



## السياحة الحضرية وإمكانية تسويقها لدعم التنمية المحلية باستعمال نظم المعلومات الجغرافية. دراسة حالة ولاية أم البواقي.

الأستاذة، دحدوح فاطيمة.

معهد تسيير التقنيات الحضرية، جامعة أم البواقي  
fatigtu@yahoo.fr

الأستاذة، عبدي نضال.

معهد تسيير التقنيات الحضرية، جامعة أم البواقي  
numidianidal@gmail.com

مباركة إلهام.

معهد تسيير التقنيات الحضرية، جامعة أم البواقي  
mebarkailham04@gmail.com

### ملخص

تهتم هذه الدراسة بتسليط الضوء على الإمكانات السياحية والأثرية فضلا على التعرف على أنماط توزيعها والخدمات التي يمكن أن تقدمها لدعم للتنمية المحلية في ولاية أم البواقي، كذلك الكشف عن مختلف هذه المقومات الطبيعية الداعمة لصناعة السياحة الحضرية والمواقع الأثرية بهدف تأهيلها وتطويرها وتسويقها من خلال تطبيق تقنية نظم المعلومات الجغرافية حيث تمكنا هذه التقنية من فهم مختلف المتطلبات السياحية وجعلها ذات طبيعة جاذبة تتميز بسهولة الوصول. تشمل هذه الدراسة على الجانب النظري الذي نتطرق من خلاله إلى السياحة الحضرية ومقوماتها المختلفة في ولاية أم البواقي وإمكانية تسويقها لدعم التنمية المحلية، أما الجانب التطبيقي يتم من خلاله معالجة وعرض البيانات السياحية لمختلف المقومات الموجودة والاستفادة من تقنية نظم المعلومات الجغرافية في إدارة وتطوير المواقع السياحية، الأمر الذي يعطي صورة شاملة وواضحة لتنمية هذه المواقع زيادة على ذلك أهمية وفاعلية التخطيط في التسويق لها وإبراز دوره في دعم التنمية المحلية عبر بناء قاعدة بيانات جغرافية والتي تسهل وتسرع العمل على التسويق السياحي الإلكتروني.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة الحضرية، نظم المعلومات الجغرافية، التنمية المحلية، التسويق السياحي، مدينة أم البواقي.

### Abstract

This study is concerned with highlighting the tourism and archaeological potentials, as well as identifying the patterns of their distribution and the services that they can provide to support local development in the state of Oum El Bouaghi, as well as revealing the various natural ingredients that support the urban tourism industry and archaeological sites with the aim of rehabilitating, developing and marketing them through the application of systems technology. Geographical information, as this technology enables us to understand the various tourism requirements and make them of an attractive nature characterized by ease of access. This study includes the theoretical side through which we address urban tourism and its various components in the state of Oum El Bouaghi and the possibility of marketing it to support local development, while the practical side is through it Processing and presenting tourism data for the various quality components and ways to benefit from the technology of geographic information systems in the management and development of



tourist sites, which gives a comprehensive and clear picture of the development of these sites. Facilitate and speed up work on e-tourism marketing.

**Keywords:** urban tourism, geographic information systems, local development, tourism marketing, the city of Oum El Bouaghi.

## مقدمة

تسعى السلطات الجزائرية جاهدة لمحاولة تحقيق التنمية السياحية والتي تعرف تدهورا حادا على مستوى جميع المؤشرات السياحية مقارنة مع الدول التي تتشابه مقوماتها وخصائصها مع التي تمتلكها دولة الجزائر وفقا للمفهوم الحديث للتسويق السياحي. في حين يمكن النهوض بالقطاع لتوفر العديد من الإمكانيات والمقومات السياحية الطبيعية والتاريخية التي تؤهلها لتكون قطبا سياحيا مميزا والوقوف على حل العديد من المشاكل كحال البنوك والنقل الجوي ومواكبة المعاملات المالية العالمية، ومنها ما يتطلب الحل الجذري كإعادة النظر في السياسات التسويقية السياحية<sup>1</sup>.

تعتبر ولاية أم البواقي كغيرها من المناطق الجزائرية التي تملك العديد من الموارد والمقومات السياحية المتنوعة حيث تتوفر على غطاء غابي هام يسمح بتشكيل مناظر طبيعية خلابة، فضلا على المواقع الأثرية والعادات والحرف التقليدية حيث حضيت الولاية بالتصنيف الثاني وطنيا من حيث توفرها على المناطق الرطبة وتتمثل في ثمانية حظائر مائية، التي يمكن تحويلها إلى محطات جذب سياحي تعتمد على الثورة المائية بالإضافة إلى المسابح الجوارية على مستوى عدد من البلديات والمركبات الرياضية بمعدل مسبح في كل بلديات من بلديات الولاية (29)، غير أن المنطقة عاشت الإهمال على مستوى هذه المقومات حيث عرفت المساحات الخضراء مثلا عزوفا كبيرا نظرا لغياب الأمن ووسائل الراحة والتهئية والتسيير كما أن الاعتداءات المتكررة على محيطها، خلف ضررا كبيرا بالثروة البيئية التي كانت موجودة بها والتي كانت لتشكل قاعدة استثمار هامة لو أنها استغلت سياحيا، بالمقابل تحولت المسطحات المائية إلى مكبات لمياه الصرف التابعة لعديد البلديات. حتى أن الكثير من سكان الولاية باتوا يجهلون هذه المقومات المتميزة.

ومن هنا ارتأينا ضرورة تسليط الضوء على هذه المقومات وإبراز مدى أهميتها في تحقيق التنمية السياحية بولاية أم البواقي وضرورة اللجوء إلى التسويق السياحي بما يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال كنظم المعلومات الجغرافية لدعم التنمية المحلية.

ومن هنا يمكن طرح التساؤل التالي: كيف يمكن لتطبيق نظم المعلومات الجغرافية في التسويق للسياحة الحضرية بولاية أم البواقي لدعم التنمية المحلية؟

<sup>1</sup>رحال محمد، بن عمر الجيلاني، تقييم أداء القطاع السياحي في إطار مخططات التنمية السياحية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مذكرة ماستر، تخصص: تسويق فنذقي وسياحي، 2022/2021، ص 85-86.



## منهجية الدراسة

اعتمدنا في هذه الورقة البحثية على كل من المنهج الوصفي التحليلي بهدف تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية في البحث وإبراز مدى أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة كنظم المعلومات الجغرافية في مجال التسويق السياحي في ولاية أم البواقي وخاصة بما يخدم السياحة الحضرية والتنمية المحلية.

## خطة الدراسة

للإجابة على هذا الطرح تطرقنا من خلال هذه الورقة البحثية إلى عرض بعض المفاهيم النظرية المتعلقة بالدراسة ثم إلى إبراز المقومات السياحية وواقع السياحة الحضرية بمدينة أم البواقي وأهمية استخدام نظم المعلومات الجغرافية في التسويق للسياحة الحضرية وطرق تطبيقاته بالولاية لتحقيق التنمية المحلية بالمنطقة. **مفهوم السياحة:** يجسد مفهوم السياحة عنصرا أساسيا من حرية الإنسان، وفي الوقت ذاته تمثل نموذجا للعلاقات بين الشعوب والحضارات للاستفادة من المعرفة المتبادلة والتقارب الفكري والسياسي وإحلال التفاهم بين الشعوب، وهذا يعني أن السياحة يمكن اعتبارها نافذة من خلالها يمكن الاطلاع على التنوع الحضاري والثقافي، وبذلك تعد ركيزة من ركائز الإنتاج الوطني، ومحالا استثماريا لكونها نشاطا إنتاجيا تنمويا.<sup>1</sup> وهي عبارة عن انتقال الأفراد من مكان إلى مكان ومن زمان إلى زمان (السياحة الخارجية)، أو الانتقال داخل البلد نفسه (السياحة الداخلية)، من أجل الثقافة، الأعمال، الدين، الرياضة أو غيرها من الأسباب الإستجمامية الأخرى.<sup>2</sup>

**السياحة المستدامة:** تُلبي التنمية السياحية المستدامة احتياجات السياح والمواقع المضيفة، إلى جانب حماية، وتوفير الفرص للمستقبل، إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة.<sup>3</sup>

**السياحة الحضرية:** وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيد في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة

<sup>1</sup> بن شيخ عبد الله، أهمية التهيئة الحضرية في تحقيق التنمية و تفعيل القطاع السياحي في الجزائر - دراسة حالة ولاية سعيدة-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم-، 2016/2017، ص 19.

<sup>2</sup> عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، 2015/2014، ص 24.

<sup>3</sup> بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر، 2017، ص 07.



والسياحة جزءا لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة، وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها<sup>1</sup>.

**أنواع السياحة في المناطق الحضرية:** للسياحة أنواع عديدة في المناطق الحضرية فنذكر منها<sup>2</sup>:  
**السياحة الثقافية:** وهي شكل من أشكال السياحة، مع التركيز على الثقافة والبيئة الثقافية بما في ذلك المناظر الطبيعية والقيم وأنماط الحياة، والتراث المحلي والصناعات التقليدية الموجودة في المجتمع المحلي وتشمل الأنشطة التالية: زيارة المتاحف والأثار والجولات الفنية لاكتشاف التراث المحلي والفعاليات الثقافية مثل المهرجانات والمعارض.

**سياحة الأعمال:** هي أي سفر خارج المنزل لأغراض تجارية وهو النشاط السياحي الذي يجمع بين عدت أنشطة في السياحة ويمكن تلخيص الأعمال والسياحة في عدت مجالات هي: المؤتمرات والإتفاقيات التجارية والمعارض والندوات والاجتماعات والحوافز للشركات السفر التجاري والسفر الفردي.  
**المنتزهات الترفيهية:** بين السياحة وسياحة الأعمال، أصبحت الحقائق الترفيهية والحيوانية التي إشتهرت في المدن الأوروبية خلال الثورة الصناعية للسماح للعمال بأخذ قسط من الراحة وتنفس الهواء النقي مثال على ذلك ديزنيلاند باريس.

### التنمية المحلية:

تعتبر التنمية المحلية تغييرا اجتماعيا موجهها من خلال أيديولوجية معينة. وهي عبارة عن عملية معقدة على المدى الطويل، وشاملة ومتكاملة في أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية والتكنولوجية، في هذا المجال يجب عدم تجاهل الضوابط البيئية وتجنب دمار الموارد الطبيعية وتطوير الموارد البشرية. وإحداث تحولات في القاعدة الصناعية السائدة وهكذا فإن عملية التنمية هي عملية موجبة باتجاه الأفضل لأفراد المجتمع<sup>3</sup>.

### تسويق السياحة من خلال نظم المعلومات الجغرافية

**مفهوم التسويق:** حسب تعريف جمعية التسويق الأمريكية عرف التسويق على أنه «عملية تخطيط تنفيذ المفاهيم بالتسعير، والترويج، وتوزيع الأفكار، والسلع والخدمات من أجل خلق تبادلات تحقق غايات الأفراد والمنظمات». ومن التعريف يمكن استنتاج أن التسويق هو عبارة عن عملية أي أنه مجموعة من الأنشطة المكملة لبعضها البعض والمترابطة معا، وليس مجرد نشاط معين. ويمكن النظر إلى هذه العناصر على

<sup>1</sup>حان أحلام، زاوي صورية، السياحة البيئية وأثرها على التنمية الريفية، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية العدد السابع، 2010، جامعة بسكرة، ص 237.

<sup>2</sup>معوج حسام، حمدود عبد الوافي، ترقية السياحة الحضرية في إطار التنمية المستدامة حالة " راس العافية" ولاية جيجل، جامعة أم البواقي، 2014/2015، ص 10-11.

<sup>3</sup>عربي احمد، أبعاد التنمية المحلية و تحدياتها في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010، ص ص 44-45.



أنها المكونات الرئيسية للنشاط التسويقي خصوصا التسويق السلعي، وإن كانت هذه المكونات تزداد مع التسويق الخدمي ومنها التسويق السياحي بطبيعة الحال هي ضرورية لتحقيق الأهداف التسويقية ومن ثم أهداف المنشأة<sup>1</sup>.

**أهمية التسويق في المجال السياحي:** إن تطبيق علم التسويق في السياحة يعتبر كنشاط تجاري له أهميته القصوى والتي يمكن حصرها في ما يلي:

- يعتبر سوق الخدمات السياحية المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي باختلاف أشكاله وفئات السائحين بالعرض السياحي سواء بشكله الطبيعي، أي ما يتوفر عليه البلد من مقومات سياحية أو بشكله الاصطناعي وهو ما تقدمه الدولة والقطاع الخاص من خلال المؤسسات والشركات السياحية والفندقية المختلفة العاملة في هذا المجال.

- مجالا هاما للتكامل فيما بين دول المقاصد السياحية، وهذا يمكن من التعاون في دراسة مختلف الأسواق وإيجاد منتجات سياحية مشتركة وعقد تحالفات فيما بين شركاء ووكالات السياحة وبين شركات الطيران والملاحة وغيرها وزيادة نصيبها من الحركة السياحية الدولية التي تتزايد وتتنامى من سنة إلى أخرى<sup>2</sup>.

- يلعب التسويق السياحي دورا هاما في نمو وتطوير منشآت الأعمال في مجال السياحة وهو ما يساعد في دفع حركة التنمية على مستوى الدولة.

- يؤثر التسويق السياحي تأثيرا إيجابيا على الرفاهية الاقتصادية للمجتمع من خلال عملية التبادل وزيادة الوعي الأثري والثقافي لدى أفراد المجتمع نحو السياحة الداخلية ولدى السائح الخارجي، يعني التبادل الثقافي بين المجتمعات<sup>3</sup>.

- يساهم التسويق السياحي في رسم صورة ذهنية إيجابية عن المجتمع بوجه عام والسوق السياحي بوجه خاص مما يسهل تدفق السائحين إليه.

وبالتالي يمكن أن نقول أن السياحة الحضرية هي منتوج ثقافي وفكري وسياسي وحضاري والذي يمكن توجيهه نحو الاستثمار الداخلي والخارجي عن طريق بناء سياسة تسويق ناجحة لدعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وطنيا ومحليا في إطار الاستدامة ضمن المنظومة السياحية عموما.

<sup>1</sup> المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي. الرياض، 2008، ص 4.

<sup>2</sup> وليد معافة، دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية: دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب (2010-2015)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2018-2019، ص 42.

<sup>3</sup> شهيرة مقداد، مينة شلوف، دور الترويج السياحي في تسويق خدمات وكالات السياحة والسفر دراسة ميدانية لبعض الوكالات السياحية بولاية غليزان ومستغانم نموذجا، جامعة مستغانم، 2018-2017، ص 58.





- تحديد التأثيرات المحتملة للاستثمارات السياحية في المناطق الجديدة على البعد الاقتصادي والاجتماعي والبيئي لهذه المناطق.

- تحديد مناطق التوسع السياحي وأظهار كل ما يجب إدراجه ووضع من منشأة سياحية أو بني تحتية.  
**ب/دعم اتخاذ القرار والتخطيط:** تقدم نظم المعلومات الجغرافية معلومات بطريقة بارعة وواضحة ودقيقة على شكل خرائط وتقارير ملحقه ومفصلة مما ساعد الحكومات والمؤسسات للوصول إلى نسبة عالية من الفعالية إلى كيفية توزيع الموارد والفرص المتاحة بعد حصرها وتوزيع عملية التنفيذ في إطار زمني محدد وحسب المراحل. مما يسمح للمهندسين والمخططين والمنتخبين التركيز على مدى التأثيرات، وتحليل البدائل المتاحة بدلا من الاهتمام بجمع البيانات، وبعد الانتهاء من مرحلة التخطيط وصنع القرار تمكن نظم المعلومات الجغرافية من مواصلة دعم مرحلة التنفيذ المشروع من خلال تتبع نجاح أو فشل المقاربات البلدية.

**ج/الترويج السياحي:** يتم تسويق المنتجات السياحية من خلال إنشاء خرائط ويب على الإنترنت والترويج للخدمات السياحية المقدمة للمواطنين والسياح الأجانب بعد القيام بإجراءات فنية تحدد صلاحيات الاستخدام والإطلاع وتحديد البيانات، من أجل إعطاء تصورات عن عناصر الجذب السياحي وما يرافقها من خدمات<sup>1</sup>.

### تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي:

- **تطبيقات التخطيط والدراسات السياحية:** وضع الإطار العام للتنمية السياحية، حيث تحدد سياسات الاستخدامات السياحية المختلفة للأراضي والمرافق والخدمات اللازمة، ووضع ضوابط واشتراطات التنمية وكذلك تحديد المقومات وأولويات التنمية السياحية في المناطق لضمان التنمية السياحية المستدامة.

- **تطبيقات إنتاج الخرائط السياحية:** إصدار خرائط سياحية للمدن تظهر فيها أبرز المواقع التي قد يرتادها السياح: المواقع الأثرية والتراثية والمتاحف، المنتزهات والحدائق والمدن الترفيهية، الأسواق الشعبية والمراكز والمجمعات التجارية والمعارض والاحتفالات والمكتبات العامة والجامعات والمراكز التعليمية والثقافية والفنادق والمستشفيات ومحطات النقل وتأجير السيارات.

- **تطبيقات الخرائط الإلكترونية:** تطوير الخرائط التفاعلية السياحية تمهيدا لنشرها من خلال الإنترنت وذلك من أجل إظهار مكانة المنطقة التاريخية والسياحية والثقافية إضافة إلى مساعدة السائح والزائر قبل الزيارة من معرفة المواقع السياحية قبل الذهاب إليها وشملت الخرائط التفاعلية التالية: خرائط المواقع الطبيعية، خرائط المواقع التاريخية والتراثية، خرائط الفعاليات والمهرجانات، خريطة المتاحف. من خلال هذه الخرائط

<sup>1</sup> ابن علي لخصر، مزغيش مختار، مرجع سبق ذكره، ص 182.



يمكن المتصفح من معرفة: خطط الرحلات، خارطة الوصول، الدليل السياحي الشامل، الجولات الافتراضية<sup>1</sup>.

### دور نظم المعلومات الجغرافية في إعداد خطط التنمية السياحية.

- بناء قاعدة بيانات سياحية وصفية ومكانية.
- سهولة الحصول على البيانات. الإنتاج وحفظ وتبادل البيانات والمعلومات السياحية على المستوى الوطني.

- تحليل البيانات وإظهار الإمكانات والقضايا للتنمية السياحية.
- توفر البيانات عن المناطق السياحية ومستوى الخدمات السياحية وحجم العائدات من هذا القطاع.
- يساهم في عملية اتخاذ القرار، لمختلف الشركاء في التنمية السياحية وقطاع المستثمرين<sup>2</sup>.

### المقومات السياحية في أم البواقي.

**مقومات تاريخية:** إن تعاقب الحضارات المختلفة على ولاية أم البواقي ترك آثارا جلية وواضحة لترتسم معالم تاريخية جد مهمة وخالدة، التي نجد من أهم معالمها المناطق التالية:

- آثار سيقوس المصنفة ضمن التراث الوطني.
- موقع سيلا الذي يعد موقع جد هام يحمل في مكوناته معطيات تاريخية قيمة.
- موقع عين البرج والذي ويتواجد بالعامرية حيث يتضمن آثارا من حقبة ما قبل التاريخ و الفترة الإسلامية.
- المدينة الرومانية المتواجدة بالضلعة والتي لا تزال إلى اليوم في طور البحث والتنقيب عن آثار مدينة رومانية مدفونة، وقد تم العثور في هذا الموقع على فخاريات وأواني فاخرة وتتضمن أنفاقا أرضية وغرفا ومطامر.

- آثار مدينة قاديوفالا وهي مدينة بيزنطية تتواجد بقصر الصبيحي والتي شكلت حصنا عسكريا يضمن مراقبة كل المنطقة.

-آثار مدينة عين بوش أجمل ما وجد في هذا الموقع هو الفسيفساء التي نقلت إلى متحف الآثار القديمة بالجزائر العاصمة.

-موقع هنشير أولاد قوتي الذي تعتبر آثاره المدينة الأصلية لأم البواقي.

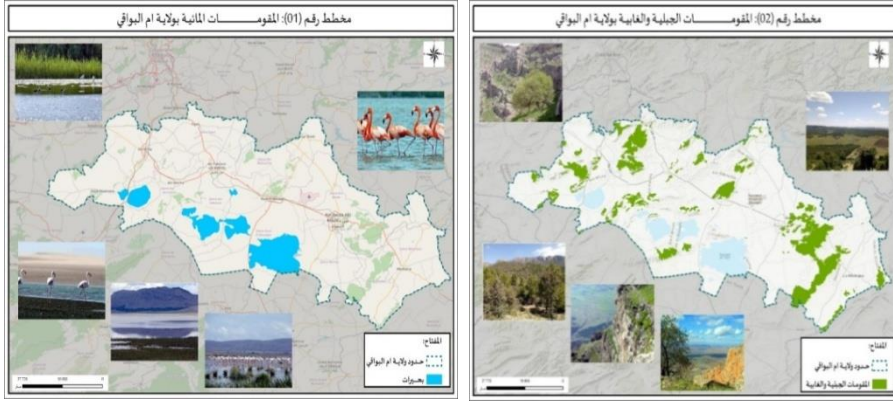
**المقومات الدينية:** لا تخلو أي منطقة من معالمها الدينية حيث تعد المعالم الدينية لمدينة أم البواقي من أهم المقومات السياحة فهي تفتح باب السياحة الدينية وتتمثل في المساجد والزوايا العلمية العريقة التي لعبت منذ القديم أدوارا نبيلة، ناهيك عن اللمسات الهندسية الراقية التي تتمتعها وهي ذات أصول عربية إسلامية،

<sup>1</sup> عدنان الجابر، تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي تجربة الهيئة العليا للسياحة - مركز المعلومات و الأبحاث -الهيئة العليا للسياحة - الرياض - 2007 . ص 10.

<sup>2</sup>حنان العصار، دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الخطة القومية للتنمية السياحية في مصر، رسالة دكتوراة، 2005، ص69.

من أهم هذه المعالم نجد المسجد العتيق لمدينة أم البواقي الذي أسس سنة 1929، والمسجد العتيق لعين البيضاء بنى سنة 1860 وهما مصنفان كمسجدين وطنيين، بالإضافة إلى زاوية بوججر الرحمانية بسيقوس والتي أسست في العهد العثماني 1729. وزاوية سيدي أونيس بعين فكرون وزاوية محمد العيد آل خليفة بعين البيضاء<sup>1</sup>.

**مقومات مائية:** تمتد جنوب ولاية أم البواقي مناطق رطبة تتشكل من عدة بحيرات هي إطلالة متميزة على عالم الروائع الطبيعية لهذه الولاية. تتميز هذه البحيرات بجمالها المتألق يقدر عددها 11 بحيرة صنفت خمسة (05) منها ضمن قائمة رامسار كمناطق محمية سنة 2004، وتتمثل في (قرعة عنق الجمل، قرعة المغسل، قرعة قليف، قرعة الطارف وشط تينسيلت) وثلاثة (03) سنة 2009 وتتمثل في (سبخة الزمول، قرعة تيمرقانين وبحيرة بولهيلات) وهي كلها توفر إطارا متميزا بحيث تحفها الغابات كما تستقبل أسرابا هائلة من الطيور المهاجرة مثل الحمام الوردي، الكركي، أبو الساق الأبيض، البلشون الأرجواني الهدهد، شهرمان... **المقومات الغابية والجبلية:** ولاية أم البواقي تمنح فرص متميزة للسياحة الجبلية الغابية بحيث تنتشر بها جبال أطلسية بغطائها النباتي المتنوع هي توفر إطارا مناسباً للسياحة الصيدية والاستكشافية، من أهم جبال أم البواقي جبل حنوت كبير، جبل قليف، جبل سيدي رغييس، جبل الطارف، جبل قريون جبل فرطاس وجبل نيف نسر.



وتتوفر الولاية على ثروة غابية معتبرة تقدر مساحتها الإجمالية بـ 75484 هكتار، وهي ذات طابع سياحي جذاب، في هذه الغابات هناك أنواعا نباتية مختلفة

مثل الصنوبر الحلبي، البلوط، الشيح، والفلين هذا بالإضافة إلى حيوانات برية مثل الأرنب البري، الثعلب الأشقر، ابن أوي... وأصناف عديدة من الطيور مثل النسر، الحجل... أيضا المنابع المائية الطبيعية والعذبة، ومن أهم غابات ولاية أم البواقي، غابة جبل سيدي رغييس التي تقع على مشارف مقر الولاية، غابة بوزابين بعين مليلة، غابة قصر الصبيحي وغابة عين شجرة ببلدية الزرق، الثروة الغابية التي تكتسبها ولاية أم البواقي تفتح الباب واسعا لتطوير السياحة الغابية والسياحية البيئية.

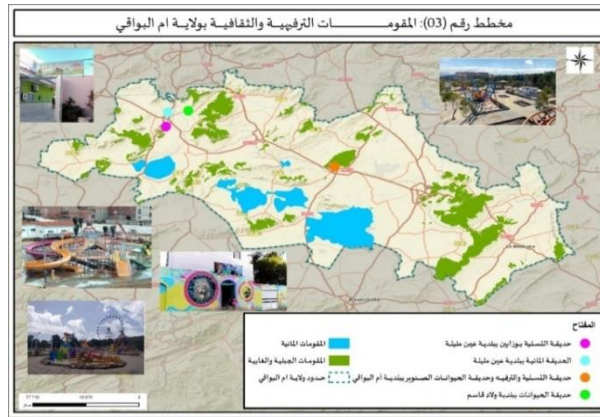
**مقومات صناعية:** تتميز الصناعة التقليدية لولاية أم البواقي بتنوع منتجاتها، أشكالها وألوانها وذلك نظرا لتوفر المواد الأولية من صوف، الطين... من أهم هذه الصناعات:

- **النسيج:** تعرف زربية أم البواقي بزربية الحراكتة التي تعمل العائلات على الحفاظ عليها وكذلك الجمعيات والحرفيين، تتميز هذه الزربية بعراقتها إذ ارتبطت بالمنطقة منذ سنين طويلة، كما تزينها أشكال وألوان متنوعة ترمز إلى معان أو قيم سائدة منها زربية الفرخ، زربية المحراب، زربية العقدة، بالإضافة إلى الحنبل، أفرشة الغطاء، الأرائك والوسائد الصوفية.

- **اللباس التقليدي:** اللباس التقليدي بولاية أم البواقي هو لباس شاوي أوراسي، يتميز بألوانه الداكنة مثل الأسود، الأحمر البني، يعكس تقاليد وعادات سكان المنطقة بكل تفاصيلها.

- **صناعة الحلبي الفضية:** تشتهر أم البواقي بصناعة الحلبي الفضية، التي تستمد أصالتها من أصالة الأوراس، وهي تنتشر بصفة كبيرة لدى حرفي المنطقة خاصة لكونها من لوازم زينة المرأة الشاوية في كل المناسبات وفي حياتها اليومية تحمل هذه الحلبي أشكال وتزيينات ذات إحياءات متنوعة ومن بينها: الجبين، الخخال، الخلالة، المقياس، البلطة، القلادة والخواتم.

**مقومات ترفيهية وثقافية:** تتوفر الولاية على مواقع ثقافية وترفيهية لعبت دور في استقطاب العائلات من داخل الولاية وخارجها كما ساهمت هذه المعالم في التعريف بالولاية وما تزخر به من مؤهلات سياحية، من بين هذه المعالم نجد حديقة التسلية بوزابن بلدية عين مليلة، الحديقة المائية ببلدية عين مليلة، حديقة الحيوانات ببلدية ولاد قاسم، حديقة التسلية والترفيه وحديقة الحيوانات الصنوبر ببلدية أم البواقي.



**مقومات دينية:** المعالم الدينية بولاية أم البواقي هي أيضا من أهم المؤهلات، فهي تفتح باب السياحة الدينية واسعا وتتمثل في المساجد والزوايا العلمية العريقة التي لعبت منذ القديم أدوار نبيلة. ناهيك عن اللمسات الهندسية الراقية التي تنمقها وهي ذات أصول عربية إسلامية ومن أهم هذه المعالم، المسجد العتيق لمدينة أم البواقي الذي أسس سنة 1929م، وهو مصنف كمسجد وطني، زاوية بوحجر الرحمانية بسيقوس والتي



أسست في العهد العثماني 1729م، زاوية سيدي أونيس بعين فكرون و" المسجد العتيق " ببلدية عين البيضاء والذي بني سنة 1880.

**المقومات التجارية:** تمتاز ولاية أم البواقي على قطبين تجاريين هامين جعل منها قبلة للوافدين سواء كانوا أشخاص أو عائلات منها: القطب التجاري بمدينة عين مليلة الخاص ببيع جميع أنواع قطع الغيار لكل أنواع المركبات بالجملة أو التجزئة والقطب التجاري بمدينة عين فكرون الخاص ببيع جميع أنواع الألبسة (نساء، رجال وأطفال) والافرشة بالجملة والتجزئة<sup>1</sup>.

مما سبق نجد أن هذه الوفرة والتنوع في مقومات السياحة الحضرية للولاية توحى بإمكانية تحقيق التنمية السياحية ودفع بعجلة التنمية المحلية للولاية.

### واقع تسيير السياحة الحضرية في ولاية أم البواقي

في إطار محاولة التسيير الناجح واستغلال المقومات السياحية للولاية وانعاش السياحة الحضرية بهدف تغطية العجز الذي يشمل القطاع السياحي بالولاية ويلحق العديد من الأضرار والتأثيرات السلبية على جميع الجوانب منها الاقتصاد الحضري بالولاية سارعت السلطات الولائية لإنعاش هذا القطاع من خلال مراجعة خارطة التنمية بالولاية، بالشروع في تهيئة غابات سعيا وراء دفع الحركة السياحية وبالتالي الاقتصاد المحلي. من خلال العمل على:

-تهيئة جانب من غابة سيدي أرغيس بجانب مستشفى ابن سينا، أين أطلقت على الحديقة الجديدة تسمية حديقة الصنوبر"، فقد بلغ عدد الزائرين للحديقة منذ افتتاحها في الفاتح من شهر ماي الماضي وحتى 30 جويلية المنقضي 45 ألف زائر، من مختلف الأعمار علما أن الدخول مجاني بالنسبة للأطفال.

- مشروع حديقة الحيوانات بأولاد قاسم بمنطقة البحيرة، وهو المشروع الذي يتوسع سنويا ويعرف إقبالا كبيرا من طرف سكان بلديات الولاية والولايات المجاورة، مشيرا بأن المشروع يعرف تعديلات جديدة كل سنة.

- تغطية مسبح الكبار وجعل الدخول إليه بدفع اشتراكات سنوية تصل حتى 5 آلاف دينار، مع توفير فرصة التدريب على يد مدربين محترفين.

- استحداث غابات للاستجمام، تطبيقا للمادة 35 من القانون 12/84 المحدد للنظام العام للغابات، فبعد الإعلان عن إشعار بإظهار المنفعة العامة لأربع غابات، أقبل مؤخرا مستثمرون على استغلال غابة بوزابين بعين مليلة الممتدة على مساحة 25 هكتار، بقيمة استثمار قدرها 1174 مليار سنتيم. كما ستعرف غابة لكمين ومساحتها 19 هكتار، مشروع استثمارية بقيمة 3.4 مليار سنتيم، بتوفير 30 منصب شغل.



-استغلال غابة سيدي أرغيس بأم البواقي التي تتربع على مساحة 3 هكتار، بمشروع قيمته 14 مليا سننيم<sup>1</sup>.

### كيفية تطبيق نظم المعلومات الجغرافية في التسويق السياحي لتنمية ولاية أم البواقي

يتم استحداث تقنيات في التسويق السياحي للسياحة والآثار من خلال استخدام شبكة الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية السياحية من خلال تطبيق نظم المعلومات الجغرافية، والذي يقدم المعلومات السياحية عن ولاية أم البواقي، ويستعرضها مكانيا ويوفر تطبيق نظم المعلومات الجغرافية مجموعة من وظائف التي تمكنك من البحث عن الخدمات السياحية والتعرف على الخدمة الأقرب إليك، البحث عن الطرق، البحث عن المواقع السياحية واستعراض الجولات الافتراضية لها، إضافة إلى إيجاد المسار بين نقطتين على الخريطة وتحديد اتجاهات القيادة فيما بينهما، ويتطلب أن يكون الجهاز متصلا بالإنترنت، مع التأكد من تفعيل خاصية تحديد المكاني.

فمن خلال تطبيق نظم المعلومات الجغرافية في التسويق السياحي يتم التعريف بالسياحة لولاية أم البواقي، ومشاهدة عناصر المواقع السياحية والفعاليات والمهرجانات والعروض الترويجية للسائح في جميع مناطق الولاية، حيث يرتكز هذا المشروع على أحدث التقنيات والتي تنقل للجمهور مشاهدة بعض المواقع من خلال كبسة زر واحدة، من خلال استعمال جهاز الإعلام الآلي المحمول، ويتم ووضوح عدة طبقات البحث في الخريطة السياحية كأماكن تاريخية، مواقف للمركبات، مطاعم، خدمات للمركبات، خدمات نقل وسفر، خدمات حكومية، خدمات دينية... الخ.

وعموما يعد هذا الموقع مرجعا متكاملًا للمعلومات السياحية عن الولاية يحتوي على بيانات متعددة، صور سياحية، خرائط رقمية، جولات سياحية افتراضية وغيرها من المصادر المهمة، وذلك من أجل أظهار مكانة الولاية التاريخية، والسياحية، والثقافية، وتسهيلًا لتناول المعلومات ومساعدة السائح والزائر للتعرف على المواقع والخدمات السياحية المقدمة قبل زيارتها، وحتى يتسنى لمستعمل نظم المعلومات الجغرافية البحث عن موقع معين، وطلب الخريطة التفصيلية للمكان المقصود، كما يطلب منك البرنامج السماح له بالتعرف على مكان الحالي لتقديم الخدمات المناسبة لك حسب الموقع الجغرافي، كما يمكن التصفح والبحث عن معلومات الفنادق وكذلك معرفة معلومات وتفاصيل الاتصال مثل البريد الإلكتروني، الموقع الإلكتروني، إطلاق خريطة جوجل لعرض المواقع، والطرق والاتجاهات، إن جميع الوظائف المتوفرة في نظم المعلومات الجغرافية يمكن تشغيلها في أي وقت، بالإضافة إلى ما سبق يقدم ما يلي:

1. اتجاهات القيادة: تساعدك هذه الخدمة لمعرفة اتجاه القيادة بين نقطتين عن طريق إدخال نقطة

الانطلاق سواء كانت المكان الحالي أو أي مكان آخر، وإدخال نقطة الوصول النهائية.



2. أقرب خدمة: يوفر هذا الخيار اختيار الخدمة التي تبحث عنها والأقرب لموقعك الحالي.

3. البحث عن موقع سياحي: في البداية يطلب منك اختيار منطقته من مناطق الولاية التي تريد

التعرف عليها أكثر.

4. البحث عن شارع: عند هذا الخيار فإنه باستطاعة البحث عن أي شارع على مستوى الولاية

ومعرفة موقع.

5. البحث عن خدمة: للتعرف على الخدمات المتوفرة في منطقة معينة أو البحث عن خدمة في

منطقته من مناطق الولاية يسهل هذا الخيار هذه المهمة.

كما يوفر تطبيق نظم المعلومات الجغرافية التعريف بمناطق الولاية ومن ثم اختيار المنطقة المراد

استعراض المعالم السياحية بها بحيث يتم استظهار المعلومات عن الموقع الموجود فيه وهذا بذكر اسم

المدينة والشارع ورقم الهاتف ورقم الفاكس والرمز البريدي وحتى البريد الإلكتروني.

#### خاتمة

تتوفر ولاية أم البواقي على مقومات السياحة الحضرية التي تتميز بالتنوع والاستثناء والثراء سواء من

ناحية المقومات التاريخية والبيئة (الطبيعية) أو المقومات الاصطناعية التي تخضع لمواد صنع محلية وطابع

ثقافي وتراثي خاص يتكون من عادات وتقاليد فكرية ترجمت في الصناعات التقليدية والحرفية بطريقة

متميزة والتي خلقت طابع التراثي الخاص بالمنطقة وأوسمته بالأصالة وجعلت منه تراث وموروث حضاري

وثقافي يعبر عن اتجاه فكري موسوم بطابع المنطقة، والذي يجب استغلاله والتسويق له ليتسم بطابع الاستدامة

ويساهم في التنمية السياحية الوطنية والمحلية بصفة خاصة من خلال التسويق السياحي ضمن منظومة

متكاملة باستخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في نظم المعلومات الجغرافية للمساهمة في التخطيط السياحي

الناجح (قصير، متوسط، طويل) يتسم بالمرونة من خلال وضع البدائل المتاحة والتنفيذ المتابع والمراقب

والتسيير الفعال والمستدام ضمن سياسة تسويق سياحي تتماشى مع المقومات التي تتوفر عليها ولاية أم

البواقي.

#### المراجع:

1. بسام سمير عبد الحميد الرميدي، يحي شحاته حسن الزق، التخطيط السياحي المستدام كمدخل لتحقيق التنمية

السياحية المستدامة في مصر، 2017.

2. بن شيخ عبد الله، أهمية التهيئة الحضرية في تحقيق التنمية وتفعيل القطاع السياحي في الجزائر - دراسة حالة ولاية

سعيدة -، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -، 2017/2016.

3. بن علية لخضر، مزغيش مختار، تفعيل التسويق السياحي باستخدام نظم المعلومات الجغرافية مع تسليط الضوء على

التجربة السعودية، مجلة البديل الاقتصادي، العدد الثالث.



4. حنان العصار، دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الخطة القومية للتنمية السياحية في مصر، رسالة دكتوراة، 2005.
  5. خان أحلام ، زاوي صورية، السياحة البيئية وأثرها على التنمية الريفية، مجلة الأبحاث الاقتصادية والادارية العدد السابع جوان 2010، جامعة بسكرة.
  6. رجال محمد، بن عمر الجيلاني، تقييم أداء القطاع السياحي في إطار مخططات التنمية السياحية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مذكرة ماستر، تخصص: تسويق فندقي وسياحي، 2022/2021.
  7. شهيرة مقداد، يمينة شلوف، دور الترويج السياحي في تسويق خدمات وكالات السياحة و السفر دراسة ميدانية لبعض الوكالات السياحية بولاية غليزان ومستغانم نموذجا، جامعة مستغانم، 2017-2018.
  8. عبد الرحمن محمد الحسن، استدامة السياحة في السودان باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، المجلة الاورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، ع01، 2017.
  9. عدنان الجابر، تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية في المجال السياحي تجربة الهيئة العليا للسياحة - مركز المعلومات والأبحاث -الهيئة العليا للسياحة - الرياض - 2007.
  10. عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، 2014/2015.
  11. غريبي احمد، أبعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010.
  12. معوج حسام، حمدود عبد الوافي، ترقية السياحة الحضرية في إطار التنمية المستدامة حالة " راس العافية" ولاية جيجل، جامعة أم البواقي، 2015/2014.
  13. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي. الرياض، 2008.
  14. وليد معاينة، دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية المحلية: دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب (2010-2015)، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، 2018-2019.
- المواقع الإلكترونية:

1. <https://yasminayy.wordpress.com>
2. <https://www.annasronline.com>
3. <https://tahwaspresse.dz>
4. <https://oum-el-bouaghi.mta.gov.dz>