

تمهيد

تزخر الجزائر بمنتجات سياحية متميزة ومتعددة، فعلى مدار السنة يمكن للسائح أن يجد ضالته في هذا البلد الشاسع والمترامي الاطراف والذي تتخلله جملة من المنابع الحموية في جميع انحاءه، من حمام الشلالة بقالمة شرقا إلى حمام بوغرارة بتلمسان غربا، و من مركب طالاسو بالجزائر العاصمة شمالا إلى حمام الزلفانة بغرداية جنوبا، وتعتبر الميزة من زيارة المنابع الحموية ثقافة أصلية للاستجمام و التداوي لدى الجزائريين منذ زمن بعيد بحيث يفوق تعداد المنابع الحموية في الجزائر 202¹ منبعاً حمويًا (انظر الملحق رقم 1) مسجلة وموثقة رسمياً ويشمل بعضها تكفلاً طبياً وتأطيراً استشفائياً يجعلها تكسب ثقة الزائر إليها، إذ يرتادها السائح وعائلته للتمتع، الارتياح والعلاج بعيداً عن صخب الحياة الروتينية، أين يلقون ضالته حينما يقصدونها أينما وجدت، ومن خلال الدراسة النظرية التي قمنا بها سيتم تناول احد المركبات السياحية ذات الخدمات العلاجية كتطبيق حي للاطار النظري وهذا على مستوى مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي بسيدي فرج، أين تجدر الإشارة بأن هذا المركز يعتبر الوحيد (عمومي) على مستوى القطر الوطني في مجال المعالجة بمياه البحر بمعنى يحتل موقعا احتكاريًا كون المنابع الحموية لا يمكن اعتبارها كمنافس له خاصة من حيث التركيبة الكيماوية للمياه ونوع الامراض التي يسعى لمعالجتها، في حين هناك مركبين خاصين (privé) على مستوى ولاية وهران ينشطان في نفس نشاط طالاسو ألا وهما: نيو بتش بعيون الترك NEW BEACH والذي يتموقع على مساحة ثلاثة هكتارات وبسعة 172 سريرا، في حين الثاني وهو مرسة الحجاج Merset El-Hadjedj في طور الانجاز والذي يتموقع على مساحة 21 843 متر مربع ويبعد عن البحر بمسافة تتعدى 134 متر وذو سعة لـ 300 سرير، كما أن تكاليف انجاز هذا المشروع قدرت بـ 1 029 652 500 دينار جزائري² (انظر الملحق رقم 2).

وعليه سيكون محتوى هذا الفصل على النحو التالي:

المبحث الأول: مكانة السياحة البيئية العلاجية في الجزائر.

المبحث الثاني: تقديم عام حول مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي «Thalassothérapie»

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.

⁽¹⁾ مقابلة شخصية مع مسئولة في مديرية الحمامات المعدنية على مستوى وزارة السياحة والصناعة التقليدية يوم 2013/06/03.

⁽²⁾ تقارير الكترونية مستعرضة من طرف مسؤولي مديرية المنابع الحموية على مستوى وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

المبحث الأول : السياحة العلاجية في الجزائر

المركبات المعدنية، و لأمد بعيد تظل عاملا هاما و فعالا لصحة الإنسان و السبيل العلاجي الوحيد للعديد من الأمراض، فاستعادة اللياقة البدنية وسط المحيط الحموي و الينابيع الحموية يعد سببا آخر مهما في توسيع دائرة السياح و الزوار، فهي إذن مزيج من الماء، الصحة و المتعة، حيث سنتناول في هذا المبحث تاريخ السياحة العلاجية في الجزائر، بالإضافة إلى التعرف على مختلف المركبات المعدنية و أشهرها في القطر الجزائري.

المطلب الأول : تاريخ السياحة العلاجية (الإستشفائية) في الجزائر

لا يستطيع أحد أن يعلم إلى من ينسب إليه أول اكتشاف و استعمال المركبات المعدنية في الاستشفاء و العلاج و التمتع أهم الصينيون، المصريون القدامى، أو الرومان، بينما تعود جذور الحمامات المعدنية في الجزائر إلى العهد القوطي الروماني، بدليل تواجد الآثار الرومانية في مختلف الحمامات و الحفاظ على المظهر و التصميم القديم لهذه الحضارة مما اكسبها نوعا من الشعور بالتجربة أثناء الاستفادة من المتعة و العلاج، و قد عرف استعمالها بصفة عامة انحصارا و تقدما عبر التاريخ، و لم تزدهر في العصر الحديث إلا ببروز أول المحطات المعدنية المتقدمة و المجهزة و تتوزع هذه المركبات المعدنية في الوسط و الشرق الجزائري إلى:

1- المركبات المعدنية بالوسط الجزائري:

● **المركب المعدني طالا سو تيرابي بسيدي فرج** وهو نموذج الدراسة الميدانية اين سيتم التطرق له في المبحث الموالي.

● **المركب المعدني حمام ملوان**

يقع مركب حمام ملوان على بعد 37 كلم من الجزائر العاصمة، تنبع مياهها الحارة من بين جبال الأطلس الشامخة و تحتوي على قدرات علاجية غامضة، حيث يعود تاريخ هذا الحمام (حسب ما تتناول الرواية) إلى عهد الملك سليمان الذي أدرك فضل فوائدها و ملائمتها لكافة مراحل العمر¹.

● **المركب المعدني حمام ريغة**

يقع المركب المعدني حمام ريغة على بعد 100 كلم من الجزائر العاصمة بولاية عين الدفلى، ذات المناخ المتميز و غنى مياهها بالأملاح المعدنية و التجهيزات الحديثة التي تستقطب عددا كبيرا من الزوار، إذ يعود تاريخها المضي إلى 44 قبل الميلاد و كانت تسمى "اكوا كاليد" (aquaealidae) حيث ورد اسمها من قبل "انتوان" (antoine) في كتابه المشهور الرحلة، و ما زاد من روعة المحطة موقعها المتميز وسط الجبال كثيفة الأشجار بعيدا عن الرياح القوية و الباردة، حيث تتدنى درجة حرارة المناخ في الصيف إلى 35° أما في الشتاء فترتفع إلى 10° و هي أجواء ملائمة للتخلص من الأمراض التنفسية بفضل هذا المناخ الجاف و الغني بالأكسجين، تتراوح درجة حرارة مياهها ما بين 44 – 68 مؤوية.

المطلب الثاني :المركبات المعدنية بالشرق الجزائري

يتميز الشرق الجزائري بكثرة انتشار الحمامات المعدنية خاصة في مناطقه الداخلية و يمكن ذكر أهم هذه المركبات فيما يلي :

⁽¹⁾ معلومات مقدمة من قبل مديرية الحمامات المعدنية بوزارة السياحة و الصناعة التقليدية بالجزائر .

• المركب المعدني لحمام شلالة

شيد حمام شلالة على الآثار الرومانية القديمة و يقع على بعد 20 كلم من مدينة قالمة و يحتوي على خصائص علاجية متميزة نظرا لنوعية المياه و جو المنطقة اللطيف و الهادئ، فمسطح حمام شلالة يعتبر بحق هدية ربانية في الطبيعة و حسب دراسات متخصصة يشكل جوف الأرض تحت الحمام بحرا حقيقيا من المياه المعدنية شديدة الحرارة، إذ تتراوح درجة حرارتها إلى 97° مئوية و تصنف مياهها على أنها أكثر المياه الجوفية حرارة في العالم حيث أدرك الرومان قدرات هذه المياه و أسسوا به حماماتهم و أطلقوا على المنطقة اسم "اكواتيتانا" (aqua thibitanae).

• المركب المعدني لحمام الصالحين

يقع بمنطقة الحامة على بعد 7 كلم من ولاية خنشلة إذ يعود تاريخ اكتشاف الموقع إلى الحقبة الرومانية و تصل درجة حرارته إلى 70° مئوية، إن تركيبة مياه الحمام الكيماوية أعطته خصوصية علاجية متميزة تفيد بالأخص مرضى داء المفاصل، الأمراض الجلدية و الأمراض التنفسية، يتربع الحمام على 40 غرفة للإستحمام الشخصي و 5 مسابح كبيرة تسجل حوالي 100 000 زائر، كما تحيط به مجموعة من الغابات الكثيفة التي تضي عليه جو من الهدوء و الراحة فهو مكان مثالي للهروب من ايقاع صخب الحياة و الإرتقاء في أحضان الطبيعة الخلابة إذ يجمع هذا المركب بين المسابح ذات الطراز الروماني و التجهيزات العصرية ذات خدمات متعددة.

• حمام قرقور:

يقع المركب المعدني حمام قرقور على بعد 5 كلم عن مقر دائرة بوقاعة و 55 كلم عن مقر مدينة سطيف و 50 كلم عن مدينة بجاية و بالقرب من الآثار الرومانية التي عرفت بنشاطها في هذه المنطقة السياحية يتوسط المركب المعدني سلاسل جبلية منها جبال بابور و جبال البيبان و يقابله جبل تأفت بعلو 1 600 متر و يمر عليه واد بوسلام المعروف بحركته السنوية، هذه الظروف المناخية الجيدة و الملائمة للمنطقة تساعد على علاج الكثير من الأمراض بالإضافة إلى أن مياه المركب تحتل المرتبة الثالثة عالميا بعد مياه "برم باخ" بألمانيا و "جاشيموف" بتشك سلوفاكيا في نسبة النشاط الإشعاعي، و من هنا فالمركب يقدم فرصة كبيرة للعلاج و بالوسائل المناسبة كما يسمح الإرتقاء عن سطح البحر 650 متر و الجو الملائم الهادئ بتقوية اللياقة البدنية خاصة بالنسبة للأمراض القلب و الربو، بالإضافة إلى وجود خدمات إضافية أخرى و المتمثلة في خدمات المسرح و المسبح و قاعة المطالعة و فضاء للألعاب الخاصة بالأطفال.

✓ العناصر الكيميائية لحمام قرقور:

- الراسب الجاف 3,6 غ/ل.
- أكسيد الحديد 1,6 غ/ل.
- كالسيوم 58,0 غ/ل.
- الكلورور 0,48 غ/ل.
- الصوديوم 0,25 غ/ل.
- مغنازيوم 0,08 غ/ل.
- النترات 0,012 غ/ل، بالإضافة إلى وجود عنصري الصلفات و الكبريت.
- نسبة الإشعاع من 9,16 إلى 122 ميلي ميكرو كيري/ لتر.

✓ **الغازات المنبعثة :** تقدر الغازات المنبعثة من مياه المركب المعدني بسعة 70 لتر في الدقيقة.

- غاز ثاني أكسيد الكربون 19 %.
- غاز الأوزون 81 %.
- غاز الأكسجين 0 %.

✓ **أنواع الأمراض التي يمكن معالجتها في المركب المعدني :**

- أمراض العظام (Séquelles Orthopédiques) و أمراض التهاب المفاصل (Arthroses).
- أمراض الأعصاب (Neurologie).
- آلام و أوجاع الظهر (Lumbagos) و الأمراض الوركية (Scliatique).
- أمراض تنفسية و أمراض النساء (العقم).
- أمراض اضطرابات الغدد و الأمراض الجلدية (Dermatologies).
- آثار الحروق و التجاعيد (Cicatrices Rétractiles).

✓ **طرق و تقنيات العلاج :**

1- المعالجة بالمياه المعدنية تتمثل في الطرق التالية :

- الاستحمام الشخصي.
- الاستحمام المتقطع.
- وضع الأقدام داخل الأحواض المائية.
- قذف المياه المعدنية بقوة ضغط كبيرة.
- التدليك تحت المياه المعدنية.
- سباحة و أنواع مختلفة.
- حركات الأطراف داخل الأحواض.

2- العلاج الطبيعي (عدم استخدام المياه المعدنية) و تتمثل في :

- استخدام طريقة الذبذبات فوق الصوتية.
- التدليك الجاف.
- استخدام موجات تحت الحمراء.
- التدليك باستخدام الهزات المتسلسلة.
- العلاج الميكانيكي.
- العلاج عن طريق الرياضة البدنية.
- إعادة التأهيل الوظيفي.

المطلب الثالث: المركبات المعدنية بالغرب والجنوب الجزائري

تتوفر المركبات المعدنية في الغرب الجزائري لكن بشكل منخفض مقارنة بالشرق و الوسط و تكمل أهم هذه المركبات فيما يلي :

1- المركبات المعدنية بالغرب الجزائري

• المركب المعدني لحمام بوحنيقية

يقع المركب المعدني لحمام بوحنيقية على بعد 20 كلم من مدينة معسكر، كانت محطة بوحنيقية للمياه الحموية قديما تعد عاصمة للمحطات بشمال إفريقيا إذ نجد بجنوبها آثارا رومانية قديمة تقف شاهدة على أن المكان ذو امتياز و تقدير المستوطنين القدامى و تتوفر المحطة حاليا على إمكانيات و تجهيزات

علاجية حديثة تتنوع بين العلاج الحموي الحركي و الكهربائي بالإضافة إلى المسابح التقليدية، يتميز هذا المركب بشبكة مواصلات كثيفة و التي تعد من أسس قيام السياحة بشكل عام.

● المركب المعدني لحمام ربي

تقع محطة المياه الحموية لحمام ربي على بعد 20 كلم من مدينة سعيدة على تقاطع بين ولاية السعيدة و ولاية وهران، و تصل درجة حرارة مياهها الجوفية إلى 40 مؤوية كما تتميز هذه المحطة بإمكانيات سياحية هائلة من مناظر طبيعية ساحرة إلى مواقع أثرية قديمة تمتد إلى القرن ما قبل التاريخ.

● المركب المعدني لحمام بوحجر

يقع هذا المركب في منطقة تمتاز باخضرارها و المناخ المعتدل الشبيه بالمناخ الساحلي على بعد 25 كلم من عين تموشنت، إن معظم الحمامات المعدنية المتواجدة بالمنطقة ذات درجة حرارة عالية يصل تدفقها إلى 72 مؤوية بنسبة ارتفاع عالية لغاز أكسيد الكربون (CO_2)، مع تجهيزه بتقنيات و معدات ذات اختصاص متنوع توفر العلاج على يد طبي مؤهل فهو يمزج بين العلاج الطبيعي للمياه المعدنية و استخدام الأجهزة الحديثة في التدليك بقوة المياه المتدفقة و كذلك التدليك تحت الماء و التدليك الجاف بحسب حاجة المرضى و توصيات الأطباء المعالجين، بالإضافة إلى الخدمات الأخرى التي تعمل على توفير الراحة و الترفيه للسياح داخل هذا المركب المعدني.

2- المركبات المعدنية بالجنوب الجزائري

تتضمن السياحة العلاجية بالإضافة إلى المنابع الحموية، العلاج عن طريق رمال الصحراء فهناك دراسات تعمل على فتح أفق جديدة للعلاج برمال الصحراء كما هو متواجد في ولاية بسكرة و واد سوف أما فيما يخص المنابع الحموية فنذكر منها :

● المركب المعدني لحمام زلفانة

يقع المركب المعدني بمدينة زلفانة بولاية غرداية إذ تحتوي هذه المنطقة على العديد من المنابع الحموية ذات المميزات العلاجية المختلفة هذه المياه تتدفق من باطن الأرض بقوة هائلة و بدرجة حرارة قدرت 45 مؤوية غنية جدا بالأملاح المعدنية خاصة الكلور و الصوديوم، فهي إذن جد ملائمة لعلاج الأمراض العصبية، التنفسية، المفاصل و بعض الأمراض الجلدية و يعود الفضل إلى إنشاء هذا المركب المعدني إلى عمليات الحفر التي تمت بالمنطقة سنة 1956 بغية انجاز الطريق الوطني رقم 49 مما أدرك سكان المنطقة الأهمية العلاجية لهذه المياه و قربها من الطريق الذي يسهل عملية الوصول إليه، و هو الأمر الذي دفع بهم إلى إنشاء هذا المركب و تجهيزه بمختلف الإمكانيات لإستقبال السياح في هذه المنطقة.

● المركب المعدني لحمام الصالحين

يقع في ولاية بسكرة "أد بيس ينام" (ad piscinam) عند الرومان القدامى تقع على مشارف الصحراء و تنفصل على جبال الأوراس شمالا و تحفها واحة واسعة خلاصة تتميز مياه هذا المركب بقدرات علاجية فعالة، إذ يلاحظ تأثيرها الإيجابي خلال 10 أيام من فترة الإقامة و هو ما يؤكد سكان المنطقة الذين لا يشكون من أمراض العظام، يضاف إلى ذلك مراكز العلاج بالرمال الساخنة و التي تتمتع أهمية عالية في معالجة بعض الأمراض و يقع أغلب هذه المراكز للعلاج برمال الصحراء في منطقة عين بن أناوي ببلدية الحجاب.

● المركب المعدني لحمام عين الورقة

يقع هذا المركب بجبال الأطلس الصحراوي في بلدية العسلة على بعد 60 كلم من مدينة عين الصفراء بولاية النعامة، هذه المنطقة الرطبة ذات الحرارة الجوفية المرتفعة تمتاز بوجود بحيرتين عميقتان تتدفق من عمقها مياه جوفية غنية بالأملاح المعدنية إذا كانت قطبا لإستخراج الأملاح المعدنية في

القديم، و التي تروي بدورها تاريخ المنطقة الحيوي إذ تعد هذه المنطقة تحفة فنية ساحرة إذ تصطف تشكيلات و مكونات صخرية و حجرية تعود إلى حقبة جيولوجية غابرة.

المبحث الثاني: تقديم عام لمركز المعالجة بمياه البحر « Thalassothérapie »

المطلب الأول: لمحة عن المركز يقع مركز طالا سو العلاجي ببلدية سيدي فرج ولاية تيبازة على بعد 25 كلم غرب الجزائر العاصمة، حيث يستخدم هذا المركز العلاجي بتأثير مياه البحر و توابعها بالإضافة للمناخ الساحلي و المحيط الصحي¹، فهو مكان مميز للراحة و استعادة النشاط من خلال تنشيط الدورة الدموية، تتوفر بالمركز أجهزة عديدة و إمكانيات خدماتية متعددة تمكن الزائر من الحصول على العناية الكاملة، تتمثل في التأهيل الحركي ووسط مياه البحر باسترجاع اللياقة البدنية و العناية بالجسم و التجميل، بالإضافة إلى برامج تدريبية، إما على مستوى خدمة المطاعم و الفندقية بالمركب يحتوي على مجموعة من الخدمات التي تعمل على توفير حاجات و رغبات السياح طيلة مدة إقامتهم .

1- التعريف بالمركز:

- التسمية : مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي « Thalassothérapie »
- الشكل القانوني : مؤسسة بالأسهم SPA. الشركاء : SGP et GESTOUR
- مساحة المركز : 36 100 م².
- سنة التأسيس : 1981.
- المقر الاجتماعي :سيدي فرج، بلدية سطاوالي ،ولاية الجزائر .
- رأس مال المركز : 199 مليون دينار جزائري
- تصنيف المركز : 2 (**) نجمتين في 02 ماي 2009.
- شعار المركز : الإحساس بالراحة والعلاج « le le bien-être et les soins »
- رمز المركز:



2- الهيكل التنظيمي: (أنظر إلى الملحق رقم 3)

أثناء فترة التربص الممتدة من 04 فيفري 2013 إلى غاية جوان 2013 ، قمنا بتفقد أغلب مصالح ومديريات المركز، من أول مصلحة وهي الاستقبال أين قامت الأجهزة المسؤولة بإرشادنا والتعريف بكل الإجراءات الواجب إتباعها من أجل الحجز، وبعدها قمنا بزيارة لمصلحة الإقامة والإطعام ، أين قامت السيدة معاشي حورية وهي المديرية والمسؤولة على هذه المصلحة بإلقائنا نظرة شاملة حول الغرف (من حيث :الديكور و النظافة والتنظيم) ، الحمام، المطعم، دورات المياه،المساعد الكهربائيّة كما قمنا بفحص مختلف غرف العلاج (من وسائل ومعدات وكذا نظافتها) المتواجدة بطابق المعالجة وكيفية مراقبة وتسيير هذه المصلحة، وبعدها وبإشراف الدكتورة مليكة حفيان وهي طبيبة بمركز العلاج بمياه البحر ورئيسة مصلحة مكلفة بالاتصال والتسويق، تعرفنا على كيفية تشخيص السياح طالبي العلاج وكيفية تتبع مختلف مراحل تواجدهم بالمركز من خلال البرنامج الذي يعد لكل سائح وعلى حدى بحسب الحالة الصحية، وبحسب الدكتورة فإنه وعلى مستوى المركز والذي يتكون من

¹) Fiche technique du centre « THALASSOTHERAPIE SIDI FREDJ », Décembre 2010.

ثلاثة طوابق للغرف لكل طابق طبيب خاص وممرضة ، ولا يحق للسائح المريض المتواجد بالطابق الثاني مثلا أن يتوجه لطبيب الطابق الثالث إلا لحالة الضرورة، أين ولكل سائح مريض بطاقة مرضية تتميز بلون منفرد بحسب الطابق المتواجد به وهذا لتفادي الالتباس في تحديد مسؤوليات الأطباء تجاه المرضى. بالإضافة إلى المعلومات والشروحات المقدمة من طرف الدكتور حفيان ،قمنا بإجراء مقابلة شخصية نصف معمقة معها عن طريق دليل المقابلة فيما يخص تطبيق التسويق السياحي على الخدمات المقدمة من طرف المركز ، مضمون هذه المقابلة سيتم التطرق له في المبحث الثالث من هذا الفصل.

3- أنواع الأمراض التي يمكن معالجتها بالمركز:

• في المجال الطبي المحض:

- ✓ أمراض العظام **Les affections rhumatismales**
- ✓ ألآم وأوجاع الظهر **Lumbagos**
- ✓ إعادة التأهيل الوظيفي لمختلف الأمراض: **La rééducation fonctionnelle des différentes affections**
- عصبية **neurologiques**، جراحة الأعصاب **neurochirurgicales** .
- الكسور العصبية **Traumato- orthopédiques** .
- الدورة الدموية **Circulatoires**
- أمراض تنفسية **Respiratoires**
- اضطرابات غددية وأمراض جلدية **Dermatologies** .

• في مجال الوقاية وإعادة التأهيل:

- ✓ الراحة **Repos** .
- ✓ إعادة التأهيل واللياقة البدنية **La remise en forme** .
- ✓ الوزن الزائد **La surcharge pondérale** .
- ✓ التعافي لدى الرياضيين **La récupération chez les sportifs** .

4- طرق و تقنيات العلاج : (انظر الملحق رقم 4)

- الرعاية الرطبة : **Soins humides**
- ✓ إعادة التأهيل البدني **Rééducation**
- ✓ التدليك بمياه البحر المعالجة **Hydro massage**
- ✓ دوش بالرش **Douche à jet**
- حمام المعالجة الصحية **Sauna**
- حمام البخار **Bain de vapeur**
- الرعاية الجافة: **Soins à sec**
- ✓ المعالجة الكهربائية: **Electrothérapie**

- ✓ الرادار **Radar**
- ✓ الموجات فوق الصوتية **Ultra-son**
- ✓ الأشعة فوق البنفسجية **Infrarouge**
- ✓ التدليك بالديببات الكهربائية **Vibro massage**
- ✓ إعادة التأهيل الوظيفي **Rééducation fonctionnelle**
- ✓ المعالجة بالضغط **Préso thérapie**
- ✓ التدليك الجاف **Massage à sec**
- **العناية بالجسم : Soins du corps**
- ✓ تدليك الاسترخاء **Massage relaxant**
- ✓ حمام **Hammam**
- ✓ الالتفاف بالشمع والطحالب **Enveloppement de paraffine et d'algue**

المطلب الثاني : دراسة للمزيج التسويقي السياحي البيئي العلاجي لمركز طالاسو تيرابي

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها على مستوى المركز يمكن تحديد عناصر المزيج السياحي لمركز المعالجة بمياه البحر بسيدي فرج على النحو التالي:

1- المنتج الخدمي للمركز: يتكون المنتج الخدمي للمركز من جملة من الخدمات والتي تعمل على توفير الراحة والاستجمام والعلاج للسياح الزائرين لهذا المركز ، خدمات أساسية وأخرى تكميلية:

- الفندق والإطعام ،
- مركز تجاري ،
- خدمات ترفيهية ،
- الخدمات العلاجية .

1- 1 الإيواء والفندقة : يحوي مركز طالاسو على ثلاثة طوابق بغرف (168 غرفة بشرفة) يتواجد في كل غرفة الأغراض المناسبة (أفرشة ، تلفاز، أجهزة التبريد والتسخين،) بالإضافة إلى حمام، بكل طابق هناك عيادة للمرض ومكتب للطبيب المشرف على مرضى ذلك الطابق.(انظر إلى الملاحق من 5 إلى 9)

1- 2 الإطعام: تعتبر خدمات الإطعام ضمن الركائز للقيام بالسياحة البيئية العلاجية، ولهذا يتوفر مركز طالاسو مختلف أنواع الإطعام على مستوى مطعمين(أحدهما في الطابق السفلي بجانب الكافتريا والآخر بطابق الإدارة) ويتم إعلام السياح بالأوقات المحددة لنشاط المطعم ، حيث يراعي المطعم الحالة الصحية للمرضى بتقديم وعرض وجبات خاصة بالحمية .

1- 3 المركز التجاري: الذي يتواجد في طابق الاستقبال، أين يستخدمه المركز من أجل عرض بعض المنتجات التي قد يحتاجها السائح وتوفر له حاجاته، بدون اللجوء إلى خارج المركز للحصول على هذه السلع والتي تكمن في مواد التنظيف،التجميل،بالإضافة إلى بعض المحلات للألبسة

التقليدية من أجل اقتنائها كتذكارات للزوار الأجانب، إضافة إلى ذلك فهناك قاعة للحلاقة، كافيتيريا وبتزيريا . مع الإشارة أن تلك المحلات ليست ملكا للمركز وإنما قام المركز بكرائها لأشخاص .

1- 4 خدمات ترفيهية : يشهد مركز **طالاسو** نقصا كبيرا من حيث النشاطات الترفيهية، إلا أن هناك بعض المرافق التي تدعم وتغطي هذا النقص، كوجود ملعب للتنس، مسبح، كما يتواجد بالقرب من المركز **مسرح الكازيف** الذي يشهد نشاطا كبيرا في فصل الصيف، بالإضافة إلى المساحات الخضراء التي تغطي الفضاء الخارجي للمركز أين تلقى فيها الفئات المسنة راحتها من خلال الجلسات والردشات التي تكون مابين الأصدقاء والمعارف الجدد.

1- 5 الخدمات العلاجية: على مستوى الطابق الأول من المركز تتواجد مصلحة خاصة بالرعاية والعلاج مجهزة بمختلف الوسائل والمعدات الطبية، أين يتولى طبيب كل طابق بفحص السائح المريض ويقوم بتعيين نوع مرضه وتحديد الخطوات الواجب القيام بها سواء تعلق الأمر بطرق العلاج (المذكورة سابقا) أو عدد المرات الواجب القيام بها يوميا، مع تحديد المدة الواجب الخضوع إلى العناية الطبية مهما كان نوع المرض، مع الإشارة أن السياح المرضى ينقسمون إلى نوعين النوع الأول هم السياح الخارجيين (الذين لا يقيمون بالمركز) **externat**، والسياح الداخليين الذين يقيمون بالمركز **internat**، ومن بين هؤلاء، منهم من هو قادم بوساطة الضمان الاجتماعي (**CASNOS(80% ou 100%) , CNAS(80% ou 100%)**) مدة إقامتهم (21 يوما)،

ومنهم من هو قادم بموجب اتفاقية بين المؤسسة التي يعمل بها والمركز أمثال (**éducation** , **Air Algérie, Naftal, Sonatrach, C militaire, DGSN**) مدة إقامتهم (ما بين أسبوع إلى أسبوعين)، كما توجد فئة أخرى من السياح يسمون أحرارا أي يتحملون كل مصاريف الخدمة العلاجية من الدخل الخاص بهم ومدة العلاج بحسب رغبتهم، مع الإشارة بأن الرعاية الصحية والخدمات العلاجية تبرمج خلال فترات الأسبوع من الأحد إلى غاية الخميس، في حين عطلة الأسبوع (الجمعة والسبت) تخصص للسياح الراغبين في إعادة التأهيل واللياقة البدنية (**Remise en Forme**) لكسر الروتين والخروج من ضغط أسبوع العمل (انظر الملحق رقم 10) .

2- تسعير الخدمات داخل المركز: يعتبر التسعير احد اهم عناصر المزيج التسويقي السياحي البيئي العلاجي بالمركز، وهذا بديهي كون هدف المركز هو هدف ربحي تجاري أكثر منه سياحي ترويجي.

وعلى حسب مسؤولي المركز فإن السياسة السعرية للمركز تتمثل في التسعير عن طريق التكلفة مع إضافة هامش ربح .

$$\text{السعر} = \text{التكلفة} + \text{هامش}$$

وهذا فيما يخص الخدمات العلاجية والفندقة والإطعام (لمزيد من التفصيل انظر الملاحق من رقم 11 إلى غاية 16) هناك إحصائيات حول مداخل البتيزيريا من شهر جانفي إلى غاية ماي 2013، أما فيما يخص السلع المعروضة في المحلات التجارية فتعتمد على سعر الشراء وإضافة هامش ربح .

3- تقديم وتوزيع الخدمات داخل المركز : تقوم العناصر المسؤولة بالمركز على اعداد قوائم تسمح للسياح المرضى بالتعرف على جميع الخطوات والإجراءات الواجب القيام بها من أجل الحصول على الخدمات وفي الاوقات المحددة، وبطاقة المريض هي أهم دليل يساعد السائح على تنظيم أوقاته وتتبع

برمجه الخاص طوال مدة اقامته بالمركز، ولكون الخدمات العلاجية أمر لا بد منه كونها تتحكم في حياة الفرد واستعادة نشاطه وحيويته ، فالسياسة التوزيعية التي يقوم بها مركز طالاسو هي سياسة الدفع ، فالمركز يفتح ابوابه لجميع السياح القادمين لغرض الحصول على الخدمات العلاجية ، إلا أن زيادة الطلب على الخدمات العلاجية التي يشهدها المركز كل سنة مقارنة بالسنة التي مضت كونه يحتل مركزا احتكاريًا في هذا القطاع وبالتالي سلطة التفاوض ليست بيد السائح، فإدارة المركز تعمل على الحرص في اعداد برمجة دقيقة من أجل ضبط مواعيد الاستقبال والمغادرة بهدف توفير طلبيات السياح الوافدين ، والتحكم في الغرف غير المشغورة والتي تعتبر خسارة كبيرة للمركز.

إلى جانب هذا فالعقود و/أو الاتفاقيات المبرمة ما بين مركز طالاسو والمؤسسات العمومية وبعض مؤسسات القطاع الخاص المذكورة سابقا ، تعتبر كمنفذ مباشرًا لعملية توزيع الخدمات العلاجية ، فالعقد المبرم بين طالاسو والضمان الاجتماعي ساعد على زيادة الطلب على خدمات المركز.

4- ترويج الخدمات لمركز طالاسو: بحسب ما تم مشاهدته ودراسته بالمركز وكذا المقابلات التي قمنا بها مع العديد مع مسؤوليه وأطبائه، فلا وجود لسياسة ترويجية واضحة ومخطط لها من قبل ، وهذا بديهي نظرا للوضع الاحتكاري الذي يتصدره طالاسو ، ورغم هذا وما تم ملاحظته على مستوى المركز فهناك بعض العناصر التي يمكن تصنيفها ضمن المزيج الترويجي للمركز دون نية الترويج للمركز :

- **الاستقبال** أول خدمة يواجهها السائح عند زيارته للمركز والتي يمكن أن تعطي له نظرة مسبقة وأولية على كل الخدمات التي سيستهلكها ألا وهي "الاستقبال"، فالحضور الشخصي واللباقة في التعامل مع السياح هو اساس الترويج للخدمات العلاجية.
- **وسائل الإعلام** وفي اطار الترويج للمنتج السياحي في الجزائر ، هناك إطلاقة لفترة وأخرى من خلال وسائل الاعلام السمعية والبصرية للتعريف بأهم الأماكن والمقومات السياحية بالجزائر، من بينها المنابع الحموية التي تزخر بها مختلف أقطار الوطن من الشمال إلى الجنوب ومن الشرق إلى الغرب، وفي هذا الصدد فلقد تم اعداد وبث برامج خاصة عن مركز طالاسو في مختلف القنوات الجزائرية بمشاركة كل من **الدكتورة حفيان والدكتور بارودي** (طبيب بالمركز ومدير مديرية تسيير الموارد البشرية بالمركز).
- **المؤتمرات والمعارض** يحظى المركز بفرص المشاركة في المؤتمرات والصالونات الوطنية والدولية التي تقام بخصوص الساحة ، السياحة الحموية ، إحساس بالراحة والصحة **Bien** « être et santé » . ومن بين المشاركات التي قام به المركز لسنة 2010 :

✓ **على المستوى الدولي:**

- **الصالونات: (السياحة الحموية، السياحة والإحساس بالراحة) Salons**

- 1- المنابع الحموية بباريس في جانفي،
- 2- منحة دولية للسياحة ببرلين في مارس،
- 3- صالون السياحة بباريس في مارس،
- 4- مرطون دولي للسياحة بلندرس في نوفمبر.

- **المهام : Missions**

1- زيارة للمنابع الحموية ومراكز طالاسو بدعوة من: تونس (جانفي)، ليبيا (جوان).

- الصالونات الطبية : (MEDEC) Salons médicaux بباريس في مارس.

✓ على المستوى الوطني:

- 1- صالون الترفيه ، العطل و الراحة بالـ SAFEX في اوت.
- 2- الصالون الدولي للساحة والأسفار بالـ SAFEX في ديسمبر .
- 3- ملتقى دولي حول السياحة الداخلية الحموية والسياحة العلاجية بفندق الهيلتون من تنظيم وزارة السياحة في ديسمبر.

اين ومؤخرا ايام (19، 18، 17، 16) من شهر ماي 2013 شارك في الصالون الدولي للسياحة الذي اقيم بقصر المعارض بالصنوبر البحري تحت عنوان " السياحة الداخلية أولوية وطنية "، حيث عرف اقبالا كبيرا من طرف المواطنين من أجل الاستفسار عن خدماته وهو ما تم ملاحظته من طرفنا¹.

• **المطويات:** يعتمد مركز طالاسو على مطويات من اعداد الجهات الداخلية والتي تساعد السياح طالبي العلاج من التطلع على مختلف الخدمات المعروضة والأسعار المقترحة.

• **البريد الإلكتروني :** يعتبر الموقع الالكتروني لثالاسو أحد أهم الركائز للترويج لخدماته ، أين يستطيع جميع المتعاملين للانترنت التعرف على مختلف الخدمات المعروضة من طرف المركز 24 /24 ساعة و 7/7 أيام ،وكذا امكانية الحجز دون التنقل، وهذا من خلال ملاء كل من الاستمارة الطبية والادارية و تقادي عناء الرحلة للسياح القاطنين بالمناطق البعيدة.

WWW.thalasso-sf.com.dz

• **الهاتف:** يمكن للسائح طالب العلاج أن يستعلم على مختلف خدمات المركز ،كيفية الحجز خاصة بالنسبة للذين يقيمون بالمناطق البعيدة وكذا الاسعار المعروضة وهذا من خلال رقم الهاتف الموضوع لخدمة السائح لأخذ مختلف الشروحات.

+ 213 (0) 21 39 25 25

يمكن فقط أن نشير إلى أنه وعلى مستوى مركز طالاسو ، هناك أثر كبير لما يسمى بالكلمة المنقولة من الفم (Word Of Mouth) ، لقرارات السياح من أجل زيارة المركز وهذا ما تم تأكيده أثناء مقابلة شخصية مع مجموعة من السياح.

المطلب الثالث: دراسة عناصر المزيج الموسع لمركز المعالجة بمياه البحر طالاسو

1- الأفراد (العمال والسياح): : يعتبر العنصر البشري أساس كل عملية سياحية ، فتزداد أهمية الافراد في المنظمات الخدمية خاصة منها القطاع السياحي والعلاجي كونهم جزءا من الخدمات المقدمة والمرآة العاكسة لنشاط المنظمة السياحية سواء من ناحية الجودة المقدمة أو التأثير على

⁽¹⁾ مقابلة مع ممثلي مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو على مستوى الصالون الدولي للسياحة بالصنوبر البحري، "السياحة الداخلية أولوية وطنية"، 16-17-18-19 ماي 2013.

الصورة الذهنية للسائح (اما بزيادة الطلب على خدمات المركز أو إلغاء قرار الشراء مستقبلا) ، حيث يتواجد بمركز طالاسو 267 عاملا مجزؤون على النحو التالي:

جدول رقم 02 : قوائم عمال مركز طالاسو تيرابي

نوع المنصب	العدد	%
اطـار مسيـر	04	1.50%
عمال الفندقة والسياحة	110	41.19%
الاطباء والمرضين والكوادر	49	18.30%
عمال التجميل،الحمام وإعادة اللياقة البدنية	11	4.10%
عمال الهيكلة والمساندة (الدعم)	93	34.80%
المجموع	267	100%

المصدر:بطاقة تقنية لمركز طالاسو تيرابي .

• **المظهر الخارجي للعمال:** من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها بالمركز ، تم ملاحظة بأن عمال المطعم وأعوان الامن فقط من هم ملتزمون بالهندام الرسمي والمظهر الخارجي كل بحسب وظيفته ، دون الحديث عن الاطباء كونهم يرتدون البدلة الخاصة بهم ، في حين طاقم الاستقبال هو أول من يجب أن يتحلى بمثل هذه الوضعية ،إلا أنه ولأول وهلة لدخول السائح سيلاحظ عدم الالتزام بهندام موحد.

إلا أن روح الفريق داخل المركز تداركت ذلك النقص من خلال مراجعة سجل الشكاوي المتواجد عند مكتب الاستقبال ، أين اطلعنا على ملاحظات السياح والذين أكدوا وأشاروا بقوة لروح الفريق التي تعم بالمركز و اعتبروها الركيزة الاساسية للمركز وبالخصوص طاقم المطعم والرعاية الصحية.

• **استقرار العمال:** جل المقابلات التي قمنا بها على مستوى المركز ،أدلت باستقرار العاملين داخل المركز ،وهذا ما سيعود ايجابيا على استمرار نشاطه ومن سجل نقطة إضافية لخدمات طالاسو .

فيما يخص الدورات التدريبية ، تعتبر نقطة سلبية للمركز ،كونه لا يولي اهتماما بالغا لهذا النوع من الانشطة والتي قد تساعد وتحسن من مستوى الجودة والنوعية في خدماته المعروضة.

2- العمليات: تتمثل العمليات في مختلف الخطوات التي يقوم بها السائح من اول خطوة وهي توقيف السيارة في الموقف الخاص بالسيارات إلى الاستقبال (والتي تعتبر المرآة العاكسة للمركز ككل) حتى الحصول على الخدمات العلاجية مرورا بمرافقته إلى الغرفة المحجوزة وكذا مختلف الخدمات التكميلية كالإطعام والترفيه، والتحلي باليقظة فيما يخص جميع التساؤلات والطلبات المحتمل وقوعها وتقديمها للسائح،واعطائه نوعا من الحرية كانه في بيته الخاص، إلى حين وقت مغادرته بنفس الطريقة التي تم استقباله بها باستخدام جميع عبارات الشكر والتقدير للسائح وامتنان المركز على حسن الضيافة في المرات المستقبلية القريبة.

3- الادلة المادية : يمكن تلخيص الادلة المادية لمركز طالاسو في عدة جوانب أهمها:

• **الموقع:** يعتبر موقع مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي جد ملائم لطبيعة نشاطه ، حيث يتوسط شاطئ سيدي فرج، فالطلة من شرف الغرف تعطيك احساسا بالراحة و والفرج عن

النفس، بالإضافة إلى المساحات الخضراء التي تنتشر في أرجاء المركز وتتحلى بالنظافة المطلقة مما يساعد السياح في استعادة نشاطهم.

• **الاجهزة والوسائل والمعدات المستعملة:** من الملاحظ جيدا ولأول وهلة عند دخول المركز، أن معظم الاجهزة المستعملة تقليدية ولم يتم استبدالها ولا تحديثها لمدة طويلة، بدءا من أرائك قاعة الاستقبال، إلى أثاث الغرف، وبعدها معدات العلاج، وبالخصوص هذه الأخيرة التي لا ترقى إلى المستوى المطلوب بالمقارنة مع الخبرة والقدرة التي تتميز بها الفرقة الطبية، وهذا ما سيعمل على تقليص معيار الجودة في تقديم الخدمات.

• **المصعد الكهربائي:** يتوفر مركز طالاسو على مصعد كهربائي لتسهيل عمليات انتقال السياح المرضى لتلقي الخدمات (وهو خاص بذوي الاحتياجات الخاصة فقط)، إلا أن سوء الاستخدام من قبل السياح يؤدي تارة أخرى إلى تعطيله وهو ما يسبب الانزعاج وسط السياح المرضى، كما يتواجد بالمركز مصعد كهربائي خاص ينتقل عمال المركز فقط لكنه جد تقليدي ولا يمد صلة بالعصرنة. وهذا ما سيؤثر سلبا على ادراكات السياح وكذا تقييمهم للجودة.

• **موقف السيارات:** يمتلك المركز عدة مواقف للسيارات، منها ما هو خاص للزوار القادمين لغرض التنزه والسباحة فقط، ومنها ما هو خاص بالموظفين والعمال، ومنها ما هو خاص بزبائن المركز. إذ يعتبر أحد النقط الايجابية لتموقع المركز.

• **التسويق الحسي:** يستخدم المركز التسويق الحسي من خلال إرسال نغمات موسيقية على مستوى أجنحة الفندق، وهو ما يسمح للسائح بالاسترخاء بمجرد سماع هذه النغمات، إلا أن بعض السياح (الأخص المسنين) تثير انزعاجهم. كما يقوم المركز بإطلاق الروائح الطيبة على كل أرجاء المركز.

و عليه وحسب عمال وأطباء المركز فإن الحكم على جودة الخدمات العلاجية، لا يتم إلا بتضافر الجهود وتحديد المسؤوليات فيما يخص كل مرحلة من مراحل استهلاك الخدمة، وهذا ما سيخلق للسائح صورة ذهنية متكاملة وإيجابية نحو جل خدمات المركز، وأشاروا بأن أي خلل يصيب أحد عناصر المزيج السالفة الذكر سيؤثر سلبا على ادراكات السائح، مما يصعب عليه التقييم النهائي لتلك الخدمة، ولهذه الأسباب وأخرى ارتأينا تجزئة الدراسة الميدانية إلى نصفين الأولى تتمثل في دراسة نوعية (مقابلة مع الدكتورة حفيان مليكة) من أجل تحديد دقيق للفرضيات والتحضير الجيد للدراسة المكتملة وهي دراسة كمية تمثلت في قائمة استقصاء وجهة لفئة عشوائية من سياح المركز. وهذا من خلال المبحث الموالي.

المبحث الثالث : تصميم وتحليل الدراسة الميدانية

من خلال هذا المبحث سيتم عرض دليل المقابلة كدراسة قبلية ، وبعدها يتم عرض الدراسة الكمية التي جاءت مكتملة للأولى عن طريق قائمة استقصاء وفي الاخير عرض اهم النتائج التي توصلنا اليها من كلتا الدراستين.

المطلب الاول : تحليل محتوى الدراسة النوعية

تمت الدراسة علة مرحلتين :

➤ الاولى عرض لدليل المقابلة،

➤ والثانية تحليل عام لمحتوى المقابلة.

1- عرض دليل المقابلة: ونعرض على التالي جملة الاسئلة التي تضمنتها هذه الدراسة :

السؤال الأول: ما هي مختلف الأنشطة والخدمات المعروضة من طرف مركز طالا سو؟

السؤال الثاني: هل للمركز فئة مستهدفة من السوق؟ أو أنه مفتوح لكل اجزائه؟

السؤال الثالث: هل هناك استراتيجية واضحة تتبناها من أجل توزيع خدماتكم؟

السؤال الرابع: ما هي السياسات الترويجية المركز عليها من طرف المركز؟ وهل تلقى صدى لدى الزبائن؟

السؤال الخامس: على حسب رأيكم ، هل هناك توافق ما بين الاسعار المعروضة بالمركز والخدمات المقدمة مقابل تلك الاسعار(طلب توضيح من خلال تجربة حية) ؟

السؤال السادس: في نظركم ، هل تعتبر كفاءة العنصر البشري وفرض وجوده بالمركز إحدى نقط قوته؟ أو هناك عاملا(عوامل) أخرا يعكس النتائج الايجابية التي يحققها طالاسو لحد الساعة؟

السؤال السابع: تعتبر الخدمة العلاجية ، الخدمة الأساسية بالمركز، هل هناك تتبع للحالة الصحية لكل مريض بعد استهلاكه للخدمات العلاجية (فحص قبلي وفحص بعدي بعد كل خدمة علاجية) ؟ أو أن المريض يكتفي باستهلاك الخدمة دون مراجعة بعديّة من الطبيب؟

السؤال الثامن: كيف يمكن تقييم رضى سائح طالا سو تجاه الخدمات المقدمة من طرفكم ؟ وهل هناك اهتمام مستقبلي لوضع ادراكات السائح نحو تلك الخدمات في قلب استراتيجيتكم خصوصا وانتم مقبلين على تجديد هيكله طالاسو وتحديث نشاطاتها عن قريب ؟

السؤال رقم 1: ما هي مختلف الأنشطة والخدمات المعروضة من طرف مركز طالا سو؟
فيما يخص هذا السؤال الاجابة عنه تم عرضها وبالتفصيل في المبحث الذي سبق.

السؤال رقم 2: هل للمركز فئة مستهدفة من السوق؟ أو أنه مفتوح لكل اجزائه؟

في اول وهلة من نشاط المركز ، كان مركزا لاعادة التأهيل الوظيفي فقط، أين كان يستقبل إلا السياح القادمين عن طريق صندوق الضمان الاجتماعي، باعتباره الوحيد انذاك الذي تربطه اتفاقية شراكة مع المركز (احادي الزبون Mono Client)، وبقي ينشط المركز لعدة سنين إلا مع السياح القادمين عن طريق الضمان الاجتماعي، إلى أن تقلت احمال هذا الاخيركونه كان يتحمل اعباء الرعاية العلاجية والاقامة %100 والسائح لا يدفع شيئا، إلا انه وبعد مدة عرف صندوق الضمان صعوبات في تسيير الطلب المتزايد، فأخذ ينقص من حجم الطلب على المركز، مما دفع بالمركز في البحث عن توسيع مجال نشاطه او بالاحرى البحث عن مجال نشاط استراتيجي اخر من اجل استهداف فئة اخرى (élargir la clientèle)، وكذا استهداف الشركات الكبرى من اجل ابرام اتفاقيات معها من خلال النشاطات الاجتماعية (سونطرك، الامن الوطني، نطال، الجزائرية للطيران، التربية الوطنية،...) وهكذا وجد المركز حلا لتفادي تدهور الطلب اين اصبح بعدها لا ينشط في مجال الرعاية الصحية فحسب بل وبحكم الوزارة الوصية "وزارة السياحة"، وسع مجال نشاطه ليبلغ اعادة التأهيل واللياقة البدنية (Relise en Forme)، التجميل (،esthétique, beauté, espace bébé maman)، وهكذا تنوعت الفئة المستهدفة من طرف المركز ليشمل كل فئة باختلاف طلبها وباختلاف غرضها .

السؤال رقم 3: هل هناك استراتيجية واضحة تتبناها من أجل توزيع خدماتكم؟

لا توجد استراتيجية مرسومة من قبل، لاجل توزيع وتقديم خدمات المركز، وإنما الموقع الالكتروني للمركز يلعب دورا كبيرا فيما يخص ايصال مختلف المعلومات سواء من اجل التعريف بخدمات المركز او الحجز عن طريق ملا استيبانين يتم تحميلهما من الموقع وملئهما، احدهما يملا من طرف طبيب السائح المريض، والاخر عبارة عن استيبان اداري به المعلومات الشخصية، بعد ملئهما يتم احضارهما للمركز مباشرة او ارسالهما عن طريق الفاكس للقاطنين بالمناطق البعيدة، بعدها يقوم طبيب المركز بفحص الاسباب وتقديم الموافقة ان وجدت، وبعدها يتم ارسال الموافقة إلى مكتب البرمجة من اجل برمجة السائح طالب العلاج وإعطائه موعدا .بالإضافة إلى وجود رقم هاتف خاص بالمركز يعمل 7 ايام على 7، و24 ساعة على 24.

السؤال رقم 4: : ما هي السياسات الترويجية المركز عليها من طرف المركز؟ وهل تلقى صدى لدى الزبائن؟

صراحة، لا توجد سياسات ترويجية متبناة من طرف طالاسو، والسبب في ذلك الوضعية الاحتكارية التي يعرفها المركز، فهناك تزايد في حجم الطلب على خدمات المركز (استراتيجية التسويق السياحي الهجومي)، دون ان يقوم المركز بأي سياسة ترويجية عنها، غير انه هناك بعض المؤتمرات والمعارض الوطنية منها والدولية التي قد تكون سببا في تزايد هذا الطلب والتي كان يشارك فيها المركز لعدة مرات ،سبق لنا ذكرها من قبل.

إلا أنه وفي عطلة الصيف ، تتغير الاستراتيجية لتصبح دفاعية، كون المركز يغير نشاطه من الرعاية العلاجية ليصبح مركزا مستقبلا لأصحاب العطل والسياح.بحكم الموقع المتواجد به المركز شديد المنافسة فيما يخص العطل الصيفية والسياحة الشاطئية.

السؤال رقم 5: على حسب رأيكم ، هل هناك توافق ما بين الاسعار المعروضة بالمركز والخدمات المقدمة مقابل تلك الاسعار(طلب توضيح من خلال تجربة حية) ؟

لا استطيع الاجابة بدقة عن هذا السؤال ، وانما لم نلق ولحد الساعة اية شكاوي او تعليقا من طرف زبائننا، (مراجعة كراس الشكاوي والاقتراحات) ، إلا ان الامكانيات تختلف من فرد لآخر ،وكذا طريقة الحجز بالمركز (الاتفاقيات المبرمة) خاصة ساهمت في عدم ايجاد حاجز امام السياح للقدوم إلى المركز، أما فيما يخص بالرعاية العلاجية فعلى حسب ما أظن فهناك تراجع نوعا ما خاصة من طرف الكوادر الطبية مؤخرا والتي اصبحت عاجزة امام الطلب المتزايد.

السؤال رقم 6: في نظركم ، هل تعتبر كفاءة العنصر البشري وفرض وجوده بالمركز إحدى نقاط قوته؟ أو هناك عاملا(عوامل) أخرا يعكس النتائج الايجابية التي يحققها طالاسو لحد الساعة؟

نعم ،كفاءة العنصر البشري تلعب دورا كبيرا فيما يخص رضا السياح تجاه خدمات المركز، خاصة وأن أغلب عمال المركز من فئة الشباب، إلا أن نقص التكوين (لا توجد دورات تكوين للعمال) بالمركز تعتبر نقطة سوداء امام فعالية نشاط تلك الفئة ،فالسائح المريض هو في حاجة دائمة للراحة وكذا الرعاية الجيدة والكلام الطيب ولباقة الحديث والابتسام الدائمة من اجل نسيان المرض من جهة وعدم الاحساس بالغرابة من جهة اخرى، فيما يخص بالعوامل الاخرى التي يمكن ان تكون يدا في ازدياد الطلب ربما السمعة الجيدة التي تدور على لسان السياح طالبي العلاج خاصة منهم تلك الفئة المتقدمة من السن والمتفائلة بمستقبل السياحة البيئية العلاجية بالجزائر.

السؤال رقم 7: تعتبر الخدمة العلاجية ، الخدمة الأساسية بالمركز، هل هناك تتبع للحالة الصحية لكل مريض بعد استهلاكه للخدمات العلاجية (فحص قبلي وفحص بعدي بعد كل خدمة علاجية) ؟ أو أن المريض يكتفي باستهلاك الخدمة دون مراجعة بعدي من الطبيب؟

كما سبق اي وذكرت، يقوم الطبيب بفحص السائح طالب العلاج في اول يوم من قدومه، أين يقوم بتسجيل مختلف الانشطة العلاجية وتكرارها بحسب حالته الصحية طول مدة اقامته على بطاقة المريض، إلا أن الطلب المتزايد وكذا محدودية الطاقم الطبي لا يمكن ان تكون هناك مراجعة دورية ومستمرة لكل مريض، إلا في حالة ما إذا كان هناك حالة طارئة أو مريض في مراحل متقدمة من مرضه.

السؤال رقم 8: كيف يمكن تقييم رضى سائح طالاسو تجاه الخدمات المقدمة من طرفكم ؟ وهل هناك اهتمام مستقبلي لوضع ادراكات السائح نحو تلك الخدمات في قلب استراتيجيتكم خصوصا وانتم مقبلين على تجديد هيكله طالاسو وتحديث نشاطاتها عن قريب ؟

لحد الان ، هناك رضا مقبول من طرف السياح تجاه خدمات المركز، والدليل على ذلك ان اغلب السياح والمرضى المتواجدين بالمركز ليسوا للمرة الاولى هنا، بل العديد منهم قمنا بخلق علاقات حميمة وعائلية معهم فهم اعتادوا علينا ونحن كذلك، والنقطة الايجابية بالمركز أنه هناك نوعا من الاستقرار فيما يخص هيكله المناصب (عامل الخبرة)،والذي لعب دورا كبيرا في كسب ثقة السياح،
نعم ، نظرا للطلب المتزايد على خدمات المركز ، أين اصبح عاجزا أمام تسيير وبرمجة هذا الطلب ، تم التفكير في اعادة تهيئته وبعثه من جديد في حلة عصرية تتماشى والمعايير الدولية من جهة، وتراعي تطلعات أهم عنصر ألا وهو السائح، خصوصا في ظل المنافسة التي سيشهدها المركز لاحقا في هذا القطاع (السياحة العلاجية).

2- تحليل محتوى المقابلة :

مما سبق ، يتضح لنا جليا أنه ورغم تنوع المنتجات العلاجية بمركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي وتوسيع مجالات انشطته الاستراتيجية مقارنة بأول وهلة نشاطه، إلا أن الوضعية الاحتكارية التي يعرفها المركز حالت دون العمل على تطوير وتحسين مختلف عناصر مزيج الترويجي، لا فيما يخص عرض اسعار منافسة، ولا فيما يخص سياسات ترويجية ، ولا فيما يخص تحديث التجهيزات والاثاث ولا فيما يخص برمجة دورات تكوين للعنصر البشري، ولا حتى تنويع قنوات التوزيع والتقديم، فالموقع الاحتكاري اصبح نقمة لا نعمة على مركز طالاسو خاصة في ظل شراسة المنافسة التي سيشهدها المركز في الايام القليلة والقريبة خاصة من القطاع الخاص، وإلى حين تجديد تهيئة المركز وبعث استراتيجيات تتماشى والمنافسة الخارجية التي ستضطره لبذل مجهودات اكثر فيما يخص تبني استراتيجيات التسويق السياحي البيئي والعلاجي والتي تشهد تهميشا بالمركز كونه لا يمتلك قدرات واطارات بشرية في مجال التسويق ، وانما هناك ادارة للتسويق دون مختص في التسويق، وهذا ما سيشكل حاجزا امام الاهداف المسطرة للمركز مستقبلا.

المطلب الثاني: تحضير الاستبيان وانجازه

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى مرحلة تحضير وانجاز الاستقصاء

1- مرحلة تحضير الاستبيان:

- **الهدف من الاستبيان :** يتمثل الهدف من الاستبيان، محاولة تقصي تقييم السياح طالبي العلاج لجملة الخدمات المعروضة من قبل مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو بسيدي فرج، أين تم العمل على جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات والآراء المتعلقة بـ:
 - نوع الوسيلة التي تم بها الحجز على مستوى المركز،
 - طريقة الاستقبال ونوعية التجهيزات والمعدات المستخدمة،
 - ما مدى رضا السياح تجاه كل من اسعار طالاسو، سياسة تقديم خدماته، وكذا كيفية الترويج لها،
 - ما مدى فعالية الطاقم البشري (الطبي،الرياضي،..) في اداء خدماته،
 - تدوين اهم الاقتراحات من اجل تفعيل نشاط المركز ومواكبته المنافسة الخارجية.

- **فرضيات البحث :** لإيجاد اجابة وتفسير نهائي للاشكالية بحثنا هذا ، استندنا إلى بعض الفرضيات الميدانية المستنتجة من الدراسة النوعية السابقة، و التي بنينا عليها الدراسة الكمية على شكل استقصاء وهي:
الفرضية الاولى: تشكل اسعار مركز طالاسو حاجزا امام السياح لاقتناء خدماته بالرغم من تفاوت دخولهم.
الفرضية الثالثة: تشكل الاتفاقيات المبرمة ما بين مركز طالاسو والمنظمات الاخرى اهم الاسباب التي دفعت بالسائح لزيارة المركز.
الفرضية الثانية: تعتبر الكلمة المنقولة من الفم إلى الاذن احسن الطرق للترويج لخدمات طالاسو.

- **طريقة المعاينة:** تم اختيار عينة عشوائية طبقية لتوفر قاعدة للبيانات Base de Sondage ، وهي الانسب لحالتنا هذه كون مركز طالاسو يستقبل فئات متعددة ومتباينة من حيث نوع الإقامة (داخلي أو خارجي) وسيلة الحجز(ضمان الاجتماعي،اعادة اللياقة البدنية،اتفاقية،احرار) وكذا مدة الإقامة(21 يوم، 7 ايام،اسبوعين،..) وفي مثل هذه الحالة لا بد ان تكون العينة ممثلة لجميع هذه الطبقات. ولأجل الاجابة على اشكالتنا اکتفينا بنوع واحد من السياح ألا وهم المقيمين الداخليين وهمشنا الخارجيين كون الفئة الاولى هي الاقرب والانجع من أجل تقييم نوعية الخدمات المقدمة كليا، في حين الفئة الثانية (الخارجية) لا يمكنها الحكم على أغلب الخدمات بحكم عدم تواجدها بداخل المركز والمبيت فيه.
وعلى التوالي سيتم عرض كيفية اختيار العينة العشوائية الطبقية والمكونة من 300 فرد :
 قمنا باستقصاء هذا الحجم من العينة على فترتين مختلفتين :
 - شهر افريل (18 افريل تمت المعاينة) : تم استخراج 200 فرد كعينة طبقية ممثلة لمجتمع حجمه 350 فرد (290 من اجل المعالجة + 60 اعادة التأهيل) انظر الملحق رقم 17.
 شهر ماي: تم استخراج 100 فرد كعينة طبقية ممثلة لمجتمع حجمه 10403 فرد(10283 من اجل المعالجة+ 120 اعادة التأهيل) انظر الملحق رقم 18.
طريقة اختيار 200 فرد الاولى والممثلة لكل الطبقات :

$$N = 350 \text{ فرد.} \checkmark$$

$$\checkmark \text{ عدد السياح طالبي العلاج القادمين عن طريق الضمان الاجتماعي} = 170 \text{ فرد} = n1.$$

$$\checkmark \text{ عدد السياح طالبي العلاج القادمين عن طريق الاتفاقيات} = 103 \text{ فرد} = n2.$$

$$\checkmark \text{ عدد السياح طالبي العلاج الاحرار} = 17 \text{ فرد} = n3.$$

$$\checkmark \text{ عدد السياح طالبي العلاج القادمين من اجل اعادة التأهيل} = 60 \text{ فرد} = n4.$$

$$n1+n2+n3+n4=N \text{ بحيث } n4, n3, n2, n1$$

$$\text{حجم العينة المراد استخراجه هو } n = 200$$

و لذلك كم سيكون عدد السياح من الضمان الاجتماعي؟ وكم عددهم من الاتفاقيات؟ وكم من الاحرار؟ وكم من إعادة التأهيل واللياقة البدنية؟ من أجل الحصول على 200 سائحا ممثلا لـ 350 فرد، هذا ما سنراه الان:

- عدد السياح طالبي العلاج القادمين عن طريق الضمان الاجتماعي $n_1 = (350/200) \cdot 170 = 297$ فردا

- عدد السياح طالبي العلاج القادمين عن طريق الاتفاقيات $n_2 = (350/200) \cdot 103 = 179$ فردا

- عدد السياح طالبي العلاج الاحرار $n_3 = (350/200) \cdot 17 = 29$ فردا

- عدد السياح طالبي العلاج القادمين من اجل اعادة التأهيل $n_4 = (350/200) \cdot 60 = 105$ فردا.

حيث: $200 = 34 + 10 + 59 + 97 =$ حجم العينة المبتغاة.

وبنفس الطريقة تم استخراج 100 فرد من مجتمع حجمه 10403 فردا

- ومن أجل اختبار صدق وثبات أداة القياس قمنا باستخدام معامل كرومباخ على مختلف عبارات السلام التي تضمنها الاستبيان، أين تم توزيع الاستبيان على 21 سائحا من مركز طالاسو تيرابي والتي سمحت بمعرفة مدى فهم الاسئلة من طرف المستفيدين وكذا مراجعة وتعديل شكل الاستبيان، في حين ولقياس مدى ثبات واتساق الاسئلة فيما بينها تم الاعتماد على أحد وسائل القياس وهو معامل الفا كرومباخ من خلال 21 قائمة استقصاء أين كانت قيمته بحسب مخرجات برنامج SPSS ملائمة ومقبولة لمختلف العبارات على النحو التالي:
- فيما يخص درجة الرضا حول طريقة ونوعية الاستقبال و(الغرف) : الفا كرومباخ **0,63** وهذا مقبول، بمعنى أن العبارات المتعلقة بالحكم على نوعية الاستقبال تتمتع بدرجة مقبولة من الثبات والاتساق.

Récapitulatif de traitement des observations			
		N	%
Observations	Valide	21	100
	Exclus ^a	0	0
	Total	21	100

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,637	7

- تقييم الاسعار: من خلال عبارتين لتقييم اسعار المركز، بلغت قيمة كرمباخ **0,673** أكبر من **0,6**، هذا ما يدل على ثبات اتساق العبارتين.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,673	2

مخرجات SPSS 19 لاختبار crombach's

- **تقييم خدمات موظفي الاستقبال:** ولغرض تقييم والحكم على فعالية العنصر البشري تم استعراض اربعة(04) عبارات ،بحيث بلغت درجة الاتساق 0,834 وهو ما يدل على ان اداة القياس تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

Statistiques de fiabilité

	Nombre d'éléments
Alpha de Cronbach	4
,834	

مخرجات SPSS 19 لاختبار crombach's

- **تقييم وسائل الاتصال والترويج:** من خلال عبارتين والتي تم استعراضهما ضمن قائمة الاستبيان لمعرفة مدى ادراك السائح لوجود سياسات ترويجية بالمركز وكذا تقييمه لها ان وجدت ،بلغت قيمة الفا كرمباخ 1.00 وهذا ما يدل على ثبات اداة القياس.

Statistiques de fiabilité

	Nombre d'éléments
Alpha de Cronbach	2
1,000	

مخرجات SPSS 19 لاختبار crombach's

- **تقييم سياسة توزيع وايصال المعلومات :** تم عرض عبارتين من خلال قائمة الاستبيان من اجل تقييم السائح لمدى تحكم مركز طالاسو وحرصه على ايصال مختلف التوضيحات والتفسيرات لزبائنه، اين عرفت هاتين العبارتين درجة عالية من الاتساق والثبات كون الفا كرمباخ وصلت قيمته 1.00.

Statistiques de fiabilité

	Nombre d'éléments
Alpha de Cronbach	2
1,000	

مخرجات SPSS 19 لاختبار crombach's

- **تقييم الطاقم الطبي والرياضي:** ضمن قائمة الاستبيان تم ادراج اربع(4) عبارات يستطيع السائح المستقصى ان يقيم خدمات كل من الطاقم الطبي والرياضي ، ومن خلا قيمة الفا كرمباخ والتي بلغت 0,813 والتي تدل على ثبات اداة القياس بدرجة عالية للعبارات.

Statistiques de fiabilité

	Nombre d'éléments
Alpha de Cronbach	4
,813	

مخرجات SPSS 19 لاختبار crombach's

- تقييم الرعاية العلاجية: من خلال الاستبيان تم ادراج جملة المنتجات (والتي جاءت في شكل تقنيات ونشاطات)العلاجية التي يعرضها المركز والمتاحة للسائح من اجل تقييمها ومعرفة درجة الرضا عنها ،بحيث مخرجات برنامج SPSS19 لاختبار الفا كرمباخ لتلك العبارات ادلى بقيمة الفا كرمباخ عند **0,710** وهو ما يوضح درجة عالية من الثبات والاتساق للعبارات.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,710	14

مخرجات SPSS 19 لاختبار's crombach

وكنتيجة لما سبق،فإن قائمة الاستبيان بمختلف اسئلتها تتميز بالثبات والاتساق .وهو ما اكده معامل الفا كرمباخ من برنامج **SPSS19** .

- نوع الاسئلة المتضمنة في الاستبيان : (انظر الملحق رقم 19)
 - الاسئلة المغلقة: و هي تلك الاسئلة التي تتطلب اجابات محددة مسبقا، مثال الاسئلة (1 ، 2 ، 10).
 - الاسئلة شبه مغلقة: وهي تلك الاسئلة التي يحدد لها عدد من الاجابات البديلة مسبقا وترك المستقضي منه حرية اقتراح اجابات اخرى مثل (سؤال رقم 3).
 - اسئلة السلام: وهو النوع الغالب على الاستبيان بحكم اشكالية البحث التي تسعى لمعرفة مدى رضا من عدمه لسياح مركز طالاسو ، فهو النوع الانسب لذلك كالأسئلة (4 ، 5، 6، 7، 8).
 - أسئلة المصفاة: وهي الاسئلة التي تقصي بعض المستقvisين من الاجابة على بعض الاسئلة كالسؤالين (3 و 7).
 - اسئلة مفتوحة: وهي تلك الاسئلة التي يكون فيها المستقvis منه حر في اجابته ، إلا أنه يحدد التقليل منها أو حتى الاستغناء عنها في حالة عدم الضرورة (كالسؤال رقم 9).

2- مرحلة تنفيذ الاستبيان:

- فترة البحث : شهري افريل وماي من عام 2013.
- ادارة الاستقصاء: مقابلة شخصية ،أين كانت هذه الطريقة الانسب للحصول على معلومات دقيقة وواضحة خالية من الالتباس والغموض ،وذلك بتبسيط وتوضيح الاسئلة الغامضة ان وجدت وهذا بحكم تفاوت الفئات العمرية والمستوى الدراسي.

- المشاكل التي واجهتها الدراسة: كبر حجم العينة المختارة في ظل ضيق الوقت، كون مدة الإقامة تختلف من عينة لأخرى، هذا من جهة ومن جهة أخرى صعوبة وجود وقت فراغ للسائح من أجل ملاً الاستبيان كون البرنامج العلاجي المسطر لكل فرد مليئاً عن آخره.
- معدل الاجابات : تم توزيع 300 نموذجاً لقائمة الاستقصاء، وتم استردادها وقبولها بأكملها نظراً لصدق المستقصى منهم وكذا جديتهم رغبة منهم المساهمة في انجاز هذا البحث ، اي ان معدل الاجابات هو 100 %.
- الادوات الاحصائية المستعملة : بعد تفريغ البيانات الواردة وتحليلها باستخدام برنامج SPSS19 و EXCEL ،قمنا بالاستعانة ببعض الادوات الاحصائية الوصفية كالتكرارات والمعدلات وكذا النسب المئوية والمتوسط المرجح ، والذي يحسب بالشكل التالي :

$$\text{المجموع المرجح} = \text{مجموع (المعاملات . التكرارات)}$$
$$\text{المتوسط الحسابي المرجح} = \frac{\text{المجموع المرجح}}{\text{حجم العينة}}$$

كما ان نوع العينة المستخدمة وهي عينة عشوائية طبقية مكننا من الاستعانة ببعض الادوات الاحصائية الاستدلالية التحليلية كاختبار χ^2 وتحليل التباين الاحادي (ANOVA ONE WAY) والتي ستساهم وبدرجة كبيرة في الحصول على نتائج اقرب من الدقة ويمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

اختبار (χ^2): يعتبر من أكثر الاختبارات استعمالاً في حالة ما أردنا تحليل الارتباط بين المتغيرات الاسمية والوصفية.

و لاستعماله يجب إتباع الخطوات التالية:

- تكوين فرض العدم (H_0)، اي لا توجد علاقة بين المتغيرين المراد دراستهما. بمعنى انهما مستقلين.

- حساب قيمة χ^2 التي تقيس الانحرافات بين التكرارات الملاحظة والتكرارات المتوقعة.

وتقاس الانحرافات بالمعادلة التالية:

$$\chi^2 = \text{مجموع.مجموع (التكرارات الملاحظة. التكرارات المتوقعة)}/\text{التكرارات المتوقعة}$$

- بعدها يتم حساب درجة الحرية: (عدد الصفوف-1). (عدد الأعمدة-1)

- الكشف عن قيمة χ^2 الجدولية والموجودة في الجداول الإحصائية عند مستوى دلالة 5% ودرجة حرية المحسوبة سابقاً.

و في الأخير يتم مقارنة χ^2 الجدولية بـ χ^2 المحسوبة لاتخاذ القرار المناسب:

- في حالة χ^2 الجدولية < من χ^2 المحسوبة، نقبل فرض العدم اي هناك استقلالية، في حين اذا كان عكس ذلك فدليل لوجود علاقة بين متغيرات الدراسة وبالتالي نقبل (H_1) .

المطلب الثالث: تحليل نتائج الاستقصاء

بعد تحضير و انجاز قائمة الاستقصاء قمنا بإدخال ومعالجة البيانات بالحاسوب، وذلك باستخدام برنامج (مصدر 19) SPSS (Statistical Package for Social Sciences)، ولغرض تحويل الجداول و رسم البيانات قمنا كذلك باستخدام برنامج EXCEL، و من اجل دراسة وتحليل نتائج الاستقصاء قمنا بعرضها في شكل جداول تتضمن التكرارات والنسب المئوية لكل إجابة على حد.

من خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى:

- التبويب البسيط.

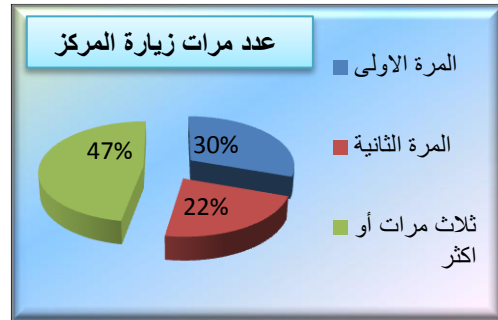
- التبويب المزدوج.

1- التبويب البسيط

شكل 1-3

جدول 3 : عدد مرات زيارة المركز

عدد المرات	التكرار	النسبة
المررة الاولى	91	30%
المررة الثانية	67	22%
ثلاث مرات أو أكثر	142	47%
المجموع	300	100%



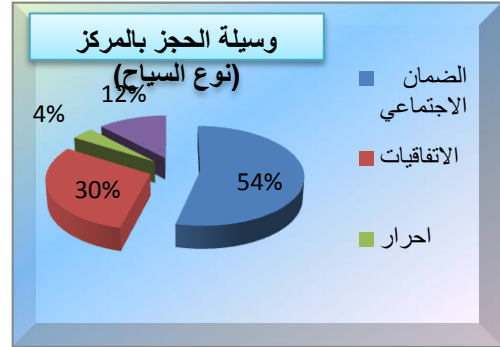
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19، EXCEL.

من الجدول أعلاه والخاص بعدد مرات زيارة المركز، نلاحظ أن 47% من أفراد العينة هم من الزبائن الأوفياء للمركز والذين اعتاد عليهم المركز وعماله لكونهم يزورون المركز للمرة الثالثة أو أكثر كما يمكن أن نضم إليهم تلك العينة التي تزور المركز للمرة الثانية والتي تقدر نسبتها بـ 22% ، في حين 30% من العينة هم لأول مرة متواجدين بالمركز.

شكل 1-4

جدول 4 : وسيلة الحجز بالمركز (نوع السياح)

النسبة	التكرار	
54%	161	الضمان الاجتماعي
30%	91	الاتفاقيات
4%	13	احرار
12%	35	اعادة اللياقة البدنية
100%	300	المجموع



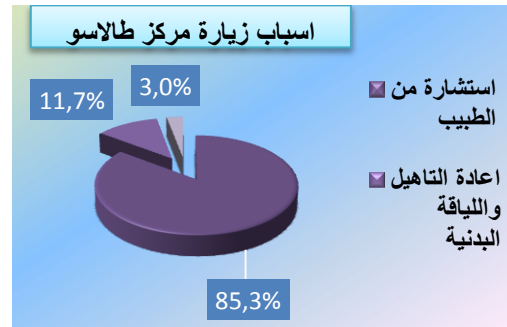
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

54% من أفراد العينة جاؤوا عن طريق الضمان الاجتماعي وهي نسبة معتبرة، في حين 30% من العينة جاؤوا بحكم الاتفاقيات المبرمة ما بين بعض المنظمات العمومية أو الخاصة التي ينتمون إليها و مركز طالاسو تيرابي ، كما ان 12% من أفراد العينة جاؤوا من اجل إعادة التأهيل واللياقة البدنية وهذا في عطلة نهاية الأسبوع فقط، في حين 4% فقط جاؤوا بمدخولهم الشخصي أي يحتملون أعباء الإقامة والعلاج 100%.

شكل 1-5

جدول 5: أسباب زيارة مركز طالاسو

النسبة	التكرار	
85,3%	256	استشارة من الطبيب
11,7%	35	اعادة التأهيل واللياقة البدنية
3,0%	9	للسببين السابقين
100,0%	300	المجموع



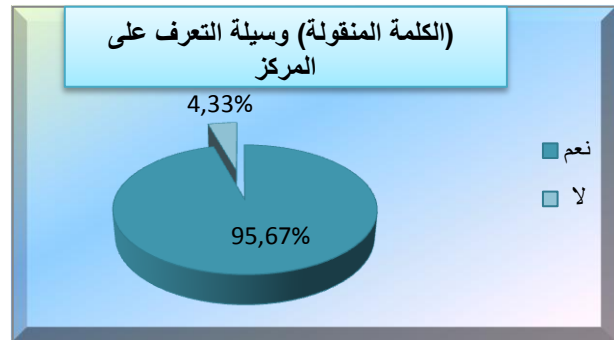
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

من الجدول أعلاه ،نلاحظ أن أكثر من 85% من أفراد العينة المستقصاة ،متواجدون بالمركز لأجل الرعاية الصحية من خلال استشارة الطبيب ، في حين 11,7% جاؤوا للمركز من اجل إعادة التأهيل واللياقة البدنية وكسر ضغط و روتين أسبوع العمل .

جدول 6: طريقة التعرف على المركز

شكل 1-6

وسيلة التعرف على خدمات المركز		التكرار	النسبة
الكلمة المنقولة من الفم إلى الأذن	نعم	287	95,67%
	لا	13	4,33%
المجموع		300	100%



المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

فيما يخص السؤال المفتوح والمتعلق بوسيلة التعرف على المركز وخدماته، فأغلب أفراد العينة كانت إجابتهم بالكلمة المنقولة من الفم إلى الأذن بنسبة 95,67%.

جدول 7: تقييم المزيج التسويقي السياحي البيئي العلاجي للمركز

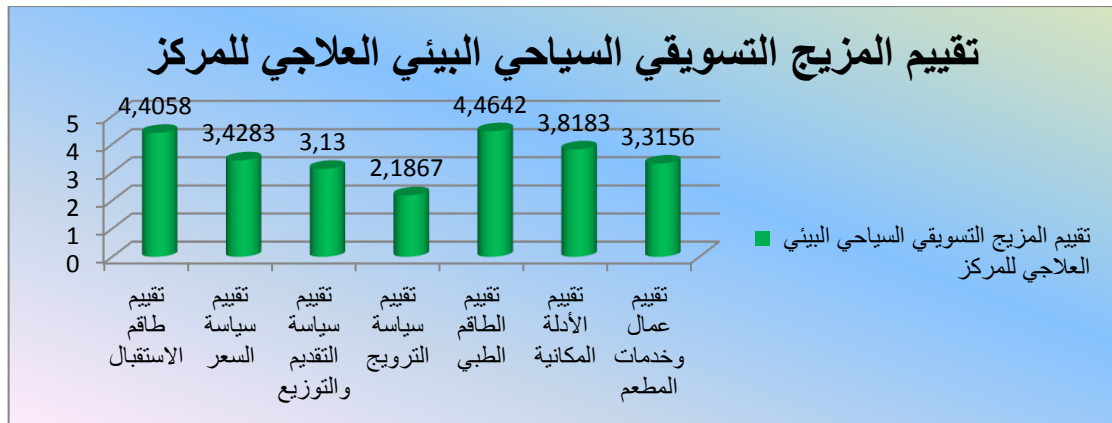
تقييم المزيج التسويقي السياحي البيئي العلاجي للمركز	حجم العينة	Min(الحد الأدنى)	Max(الحد الأقصى)	(المعدل Moye)	Ecart(الانحراف)
تقييم طاقم الاستقبال	300	1,00	5,00	4,4058	,66419
تقييم سياسة السعر	300	2,50	5,00	3,4283	,65864
تقييم سياسة التقديم والتوزيع	300	1,00	4,50	3,1300	,92969
تقييم سياسة الترويج	300	1,00	4,00	2,1867	,79934
تقييم الطاقم الطبي	300	1,50	5,00	4,4642	,63233
تقييم الأدلة المكانية	300	1.67	5.00	3.8183	,71771
تقييم عمال وخدمات المطعم	300	,00	4,67	3,3156	1,23527

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

في هذا الجدول تم الاعتماد على احد الأدوات الإحصائية الوصفية (المعدل)، والتي كان لها دورا كبيرا في الوصول إلى تحليل وتقييم بعض النتائج التي توصلنا إليها من خلال إجابات المستقصى منهم ، كون كل محور من المحاور والمتعلق بـ (الاستقبال، السعر، الترويج،...) يتضمن عدة عبارات في شكل أسئلة سلالمة (ليكرت للموافقة،والرضا) ، يصعب تحليل كل منها على حدا فكان من الأصح أن تجمع في شكل متغير واحد ، وهذا ما وفره لنا برنامج SPSS19 .

راض بشدة	راض	محايد	غير راض	غير راض تماما
5	4	3	2	1

شكل 1-7



المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

من الشكل البياني أعلاه، نلاحظ أن أفراد العينة راضين جدا عن الطاقم الطبي الذي رافقهم طوال فترة إقامتهم أين بلغ معدل رضاهم **4.46** من **5** ، بعدها يليه طاقم الاستقبال بحيث قدرت درجة رضاهم عن كيفية الاستقبال وكذا تسهيل كل إجراءات الحجز والإقامة بـ **4.40** من **5** ، أما فيما يخص تقييم الأدلة المكانية من تجهيزات و تأثيث،.. فلقد لقت رضا من طرف السياح بمعدل **3.81** من **5**، في حين كان هناك رضا نسبي فيما يخص أسعار خدمات المركز بمعدل **3.13** إلا أن الانحرافات ما بين الحد الأدنى والحد الأقصى هي من تحلل تفاوت الإجابات، وما يلاحظ من الشكل البياني أعلاه فإن أغلب أفراد العينة غير راضيين عن الأنشطة الترويجية للمركز بمعدل **2.18** من **5** أين أدلوا بعدم استخدام المركز لإستراتيجية الترويج من أجل جلب أكبر عدد من الطلب، ومن جهة أخرى فهناك درجة من الرضا مقبولة من طرف أفراد العينة تجاه تقديم وتوزيع الخدمات بالمركز بمعدل إجابات **3.13** من **5** ، كما أن أفراد العينة راضين عموما على خدمات عمال المطعم وكذا نوعية أطباقه بمعدل **3.31** من **5**.

جدول 08: تقييم الرعاية الصحية

الرتبة	معدل المتوسط	المتوسط الحسابي المرجح	العينة المعنية	غير معني	معاملات الترجيح					نوع النشاط	المعالجة الرطبة
					5	4	3	2	1		
4	4,17	4,02	154	146	20	127	0	4	3	إعادة التأهيل البدني	
		4,12	208	92	35	168	0	4	1	التدليك بمياه البحر	
		4,21	205	95	48	155	0	1	1	دوش بالرش	
		4,34	75	225	25	50	0	0	0	حمام المعالجة الصحية	

3	4,21	الرادار	0	1	0	117	21	161	139	4,14
		الموجات فوق الصوتية	2	1	0	100	26	171	129	4,13
		الأشعة فوق البنفسجية	0	1	0	120	67	110	190	4,29
		التدليك بالددببات الكهربائية	0	1	0	49	28	222	78	4,34
		المعالجة بالضغط	0	1	0	31	7	261	39	4,13
1	4,42	التدليك الجاف	0	1	1	118	118	62	238	4,98
		تدليك الاسترخاء	0	1	0	57	13	229	71	4,16
		حمام	0	1	0	34	4	261	39	4,05
		الالتفاف بالشمع والطحالب	2	2	0	106	121	69	231	4,48
2	4,36	رياضة	7	3	0	120	76	94	206	4,24
		نوعية المسبح	0	5	0	155	105	35	265	4,36
		استرخاء بدني ونفسي	2	1	0	109	128	60	240	4,50

المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL

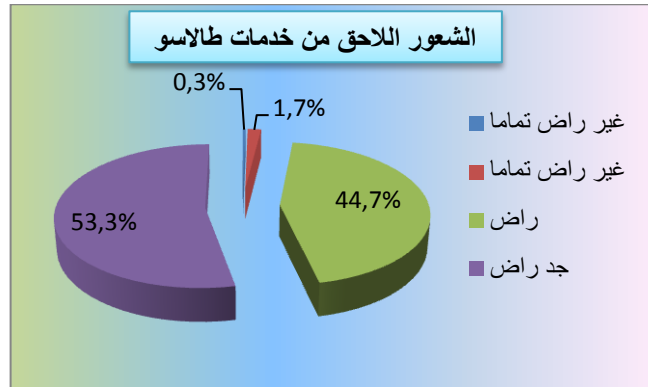
أغلب المنتجات والنشاطات العلاجية لمركز طالاسو على العموم لقت رضا جيد من طرف زبائنه (السياح طالبي العلاج)، بحيث أن مجال الرضا لا يقل عن 4.17 من 5 .

إلا أن ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أعلاه، فالمعالجة الجافة والعناية بالجسم والمتمثلة في (التدليك الجاف، تدليك الاسترخاء، حمام، الالتفاف بالشمع والطحالب) من أحرزت أكبر درجة رضا من طرف السياح طالبي العلاج بمعدل متوسط مرجح 4.42 من 5، في حين نشاطات عطلة نهاية الأسبوع (رياضة، نوعية المسبح، استرخاء بدني ونفسي) احتلت الرتبة الثانية من خلال درجة رضا السياح بـ 4.36 من 5 ، وبدورها المعالجة الكهربائية التي تشمل (الرادار، الموجات فوق الصوتية، الأشعة فوق البنفسجية، لتدليك بالددببات الكهربائية، المعالجة بالضغط) عرفت رضا جيد من طرف السياح بمعدل متوسط مرجح 4.21 من 5 ، في حين 4.17 من 5 هي درجة رضا السياح تجاه نشاطات الرعاية الرطبة التي تتضمن كل من (إعادة التأهيل البدني، التدليك بمياه البحر، دوش بالرش، حمام المعالجة الصحية).

جدول 09 : الانطباع الكلي حول خدمات المركز

شكل 9-1

	التكرار	النسبة
غير راض تماما	1	0,3%
غير راض تماما	5	1,7%
راض	134	44,7%
جد راض	160	53,3%
المجموع	300	100%



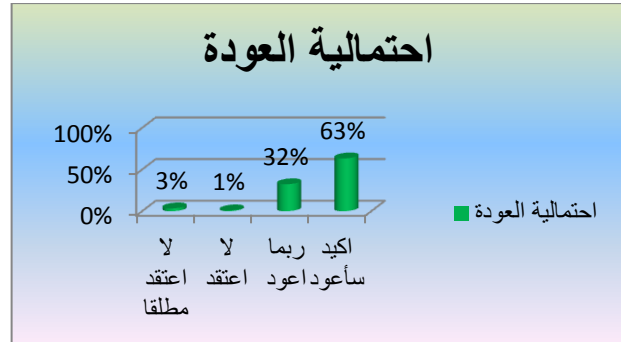
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19·EXCEL .

ما يمكن ملاحظته من الجدول أعلاه، اغلب أفراد العينة راضين على طول المدة التي أقاموا فيها بالمركز على العموم وعلى خدمات المركز بالخصوص وهذا ما بينته نسبة 98% (44,7% و 53,3%)، في حين 2% فقط من كانوا غير راضين على الخدمات التي استهلكوه خلال فترة إقامتهم .

جدول 10 : احتمالية العودة مرة أخرى

شكل 10-1

احتمالية العودة	التكرار	النسبة
لا اعتقد مطلقا	10	3%
لا اعتقد	3	1%
ربما أعود	97	32%
أكيد سأعود	190	63%
المجموع	300	100%



المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19·EXCEL .

نلاحظ من خلال الشكل البياني بأن 63% من أفراد العينة اجمعوا وأكدوا على عودتهم مرة أخرى ومرات أخرى إلى مركز طلاسو ، كما أن هناك نسبة لا يستهان بها والمقدرة بـ 32% أدلت بوجود إمكانية العودة في حالة توفر الإمكانيات.

جدول 11 : اقتراحات لتحسين جودة خدمات مركز طلاسو

	النظافة		التكوين		التجديد والتحديث	
	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)	التكرار	النسبة (%)
لا	83	27.7	57	19	22	7.3
نعم	217	72.3	243	81	278	92.7
المجموع	300	100	300	100	300	100

ما يمكن ملاحظته، أن أغلب أفراد العينة تشاركت في الرأي فيما يخص الاقتراحات لتحسين خدمات المركز مستقبلا ، ففيما يخص عملية التجديد والتحديث لمختلف وسائل وتجهيزات ومعدات المركز فهناك نسبة لا تقل عن 92.7%، والتي اعتبرت عنصر التجديد مهم جدا فيما يخص تحسين جودة خدمات المركز خاصة وان المركز يعرف تخطيطا لاعادة التهيئة، أما فيما يخص القيام بدورات التكوين لعمال المركز دوريا فهناك موافقة من طرف 81% من افراد العينة، في حين الاهتمام أكثر بعامل النظافة كونه أحد العوامل المؤثرة في صحة الانسان لقت تصويتنا من 72.3%.

جدول 12: الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
50,67%	152	ذكر
49,33%	148	أنثى
100%	300	المجموع

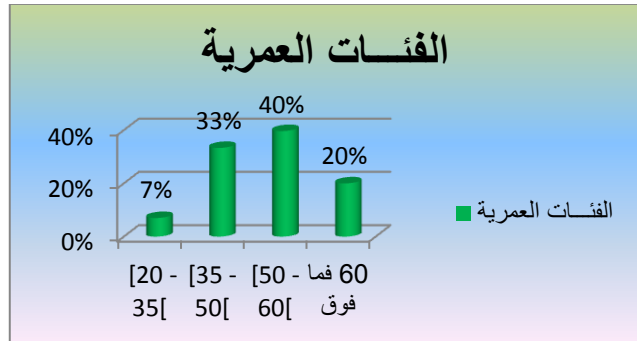
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL .

حاولنا عند توزيع قائمة الاستقصاء العمل على إيجاد توازن ما بين الجنسين من اجل تقادي التحيز في الإجابات، ولهذا ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ تقارب كبير في نسبتي كل من الجنسين أين يشكل عنصر الذكور 50,67%، والنسبة الباقية من الإناث.

جدول 13 : السن

شكل 1-13

النسبة	التكرار	الفئات العمرية (سنة)
7%	21	[20 - 35[
33%	100	[35 - 50[
40%	119	[50 - 60[
20%	60	فما فوق 60
100%	300	المجموع



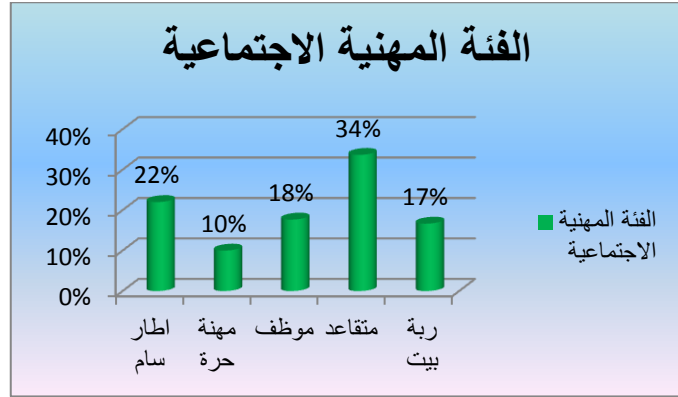
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19،EXCEL

60% من أفراد العينة سنهم يتراوح ما بين 50 سنة فما فوق ، وهذا بديهي كون المركز يعرض عدة منتجات وخدمات يلقي السياح المتقدمين في السن ضالتهم نظرا لتدهور حالتهم الصحية ، في حين 33% من أفراد العينة سنهم يتراوح ما بين 35 و 49 سنة ، 7% فقط سنهم يتراوح ما بين 20 و 34 سنة ،اغلب هذه الفئة ذوي الاحتياجات الخاصة ومنهم من جاء من اجل اعادة اللياقة البدنية.

جدول 14: الفئة المهنية

الفئة المهنية الاجتماعية	التكرار	النسبة
إطار سام	66	22%
مهنة حرة	30	10%
موظف	53	18%
متقاعد	101	34%
ربة بيت	50	17%
المجموع	300	100%

شكل 1-14



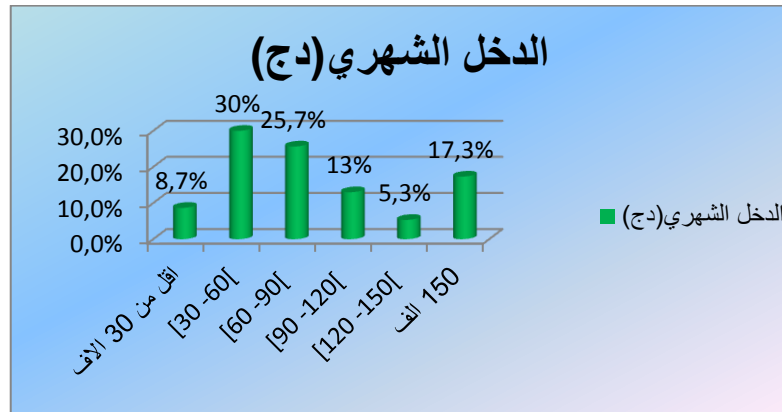
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19 و EXCEL.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن 34% من أفراد العينة متقاعدين، في حين 22% إطارات سامية و 18% من فئة الموظفين، كما أن 17% من العينة ربات بيوت، و 10% يداولون مهنا حرة.

جدول 15: الدخل

الدخل الشهري (دج)	التكرار	النسبة
أقل من 30 ألف	26	8,7%
[30 - 60[ألف	90	30%
[60 - 90[ألف	77	25,7%
[90 - 120[ألف	39	13%
[120 - 150[ألف	16	5,3%
150 ألف	52	17,3%
المجموع	300	100,0%

شكل 1-15
الشهري (دج)



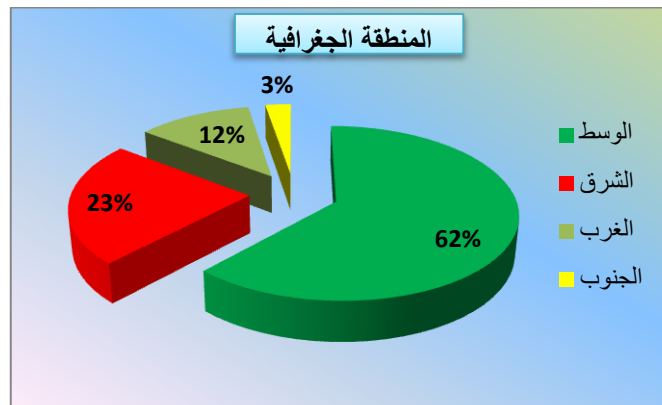
المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19 و EXCEL.

من الشكل البياني نلاحظ أن أغلب أفراد العينة ذوي دخول لا باس بها ، إذا ما همشنا نسبة 8,7% والتي تتقاضى أقل من 30 ألف دينار جزائري ، إذ ان 30% من افراد العينة دخلهم ما بين 30 و60 ألف دينار جزائري ، وأكثر من 25% تتقاضى دخلا يتراوح ما بين 60 و90 ألف دينار ، في حين هناك نسبة معتبرة من ذوي دخول أكثر من 150 ألف دينار والمقدرة بـ 17,3% ، كما ان أكثر من 18% تتقاضى دخلا ما بين 90 و120 ألف دينار .

جدول 16 : المنطقة الجغرافية

شكل 16-1

المنطقة الجغرافية	التكرار	النسبة
الوسط	186	62%
الشرق	70	23%
الغرب	36	12%
الجنوب	8	3%
المجموع	300	100%



المصدر: من انجاز الطالبة بالاعتماد على برنامجي SPSS19، EXCEL .

62% من أفراد العينة يقطنون بالمناطق الوسطى من الوطن الجزائري، في حين 23% يقطنون بالمناطق الشرقية، و 12% من الغرب الجزائري، في حين سكان الجنوب لا يمثلون سوى 3% .

2- التباين المزدوج

جدول 17: علاقة سعر الخدمات بالدخل الشهري

	الدخل الشهري (ألف دج)						المجموع	
	اقل من 30	[30 - 60[[60 - 90[[90 - 120[[120 - 150[150 فأكثر		
السعر	غير موافق	0	2	1	1	0	2	6
	محايد	0	0	1	0	0	0	1
	موافق	7	18	13	9	6	21	74
	موافق بشدة	19	70	62	29	10	29	219
	المجموع	26	90	77	39	16	52	300

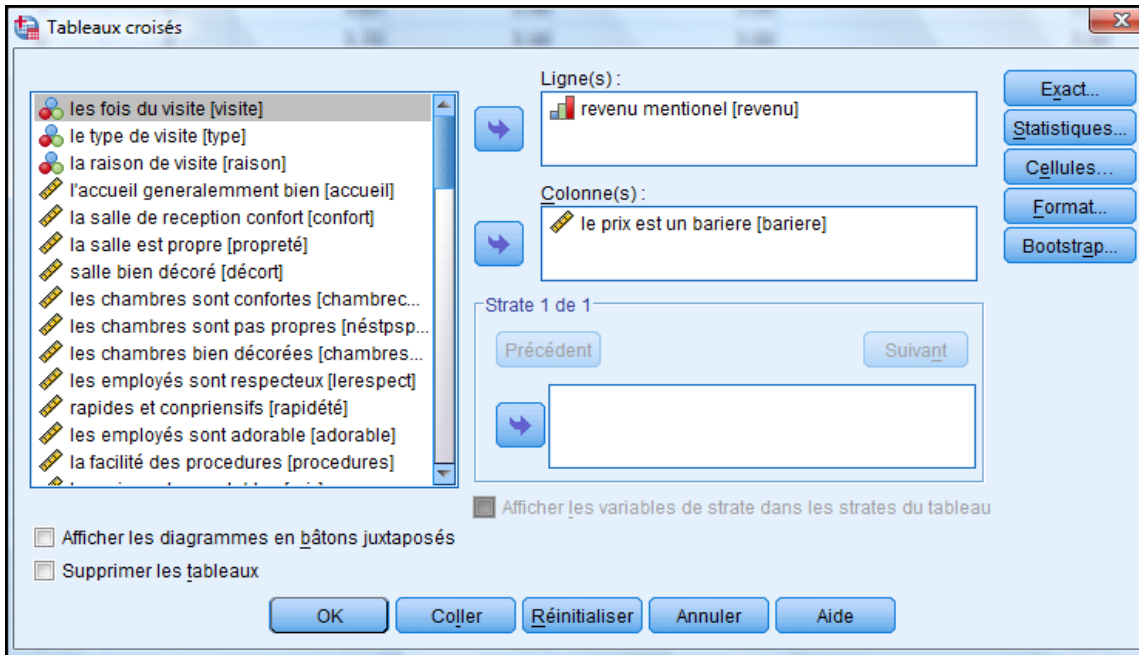
بالاعتماد على برنامج spss19 وأدواته الإحصائية الاستدلالية ، ونخص بالذكر اختبار كا² ، حاولنا البحث إذا ما وجدت علاقة ما بين المتغيرين ، أسعار خدمات طالاسو والدخل الشهري للسائح .بحيث :

H_0 : لا توجد علاقة تأثيرية بين السعر باعتباره كحاجز والدخل الشهري للسائح.

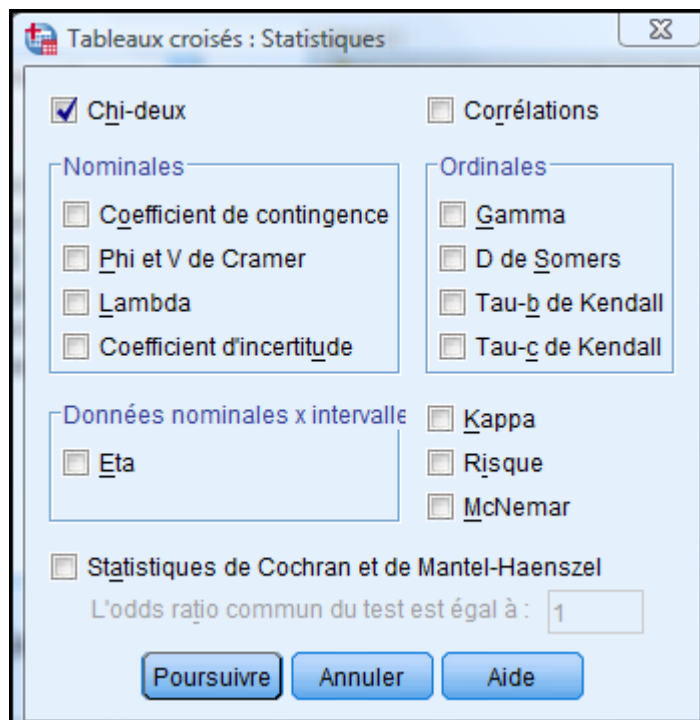
H_1 : هناك علاقة تأثيرية بين السعر باعتباره كحاجز والدخل الشهري للسائح.

بإتباع الخطوات التالية في برنامج spss19 :

من خلال اختيار القائمة **Analyse** ثم **Statistiques descriptives** ثم اختيار **Tableaux croisés**



بعدها نقوم بالضغط على زر **Statistiques** ونختار من القائمة اختبار χ^2 على النحو التالي:



وبعدها نضغط على زر **(Poursuivre)** مواصلة، ثم **OK**. نتحصل على الجدول الموالي :

اختبار كا²

	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	17,196	15	,307
Rapport de vraisemblance	17,162	15	,309
Association linéaire par linéaire	6,412	1	,011
Nombre d'observations valides	300		

من الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى الدلالة المستخرج قد كان **0,307** وهو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد **0.05** ، ولهذا فأنا سنقبل الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد علاقة تأثيرية في اعتبار السعر كحاجز و متغير الدخل، وما يؤكد هذا القرار بان قيمة كا² المحسوبة **17.196** هي اقل من قيمتها الجدولية عند درجة الحرية 15 ومستوى دلالة 5% والتي تقدر بـ 25 .

جدول 18: علاقة السعر بنوع السياح (وسيلة الحجز)

		يشكل السعر حاجزا					المجموع
		غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
نوع السياح	الضمان الاجتماعي	0	0	0	21	140	161
	الاتفاقيات	0	2	1	41	47	91
	أحرار	0	0	0	6	7	13
	إعادة التأهيل واللياقة البدنية	0	4	0	6	25	35
المجموع		0	6	1	74	219	300

بنفس الطريقة التي سبقت يتم تطبيق اختبار استقلالية أو عدم استقلالية متغيري السعر ونوع وسيلة الحجز، بحيث:

H₀: لا توجد علاقة بين اعتبار السعر كحاجز ونوع السياح.

H₁: هناك علاقة تأثيرية بين السعر ونوع السياح .

اختبار كا²

	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	59,386	9	,000
Rapport de vraisemblance	53,610	9	,000
Association linéaire par linéaire	20,497	1	,000
Nombre d'observations valides	300		

بالاعتماد على مستخرجات برنامج SPSS19 فيما يخص اختبار كا² ، نلاحظ أن مستوى الدلالة المستخرج قد كان 0, 0 وهو اصغر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05 ، أي قبول الفرضية البديلة القائلة انه توجد علاقة تأثيرية بين اعتبار السعر كحاجز ونوع وسيلة الحجز ، وهذا ما تؤكد قيمة كا² المحسوبة 59,386 وهي اكبر من قيمة كا² الجدولية عند درجة حرية 9 ومستوى دلالة 5% والتي تقدر بـ 16.92.

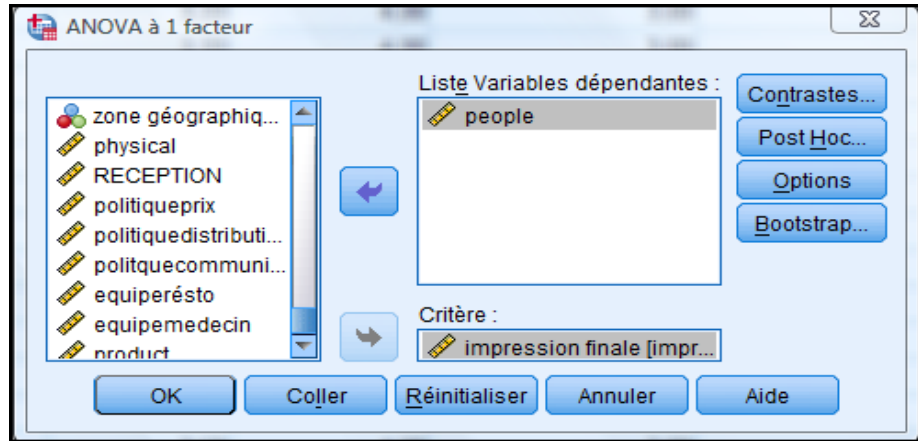
جدول 19: علاقة رضا السياح تجاه خدمات العنصر البشري بالتقييم النهائي لخدمات المركز

لاختبار الفرضية الخاصة بعلاقة تقييم رضا السياح بالشعور النهائي لخدمات المركز بحيث:

H₀: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مواقف السياح لخدمات العنصر البشري والتقييم النهائي لخدمات المركز ككل.

H₁: توجد فروق ذات دلالة احصائية في مواقف السياح لخدمات العنصر البشري والتقييم النهائي لخدمات المركز ككل.

ثم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الاحادي وذلك من خلال اختيار القائمة **Analyse** ثم **Comparer les moyennes** ثم الضغط على **ANOVA à 1 facteur** وإتباع باقي الخطوات المعروفة في هذا الاختبار كما يلي:



و بعد ادخال المتغير People (العنصر البشري) داخل المستطيل Liste Variables dépendantes وإدخال المتغير Impression finale الشعور النهائي داخل المستطيل الصغير Critère. نقوم بالضغط على زر Options ونؤشر على المربع الصغير Statistiques : Caractéristiques ثم نضغط poursuivre ثم OK فيظهر الجدول التالي:

ANOVA

People					
	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	F	Signification
Inter-groupes	9,796	4	2,449	12,549	,000
Intra-groupes	57,573	295	,195		
Total	67,369	299			

ما يلاحظ من الجدول اعلاه ، ان قيمة فيشر F المحسوبة 12,549 هي اكبر بكثير من قيمة F الجدولية عند درجة حرية 4 ومستوى دلالة 0.05 وبالتالي سنقبل الفرضية البديلة القائلة بأنه هناك فروق ذات دلالة احصائية بين تقييم السياح لخدمات العنصر البشري وشعورهم النهائي (الانطباع) نحو خدمات المركز. وما يؤكد هذا القرار ان مستوى الدلالة المستخرج قد كان 0 وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05.

جدول 20: علاقة الأدلة المكانية بالشعور النهائي للسائح تجاه خدمات طلاسو

	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	140,094	72	,000
Rapport de vraisemblance	86,249	72	,121
Association linéaire par linéaire	5,353	1	,021
Nombre d'observations valides	300		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS19

من خلال هذا الجدول تم اختبار الفرضية التالية:

H_0 : لا توجد علاقة تأثيرية بين الادلة المكانية والانطباع النهائي للسائح حول خدمات مركز طالاسو.
 H_1 : هناك علاقة تأثيرية بين الادلة المكانية والانطباع النهائي للسائح حول خدمات مركز طالاسو.
 بإتباع الخطوات ذاتها السالفة الذكر يتم الحصول على الجدول أعلاه والذي يبرز لنا وجود علاقة تأثيرية بين الادلة المكانية والانطباع النهائي لخدمات المركز اي رفض الفرضية البدائية بحكم مستوى الدلالة المتحصل عليه وهو **0** أصغر من مستوى الدلالة المعتمد **0.05**.

جدول 21: علاقة الأنشطة الترويجية بعدد مرات تكرار زيارة المركز

Tests du Khi-deux

	Valeur	Ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	20,078 ^a	8	,010
Rapport de vraisemblance	21,098	8	,007
Association linéaire par linéaire	,099	1	,753
Nombre d'observations valides	300		

a. 3 cellules (20,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,22.

ما يمكن ان نلاحظه أو نقرؤه من الجدول، قيمة كاي² المحسوبة **20.078** اكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى الدلالة المعتمد **0.05** ودرجة حرية **8**، وهذا ما سيبرر لنا قرار قبول الفرضية البديلة التي نقول بوجود علاقة تأثيرية بين رضا السائح عن الانشطة الترويجية للمركز وتكرار زيارته له. وما يؤكد هذا القرار هو ان مستوى الدلالة المحصل عليه **0** أصغر من مستوى الدلالة المعتمد.

بعد تحليل نتائج الاستبيان وكذا المقابلات التي قمنا بها مع مسؤولي المركز وأطبائه وكذا بعض السياح ، نستطيع التوصل إلى بعض النتائج التالية :

- ما يقارب نصف العينة المستقصاة (**47%**) وجودها بالمركز للمرة الثالثة أو أكثر وهذا ما يدل على موقفها الايجابي تجاه خدمات المركز.
- أغلب أفراد العينة موجودين بالمركز بحكم الاتفاقيات والعقود المبرمة ما بين مركز طالاسو وبعض المنظمات العمومية والخاصة وهذا بنسبة (**84%**) ، وهذا ما يؤكد فعالية الاتفاقيات في تنشيط الطلب السياحي البيئي العلاجي .
- (**85%**) من افراد العينة تواجدهم بالمركز لغرض الرعاية الصحية والعلاج و هذا شيء بديهي .

- أغلب أفراد العينة أدلت بأن الكلمة المنقولة من الفم أهم وسيلة تعرفهم وقبول مجيئهم للمركز بنسبة (95.67%) .
- فيما يخص رضا السائح طالب العلاج عن خدمات المركز الاستقبال التأثيث النظافة، العمال، المطعم..)، هناك رضا متفاوت من فئة لأخرى (مرتبط بغرض الزيارة)، وهو ما أدلت به المقابلات الشخصية مع السياح، كون السياح القادمين لغرض العلاج لا تهمهم بدرجة كبيرة تلك الخدمات المرافقة والتكميلية فالرعاية الصحية شغلهم الشاغل، إلا ان البعض منهم أكدوا بإمكانية تقييم كل عنصر ومدى تأثيره على خدمات المركز ككل في حالة ما إذا كان المركز ينشط في محيط تسوده المنافسة.
- فيما يخص تقييم أنشطة الرعاية الصحية وإعادة التأهيل، فليست كل افراد العينة معنية أو مستهلكة لكل أنشطة المركز، فالحالة الصحية هي التي تحدد للسائح نوع الرعاية التي هو بحاجة لها، إلا أن ما تم التوصل إليه أن أغلب الأنشطة العلاجية للمركز تعرف رضا جيد من طرف السياح وبالخصوص تلك المتعلقة بالرعاية الجافة والعناية بالجسم بمعدل 4.42 من 5 (نتائج جدول 8).
- 98% من افراد العينة راضين عن مدتهم اقامتهم بالمركز، أين 97% منهم أكدوا نصح اقاربهم بزيارة المركز.
- 63% من العينة المستقصاة، أدلت بتأكيد عودتها مرة أخرى للمركز.
- بالرغم من تفاوت دخول السياح ، إلا أن نظرتهم للأسعار متقاربة ، بمعنى السائح الذي يتقاضى أكثر من 150 ألف دينار مثله مثل السائح الذي يتقاضى اقل من 30 ألف دينار فيما يخص اعتبار اسعار طالاسو تيرابي كحاجز امام كل فرد له نية زيارته.
- تربط مركز طالاسو وبعض المنظمات عقودا، يستطيع السائح من خلال ما تقتضيه بنود تلك العقود الاستفادة من خدمات المركز خاصة فيما يخص التكفل بنسبة كبيرة من مصاريف الإقامة والعلاج ، بالرغم من هذا فإن كل السياح وبتنوع وسيلة حجزهم (اتفاقية، اعادة التأهيل) أكدوا حساسيتهم لاسعار طالاسو مثلهم مثل السياح الاحرار الذين يتحملون كل مصاريف الإقامة والعلاج. كما أن اغلبية السياح القادمين عن طريق الاتفاقيات أكدوا عزوفهم على المجيئ لولا تلك الاتفاقيات ،مع الاشارة الدائمة والمتكررة منهم مقارنة اسعار وخدمات مركز طالاسو تيرابي باسعار وخدمات طالاسو تيرابي بالجارا تونس.
- من خلال قراءة نتائج تحليل التباين الاحادي ANOVA –One Way الذي أظهر وجود فروقات ذات دلالة معنوية بين رضا السائح من عدمه لخدمات العنصر البشري لمركز طالاسو وعلاقته بالانطباع النهائي حول مدة الإقامة ككل، بمعنى رضا السائح عن خدمات العنصر البشري له صلة كبيرة بالتقييم النهائي لخدمات المركز.
- فيما يخص علاقة الادلة المكانية بتقييم السائح لمدة اقامته بالمركز ، تؤكد أنه هناك علاقة تأثيرية واضحة بين جودة ونوعية وموقع الهياكل والتجهيزات المستعملة بالمركز والانطباع النهائي حول خدمات المركز.
- بالرغم من ان الكلمة المنقولة من الفم هي اهم وسيلة الترويج لمركز طالاسو، إلا أنه هناك علاقة تأثيرية بين احتمالية تبني المركز لاستراتيجية ترويجية خاصة به وتكرار عملية الزيارة .

خلاصة الفصل:

بعد تطرقنا في الجانب النظري من بحثنا هذا إلى مختلف المفاهيم المرتبطة بالتسويق السياحي البيئي والعلاجي، وكذا عرض سلوك السياح تجاه الخدمات السياحية على العموم والبيئية العلاجية على الخصوص كونها لب موضوعنا، ارتأينا تسليط الضوء على مكانة هذا النوع من السياحة بالجزائر في ظل الامكانيات الطبيعية التي تزخر بها بلادنا من منابع حموية ومعدينية في هذا المجال، فحاولنا تجسيد هذه الدراسة النظرية على ارض الواقع باخذ مركز المعالجة بمياه البحر طالاسو تيرابي كنموذج حي من اجل استكشاف وتقييم خدماته من طرف السائح طالب العلاج، ولفك غموض اشكالية بحثنا هذا تم الاستناد إلى دراستين متكاملتين: الاولى نوعية وتمثلت في مقابلتين شخصيتين معمقتين مع مسؤولين وطبيين في نفس الوقت بالمركز عن طريق تقديم دليل المقابلة وتم تسجيل الاجابات والنقاشات على جهاز كميرا من أجل الرجوع إلى تفسير الاجابات متى اردنا ذلك، اما الدراسة الثانية فجاءت مكاملة للاولى عن طريق توزيع قائمة استقصاء على عينة عشوائية طبقية من مجتمع الدراسة على مستوى المركز، رغبة منا جمع مختلف الاراء والمواقف وكذا الانطباعات من شأنها تقربنا للاجابة على الاشكالية المطروحة، باتباع المنهج الوصفي والتحليلي للبيانات المتحصل عليها واستخدام بعض المؤشرات الاحصائية الوصفية منها والتحليلية والتي ساهمت في توضيح المسار الذي سلكته فرضيات البحث من حيث النفي أو الاثبات.