة

في ميدان الخدمات والفندقة، دون إهمال الجانب البيئي يطمح المركز لنشر ثقافة المحافظة على البيئة وحمايتها من التلوث والحرائق، ويسعى المركز لتحقيق أهدافه التجارية الربحية بالإضافة إلى المساهمة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية المحلية من وراء نشاطه من خلال خلق مناصب شغل بصفة مباشرة من يد عاملة محلية الأمر الذي يساهم في تحسين وضعيتها الاجتماعية والإقتصادية وظروفها المعيشية وغير مباشرة حيث ينشط المركز عبر إحتضانه هذا النوع من التتشاطات والتظاهرات الرياضية السياحية الحركة التجارية والإقتصادية بالمنطقة ويساهم في تطوير نشاط التجار والحرفيين حيث يستغل السواح المطاعم ومقاهي، وسائل النقل الجماعية، يقتنون التذكارات والصناعات التقليدية المحلية... الخ.

وتدعم هذه النتائج تحقيق الفرضية الجزئية الأولى حيث أن التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي التي يحتضنها المركز تساهم في تطوير الاقتصاد المحلي بالمنطقة المحتضنة لها، وهذا يتماشى مع ما تطرقنا إليه في الجانب النظري (الفصل الأول ص 27) حيث يؤكد كل من الباحثين " عبد اللطيف بن براهيم بخاري وحماده نوار العنتبلي أن للتظاهرات الرياضية: أهداف إقتصادية، وإجتماعية ثقافية، وسياسية التي تعود بالفائدة على المؤسسة المحتضنة والمجتمع المحلي.

3-3 مناقشة النتائج في ظل الفرضية الجزئية الثانية:

مفادها: قد تساهم مختلف وسائل الإعلام في التعريف والترويج للتظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي. وإثبات صحة أو عدم صحة هذه الفرضية خصصنا الأسئلة: 10/9/8/5 لهذا الغرض.

إن النتائج التي توصلنا إليها من خلال إجراء مقابلة مع نائب مدير المركز الوطني للرياضة والتسلية وتحليل والوثائق والتقارير الخاصة بنشاط المركز فيتضح لنا:

أن المركز يعتمد على تسويق خدماته عبر وسائل الإتصال والإعلام المختلفة منها:

- عقد إتفاقيات عمل وشراكة مع وكالات سياحية ومؤسسات تجارية من أجل إستقطاب عدد أكبر من السواح.

- إتفاقيات شراكة مع اللجنة الأولمبية الوطنية والإتحاديات الرياضية الوطنية من أجل إستقطاب الفرق الوطنية والرياضيين المنخرطين على مستواها من أجل التحضير البدني والتقني والنفسي.

- المشاركة في المعارض الدولية للسياحة والفندقة في كل من وهران وعنابة وإستهداف أسواق سياحية جديدة والتعريف بخدمات المركز والنشاطات الترفيهية، الرياضية التي يمكن ممارستها في منطقة تيكجدة.

- إستغلال وسائل الإعلام الحديثة المختلفة من صحافة، إذاعات، قنوات تلفزيونية ومواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي في:

- نشر والترويج للثقافة السياحية.

- التعريف بالمركز والخدمات التي يقترحها والنشاطات الرياضية ذات الطابع السياحي الممكن ممارستها.

- التحسيس حول أهمية حماية البيئة والمحافظة على التراث الطبيعي بالمنطقة.

تتوافق هذه النتائج مع الفرضية الجزئية الثانية التي وضعناها حيث تبين لنا أن وسائل الإعلام الجزائرية المختلفة تسعى للترويج للثقافة السياحية في وسط المجتمع الجزائري من خلال: مقالات صحفية، ووربورتاجات، برامج تليفزيونية... الخ.

وهذا ما يؤكد ليزلي ومويلر حول وظائف وسائل الإعلام المختلفة منها: الإخبار والتزويد بالمعلومات وكذلك التسويق والإعلان... تطرقنا إليه في الجانب النظري (الفصل الثاني ص 64).

3-4 مناقشة النتائج في ظل الفرضية الجزئية الثالثة:

مفادها: قد تساهم هذه التظاهرات في توعية ونشر ثقافة المحافظة على البيئة والمحيط في المجتمع الجزائري.

ولإثبات صحة أو عدم صحة هذه الفرضية خصصنا الأسئلة: 10/11/12/13/ لهذا الغرض.

إن النتائج التي توصلنا إليها من خلال إجراء مقابلة مع نائب مدير المركز الوطني للرياضة والتسلية وتحليل الوثائق والتقارير الخاصة بنشاط المركز فيتضح لنا:

يسعى المركز من وراء نشاطه إلى نشر ثقافة حماية البيئة المحيطة وسط زبائنه وعماله والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة حيث:

- نشاطات وتظاهرات رياضية سياحية وترفيهية على الزبائن، يمكن تصنيفها على أنها سياحة بيئية صديقة للبيئة.

-يعتمد ويلتزم المركز بصفة طوعية بنظام الإدارة البيئية **SME** ونظام المسؤولية الجماعية **RSE** في تسيير المؤسسة في سبيل تقليل أثر نشاطها على البيئة.

- يساهم في تثمين والمحافظة على موروث الطبيعي والثقافي كون منطقة تيكجدة واقعة ضمن محمية الطبيعية للحضيرة الوطنية (جرجرة) ومصنفة ضمن التراث العالمي البيئي عام 1998.

- يؤطر حملات تحسيسية للتوعية حول أهمية المحافظة على البيئة بحضور وسائل الإعلام المختلفة.

-يبادر المركز في إعداد حملات تنقية وحملات تشجير بمشاركة موظفي وزبائن المركز.

- يضع المركز خزانات المياه وجميع التجهيزات والتدابير في خدمة الحماية المدنية وإدارة الحضيرة الوطنية بتيكجدة من أجل إخماد الحرائق.

- إن المجهودات التي يبذلها المركز من أجل المحافظة على البيئة المحيطة غير كافية حيث أن غياب الوعي والسلوكيات الغير حضارية لبعض السواح تتسبب في تلويث البيئة المحيطة في المنطقة.

- ضيق الطريق الوحيد المؤدي إلى المركز واكتظاظه بوسائل النقل الفردية والجماعية يعرقل ويمنع توافد الزوار للمركز وتمتعهم بجمال المنطقة الفريد.

تتوافق النتائج المتوصل اليها مع الفرضية الجزئية الثالثة حيث تبين لنا أن المركز الوطني للرياضة والتسلية يسعى لتحقيق أهدافه من خلال الإعتماد على أنظمة تسيير محافظة على البيئة، ويسعى لغرس ثقافة حماية البيئة في وسط الموظفين والزبائن من خلال حملات توعية واحتضان نشاطات وتظاهرات رياضية سياحية صديقة للبيئة يمكن تصنيفها كسياحة بيئية، حيث تتدرج كل من النشاطات الرياضية الممارسة في الطبيعة والسياحة الرياضية والسياحة الثقافية والسياحة البيئية ضمن حيز السياحة المستدامة حسب ما تبنته (لورا لو كول **Laura Lecolle**) في الفصل النظري الثالث ص 106).

الإستنتاج العام:

إن النتائج المحصل عليها من خلال إجراء المقابلة نائب المدير العام للمركز الوطني للرياضة والتسلية بتكجدة وبعد تحليل الوثائق الخاصة بنشاط المركز بينت النتائج صدق الفرضية العامة حيث ثبت أن التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي ذات أهمية كبيرة في التنمية السياحية في منطقة تكجدة حيث تعمل على الترويج للمقومات السياحية التي تزخر بها المنطقة من مقومات طبيعية، ثقافية، إجتماعية من خلال إحتضان وتنظيم نشاطات وتظاهرات رياضية ذات الطابع السياحي بإستغلال البيئة المحيطة دون إلحاق الضرر بها وترويج للسياحة البيئية في الجزائر.

- يهدف المركز إلى تحقيق التنمية المستدامة عبر نشاطه حيث يساهم في التنمية الاقتصادية والإجتماعية المحلية ويحافظ على البيئة المحيطة حيث:

- يساهم توافد الأعداد الكبيرة للزوار على منطقة تكجدة في تطوير وتوسعة نشاط المؤسسة وتحقيق أهدافها الربحية.

- يساهم المركز في نشر الثقافة السياحية وسط المجتمع الجزائري ويعتمد على مختلف وسائل الإعلام والإتصال لإستقطاب أكبر عدد من الزوار من أجل الممارسة الرياضية والتسلية.

- يقترح أنشطة وتظاهرات رياضية متنوعة ومتعددة تتماشى والطبيعة المحيطة من غابات وجبال، سدود وبحيرات.

- يسعى لنشر ثقافة الحفاظ على البيئة وحمايتها عبر نشاطه من خلال الحملات التحسيسية وحملات التشجير والتنقية.

- يتبع بصفة طوعية نظام الإدارة البيئية في تسيير شؤون إدارته والذي من أهدافه:

تقليل التكاليف، تقليل أثر المؤسسة على البيئة المحيطة، تقليل المخاطر وتحسين ظروف العمل.

- يوظف المركز يد عاملة ذات كفاءة، قادرة على تحقيق أهداف المؤسسة ويتم تكوينها وتدريبها بصفة دورية من أجل الإلمام بكل ما هو جديد في ميدان الفندقية والسياحة.

- يخلق مناصب شغل مباشرة من يد عاملة محلية.

- ينشط الحركة التجارية والإقتصادية بالمنطقة حيث يستغل الزوار: المطاعم، المقاهي، ومختلف وسائل النقل الجماعية، الإعتماد على الوكالات السياحية.

-يسمح بإزدهار النشاط التجاري للحرفيين حيث يعتبر فرصة لعرض وبيع منتجاتهم وصناعاتهم الحرفية المحلية.

- يعتبر فرصة للسواح لإكتشاف عادات وتقاليد متنوعة والإحتكاك بالثقافات مختلفة من جميع ربوع الوطن أو خارجه.

الإقتراحات والتوصيات:

- بناء على النتائج المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة يمكن إقتراح هذه التوصيات:
- تنويع النشاطات والتظاهرات الرياضية السياحية والثقافية بالتعاون مع الأطراف الفاعلة من أجل تحقيق وإشباع حاجات ورغبات السياح الحاليين والمتوقعين.
- خلق مجلس تنسيق وتعاون يجمع بين مختلف الأطراف الفاعلة من أجل حسن تسيير وإستغلال الحاضرة الوطنية للجرجرة.
- تحسين وضعية وتنظيم نشاط الصناعات الحرفية الناشئة على أطراف المركز الوطني للرياضة والتسلية التي تعكس الثقافة المحلية.
- تحسين كفاءة البنى الأساسية (شبكة الطرقات، ووسائل النقل):
- توسعة الطريق المؤدية للمنطقة السياحية.
- توفير أماكن وحضائر لركن السيارات والحافلات الناقلة للسواح لتخفيف الضغط على الطريق وتمكينهم من الإستمتاع بالسفر.
- إدماج السكان المحليين للمنطقة في عمليات التحسيس، التنقية والتشجير المنظمة من قبل المركز لتنمية حس الاجتماعي وإشراكهم في عملية المحافظة على البيئة.
- إستغلال وسائل الإتصال الحديثة لتحسيس أكبر عدد من أفراد المجتمع (خاصة الشباب) حول أهمية المحافظة على البيئة ونشر ثقافة السياحة عبر الممارسة الرياضية.

خاتمة

خاتمة:

هدفت الدراسة إلى تبيان أهمية التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية التي هي سياحة مستدامة تساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتروج للمقومات والمؤهلات الطبيعية التي تزخر بها الجزائر وتهدف إلى تنمية الثقافة السياحية وسط المجتمع الجزائري.

بعد الإطلاع على الدراسات الأجنبية السابقة والتي تعالج مواضيع مشابهة ومرتبطة وموضوع بحثنا، قمنا بطرح التساؤل التالي: ما أهمية احتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي في تفعيل السياحة البيئية في الجزائر؟ وللإجابة عليه تطرقنا لعلاقة كل من الرياضة والسياحة وتأثير كل منهما على البيئة، وتعرفنا على دور الهيئات الرياضية مثل اللجنة الأولمبية الدولية ودورها في المحافظة على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة عبر إحتضان تظاهرات رياضية سواء الكبرى أو المحلية، كما تطرقنا إلى دور مختلف وسائل الإعلام والاتصال في نشر الثقافة البيئية والسياحية عبر الممارسة الرياضية، وكذلك تعرفنا على موقف الجزائر من الإتفاقيات الدولية لحماية البيئة وسبل تحقيق التنمية المستدامة وأهم التشريعات والقوانين التي سنتها الحكومة الجزائرية من أجل تفعيل هذه الأخيرة.

تبين لنا أن التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي تؤثر إلى حد كبير في الترويج للسياحة البيئية في الجزائر وتساهم في التنمية الاجتماعية والإقتصادية المحلية بالمنطقة المحتضنة لها، ولأن الجزائر تتوفر على العديد من المقومات السياحية الطبيعية، الاجتماعية والثقافية، والتي تختلف من منطقة لأخرى (مناطق ساحلية، داخلية، الصحراء) التي توصلها لأن تكون مناطق جذب سياحي والتي تسمح لها بتفعيل السياحة البيئية هذه الأخيرة تساهم في تحقيق التنمية المستدامة عبر إحتضان وتنظيم تظاهرات رياضية في الهواء الطلق (الأرياف، الجبال، الصحراء، الغابات، الشواطئ... الخ) والتي لا تستلزم لتحقيقها إمكانيات وتجهيزات

قد تضرر بالبيئة، وهذا بعد الدراسة الميدانية: دراسة حالة المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة، وجاءت هذه النتائج لتدعم أبحاث ألان فيراند Alain Ferrand الذي عرف التظاهرات الرياضية بأنها: هي التي تهدف إلى التواصل من خلال تجمع إحتقالي غرضه جمع أكبر عدد من المشاركين وكذلك تقدير وتثمين ما تزخر به المنطقة المحتضنة لها... وتتظم على الصعيد المحلي خاصة ، حال التظاهرات الرياضية المنظمة من قبل الجمعيات أو المدن الصغيرة. وتؤكد نتائج التي توصل إليها الباحث "كنوين بيتر ماكومي" Kenwyn Peter McComie القائلة بأن: إحتضان التظاهرات الرياضية ذات الطابع السياحي لها أثر إيجابي وقيمة مضافة للتنمية السياحية بالمنطقة ولها آثار إيجابية منها: التنمية الاجتماعية والتنمية الاقتصادية.

تكن أهمية المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة في الترويج للسياحة في الجزائر، خاصة السياحة الداخلية، عبر احتضان وتنظيم نشاطات وتظاهرات رياضية سياحية تستهوي مختلف الفئات الاجتماعية (من رياضيين محترفين وعائلات وشباب) بأعداد معتبرة على مدار السنة، ويعمل المركز على تطوير الممارسة الرياضية وجعلها سببا في تفعيل السياحة في الجزائر بصفة عامة وتحقيق التنمية المستدامة بمنطقة تيكجدة بصفة خاصة من خلال دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية المحلية والمساهمة في الحفاظ على البيئة المحيطة كون منطقة تيكجدة مصنفة ضمن التراث الطبيعي العالمي.

تبين لنا من خلال النتائج أن المركز يحقق أهدافه المسطرة (منذ تحسن الأوضاع الأمنية بالمنطقة) بفضل إتباع سياسة إستراتيجية في تسيير شؤون إدارته حيث يتبع المركز "نظام الإدارة البيئية"، الذي يسمح له بتقليل التكاليف وتحقيق الأرباح دون إلحاق الضرر بالبيئة بالإعتماد على يد عاملة محلية مؤهلة، وإستغلال مختلف وسائل الإتصال والإعلام الترويج لخدماته وإمضاء إتفاقيات تعاون وشراكة مع مؤسسات رياضية وتجارية في إطار تطوير نشاط المؤسسة والحفاظ على الموارد الطبيعية الخاصة بمنطقة تيكجدة بإعتبارها عوامل جذب سياحي بإمتياز .

رغم الجهود المبذولة من قبل إدارة المركز فيما يخص التحسيس حول أهمية الحفاظ على البيئة وحملات تنقية ونشر ثقافة السياحة البيئية وسط الزبائن والزوار بصفة عامة إلى المنطقة، إلا أنها تبقى غير كافية بسبب السلوكات الغير حضارية واللواعية لبعض السواح الذين يتسببون في تخريب وتدمير النظام البيئي الطبيعي بها .

المراجع

المصادر :

➤ القرآن الكريم

المراجع باللغة العربية :
الكتب:

- إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، ط1، مصر، 1998
- إبراهيم حماد مفتي، تطبيقات الإدارة الرياضية، دار الفكر العربي، 1999.
- إبراهيم وفاء زكي، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، مصر، 2006.
- أحمد بخوش، الإتصال والعولمة. دراسة سوسيو ثقافية، مصر، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.
- الخضيرى محسن أحمد، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية، ط1، القاهرة، مصر، 2005.
- الشافعي حسن احمد، الاستثمار والتسويق في التربية البدنية والرياضية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ط1، 2006 .
- الميداني أشرف سمير، السياحة الرياضية في مصر، ط1، 2005.
- الهاشمي مجد هاشم ، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، مصر، 2006
- أوما سيكاران: طرق البحث في الادارة مدخل بناء المهارات البحثية، ترجمة بسيوني اسماعيل والعزاز عبد الله بن سليمان، دار النشر العلمي والمطابع، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2006.
- بن غضبان فؤاد، السياحة البيئية المستدامة، بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- بن إبراهيم بخاري عبد اللطيف ، العنقبلي حماده عيد نوار ، إدارة المناسبات والمسابقات والدورات الرياضية، المؤسسة عالم الرياضة، ط1 الإسكندرية، مصر، 2017.

- بسيوني محمود عوض، ياسين الشاطي فيصل: نظريات وطرق التربية البدنية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

- حسن أحمد الشافعي، الإعلام في التربية البدنية والرياضة، دار الوفاء للطبع والنشر، مصر، 2003.

- درادكة حمزة، أبورحمة مروان، كافي مصطفى، علوان حمزة، مبادئ السياحة، عمان، الأردن، ط1، 2014.

- سامي عريفج وآخرون: مناهج البحث العلمي وأساليبه، دار مجدلاوي للنشر عمان، الأردن، 1999.

- طراف عامر حسنين وحياة ، المسؤولية الدولية والمدنية في قضايا البيئة والتنمية المستدامة، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2012.

- عبد اليمين بوداود، متطلبات الإحتراف الرياضي، منشورات مخبر علوم وتقنيات النشاط البدني الرياضي، جامعة الجزائر3، 2014،

- علية عبد المنعم حجازي، حسن الشافعي، استراتيجية للتسويق الرياضي والاستثمار بالمؤسسات الرياضية المختلفة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2009 ،

- عطية حماد عبد القادر إبراهيم، عيد ناصر، مدخل إلى جغرافية السياحة، الأردن، دار الوراق للنشر والتوزيع، 2012.

- عبد المقصود ابراهيم محمود، حسن أحمد الشافعي، إدارة المنافسات والبطولات والدورات الرياضية، ط1، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2003 .

- عبد المجيد إبراهيم مروان ، إدارة البطولات والمنافسات الرياضية، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

- عبد المقصود إبراهيم، السياحة والرياضة، دار الفكر العربي، 1996.

- عوني عطية على أبو بكر، التنظيم الدولي للسياحة الرياضية، نحو إنشاء منظمة دولية مقترحة للسياحة الرياضية.

- قاسمي ناصر ، الإتصال في المؤسسة ،دراسة نظرية وتطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011.

- قنديلجي عامر ، البحث العلمي وإستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، اليازوري، عمان، الأردن، 2008.

- كمال درويش، حماد إسماعيل ، إدارة المنافسات والمسابقات والدورات الرياضية، مركز الكتاب للنشر، (2004)،

- محمد المصري احمد: الإدارة الحديثة (الاتصالات-المعلومات-القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008.

الكتب باللغة الأجنبية:

- Audrey De Ceglie, Marie Ouvrard-Servanton, Les stratégies de médiatisation des événements : un moyen de construction de représentations pour les jeunes

- Dépliant de la ANDT, MATTA, salon du tourisme Alger le : 05/2017

- Encarta 2007, volet géographie, désert algérien.

- Hachimi Madouche (le tourisme en Algérie) jeu et enjeux, ed Houma,Alger,p 23.
- Jean Camy Leigh Robinson, Comité International Olympique, Solidarité Olympique, Gérer les Organisations Sportives Olympiques, chapitre 06, 2008.
- Laura lecolle , Ecotourisme : outils de gestion et bonnes pratiques ,2008
- Michel desbordes–Julien Falgoux Les livres outils organiser un evenement sportif. edition d'organisation,2003.
- Paul Downward, Alistair Dawson , Trudo Dejonghe ,Sport economics, ed Taylor and francis, 2009 .
- PIGEASSOU Charles, Le tourisme sportif: cadre d'analyse et contexte. L'exemple de la France Université de Montpellier,

القوانين والجرائد الرسمية:

- القانون 01/03، الجريدة الرسمية، العدد 11 المؤرخ في 19 فبراير 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة.

المحاضرات والمجلات العلمية:

- Revue du Grand Tour d'Algérie de Cyclisme, Fédération Algérienne de Cyclisme, Alger, Algérie, (2014)
- Revue de la Fédération Algérienne des Sports Mécaniques (Auto Moto Sports N14 Novembre 2014) Alger, Algerie,
- مجلة الجيش العدد 570، جانفي 2011، الجزائر.
- يحيى سعدي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، جامعة المسيلة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد 36، 2013.
- هوارى معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث / عدد 1، 2004
- عمر حوتية، واقع قطاع السياحة في الجزائر وأفاق تطوره، مجلة الحقيقة جامعة أدرار، العدد 29.
- عبد القادر شلالى، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، المحور الثالث: واقع السياحة في الجزائر وسبل ترقيته. معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي "أكلي محند أولحاج" بالبويرة. الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر: واقع وأفاق" ماي 2010.

- رزاز محمد عبد الصمد، مداخلة رقم 01، ملف اليوم الدراسي حول التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية ولاية برج بوعرييج، 2009/12/21.
- عبد الرحمان برفوق ، قسمية منوبية، مداخلة بعنوان "دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع" في فعاليات ملتقى "إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة"، بسكرة، 2014،
- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الجزائر ، العدد الأول.

الرسائل الجامعية:

- إبراهيم علي غراب، واقع التسويق الرياضي بالمؤسسات الرياضية، 2010،
- بوعشاش سامية، السياحة البيئية في المناطق الجبلية، تخصص الإدارة البيئية والسياحة، 2013، الجزائر
- بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012.
- بوطالبي يحي، التسويق الرياضي وعلاقته بإدارة المنشآت الرياضية الجزائرية، جامعة الجزائر 3، 2014،
- عوينان عبد القادر، (2000-2025) الإمكانيات والمعوقات في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025.
- محمود الابرش، السياسة البيئية في الجزائر في ظل الإتجاهات البيئية العالمية، أطروحة دكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر، 2017.

مواقع الأنترنت:

- أبو يمني، مقال صحفي، السياحة الجبلية بباتنة مورد اقتصادي هام يعاني من غياب الاستثمار "نشر في الجريدة الإلكترونية البلاد"
- CLAIRE TOMASELLA, L'écotourisme, qu'est-ce que c'est ?
<https://www.geo.fr/environnement/les-mots-verts/ecotourisme-41139>.
- مقال صحفي بعنوان هل ستجح الجزائر في احتضان تظاهرة "عاصمة" / <https://www.djazairess.com/elayem>
السياحة العربية
- <http://www.almoslim.net/node/83998>
- http://www.elwatan.com/hebdo/magazine/ecotourisme-en-algerie-galvaudage-d-un-concept-23-02-2018-363153_265.php
- <http://www.alukah.net/culture/0/106339> / مصطفى عطية جمعة، التنمية المستدامة وأهدافها، شبكة ألوكة،

- <http://www.startimes.com/> السياحة الرياضية نموذج المغرب
- <https://www.olympic.org/fr/le-cio-linstitution>
- <https://stillmed.olympic.org/media/OlympicOrg/Factsheets-Reference-Documents/Environment/>
- <http://www.wata.cc/forums/> أهمية السياحة الرياضية في تشجيع الطلب السياحي في مصر بقلم الأستاذ نعمان عبد الغني.
- <http://blogs.aljazeera.net/blogs/2017/6/2؟البلدان> لماذا ليست كباقي البلدان؟
- <https://news.travelerpedia.net/destinations/> أسباب تدفعك إلى السياحة في الجزائر Ismail K, le
- http://netstorage.lequipe.fr/ASO/dakar/2014/historique/historique-dakar-1979-2013_fr.pdf
- http://netstorage.lequipe.fr/ASO/motorSports_dak/Dakar_guide_historique_FR.pdf, le
- <http://cop22.ma/ar/#whatscop/post/164>
- <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/12/13/>
- <http://www.france24.com/ar>
- <http://bethlehem21.arij.org/ar/agenda21.php>.
- <http://mawdoo3.com> وسائل الإعلام والاتصال،
- <http://www.alghad.com/articles/676260> الإعلام والرياضة
- <https://www.cairn.info/revue-chimeres-2010-3-page-185.htm>
- Yemen tourism.com/ Ministry of Tourism, Republic of Yemen, yemen tourism promotion board.
- Faits saillant OMT du tourisme, édition 2014, p02/www.wto.org.
- <http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/sdat-2030> وزارة السياحة والصناعات التقليدية، جودة السياحة الجزائرية،
- <https://www.djazairess.com/alfadjr/18297>
- www.ons.dz le 10/06/2017. الديوان الوطني للإحصائيات.
- http://www.babreitenbrunn.de/fileadmin/benutzer/benutzer_tw/skripte/frau_tschater/Les_differentes_formes_de.pdf.

- <http://www.startimes.com/f.aspx?t=33442665> le 09/03/15 مقال واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها
- http://www.meer.gov.dz/ar/?page_id=246 موقع وزارة البيئة والطاقات المتجددة
- <http://www.vedura.fr/economie/entreprise/gestion-risque-developpement-durable>.
- <http://www.qms.org.sa/qms/qms/certificates-ar/iso-14001> ISO أسس ومبادئ نظم الإدارة البيئية 14001، الموسوعة الجهات الحاصلة على شهادات نظم الإدارة 14001

الملاحق

أسئلة المقابلة مع السيد المدير العام للمركز الوطني للرياضة والترفيه بتيكجدة:

- 1- متى ولماذا أنشأ المركز الوطني للرياضة والتسلية بتيكجدة؟
- 2- ما هي النشاطات الرياضية والسياحية الترفيهية المقترحة على مستوى المركز؟
- 3- ما هي أكبر نسبة من الزوار للمركز؟ (الرياضيين المحترفين، الفرق الوطنية (التدريب والتحصير للمنافسة) أم العائلات والشباب (غرض سياحي ترفيهي) وفي أي فترة من السنة تنشط الحركة السياحية بالمنطقة؟
- 4- ما هي الهياكل الرياضية والسياحية التي تتوفر عليها المركز؟ وكم سعة استقطابها؟
- 5- هل توجد اتفاقيات تعاون مع الجمعيات، الاتحاديات الرياضية، المؤسسات والشركات العمومية والخاصة ووكالات السياحة؟ من أجل استقطاب أكبر عدد من السواح.
- 6- ما هو عدد عمال المركز الوطني للرياضة والتسلية؟
- 7- ما هي مناصب الشغل التي يتم خلقها من وراء نشاط المركز؟ (الإطعام، الفندقية، الرياضة)؟
- 8- ما هي الوسائل المعتمدة لنشر والترويج لبرنامج وخدمات المقدمة على مستوى المركز؟
- 9- هل يتم استغلال القنوات التلفازية والإذاعات المحلية والوطنية من أجل الترويج للمركز؟
- 10- هل يتم تنظيم حملات تحسيسية للسواح والرياضيين حتى المقيمين بالمنطقة من أجل التوعية حول أهمية المحافظة على البيئة؟
- 11- ما هي وسائل النقل المتاحة للوصول إلى المركز؟
- 12- ما هو دور المركز في حماية البيئة والترويج للسياحة البيئية من وراء نشاطه؟
- 13- كيف يساهم المركز في حماية البيئة والترويج للسياحة البيئية من وراء نشاطه؟