

جامعة الجزائر -03-

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية

قسم : العلوم الاقتصادية

التخصص : نقود ومالية

الموضوع:

السياحة في الجزائر
الإمكانات والمعوقات (2000-2025)
في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة
للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية.

إشراف الأستاذ:

أ.د: باشي احمد

إعداد الطالب:

عوينان عبد القادر

أمام اللجنة :

رئيسا

أستاذ التعليم العالي

بلالطة مبارك

مقررا

أستاذ التعليم العالي

باشي احمد

عضوا

أستاذ التعليم العالي

هواري معراج

عضوا

أستاذ محاضر

كواش خالد

عضوا

أستاذ محاضر

جليد نورالدين

عضوا

أستاذ محاضر

زايد مراد

السنة الجامعية: 2012-2013

الإهداء

- إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما .
- إلى زوجتي شريكة حياتي .
- إلى كل الإخوة والأخوات.
- إلى كل من ساعدني على إتمام هذا العمل العلمي .

أهدي هذا العمل

تشكر

بعون الله تم إتمام هذا العمل العلمي ، فله الحمد والشكر

على نعمة العلم ، وعلى توفيقنا على إتمام هذا العمل العلمي.

كما أشكر:

- الأستاذ الدكتور أحمد باشي على قبوله الإشراف على هذا

العمل ، وعلى توجيهاته وملاحظاته القيمة.

- كما أشكر القائمين على مديرية السياحة لولاية البويرة ،

على مساعدتنا في انجاز هذا العمل ، وذلك بتدعيمنا بمختلف

المراجع المتوفرة لديهم .

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	الإهداء
	تشكرات
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ	مقدمة عامة
01	الباب الأول: موقع السياحة الجزائرية من السياحة الدولية
02	الفصل الأول: مدخل عام للسياحة و مختلف آثارها
03	تمهيد.....
04	المبحث الأول: مفاهيم سياحية.....
04	المطلب الأول: مراحل تطور السياحة.....
04	أولاً: مرحلة الحضارات القديمة.....
05	ثانياً: مرحلة العصور الوسطى.....
06	ثالثاً: السياحة في العصر الحديث
06	رابعاً: المرحلة المعاصرة.....
07	المطلب الثاني: التعاريف و المصطلحات الخاصة بالسياحة.....
07	أولاً: تعاريف السياحة
11	ثانياً: بعض المصطلحات السياحية
13	المطلب الثالث: التخطيط السياحي وآليات السوق السياحية.....
13	أولاً:التخطيط السياحي.....
15	ثانياً: السوق السياحي.....
19	المبحث الثاني: أساسيات حول السياحة
19	المطلب الأول: أنواع السياحة.....

19	أولاً: السياحة حسب المنطقة الجغرافية.....
21	ثانياً: السياحة حسب الهدف.....
25	المطلب الثاني: الأهمية المختلفة للسياحة.....
25	أولاً: الأهمية الاقتصادية.....
27	ثانياً: الأهمية الاجتماعية.....
27	ثالثاً: الأهمية السياسية.....
28	رابعاً: الأهمية البيئية.....
28	خامساً: الأهمية الثقافية.....
29	المطلب الثالث: السياحة المقومات، الخصائص والنتائج.....
29	أولاً: مقومات السياحة.....
31	ثانياً: خصائص السياحة وشروطها.....
32	ثالثاً: نتائج السياحة والمشاكل التي تواجهها.....
35	المبحث الثالث: التسويق السياحي
35	المطلب الأول: مفهوم التسويق السياحي.....
35	أولاً: تعريف التسويق السياحي وأهدافه.....
37	ثانياً: أهمية التسويق السياحي ووظائفه.....
37	ثالثاً: الخصائص التسويقية للسياحة والبيئة العامة لها.....
38	المطلب الثاني: المزيج والترويج التسويقي السياحي.....
38	أولاً: المزيج التسويقي السياحي.....
41	ثانياً: الترويج السياحي.....
43	المطلب الثالث: التسويق السياحي الإلكتروني.....
43	أولاً: تعريف السياحة الإلكترونية وأسباب ظهورها.....
44	ثانياً: أهمية ومتطلبات السياحة الإلكترونية.....
45	ثالثاً: تعريف التسويق السياحي الإلكتروني وميزاته.....
46	رابعاً: أهداف التسويق السياحي الإلكتروني وعناصره.....

47	المبحث الرابع: واقع السياحة الدولية.....
47	المطلب الأول: تطور عدد السياح على المستوى الدولي
47	أولاً: نمو عدد السياح دولياً
50	ثانياً: تطور عدد السياح للدول الأكثر زيارة في العالم
51	المطلب الثاني: تطور الإنفاق السياحي الدولي
51	أولاً: الإنفاق السياحي الفردي للفترة(2020/1950)
52	ثانياً: الإنفاق السياحي الكلي للفترة(2020/1950).....
54	المطلب الثالث: تطور عوائد السياحة الدولية
54	أولاً: تطور الإيرادات السياحية الدولية لسنتي (2010/2009).....
56	ثانياً: تطور عوائد السياحة الدولية للفترة(2006/1990).....
57	المبحث الخامس: توزيع السياحة الدولية و أهميتها في قضايا التنمية
57	المطلب الأول:تركز و تموقع حركة السياحة الدولية.....
57	أولاً: التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية
60	ثانياً: توزيع عدد السياح آفاق 2030
61	المطلب الثاني: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية
61	أولاً: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2000
62	ثانياً: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2008.....
63	المطلب الثالث: دور السياحة في قضايا التنمية.....
63	أولاً: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.....
65	ثانياً : مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات
66	ثالثاً: مساهمة السياحة في التوظيف.....
67	رابعاً: العوامل التي ساعدت على تطور السياحة الدولية.....
68	خلاصة.....
69	الفصل الثاني : واقع السياحة الجزائرية ومقارنته مع بعض التجارب السياحية العربية الناجحة(مصر، تونس والمغرب)

70	تمهيد.....
71	المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر.....
71	المطلب الأول: واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال.....
71	أولا: السياحة الجزائرية قبل صدور ميثاق السياحة سنة 1966.....
72	ثانيا: السياحة في الجزائر بعد صدور ميثاق السياحة سنة 1966.....
73	ثالثا: واقع السياحة الجزائرية من خلال المخططات التنموية.....
74	المطلب الثاني: إستراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر.....
74	أولا: الخوصصة، تعريفها، أسبابها وأهدافها.....
75	ثانيا: مراحل الخوصصة وتقنياتها.....
77	ثالثا: بعض تجارب الخوصصة السياحية في الجزائر.....
78	المطلب الثالث: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.....
78	أولا: أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر ومحدداته.....
80	ثانيا: الإطار التشريعي للاستثمار السياحي.....
81	ثالثا: تحفيزات وتدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي.....
84	المبحث الثاني: مؤشرات السياحة الجزائرية ومكانتها من السياحة الدولية
84	المطلب الأول: نصيب السياحة الجزائرية من التدفق السياحي الدولي.....
84	أولا: تطور عدد السياح في الجزائر.....
87	المطلب الثاني: مساهمة السياحة الجزائرية في قضايا التنمية الاقتصادية.....
87	أولا: نصيب السياحة الجزائرية من إيرادات السياحة الدولية.....
88	ثانيا: مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر.....
90	ثالثا: مساهمة السياحة الجزائرية في ميزان المدفوعات.....
91	رابعا: مساهمة السياحة الجزائرية في التشغيل.....
93	المبحث الثالث: التجربة السياحية لمصر.....
93	المطلب الأول: مقومات السياحة المصرية.....
93	أولا: المقومات الطبيعية.....

94	ثانيا: المقومات التاريخية للسياحة المصرية
94	ثالثا: تطور طاقة الإيواء
96	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المصرية.....
96	أولا: تدفق عدد السياح
97	ثانيا: تطور عدد الأسرة لمصر.....
99	المطلب الثالث: دور السياحة المصرية في قضايا التنمية.
99	أولا: الإيرادات السياحية لمصر.....
102	ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.....
104	ثالثا: مساهمة السياحة في التشغيل.
106	المبحث الرابع: التجربة السياحية لتونس.....
106	المطلب الأول: مقومات السياحة التونسية.....
106	أولا: المقومات الطبيعية
107	ثانيا: المقومات التاريخية و الأثرية.....
108	ثالثا: المقومات السياحية المادية
109	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة التونسية
110	أولا: تدفق عدد السياح.....
112	ثانيا: تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة
113	المطلب الثالث: دور السياحة التونسية في قضايا التنمية
113	أولا: الإيرادات السياحية لتونس.....
115	ثانيا: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي.....
117	ثالثا: مساهمة السياحة التونسية في التشغيل
119	المبحث الخامس: التجربة السياحية للمغرب
119	المطلب الأول: مقومات السياحة المغربية
119	أولا: المقومات الطبيعية
120	ثانيا: المقومات الحضارية و التاريخية

121	المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المغربية
121	أولاً: تطور عدد السياح الوافدين للمغرب
123	ثانياً: تطور عدد الأسرة للمغرب.
124	المطلب الثالث : دور السياحة المغربية في قضايا التنمية.....
124	أولاً:تطور الإيرادات السياحية للمغرب.....
126	ثانياً: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي.....
127	ثالثاً: مساهمة السياحة المغربية في التشغيل.....
129	المبحث السادس: مقارنة السياحة الجزائرية مع الدول السياحية المدروسة ...
129	المطلب الأول: المقارنة من حيث الترتيب العالمي للمنظمات و الهيئات السياحية..
131	المطلب الثاني: المقارنة من حيث المؤشرات السياحية
131	أولاً: المقارنة من حيث عدد السياح الوافدين.....
132	ثانياً:تطور عدد الأسرة لدول المقارنة.....
134	المطلب الثالث: المقارنة من حيث مساهمة السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية... ..
134	أولاً: تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة
135	ثانياً: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي
137	خلاصة.....
138	الباب الثاني: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية من خلال الإمكانيات والمعوقات
139	الفصل الأول : الإمكانيات السياحية في الجزائر
140	تمهيد.....
141	المبحث الأول: المقومات الطبيعية للسياحة الجزائرية.....
141	المطلب الأول: المعطيات الجغرافية.....
141	أولاً: الموقع الجغرافي.....
142	ثانياً: المناخ.....

142	ثالثا: التضاريس.....
143	رابعا: الحمامات المعدنية
146	المطلب الثاني:أنواع السياحة في الجزائر
147	أولا: السياحة الساحلية
147	ثانيا: السياحة الجبلية
148	ثالثا: السياحة الصحراوية.....
150	المبحث الثاني:المقومات التاريخية و الصناعة التقليدية
150	المطلب الأول: المقومات التاريخية.....
153	المطلب الثاني: مقومات الصناعة التقليدية.....
153	أولا: تنظيم الصناعة التقليدية في الجزائر.....
154	ثانيا: النشاطات الحرفية التقليدية في الجزائر.....
156	المطلب الثالث: عرض لواقع الصناعة التقليدية للجزائر للفترة(2011/2008).....
156	أولا: تطور أنشطة الصناعة التقليدية للفترة (2011/2008).....
159	ثانيا: تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية للفترة(2011/2008).....
162	المبحث الثالث: المقومات الفندقية للسياحة الجزائرية
162	المطلب الأول:تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية
162	أولا: تطور عدد الأسرة للفترة(2009/1990).....
164	ثانيا: تصنيف عدد الأسرة للفترة(1998/1990).....
166	المطلب الثاني: تطور توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية.....
166	أولا: توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة(1998/1990).....
170	ثانيا: توزيع الفنادق المصنفة خلال الفترة(2002/1990).....
172	المبحث الرابع: الليالي السياحية حسب الطبيعة القانونية للمؤسسات الفندقية.
172	المطلب الأول:الليالي السياحية للمقيمين
172	أولا: تطور الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين.....
174	ثانيا: الليالي السياحية للمقيمين الأجانب.....

176	المطلب الثاني: الليالي السياحية لغير المقيمين.....
176	أولاً: تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين.....
178	ثانياً: تطور إجمالي الليالي السياحية للفترة (2009/2000).....
179	المطلب الثالث: تطور طاقة الاستيعاب حسب الإطار القانوني.....
179	أولاً: طاقة الاستيعاب للقطاع العمومي.....
180	ثانياً: طاقة الاستيعاب للقطاع الخاص.....
181	ثالثاً: طاقة الاستيعاب للجماعات المحلية.....
182	رابعاً: تطور طاقة الإيواء حسب الشكل القانوني.....
184	المبحث الخامس: آليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية للجزائر.....
184	المطلب الأول: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية.....
184	أولاً: التعريف و النشأة.....
184	ثانياً: تنظيم وزارة السياحة و الصناعات التقليدية.....
187	المطلب الثاني: الديوان الوطني للسياحة (ONT).....
187	أولاً: التعريف و النشأة.....
188	ثانياً: المهام المختلفة للديوان الوطني للسياحة.....
190	ثالثاً: أهداف الديوان الوطني للسياحة.....
191	المطلب الثالث: آليات أخرى لتنفيذ الإستراتيجية السياحية للجزائر.....
191	أولاً: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ANDT).....
192	ثانياً: المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET).....
193	ثالثاً: مديريات السياحة.....
196	المبحث السادس : الأعران المتعاملين في السوق السياحي الجزائري.....
196	المطلب الأول: الديوان الوطني الجزائري للسياحة و النادي السياحي الجزائري.....
196	أولاً: الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT).....
197	ثانياً: النادي السياحي الجزائري (TCA).....
198	المطلب الثاني: وكالات السياحة و الأسفار و الجمعيات السياحية.....

198	أولاً: وكالات السياحة والأسفار.....
200	ثانياً: الجمعيات السياحية.....
201	المطلب الثالث: مؤسسات التكوين السياحي.....
201	أولاً: معهد بوسعادة
201	ثانياً: معهد تيزي وزو.....
202	ثالثاً: المدرسة الوطنية العليا للسياحة.....
205	خلاصة.....
206	الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية
207	تمهيد.....
208	المبحث الأول: الخيارات الإستراتيجية كأحد أهم معوقات قطاع السياحة الجزائري.....
208	المطلب الأول: مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي (69/67).....
210	المطلب الثاني: مكانة قطاع السياحة ضمن المخططين الرباعين الأول و الثاني ...
210	أولاً: المخطط الرباعي الأول(73/70).....
212	ثانياً: مكانة قطاع السياحة في المخطط الرباعي الثاني(77/74).....
213	المطلب الثالث: مكانة قطاع السياحة ضمن المخططين الخماسيين الأول و الثاني..
214	أولاً: المخطط الخماسي الأول
216	ثانياً: مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني(1989/1985).....
218	المبحث الثاني: معوقات الاستثمار السياحي
218	المطلب الأول: عائق العقار السياحي.....
218	أولاً: أنواع العقار وخصائصه.....
219	ثانياً: إشكالية العقار السياحي
221	المطلب الثاني: العوائق الإدارية والقانونية للاستثمار السياحي
221	أولاً: كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية.....

222	ثانيا: الفساد الإداري وغياب الشفافية.....
222	ثالثا: تدهور الاستقرار السياسي.....
223	رابعا: غياب التكتلات السياحية الدولية والعربية.....
225	المطلب الثالث: العوائق الاقتصادية للاستثمار السياحي.....
226	أولا: إشكالية تمويل الاستثمار السياحي.....
228	ثانيا: ضعف الحوافز الموجهة أساسا للاستثمارات السياحية.....
229	المبحث الثالث: ضعف الثقافة السياحية وتراكم المشاكل البيئية.....
229	المطلب الأول: غياب الثقافة السياحية.....
229	أولا: الثقافة السياحية والمؤسسات القائمة عليها.....
230	ثانيا: أسباب تراجع الثقافة السياحية في الجزائر.....
232	المطلب الثاني: مظاهر تلوث البيئة السياحية في الجزائر.....
232	أولا: التلوث الحضري.....
234	ثانيا: التلوث الصناعي.....
236	ثالثا: الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر.....
237	المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن التلوث البيئي في الجزائر.....
237	أولا: الآثار الناجمة عن النفايات.....
238	ثانيا: آثار التلوث الصناعي.....
239	ثالثا: الآثار الاجتماعية والصحية.....
241	المبحث الرابع: تدهور الوضع الأمني وتراجع السياحة الجزائرية.....
241	المطلب الأول: ضعف السياحة الجزائرية لغياب الأمن السياحي.....
241	أولا: أهمية الأمن السياحي في تنشيط الحركة السياحية.....
245	المطلب الثاني: ضعف السياحة الجزائرية نظرا لتغيير الوجهة السياحية.....
246	أولا: نقص في السياحة الوطنية واتجاه الجزائريين أكثر إلى الخارج.....
248	ثانيا: نقائص مرتبطة بنوعية المنتجات المقدمة.....
249	ثالثا: نقائص مرتبطة بنوعية الخدمات.....

250	المبحث الخامس: معوقات أخرى أثرت سلبا على السياحة الجزائرية.....
250	المطلب الأول: ضعف دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال (TIC).....
253	المطلب الثاني: معوقات أداء الجماعات المحلية للنهوض بالسياحة الجزائرية.....
253	أولا: عراقيل ضعف الجماعات المحلية بالنهوض بالسياحة المحلية.....
254	ثانيا: متطلبات النهوض بالسياحة المحلية.....
256	المطلب الثالث: ضعف الصناعة التقليدية وتداخل الاختصاصات بين الهيئات.....
256	أولا: مشاكل ومعوقات الصناعة التقليدية في الجزائر.....
258	ثانيا: تضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارات.....
261	خلاصة.....
262	الباب الثالث: بناء إستراتيجية كفيلة لتطوير السياحة الجزائرية للفترة (2000-2025) 2025) في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025)
263	الفصل الأول : محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025
264	تمهيد.....
264	المبحث الأول: مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر.....
265	المطلب الأول: التنمية المستدامة.....
265	أولا: تطور مفهوم التنمية المستدامة.....
266	ثانيا: تعريف التنمية المستدامة ومبادئها.....
267	ثالثا: مؤشرات التنمية المستدامة.....
268	المطلب الثاني: أساسيات حول التنمية المستدامة.....
269	أولا: تحديات التنمية المستدامة.....
270	ثانيا: معوقات التنمية المستدامة.....
271	ثالثا: جهود الجزائر في مجال التنمية المستدامة.....
272	المطلب الثالث: التنمية السياحية المستدامة.....
272	أولا: التنمية السياحية.....

273	ثانيا: التنمية السياحية المستدامة
274	المطلب الرابع: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر
275	أولا: قانون التنمية المستدامة للسياحة الجزائرية
279	ثانيا: مبادئ التنمية السياحية المستدامة في الجزائر و دور الدولة فيها
281	المبحث الثاني : تقديم مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT2025).....
281	المطلب الأول: مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT.....
281	أولا: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.....
282	ثانيا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية
284	المطلب الثاني: مكانة و موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.....
284	أولا: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.....
286	ثانيا:موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.....
288	المطلب الثالث:أهداف و مراحل إعداد SDAT 2025.....
288	أولا: أبعاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.....
290	ثانيا: مراحل إعداد SDAT2025
291	المطلب الرابع: الرهانات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.....
291	أولا: الرهانات التي تواجه السياحة الجزائرية.....
293	ثانيا: تحديات السياحة الجزائرية.....
296	المبحث الثالث :مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية
296	المطلب الأول: الأهداف المادية للمرحلة 2013/2008.....
296	أولا: تطور طاقة الإيواء مطلع 2013.....
298	ثانيا: تطور عدد السياح للمرحلة (2013/2008).....
299	ثالثا: تطور المداخيل بالعملة الصعبة آفاق 2013.....
301	المطلب الثاني:الأهداف النقدية للمرحلة 2015/2008.....
301	أولا: خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة

302	المطلب الثالث: المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2015/2008.....
302	أولا: القرى السياحية للامتياز للفترة (2015/2008).....
304	ثانيا: الأقطاب السياحية للامتياز للفترة (2015/2008).....
306	خلاصة.....
307	الفصل الثاني : تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025
308	تمهيد.....
309	المبحث الأول: تسمين وجهة الجزائر.....
309	المطلب الأول: إستراتيجية مخطط وجهة الجزائر.....
309	أولا: محاور مخطط وجهة الجزائر.....
310	ثانيا: أهداف مخطط وجهة الجزائر.....
311	ثالثا: شروط نجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر.....
312	المطلب الثاني: مخطط الوجهة والتسويق.....
313	أولا: مخطط الوجهة.....
315	ثانيا: مخطط تسويق وجهة الجزائر.....
316	المطلب الثالث: الأرضية المتقدمة لمخطط وجهة الجزائر " دار الجزائر".....
316	أولا: مهام دار الجزائر على المستوى المحلي.....
317	ثانيا: مهام دار الجزائر على المستوى الدولي.....
318	ثالثا: نظام الرصد السياحي.....
318	رابعا: مهام و أهداف نظام الرصد.....
320	المبحث الثاني: إطلاق أقطاب الامتياز السياحية.....
320	المطلب الأول: الأقطاب السياحية للشمال.....
320	أولا: القطب السياحي للامتياز شمال شرق.....
322	ثانيا: القطب السياحي للامتياز شمال وسط.....
326	ثالثا: القطب السياحي للامتياز شمال غرب.....

326	رابعا:المشاريع ذات الأولوية للقطب.....
327	المطالب الثاني:الأقطاب السياحية للجنوب.....
327	أولا: القطب السياحي للامتياز جنوب-شرق"الواحات".....
328	ثانيا: القطب السياحي للامتياز جنوب غرب -قوات القرارة.....
331	المطلب الثالث:الأقطاب السياحية للجنوب الكبير.....
331	أولا: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-طاسيلي ناجر.....
331	ثانيا: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-الاهقار.....
335	المبحث الثالث: مخطط الجودة.....
335	المطلب الأول: مفهوم الجودة السياحية.....
335	أولا: تعريف الجودة السياحية.....
336	ثانيا: معايير الجودة السياحية وقواعدها.....
338	ثالثا: مراحل تطور الجودة السياحية.....
338	المطلب الثاني:واقع إستراتيجية جودة السياحة الجزائرية.....
338	أولا: أسباب وأهداف مخطط الجودة.....
340	ثانيا: كيفية تنفيذ مخطط الجودة.....
342	المطلب الثالث: دور الجودة السياحية في تطوير السياحة الجزائرية.....
342	أولا:انتهاج الجودة السياحية من قبل المؤسسات السياحية الجزائرية.....
343	ثانيا: اكتساب علامة الجودة السياحية.....
344	ثالثا: دور اللجنة المكلفة بمخطط الجودة.....
346	المبحث الرابع:مخطط الشراكة و تطوير إستراتيجية التمويل في القطاع السياحي.....
346	المطلب الأول:مخطط الشراكة العمومية -الخاصة.....
346	أولا: أهداف مخطط الشراكة.....
347	ثانيا: مسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة.....
350	المطلب الثاني: تنظيم مخطط الشراكة.....

350	أولاً: تنظيم مخطط الشراكة على المستوى المحلي
351	ثانياً: تنظيم مخطط الشراكة على المستوى الوطني.....
353	المطلب الثالث: تطوير إستراتيجية التمويل في قطاع السياحة
353	أولاً: أهداف مخطط التمويل.....
353	ثانياً: محتوى مخطط التمويل.....
354	ثالثاً: إطار مخطط التمويل.....
357	خلاصة
358	خاتمة عامة.....
365	قائمة المراجع.....
	قائمة الملاحق

فہرس

الجلد اول

الصفحة	العنوان	الرقم
50	الدول الأكثر زيارة في العالم	01
51	تطور الإنفاق السياحي الفردي في العالم	02
52	تطور الإنفاق السياحي الكلي في العالم	03
54	تطور عوائد السياحة الدولية	04
57	التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية سنة 1997	05
59	التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية لسنة 2001	06
63	ترتيب وجهات السياحة الإفريقية سنة 2008	07
64	مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي لسنة 2008	08
76	المؤسسات الفندقية المعروضة للخصوصية	09
82	الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي حسب قانون 93	10
85	تطور عدد السياح في الجزائر للفترة (2011/1995).	11
87	تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر	12
89	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر	13
91	تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري	14
95	تطور الطاقة الفندقية لمصر خلال الفترة (2009/1995)	15
96	تطور عدد السياح الوافدين لمصر خلال الفترة (2011/1995)	16
98	تطور عدد الأسرة لمصر خلال الفترة (2009/1995)	17
100	تطور الإيرادات السياحية لمصر للفترة (2011/1995)	18
102	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	19
104	تطور حجم العمالة في القطاع السياحي المصري	20
107	عناصر الجذب السياحي لتونس	21
108	تطور عدد الفنادق لتونس للفترة (2002/1990)	22
110	تطور عدد السياح الوافدين لتونس للفترة (2011/1995)	23
112	تطور عدد الأسرة لتونس (2010/1995).	24

114	تطور الإيرادات السياحية لتونس للفترة (2011/1999)	25
116	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي	26
117	تطور عدد العاملين في القطاع السياحي التونسي	27
121	تطور عدد السائحين الوافدين للمغرب	28
123	تطور عدد الأسرة في الفنادق المغربية	29
125	تطور الإيرادات السياحية للمغرب	30
126	مساهمة السياحة المغربية في الناتج المحلي الإجمالي	31
128	تطور مساهمة السياحة المغربية في التشغيل	32
131	عدد السياح الوافدين لدول المقارنة	33
133	تطور عدد الأسرة لدول المقارنة	34
134	تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة.	35
135	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة	36
157	تطور نشاطات الصناعة التقليدية لسنة 2008	37
157	تطور نشاطات الصناعة التقليدية لسنة 2009	38
158	تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية لسنة 2010	39
158	تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية لسنة 2011	40
159	تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2008	41
160	تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2009	42
160	تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2010	43
161	تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2011	44
163	تطور عدد الأسرة للفترة (2009/1995)	45
164	توزيع عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف	46
165	تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف	47
167	توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (1998/1991)	48
170	توزيع الفنادق المصنفة خلال الفترة (2002/1990)	49

172	الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين	50
174	تطور الليالي السياحية للمقيمين الأجانب	51
176	تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين	52
179	تطور طاقة الإيواء للقطاع العمومي (2007/1999)	53
180	تطور طاقة الإيواء للقطاع الخاص	54
181	تطور طاقة الإيواء التابعة للجماعات المحلية	55
203	المراكز التكوينية في الوطن	56
208	مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي (69/67)	57
210	مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول (73/70)	58
212	نصيب قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني (77/74)	59
214	طاقة الإيواء المقدرة خلال المخطط الخماسي الأول (1984/1980)	60
215	طاقة الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول (1984/1980)	61
224	أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة 2007	62
236	الخسائر السياحية بسبب تدهور الوضع البيئي في الجزائر	63
246	تطور خروج ودخول السياح للجزائر (2008/1999)	64
271	جهود الجزائر في مجال تطبيق التنمية المستدامة	65
276	إستراتيجية السياحة للفترة (2010/2001)	66
283	برامج المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية	67
292	الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية	68
296	تطور طاقة الإيواء آفاق 2013	69
298	تطور عدد السياح للمرحلة (2013/2008)	70
299	تطور المداخيل من العملة الصعبة آفاق 2013	71
301	خطة الأعمال بالأرقام للمرحلة الأولى (2015/2007)	72
303	القرى السياحية للامتياز	73
304	الأقطاب السياحية بامتياز	74

305	الفنادق قيد الانجاز للمرحلة (2015/2008)	75
312	الشروط السبعة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر	76
313	مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع والأسواق	77
314	تنظيم الأسواق الخارجية	78
315	مخطط تسويق وجهة الجزائر	79
321	الفنادق الجديدة لقطب الامتياز شمال شرق	80
321	عدد الأسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للامتياز	81
323	أقطاب التنافسية و الامتياز للقطب	82
324	الفنادق الجديدة للقطب السياحي شمال وسط	83
325	القرى السياحية للامتياز	84
326	القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال غرب	85
327	القرى السياحية للامتياز	86
328	عدد الأسرة الخاصة بالقطب	87
329	القوى الحقيقية للقطب السياحي	88
330	فنادق أنجزت أو جاري إنجازها	89
330	القرى السياحية للامتياز	90
331	الفنادق المنجزة أو بصدد الانجاز	91
332	الفنادق التي أنجزت أو بصدد الانجاز لقطب الاهقار	92
332	تطور عدد السياح بالقطب	93
333	توزيع التدفق السياحي بالقطب حسب الشهور لسنة 2008	94

فهرس

الأشكال

مهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
22	أبعاد السياحة البيئية	01
24	أنواع السياحة	02
26	آليات خلق السياحة لفرص العمل	03
39	عناصر المزيج التسويقي السياحي	04
48	تطور عدد السياح العالم للفترة (2010/1990)	05
49	تطور عدد السياح الدوليين لآفاق 2030	06
50	الدول الأكثر زيارة في العالم	07
52	تطور الإنفاق السياحي الفردي للفترة (2020/1950)	08
53	تطور الإنفاق السياحي الكلي للفترة (2020/1950)	09
55	العوائد السياحية لسنتي (2010/2009)	10
56	تطور الإيرادات السياحية العالمية بالدولار و الأورو (مليار)	11
58	التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية لسنة 1997	12
59	التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية لسنة 2001	13
60	عدد السياح في العالم وتوزيعهم للفترة (2030/1980)	14
61	التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2000	15
62	التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2008	16
65	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	17
86	تطور عدد السياح في الجزائر	18
90	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر	19
91	تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي (2009/1999).	20
92	مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل للجزائر	21
95	تطور عدد الفنادق في مصر (2009/1995).	22
97	تطور عدد السياح الوافدين لمصر (2011/1999).	23
99	تطور عدد الأسرة لمصر (2009/1995).	24

هـ رس الأشكال

101	تطور الإيرادات السياحية لمصر خلال الفترة (2011/1995).	25
103	نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	26
104	تطور حجم العمالة في القطاع السياحي المصري	27
109	تطور عدد الفنادق لتونس (2002/1990).	28
111	تطور عدد السياح لتونس (2011/1995).	29
113	تطور عدد الأسرة لتونس (2010/1995).	30
114	تطور الإيرادات السياحية لتونس (2011/1999)	31
116	نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي	32
118	تطور عدد العاملين في السياحة التونسية	33
122	تطور عدد السائحين للمغرب (2010/1990).	34
124	تطور عدد الأسرة للمغرب	35
125	تطور الإيرادات السياحية للمغرب (2009/1995).	36
127	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للمغرب	37
128	مساهمة السياحة المغربية في توفير فرص العمل	38
132	عدد السياح الوافدين لدول المقارنة	39
133	تطور عدد الأسرة لدول المقارنة	40
135	تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة	41
136	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة	42
149	أنواع السياحة في الجزائر لسنة 2010	43
159	تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية للفترة (2011/2008)	44
161	تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية للفترة (2011/2008)	45
164	تطور عدد الأسرة للفترة (2009/1995)	46
165	تطور عدد الأسرة حسب التصنيف للفترة (2009/1999)	47
167	توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية	48

هـرس الأشكال

168	توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2009/1999)	49
169	المقارنة بين توزيع طاقة الإيواء لسنتي 1998 و 2009	50
171	توزيع الفنادق المصنفة للفترة (2002/1990)	51
173	تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين	52
175	تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين الأجانب	53
177	تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين	54
178	تطور إجمالي الليالي السياحية للفترة (2009/2000)	55
179	تطور طاقة الإيواء للقطاع العمومي	56
181	تطور طاقة الإيواء للقطاع الخاص	57
182	تطور طاقة الإيواء للجماعات المحلية	58
183	تطور طاقة الإيواء حسب الشكل القانوني	59
209	مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي (69/67)	60
211	مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول (73/70)	61
213	نصيب قطاع السياحة في المخطط الرباعي الثاني (77/74)	62
215	مقارنة ما كان مقرر انجازه مع ما تم انجازه خلال المخطط الخماسي الأول	63
225	أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة 2007	64
233	نوعية وكمية الملوثات الجوية التي تتسبب بها حركة المرور	65
245	عناصر الأمن السياحي الرئيسية	66
247	تطور خروج ودخول السياح الجزائريين	67
252	مؤشر جاهزية الشبكة	68
255	شروط النهوض بالسياحة المحلية	69
279	توزيع مناطق التوسع السياحي بالجزائر	70
285	مكانة SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية	71
287	موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية	72

هـ رس الأشكال

288	الأهداف الخمسة ل 2025 SDAT	73
290	مراحل إعداد 2025SDAT	74
293	تحديات السياحة الجزائرية	75
297	تطور طاقة الإيواء آفاق 2013	76
298	تطور عدد السياح للفترة (2013/2008)	77
300	تطور المداخل السياحية آفاق 2013	78
318	مبادئ نظام الرصد	79
332	تطور عدد السياح بالقطب السياحي الأهم	80
334	تطور السياح حسب شهور السنة	81
351	الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني	82
352	مخطط عقد اجتماعات مجلس التنمية السياحية	83

مقدمة

عامّة

مقدمة.

عرفت ظاهرة السياحة تطورا سريعا خلال النصف الثاني من القرن الماضي ، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، إذ انعكست التطورات التي شملت العديد من مجالات قطاع الخدمات إيجابا على قطاع السياحة ما ساعدها على النمو الكبير الذي شهدته، لتحتل بذلك مكانة هامة عند أغلب دول العالم ، نظرا لانعكاساتها الايجابية والمختلفة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية ، وبهذا تعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات نموا في العالم ، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية باعتبارها قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل الوطني ، و تحسين ميزان المدفوعات و مصدرا مهما للعملاء الصعبة ، و فرصا لتشغيل الأيدي العاملة ، و هدفا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية ، إذ بلغت عائداتها مئات المليارات من الدولارات و عدد السائحين المئات الملايين ، بالإضافة إلى ذلك فهي تهم أطرافا كثيرة بما فيها مؤسسات قطاع الخاص و المنظمات غير الحكومية ، و اتساع نطاق القطاعات و الخدمات المعنية بها ، و ضخامة البنية الأساسية المطلوبة لدعمها (النقل ، المصارف ، المؤسسات المالية ، مؤسسات الدعاية و التشجيع و الترويج ... الخ).

عرفت السياحة ازدهارا كبيرا في العديد من القارات وخاصة القارة الأوروبية ، نظرا لما تتمتع به هذه الأخيرة من مؤهلات سياحية عديدة ومتنوعة ، بالإضافة إلى جودة الخدمات السياحية لديها ، هذا ما أدى إلى ارتفاع الإنفاق السياحي فيها ، في حين أن القارة الإفريقية تعرف إقبالا سياحيا محتشما ، نظرا لغياب العديد من العوامل الأساسية لقيام صناعة سياحية في أي بلد ، ورغم ذلك تعرف بضع الدول في شمالا إفريقيا تجارب ناجحة في مجال قطاعها السياحي كمصر وتونس والمغرب ، مما ساهم في تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية لدى هذه الدول .

والجزائر إحدى الدول الإفريقية حاولت بعد استرجاع استقلالها النهوض بقطاعها السياحي من خلال العديد من المحاولات ، انطلاقا من ميثاق السياحة لسنة 1966 ، وبعدها المخططات التنموية طيلة فترة السبعينات والثمانينات ، حيث بادرت من

خلال ذلك إلى إحصاء ثرواتها السياحية ، وإنشاء الهياكل القاعدية التي تقوم عليها السياحة ، بغية ترقية المنتج السياحي لديها، إلى أن هذه الجهود تبقى متواضعة ولا ترقى بالسياحة الجزائرية إلى مصف الدول السياحية ، إذ بقيت إنجازاته جد محدودة إذا ما قورنت بالبلدان العالم بصفة عامة وبالبلدان المجاورة و الشقيقة بصفة خاصة ، فحجم الاستثمارات التي خصصت لهذا القطاع تعتبر ضعيفة مقارنة بكم مساحه الجزائر ، كما أن الجهود التي بذلت في السبعينات لم تشهد استمرارية ، و أن ظاهرة اللا أمن الذي عرفتها الجزائر خلال العشرية الماضية زادت و عمقت من عزلة الجزائر على المستوى الدولي .

وإذا كانت السياحة الداخلية في بلدنا لم تحظى بالاهتمام الكبير بسبب نظر السلطات العمومية إليها على أنها قطاع ليس استراتيجي و بالتالي لم يحظى بالعناية اللازمة ، و التي تظهر إهمالا كبيرا لهذا القطاع لصالح قطاعات أخرى ، والأمر نفسه بالنسبة للسياحة الخارجية ، على الرغم من امتلاك الجزائر لإمكانات طبيعية كبيرة تفتقد في كثير من بلدان العالم ،فالتنوع المناخي الذي يجعل من السياحة الجزائرية تستمر على مدار السنة ، بالإضافة إلى تنوع الآثار والتقاليد وشساعة الصحراء الجزائرية ، و طول شريطها الساحلي الذي يمتد على مسافة 1600 كلم .

وفي الوقت الحالي تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة الدولية و جعلها واحدة من الأولويات القومية و تحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى ، و ذلك من خلال تطبيق إستراتيجية حكيمة و طموحة و فعالة ترتكز من جهة على التجارب الناجحة في البلدان المطلة على حوض البحر المتوسط وباقي البلدان الأخرى ، و ترتكز من جهة أخرى على الترتيبات الوجيهة الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصادر سنة 1995 ، و الذي يقضي بأنه ينبغي أن تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل غير مؤثرة في المجال البيئي و ذات ديمومة من الناحية الاقتصادية، كما تعلق الجزائر أمالا كبيرة على الإستراتيجية الجديدة التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 ، حيث يعتبر أول إستراتيجية شملت كافة الجوانب السياحية ، وتمتد على عدة مراحل ، على المدى القريب والمتوسط و البعيد .

الإشكالية :

تتمحور معالم بحثنا في السؤال الجوهرى التالى :

" فى ظل الوضعية الحالية التى يوجد عليها القطاع السياحى فى الجزائر ، ما هى الآليات و السبل الكفيلة لدفع عجلة القطاع السياحى فى الجزائر ، بغية استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة ، فى ظل المخطط التوجيهى للتهيئة السياحية لآفاق 2025؟ "

وبناء على التساؤل الرئيسى يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ما هو واقع السياحة الدولية ؟ و ما مكانة السياحة الجزائرية منها ؟
- كيف يمكن الاستفادة من التجارب السياحية العربية الناجحة لكل من مصر، تونس والمغرب ؟
- هل تتوفر الجزائر فعلا على إمكانيات سياحية حقيقية ، قادرة على جعل الجزائر و جهة سياحية من الدرجة الأولى ؟
- هل توجد فعلا معوقات حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية ؟ و ما طبيعة هذه المعوقات؟
- إلى أى مدى تستطيع السياسة الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية فى ظل المخطط التوجيهى للتهيئة السياحية النهوض و تطوير القطاع السياحى الجزائرى خلال ال 25 السنة القادمة؟

فرضيات الدراسة :

- و كإجابة على التساؤلات المطروحة يمكن وضع الفرضيات التالية :
- عرفت السياحة الدولية تطورا سريعا بداية من العصور القديمة إلى غاية المرحلة المعاصرة.
- استفادة الجزائر من التجارب السياحية العربية الناجحة كان ضئيلا جدا .

- إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة و قادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي.
- ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي.
- تطوير السياحة ودفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر مرتبط بالتطبيق الفعلي لإستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

حدود الدراسة :

الحدود المكانية :

بما أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال دون المستوى المطلوب ، وفي نفس الوقت هو قطاعا واعدا ، خاصة و أن الجزائر تعتمزم في مطلع 2025 استقبال أكثر من 11 مليون سائح ، ارتأينا أن تكون بلدي الجزائر هو مكان الدراسة ، و ذلك من خلال تقييم الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية .

الحدود الزمنية .

لقد حظيت الفترة ما بين 2000 و 2025 باهتمام كبير من قبل السلطات ، إذ كشفت الدولة عن نيتها الصادقة خلال هذه الفترة لأجل النهوض بالسياحة الجزائرية و جعلها كبديل لقطاع المحروقات ، و لهذا بالضبط اخترنا هذه الفترة لكي تكون مجالا لدراستنا ، بغية معرفة الشيء الجديد التي أتت به السلطات في المجال السياحي ، بالإضافة إلى تقييم هذه الجهود التي ستكون على المدى البعيد .

أهمية الدراسة.

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على السياحة الجزائرية ، وإبراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية ، وذلك من خلال الآثار الايجابية التي تتركها على فرص العمل وميزان المدفوعات ، بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية المرفوعة من قبل الدولة للنهوض بها ، وهذا في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

أهداف الدراسة .

تهدف الدراسة إلى :

- تحديد مفهوم السياحة والسياحة الدولية ، وأنواعها المختلفة ، و رصد مختلف الآثار الناجمة عنها ؛
- تشخيص السياحة الجزائرية وموقعها من السياحة الدولية بصفة عامة ، والسياحة العربية بصفة خاصة ؛
- تسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف أمام النهوض وتطوير السياحة الجزائرية؛
- تحليل الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ؛
- معرفة مدى نجاعة الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية .

مبررات اختيار الموضوع.

- استمرار الوضع المتردي للقطاع السياحي الجزائري ، رغم الجهود المختلفة و الإمكانيات المتاحة من جهة ، بالإضافة إلى تطور نفس القطاع في الدول المجاورة ، والتي تشاركنا نفس الخصائص في جل المجالات من جهة أخرى ؛
- التوجه الدولي الحديث نحو القطاع السياحي ، الذي أصبح صناعة يعتمد عليها كثيرا في تنمية اقتصاديات البلدان باختلاف أنظمتها الاقتصادية و درجة تطورها ؛
- وجود بديل لقطاع المحروقات في الجزائر للمستقبل ، و يشكل القطاع السياحي إحدى البدائل المتاحة لاحتلال مكانة هامة في الاقتصاد الوطني ، نظرا للإمكانيات المتاحة في هذا المجال ؛

المنهج المتبع في الدراسة .

للإجابة عن التساؤلات المطروحة في بحثنا هذا ، اعتمدنا على منهجين هما المنهج الوصفي التحليلي المناسب لمثل هذه الدراسة ، حيث تم وصف ظاهرة السياحة و تحليل مختلف أبعادها ، كما اعتمدنا على المنهج المقارن وذلك في الباب الأول في فصله الثاني ، لأجل مقارنة الواقع السياحي للجزائر مع الواقع السياحي لبعض الدول العربية الناجحة مصر ، تونس و المغرب ، و ذلك بالاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة و المتنوعة ، و تتمثل أساسا في الكتب ، الملتقيات الوطنية والدولية ، مختلف الإحصائيات الصادرة عن الهيئات المختلفة منها المحلية كوزارة السياحة والديوان الوطني للإحصائيات ، و منها الهيئات العالمية كالمنظمة العالمية للسياحة ، بالإضافة إلى بعض الهيئات الرسمية لتونس ، المغرب و مصر .

الدراسات السابقة :

- **الدراسة الأولى :** أطروحة دكتوراه للطالبة شبايكي حفيظ مليكة . بعنوان " السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية - حالة الجزائر 2003" ، حيث تناولت الباحثة الإطار العام للسياحة من نشأتها و مختلف اتجاهاتها ، و ركزت الباحثة على أهمية السياحة في الاقتصاد الجزائري و انعكاساتها الاقتصادية و الاجتماعية ، كما تناولت آفاق القطاع السياحي الجزائري ، و قد توصلت الباحثة إلى نتيجة مفادها أن القطاع السياحي كانت مساهمته ضعيفة في الاقتصاد الوطني إلى غاية سنوات التسعينات ، و هذا راجع إلى التوجهات التنموية خلال هذه الفترة .

- **الدراسة الثانية :** أطروحة دكتوراه للطالب كواش خالد ، بعنوان " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر 2003/2004" ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير - جامعة الجزائر . حيث أشار الطالب إلى تاريخ السياحة و تطورها و تناول أيضا النشاط السياحي و أبرز الطالب الأهمية الاقتصادية للسياحة و مختلف مؤشراتهما ، كما ركز على أهمية السياحة في الجزائر خاصة من الناحية الاقتصادية و آفاق هذا القطاع في ظل المتغيرات العالمية استنادا إلى بعض التجارب السياحية لبعض الدول العربية ، و قد توصل الباحث إلى أن السياحة الجزائرية لم تلعب الدور المنوط بها في مجال التنمية الوطنية على الرغم من توفر الإمكانيات و الموارد المتاحة .

- **الدراسة الثالثة:** أطروحة دكتوراه أجراها الطالب عامر عيساني . بعنوان " الأهمية الاقتصادية لتنمية المستدامة - حالة الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، قسم علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، حيث قسم الطالب دراسته إلى خمسة فصول تناول فيها الجوانب النظرية للسياحة و السياحة الدولية ، و مختلف الآثار الناجمة عنها ، وقد تناول الباحث أيضا الإستراتيجية السياحية للجزائر و مقارنتها مع الإستراتيجية السياحية لتونس و مصر ، و قد توصل الباحث إلى أن التجارب السياحية التي خاضتها تونس و مصر تضم مجموعة من الدروس التي يمكن للسياحة الجزائرية أن تستفيد منها ، لأجل ترقية قطاعها السياحي .

الدراسة الرابعة : رسالة ماجستير أجرتها الطالبة صليحة عشي ، بعنوان " الآثار التنموية للسياحة " دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس والمغرب " ، حيث عالجت الباحثة الإمكانيات السياحية لدول المقارنة ، بالإضافة إلى أنها تطرقت إلى مختلف الآثار الناجمة عن السياحة منها الآثار الاقتصادية و الاجتماعية للبلدان الثلاث ، كما توصلت الباحثة في الأخير إلى أن القطاع السياحي للجزائر ما يزال ضعيفا مقارنة مع القطاع السياحي لكل من تونس والمغرب ، خاصة من ناحية الآثار الناجمة عن هذا القطاع .

نلاحظ إن هذه الدراسات أنها لم تعالج ولم تتطرق إلى الإستراتيجية السياحية لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، وهذا هو الجانب الذي حاولنا من خلال دراستنا التطرق إليه ، من خلال تحليل محتوى هذه الإستراتيجية وتقييمها

هيكل البحث.

لقد تم تقسيم بحثنا هذا إلى ثلاث أبواب ، في حين تم تقسيم كل باب إلى فصلين حيث كان الباب الأول بعنوان موقع السياحة الجزائرية من السياحة الدولية ، وقد تم تقسيم هذا الباب إلى فصلين ، الفصل الأول بعنوان مدخل عام للسياحة و مختلف آثارها، أما الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى واقع السياحة الجزائرية و مقارنته مع بعض التجارب السياحية العربية الناجحة (مصر،تونس والمغرب) . أما الباب الثاني من الدراسة تطرقنا فيه إلى تشخيص وفحص واقع السياحة الجزائرية من خلال الإمكانيات والمعوقات ، وتم تقسيمه هو الآخر إلى فصلين ، أما الفصل الأول جاء بعنوان واقع الإمكانيات السياحية للجزائر، أما الفصل الثاني كان بعنوان

تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية. وأخيرا الباب الثالث فقد عالجنا فيه بناء إستراتيجية كفيلة لتطوير السياحة الجزائرية لفترة(2000-2025) في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) ، وتم تقسيمه هو الآخر إلى فصلين ، عنوان الفصل الأول هو محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، و عنوان الفصل الثاني جاء بعنوان تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025.

وفي الأخير تناولنا في خاتمة هذه الدراسة أهم النتائج المتوصل إليها ، ثم إدراج التوصيات التي رأيناها يمكن أن تساهم في حل مشكل قطاع السياحة الجزائري .

الباب الأول:

موقع السياحة

الجزائرية من

السياحة الدولية

الفصل الأول:

مدخل عام

للسياحة و مختلف

آثارها

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

تمهيد.

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية شهدت تطورات سريعة خلال النصف الثاني من القرن العشرين ، نظرا لاستفادتها من التطورات العديدة التي مست الجوانب الخدمائية ، سواء فيما يتعلق بوسائل النقل وخاصة النقل الجوي ، و تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، بالإضافة إلى توفير وسائل الراحة ، و بهذا احتلت السياحة مكانة عالمية هامة لدى الدول والحكومات ، إذ رأت في السياحة قطاعا استراتيجيا و موردا دائما ، إذ لا جدال أن هناك علاقة وثيقة بين قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية ، فبادرت هذه الدول والحكومات بالنهوض بقطاعها السياحي ، فأدخلت التسهيلات الإدارية و القانونية ، و كثفت من جهودها لأجل زيادة الطلب السياحي لديها ، نظرا لانعكاساتها الايجابية على الجوانب الاقتصادية ، و تشابكها مع عدة صناعات أخرى من خلال توفير و تحسين و ترقية مقومات الجذب السياحي لديها ، لأجل تلبية احتياجات مختلف فئات السياح ، و بهذا أضحت السياحة صناعة متكاملة تساهم في التجارة الدولية ، و زيادة الدخل القومي ، و مصدرا مهما للعمولات الصعبة و تشغيل الأيدي العاملة ، فضلا عن مساهمتها في تحسين و ضعيفة ميزان المدفوعات للدول ، و استقطاب رؤوس أموال أجنبية في مختلف المشاريع السياحية المباشرة و الغير المباشرة ، و تساهم في تكوين الناتج الداخلي الخام ، و بالتالي تدعيم معدلات النمو ، و على هذا الأساس أصبحت السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم .

وتعتبر السياحة كذلك وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية ، و جسر تواصل بين الشعوب والحضارات ، و إفشاء جو من السلام و الأمن العالمي ، مما يقلل من حدة التوتر الدولي ، و بالتالي سنتناول في هذا الفصل مختلف المفاهيم المتعلقة بالسياحة وأنواعها المختلفة ، و الآثار الناجمة عنها من آثار اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و بيئية ، و كذا حركة السياحة الدولية و تركزها على المستوى الدولي .

وقد تناولنا في هذا الفصل خمسة مباحث هي :

المبحث الأول: مفاهيم سياحية .

المبحث الثاني: أساسيات حول السياحة.

المبحث الثالث: التسويق السياحي.

المبحث الرابع: واقع السياحة الدولية .

المبحث الخامس: توزيع السياحة الدولية وأهميتها في قضايا التنمية.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المبحث الأول: مفاهيم سياحية .

تعتبر السياحة من ضمن الحاجات النفسية للإنسان ، والتي أساسها الحاجة إلى الراحة و الاستحمام و الترويح عن النفس ، وفي هذا المبحث تم تسليط الضوء على أهم المفاهيم السياحية ، انطلاقا من المراحل المختلفة التي مرت بها السياحة منذ العصور القديمة إلى غاية المرحلة الحالية ، و كذلك أهم أنواع السياحة السائدة ، بالإضافة إلى سرد مختلف الآثار الناجمة عن السياحة في مختلف الجوانب ، مع التطرق إلى حركة السياحة الدولية وكيفية توزيعها .

المطلب الأول:مراحل تطور السياحة .

ارتبطت السياحة بالإنسان منذ القدم ، و مرت بمجموعة من المراحل منها مرحلة الحضارات القديمة ،مرحلة العصور الوسطى، السياحة في العصر الحديث و المرحلة المعاصرة، وسوف نخوض بنوع من التفصيل في هذه المراحل من خلال تشخيص مختلف مميزات كل مرحلة من هذه المراحل.

أولا-مرحلة الحضارات القديمة.

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث ولم يكن معروف في العصور القديمة ، ولكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديما كان غير مستقر في مكان ثابت ، و هذا لحاجاته في البحث عن مصادر الرزق¹، و تمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي ، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوانين الطبيعة² ، و بالتالي كان الإنسان ينتقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة ، و من المكان غير الآمن إلى المكان الآمن ، حيث كان السفر ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان ، و الذي يهدف إلى إشباع نزواته و استفاء احتياجاته الشخصية ، و عند قيام الدول و الحضارات أصبح السفر وسيلة تجارية و القيام بالحمولات

¹- نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003 ، ص 01 .

²- عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011 ، ص

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

العسكرية و التعلم و التعليم ، وكان للفنقيين سبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل ، فقد عرفوا بحب المخاطرة و الترحال البحري¹

و لعل أهم الرحلات السياحية في بلاد الإغريق الوفود اليونانيين القدماء وسكان الأقاليم الأوربية المجاورة التي تأتي إلى جبال الميبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع تنظيمها العام 776 قبل الميلاد ، هذا التوافد شجع على بناء الفنادق لزوار أثينا ، وكان ذلك خلال القرن (14) الرابع عشر قبل الميلاد² .

ثانيا-مرحلة العصور الوسطى.

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن 15 عشر ونهاية القرن 15 عشر الميلادي³ ، كما أن السفر و الانتقال بقي بدائيا كما كان في العصور الأولى مع تطور يسير ، في هذه الحقبة التاريخية كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها ، فاهتمت بالعلوم و الفنون و الآداب و العمارة و زادت حركة الناس في مختلف أنحاء البلاد الإسلامية ، وقد ساهمت الحضارة الإسلامية في إنشاء عدد من المدن أصبحت قبلة للسياح من كل أصقاع العالم كبغداد و قرطبة ، كما تميزت هذه المرحلة بتطور بعض الجامعات العريقة بأوربا مثل جامعة السربون بفرنسا و جامعة أكسفورد بالإنجلترا ، مما جعل البلدين قبلة لعدد من طلاب العلم ، غير أنه خلال هذه الفترة لم تكن هناك قوانين منظمة للانتقال و لا وسائل نقل متطورة⁴ .

¹ - عبد الرزاق براهيمى و عبد الحفيظ مسكين ، أثر ممارسة الأنشطة التسويقية في دعم و تنمية القطاع السياحي في الجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي - البويرة ، 12/11 ماي 2010 ، ص04.

² - كواش خالد ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، الطبعة الأولى ، دار التنوير، الجزائر ، 2007 ، بتصرف ، ص12.

³ - محمد خميسي الزوكة ، صياغة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، 1996 ، ص 22.

⁴ - عبد الرزاق براهيمى و عبد الحفيظ مسكين ، مرجع سبق ذكره ، ص04.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ثالثا- السياحة في العصر الحديث.

تمتد هذه المرحلة بين القرن 16 عشر و نهاية القرن 19 عشر الميلاديين ، التي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار¹ ، فقد شهدت هذه المرحلة اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف استراليا العام 1605م ونيوزيلندا للعام 1769م² ، وقد عرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوربية إلى إفريقيا و تطور الآلة و وسائل المواصلات و الاتصالات ، و ظهور بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية ، شملت هذه المرحلة كذلك الثورة الصناعية سيما في أوروبا ، وبالتالي عرف العالم أول تنظيم لرحلة سياحية من خلال THOMAS COOK العام 1841 م في بريطانيا ، حيث قام بنقل مجموعة من الأشخاص من الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد ، كما قام أيضا بنشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة والاحتياجات الضرورية خلال الترحال³.

رابعا- المرحلة المعاصرة.

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن (20) عشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها في أية فترة زمنية سابقة ، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية⁴ ، بسبب زيادة أوقات الفراغ و ارتفاع مستويات المعيشة و التعليم والتوسع في و سائل النقل و المواصلات السريعة⁵، إذ يعتبر القرن العشرين " قرن السياحة" حيث شهد تطور هائل في النشاط السياحي أو ما يعرف بالاقتصاد السياحي ، و بالتالي حدث تطور في المنشآت السياحية و الفنادق العملاقة ، و ظهور كذلك

¹ - مروان أبو رحمة و آخرون ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار البركة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2001 ، ص 20.

² - خالد كواش ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص 16.

³ - عبد الرزاق براهيمى و عبد الحفيظ مسكين ، مرجع سبق ذكره ، ص 05.

⁴ - محمد خميسي الزوكة ، مرجع سبق ذكره ، ص 35.

⁵ - يسرى دعيبس ، الإرشاد السياحي ، دراسات و بحوث في أنثروبولوجيا المتاحف ، الطبعة الأولى ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2006 ، ص 97 .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المنظمات السياحية و أهمها المنظمة العالمية للسياحة* ، و أهم ما ميز السياحة في هذه المرحلة ما يلي:

- تطور حركة السياحة العالمية ؛
- ارتفاع مستوى دخل الأفراد خاصة في أوروبا وأمريكا الشمالية ؛
- تزايد حجم السكان بشكل مضطرد؛
- تطور العلاقات بين البلدان؛
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي ، وتطور صناعة السيارات.

المطلب الثاني: التعاريف و المصطلحات الخاصة بالسياحة.

اختلفت تعاريف السياحة و تعددت و ذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة لأخرى ، و اختلاف وجهة النظر إليها بين الباحثين و الهيئات و المنظمات الدولية ، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية ، و منهم من يراها على أنها ظاهرة اقتصادية ، بالإضافة إلى وجود مجموعة من المصطلحات المرتبطة بمفهوم السياحة .

أولاً- تعاريف السياحة .

للسياحة عدة تعاريف نذكر منها

السياحة في اللغة: تعني التجوال و عبارة ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض¹ كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم وذلك في عدة مواضع ، فيقول الله تعالى " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله و أن الله مخزي الكافرين"².
وقوله تعالى : (...مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات ثيبات وأبكارا)¹.

* المنظمة العالمية للسياحة: تأسست سنة 1925 في لاهاي ، وتعتبر مركزا رائدا لجمع و تحليل و نشر البيانات السياحية المأخوذة من أكثر من 180 بلدا و مقاطعة ، و تقوم بمراقبة و رصد و تحليل التوجهات السياحية عبر العالم ، و تضع معايير عالمية لقياس السياحة .

¹-كواش خالد ، السياحة ، مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص22.

²-سورة التوبة ، الآية(02).

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

وبالتالي السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط أو الفعل البشري الذي تقيده جملة من التعاليم الشرعية ، مع إتباع آداب و سنن يستحسن مراعاتها من قبل السائحين تفاديا الوقوع في المحظورات التي نهى عنها الإسلام.

أما **السياحة اصطلاحاً**: تعني مجموع العلاقات التي تترتب على سفر و إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما ، و أن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي².

ورغم صعوبة إيجاد تعريف شامل للسياحة نظراً لتعدد واختلاف تعاريفها بحسب الزاوية التي ينظر إليها منها ، إلا أنه يمكن أن نورد التعاريف التالية لأجل تبسيط مفهوم السياحة كما يلي :

- أعطى الألماني جوثير فولر المفهوم الحديث للسياحة سنة 1905 و وصف السياحة بأنها "ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء ، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس ، و الشعور بالبهجة و المتعة ، و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية ، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة و ثمرة وسائل النقل"³.

ما يلاحظ على هذا التعريف أنه اهتم بجانب واحد وأهمل جوانب أخرى ، حيث ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة ، وأغفل عن الجانب الاقتصادي و البيئي لها.

-تعريف زكي خليل المساعد: "السياحة عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم أو أعمالهم الاعتيادية ، والنشاطات التي يقوم بها خلال الإقامة في تلك الأماكن ،

¹-سورة التحريم ، الآية رقم (05).

² - محمود كامل ، السياحة الحديثة ، الهيئة المصرفية للكتاب ، مصر ، 1975 ، ص16.

³ - أحمد الجلاد ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ،

1988 ، ص18.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

والوسائل التي توفر إشباع حاجاتهم" ¹ ، ويمكن الاستنتاج من هذا التعريف أن السياحة تعني تغيير مكان الإقامة الأصلي والتوجه إلى أماكن أخرى بشكل مؤقت .

-تعريف HERMAN VON SHOLTERON حيث عرف السياحة على أنها " الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة ، وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة دولة معينة " ². ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي للسياحة ، من خلال الدخول المتأتية من مختلف أنشطة السياح ، وأهمل جوانب أخرى كالجانب الاجتماعي للسياحة .

-تعريف HUNZIKER AND KRAFET حيث عرف السياحة" على أنها " مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر والإقامة لغير المقيمين طالما أن ذلك لا يؤدي إلى إقامة دائمة لهم ، ولا يرتبط بممارسة أنشطة كسبية" ³. ميز هذا التعريف بين السائح والمهاجر ، إذ ينتقل السائح بصفة مؤقتة بينما ينتقل المهاجر لفترة طويلة ، وقد يكون الغرض من وراء هذا الانتقال العمل والكسب .

-وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي في روما سنة 1963 السياحة على أنها" ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ، ولا تزيد عن 12 عشر شهرا ، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية ، وهي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية " ⁴. شمل هذا التعريف عدة جوانب ، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية ، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية ، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة .

-وقد عرف مؤتمر أوتاوا للسياحة المنعقد بكندا في جوان 1991 على أنها" مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى خارج بيئته المعتادة لمدة من الزمن ، وأن لا يكون غرضه من السفر هو ممارسة نشاط يكتسب به دخلا في المكان الذي يسافر إليه" ⁵ .

¹ - زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات وتطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن ، 2005 ، ص214.

² - جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003 ، ص.07

³ - TISSA AHMED, économie et aménagement du territoire , opu, Alger , 1993 , p94.

⁴ - محي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، دون سنة نشر ، ص61.

⁵ - نفس المرجع السابق ، ص62.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة على أنها " السياحة ينبغي أن تتضمن أربعة نقاط أساسية وهي ¹ :

- تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع إلى موقع آخر خارج مجتمعهم المحلي ؛
- إن الجهات القصد السياحية توفر نطاق من النشاطات و الخبرات و التسهيلات و الخدمات ؛
- إن الحاجة و الدوافع المختلفة للسائح تتطلب إشباعا ، و أن هذه الحاجات و الدوافع بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا ؛

- تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات الفرعية ، و هذه النشاطات تولد مجتمعة دخلا ضمن الاقتصاد الوطني ، ينتج من خلال العملات الصعبة الأجنبية التي تدخل إلى البلد السياحي المزار عن طريق السياح .

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أنه هناك اختلاف واضح في تعاريف السياحة ، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع ، هذا ما جعل المنظمة العالمية للسياحة سنة 1993 تضع تعريفا خاصا بالسياحة ، إذ عرفت على أنها " أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أماكن خارج إقامتهم المعتادة لمدة تزيد عن سنة مستمرة لقضاء عطلة " ².

وعليه يمكن تبني تعريف الجزائر للسياحة ، حيث تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة ، كما أدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديثها وزارة السياحة حيث : ³

-الداخل : كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور ؛
- المسافر: كل شخص يدخل التراب الوطني ، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله ، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته ، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية ، والذين يقيمون في بواجرهم طول مدة إقامتهم في البلاد؛

- الجوال في رحلة بحرية: كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها ، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته؛

¹ - زايد مراد ، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني ، حالة الجزائر ، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، يومي 10/09 مارس 2010 ، ص03.

² - خربوطلي صلاح الدين ، السياحة المستدامة ، دار رضا ، سوريا ، 2004 ، ص20.

³ - الديوان الوطني للإحصائيات ، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18 ، نشرة 2000 ، ص275.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- الزائر: كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجورا .

ثانيا- بعض المصطلحات السياحية.

هناك مجموعة من المصطلحات و التي لها علاقة بالسياحة.

أ- **مصطلحات لها علاقة بالسياحة :** ومن أهم هذه المصطلحات نذكر ¹ :

-الزائر: هو الشخص الذي يسافر إلى مكان خارج إقامته المعتادة لمدة تقل عن 12 شهرا ، و لا يكون غرضه الحصول على المال؛

-القادم: كل شخص يدخل البلد المقصود سواء مكث فيه أو غادره في نفس اليوم؛

-السائح: هو ذلك الشخص الذي يقضي ليلة واحدة على الأقل في مسكن خاص أو جماعي في المكان الذي يزوره؛²

-غير السائح: هو القادم الذي يهدف إلى الكسب أو الإقامة ، كما يشمل الدبلوماسيين؛

-زائر ليوم: كل قادم يقضي فترة تقل عن 24 ساعة في البلد المقصود؛

-الدخل السياحي: كافة الإيرادات بالعملات الأجنبية من السياحة الوافدة ، و تشمل إنفاق الزوار الدوليين بما فيها أجور النقل للشركات النقل الوطنية.

ب- **الفئات التي لا ينطبق عليها تعريف السائح:** هناك فئات لا يمكن اعتبارهم على أنهم سياح وهم ³:

- المسافرون العابرون (طاقم الطائرة ، الباخرة ، القاطرات ، الشاحنات ، راكب الترانزيت .. الخ) ؛

- الأشخاص المقيمين عند الحدود و يعملون في أراضي بلد مجاور ؛

¹ - عبد الهادي الرفاعي ، التنمية السياحية ، مفهومها ، محدداتها و أهميتها ، معهد التخطيط القومي ، القاهرة ، 2001 ، ص04.

² - عبد الرحمن بن أحمد الفروج و الشيخ الطاهر حسين ، السياحة في المنطقة الشرقية (الواقع و المأمول) ، مركز المملكة العربية السعودية ، 2007 ، ص 28.

³ - معيزي قويدر ، السياحة في الجزائر واقع و آفاق ، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 25/24 أفريل 2012 ، ص 06.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- أفراد القوات المسلحة الأجنبية ؛
- أعضاء الهيئات الدبلوماسية ؛
- أصحاب عقود العمل؛
- اللاجئين السياسيون أو المقيمون الدائمون .
- ت- **العوامل المؤثرة في سلوك السياح** : هناك عوامل عديدة تؤثر في سلوك السياح وأهمها :
 - * عوامل قبل السفر نجد منها:¹
 - الشعور نحو الأمن في البلد المستقبل ؛
 - الجهود التسويقية لبلد الاستقبال ؛
 - تكلفة النقل الجوي ؛
 - الاتصالات الرقمية و التكنولوجيا المنقولة ؛
 - البيئة والمناطق الطبيعية ؛
 - المناخ السائد في البلد المضيف .
 - * عوامل بعد السفر : نجد منها .
 - الخبرة في مواجهة ظروف الأمن و الآمان ؛
 - الضرائب المفروضة على السلع و الخدمات في البلد المضيف ؛
 - الأسعار التنافسية للسلع و الخدمات ؛
 - التعامل مع المناخ ؛
 - الصراع الثقافي .

¹ - **THE TRAVEL AND TOURISM COMPETITIVENESS**, REPORT 2009 , WORLD ECONOMIC FORUM , GENEVA , SUITZERLAND , P77.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المطلب الثالث : التخطيط السياحي وآليات السوق السياحية .

لم يتبلور مفهوم التخطيط بشكل واضح إلا بعد الحرب العالمية الثانية ، ويعتبر التخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي ، يهدف إلى تحقيق استغلال أمثل لعناصر الجذب السياحي ، كما أن السوق السياحي هو عبارة عن تفاعل آليتين آلية الطلب على الخدمات السياحية ، وآلية عرض الخدمات السياحية ، وهذا ما سوف نراه في هذا المطلب .

أولاً: التخطيط السياحي .

يعرف التخطيط السياحي على أنه ذلك التخطيط على المدى الطويل ، تقوم به الهيئة القائمة على السياحة وهي وزارة السياحة أو الإدارات الرسمية ، و هو يركز على كيفية تحقيق الأهداف بعيدة المدى ، ويهتم كذلك بتحديد المستقبل السياحي للبلاد ، و تحقيق الأهداف الخاصة بذلك.¹

كما أن التخطيط السياحي لا يقتصر فقط على الجهات الرسمية ، وإنما هو عمل مشترك بين الجهات الرسمية والقطاع الخاص والأفراد .

أ- عوامل نجاح التخطيط السياحي : لضمان نجاح التخطيط السياحي لابد من توفر مجموعة من العوامل هي :

- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ؛

- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب ، وحجم التدفق السياحي ؛

- علاقة السياحة بالبيئة ، إذ نجد أن السياحة والبيئة هما نفس الشيء ، على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي ؛

¹ - هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 95 .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام ، وتحديد ذلك بالمحافظة على البيئة؛¹

- أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية ؛
- تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛²

ب- مزايا التخطيط السياحي : تكمل مزايا التخطيط السياحي في.³

- يساعد على صيانة الموارد السياحية و الاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل ؛

- يعمل على ربط وتكامل القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى ؛

- يعمل على توفير مجمل المعلومات والإحصائيات والتقارير للاستفادة منها ؛

- يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير القطاع السياحي؛

كما يميز التخطيط السياحي مجموعة من الخصائص كما يلي :

- تخطيط مرن ومستمر وتدرجي يقبل أي تعديل ؛

- تخطيط مرحلي منظم يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة؛⁴

- تخطيط يشمل كافة جوانب التنمية السياحية ،الاقتصادية ، الاجتماعية والبيئية . الخ؛

- يسمح التخطيط السياحي بمشاركة جميع الجهات المعنية في جميع المراحل؛

- التخطيط السياحي يراعي الجوانب البيئية ويعمل على صيانتها .

ت- مستويات التخطيط السياحي : للتخطيط أربع مستويات هي :

- المستوى المحلي : ويكون التخطيط السياحي هنا أكثر تخصصا وتفصيلا من المستويات

الأخرى ، ويضم عدة جوانب منها (التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ، مناطق الجذب

¹- محمود حسين الوادي و علي فلاح الزعبي ، دور التخطيط السياحي في إقامة صناعة سياحة متطورة في إطار تنمية مستدامة عامة في المملكة الأردنية الهاشمية ، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره، ص17 .

²- مسمش نجاة وبن عبيد فريد ، دور التخطيط في التنمية السياحية ، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره ، ص06 .

³- نفس المرجع السابق ، ص09 .

⁴ - جمعي عماري ، مساهمة الجماعات المحلية في تشجيع الاستثمار في مجال الصناعة الزراعية الغذائية ، الملتقى الدولي حول " تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة العقيد الحاج لخضر -باتنة ، يومي 27/26 أبريل 2003 ، ص10.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

السياسي و شبكات الطرق المختلفة... الخ¹، مع العلم أنه يسبق التخطيط المحلي دراسات جدوى اقتصادية أولية ، ودراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية ، بالإضافة إلى إدراج قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي .

- المستوى الإقليمي : ويركز على النقاط التالية :

* بوابات العبور الإقليمية ؛

* منشآت النوم بأنواعها؛

* برامج الترويج والتسويق السياحي؛

* مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع .

ما يميز التخطيط السياحي في المستوى الإقليمي أنه أقل تخصصاً من المستوى المحلي ، إذ يرتبط مستوى التخصيص بحجم الدولة أو الإقليم ، إذ لا تحتاج البلاد ذات المساحة الصغيرة إلى تخطيط محلي وإقليمي معاً.

-المستوى الوطني: يغطي هذا النوع من التخطيط مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ؛

-المستوى الدولي : ويقتصر هذا النوع من التخطيط على خدمات النقل و المواصلات بين الدول² ، وقد يشمل التخطيط الدولي المشترك بين الدول ، كما يمكن أن يشمل ذلك التعاون في مجال الترويج والتسويق السياحي ، وتلعب المنظمات والهيئات السياحية الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة دوراً مهماً في هذا النوع من التخطيط ، من خلال تقديم الدعم المعنوي والمادي.

ثانياً: السوق السياحي .

يعرف السوق السياحي على أنه يمثل كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار أو أماكن سياحية تقدم عدداً من المنتجات التي قد ترتبط بمواقع أثرية ودينية وثقافية ، ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها ، كما يتضمن السوق السياحي مستويات مختلفة والتي تضم السياحة المحلية والإقليمية والدولية³ .

¹ - محمد حسين الوادي وعلي فلاح الزعبي ، مرجع سبق ذكره ، ص 18 .

² - مسمش نجاة و بن عبيد فريد ، مرجع سبق ذكره ، ص 12.

³ - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر والسياحة ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق ، الأردن ،

2001 ، ص 125.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

يتضمن السوق السياحي آيتين هما الطلب السياحي والعرض السياحي .

أ- الطلب السياحي : عرف MATHIEN SON AND WALL الطلب السياحي على أنه " العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات و الخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مكان إقامتهم وأعمالهم المعتادة"¹ كما توجد عدة عوامل تؤثر على الطلب السياحي منها:²

-التزايد المستمر لسكان العالم ، مما يؤدي إلى خلق أجيال ذات رغبات سياحية ؛

-زيادة الدخل الفردي يشجع على زيادة الطلب السياحي ؛

-تحسن المستوى المعيشي للأفراد؛

-زيادة أوقات الفراغ للفئة العاملة ؛

-التطور الحاصل في وسائل الاتصال والمواصلات؛

-التحكم في الميزج التسويقي ، ويتحقق ذلك إذ استطاع منتج الخدمات السياحية إنتاج ما يطلبه السائح سواء الحالي أو المرتقب ، وبيعه لتلك الخدمات بالسعر الذي يستطيع السائح الشراء به ، بالإضافة إلى القدرة على توزيع المنتج السياحي ، وبالتالي يوفر له الرضا والإشباع ، وبالتالي فالعلاقة بين الوسائل التسويقية والطلب السياحي علاقة طردية ؛

-المستوى التعليمي والثقافي : يعد هذا الأخير من العوامل المفسرة للطلب السياحي على السياحة العلمية والثقافية ؛

-إجراءات الرحلة السياحية : تؤثر هذه الإجراءات على نفسية السائح إما إيجابيا وإما سلبيا .

كما يأخذ الطلب السياحي الأنواع التالية:³

-الطلب الفعال : وهو يشير للذين يسافرون خلال الفترة الزمنية الجارية فعليا إلى أماكن سياحية ، بالإضافة إلى أنهم يستعملون خدمات وتسهيلات تلك الأماكن ؛

¹ - جلييلة حسن حسنين ، مرجع سبق ذكره ، ص35.

² -هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره، ص55.

³ - عامر عيساني ، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه علوم ، تخصص : تسيير المؤسسات قسم علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر -باتنة ، دفعة(2009-2010)، ص22

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

-الطلب الكامن: ويخص الأشخاص الذين يملكون الدافع للسفر لأجل السياحة ، ولكنهم غير قادرين على ذلك ، نظرا لوجود أسباب مختلفة قد تكون مالية أو وقتية ؛
-الطلب المؤجل: ويخص الأشخاص الذين يستطيعون السفر مع غياب الدافع لذلك ، نظرا لوجود عدة أسباب منها نقص المعلومات أو الفرص والتسهيلات ، وقد تكون كل هذه الأسباب .

كما يتميز الطلب السياحي بعدة خصائص منها:¹

- المرونة : وهي تعبر عن مدى استجابة الطلب السياحي للتغيرات التي تحصل في المحددات الرئيسية له ، وتمثل في الأسعار والدخول ؛
- الموسمية: ويقصد بها تركيز النشاط السياحي في فترات دون أخرى ، حيث يصل الطلب السياحي إلى الذروة في فترات ويقل في فترات أخرى ؛
- الحساسية : وتعبر عن مدى تأثير الطلب السياحي واستجابته للمتغيرات والعوامل السياسية والاجتماعية و الاقتصادية المحيطة بالنشاط السياحي ؛
- التوسع : وهي تعبر عن تميز الطلب على المنتج السياحي بأنه مستمر في النمو عبر الزمن؛
- عدم التكرار: ويعني عدم وصول السياح إلى مرحلة الإشباع لأجل عودته مرة أخرى للبلد ؛
- عدم التجانس: يتميز الطلب السياحي بأنه مزيج من الأذواق والرغبات.
- ب- العرض السياحي: يعرف العرض السياحي على أنه مجموعة المنتجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجيات المستهلك ، وهذا من خلال العطل والأسفار .²
ويصنف العرض السياحي إلى ثلاثة عناصر أساسية هي:³
- مجموعة التراث المتكون من موارد طبيعية وثقافية و صناعات تقليدية ، معالم دينية وغيرها ، والتي تعمل على جلب السياح للاستمتاع بها ؛
- التجهيزات والبنى التحتية التي تلعب دورا هاما في جلب السياح ، كوسائل النقل ، الفنادق و المطاعم... الخ؛
- الإجراءات الإدارية والمتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج كوكالات السياحة والسفر .

¹ - جلييلة حسن حسنين ، مرجع سبق ذكره ، ص 51 .

² - PY PIERRE , **le tourisme un phénomène économique** , édition documentation , Française, 1996, p09

³ - TISSA AHMED , op-cit, p30.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

كما أن للعرض السياحي عدة محددات هي :¹

- عرض خدمات الإيواء: يتميز العرض السياحي لخدمات الإيواء بالتنوع ، إذ نجد أماكن الإقامة تتراوح بين الفنادق بمستويات متعددة والمسكن المفروشة والمجهزة ، القرى السياحية ودور الشباب ، أما من حيث أماكن تواجدها فقد تكون بالقرب من الأماكن السياحية ، وقد تكون بعيدة عنها ؛

- عرض مناطق الجذب السياحي: وتتراوح بين المناطق الطبيعية وأخرى تاريخية ، فالطبيعية تتمثل في المناطق الجبلية والشواطئ والمناطق الصحراوية ، أما المناطق التاريخية فهناك الآثار التاريخية في اليونان و الرومانية بايطاليا والفرعونية بمصر ؛

- عرض المغريات السياحية : ويمكن إجمالي المغريات السياحية في المعارض التجارية والمؤتمرات العلمية والمهرجانات والحدائق المتنوعة؛²

- عرض خدمات النقل: وتتنوع خدمات النقل بين النقل الجوي والبحري والبري ، إذ تعتبر خدمات النقل من أحد الشروط الضرورية للسياحة ؛

- البنية التحتية الأساسية: وتتمثل في التجهيزات والمنشآت العامة ، والتي يستفيد منها القطاع السياحي كالمطارات ، الموانئ والطرق والمستشفيات .

¹ - جلييلة حسن حسنين ، مرجع سبق ذكره ، ص23

² - عامر عيساني ، مرجع سبق ذكره ، ص.28

المبحث الثاني: أساسيات حول السياحة .

للسياحة أنواع وأشكال مختلفة و متعددة لا يمكن حصرها نظرا لتعدد و تنوع سبب قيام ظاهرة السياحة ، و لهذا يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس ، و لكل نوع من هذه الأنواع خصائص معينة ، كما أن للسياحة أهمية كبيرة في جميع المجالات منها الاقتصادية من خلال مساهمتها في زيادة الدخل الوطني المساهمة في الناتج الداخلي الإجمالي ، و تحسين الوضعية الاجتماعية للسكان من خلال توفير فرص العمل و زيادة الدخل للأفراد ، و في المجال الثقافي تلعب السياحة دورا في تقارب الشعوب فيما بينها .

المطلب الأول: أنواع السياحة.

لقد اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف و معيار المنطقة الجغرافية ، فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية و الإستشفائية و السياحة البيئية ، أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية و الإقليمية و الخارجية.

أولا: السياحة حسب المنطقة الجغرافية:

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى :

أ- **سياحة داخلية:** و تعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم¹ ، كما تشمل انتقال السائحين داخليا و يتم إنفاق العملة المحلية² ، و تكمل أهمية السياحة الداخلية في³ :
- تساعد على استغلال المنشآت السياحية؛

¹ - مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، لبنان ، 2003 ، ص15.

² - مروان السكر ، الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى ، دار مجدلاوي ، عمان ، الأردن 1999 ، ص 13.

³ - محمود الديماسي و آخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، 2002 ، ص138.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها و بضائعها؛
 - تؤثر بشكل مباشر على القطاع الزراعي في بلدها؛
 - تساعد على زيادة الدخل القومي للسكان .
- و هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها:¹
- وزارة السياحة و دورها في التخطيط و الإشراف على عمليات و أنشطة التسويق السياحي للبلد ؛
 - الفنادق و المطاعم السياحية ؛
 - خدمات النقل الجوي و البري .
- ب- **سياحة إقليمية:** هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية ، الدول الإفريقية ، دول المغرب العربي ، دول جنوب شرق آسيا ، و تتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح ² .
- ت- **سياحة خارجية:** و هي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة و التعرف على بلاد جديدة و عادات أهلها و طرق معيشتهم و تفكيرهم و مدى ما قدموه من إنجازات ³ ، و تساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال:⁴
- عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول و الشركات السياحية ؛
 - استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية ؛
 - تحسين نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية ؛
 - توسيع التعاون و تعميقه ، و تبادل المساعدات في مجال الدعاية السياحية و الإعلان السياحي.

¹ - عصام حسن الصعيدي ، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية ، دراسة للتسويق السياحي و الفندقية في الدول العربية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، المملكة الأردنية الهاشمية ، 2009 ، ص 33.

² - كواش خالد ، السياحة ، مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص 89 .

³ - صالح ونيس عبد النبي ، المعتمد في السياحة و الآثار ، الطبعة الأولى ، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة و الإعلام ، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى ، 2006 ، ص 17.

⁴ - محمود الديماسي و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص 140.

ثانيا: السياحة حسب الهدف.

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى :

أ- **السياحة الدينية:** و تعتبر من أقدم أنواع السياحة وتمثل في زيارة المواقع الدينية ، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة و المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية¹ ، و هذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان ، و بالتالي فهي مزيج من التأمل الديني و الثقافي ، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري .

ب- **السياحة العلاجية :** و هي سياحة لإمتاع النفس و الجسد معا بالعلاج ، وتعتمد على استخدام المراكز و المستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية و كوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.

ت- **السياحة الإستشفائية:** و هي زيارة المنتجعات السياحية التي خصصت لهذا الغرض² ، و تعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى و شفائهم مثل الينابيع المعدنية و الكبريتية و الرمال و الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض .

ث- **السياحة البيئية:** و هي السفر و الانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع و الدراسة و التقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية و ما يصاحبها من مظاهر ثقافية تقليدية ، و بتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية³ ، و التي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية و الأثرية و البيئية و الطبيعية ، و كل عناصرها من مصادر المياه المعدنية و نباتات و حيوانات و طيور و غابات وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة⁴ ، إذ أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة و البيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة ، فالموارد السياحية هي من مكونات البيئة في المنطقة⁵ . والشكل التالي يوضح أبعاد السياحة البيئية .

¹ - مروان محسن السكر ، السياحة مضمونها و أهدافها ، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول ، الأردن ، 1994، ص 13

² - مروان السكر ، مرجع سبق ذكره ، ص 14.

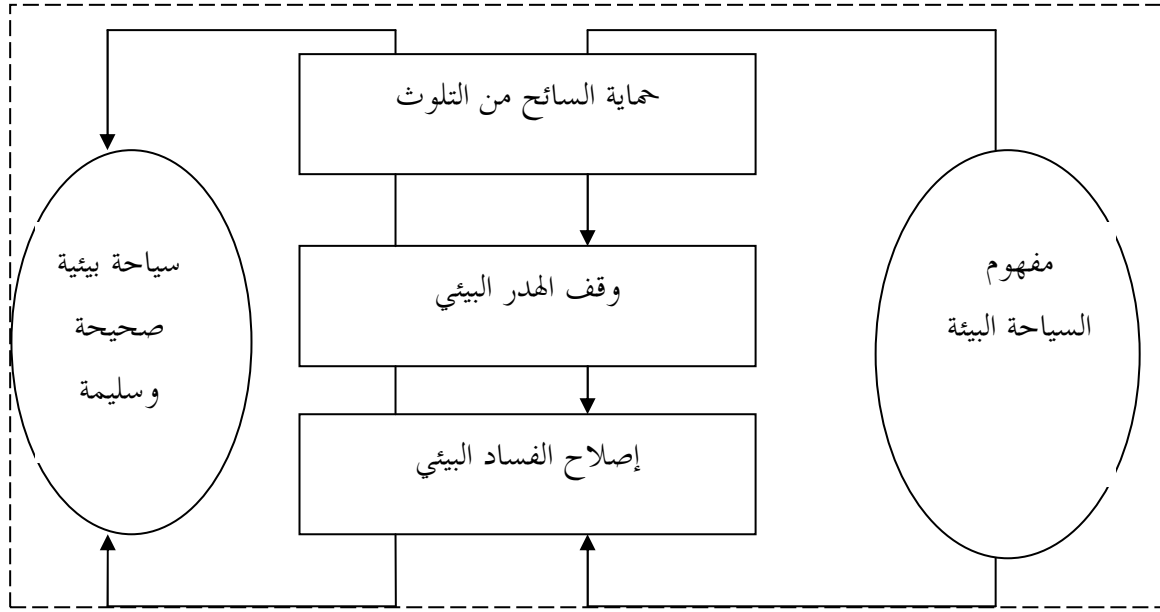
³ - عصام حسن الصعيدي ، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية ، مرجع سبق ذكره ، ص 131.

⁴ - العبوي زيد منير ، السياحة في الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، دار الراية ، الأردن ، ص 48.

⁵ - خربوطلي صلاح الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 146.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

الشكل رقم (01): أبعاد السياحة البيئية.



المصدر: محسن أحمد الخضيري ، السياحة البيئية ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، مصر ، 2005 ، ص 46.

من خلال الشكل نلاحظ وجود ثلاث أبعاد للسياحة البيئية وهي :

- حماية السائح من التلوث : و تعني توجيه السائح إلى الأماكن السياحية البعيدة عن العمران ، و الخالية من أخطار تهدد حياة السائح ؛
- وقف الهدر البيئي : و تعبر عن القيام بالأنشطة السياحية الرفيعة بالبيئة ، ولا تسبب أي هدر و تلوث للموارد البيئية ؛
- إصلاح الفساد البيئي: و تعني إرجاع الوضع إلى مكان عليه في السابق قبل حدوث الهدر و التلوث البيئي ، والحث على التعامل السليم مع البيئة القائمة .
- ج- **السياحة التاريخية**: يعد هذا النوع من أحسن أنواع السياحة ، حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح ، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة و الترفيه و على كل ضرورات المحافظة عليها ، كما أن للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم و تقوية العلاقات¹ ، كما تتطلب استثمارات كبيرة لرؤوس الأموال لتطويرها و حمايتها² .

¹ - صالح ونيس عبد النبي ، مرجع سبق ذكره ، ص90.

² - مصطفى عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص47.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ح- **السياحة الثقافية:** يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة و التعليم ، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة ، و يمثل هذا النوع نسبة 10 % من حركة السياحة العالمية ، و نجد هذا النوع من السياحة متمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة و أشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة و الحضارات الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية و المسيحية على مر التاريخ و العصور.

خ- **السياحة الاجتماعية:** تسمى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات ، والسبب في تواجد مثل هذا النوع هو أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط.

د- **السياحة الترفيهية:** و هي من أقدم أنواع السياحة و أكثرها انتشارا ، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية ، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح ، و تكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس ، و يطلق عليها بالهوايات مثل صيد السمك ، الغوص و التزلج و الذهاب إلى المناطق الجبلية و الصحراوية.

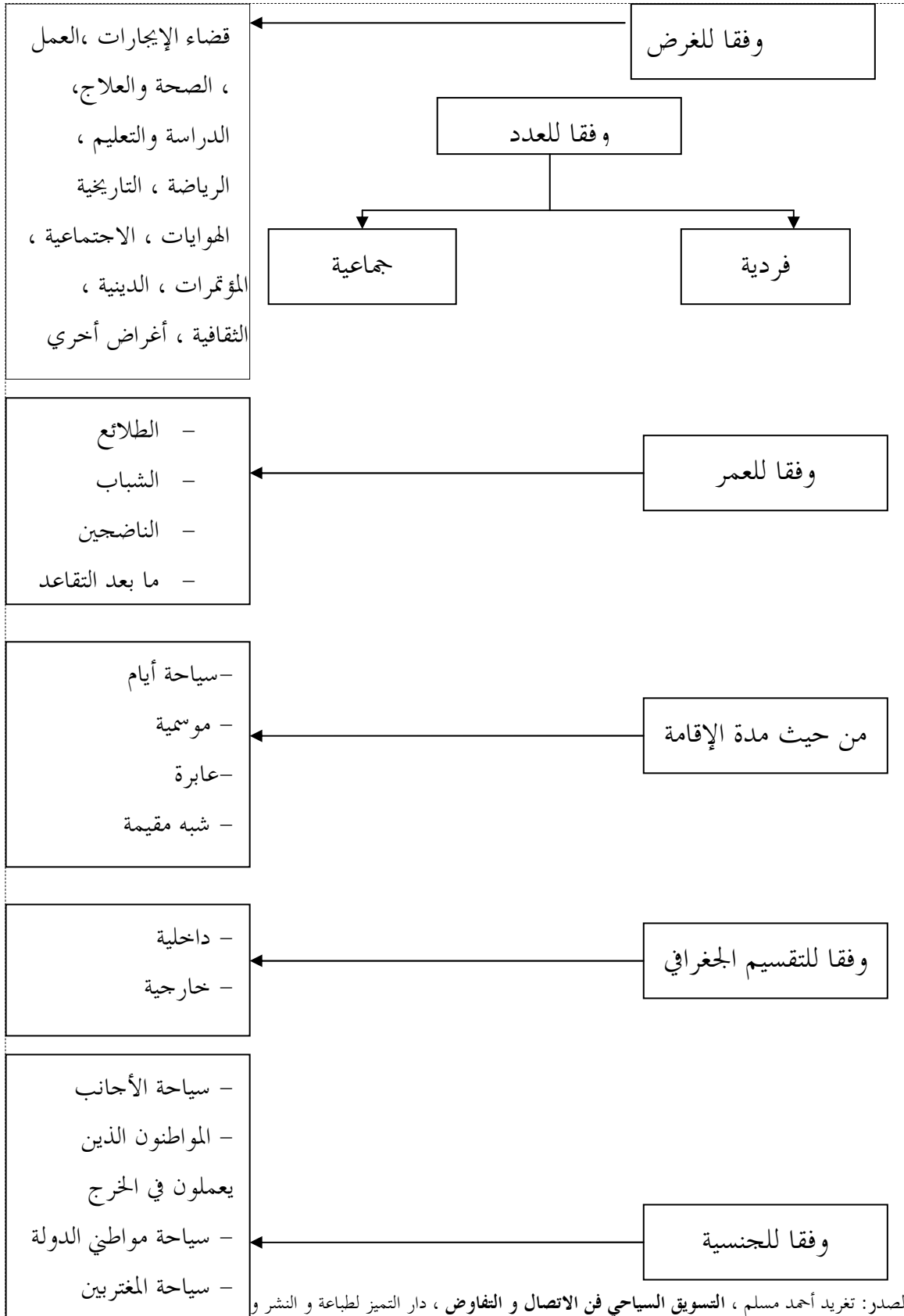
ذ- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من السياحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم ، و يعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ ، و وجود الفنادق و القاعات المجهزة لعقد الاجتماعات و المطارات الدولية.

ر- **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها ، و مثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية و بطولات العالم المختلفة¹ ، و الشكل التالي يلخص أنواع السياحة.

¹ - كواش خالد ، السياحة ، مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، مرجع سبق ذكره ، ص93.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

الشكل رقم(02): أنواع السياحة.



الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المطلب الثاني: الأهمية المختلفة للسياحة.

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة و النامية على السواء ، و في ما يلي عرض لأهمية السياحة في النقاط التالية.

أولاً: الأهمية الاقتصادية.

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي يتولد عنها دخول لمختلف عناصر الإنتاج العاملة في مجالات السياحة ، و قد نمت إيرادات السياحة الدولية بمعدل سنوي بلغ 09% في المتوسط خلال السنوات العشر من 1988 إلى 1997 ، و قد أحصت المنظمة العالمية للسياحة عدد السياح في العالم لسنة 1997 ب 62.80 مليون سائح و ينفقون ما مقداره 4430 مليار دولار ، حيث أصبحت السياحة الصناعة الأولى في العالم¹ .

و من وجهة نظر الإنتاج تساهم السياحة بحوالي 1.5 % من الناتج الإجمالي العالمي ، كما أن السياحة هي مصدر رئيسي للعمالة ، حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها² ، إذ توفر نحو 200 مليون فرصة عمل أي حوالي 08 بالمائة من مجموع فرص العمل في العالم ، و تساهم السياحة بنحو 5.5 مليون فرصة عمل سنويا حتى عام 2010³ ، حيث أن قطاع الإيواء الفندقية وحده يستخدم حوالي 11.3 مليون عامل على النطاق العالمي ، و الشكل التالي يوضح طرق خلق قطاع السياحة لفرص العمل

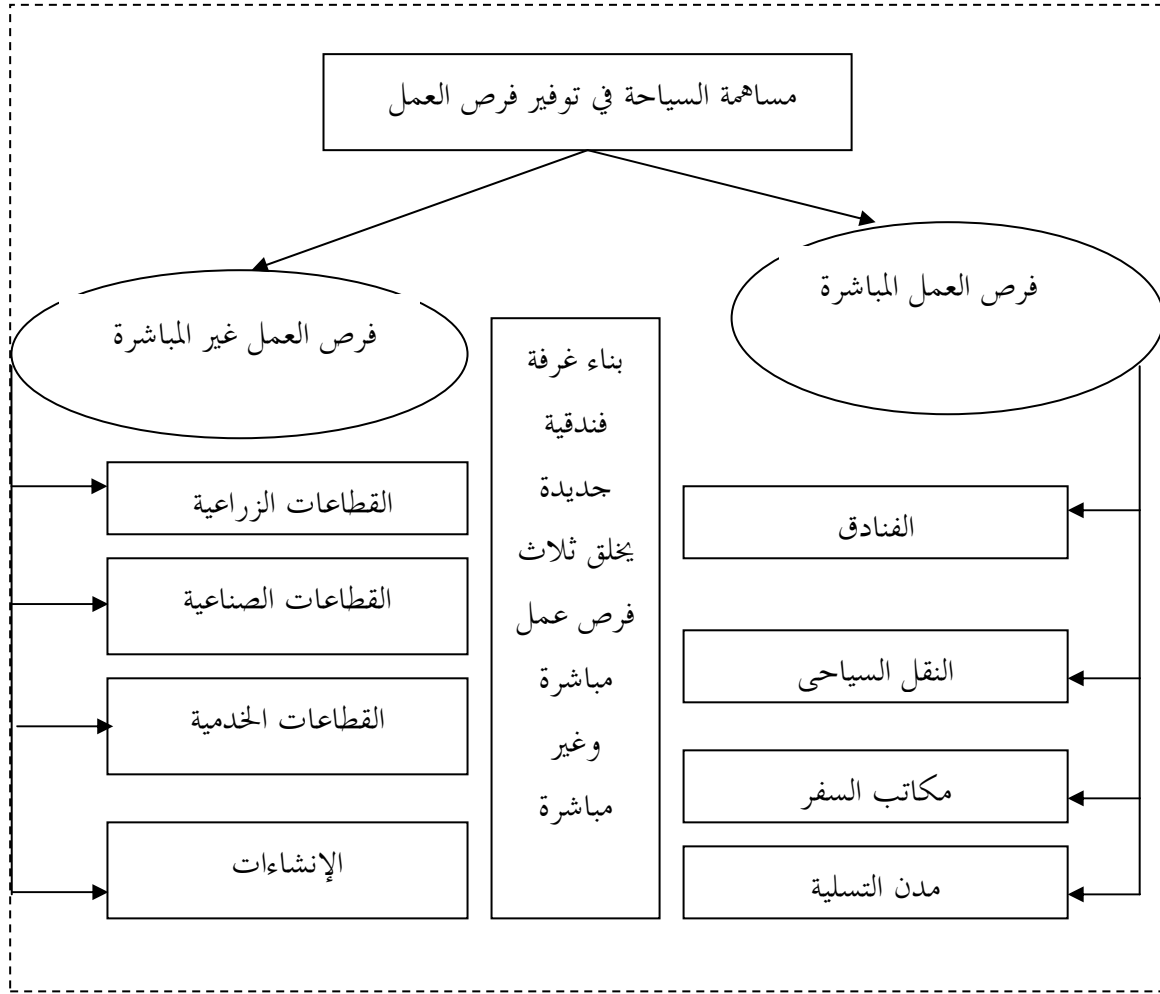
¹ - هواري معراج و محمد سلمان جردات ، السياحة و أثرها على التنمية الاقتصادية العالمية ، حالة الاقتصاد الجزائري ، مجلة الباحث ، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية ، العدد 03 ، ورقلة ، 2005 ، ص 22.

² - زيد منير سلمان ، الاقتصاد السياحي ، دار الراية ، الأردن ، 2008 ، ص 25.

³ - عبد الرحمن السحالي و حبيب الهبر ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة ، سلسلة 01 ، ص 02.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

الشكل رقم (03): آليات خلق السياحة لفرص العمل.



المصدر: إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا و المعالم السياحية، الطبعة الأولى، الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص222.

من خلال الشكل يتضح أن فرص العمل المباشرة تنشأ عن القطاعات التالية (الفنادق ، النقل السياحي ، مكاتب السفر و مدن الترفيهية) ، أما فرص العمل غير المباشرة فتنشأ عن القطاعات الزراعية و الصناعية و الخدمية ، و قطاعات الإنشاءات المختلفة .

بالإضافة إلى ذلك تؤدي السياحة إلى إنعاش الاستثمار في البنيات الأساسية مثل تشييد المباني و الطرق و السكك الحديدية... الخ ، هذا فضلا على أن السياحة تساهم في جذب رؤوس الأموال من خلال العملات الصعبة و رؤوس الأموال¹ .

¹ - أحمد محمد مقابلة ، صناعة السياحة ، دار الكنوز المعرفية ، الأردن ، دون سنة نشر ، ص26.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ثانيا- الأهمية الاجتماعية.

تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي¹ :

- زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي بمختلف عادات و شعوب الطرف الآخر (السياح)؛
- زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات و شعوب و قيم أجدادها و آبائها و الحفاظ عليها من الزوال و الاضمحلال؛
- توفر عادات السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة ، و التي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب شغل؛
- رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي و الحضاري؛
- تحسين نمط حياة الأفراد ، و تحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي ؛
- التفاعل و الاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزاراة من جهة و من جهة السياح ، سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى ، الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي.²

ثالثا: الأهمية السياسية .

للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم في:

- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول؛
- النتائج الايجابية للسياحة على المستوي الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية؛³
- تعمل على تحقيق الحوار و معرفة الآخر و تساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة ، و نشر مبادئ السلام العالمي ؛

¹ - عصام الدين الأحمدى ، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر ، النشرة الاقتصادية ، بنك مصر ، العدد 01 ، 1998 ، ص72.

² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ ، مرجع سبق ذكره ، ص112.

³ - أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، 1999 ، ص17.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

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

رابعا: الأهمية البيئية.

تكمل الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي :

- الوعي المتزايد بأهمية البيئة و ضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة و ممارسات الشركات و المصانع من جهة أخرى ، و بالتالي بدأ الوعي و العمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة و استدامتها للأجيال القادمة ، و تجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية.*

خامسا: الأهمية الثقافية.

للسياحة أهمية ثقافية نذكر منها :

- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري و تبادل الثقافة و العادات و التقاليد بين الشعوب ، و أداة لإيجاد مناخ مشبع يروج للتفاهم و التسامح بينهم ، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي (تداول العلوم و المعارف)؛

- تساهم السياحة في انتشار ثقافات الشعوب و حضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة ، و توطيد العلاقات بين الشعوب و زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم أي انفتاحهم على مختلف ثقافات العالم¹ ؛

- توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ و صون التراث و المواقع الأثرية و التاريخية، و التي تعد جزءا من ذاكرة و ثقافة البلدان المضيئة؛

* السياحة البيئية: هي جزء من السياحة المستدامة تنبع أسسها من النواحي البيئية و الاقتصادية و الاجتماعية ، و تساهم في المحافظة على الإرث الوطني و الطبيعي و الثقافي ، و هي تعمل على مشاركة السكان المحليين و مساهمتهم في تخطيط و تطوير المشاريع ، و بالتالي تخفف من التزوح السكاني نحو المدن الكبرى.

1- مخلوفي عبد السلام ، دور السياحة في التنمية المحلية ، المنتدى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003 ، ص04.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- تساعد على إنشاء المنتزهات و تعمل على المحافظة على البيئة و حمايتها ، و تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع؛

- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.

المطلب الثالث: السياحة المقومات ، الخصائص و النتائج.

تحتاج السياحة مجموعة من المقومات تتراوح بين المقومات الطبيعية التي تشكل الوعاء الأساسي لقيام السياحة ، وكذلك المقومات المادية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح و تلبية احتياجاتهم المختلفة ، و لقيام ظاهرة السياحة لابد من توفر مجموعة من الشروط والخصائص، كما ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي على المجتمع المضيف و منها ما هو سلبي .

أولاً: مقومات السياحة .

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها :

أ- **المقومات الطبيعية** : وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا للسياح من جمال الطبيعة ، و الابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية ونجد :¹

- المناخ: وهو ذلك الجو السائد في بلد معين ، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف ، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء ، و المناطق الجبلية و الساحلية في فصل الصيف ، و بالتالي يمكن تقسيم المناخ في العالم إلى نمطين هما :²

● مناخات هادئة : تتميز بقلة تقلب خصائص عناصرها ، كمناخ البحر المتوسط ، والمناخات السائدة في المناطق الغابية ، و السفوح الجبلية منخفضة المنسوب .

¹- ناصر مراد ، دور السياحة في التنمية المستدامة - حالة الجزائر ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص05.

²- إبراهيم عليوات ، السياحة في الدول العربية - واقع و تحديات ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- مناخات تتسم بالإثارة : نظرا لكثرة تقلب خصائصها ، كهبوب الرياح وسقوط الأمطار الغزيرة ، وكثرة تساقط الثلوج ، وهذا النوع من المناخ يؤثر سلبا على السياحة ، كتدمير بعض المنشآت السياحية ، وغلق الطرق و الاتصالات.
- الموقع الجغرافي: يلعب الموقع الجغرافي دورا مهما في السياحة ، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي ، فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي .
- أشكال سطح الأرض: و يبرز من خلال التضاريس و السلاسل الجبلية و المسطحات المائية ، هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية ، و إقامة منتجعات سياحية ، مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق .
- الحمامات المعدنية: و يمكن استغلال الحمامات الطبيعية إما من أجل العلاج للمرضى ، أو اللجوء إليها للحصول على الراحة و المتعة .
- المناطق الصحراوية: تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح ، نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى ، كتوفرها على الكثبان الرملية مثلا .
- ب- **الإمكانيات التاريخية و الأثرية:** تعتبر المقومات التاريخية و الأثرية من الإمكانيات السياحية الهامة ، وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر ، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية ، من خلال التعرف على تطور و تعاقب الحضارات.¹
- ت- **المقومات الدينية :** تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية ، و تعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم ، من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم ، و هذا لأجل أداء مناسك الحج و العمرة .
- ث- **المقومات الثقافية:** و تلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات و تقاليد الشعوب و فنونها الشعبية و الصناعة التقليدية لهذه الشعوب ، والتظاهرات الثقافية والفنية .²

¹ - نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007 ، ص147.

² -Alain Mespeler et pierre bloc duraffour , le tourisme dans le monde , 4ème édition , breal , France , 2000 , p70.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ج-المقومات المادية: تعتبر الإمكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد ، وتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (المطارات والطرق والسكك الحديدية) ، و البنى الفوقية كالفنادق والاتصالات و النقل... الخ .

ح-المقومات المؤسساتية: وتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي ، ولعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة ، من خلال سن التشريعات و القوانين ، و الهياكل التنظيمية العامة ، ووضع خطط التسويق و برامج الترويج للسياحة .

ثانيا: خصائص السياحة وشروطها.

للسياحة مجموعة من الخصائص والشروط نوجزها فيما يلي :

أ- خصائص السياحة : ونجد

- تعتبر السياحة منتوج غير مادي ، و بالتالي لا يمكن نقله من مكان لآخر ؛
- المنتوج السياحي* مركب : إذ أنه مزيج من مجموعة عناصر مع بعضها البعض ، و تتشابك مع قطاعات أخرى ، حيث أن السياح يستهلكون السلع و الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية كالإقامة و الإطعام ، و يستهلكون كذلك سلع و خدمات تقدمها منشآت أخرى ، مع العلم أن هذه العناصر متكاملة من حيث جلبها للسياح¹ .
- المنتوج السياحي غير قابل للتخزين : لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات ، لزيادة الطلب على المنتج السياحي ؛
- تواجه المنتجات السياحية منافسة دولية كبيرة ، و لهذا وجب توفير كل شروط الطلب السياحي لإرضاء الزبون ؛

* المنتج السياحي: يقصد به كل الثروات السياحية المختلفة ، و النشاطات و الأعمال و الهيئات الإدارية و الفنادق ، و وسائل النقل التي تساهم في تنقل السياح.

¹-كواش خالد ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة- حالة الجزائر ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة ، العدد 13 ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 ، ص51.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- يعتبر المنتج السياحي منتج قابل للتصدير ، ولهذا فهو يتأثر بالعوامل الخارجية¹ ، و هي تمثل كذلك عرضا للخدمات و ليست منتوجات مادية يمكن نقله من مكان لآخر ، أي أن المستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليها ؛
- تتميز بعض المناطق السياحية بأنها موسمية النمط ؛²
- تتعدد و تتباين أنواع السياحة و أغراضها ، مما يترتب عليها تنوع و اختلاف الأنشطة و طبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها³ .
- ب- شروط ظاهرة السياحة : لظاهرة السياحة مجموعة من الشروط منها⁴
 - السياحة نشاط مركب من عدة ظواهر و علاقات (اقتصادية ، اجتماعية و ثقافية)
 - للسياحة عنصرين أحدهما ديناميكي يتمثل في الرحلة ، و الآخر ثابت يتمثل في الإقامة المؤقتة ؛
 - السياحة محدودة زمنيا فأدائها أربعة وعشرون ساعة (24) و مداها الأعلى سنة ؛
 - تعتبر رحلة سياحية إذا ارتبطت بعنصر وقت الفراغ و العطل ؛
 - أن لا يكون من وراء السفر البحث عن عمل مأجور ؛
 - يجب أن لا تكون الأماكن السياحية المقصودة من طرف السائح موجودة في نفس المكان الذي يقيم فيه ؛
 - دمج سكان المجتمع المحلي و توعيتهم و تثقيفهم بيئيا و سياحيا؛⁵
 - إدارة سليمة للموارد الطبيعية و التنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئيا ؛
 - التعاون بين مختلف الفاعلين في قطاع السياحة لأجل إنجاح السياحة البيئية .

ثالثا: نتائج السياحة و المشاكل التي تواجهها.

ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي ومنها ما هو سلبي كما يلي :

¹ - ناصر مراد ، مرجع سبق ذكره ، ص 03.

² - محمد الصيرفي ، التخطيط السياحي ، دار الفكر الجامعي ، 2006 ، ص 21.

³ - نزيه الدباسة ، إدارة القرى السياحية ، دار الحامد ، الأردن ، 2009 ، ص12.

⁴ - معيزي قويدر ، مرجع سبق ذكره ، ص03.

⁵ - الرجباني المنجي ، السياحة و البيئة ، مجلة البيئة ، الهيئة العامة الليبية ، العدد07 ، ليبيا ، 2002 ، ص80.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

أ- الآثار الايجابية للسياحة : و نجد منها.

- السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب و مجتمعات الدول السياحية ؛
- تعتبر السياحة وسيلة التقاء الشعوب مع بعضها البعض ، إذ توفر الاحتكاك المباشر بين هذه الشعوب ، وبالتالي انفتاح الشعوب على العالم ،¹
- تعمل السياحة على تطوير وسائل النقل و المواصلات ، و إقامة المطارات و الموانئ و شق الطرق ؛

- تؤدي السياحة إلى الرفع من المداخيل المحققة من الضرائب ؛

- تساعد السياحة على ترقية الصناعات التقليدية و التراث الثقافي ؛

- الحفاظ على الآثار التاريخية و ترفيتها .

ب- الآثار السلبية للسياحة : وهي كما يلي .

- قد تؤدي السياحة إلى حدوث خلل اجتماعي ، من خلال تأثير العادات و التقاليد للمجتمعات الغربية على الدول التي تتميز أسرها بالمحافظة ؛

- عادة ما يحدث تمايز الأفكار و الاتجاهات و المعارف و اللغة ، و غياب التفاهم بينهما ؛

- تعمل السياحة على زيادة أسعار السلع و الخدمات ، من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف ، كما يؤدي ذلك إلى ارتفاع أسعار العقارات ؛

- في كثير من الأحيان تؤدي السياحة إلى ترك آثار سلبية على البيئة ؛

- تعمل السياحة كذلك على نشر الجريمة ، و تشجيع على تهريب الآثار ، نظرا لارتفاع أثمانها ؛

- غياب التوازن بين أجور موظفي قطاع السياحة مع أجور موظفي القطاعات الأخرى ؛ ما

يشجع على انتقال الإطارات إلى القطاع السياحي ، نظرا للامتيازات التي يمنحها القطاع

السياحي ؛²

- قد تخلق السياحة مشكل للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية ، بسبب

تعرضه للأزمات المختلفة (اقتصادية ، أمنية .. الخ)³ .

¹ - نعيم الطاهر و سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، 2001 ، ص28.

² - يسرى دعبس ، السياحة ، المنتدى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2001 ، ص89.

³ - بوعافية رشيد ، أثر تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات على القطاع السياحي ، المؤتمر العلمي الدولي حول "

السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- ت- المشاكل التي تواجه السياحة : تشكو السياحة من جملة من المشاكل أهمها.
- نقص المقومات السياحية الذاتية: قد يعاني بلد ما من نقص الموارد السياحية الطبيعية منها و التاريخية و الثقافية ، هذا ما يشكل عائقا أمام تطوير السياحة لهذا البلد ؛
- تراجع الوعي السياحي : لا تزال بعض البلدان تعاني من نقص الوعي بالأهمية المختلفة للسياحة من جميع النواحي (اقتصادية ، اجتماعية و ثقافية)؛
- نقص البنى الأساسية للسياحة: هناك الكثير من بلدان العالم تشتكي من نقص الهياكل الأساسية لإقامة سياحة ناجحة ، و قد تكون هذه البنى الأساسية فوقية أو تحتية ؛
- غياب الاستثمارات السياحية : تعاني عديد من الدول من غياب المشاريع الاستثمارية السياحية ، و خاصة البلدان النامية منها ، فرغم توفر الإمكانيات الطبيعية لدى هذه الدول ، إلا أنها لا تستطيع الحصول على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية¹؛
- الأمن السياحي : يعتبر توفير الأمن و سلامة السياح من الأمور الهامة و الأساسية ، التي لا بد من توفرها في البلد السياحي ، إذ أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف .

¹ - هيادي فاطمة الزهراء ، التدريب كأحد متطلبات تحقيق الجودة الشاملة في قطاع السياحة في ظل إستراتيجية السياحة العربية ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص04.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المبحث الثالث: التسويق السياحي .

يعد التسويق السياحي وظيفة أساسية تعتمد على دراسة وتحديد حاجات ورغبات المستهلكين ، وبالتالي تصميم وتقديم سلع وخدمات توافق تطلعات المستهلك ، كما يعد كذلك أحد أنواع التسويق الخاص بقطاع الخدمات وهناك من يعتبر أن التسويق السياحي متميز عن باقي أنواع التسويق ، نظرا لكونه يهتم بعالم لا ملموس ، أي يهتم بتسويق الخدمات وهذا ما يجعل للتسويق السياحي أهمية كبيرة في صناعة السياحة .

المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي.

يتشكل التسويق السياحي من خلال عناصر المزيج التسويقي الذي يعتبر الأداة الرئيسية التي تساهم في خلق وتطوير الطلب على المنتجات السياحية ، وذلك من خلال الكشف عن الحاجات النفسية والفسولوجية لدى القطاعات المستهدفة ، وبذل الجهد على تحويلها إلى طلبات لسلوك استهلاكي للخدمات السياحية.

أولا: تعريف التسويق السياحي وأهدافه.

هناك عدة تعاريف للتسويق السياحي سوف نتطرق إليها من خلال ما يلي :

-تعريف كريد باندرروف(Krid Pendrof) حيث عرف التسويق السياحي على أنه "التنفيذ العملي المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية ، سواء كانت خاصة أم عامة ، على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي ، وهذا بغرض تحقيق الإشباع لمجموعة من المستهلكين(السياح) ، وبما يحقق عائدا ملائما يضمن استمرارية النشاط"¹ .

-تعريف بارتليس(Bartles) عرف التسويق السياحي على أنه "عملية موجهة نحو السائحين تهدف إلى تأمين وتلبية احتياجاتهم الاستهلاكية ، وذلك عبر القنوات التوزيعية للمؤسسات السياحية المختلفة ، والتي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط وقيود البيئة الخارجية التي تنشط فيها هاته المؤسسات السياحية"² .

¹ -فراح رشيد ، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول "، مرجع سبق ذكره ، ص07.

² - نفس المرجع السابق ، ص08

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

كما تم تعريف التسويق السياحي على أنه " هو التنفيذ المنظم systematic والمنسق (coordinated) للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي ، الوطني ، الإقليمي والدولي ، لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة ، والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة ، نمو سياحي أو دخل سياحي ...الخ"¹ .

وبالتالي يمكن اعتبار التسويق السياحي على أنه ذلك النشاط التقني والإداري الذي تقوم به المؤسسات السياحية محليا و دوليا لتحديد الأسواق السياحية والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف زيادة حركة النمو السياحية ، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الدوافع والرغبات للقطاعات السوقية المختلفة المستهدفة .

يسعى التسويق السياحي إلى تحقيق الأهداف التالية:²

-إرضاء السائح: الهدف الأساسي من التسويق السياحي هو إرضاء المستهلك ، حيث يحصل السياح على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة وبطريقة مرضية وملائمة ومتوافقة مع توقعاتهم وأذواقهم؛

- جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا : وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد؛

-تحقيق الأرباح : إذ يعمل التسويق السياحي على مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية ؛

-احتكار سوق سياحي معين و تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معقولة.³

كما يعتمد التسويق السياحي على ثلاث ركائز هي :⁴

¹ - خالد مقابلة وعلاء السراي ، التسويق السياحي الحديث ، سلسلة السياحة والفنادق ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2000 ، ص12.

² - نفس المرجع السابق ، ص13.

³ - صحراوي بن شيحة و بن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص05

⁴ - عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 ، ص16.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- دراسة الحاجات والرغبات والإمكانيات والأذواق المتصلة بالمستهلكين أو المستخدمين في الأسواق المستهدفة للسلع والخدمات محليا وخارجيا،
- تحديد ذلك القدر من الإشباع الذي تحصل عليه مؤسسة إنتاجية أو تسويقية أو كلاهما معا؛
- توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة وبإشراف مباشر من الإدارات العليا.

ثانيا: أهمية التسويق السياحي ووظائفه.

العناصر التالية تبرز أهمية التسويق السياحي:¹

- التسويق يساعد على دراسة سلوك المستهلك ، فإذا تمكنا من دراسة سلوك المستهلك يصبح من السهل دراسة درجة أو مستوى توقعهم؛
- يساعد التسويق السياحي على زيادة حدة التنافس ، إذ تلعب حدة المنافسة بين المؤسسات السياحية دورا كبيرا في تقديم خدمات مناسبة وبأسعار منافسة ؛
- يسهل التسويق السياحي عملية تخطيط المنتج السياحي ؛
- يساهم التسويق السياحي في تسهيل عملية تحديد الأسعار ، وذلك من خلال جعلها أكثر مصداقية من خلال معرفة كاملة بالظروف المتغيرة في السوق ؛ كما يساهم في تطوير عمليات الترويج ، حيث تلعب الاستراتيجيات التسويقية دورا هاما في التأثير على المستهلك ، كما تلعب الإعلانات التجارية والحملات الدعائية أهمية كبيرة في التأثير على سلوك المستهلك.
- ويعمل التسويق السياحي على تحقيق ثلاث وظائف هي:²
- الاتصال : وهي عملية إقناع المستهلكين بملائمة الخدمات السياحية مع توقعاتهم ورغباتهم؛
- التنمية: عن طريق تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة؛
- المراقبة: وتعمل على الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتوفرة.

ثالثا: الخصائص التسويقية للسياحة والبيئة العامة لها.

تتميز السياحة بمجموعة من الخصائص التسويقية منها:³

- تعدد العناصر والأجزاء المكونة للمنتج السياحي؛

¹ - خالد مقابلة وعلاء السراي ، مرجع سبق ذكره، ص17.

² - هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص74.

³ - عبيدات محمد، مرجع سبق ذكره ، ص72.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- العنصر البشري هو العنصر الهام في إدارة المكان أو الموقع السياحي؛
- المنتج السياحي الأصلي هو شيء متجدد؛
- أساس المنتج السياحي هو التطوير والصيانة وتقديم المزيد من الخدمات والتسهيلات السياحية؛
- عدم اكتمال المنتج السياحي دون اكتمال وتوفير كافة الخدمات والتسهيلات .
- وتكامل البيئة العامة للتسويق السياحي كما يلي :¹
- العميل: يعتبر العميل نقطة البداية والنهاية في العملية التسويقية ، ولهذا وجب التركيز عليه؛
- التحديد الدقيق للمزيج التسويقي ، وهذا من خلال ما يحتويه من سلع وخدمات من سعر ومكان توزيعها والقائمين عليها وعملية الترويج التي تحظى به؛
- الدراسة والتحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة على البرامج والنشاطات التسويقية ؛
- البيئة السياحية والتي تضم كل من الموردين والوسطاء والمنافسين والجمهور ؛
- البيئة الكلية وتضم العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.

المطلب الثاني: المزيج والترويج التسويقي السياحي .

يعبر المزيج التسويقي للخدمات السياحية عن مزيج من الأنشطة والأجزاء مع بعضها البعض ، بهدف الحصول على توليفة مع دراسة السعر المناسب لذلك ، ثم القيام بعملية الترويج له لأجل تحقيق منفعة للسائح.

أولاً: المزيج التسويقي السياحي.

أ-تعريف المزيج التسويقي السياحي.

يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه " مجمل التغيرات التي يراقبها منتج السلع والخدمات ، والتي تمكن من تطوير عرض منتجاته على الزبائن المستهدفين ، ونقصد بذلك مجمل الوسائل العملية التي تطبق على السوق".²

كما يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه " برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات) والسعر و المكان (المكان السياحي) والترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على

¹ -لحشم قسيمة وفاطمة قبة ، التسويق السياحي أداة لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول "

السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول"، مرجع سبق ذكره ، ص.10

² - كاترين قبو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت ، لبنان،

2008 ، ص.137.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

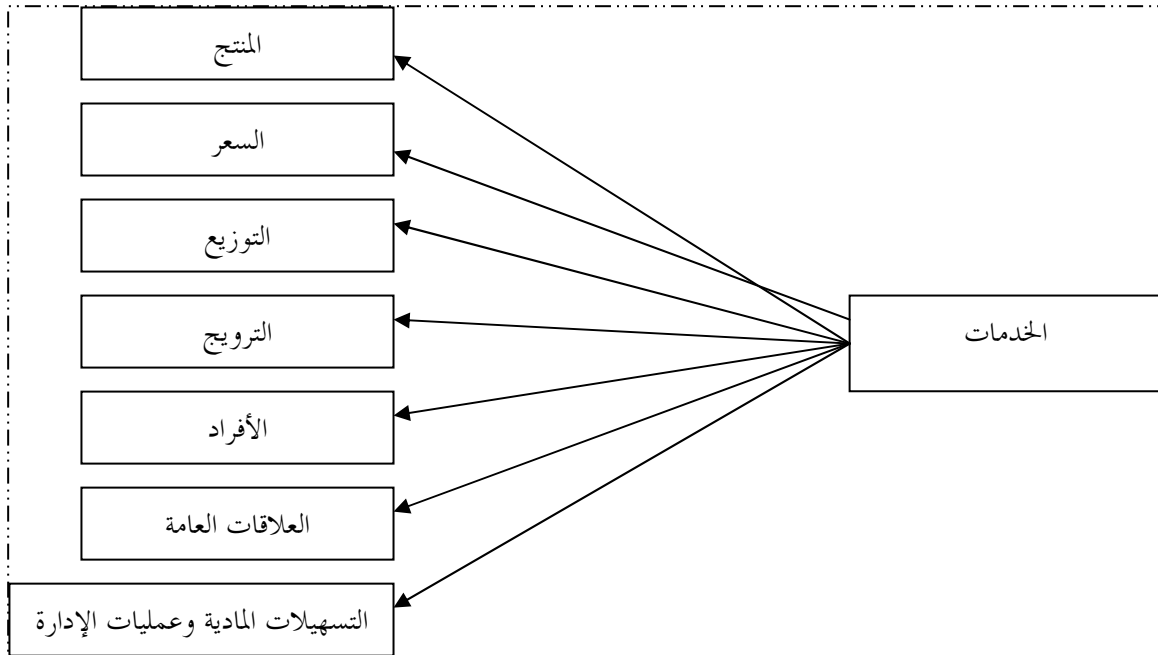
الأخر".¹

ويعرف كذلك على أنه " مجموعة من المتغيرات القابلة للسيطرة والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية في الأسواق المستهدفة والمحددة مسبقاً".²

ب - عناصر المزيج التسويقي السياحي : يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية وهي (المنتج، السعر، الترويج ، التوزيع)، كما قام judd عام 1986 بإضافة عنصر الأفراد ، وأضاف koller عام 1986 العلاقات العامة ، وأضاف magrath في نفس السنة الأفراد والتسهيلات المادية وعمليات الإدارة ، وبالتالي أصبح للمزيج التسويقي سبعة عناصر.³

أما فيما يخص المزيج التسويقي السياحي فيتكون كذلك من سبعة عناصر وهي (المنتج السياحي، التسعير السياحي، التوزيع السياحي، الترويج السياحي، الأفراد ، التسهيلات المادية وعمليات الإدارة) ، وهي موضحة في الشكل التالي

الشكل رقم(04): عناصر المزيج التسويقي السياحي.



المصدر: صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، مرجع سبق ذكره ، ص06

¹ - ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة ، دار زهراء ، عمان ، الأردن ، 2008 ، ص 144.

² - زكي خليل المساعد ، مرجع سبق ذكره، ص217.

³ - صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- الخدمة (المنتج السياحي): وهو عبارة عن مجموعة من العناصر داخل إقليم الدولة ، حيث يشكل المنتج السياحي مصدرا مهما لجلب السياح؛
- التسعير السياحي : وهو يعبر عن كافة مصاريف الإنتاج السياحي من تكاليف الإطعام ، النقل والإيواء، وغيرها من الخدمات السياحية المرافقة؛
- التوزيع السياحي: ويعتمد التوزيع السياحي على قناتين هما طريقة التوزيع المباشر وذلك بالاتصال المباشر مع المستهلكين النهائيين ، وطريقة التوزيع غير المباشرة وتعمل على توزيع الأعباء ومصاريف على مختلف المتعاملين والوسطاء في عملية التوزيع السياحي ؛
- الترويج السياحي: يمثل مختلف الجهود الترويجية المبذولة عن طريق مختلف وسائل الاتصال المختلفة بغية توضيح الصورة السياحية للبلد؛¹
- الأفراد: ويقصد به ذلك العنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية و يشارك في تقديمها؛
- التسهيلات المادية: وترتبط هذه التسهيلات بوجود الأماكن السياحية كالحدايق والمساحات الخضراء ، وكذلك الهندسة المعمارية للمباني وتأثيرها ، ونوع الأماكن السياحية والآثار السياحية والأماكن الاستجمامية؛²
- عمليات الإدارة : وترتبط بإدارة الوظائف التسويقية من خلال تحليل وتخطيط وتنفيذ البرامج السياحية المصممة.
- ث- قنوات المزيغ التسويقي السياحي: وهذه القنوات هي عبارة عن شبكات التي يصل من خلالها المنتج السياحي إلى السوق ، وتتكون هذه القنوات من :³
- وكالات السفر: حيث تقوم ببيع خدمات السفر للجمهور والقيام كذلك بعمليات الحجز ، وبيع التذاكر مقابل عمولات؛
- وكالات السياحة : تقوم بتحضير مخطط أو رزمة سفر (نقل، إقامة، إطعام، ترفيه) لمدة معينة تعرضها للزبائن الراغبين فيها؛

¹ - صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، مرجع سبق ذكره ، ص11.

² - عبيدات محمد ، مرجع سبق ذكره، ص20.

³ - جودي سامية وخير الدين جمعة، التسويق كمتطلب أساسي للسياحة الصحراوية - واقع ولاية بسكرة ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول "، مرجع سبق ذكره، ص10.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- نوادي وجمعيات السفر: وتعتمد في نشاطها على وكالات السفر والسياحة ، وتعمل على تصميم رحلات سياحية خاصة لأعضائها.

ثانيا: الترويج السياحي.

أ- تعريف الترويج السياحي: تعني كلمة الترويج في اللغة العربية " روج ، راج -رواجا : نفقة" وروجه ترويجا: نفقته" ، إذا كلمة ترويج تعني تنفيذ الشيء ، و حتى ينفذ هذا الشيء لابد من الاتصال بالآخرين.¹

ويعرف الترويج (Promotion) بأنه " التنسيق بين جهود البائع في إقامة منافذ المعلومات وفي تسهيل بين السلعة أو الخدمة أو في قبول فكرة معينة"².

أما فيما يخص الترويج السياحي فيعرف على أنه " كافة الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف المحددة لها في الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة لهذا البلد ، أو في هذا الموقع أو حتى هذا الفندق أو ذاك وباستخدام المزيج الترويجي الأكثر ملائمة"³.

ب- وسائل الترويج السياحي: يتم الترويج السياحي عبر عدد من الوسائل من أهمها ما يلي :
-الإعلان: يعتبر العنصر الديناميكي الفعال من عناصر المزيج الترويجي، فهو يقوم بخلق الوعي والحاجة لدى المستهلكين بخصوص المنتج موضوع الإعلان؛⁴

-العلاقات العامة: تلعب العلاقات العامة دورا مهما في دعم التدفق السياحي، وقد تكون طبيعة هذه العلاقات داخلية وخارجية ، فالعلاقات الداخلية تركز على تنمية أواصر التعاون والتنسيق بين كافة المؤسسات السياحية، أما العلاقات الخارجية فتتمثل في إقامة علاقات تعاون مع السفارات ومنظمي الرحلات الدولية و وكالات السفر الدولية؛⁵

¹ صفاء أبو غزالة ، ترويج الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار زهراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، 2007، ص09.

² نفس المرجع السابق ، ص09.

³ عبيدات محمد ، مرجع سبق ذكره ، ص120.

⁴ جودي سامية وخير الدين جمعة ، مرجع سبق ذكره، ص11.

⁵ عبيدات محمد، مرجع سبق ذكره، ص123.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- البيع الشخصي: ويعني التقديم الشخصي والشفهي لسلعة أو خدمة أو فكرة بهدف دفع الزبون المرتقب نحو شرائها أو الإقناع بها¹
- الدعاية: تعبر الدعاية عن مجموعة من الأخبار وترويجها حول الخدمة السياحية أو مكان أو شخص أو فكرة وتتميز الدعاية بكونها مجانية أي تحقيق غرض دون تكلفة تذكر؛
- تنشيط المبيعات : ويراد بذلك النشاط الذي يستخدم كحافز مباشر لشراء أو تجربة سلعة أو خدمة ، والذي يمكن توجيهه إلى كل من المستهلكين و الوسطاء والبائعين.²
- ت- أهداف الترويج السياحي: يعمل الترويج السياحي على تحقيق الأهداف التالية³:
 - تعريف منافذ التوزيع من وسطاء ومنظمي رحلات سياحية ووكلاء السفر... الخ؛
 - محاولة التأثير على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف المسطرة في الإستراتيجية السياحية؛
 - إقناع السياح المحتملين في الأسواق المستهدفة .
- ث- ميزانية الترويج السياحي: عادة ما يطرح إشكال تحديد الموازنة الملائمة أي كم سوف نخصص للترويج السياحي ؟، ولحل هذا الإشكال توجد عدة طرق تمكنا من تحديد ميزانية الترويج السياحي وهي:
- طريقة ما يمكن توفيره ، أي تحديد ميزانية ترويجية بحسب ما تستطيع توفيره في فترة زمنية معينة؛
- طريقة التكافؤ النسبي: تستمد هذه الطريقة مصاريف الترويج إلى مصاريف المنافسين؛
- طريق الهدف والمهمة: أي وضع الأهداف الترويجية بصورة محددة وقابلة للتشغيل.

¹ - صفاء أبو غزالة ، مرجع سبق ذكره، ص13.

² - عصام الدين أبو علقة، الترويج ، مؤسسة طيبة، الجزء الثالث ، مصر ، 2002، ص38.

³ - عبيدات محمد، مرجع سبق ذكره، ص120.

المطلب الثالث: التسويق السياحي الالكتروني.

أصبح التسويق السياحي الالكتروني أحد الاتجاهات التسويقية التي تساهم في تحقيق متطلبات السياحة المستدامة ، فالتسويق السياحي الالكتروني يعبر عن حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية والبيئية للأفراد من خلال مساهمته بشكل كبير في تلبية احتياجات ورغبات السياح ، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا الانترنت.

أولاً: تعريف السياحة الالكترونية وأسباب ظهورها.

تعرف السياحة الالكترونية على أنها " تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة ، بالاعتماد على مبادئ وأسس التجارة الالكترونية ، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك ، فهي تشمل السياحة المتنقلة أو الجواله المستخدمة للأجهزة الالكترونية المحمولة وغيرها"¹.

كما تعرف على أنها " استخدام الأعمال الالكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين "².

ومنه نستطيع القول أن السياحة الالكترونية مفهوم حديث وهو مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الالكترونية ، من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية الحصول على أكثر تسهيلات ، وتتكون السياحة الالكترونية من ثلاث أطراف هي:³

- المؤسسة السياحية مقدمة الخدمة السياحية؛

- الرابط بين السائح و المؤسسة السياحية والمتمثل في مواقع الواب (الانترنت)؛

¹ - بنحي إبراهيم وشعوي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ، مجلة الباحث، العدد07 ، 2010 ، ص276.

² Anis Khanchouch-e-tourism, an innovative approach for the Small and medium-fizzed tourism enterprise intunis, OCDE, 2004.

³ - بزقراري عبلة وبركان دليلة، المواقع الالكترونية كأداة لتسويق وترويج الخدمات السياحية - دراسة حالة مديرية السياحة لولاية بسكرة، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره ، ص.06

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- المستهدف من عملية التسويق السياحي والخدمة السياحية (السائح).
- وتتمتع السياحة الالكترونية بمزايا عديدة هي:¹
- استخدام السياحة الالكترونية يؤدي إلى تخفيض تكاليف الخدمات السياحية؛
- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية.
- ثانيا: أهمية ومتطلبات السياحة الالكترونية.**
- تبرز أهمية السياحة الالكترونية من خلال الآثار الايجابية التي تتركها كما يلي:²
- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة ، حيث أصبح بإمكان السائح الحصول على جميع البيانات والمعلومات حول المنتج السياحي؛
- تخفيض تكاليف الخدمة السياحية المقدمة، وبالتالي تمتع المنتج السياحي بميزة نتيجة لانخفاض الأسعار؛
- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة؛
- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية؛
- يستطيع منتج الخدمات السياحية التعريف بأعماله ومنتجاته بكل سرعة وسهولة؛
- يمكن للترويج بالانترنت استهداف واستقطاب الشرائح أوسع من المستهلكين السياحيين؛
- استخدام التجارة الالكترونية في المجال السياحي يؤدي إلى استقطاب الاستثمارات الأجنبية.³
- ولأجل تطبيق السياحة الالكترونية وجب توافر عدة متطلبات وهي:⁴
- توفير بنية تحتية تكنولوجية من خلال :

¹ - بزقاري عبلة وبركان دليلة ، مرجع سبق ذكره، ص07.

² - نفس المرجع السابق ، ص.06

³ - عمراوي سميرة وجودي سامية، متطلبات تطبيق السياحة الالكترونية واقع بعض الدول العربية (مصر-الإمارات-

الجزائر) ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره،

ص06

⁴ - نفس المرجع السابق ، ص07.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

- تنمية البنية التحتية للاتصالات وتوفير شبكة اتصالات مضمونة؛
- التركيز على عدة معايير في مجال تصميم المواقع السياحية؛
- وجود إطار قانوني محدد على المستويين المحلي والدولي؛
- توافر البنية الثقافية المساندة ومهياة لمثل هذا النوع من المعاملات؛¹
- توفير إطار تنظيمي ويقع هذا على عاتق الدولة، وذلك من خلال :
 - * إعداد برامج متكاملة لتنظيم وتطوير السياحة الالكترونية؛
 - إنشاء هيئات خاصة بالسياحة الالكترونية تابعة لوزارة السياحة؛
 - العمل على توفير اليد العاملة المؤهلة لهذا النمط السياحي؛
 - وجود حد أدنى من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة.²

ثالثا: تعريف التسويق السياحي الالكتروني وميزاته.

يعرف التسويق الالكتروني بأنه تطبيق الانترنت والتقنيات الرقمية ذات الصلة لتحقيق الأهداف التسويقية³.

وما يميز التسويق السياحي الالكتروني ما يلي:⁴

- انخفاض أسعار المنتجات السياحية التي يتم تسويقها عبر الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى، وهذا نظرا لاختفاء بعض المصاريف كالإيجار والكهرباء؛
- التسوق على مدار 24 ساعة وتوفير تشكيلة واسعة من المنتجات أو العلامات التجارية؛
- إتاحة الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار الخدمات السياحية قبل شرائها؛
- يساعد التسويق السياحي الالكتروني المستهلكين الذين لا يتوفر لديهم الوقت الكافي في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة.

¹ - بزقاري عبلة وبركان دليلة ، مرجع سبق ذكره ، ص17.

² - تحانوت خيرة وحاوشين ابتسام، واقع السياحة الالكترونية في الدول العربية ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول "، مرجع سبق ذكره، ص07.

³ - بشير عباس العلاق، التسويق عبر الانترنت ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، الأردن، 2002، ص19.

⁴ - عبد السلام أبو قحف وآخرون ، التسويق ، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص427.

رابعاً: أهداف التسويق السياحي الإلكتروني وعناصره.

يمكن إجمال أهداف التسويق السياحي الإلكتروني في:¹

- تحسين مبيعات الخدمات الفندقية والسياحية؛
 - تقديم عروض خاصة لترويج المبيعات إلى السائح؛
 - تزويد السائح بالرسائل الإخبارية والنشرات الإلكترونية وتمكنه من الوصول إلى ما يحتاج من بيانات ومعلومات وخدمات؛
 - تطوير وتحسين الاتصالات الداخلية بين المؤسسات السياحية؛
 - النقل الإلكتروني للبيانات داخل المؤسسة السياحية؛
 - تسريع الإجراءات وتحسين الأداء في تقديم الخدمات الفندقية؛
- تختلف عناصر التسويق السياحي الإلكتروني مع عناصر التسويق السياحي التقليدي من حيث مضمون هذه العناصر ، ولكنها تبقى مشتركة بين كل من الأسلوبين وذلك كما يلي :²
- التسعير: يستطيع السائح معرفة الأسعار المنافسة للخدمات السياحية حول العالم من خلال شبكة الانترنت؛
 - الترويج: تعمل شبكة الانترنت على التقاء واحتكاك الجماهير مع بعضها البعض ، وبالتالي التعريف بالمنتوج السياحي ؛
 - التوزيع : تتيح التجارة الإلكترونية الاتصال المباشر بين مقدم الخدمة السياحية والسائح في العالم ؛
 - المستهلكين: أتاحت شبكة الانترنت إمكانية الوصول إلى المستهلكين وإرضائهم ، وبالتالي أزال الحواجز المادية بين المنتجين والمستهلكين؛
 - توصيل الخدمة : تعمل تقنيات الاتصال والمعلومات على إيصال الخدمة دون الحاجة إلى مقدم الخدمة و الاتصال الشخصي .

¹- مخلوفي عبد السلام وبودي عبد الصمد ، أهمية التسويق السياحي عبر الانترنت في تحقيق السياحة المستدامة ، الملتقى

الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره، ص.05

² - تومي ميلود وخریف نادية؛ دور التسويق الإلكتروني للسياحة في تنشيط صناعة السياحة، الملتقى الدولي حول "

اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره ، ص.07.

المبحث الرابع: واقع السياحة الدولية.

عرفت السياحة الدولية تطورا كبيرا ، مما انعكس إيجابا على مختلف جوانب التنمية الاقتصادية للعديد من الدول ، خاصة السياحية منها مما ساهم في توفير مناصب الشغل و توفير العملة الصعبة ، و المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي ، وهذا ما تبينه مؤشرات السياحة الدولية.

المطلب الأول :تطور عدد السياح على المستوى الدولي .

يعتبر عدد السياح الوافدين و الإنفاق السياحي و العوائد السياحية من أهم مؤشرات السياحة كما يلي .

أولاً- نمو عدد السياح دوليا.

لقد ارتفع عدد السياح بمعدل 4.6 % ليصل إلى 698 مليون سائح سنة 1999 ، حيث تحتل أوروبا المرتبة الأولى ب 400 مليون سائح تليها أمريكا ب 123 مليون سائح ، ثم شرق آسيا ب 97 مليون سائح ، في حين بلغ عدد السياح في كل من إفريقيا و الشرق الأوسط و جنوب آسيا 26,9 ، 18 ، 17، 5.7 مليون سائح على التوالي في نفس السنة ، أما بالنسبة لترتيب الدول احتلت فرنسا المرتبة الأولى حسب تقديرات 1999 ب 73 مليون سائح تليها إسبانيا بحوالي 52 مليون سائح ثم الولايات المتحدة الأمريكية بحوالي 49 مليون سائح¹ .

كما بلغ عدد السياح الدوليين سنة 2008 نحو 992 مليون سائح بزيادة حوالي 2 % مقارنة بسنة 2007 التي بلغ فيها عدد السياح 855 مليون سائح ، أما في سنة 2009 تراجع عدد السياح إلى 880 مليون سائح ، و هذا بنسبة 4 % ، و يرجع هذا التراجع في عدد السياح الدوليين بين سنتي 2008 و 2009 إلى الأزمة المالية العالمية² ، وكذلك انتشار مرض أنفلونزا

¹ - أحمد قايد نور الدين ، الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة - حالة الجزائر ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره ، ص 02 .

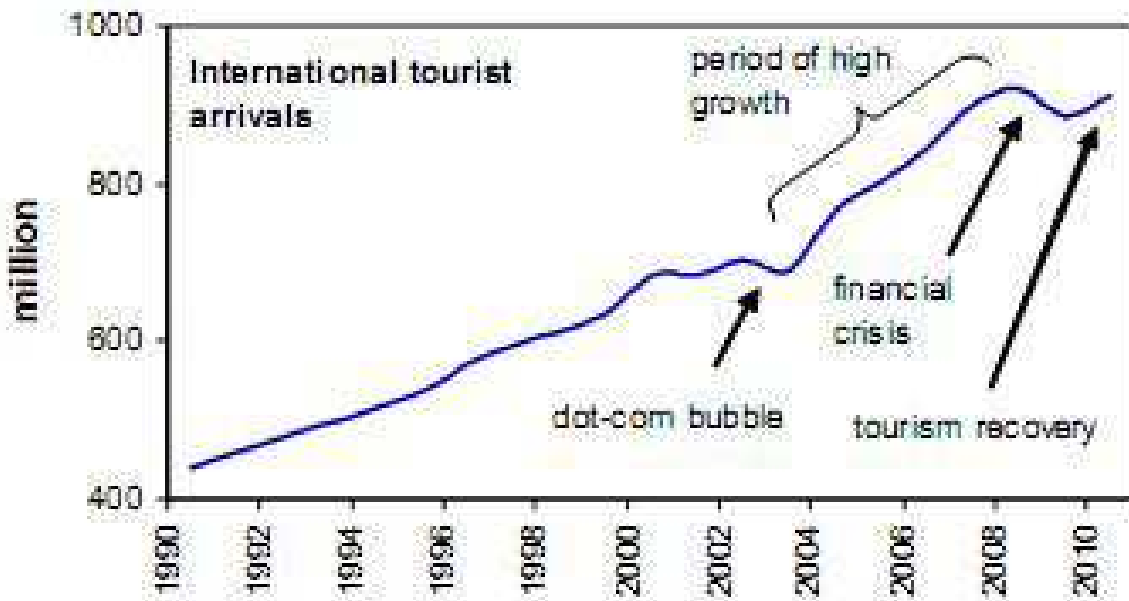
² -Baromètre OMT du tourisme mondial , **le tourisme international sur la voie de la reprise après une année 2009 exceptionnellement difficile** , MADRIDE(Espagne) , (www.unwto.org).18 janvier 2010.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

H1N1 ، حيث تواصلت بوادر تراجع القطاع السياحي خلال التسعة أشهر الأولى من سنة 2009 ، إذ سجل عدد السياح في العالم خلال الثلاثي الأول و الثاني و الثالث من سنة 2009 تراجعاً على التوالي ب 10% ، 7% و 2% ، ثم بدأ القطاع السياحي يستعيد حيويته خلال الثلاثي الأخير من السنة ، حيث سجل عدد السياح في العالم نمواً ب 2%¹.

و بمقارنة عدد السياح بين سنتي 1999 و سنة 2008 نلاحظ أن هناك ارتفاع كبير في عدد السياح أي بحوالي 592 مليون سائح ، و هذا ما يعكس الاهتمام الكبير بالقطاع السياحي من قبل الدول و حتى الأفراد ، في حين بلغ عدد السياح في سنة 2010 حوالي 1080 مليون سائح ، و تشير توقعات 2020 أن عدد السياح الدوليين سيصل إلى حوالي 1550 مليون سائح ، و الشكل التالي يوضح تطور السياح للفترة (2010/1990).

الشكل رقم(05): تطور عدد السياح العالم للفترة (2010/1990).



Source1: Unclad , the contribution of tourism to trade And development , 2010.

يتضح من خلال الشكل جلياً أن عدد السياح العالميين يتجه نحو الارتفاع المستمر ، و هذا في ظل الظروف العادية ، مع تسجيل تراجع في عدد السياح في فترات مختلفة ، نظراً للظروف السائدة في تلك الفترات ، ففي خلال سنة 2001 تم تسجيل انخفاض في عدد السياح الدوليين ، و هذا راجع إلى أحداث (11) عشر من سبتمبر ، إذ كانت الأمريكيتان الأكثر تأثراً حيث

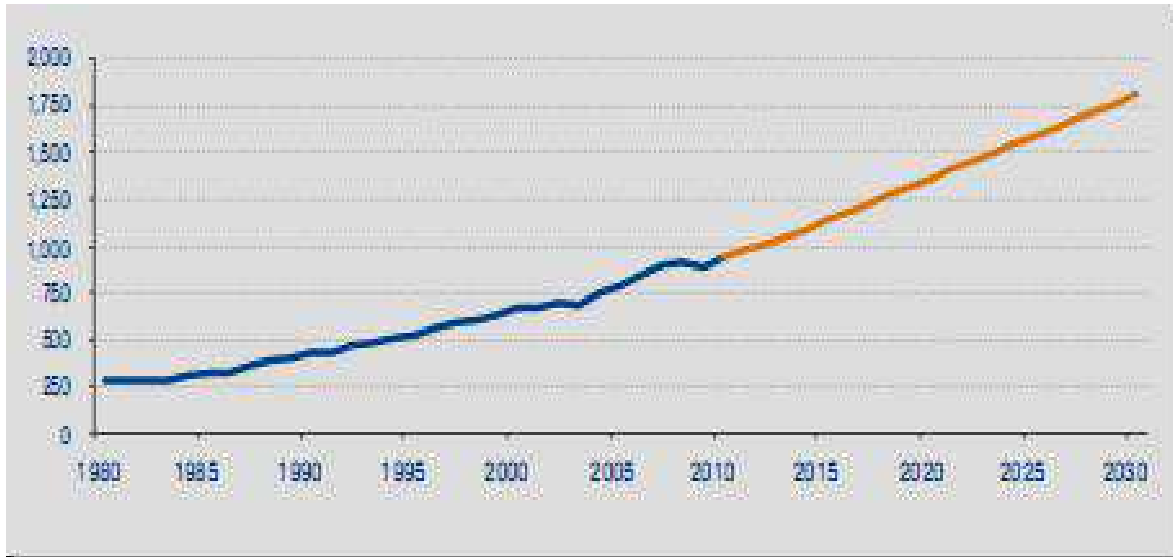
¹ -<http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=37>.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

سجلت تراجع بنسبة 4.7% ، أما تراجع عدد السياح سنة 2003 مرده إلى الحرب على العراق ، وانتشار فيروس التهاب التنفسي الحاد (سارس) في آسيا ، و هو ما أدى إلى انخفاض في عدد السياح بنسبة 0.9% مقارنة مع سنة 2002 .

سجل القطاع السياحي على المستوى الدولي أسوأ تراجع له سنة 2009 ، هذا تراجع بصفة أساسية إلى الأزمة المالية العالمية التي سادت في الولايات المتحدة الأمريكية ، ثم انتشارها في باقي دول العالم ، بالإضافة إلى ذلك ساد في نفس الفترة انتشار فيروس أنفلونزا الخنازير ، أما تطور السياح لآفاق 2030 موضحة في الشكل التالي

الشكل رقم (06): تطور عدد السياح الدوليين لآفاق 2030.



Source: world organization Tourism: Tourism towards 2030 , Global overview , October 2010.

يتضح من خلال الشكل ، وحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة استمرار ارتفاع عدد السياح الدوليين بعد سنة 2010 إلى غاية سنة 2030 بمعدلات متزايدة ، ليصل عد السياح سنة 2030 إلى أزيد من 1750 مليون سائح ، و حسب هذه التقديرات فإن قطاع السياحي على المستوى الدولي ستعرف انتعاشا كبيرا خلال العشرين سنة القادمة ، طبعاً هذا في الظروف الدولية العادية ، و إذا لم تعرف الأوضاع الدولية أزمات مختلفة خلال هذه الفترة ، سواء كانت هذه الأزمات اقتصادية أو أمنية ، أو انتشار بعض الأوبئة و الأمراض التي تهدد السياحة الدولية من فترة لأخرى ، أما إذا تدهورت الأوضاع الدولية ، خاصة الأمنية منها فهذا سيؤثر فعلاً على استقرار السياحة الدولية خلال هذه الفترة ، مما يؤثر سلباً على استقرار عدد السياح الدوليين .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ثانيا- تطور عدد السياح للدول الأكثر زيارة في العالم.

تطور عدد السياح للدول الأكثر زيارة في العالم يوضحها الجدول التالي.

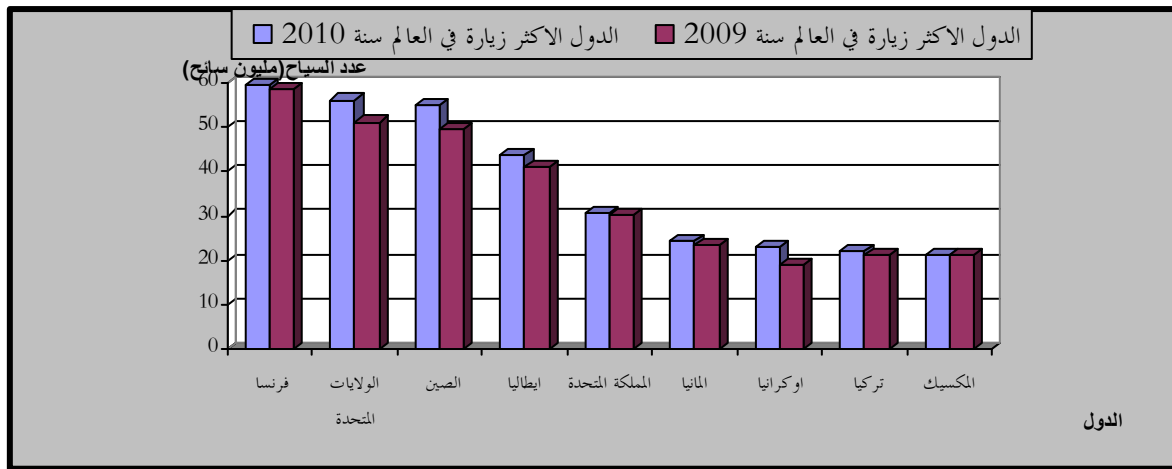
الجدول رقم(01): الدول الأكثر زيارة في العالم (الوحدة: مليون سائح)

الترتيب	الدولة	منطقة السوق	عدد السياح 2009	عدد السياح 2010
01	فرنسا	أوروبا	58.5	59.2
02	الو.م.أ	أمريكا الشمالية	51.5	56.0
03	الصين	آسيا	49.6	54.7
04	إيطاليا	أوروبا	41.1	43.7
05	المملكة المتحدة	أوروبا	30.1	30.7
06	ألمانيا	أوروبا	23.6	24.4
07	أوكرانيا	أوروبا	18.9	23.1
08	تركيا	أوروبا	18.9	22.2
09	المكسيك	أمريكا الشمالية	21.4	21.4

Source :<http://www.wikipedia.org>.

وأرقام الجدول مترجمة في الشكل التالي

الشكل رقم(07):الدول الأكثر زيارة في العالم.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(01) .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

يتضح من خلال الشكل أن فرنسا احتلت المرتبة الأولى في عدد السياح سنوي 2009 و 2010 ، حيث بلغ عدد السياح لفرنسا 58.8 مليون سائح و 59.2 مليون سائح سنوي 2009 و 2010 على التوالي ، تليها الولايات المتحدة الأمريكية ب 51.1 مليون سائح و 56 مليون سائح على التوالي .

المطلب الثاني: تطور الإنفاق السياحي الدولي .

الارتفاع المتزايد لعدد السياح الدوليين كان له أثر إيجابي على زيادة معدل الإنفاق السياحي ، إذ تشير الإحصاءات أن الإنفاق السياحي زاد بوتيرة متسارعة من السنوات الخمسينات إلى غاية اليوم .

أولاً: الإنفاق السياحي الفردي للفترة (1950-2020).

تطور الإنفاق السياحي الفردي لهذه الفترة موضحة في الجدول التالي

الجدول رقم(02):تطور الإنفاق السياحي الفردي في العالم .

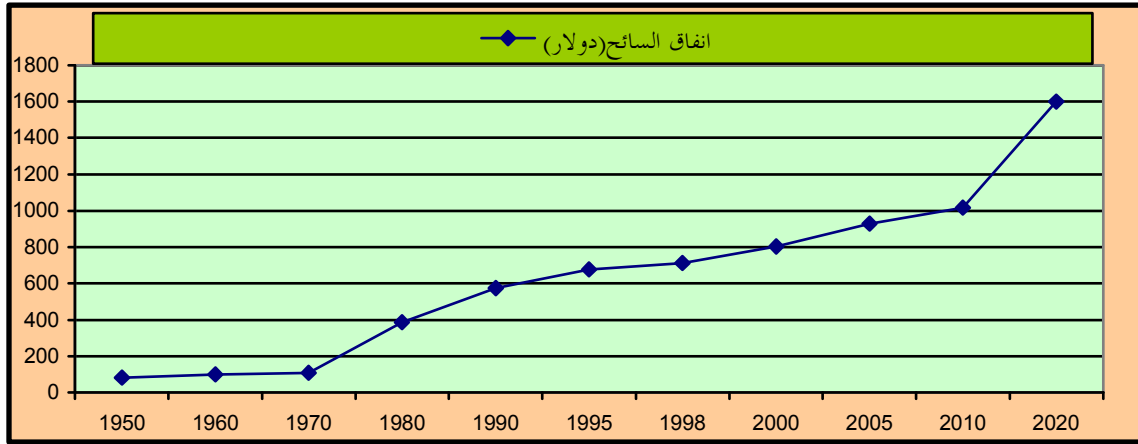
السنة	إنفاق السائح(دولار)
1950	83
1960	99
1970	108
1980	386
1990	576
1995	677
1998	712
2000	802
2005	928
2010	1018
*2020	1600

*توقعات

المصدر:مراد الرايس ، التسويق السياحي و دوره في ترقية القطاع السياحي - حالة الجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الأفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص06 .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

والشكل التالي يبين أكثر تطور الإنفاق السياحي الفردي لنفس الفترة .
الشكل رقم(08): تطور الإنفاق السياحي الفردي للفترة(2020/1950).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(02).

يتضح من خلال الشكل أن الإنفاق الفردي للسائح ارتفع بمعدل مهم جدا ، إذ ارتفع من 83 دولار كإنفاق للسائح سنة 1950 إلى غاية 576 دولار سنة 1990 ، وبلغ الإنفاق السياحي الفردي سنة 2010 إلى 1018 دولار ، وحسب توقعات المنظمة العالمية للسياحة سيصل الإنفاق السياحي إلى 1600 دولار سنة 2020.

ثانيا: الإنفاق السياحي الكلي للفترة(2020/1950).

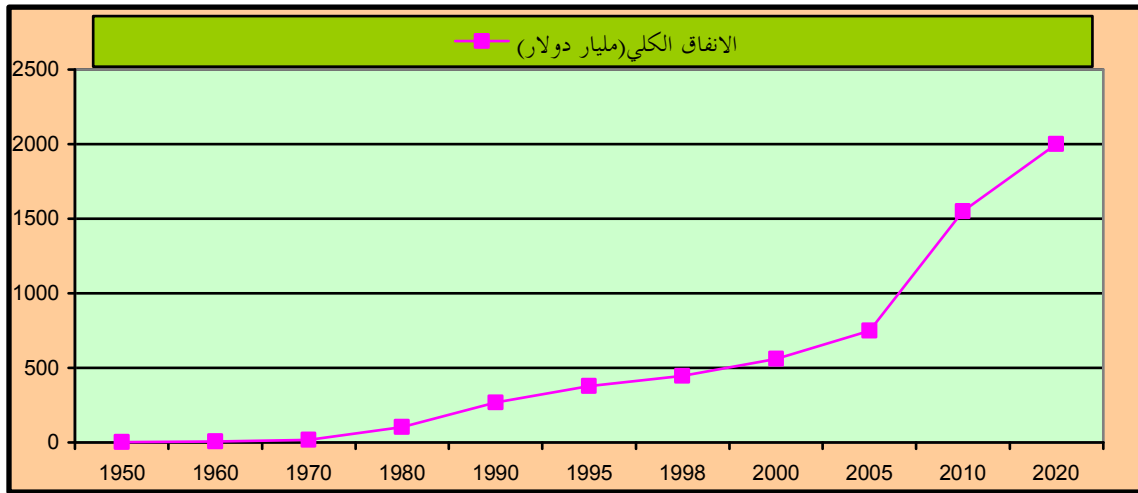
تطور الإنفاق السياحي الكلي موضح في الجدول التالي
الجدول رقم(03): تطور الإنفاق السياحي الكلي في العالم.

السنة	الإنفاق الكلي (مليار دولار)
1950	02
1960	07
1970	18
1980	105
1990	267
1995	380
1998	445
2000	560
2005	750
2010	1550
*2020	2000

المصدر:مراد الرايس ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

يمكن ترجمة أرقام الجدول في الشكل التالي لتوضيح أكثر تطور الإنفاق السياحي الكلي
الشكل رقم(09): تطور الإنفاق السياحي الكلي للفترة (2020/1950).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(03).

من خلال الجدول نلاحظ الارتفاع المستمر و المتزايد للإنفاق السياحي الكلي ، حيث ارتفع من 02 مليار دولار سنة 1950 إلى 07 مليار دولار سنة 1960 ، أي بنسبة زيادة تقدر ب 350 % خلال 10 سنوات ، ويستمر العدد في الارتفاع حيث بلغ حجم الإنفاق السياحي الكلي سنة 1970 حوالي 18 مليار دولار و سنة 1995 بلغ 380 مليار دولار ، ليصل في سنة 2005 حوالي 750 مليار دولار ، و في سنة 2010 حوالي 1550 مليار دولار ، وتشير التوقعات أن حجم الإنفاق السياحي الدولي سيصل عام 2020 إلى حوالي 2000 مليار دولار. هذا الارتفاع المتزايد في حجم الإنفاق السياحي انطلقا من سنة 1950 إلى غاية 2010 ، راجع بالأساس إلى زيادة الطلب العالمي على الخدمات السياحية ، و هذا بدوره راجع أيضا إلى عودة الاستقرار الوضع الأمني العالمي ، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، و انتشار الثقافة السياحية لدى الأفراد ، و هذا ما يفسره الإنفاق الفردي على الجانب السياحي ، حيث كان إنفاق الفرد في الجانب السياحي سنة 1950 لا يتعدى 83 دولار ، و ارتفع سنة 2010 إلى 1018 دولار ، وبالتالي عرفت السياحة الدولية رواجاً مما انعكس إيجاباً على العوائد السياحية الدولية.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المطلب الثالث: تطور عوائد السياحة الدولية.

لقد نمت حركة السياحة الدولية نموا كبيرا خلال العقود القليلة الماضية ، وترتب على ذلك تزايد الأهمية الاقتصادية للسياحة عالميا ، وتعتبر الإيرادات السياحية من بين المتغيرات التي تعبر عن هذه الأهمية .

أولا: تطور الإيرادات السياحية الدولية لسنتي (2010/2009).

لقد ارتفعت الإيرادات السياحية العالمية من 2.1 مليار دولار عام 1950 إلى 75.8 مليار دولار عام 2000 ، وارتفع معدل نمو الإيرادات السياحية ب 10.3 % سنويا في المتوسط¹ ، وتمثل الولايات المتحدة الأمريكية أكبر الدول على المستوى الدولي في عائدات السياحة ، حيث بلغت حصيلتها 74.4 مليار دولار ، تليها كل من اسبانيا وفرنسا و ايطاليا حيث بلغت عوائد كل منها حوالي 30 مليار دولار تقريبا² .

الجدول رقم(04): تطور عوائد السياحة الدولية . (الوحدة:مليار دولار).

الترتيب	الدولة	المداحيل لسنة 2009	المداحيل لسنة 2010
01	الولايات المتحدة الأمريكية	85.7	96.7
02	اسبانيا	51.1	57.8
03	فرنسا	46.3	54.2
04	ايطاليا	38.1	42.7
05	الصين	33,9	41.9
06	المملكة المتحدة	33.7	37.6
07	ألمانيا	32.8	36
08	استراليا	17.8	22.2
09	النمسا	16.9	18.9
10	تركيا	16.6	18.5

Source :<http://www.wikipedia.org>.

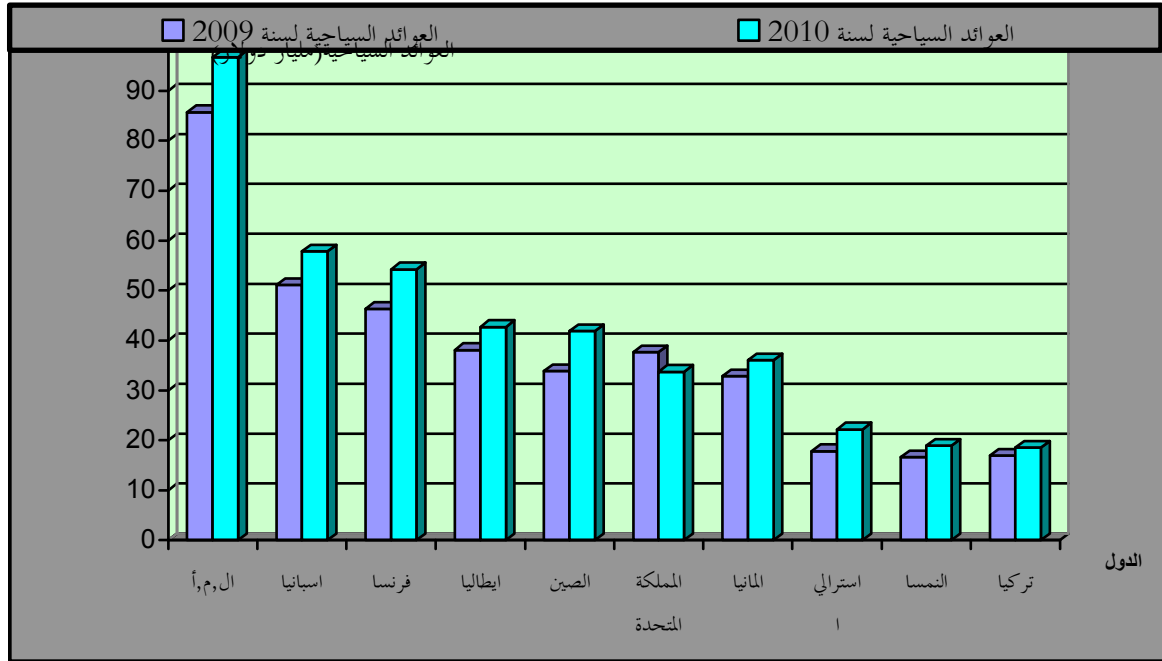
¹ - محيا زيتون ، السياحة و مستقبل مصر بين إمكانات التنمية و مخاطر الهدر ، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، مصر ، 2002 ، ص47.

² - أحمد قايد نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص02.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

يمكن ترجمة الجدول إلى الشكل التالي لتوضيح أكثر تطور الإيرادات السياحية العالمية.

الشكل رقم(10):العوائد السياحية لسنتي (2009-2010).



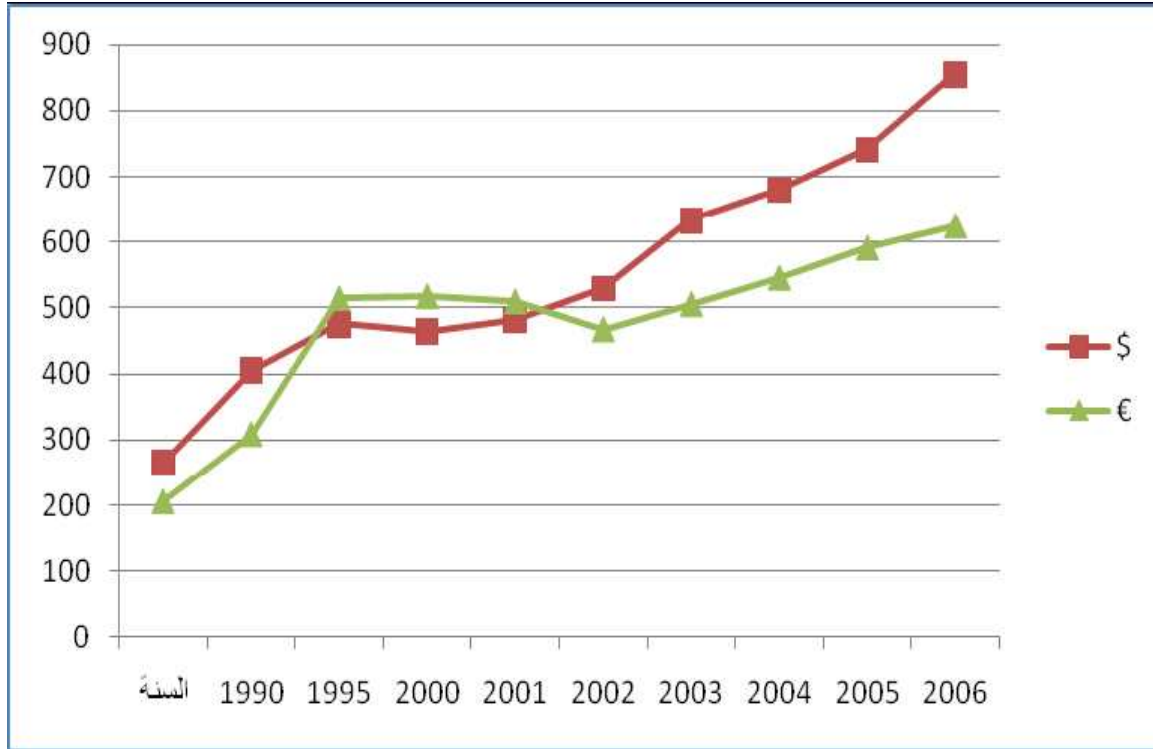
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(04).

من خلال بيانات الجدول يتضح أنه هناك ارتفاع في العوائد السياحية لكل دولة بين سنتي 2009 و 2010 ، حيث بلغت العوائد السياحية للولايات المتحدة الأمريكية سنة 2009 حوالي 85.7مليار دولار وفي سنة 2010 بلغت 96,7 مليار دولار ، و بالتالي تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أكبر دولة من حيث العوائد السياحية نتيجة الإنفاق السياحي الكبير للسياح الوافدين إليها ، و نفس الملاحظة للدول 10 الأوائل المذكورة في الجدول ، هذا يدل على العدد الكبير للسياح الوافدين لهذه الدول ، و يعكس الإمكانيات السياحية الكبيرة المتاحة في هذه الدول مما جعلهم قبلة للسواح من مختلف أنحاء العالم.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

ثانيا: تطور عوائد السياحة الدولية للفترة (1990/2006).

أما تطورها بالنسبة للفترة 1990 إلى 2006 فهي موضحة في الشكل التالي.
الشكل رقم(11): تطور الإيرادات السياحية العالمية بالدولار و الأورو (مليار).



Source :UNWTO WORLD tourism Barometer , volume n°06,n°02 , June , 2008 , p05.

من خلال الشكل يتضح أن العوائد السياحية عرفت تذبذبا نوعا ما ، وخاصة في الفترة ما بين 2000 و 2002 حيث عرفت تراجعا ، طبعاً هذا يعود إلى مجموعة من الأسباب التي أدت إلى تراجع حركة السياحة الدولية من أبرزها تفجيرات 11 سبتمبر 2001 على الولايات المتحدة الأمريكية ، وكذلك الحرب على العراق و أفغانستان ، هذا أثر على العوائد السياحية لهذه الدول ، و بعد سنة 2002 نلاحظ عودة ارتفاع العوائد السياحية نظراً للاستقرار التي عرفته هذه المرحلة.

مع العلم أن قطاع السياحة ذو حساسية كبيرة لمعظم الأزمات التي يعرفها العالم ، ما يجبر السياح على إلغاء رحلاتهم السياحية للدول الأخرى ، و العزوف عن السياحة نظراً للتوتر في العلاقات الدولية كالحروب ، أو انتشار بعض الأمراض و الأوبئة التي تنتشر عبر العالم و مختلف الأزمات الاقتصادية و المالية.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المبحث الخامس: توزيع السياحة الدولية و أهميتها في قضايا التنمية.

هناك مجموعة من العوامل تتحكم في التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية ، مما يجعلها تركز في مناطق دون أخرى ، ولعل من أهمها توفر عنصر الأمن و الإمكانيات السياحية التي توفر الرفاهية للسياح ، هذا فضلا عن أهمية السياحة المختلفة في قضايا التنمية .

المطلب الأول: تركز و تموقع حركة السياحة الدولية.

تتركز السياحة في دول دون أخرى ، وهذا حسب إمكانيات كل دولة ودرجة اهتمامها بقطاعها السياحي.

أولا- التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية .

ما يلاحظ على النشاط السياحي في العالم أنه يتركز بصفة غير متساوية عبر مناطق العالم ، حيث نجد تركز في مناطق بكثرة و يقل في مناطق أخرى ، هذا ما يوضحه الجدولين (05) و (06) التاليين لسنتي 1997 و 2001 على التوالي.

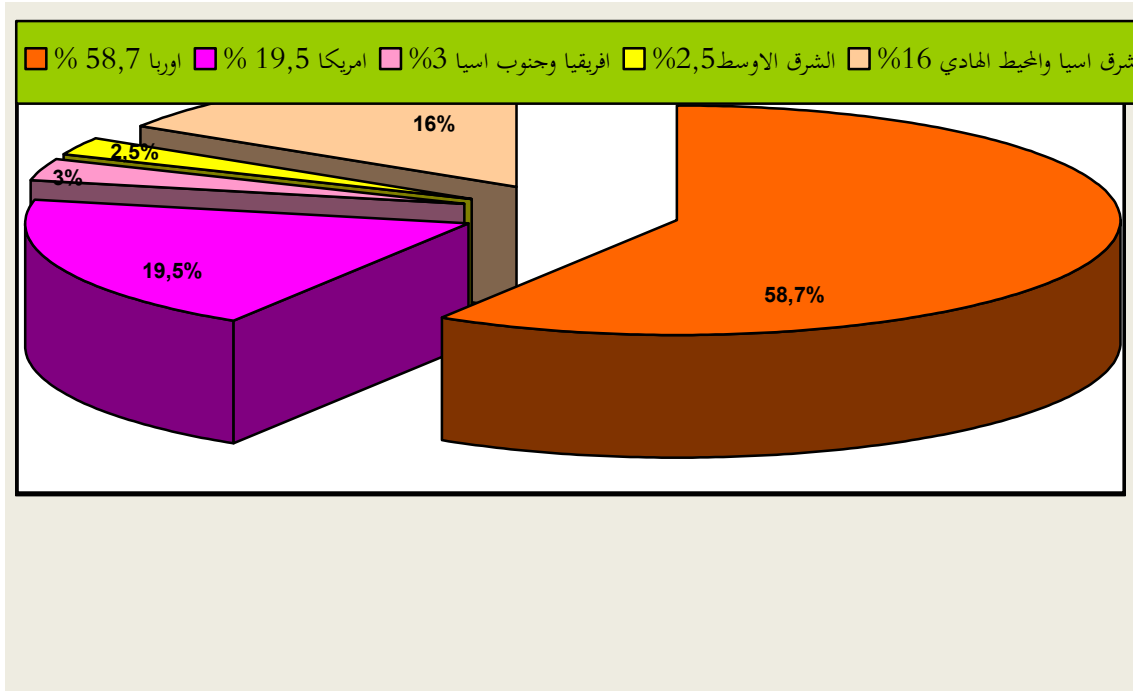
الجدول رقم(05): التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية سنة 1997.

الدولة	النسبة(%)
أوروبا	58.7
أمريكا	19.5
إفريقيا وجنوب آسيا	3
الشرق الأوسط	2.5
شرق آسيا والمحيط الهادي	16

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على: ناجي التوي ، دور و آفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، 2001 ، ص03.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

و الشكل التالي يوضح أكثر حصة المناطق الخمسة في العالم من السياحة الدولية .
الشكل رقم(12): التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية لسنة 1997.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(05)

من خلال الشكل يتضح أن السياحة تتركز في أوروبا بالدرجة الأولى بنسبة 58.7% ، ثم تليها أمريكا ب 19.5 % ، ثم تليها شرق آسيا و المحيط الهادي بنسبة 16 % ، و تحتل إفريقيا و جنوب آسيا و الشرق الأوسط المراكز الأخيرة بهذه النسب على التوالي 3.3 % و 2.5% .
و يمكن إرجاع تركيز النشاط السياحي في أوروبا و أمريكا أساسا إلى مجموعة من العوامل منها اهتمام هذه الدول بالقطاع السياحي بصفة عامة ، و الاستقرار الأمني و السياسي ، فضلا عن تنوع الخدمات و جودتها و وفرة المرافق السياحية.
و نلاحظ كذلك استمرار التركيز النشاط السياحي في هذه الدول لسنة 2001 ، هذا ما يبينه الجدول التالي.

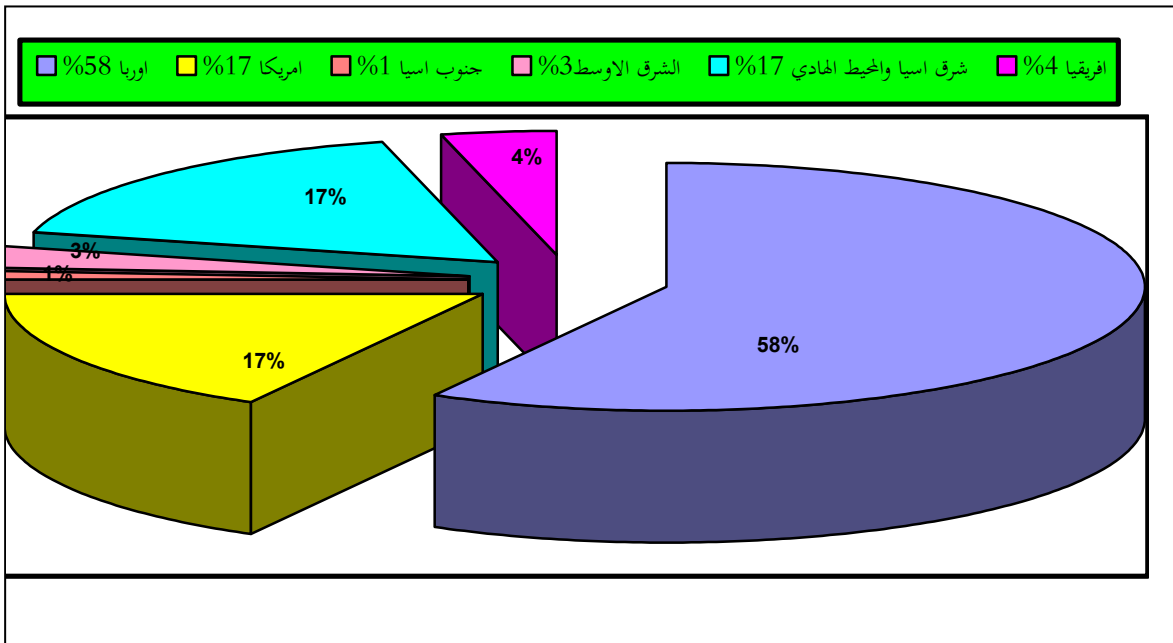
الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

الجدول رقم (06): التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية لسنة 2001 .

الدولة	النسبة
أوروبا	58
أمريكا	17
جنوب آسيا	1
الشرق الأوسط	3
شرق آسيا والمحيط الهادي	17
إفريقيا	4

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة و تطبيقاتها ، جامعة الدول العربية ، مصر ، 2000 ، ص03.

و الشكل التالي يوضح أكثر التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية
الشكل رقم(13):التوزيع الجغرافي للسياحة الدولية لسنة 2001.



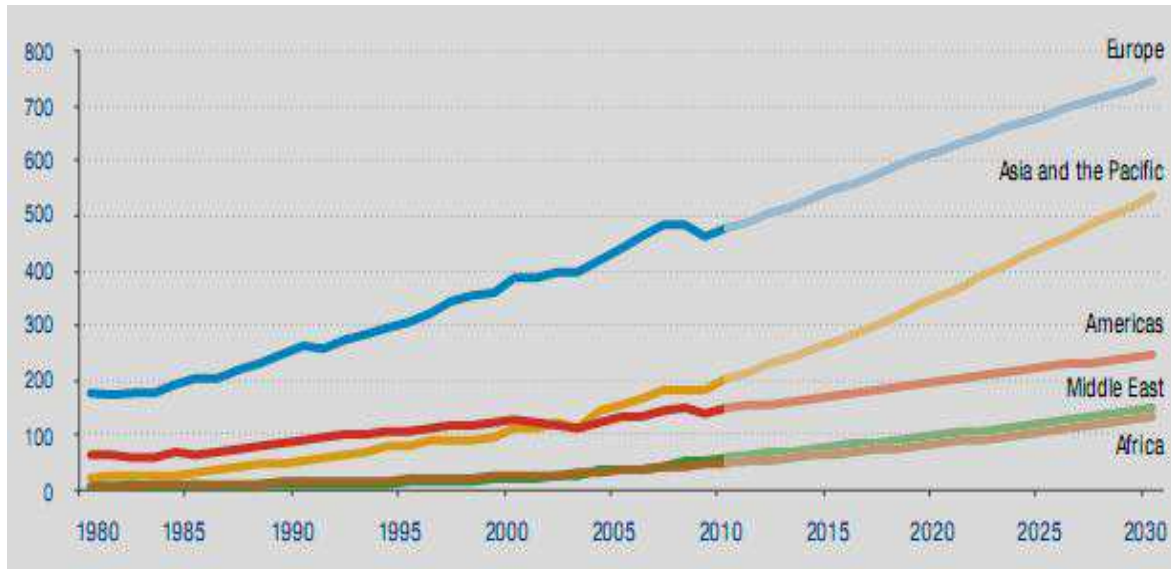
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(06) .

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

من خلال الجدول يتضح أن هناك استقرار التوزيع الجغرافي للسياحة العالمية في نفس المناطق المشار إليها في الشكل رقم(12) ، حيث ظلت أوروبا و أمريكا تحتكر المراتب الأولى للتوزيع الجغرافي للسياحة في العالم، إلا أنه هناك تقارب ما بين شرق آسيا و أمريكا خلال هذه السنة و بنسبة 17% .

ثانيا: توزيع عدد السياح آفاق 2030 .

و بالنسبة لتوزيع السياحة لآفاق 2030 موضحة في الشكل التالي .
الشكل رقم(14): عدد السياح في العالم وتوزيعهم للفترة (1980-2030)



Source4: world Tourism organization : Tourism towards 2030, Global overview , October 2011.

أما توزيع السياح للفترة ما بعد سنة 2001 إلى غاية 2030 ، وحسب توقعات المنظمة العالمية للسياحة ، فيستمر تركيز السياح في أوروبا في المرتبة الأولى إلى غاية 2030 ، تأتي بعدها آسيا و الباسفيك في المرتبة الثانية ، ويمكن تعليل سرعة نمو السياحة في شرق آسيا إلى سرعة النمو الاقتصادي الذي حققته هذه المنطقة ، و الذي أدى إلى ارتفاع كبير في دخل الفرد و تحسين مستوى المعيشة ، و هذا ما أدى إلى زيادة الطلب على السياحة الخارجية ، فضلا عن التنمية الاقتصادية السريعة التي شهدتها آسيا ساهمت بشكل كبير و سريع في ترقية و تطوير المواقع السياحية و البنية التحتية و الخدمات الأساسية ، ضف إلى ذلك أن هذه المنطقة لم تشهد

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

أي اضطرابات سياسية كبيرة من شأنها أن تهدد حركة و اتجاه تدفق السياح إليها ، أما المرتبة الثالثة فتعود لأمريكا ، بعدما كانت تحتل المرتبة الثانية قبل سنة 2005 ، و تعود المرتبة الرابعة للشرق الأوسط بسبب التراعات و الاضطرابات السياسية ، خاصة فيما يتعلق بالوضع الأمني في هذه المنطقة ، و تداعياتها على كافة بلدان المنطقة ، هذه الأسباب كانت كافية لأن تؤثر سلبا على القطاع السياحي ، و تساهم بشكل كبير في خفض معدلات النمو السياحية في هذه البلدان ، ضف إلى ذلك افتقار عدد من دول المنطقة إلى البنية التحتية والخدمات الأساسية ، و قلة الاهتمام بالترويج للسياحة ، و تحتل إفريقيا المرتبة الأخيرة إلى غاية 2030 ، و بالتالي معادلة التوازن مستقرة في تركيز السياحة الدولية لعشرين سنة القادمة ، و هذا دليل على المنافسة و إصرار أوروبا على احتلال الصدارة من حيث عدد السياح ، نظرا لما تتمتع به من مؤهلات سياحية كبيرة .

المطلب الثاني: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية .

يؤثر التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية على التوزيع الجغرافي لعوائد السياحة الدولية ، بحيث كلما زاد عدد السياح الدوليين كلما زادت العوائد السياحية .

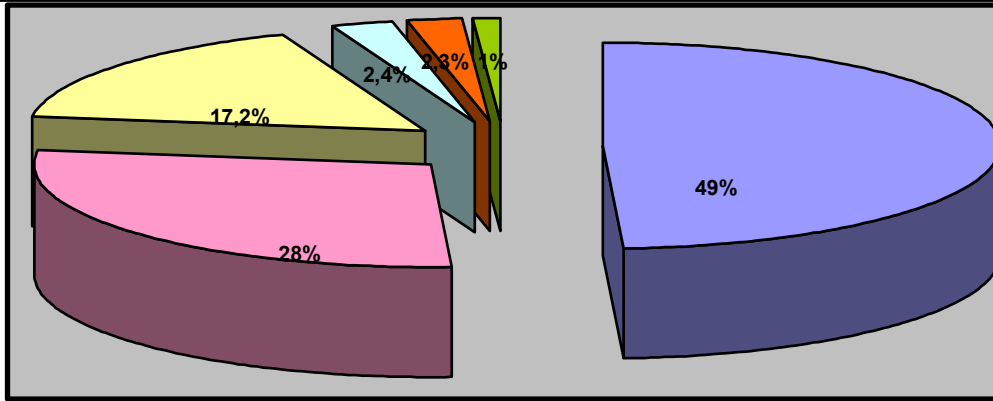
أولا: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2000.

تحتل أوروبا أكبر نصيب من الإيرادات السياحة الدولية ، وقدرت ب 49.1% عام 2000 ، ثم الأمريكيتان بنصيب 28% تليها شرق آسيا والباسفيك بنصيب 17.2% ، ثم الشرق الأوسط بنصيب 2.4% تليها إفريقيا ب 2.3% و جنوب آسيا ب 1% ، كما يوضحه الشكل التالي .

الشكل رقم (15): التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2000.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

جنوب اسيا 1% افريقيا 2,3% الشرق الاوسط 2,4% شرق اسيا والباسفيك 17,2% الامريكيتان 28% اوربا 49,1%



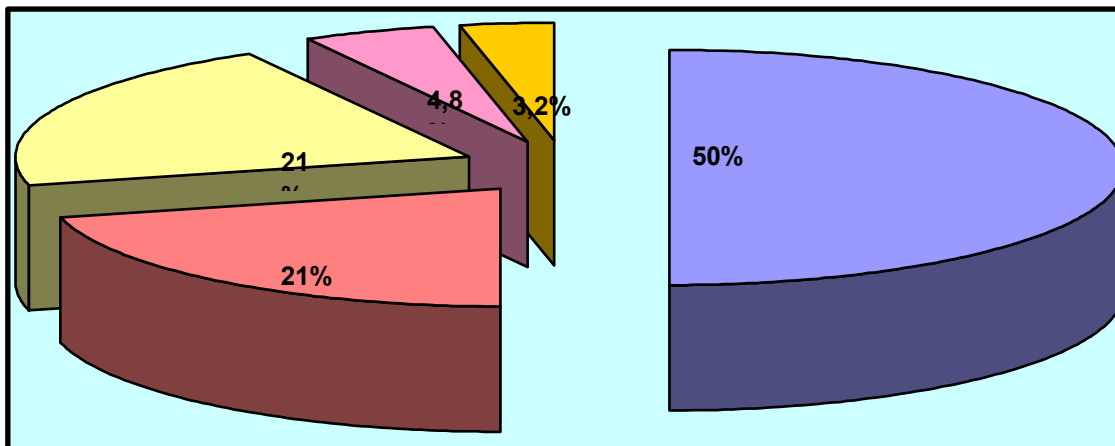
المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات مختلفة .

ثانيا: التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2008.

خلال سنة 2008 أصبحت أوروبا تستحوذ على 50% من الإيرادات السياحية الدولية أي حوالي 474 مليار دولار ، ثم تليها منطقة آسيا و الباسفيك ب 21% بحجم إيرادات قدره 206 مليار دولار ، تليها الأمريكيتان ب 188 مليار دولار و منطقة الشرق الأوسط ب 4.8 % و إفريقيا ب 3.2 % من حجم الإيرادات السياحية الدولية لسنة 2008 ، كما يوضحه الشكل التالي

الشكل رقم(16): التوزيع الجغرافي لإيرادات السياحة الدولية سنة 2008.

افريقيا 3,2% الشرق الاوسط 4,8% الامريكيتان 21% اسيا والباسفيك 21% اوربا 50%



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات مختلفة.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

و بالتالي أخذت إفريقيا نسبة ضعيفة من حركة السياحة و الإيرادات السياحية الدولية ، إلا أنه تحسنت منذ الخمسينات إلى غاية 2008¹ ، ويرجع ضعف السياحة الإفريقية إلى نقص الاستثمارات السياحية و غياب الإرادة السياسية في معظم الدول الإفريقية خاصة الجنوبية منها ، كما يوضحه الجدول التالي

الجدول رقم(07): ترتيب و جهات السياحة الإفريقية سنة 2008.

الترتيب	الدولة	عدد السياح (مليون سائح)
01	مصر	12.2
02	جنوب إفريقيا	9.5
03	المغرب	7.9
04	تونس	7
05	بوشوانا	2.1
06	الجزائر	1.7
07	موريشيوس	0.9
08	أوغندا	0.8
09	زامبيا	0.8
10	سوازيلندا	0.7

<http://www.wikipedia.org>.

حيث تركزت السياحة الوافدة في أربع دول و هي مصر ، جنوب إفريقيا ، المغرب ، تونس ، و بلغت الإيرادات السياحية لإفريقيا سنة 2008 حوالي 30.6 مليار دولار.

¹ - شرين عادل حسن نصير ، تحليل أثر السياحة على التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء ، رسالة ماجستير ، جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2004 ، ص16.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

المطلب الثالث: دور السياحة في قضايا التنمية.

تلعب السياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية ، و ذلك من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وجلب العملة الصعبة ، بالإضافة إلى توفير مناصب شغل.

أولا-مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.

تشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة و السفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى 10 % على المستوى العالمي ، وبالإضافة إلى ذلك يعتبر قطاع السياحة من أكبر القطاعات المكونة للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية ، كما أن بعض الدول المصدرة للبتروول أعطت السياحة أهمية كبرى كقطاع رئيسي في الاقتصاد ، وهذا ما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم(08): مساهمة قطاع السياحة في إجمالي الناتج المحلي لسنة 2008 .

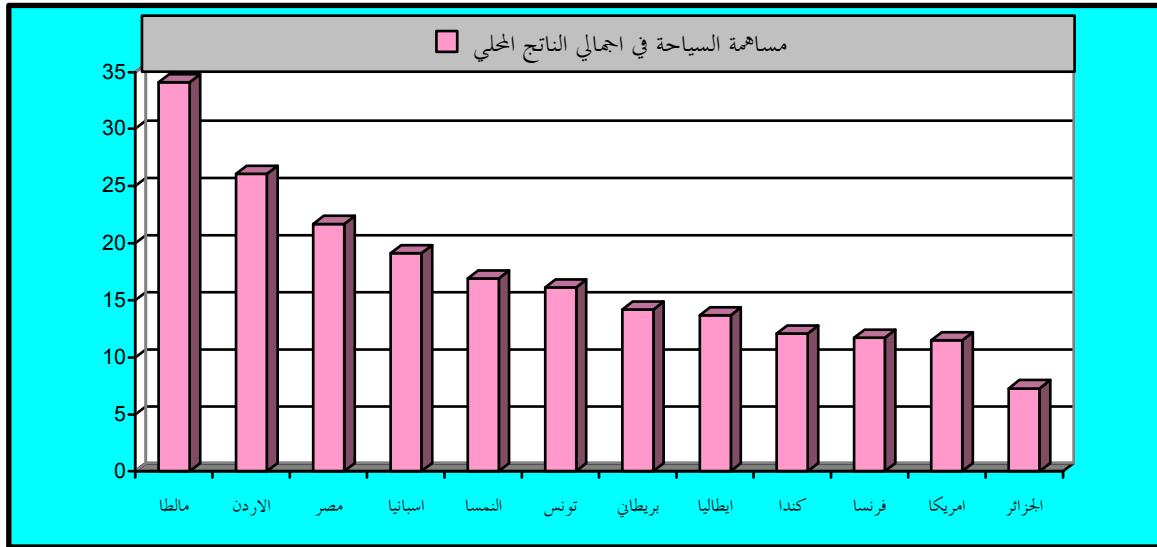
الدولة	مساهمة قطاع السياحة (بالمائة)
مالطا	34.1
الأردن	26.1
مصر	21.7
اسبانيا	19.1
النمسا	16.9
تونس	16.1
بريطانيا	14.2
ايطاليا	13.7
كندا	12.1
فرنسا	11.7
أمريكا	11.5
الجزائر	7.3

المصدر: أحمد قايد نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص03.

من خلال الجدول نلاحظ أن قطاع السياحة يساهم بنسب كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي للعديد من الدول، كما يوضحه الشكل التالي

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

الشكل(17):مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(08).

حيث تساهم ب 34.1 % من الناتج المحلي الإجمالي لمالطا و بنسبة 26.1 % بالنسبة للأردن، ويساهم بنسبة 16.9 % بالنسبة لإسبانيا ، في حين مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ضعيف مقارنة بالدول المقارنة ، حيث يساهم ب 7.3 % ، طبعاً هذا راجع إلى ضعف قطاع السياحة في الجزائر.

ثانيا -مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات .

تعتبر السياحة مصدراً هاماً من مصادر الدخل بالعملة الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها ، وحقت بعض الدول أرقاماً كبيرة في ميزان المدفوعات ، فالسياحة تمثل صادرات غير منظورة و عنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي¹ ، حيث تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة ، و حوصلة الإيرادات السياحية و الإنفاق السياحي الناجم عن النشاط السياحي ، و يؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيراً مباشراً ، و يتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي و نسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أم ايجابية ، و حتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات يجب تفادي الضغوط التي

¹ - كواش خالد ، واقع و آفاق السياحة في الجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات ، من خلال زيادة الطلب على السلع المادية و
الخدمية المستوردة¹

ثالثا- مساهمة السياحة في التوظيف.

تساهم السياحة في خلق العديد من فرص العمل سواء في القطاع السياحي نفسه
كالشركات السياحية ، المطاعم ، الفنادق... الخ ، أو في الأنشطة و القطاعات التقليدية التي
تسوق إنتاجها للسياح .

و تشير الإحصاءات أنه إلى غاية 2001 كانت السياحة توفر 200 مليون فرصة عمل أي
حوالي 8 % من مجموع فرص العمل في العالم² ، أما سنة 2006 بلغت حوالي 350 مليون
عامل أي بتطور 150 مليون منصب عمل خلال 05 سنوات ، كما أن معدل الزيادة في فرص
العمل الناتجة عن السياحة وصل إلى 5.5 مليون فرصة عمل سنويا إلى غاية سنة
2009 ، بالإضافة إلى ذلك أكدت معظم الدراسات التي أجريت أن بناء غرفة فندقية جديدة
يخلق (03) فرص عمل مباشرة و غير مباشرة نظرا للترابط الأمامي و الخلفي و تكامل القطاع
السياحي مع بقية القطاعات الأخرى ، و توفر السياحة في فرنسا 80.000 منصب عمل مباشر
عدا النقل موزعين على مختلف الأنشطة السياحية³ ، و من المتوقع حسب إحصاءات مجلس
السفر و السياحة العالمي أن السياحة سوف تستوعب تقريبا 11.8 % من التوظيف الكلي في
العالم عام 2014⁴ .

¹ -دلال عبد الهادي ، اقتصاديات صناعة السياحة ، دار الفتح للطباعة و النشر ، مصر ، 2006 ، ص66.

² - www.wikipedia.com.

³ - JEAN MICHEL HOERNER , géographie de l'industrie touristique , ellipses , édition marketing , s1 , 1997 , p : 40

⁴ - موسى سعداوي وحكيم و جطو ، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة ، الملتقى الدولي
حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، مرجع سبق ذكره ، ص04.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

رابعاً- العوامل التي ساعدت على تطور السياحة الدولية .

- عرفت السياحة الدولية حركة كبيرة بعد الحرب العالمية الثانية ، نتيجة التطورات التي عرفها العالم و من أهمها:¹
- صناعة الطيران والتي قلصت المسافة بين البلدان؛
 - زيادة أوقات الفراغ المدفوعة الأجر ، مما جعل الأفراد يستغلون أوقات فراغهم في السياحة؛
 - زيادة الدخل الفردي خاصة في البلدان المتقدمة صناعياً، مما زاد الطلب على السياحة في هذه الدول خاصة و باقي الدول العالم عامة،
 - زيادة مستوى الوعي لدى الأفراد لعب دورا مهما في زيادة حركة السياحة الدولية ، نتيجة زيادة وعي الشعوب و ارتفاع المستوى التعليمي ؛
 - انخفاض أسعار الرحلات الجماعية ؛
 - تقدم وسائل الإعلام و الاتصال ، وسرعة نقل الخبر و الصورة تشجع سفر الأفراد لمشاهدة ما رأوه وسمعوا عنه؛
 - إدراك حكومات الدول المختلفة للأهمية الاقتصادية للسياحة ، حيث اتجهت معظم حكومات الدول السياحية إلى القيام بدور أكثر فعالية في التنمية السياحية عن طريق زيادة التسهيلات و تشجيع نمو السياحة الدولية الوافدة .²

¹ - فؤاد عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر و العالم العربي ، الاستراتيجيات - الأهداف - الأولويات،

الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، 2004 ، ص 43.

² - نفس المرجع ، ص 41.

الفصل الأول : مدخل عام للسياحة ومختلف آثارها

خلاصة.

من خلال دراستنا لهذا الفصل لاحظنا أن السياحة ظاهرة عالمية وليدة العصور البدائية ، و شهدت نموا و رواجاً واسعاً بعد الحرب العالمية الثانية ، حين شهد الوضع الدولي استقراراً بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية، و بالتالي برزت السياحة كظاهرة هامة في القرن العشرين 20 ، و اعتمدت في الكثير من الدول نظراً لفوائدها الإيجابية في جميع المجالات ، حيث بدأت تلفت نظر الحكومات بأنواعها و اختلاف نظمها السياسية و الاجتماعية و الدينية في وقتنا الحاضر ، كما استحوذت على اهتمام الأمم المتحدة و وكالاتها المتخصصة المعنية ، فعقدت من أجلها مؤتمراً دولياً للسياحة عام 1963 ، و كرست عام 1967 سنة سياحية دولية و قامت من أجلها المنظمة العالمية للسياحة عام 1975م ، و نظمت حلقة دراسية في حاضرة الفاتيكان لدراسة القيم الروحية ، و قد أصبحت السياحة علماً يدرس في الجامعات و المعاهد العليا المتخصصة و صناعة متميزة و تجارة مربحة ، كما زاد وعي الشعوب و ارتفع المستوى التعليمي و زاد الدخل الفردي ، كل هذا جعل شعوب العالم يفكرون في التنقل بين أرجاء العالم من أجل قضاء العطل و التتره و الاستجمام و الاستكشاف ، و من هنا تطورت السياحة و أصبحت السياحة صناعة ، حيث عرفت هذه الصناعة نمواً متواصلاً سواء من حيث المداخيل أو عدد السياح ، لما كان له آثار اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و بيئية طالت كل بقعة من بقاع العالم ، حيث تطور عدد السياح من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 1080 مليون سائح سنة 2010 ، و تشير توقعات 2020 وصول عدد السياح إلى 1550 مليون سائح ، و تطور الإنفاق السائح من 83 دولار سنة 1950 إلى 1018 دولار سنة 2010 ، و الاتفاق الكلي تطور من 02 مليار دولار سنة 1950 إلى 1550 مليار دولار سنة 2010 ، و تطورت الإيرادات السياحة الدولية من 470 مليار دولار سنة 2000 إلى 944 مليار دولار سنة 2008 ، و هذا التطور الكبير في السياحة أدى إلى البحث عن نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط و البحوث و التسويق العالمي للسياحة ، و نجاح السياحة العالمية في الوقت الحالي يعود إلى استمرار العلاقات و الاتفاقيات الدولية للسياحة ، التي تؤمن إجراءات مرنة في مجال النقل الجوي ، و تحويل العملة و الأمن السياحي ، و قد تركزت السياحة الدولية في دول دون أخرى ، حيث احتلت أوروبا المرتبة الأولى سنة 2008 و احتلت إفريقيا المرتبة الأخيرة من حيث الإيرادات السياحة الدولية.

الفصل الثاني:

السياحة الجزائرية

ومقارنتها مع بعض

التجارب السياحية

العربية الناجحة (مصر،

تونس والمغرب).

تمهيد.

لقد أشرنا في الفصل الأول من هذه الدراسة إلى أن السياحة الإفريقية ضعيفة خاصة إفريقيا الجنوبية ، مقارنة مع السياحة الأوروبية و الأمريكية ، إذ أن الجزء الشمالي من القارة الإفريقية تعرف حركة سياحية لا بأس بها ، إذ نجد مصر تونس و المغرب تعرف نموا و إنتعاشا سياحيا ملحوظا ، و زيادة إشغال الفنادق فيها ، إذ تشكل هذه الدول الوجهات السياحية الأولى في إفريقيا للعديد من السواح الأوروبيين و الأمريكيين ، و نموذج من النماذج السياحية العربية الناجحة ، إذ أعطت حكومات هذه الدول أهمية كبيرة للقطاع السياحي فيها قناعة منها بأن القطاع السياحي يكتسي أهمية كبيرة في تنمية اقتصادياتها ، و حل المشكلات الاقتصادية و الاجتماعية التي تواجهها ، و هذا بتحديثه و تطويره لجلب السياح العرب و الأجانب .

و لهذا ارتأينا أخذ هذه الدول (مصر ، تونس و المغرب) كعينة من أجل إجراء مقارنة سياحية ، بين الواقع السياحي لهذه الدول مع الواقع السياحي للجزائر ، لما لهذه الدول من تقارب من حيث الخصائص الجغرافية و وقوعها على نفس الشريط ، و سنقتصر في مقارنتنا هذه على أهم المؤشرات السياحية ، و مدى مساهمة السياحة في قضايا التنمية لهذه الدول .

و نهدف من وراء هذه المقارنة إلى معرفة المكانة الحقيقية للقطاع السياحي الجزائري من السياحة الدولية بصفة عامة ، و السياحة العربية بصفة خاصة ، و بالتالي عند الوصول إلى مكانة السياحة الجزائرية من السياحة للدول المقارنة ، نشرع في تشخيص تلك المكانة سواء كانت تلك المكانة قوية أم ضعيفة ، و ذلك في الباب الثاني من هذه الدراسة ، وعليه قمنا بتقسيم فصلنا هذا إلى خمسة مباحث كما يلي :

المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: المؤشرات السياحية الجزائرية ومكائنتها من السياحة الدولية.

المبحث الثالث: التجربة السياحية لمصر.

المبحث الرابع: التجربة السياحية لتونس.

المبحث الخامس: التجربة السياحية للمغرب.

المبحث السادس: مقارنة السياحة الجزائرية مع الدول السياحية المدروسة.

المبحث الأول: المناخ السياحي في الجزائر .

تعد ظاهرة السياحة في الجزائر حديثة النشأة ، إذ يعود ظهورها إلى الحقبة الاستعمارية ، أين أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية وتمكن من تنظيم قوافل سياحية من أوروبا إلى الجزائر ، وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري للنشاط الاقتصادي و السياحي ، إذ بلغ عدد السياح سنة 1950 حوالي 150 ألف سائح .

المطلب الأول: واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال .

مرت السياحة الجزائرية بعد الاستقلال بعدة مراحل ، وذلك من خلال إدراج السياحة الجزائرية في ميثاق السياحة والمخططات التنموية .

أولاً: السياحة الجزائرية قبل صدور ميثاق السياحة سنة 1966.

بعد حصول الجزائر على استقلالها وجدت نفسها أمام هياكل سياحية ضعيفة وغير قادرة على تلبية الطلب السياحي ، مقارنة مع ما تملكه الجزائر من إمكانيات طبيعية وآثار تاريخية ومناطق غابية وحمامات معدنية ، بالإضافة إلى اتساع الساحل الجزائري ما أدى إلى تشكيل عدة شواطئ مستقبلية للسياح .

ركزت السياسة المنتهجة بعد الاستقلال من قبل الدولة على قطاعات دون أخرى ، إذ اهتمت بقطاعات الصناعة والفلاحة والصحة والتعليم ، واعتبرت قطاع السياحة ليس من أولويات الخطة التنموية ، هذا بالإضافة إلى قلة الموارد المالية والإمكانيات المتاحة باعتبار الجزائر دولة حديثة الاستقلال ، ورغم أن القطاع السياحي لم يحظى باهتمام كبير آنذاك ، إلى أنه تم وضع برنامج في الفترة ما بين 1962 و 1966 ، وكان يهدف هذا البرنامج إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي وهي :¹

-الجهة الغربية للوطن : تم إنشاء فندق الأندلسيات بولاية وهران؛

-الجهة الشرقية : تم إنشاء فندق سرايدي بعنابة و فندق بالقالة ؛

-الجهة الغربية للجزائر العاصمة: تم إنشاء مركب موريتي و مركب سيدي فرج بتيبازة .

ما يلاحظ أن الدولة ركزت على المناطق الكبرى في البلاد ، وكان هدفها هو بناء مرافق للأعمال والممتلكات والمؤتمرات، كما تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري للسياحة سنة 1962 تحت إشراف وزارة الشباب والرياضة والسياحة ، وفي سنة 1964 حاولت الدولة إعطاء دفعة جديدة للسياحة فأنشئت وزارة خاصة بها سميت وزارة السياحة ، إلا أنه يمكن إرجاع إهمال السياحة آنذاك إلى عدة أسباب هي :

1- عوينان عبد القادر ، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع

والآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص5

- نظرة الدولة اتجاه السياحة باعتبارها نشاط ثانوي؛
- غياب الكفاءات والعمال المؤهلين في المجال السياحي؛
- ضعف الهياكل السياحية من وسائل الراحة والترفيه والنقل؛
- غياب وهشاشة شبكة الطرقات والمطارات والموانئ؛
- غياب وسائل الترويج السياحي والوكالات السياحية.

ثانيا: السياحة في الجزائر بعد صدور ميثاق السياحة 1966.

بعد صدور ميثاق السياحة يوم 26 مارس 1966 ، والذي يعبر عن بداية اهتمام الدولة بقطاعها السياحي ، فبعد تقييم شامل لمجمل المشاكل التي كانت تعاني من السياحة ، بالإضافة إلى حصر الثروات السياحية من طرف وزارة السياحة ، واستنادا إلى عملية التقييم هاته تم تحديد سياسة الدولة اتجاه السياحة من خلال ميثاق السياحة ، حيث تم تحديد التوجهات الأساسية للسياحة الجزائرية كما يلي :

- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الخارجية، بغية جلب العملة الصعبة، نظرا لحاجة الجزائر للموارد المالية لأجل تغطية برامج التنمية المختلفة؛
- خلق مناصب شغل من خلال توسيع هياكل القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية؛
- إنشاء جهاز خاص بالتكوين السياحي والفندقي لأجل تأهيل اليد العاملة.
- ومن أجل بلوغ تلك الأهداف تم وضع إستراتيجية لتنمية قطاع السياحة من خلال:¹
- إصلاح كل المرافق المخصصة للسياحة عبر الشواطئ والمناطق السياحية الجبلية والريفية؛
- إحصاء الآثار السياحية والتاريخية وتحسينها ، مع العمل على خلق تقاليد و ثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري ؛
- تسهيل إجراءات الدخول عبر الحدود والمطارات؛
- العمل على إنشاء الوكالات السياحية في داخل الوطن وخارجه بغية الدعاية والاشهار للمنتج السياحي الجزائري؛
- العمل على تطوير الصناعة الفندقية وإصلاحها وإعادة تأهيلها، مما يجعلها تتماشى ورغبات السياح الأجانب؛

¹- عوينان عبد القادر ، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، مرجع سبق ذكره، ص 05

-إنشاء هياكل لتكوين الكفاءات والإطارات السياحية .

ومن خلال تقييم إستراتيجية السياحة التي أتى بها ميثاق السياحة، نرى أنها فشلت لعدة أسباب منها:

-الهدف الأساسي التي سطرته الدولة من وراء السياحة هو جلب العملة الصعبة ، في الوقت الذي لجأت فيه إلى إنفاق أموال كبيرة بالعملة الصعبة لإنشاء المركبات السياحية الكبرى؛
-عدم توافق السائح المرغوب فيه مع المنتج المقدم ، حيث قدمت الدولة منتوجا حضريا لاستقبال السائح الحضري، مع العلم أن السائح الحضري يرغب في التعرف على المنتج التقليدي أكثر من التعرف على المنتج الحضري .

ثالثا: واقع السياحة الجزائرية من خلال المخططات التنموية .

حاولت الدولة إدراج القطاع السياحي في المخططات التنموية كما يلي .

-المخطط الثلاثي(1967-1969): تم برمجت القطاع السياحي في هذا المخطط ، و خصصت له 282 مليون دينار جزائري كاستثمارات سياحية ، بغية انجاز 13.081 سرير ، وفي هذا المخطط تم التركيز على السياحة الشاطئية ، إذ خصص له 6795 سرير ، في حين السياحة الصحراوية خصص لها 1818 سرير فقط.

-المخطط الرباعي الأول(1970-1973): حدد هذا المخطط هدف رئيسي وهو رفع قدرات الإيواء لبلوغ 35 ألف سرير ، وتم تخصيص لهذا المخطط غلاف مالي يقدر ب 700 مليون دينار جزائري ، كما أعطيت الأهمية في هذا المخطط إلى المشاريع المتبقية من المخطط السابق بنسبة 60 % فضلا عن القيام بما يلي :

*إعادة تهيئة نادي الصنوبر البحري و الفنادق الحضرية ؛

*تنمية السياحة في تيبازة وبلاد القبائل؛

*تخصيص ميزانية 120 مليون دينار لانجاز ثمانية حمامات معدنية.

*المخطط الرباعي الثاني(1974/1977): شهد هذا المخطط عدة تغيرات على مستوى التنظيم السياحي كما يلي :

-إلحاق المصالح التجارية (SONATOUR) بالوكالة التجارية DTA؛

-إنشاء الشركة الوطنية للسياحة (SON-ALTOUR) سنة 1976؛

-إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية .

-المخطط الخماسي الأول (1980-1984): هدف المخطط هو الوصول إلى طاقة إيواء تقدر ب 50.880 سرير ، وتم تخصيص لذلك غلاف مالي ب 3400 مليون دينار لتغطية تكاليف هذه المشاريع

، بالإضافة إلى تطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية موزعة على الجهات الشرقية والوسط والغرب، والموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية .

-المخطط الخماسي الثاني(1985/1989): أدركت الحكومة أهمية السياحة في هذا المخطط ، مما أدى إلى برمجت عدة مشاريع سياحية خصصت لها غلاف مالي يقدر 1800 مليون دينار ، وبالتالي يمكن القول من خلال المكانة الضعيفة التي كان يحتلها القطاع السياحي ضمن المخططات التنموية أن الدولة لم تولي اهتماما كبيرا لقطاع السياحة ، هذا ما شكل عائقا كبيرا أمام تطوير السياحة الجزائرية بعد هذه المرحلة ، هذا ما سوف نعود إليه بنوع من التفصيل وذلك من خلال تقييم مكانة السياحة الجزائرية ضمن المخططات التنموية ، وهذا في الفصل الثاني من الباب الثاني.

المطلب الثاني : إستراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر .

بغية إعطاء الدولة دفعة قوية لقطاعها السياحي قامت بإدخال إصلاحات جديدة على قطاعها السياحي ، وذلك من خلال وضع إستراتيجية خوصصة الوحدات الفندقية والسياحية ، وتشجيع الاستثمار الخاص ، بهدف بروز صناعة سياحية في الجزائر .

أولاً: الخوصصة ، تعريفها ، أسبابها وأهدافها.

الخوصصة تعني التحول الجزئي أو الكلي من المؤسسات التابعة للقطاع العام إلى القطاع الخاص ، مع ميزة خاصة تتمثل في بيع الأصول ، وتتمثل أيضا في وضع إطار تأسيسي وتنظيمي ملائم لتنمية القطاع الخاص وقوانين السوق و رفع الاحتكار و تحرير التجارة .¹

أما الأسباب التي أدت بالجزائر إلى خيار الخوصصة السياحية هي :²

- العجز الذي سجلته المؤسسات السياحية ، حيث في سنة 1992 سجل عجزا ماليا ل 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة عمومية اقتصادية للتسيير الفندقي والسياحي ؛
- ضعف القطاع السياحي وعجزه على عكس صورة الجزائر السياحية؛
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية مقارنة مع نوعيتها ؛
- ضعف المستوى التكويني لمستخدمي القطاع السياحي؛
- ضعف حصة قطاع السياحة في امتصاص البطالة وخلق مناصب عمل؛
- غياب الثقافة والصيانة والمتابعة في المرافق السياحية .

¹-هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص 166 .

²- Hachimi Madouche , le tourisme en Algérie , édition houma ,Alger , 2003, p 80.

وكان هدف الدولة من وراء الخوصصة السياحية ما يلي¹:

- الخوصصة الكلية للتسيير ؛

- الخوصصة الجزئية أو الكلية لرأس المال ؛

- الخوصصة الكلية للاستثمارات المستقبلية ؛

- إعادة توجيه المؤسسات السياحية لإخراجها من طرق التسيير القديمة².

ثانيا: مراحل الخوصصة وتقنياتها .

مرت خوصصة القطاع السياحي في الجزائر بمرحلتين هما:

- عرض المشاريع الفندقية التي هي في طور الانجاز أو الانتهاء منها ، مست هذه العملية (05) فنادق هي (الفندق الدولي لمطار الجزائر ، فندق اللوس بالوادي ، فندق بجاية ، فندق المسيلة، وفندق شاطوناف بوهران) ، إلا أن هذه العملية لم تسفر عن بيع أي فندق من هذه الفنادق ، رغم تقديم بعض العروض لشرائها ، حيث حظي فندق شاطوناف بوهران بطلب لأجل شراءه من أحد المستثمرين الخواص بمبلغ 20 مليار دينار ، إضافة إلى 500 مليون كإيجار للأرض سنويا ، إلا أن هذه العملية لم تتم ، نظرا لعدم توفر المشتري على المبالغ اللازمة³.

- وقد تم تقديم عرض إضافي لمجموعة من المؤسسات الفندقية ، حيث تم تصنيفها إلى ثلاث أصناف (جيدة صنف أ، متوسطة صنف ب ، دون متوسطة صنف ج) نظرا لعدم تمتعها بنفس الوضعية ، سواء الوضعية المالية أو المادية وحتى التجارية ، وقد تم هذا التصنيف وفق المعايير التالية (الموقع ، المردودية ، حالة تجهيزات المؤسسة ، الانجازات السابقة)⁴ ، ووفقا لهذه المعايير قامت وزارة السياحة بتصنيف 60 مؤسسة سياحية كما يلي .

¹ -بختي فريد و مدات جمال ، السياحة في الجزائر الإصلاحات و الآفاق المستقبلية ، مع الإشارة لولاية البويرة ، المنتدى الوطني

حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 07.

² -ربحي كريمة ، إستراتيجية خوصصة التسيير وأثرها على القطاع السياحي ، المنتدى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع

والآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

³ -بوخدوني وهيبة ، تقييم أصول المؤسسات العمومية للقطاع السياحي في إطار عملية الخوصصة - دراسة حالة فندق سفير ،

رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، ص 86 .

⁴ -hachimi madouche ,op-cit , p 92

الجدول رقم (09): المؤسسات الفندقية المعروضة للخصوصية

المؤسسات	الصف أ	الصف ب	الصف ج	المجموع
فنادق حضرية من الطراز العالي	03	/	/	03
فنادق حضرية من الطراز المتوسط	06	10	02	18
مركبات شاطئية	07	02	01	10
فنادق صحراوية	06	07	05	18
محطات معدنية	/	07	01	08
محطات مناخية	/	02	/	02
مركز الاستحمام بمياه البحر	01	/	/	01
المجموع	23	28	09	60

المصدر: وزارة السياحة ، مديرية الإحصائيات ، 2008.

ولأجل بلوغ أهداف الخصوصية السياحية استندت الجزائر على عدة تقنيات لخصوصية مؤسساتها السياحية هي :

- عقود التسيير : وذلك من خلال اللجوء إلى مسير خاص يتوفر على الكفاءة والخبرة والمهارة ، حيث يضمن هذا المتعاقد مسؤولية تسيير المؤسسة حسب دفتر الشروط ، وتتولى الدولة مهمة حماية المؤسسة العمومية من أخطار الاستغلال¹.

- عقود الكراء: ويقصد بها اتفاقية يتم بموجبها منح تسيير خدمة عمومية إلى مؤسسة خاصة ، إذ تلتزم طول مدة العقد بتوفير الوسائل اللازمة لاستغلال هذه الخدمة ، و أجر المؤسسة المسيرة يكون مباشرة من طرف المستعمل للخدمة العمومية .

- الاكتتاب في رأس المال : يتمثل في بيع الدولة لجزء من الأسهم التي تمتلكها في المؤسسات السياحية ، والهدف من البيع الجزئي للأسهم هو إمكانية الرقابة على المؤسسة السياحية الخاضعة للخصوصية .

- بيع الأصول للمستثمرين والمستخدمين الذين تتوفر فيهم الكفاءة والخبرة في مجال السياحة ، و قد قامت مؤسسة السياحة موريتي و النادي السياحي الجزائري بإتباع هذه الطريقة .

¹- ربحي كريمة ، مرجع سبق ذكره ، ص 04

كما نص القانون المصادق عليه سنة 1995 وقانون سنة 2001 على خمسة طرق من الخوصصة وهي :¹

-التنازل عن طريق السوق : من خلال عرض الأسهم والقيم المنقولة في بورصة القيم المنقولة ؛
-التنازل عن طريق المناقصة : يتم التنازل عن الأسهم والقيم المنقولة عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة وطنيا أو دوليا؛

-خوصصة التسيير : تخضع كذلك للمناقصة سواء محدودة أو مفتوحة وطنية أو دولية ؛
-التعاقد بالتراضي : يلجأ إلى هذا النوع في الحالة الاستثنائية التي تقررها الحكومة في الحالات التالية) تحويل التكنولوجيا ، التنازل عن طريق المناقصة، التنازل عن طريق المناقصة لم تأتي بثمار).

ثالثا: بعض تجارب الخوصصة السياحية في الجزائر .

بعد صدور القانون رقم 01/89 المؤرخ في 07/02/1989 والمتضمن المبادئ العامة التي تحكم عقود التسيير قامت الحكومة بعدة تجارب في مجال خوصصة القطاع السياحي ومنها :
-تجربة مجمع أكور L'expérience de groupe accor : وهو مجمع فرنسي له شهرة عالمية ، بدأ التعامل مع الجزائر من خلال إبرام عقدين للتسيير هما :²

- عقد التسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط (فندق سوفيتال) سنة 1992؛
- عقد التسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط (فندق مطار الجزائر مركز HOTEL (MERCURE) سنة 2000.

وتم الحفاظ على استمرار العقدين إلى وقتنا الحالي ، وقد استطاع مجمع أكور أن يقدم عدة خدمات خاصة فيما يتعلق بفندق سوفيتال فيما يتعلق بالتسيير الجيد والفعال .

-تجربة مجمع فلامينكو(L'expérience de groupe flamengo): وهو مجمع إسباني يعمل في إطار النشاط السياحي و الفندقية ، حيث قام هذا المجمع بإبرام عقدين من عقود التسيير هما .

- عقد مع فندق الرياض (مؤسسة التسيير السياحي سيدي فرج)؛

- عقد مع فندق الزيانين (مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان).

إلا أن مجمع فلامينكو فشل في الاستمرار نظرا للأسباب التالية:

¹-الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد47 ، المؤرخة في 22أوت 2001.

²-رجحي كريمة ، مرجع سبق ذكره ، ص12.

*غياب الخبرة لمجمع فلامينكو؛

*ضعف اتصالاته الدولية وشبكات الترويجية للسياحة على المستوى الدولي .

- تجربة مجمع هيلتون (L'expérience de groupe Hilton) : قام مجمع الهيلتون بإبرام عقد تسيير سنة 1993 يخص فندق الجزائر الدولي ، وكانت المؤسسة الجزائرية ساحلي (Sahli) الطرف الثاني في العقد، وهي مؤسسة مختلطة ما بين المؤسسة الجزائرية (Safax) و المؤسسة الكورية دايوو (Daewoo)، ولم يستمر هذا العقد طويلا وتم فسخه نظرا للمشاكل الأمنية المتدهورة، بالإضافة إلى ضعف مداخيل الفندق، وخلال سنة 2000 عاود مجمع فلامينكو إبرام عقد مع شركة دايوو (Daewoo)¹، وقد واجه تطبيق الخوصصة السياحية مجموعة من العقبات منها :

- مشكل تقييم المؤسسات العمومية ، نظرا لضعف التقييم المحاسبي وغياب التزاهة في الوثائق المحاسبية ؛
- غياب السوق المالي الذي يعمل على زيادة المدخرات لأجل الاستثمار؛
- نقص رؤوس الأموال لدى المستثمرين ؛
- غياب بنك معلومات سياحي بغية تسهيل عملية الخوصصة؛
- الموقف المعارض لعملية الخوصصة، خوفا من تدهور الوضع الاجتماعي للعمال.

المطلب الثالث: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر .

تعود المشاريع السياحية المنجزة خاصة في فترة السبعينات إلى الدولة، وبالتالي دور القطاع الخاص كان ضعيفا ، حتى بعد تخلي الدولة عن الاستثمار السياحي لم يرافقه استثمارات القطاع الخاص لأجل سد الفراغ .

أولا: أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر ومحدداته .

يكتسي الاستثمار السياحي في الجزائر أهمية كبيرة ، نظرا لاستعداد السياحة الجزائرية وتقبلها لمثل هذه الاستثمارات بالإضافة إلى ²:

- فرص الاستثمار متاحة في السياحة الجزائرية، إذ تعتبر نقائص العرض السياحي في الجزائر فرصا مهمة للاستثمار، خاصة في ظل الطلب السياحي المتزايد، حيث لا تزال بعض المناطق السياحية عذراء ، فهي تفتقر

¹- ربحي كريمة ، مرجع سبق ذكره ، ص14.

²- تيري يوسف، الاستثمار السياحي في الجزائر - الأهمية والمعوقات ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية -

دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره ، ص04.

لكثير من الإمكانيات السياحية كالفنادق والمطاعم .. الخ، ضف إلى ذلك توافر الموارد الطبيعية كل هذه النقائص تشجع وتجلب الاستثمار السياحي فيها .

- مساهمة الاستثمار السياحي في تنوع موارد الاقتصاد الوطني، إذ يشكل القطاع السياحي بديلا حقيقيا لقطاع المحروقات في المستقبل القريب إذا تم ترقيته، حيث يساهم في توفير مداخيل بالعملة الصعبة من السياحة الخارجية، ومنه تقليل من التركيز على قطاع المحروقات كقطاع رئيسي في نمو الاقتصاد الوطني .

- مساهمة قطاع السياحة في التقليل من حدة البطالة، نظرا لتشابكه مع قطاعات اقتصادية أخرى ، حيث عمل قطاع السياحة على توفير أزيد من 79 ألف منصب في الفترة (2006/1993)¹ .

- تتوفر السياحة الجزائرية على مزايا تنافسية غير مستغلة: تشهد الأسواق العالمية ارتفاع حدة المنافسة، مما استدعى على الدول التخصص في قطاعات التي تملك فيها مزايا تنافسية قوية، والجزائر يمكن أن تملك حصة في الأسواق العالمية للسياحة من خلال تركيزها على جلب الاستثمارات السياحية خاصة الأجنبية منها .

ورغم الأهمية الذي يكتسبها الاستثمار السياحي إلا أنه توجد مجموعة من المحددات تعمل على الحد من نموه منها :

- التسهيلات والحوافز : الاستثمارات السياحية شأنها شأن باقي الاستثمارات في القطاعات الأخرى، تتأثر بالتحفيزات والتسهيلات التي تمنحها الدولة، خاصة فيما يتعلق بجانب الاستقرار والمنظومة القانونية والتشريعية المرتبطة بالاستثمار، بالإضافة إلى توفير العقار السياحي بأسعار تحفيزية وتوفير البنية التحتية بدون مقابل للمستثمر، حيث تسترد التكلفة عن طريق الإيجار.²

- التخطيط السياحي: يعمل التخطيط السياحي على رسم الإستراتيجية السياحية لفترة زمنية معينة ، وبالتالي توفير الموارد السياحية لغرض تحقيق تنمية سياحية سريعة؛

- الترويج لإمكانيات الاستثمار السياحي المتوفرة: تحتاج فرص الاستثمار المتوفرة إلى التعريف بها والترويج لها ، لأجل إقبال المستثمرين عليها .

- تقديم المساعدات الفنية : تعمل الدولة على توفير مجموعة من الوسائل الفنية بغية جلب الاستثمارات الخاصة بها ، وتكمن هذه الوسائل الفنية في دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية ، وتأهيل المتدربين في المجال السياحي³

¹-الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، منشورات 2006 .

²-عبد المنعم منال ، السياحة تشريعها ومبادئها، الطبعة الأولى ، دار الصفا ، عمان ، الأردن ، ص26 .

³-هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 159 .

ثانيا: الإطار التشريعي للاستثمار السياحي.

في نهاية سنوات الثمانينات حاولت الجزائر الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق ، فعمدت إلى سن تشريعات منها :

- قانون 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالنقد والقرض، يعتبر هذا القانون الحجر الزاوية للإصلاحات الاقتصادية، وقد سمح للأجانب والجزائريين غير المقيمين بتحويل رؤوس أموالهم إلى الجزائر لتمويل أي نشاط اقتصادي غير محتكر من قبل الدولة ، وذلك حسب الشروط التالية:

● يجب أن يكون الاستثمار أداة لتحقيق مناصب الشغل ؛

● التسيير يكون بتأهيل إطارات ومستخدمين جزائريين؛

● نقل التكنولوجيا والعمل على توازن سوق الصرف.

- قانون الاستثمار 12/93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993: يعتبر هذا القانون محفزا قويا لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي وقد نص على ما يلي:¹

* تحويل رؤوس الأموال المستثمرة والفوائد المترتبة عنها؛

* منح تحفيزات جبائية وأخرى جمركية هامة؛

* يحظى الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الوطنيون والأجانب بنفس المعاملة من حيث الحقوق و الالتزامات المتعلقة بالاستثمار؛

* اللجوء إلى المحاكم الدولية في حالة النزاعات بالنسبة للمستثمرين غير المقيمين في الجزائر؛

* تغطية الاستثمارات عن طريق المعاهدات الدولية الثنائية أو المتعددة الأطراف والمتعلقة بتشجيع الاستثمارات والضمانات التي وقعت عليها الجزائر؛

* لا يتم تطبيق المراجعات أو الإلغاءات التي قد تطرأ في المستقبل على الاستثمارات في إطار هذا المرسوم التشريعي إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة.

وبعد صدور هذا القانون تم إنشاء وكالة وطنية للتهيئة السياحية تهدف إلى :

- تهيئة المناطق السياحية؛

- تهيئة المناطق المقترحة للتوسع السياحي.

هذا وقد منح قانون 12/93 ضمانات داخلية وخارجية لم تكون موجودة من قبل ، لأجل تسهيل إرساء الجزائر لقواعد السوق.

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 04 المؤرخة في 10/10/1993 ، القانون رقم 12/93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 .

-قانون تطوير الاستثمار رقم 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار: ¹ واصلت الجزائر في سن التشريعات الخاصة بالاستثمار لأجل جلب المزيد من الاستثمارات، وقد نص هذا القانون على ما يلي: ²

- المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب ؛
 - إلغاء التمييز في الاستثمار بين القطاع العام والخاص؛
 - وبموجب هذا القانون تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) * ، وحدد مهامها كما يلي:
 - ضمان ترقية الاستثمارات وتطويرها ومتابعتها؛
 - تسيير صندوق دعم الاستثمار؛
 - التأكد من احترام الالتزامات التي تعهد بها المستثمرين خلال مدة الإعفاء؛
 - تسهيل استفتاء الشكليات التأسيسية عند إنشاء المؤسسات وانجاز المشاريع؛
 - استقبال المستثمرين المقيمين وغير المقيمين وإعلامهم ومساعدتهم في إطار تنفيذ مشاريعهم الاستثمارية.
 - القانون رقم 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ويسعى لتحقيق ما يلي
 - إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية ؛
 - تنويع العرض السياحي؛
 - العمل على حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة ؛
 - ترميم التراث السياحي.
- وسوق نعود إلى هذا القانون بنوع من التفصيل عند عرض إستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في الفصل الأول من الباب الثالث من هذه الدراسة .

ثالثا: تحفيزات وتدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي .

- عملت الدولة على منح العديد من التحفيزات والامتيازات في مجال الاستثمار السياحي كما يلي: ³
- الامتيازات الممنوحة وفق قانون الاستثمار لسنة 93 : منح عدة امتيازات منها
 - النظام العام الذي يخص الاستثمارات التي تنجز في المناطق الحرة والتنوعية؛

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 47 ، مرجع سبق ذكره.

² - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، النصوص القانونية المتعلقة بتطوير الاستثمار في الجزائر ، نشرة 2003

* ANDI : Agence Nationale de Développement de L'investissement

³ - محمد عز الدين ، التطور السياحي بالجزائر ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2002

، ص 34 .

- النظام النوعي الذي يخص المناطق التي أعطيت لها الأولوية في التنمية ؛
- النظام الخاص بالجنوب الكبير ويشمل الولايات (أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف)؛
- النظام الخاص بالطرف الثاني من الجنوب ويشمل الولايات (بشار، غرداية، النعامة، ورقلة، واد سوف ، بسكرة، الجلفة)؛
- نظام الاتفاقيات ويخص الاستثمارات العامة والإستراتيجية.

والجدول التالي يوضح الامتيازات الممنوحة للاستثمارات السياحية .
الجدول رقم (10): الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي حسب قانون 93.

الجنوب الكبير	الطوق الثاني للجنوب	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	المساعدات على الانجاز
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل
0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	حقوق التسجيل لعقود تأسيس الشركات ورفع رؤوس أموالها
إعفاء على 10 سنوات	إعفاء من 7 سنوات على الأقل	إعفاء من 5 إلى 10 سنوات	إعفاء من 02 إلى 05 سنوات	الرسوم العقارية
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA
3%	3%	3%	3%	الحقوق الجمركية
تكفل جزئي أو كلي	تخفيض 10%	تكفل كلي أو جزئي	لا شيء	أشغال المنشآت القاعدية
امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي	تخفيض الـ 50%	امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية	التنازل عن الأراضي العمومية
لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء	التخفيض على نسبة الفوائد

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، مجلة الاستثمار والشراكة في السياحة ، 1994 ، ص15.

هذا وقد منح قانون 93 مجموعة من الضمانات للمستثمرين هي:¹

- مبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين الجزائريين والأجانب ؛
- ضمانات التحويل والتنازل لرأس مال المستثمر الناجم عنه ؛

¹- عليوش قريوع كمال ، قانون الاستثمار في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998، ص63

- اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة النزاع المستثمر الأجنبي والدولة الجزائرية.
- الامتيازات الممنوحة وفق قانون الاستثمار لسنة 2001¹: منح هذا القانون في النظام العام والاستثنائي، أما المتعلقة بالنظام العام فهي الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع غير المستثناة والمستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة المستوردة أو المقتناة محليا ، والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار ؛
- الإعفاء من دفع حق نقل الملكية يعوض عن كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني؛

وفيما يخص النظام الاستثنائي نجد:

- الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة ؛
- وكذا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني .
ملاحظة: لمزيد من التفصيل حول المزايا والضمانات الممنوحة للاستثمارات وفق قانون 2001 يمكن الرجوع للمحلق (01).
- الامتيازات الممنوحة للاستثمار في إطار قانون 2003² : من هذه الامتيازات نجد
● تطبيق معدل الضريبة على أرباح الشركات 19% عوض 25%؛
● يطبق على رقم الأعمال للنشاطات السياحية الرسم على النشاط المهني 2%؛
● تخضع النشاطات السياحية المنصوص عليها في قانون الرسم على القيمة المضافة 7%؛
● تخضع عقود زيادة رأس المال الشركات السياحية لرسم 0.5%، عندما تكون الأرباح والمؤونات المدجة في رأس المال لم تخضع من قبل للضريبة على أرباح الشركات؛
● تخضع عقود تكوين الشركات السياحية لحق التسجيل بنسبة 0.5% ، على المبلغ الإجمالي للأموال المنقولة والعقارية دون أن يقل هذا الحق عن 1000 دج.

¹ - أمر رقم 03/01 مؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق ل 20 غشت سنة 2001 ، والمتعلق بتطوير الاستثمار.

² - Ministère des finances , tourisme , soutien fiscal a un secteur potentiellement porteur , la lettre de la DGI , n 43, 2009.

المبحث الثاني: واقع مؤشرات السياحة الجزائرية ومكانتها من السياحة الدولية.

تشير الكثير من الدراسات و التقارير عن واقع السياحة الجزائرية أنه مزال بعيد عن القطاعات السياحية مقارنة مع الدول الشقيقة ، و هذا ما سوف نقوم به من خلال عرض صورة عن السياحة الجزائرية من خلال واقع السياحة الجزائرية الدولي و أهميتها في التنمية الاقتصادية ، و الصورة الدولية للقطاع السياحي الجزائري تظهر من خلال مساهمة هذا القطاع في مجموعة من المؤشرات ، كالتدفق السياح الدولي ، الناتج المحلي الإجمالي الدولي ، الإيرادات السياحية الدولية .

المطلب الأول: نصيب السياحة الجزائرية من التدفق السياحي الدولي .

مرت السياحة الجزائرية بعدة مراحل ، جل هذه المراحل كانت في غير صالحها ، وهذا ما أثر سلبا على حركة السياح اتجاه الجزائر .

أولا-تطور عدد السياح في الجزائر .

تشير التقارير أن حصة الجزائر من السياحة الدولية لا تزال تقدر 2 % من التدفقات السياحية ، و بما أن أهم مؤشر حقيقي يبرز مكانة القطاع السياحي في العالم هو عدد السياح ، فحصة الجزائر من السياحة العالمية ضعيفة جدا ، فقد بلغ عدد السياح سنة 2004 نحو 1.112.518 سائح ، في الوقت الذي كان فيه عدد السياح في العالم يقارب 800 مليون سائح ، أي بنسبة 800/1 من السياحة العالمية ، مع العلم أن 90 % من السياح عبارة عن زيارة الجزائريين المقيمين في الخارج لوطنهم ، و حسب معايير المنظمة العالمية للسياحة فهم سياح في بلدهم الأصلي ويعتبرون سياح أجنب ، و الجدول التالي يوضح ذلك .

الفصل الثاني: السياحة الجزائرية ومقارنتها مع بعض التجارب السياحية العربية الناجحة (مصر، تونس والمغرب)

الجدول رقم(11): تطور عدد السياح في الجزائر للفترة (2011/1995).

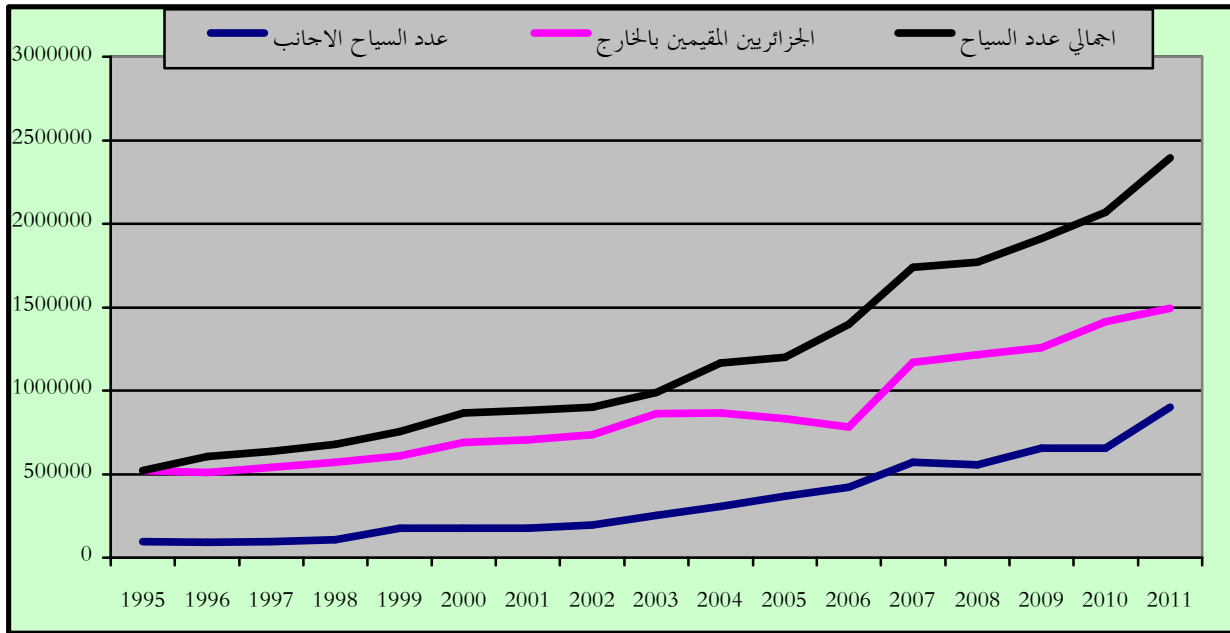
السنة	عدد السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
1995	97.648	521.928	619.576
1996	93.648	511.477	605.125
1997	94.832	539.920	634.752
1998	107.213	571.235	678.448
1999	174.611	607.675	782.286
2000	175.538	690.446	865.994
2001	175.528	705.187	880.715
2002	196.229	735.915	932.144
2003	251.145	861.373	988.060
2004	304.914	865.157	1.112.518
2005	368.562	831.438	1.200.000
2006	420.000	480.000	1.400.000
2007	570.189	1.169.802	1.740.000
2008	557.000	1.215.000	1.772.000
2009	655.810	1.255.696	1.911.506
*2010	654.987	1.415.509	2.070.496
*2011	901.642	1.493.245	2.394.887

* www.mta.gov.dz.

المرجع: عبد الرزاق براهيمى و عبد الحفيظ مسكين ، مرجع سبق ذكره ، ص12

من خلال الجدول نلاحظ أن التدفق السياحي في الجزائر خلال الفترة (2009/1995) عرف وتيرة متزايدة ، كما يوضحه الشكل التالي .

الشكل رقم (18): تطور عدد السياح في الجزائر .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(11).

ما يلاحظ على عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خاصة بعد سنة 95 أن أغلبهم الجزائريين المقيمين في الخارج ، أما السياح الأجانب فتراجع تراجعاً كبيراً خلال سنتي 96 و 97 ، هذا يبرره الوضع الأمني الذي مرت به الجزائر خلال هذه الفترة ، و الذي أثر سلبياً بدرجة كبيرة على القطاع السياحي في الجزائر ، وبعد سنة 97 عاود عدد السياح الوافدين إلى الارتفاع المستمر إلى غاية سنة 2003 ، ولكن لم يتجاوز هذا الارتفاع عتبة المليون سائح المحققة في بداية التسعينات ، أما الفترة ما بين 2004 و 2009 عاود عدد السياح إلى تجاوز عتبة المليون سائح ، حيث بلغ عدد السياح سنة 2004 حوالي 1.112.518 سائح ، و بالتالي رجع عدد السياح الوافدين إلى حالته الأصلية التي كان عليها سنة 1994 ، و بالتالي بلوغ أزيد من 300 ألف سائح أجنبي ، و استمر هذا الارتفاع إلى غاية سنة 2009 ، حيث بلغ عدد السياح في هذه السنة حوالي 1.911.506 سائح ، و خلال سنة 2010 وصل عدد السياح الوافدين للجزائر إلى 2.070.496 سائح ، و في سنة 2011 بلغ عدد السياح أزيد من 2.3 مليون سائح ، و هذا الرقم لم يتحقق منذ الاستقلال ، طبعاً تحسن الظروف و الوضع الأمني في الجزائر هو السبب الرئيسي لعودة التدفق السياحي للجزائر.

المطلب الثاني: مساهمة السياحة الجزائرية في قضايا التنمية الاقتصادية.

تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية الجزائرية من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات ، و خلق السياحة الجزائرية لفرص العمل ، بالإضافة إلى نصيب السياحة الجزائرية من إيرادات السياحة الدولية.

أولاً: نصيب السياحة الجزائرية من إيرادات السياحة الدولية .

المؤشر الآخر الذي يؤكد على التطور السريع في القطاع السياحي هو حجم الإيرادات السياحية السنوية التي تقدمها السياحة إلى الاقتصاد البلد السياحي ، فحجم الإنفاق الفرد على السياحة تطور بشكل كبير ، بعدما كان الفرد ينفق على السياحة في سنة 1950 حوالي 83 دولار ، أصبح ينفق الآن حوالي 928 دولار في الرحلة السياحية ، أي أن المبلغ تضاعف ب 11 مرة خلال نصف قرن من الزمن ، و بالنسبة لنصيب السياحة الجزائرية من إيرادات السياحة الدولية موضح في الجدول التالي .

الجدول رقم(12): تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر. (مليار دولار)

تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر	السنة
0,03	1995
0,045	1996
0,028	1997
0,074	1998
0,08	1999
0,096	2000
0.1	2001
0,131	2002
0,112	2003
0.18	2004
0.18	2005
0.22	2006
0.22	2007
0.3	2008
0.33	2009

Source :www.mta.gov.dz

لقد سبق و أن أشرنا في التدفق السياحي على الجزائر أن عدد السياح الوافدين تميز بالتذبذب ، هذا ما ينعكس سلبا على الإيرادات المحققة من هذا القطاع التي لا تزال ضعيفة جدا ، حيث حققت الجزائر سنة 2001 عوائد سياحية تقدر ب 100 مليون دولار ، وفي سنة 2002 قدرت الإيرادات السياحية المحققة ب 131 مليون دولار ، وفي سنة 2003 قدرت الإيرادات بحوالي 112 مليون دولار ، أي بزيادة 17 % مقارنة بمداخيل سنة 2002¹ ، وفي سنة 2004 حقق إيرادا سياحي بحوالي 180 مليون دولار ، ولكن في نفس السنة كان نصيب الجزائر من السياحة الإفريقية 0.9 % و هي نسبة ضعيفة جدا .

و في سنة 2008 كانت الإيرادات السياحية المحققة حوالي 300 مليون دولار ، في حين كانت سنة 2007 حوالي 220 مليون دولار ، و لكن رغم هذه الإيرادات المحققة يبقى الميزان السياحي للجزائر سالبا ، هذا دلالة على أن عدد الجزائريين الذين يسافرون للسياحة في الخارج ينفقون أكثر من السياح الوافدين إلى الجزائر ، فقد أنفق الجزائريين سنة 2008 ما قدره 394 مليون دولار² ، و بالتالي لم يسبق لميزان السياحي في الجزائر أن كان موجبا .

ثانيا: مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر .

الجدول التالي يوضح مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .

¹— عبد الرزاق براهيمى و عبد الحفيظ مسكين ، مرجع سبق ذكره ، ص 11 .

²— نفس المرجع السابق ، ص 18 .

الجدول رقم(13): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر (الوحدة: مليون دولار أمريكي)

السنة	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (%)
1991	0.18
1993	0.15
1995	0.08
1997	0.06
*1999	01
*2000	1.4
*2001	1.6
*2002	1.6
*2003	1.7
*2004	1.8
*2005	1.7
*2006	1,02
*2007	1.7
*2008	2.05
*2009	2.3

SOURCE : Organisation Mondial du tourisme , Tendances des marches touristiques , Afrique, édition 2005, p73

* وزارة السياحة ، مديرية الإحصائيات ، مرجع سبق ذكره.

يشير تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء ، أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10 % من الناتج المحلي الإجمالي ، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد كبير من الدول من بينها الجزائر التي يبقى فيها القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات و الفرص المتاحة ، وتقع الجزائر في المرتبة 147 عالميا من حصة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من مجموع 174 دولة¹ ، و أرقام الجدول تؤكد أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لم تتعدى 04% إلى غاية نهاية سنة 2009 ، و الشكل التالي يبين ذلك.

¹ — عبد الحق عباس ، السياحة في الجزائر فرص غير مستغلة تختزل نصيب الوطن من السياحة العالمية إلى 01 بالمائة ، على

الموقع :

الشكل رقم (19): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر.



source : <http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/pib.pdf>.

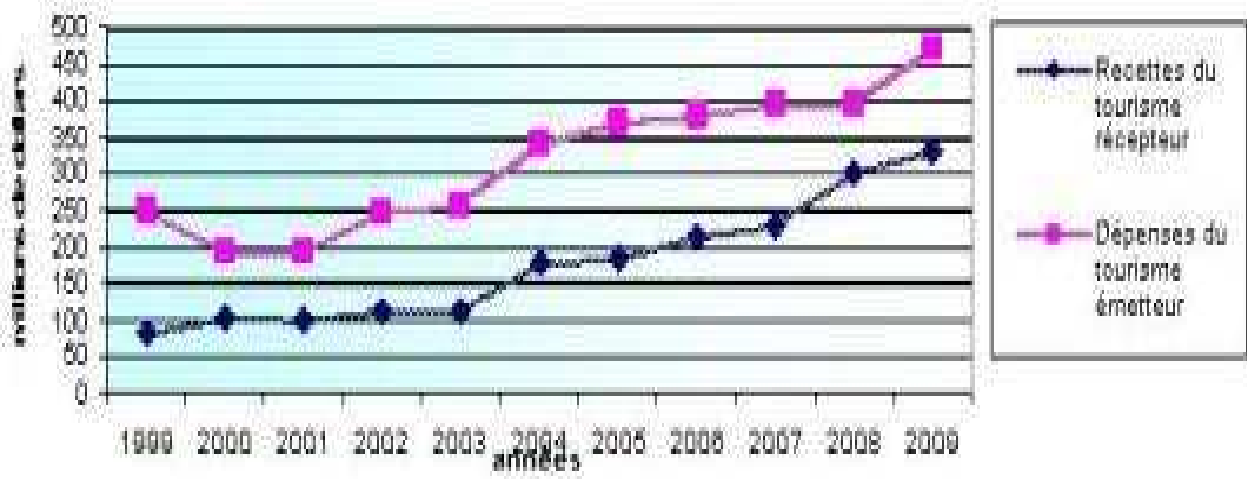
يظهر الشكل أن حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ظلت مستقرة لعدة سنوات مع ارتفاع طفيف ، و مع ذلك سجلت نموا إيجابيا سنة 2008 ب 2.05% و 2.3% سنة 2009 ، أما خلال سنة 2011 ارتفعت نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 3.7% ، حيث في الوقت الراهن العديد من الأنشطة المباشرة و وكالات السياحة و السفر مثلا أو ذات صلة مثل النقل لا تحسب عند احتساب حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، و لكن رغم هذا الارتفاع تظل مساهمة السياحة الجزائرية ضعيفة كثيرا مقارنة مع الدول المجاورة ، هذا طبعا يعكس المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي في الجزائر بين قطاعات الاقتصاد الوطني .

ثالثا: مساهمة السياحة الجزائرية في ميزان المدفوعات.

بلغت الإيرادات المسجلة في ميزان المدفوعات في سنة 2005 حوالي 2505.6 مليون دولار من الخدمات و 184.3 مليون دولار من الأسفار ، وفي سنة 2006 بلغت الإيرادات المسجلة في ميزان المدفوعات حوالي 2584.4 مليون دولار من الخدمات و 241.2 مليون دولار من الأسفار ، في حين قدرت إيرادات سنة 2007 ب 2837.1 مليون دولار من الخدمات و 218.9 مليون دولار من الأسفار ، والشكل التالي يوضح ذلك .

الشكل (20): تطور ميزان المدفوعات في القطاع السياحي (2009/1999).

Evolution de la balance de paiement



source : <http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/balance.pdf> .

من خلال الشكل نلاحظ أن ما ينفقه الجزائريين خارج الوطن في مجال السياحة ، أكبر مما ينفقه الأجانب في الجزائر ، ففي سنة 1999 أنفق الجزائريون في الخارج 280 مليون دولار ، و أنفق الأجانب في الجزائر 80 مليون دولار ، و بالتالي فهناك عجز ب 170 مليون دولار ، و نفس الملاحظة في كامل الفترة (2008/99) ، أي دائما النفقات السياحية أكبر من الإيرادات السياحية ، و هذا ما جعل الميزان السياحي دائما سالبا ، و لم يسبق له أن كان موجبا ، و حتى في المرحلة الأخيرة أين عرف فيها القطاع السياحي الجزائري نموا ملحوظا .

رابعا: مساهمة السياحة الجزائرية في التشغيل.

يعتبر قطاع السياحة من بين القطاعات الهامة في توفير مناصب الشغل ، وفي الجزائر و حسب إحصائيات سنة 2008 يوفر قطاع السياحة حوالي 320 ألف منصب شغل في الوقت الذي كان سنة 2001 يوفر 95 ألف منصب شغل ، و الجدول التالي يوضح ذلك .

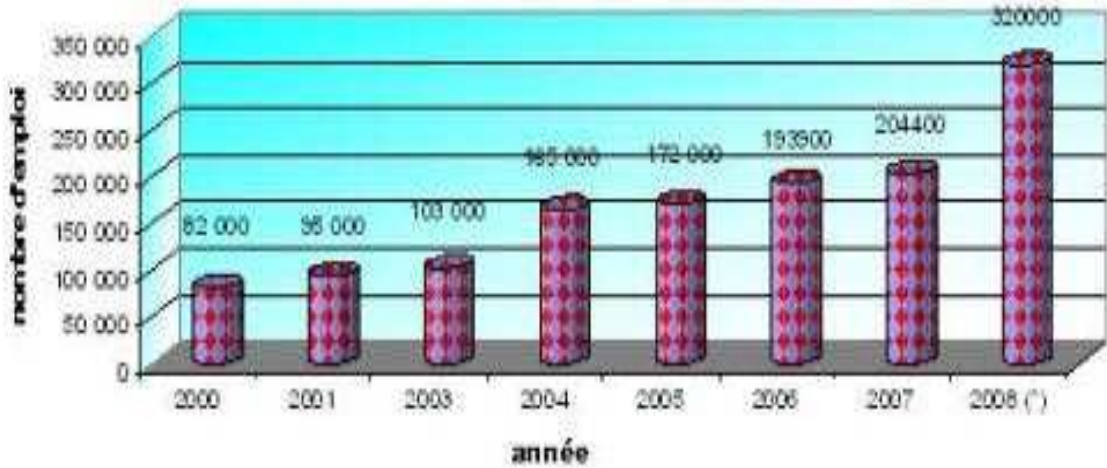
الجدول رقم (14): تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري . (الوحدة:ألف عامل)

السنة	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2011
عدد العمال	82	95	103	165	172	193.9	204.4	320	344

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات وزارة السياحة ، البيئة وتهيئة الإقليم .

و الشكل المرافق يوضح أكثر تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري
الشكل رقم(21): مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل للجزائر

Evolution de l'emploi dans la branche hôtels, cafés et restaurants



source : <http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/emploi.pdf>.

بلغ عدد الوظائف في القطاع العام سنة	2008	حوالي	320	ألف وظيفة مقابل
وظيفة عام	2007	، من خلال تحقيق نمو قدره	56.6	بالمائة في قطاع
الفنادق و المقاهي و المطاعم .				

المبحث الثالث: التجربة السياحية لمصر.

حظيت السياحة باهتمام متفاوت من دولة إلى أخرى و ذلك حسب الصورة المشكلة حول قطاع السياحة من قبل سلطات كل بلد ، و هنا سوف نعرض نماذج عن القطاعات السياحية في بعض الدول العربية ، بغية مقارنتها مع الواقع السياحي الجزائري.

المطلب الأول: مقومات السياحة المصرية.

تزخر مصر بمجموعة من المقومات السياحية ، اختلفت وتنوعت بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي و مناخ وتضاريس ، و مقومات مادية متنوعة ، حيث شكلت هذه المقومات القاعدة الأساسية للسياحة المصرية.

أولاً- المقومات الطبيعية .

تتمتع مصر بموقع جغرافي هام ، فهي تقع في منطقة التقاء ثلاث قارات و هي قارة إفريقيا و أوروبا و آسيا ، و بذلك تحتل مكانة سياسية قوية بين باقي الدول الأخرى في المنطقة ، وتعتبر المقومات الجغرافية في مصر من أهم المقومات السياحية التي أعطت لها وزنا سياحيا ، فتكثر فيها الجبال في المناطق الشرقية منها على الساحل البحر الأحمر ، و بعض التلال المرتفعة في منطقة جنوب شرق القاهرة ، و تطل على جهة الشمال على البحر الأبيض المتوسط ، و من جهة الشرق على البحر الأحمر ، و يمر في وسطها نهر النيل الذي يعتبر شريان الحياة لمصر¹ ، حيث يتفرع عند مدينة القاهرة إلى فرعين رمياط و الرشيد² ، كما تربط بين البحرين الأبيض و الأحمر قناة السويس و التي تصل الشرق بالغرب .

المناخ في مصر يتصف بالاعتدال طوال العام ، حيث يسوده الدفء شتاءً خصوصا في الجنوب

¹- ماهر عبد الخالق السيسى ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، مجموعة النيل العربية، القاهرة ، مصر ، 2001 ، ص ص (187/186).

²- رعد العاني ، الوجيز في الجغرافية السياحية و سياحة الجماعات ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، عمان ، الأردن ، 2005 ، ص 89.

(مناطق أسوان ، و الأقصر و أسيوط...) ، أما صيفا فهو متوسط الحرارة نهارا ، وتنقسم مصر مناخيا إلى ثلاث مناطق هي منطقة الساحل الشمالي ، منطقة وادي النيل ومنطقة سيناء و البحر الأحمر.

ثانيا-المقومات التاريخية للسياحة المصرية .

تتمتع مصر بمقومات تاريخية كثيرة ، فالآثار الفرعونية المنتشرة في أنحاء مصر شاهدة على حضارة مصر وتاريخها العميق ، و أهم هذه المقومات نجد:¹

-منطقة أسوان: تقع على الضفة الشرقية للنيل ، حيث يوجد بها العديد من المناطق الأثرية التاريخية ؛
-منطقة الإسكندرية و الساحل الشمالي: تعد من أكبر موانئ مصر و العاصمة الثانية للبلاد ، سميت بهذا الاسم نسبة إلى الإسكندر الذي أمر بإنشائها عام 332 قبل الميلاد.
كما نجد الآثار الإسلامية متنوعة في مصر فمنها:²

-الجامع الأزهر: بناه القائد الفاطمي جوهر الصقلي عام 291 م الموافق ل 369 هجري ، بأمر من الخليفة المعز لدين الله ليكون مسجدا و مدرسة.
-مسجد عمرو بن العاص: يعد أول مسجد بني في مصر بعد الفتح الإسلامي في منطقة الفسفاط ، و يعرف بالجامع العتيق ، و تم إنشاؤه عام 21 للهجرة الموافق لعام 642 م و قد أنشأه القائد عمرو بن العاص.

ثالثا-تطور طاقة الإيواء.

يبين الجدول التالي الطاقة الفندقية لمصر.

¹ - ماهر عبد الخالق السيسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 186.

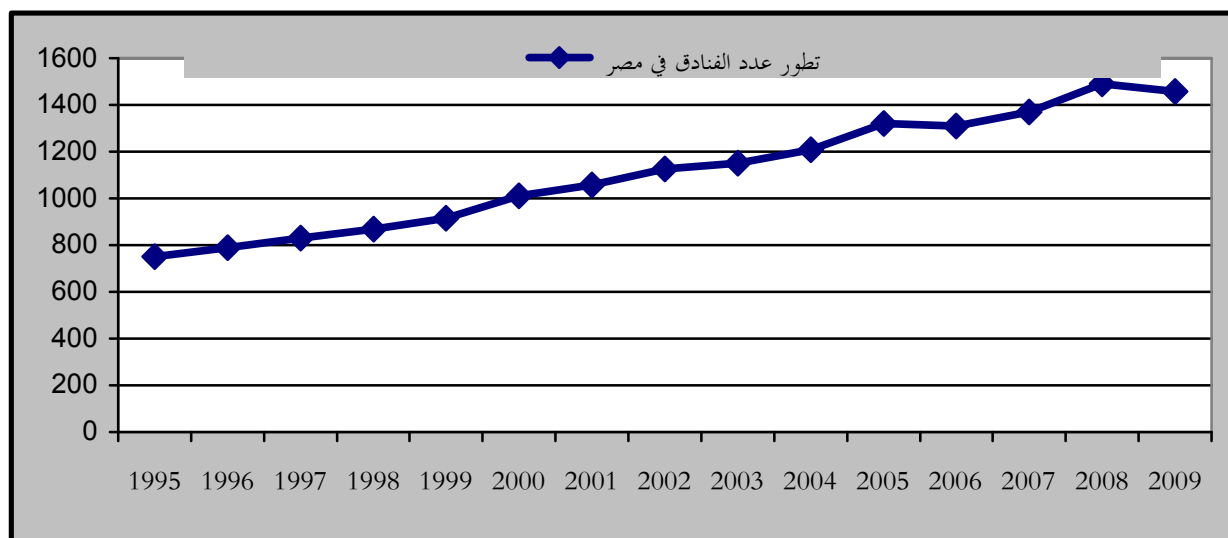
² - يسرى دعبس ، السياحة بين المقومات و التحديات ، الجزء الأول ، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع ، مصر ، 2005 ، ص 31.

الجدول رقم(15): تطور الطاقة الفندقية لمصر خلال الفترة (2009/1995).

السنوات	عدد الفنادق	نسبة التطور
1995	752	4.7
1996	789	4.9
1997	829	5.1
1998	869	4.8
1999	914	5.2
2000	1010	10.5
2001	1057	4.7
2002	1127	6.6
2003	1152	2.2
2004	1207	4.8
2005	1321	9.4
2006	1309	-0.9
2007	1370	4.7
2008	1490	8.8
2009	1458	-2.1

Source :<http://www.tourism.gov.eg/pages/tourisme%20figures.aspx>.

تبين أرقام الجدول أن هناك تزايد مستمر لعدد الفنادق ، كما يبينه الشكل التالي
الشكل رقم(22): تطور عدد الفنادق في مصر (2009/1995).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(15).

بلغ عدد الفنادق 1458 فندق سنة 2009 بعدما كان 752 سنة 1995 ، أي بمعدل نمو قدره 194 % خلال 15 سنة ، هذا يدل على المكانة التي يحتلها قطاع السياحة لدى السلطات المصرية ، بالإضافة إلى الجهود المبذولة للنهوض بهذا القطاع وترقيته حتى يصبح بلدا مستقبلا ومستقطبا للسياح الأجانب خاصة ، و هذا ما ينعكس إيجابا على التنمية الاقتصادية لمصر.

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المصرية.

تتنوع المؤشرات السياحية لمصر بين مؤشرات تدفق عدد السياح من وجهات سياحية مختلفة ، و تطور عدد الأسرة لأجل تلبية احتياجات السياح المختلفة .

أولا- تدفق عدد السياح .

عرف عدد السياح الوافدين إلى مصر خلال الفترة (2011/1999) نموا يقدر ب 306% ، كما يوضحه الجدول التالي .

الجدول رقم(16): تطور عدد السياح الوافدين لمصر خلال الفترة(2011/1995).

عدد السياح	السنوات
4.8	*1999
5,5	2000
4,6	2001
5,2	2002
06	2003
8,1	2004
8,6	2005
9,1	2006
11,1	2007
12,8	2008
12,5	**2009
14,73	2010
9.8	2011

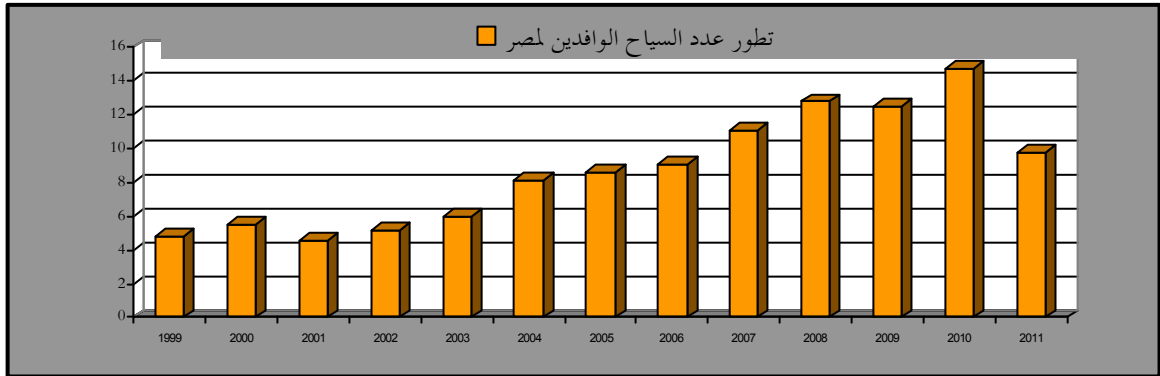
Source :<http://www.tourisme.gov.eg/pages/tourisme%20in%20figures.aspx>.

* محيا زيتون ، مرجع سبق ذكره ، ص 49.

** General Department of Tourism and Antiquities Police (Ministry of Interior).

توضح أرقام الجدول أن عدد السياح الوافدين إلى مصر ازداد بوتيرة متسارعة خلال الفترة 1999/2011 ، و هذا ما يؤكد الشكل التالي :

الشكل رقم(23):تطور عدد السياح الوافدين لمصر (2011/1999).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(16).

يوضح الشكل كذلك أن هناك عدم استقرار في عدد السياح الوافدين إلى مصر، حيث يلاحظ تراجع عدد السياح في سنة 2001 إلى 4.6 مليون سائح مقارنة بسنة 2000 ، حيث بلغ عدد السياح 5.5 مليون سائح ، طبعاً وهذا يعود إلى الأحداث الدولية التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001 ، مما أثر على حركة السياحة الدولية ، و قد وصل عدد السياح إلى 14.7 مليون سائح سنة 2010 مقارنة مع 12.5 مليون سائح سنة 2009 ، و هو عدد كبير مقارنة مع سنة 1999 الذي بلغ فيها عدد السياح 4.8 مليون سائح ، ثم عرف تطور عدد السياح في مصر تراجعاً كبيراً خلال سنة 2011 ، إذ تراجع عدد السياح من 14.5 مليون سائح سنة 2010 إلى 9.8 مليون سائح سنة 2011 ، و يعود هذا التراجع بالدرجة الأولى إلى المشاكل السياسية التي عرفتتها مصر خلال هذه السنة ، و المتمثلة في الثورة الشعبية على نظام الحكم السابق .

ثانياً-تطور عدد الأسرة لمصر.

التطور الحاصل في عدد الفنادق يترجم في زيادة عدد الأسرة لمصر ، كما يبينه الجدول التالي

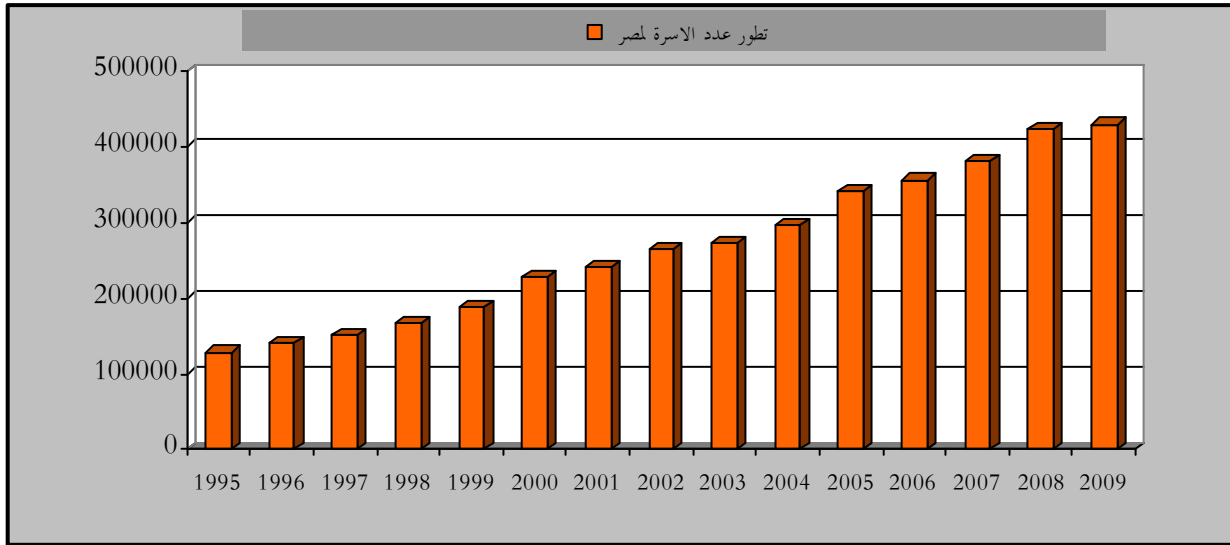
الجدول رقم(17):تطور عدد الأسرة لمصر خلال الفترة (2009/1995).

السنوات	عدد الأسرة	نسبة التطور
1995	128.957	6,7
1996	140.741	9,1
1997	150.986	7,3
1998	166.817	10,5
1999	187.284	12,3
2000	227.222	21,3
2001	241.440	6,3
2002	264.218	9,4
2003	273.020	3,3
2004	296.078	8,4
2005	341.552	15,4
2006	355.226	04
2007	380.382	7,1
2008	421.694	10,9
2009	429.066	1,7

Source :<http://www.tourisme.gov.eg/pages/tourisme%20in%20figures.aspx2011/08/11>

يظهر الجدول أن هناك تضاعف لعدد الأسرة ب 03 مرات خلال 15 سنة ، إذ بلغت أعلى نسبة تطور سنة 2000 بمعدل 21.3% ، بعدد أسرة بلغ 227.222 سرير ، بعدما كان 187.284 سرير سنة 1999 ، و الشكل التالي يوضح أكثر تطور عدد الأسرة لمصر .

الشكل رقم(24): تطور عدد الأسرة لمصر (2009/1995).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(17).

تظهر جليا بيانات الشكل أنه هناك فعلا تزايد متسارع لعدد الأسرة في مصر ، حيث بلغ عدد الأسرة سنة 2009 حوالي 429.066 سرير مقارنة مع سنة 1995 إذ بلغ عدد الأسرة 128.957 سرير ، حيث ارتفع عدد الأسرة ب 300.109 سرير خلال 15 سنة ، أي بمتوسط سنوي قدره 20.000 سرير خلال كل سنة ، و هو رقم يعكس فعلا الجهود المبذولة من قبل السلطات المصرية و السياحية خاصة لبلوغ أكبر عدد ممكن من الأسرة لتوفير الراحة للسياح و استقبالهم في ظروف جيدة .

المطلب الثالث: دور السياحة المصرية في قضايا التنمية.

تلعب السياحة دورا مهما في التنمية الاقتصادية لمصر ، وهذا من خلال زيادة الإيرادات السياحية و المساهمة في ميزان المدفوعات ، بالإضافة إلى توفير مناصب الشغل للعديد من الشباب ، وهذا ما سنبرزه من خلال النقاط التالية.

أولا: الإيرادات السياحية لمصر .

لعبت الإمكانيات السياحية لمصر دورا كبيرا في زيادة الإيرادات السياحية ، التي أصبحت تعتبر من المصادر الأولى للعملة الأجنبية كما يلي.

الجدول رقم(18): تطور الإيرادات السياحية لمصر للفترة (2011/1995)(الوحدة:مليون دولار)

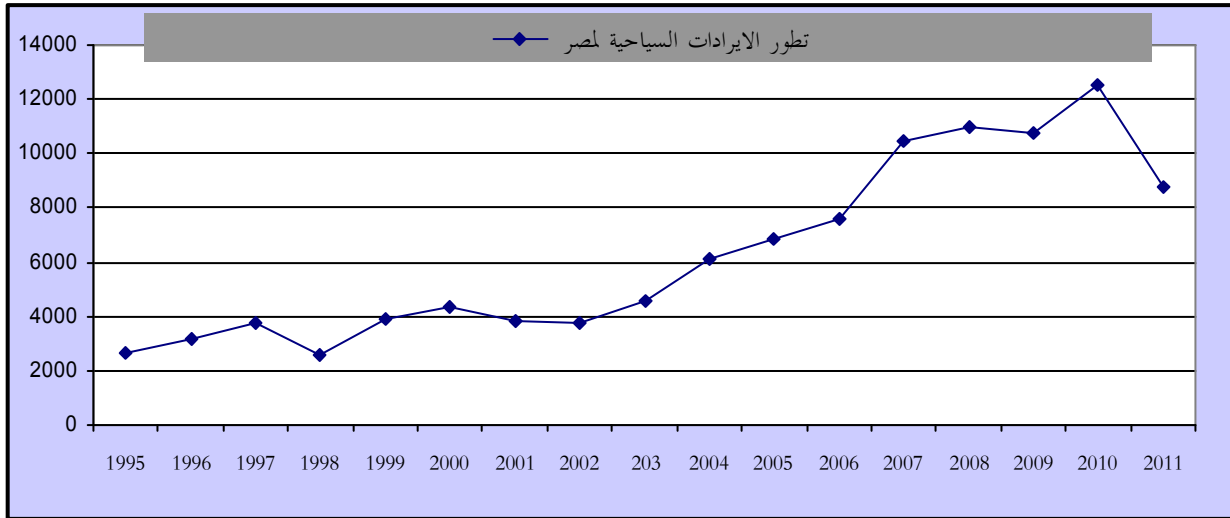
السنوات	الإيرادات السياحية	نسبة التطور
1995	2683,6	33,8
1996	3204,1	19,4
1997	3727,2	16,3
1998	2564,6	31,2-
1999	3903,1	52,2
2000	4345,3	11,3
2001	3800	-12,6
2002	3763,9	-1
2003	4583,7	21,8
2004	6125,4	33,6
2005	6850,7	11,8
2006	7591,2	10,8
*2007	9300	38,3
*2008	11.000	4,6
2009	10.760	15,81
2010	12.530	16,5
2011	8800	/

Source :<http://www.tourisme.gov.eg/pages/tourisme%20in%20figures.aspx> 2011/08/11

- *- وزارة السياحة المصرية ، أكتوبر ، 2009 .
- وزارة المالية المصرية ، سبتمبر 2009.
- البنك المركزي المصري ، أغسطس 2009 .

يبرز الجدول وجود تذبذب في الإيرادات السياحية لمصر خلال الفترة (2011/1995) ، و هذا ما يوضحه أكثر الشكل التالي.

الشكل رقم(25): تطور الإيرادات السياحية لمصر خلال الفترة (2011/1995). (الوحدة: مليون دولار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(18).

صحيح عرفت الإيرادات السياحية لمصر تذبذب ، حيث بلغت أعلى قيمة لها سنة 2010 ب 12.53 مليار دولار مقارنة ب 10.76 مليار دولار سنة 2009 ، أي بمعدل تطور قدره 16.5% ، إلا أنه عرفت الإيرادات السياحية تراجعاً في بعض السنوات منها سنة 1998 ، حيث تراجع من 3.7272 مليار دولار سنة 1997 إلى 2.5646 مليار دولار سنة 1998 ، كما عرفت تراجعاً كذلك سنتي 2001 و 2002 حيث تراجع من 4.3453 مليار دولار سنة 2000 إلى 3.8 مليار دولار سنة 2001 و 3.7639 مليار دولار سنة 2002 ، أي بمعدلي تراجع (-12.6) و (-1) على التوالي ، طبعاً هذا التراجع يعود كما ذكرنا سابقاً إلى الظروف الأمنية التي سادت في مصر أساساً و في منطقة الشرق الأوسط و حتى في بعض دول العالم ، ومن أهمها غزو العراق وعودة الانتفاضة الفلسطينية ، بالإضافة إلى تفجيرات 11 سبتمبر 2001 في الولايات المتحدة الأمريكية ، هذه الأحداث أثرت على حركة السياح سلباً ، مما نتج عنه تراجع إنفاق السياح و بالتالي تراجع الإيرادات السياحية لمصر ، و لكن عموماً عرفت الإيرادات السياحية لمصر نمواً كبيراً خلال (16) سنة أي في الفترة (2011/1995) ، إذ بلغت سنة 1995 حوالي 2.6 مليار دولار و ارتفعت لتصل إلى 12.53 مليار دولار سنة 2010 ، هذا يعكس الجهود المبذولة من أجل أن يصبح قطاع السياحة يشارك في التنمية الوطنية لمصر ، أما خلال سنة 2011 عرفت الإيرادات السياحية تراجعاً من 12.53 مليار دولار سنة 2010 إلى 8.8 مليار دولار سنة 2011 ، ويعود السبب إلى تراجع عدد السياح في هذه السنة بسبب المشاكل السياسية التي عرفتها البلاد .

ثانيا-مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.

تلعب الإيرادات السياحية لمصر دورا كبيرا في الناتج المحلي الإجمالي ، كما يبينه الجدول التالي .

الجدول رقم(19): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.

النسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي (مليار دولار)	السنوات
4,5	68,35	1995
4,8	78,59	1996
3,6	82,66	1997
3,6	88,88	1998
4,4	98,37	1999
3,5	99,6	2000
4,5	97,4	2001
6,7	85,2	2002
7,3	81,2	2003
7,3	87,6	2004
7	89,5	2005
6,7	107,4	*2006
6,3	130,4	*2007
6,7	162,6	*2008

المصدر: مؤشرات صندوق النقد العربي ، إحصائيات 2009.

*- وزارة السياحة المصرية ، مرجع سبق ذكره .

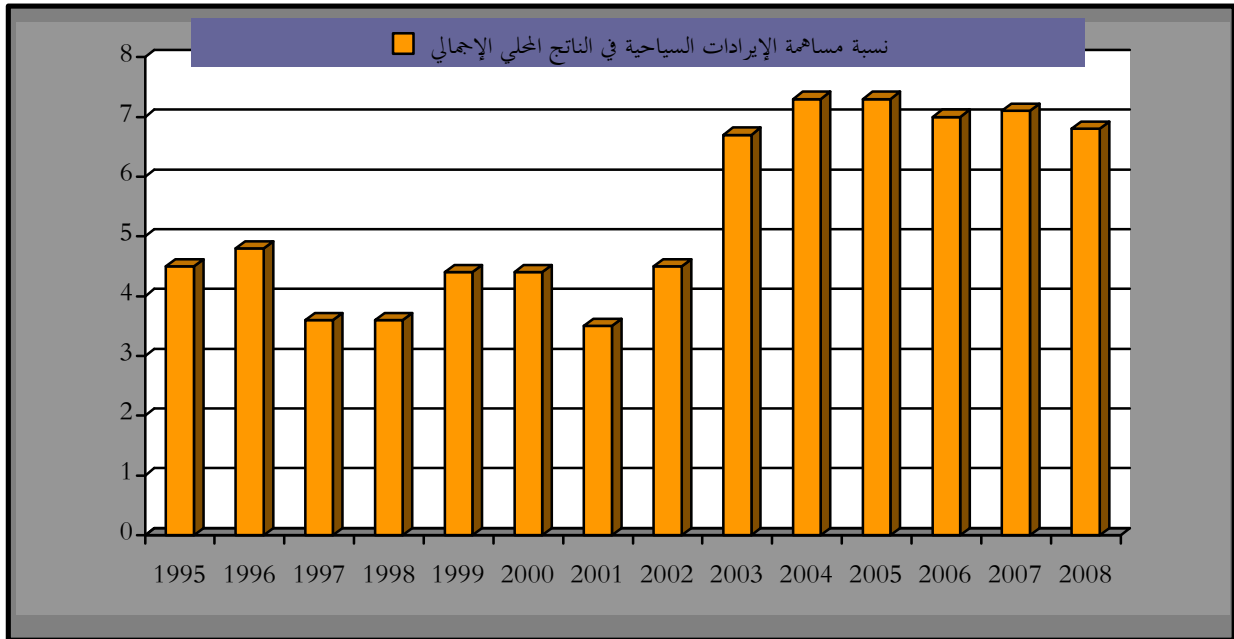
- وزارة المالية المصرية ، مرجع سبق ذكره.

- البنك المركزي المصري ، مرجع سبق ذكره .

حسب الجدول فإن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، تعتبر مساهمة كبيرة إذا ما قورنت

مع المعدل العالمي لمساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، وهذا ما يبينه الشكل التالي.

الشكل رقم(26): نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(19).

من خلال الشكل يتبين أن نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي تتراوح ما بين 3.5% و 7.3% خلال الفترة (1995/2008)، حيث سجلت أدنى معدل سنة 2000 بمعدل 3.5%، و سجلت أعلى نسبة لها سنتي 2003 و 2004 بمعدل 7.3%، و إذا قورن هذا المعدل بالمعدل العالمي (10%)، فيمكن القول أن الإيرادات السياحية لمصر تساهم بنسبة كبيرة و فعالة في الناتج المحلي الإجمالي، هذا مؤشر يدل على أن قطاع السياحة في مصر يساهم في التنمية الاقتصادية بشكل كبير، أما في سنة 2011 فإن نسبة مساهمة الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي ارتفعت مقارنة مع سنة 2008 حيث بلغت 7.3%، و هي أعلى نسبة حققتها مصر ثلاث مرات خلال أربعة عشر سنة، إذ حققتها خلال سنتي 2003 و 2004، ثم حققتها سنة 2011.

ثالثا-مساهمة السياحة في التشغيل.

تلعب السياحة دورا كبيرا في خلق مناصب الشغل في مصر ، نظرا لتشابك هذا القطاع مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى ، كما يبينه الجدول التالي.

(الوحدة: ألف منصب)

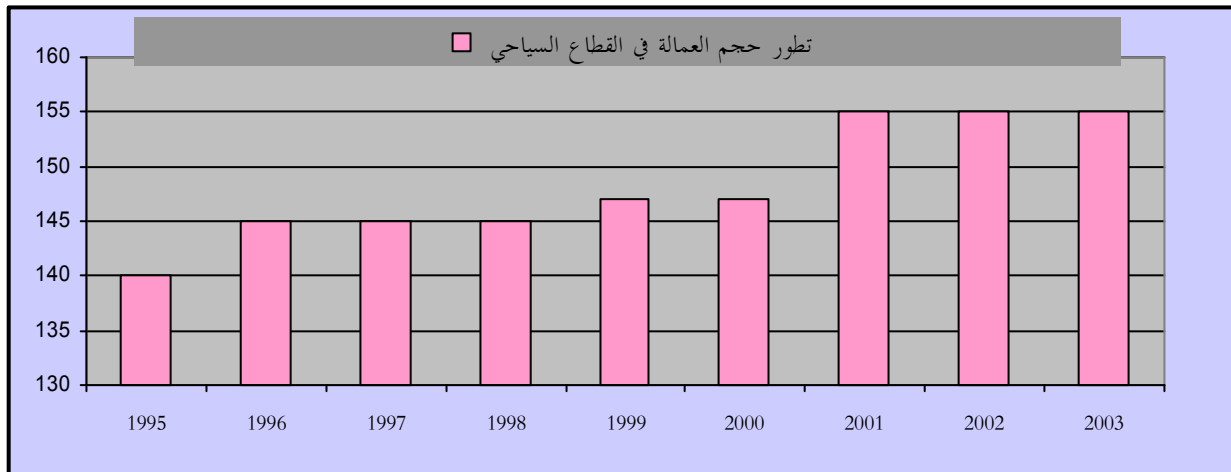
الجدول رقم(20): تطور حجم العمالة في القطاع السياحي المصري

السنة	العمالة
1995	140
1996	145
1997	145
1998	145
1999	147
2000	147
2001	155
2002	155
2003	155

المصدر: البنك الأهلي المصري ، النشرة الاقتصادية أعداد مختلفة.

تبين أرقام الجدول أن هناك تطور في حجم العمالة في القطاع السياحي المصري ، كما يوضحه أكثر الشكل التالي .

الشكل رقم(27): تطور حجم العمالة في القطاع السياحي المصري.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(20).

تراوح عدد العاملين في القطاع السياحي المصري بين 140 ألف و 155 ألف عامل ، و هو عدد قليل مقارنة مع النمو الذي عرفه القطاع السياحي في هذه الفترة ، و هو لا يمثل العدد الفعلي لعدد العاملين في القطاع السياحي ، نظرا لأن هذه الأرقام تقتصر فقط على العاملين في الفنادق و المطاعم ، أما خلال سنة 2011 فقد حققت مصر 344 ألف منصب عمل في القطاع السياحي¹ ، أي بزيادة 189 ألف منصب عمل خلال (08) سنوات .

¹ – World Travel & Tourism Council (2012): World Travel & Tourism: Navigating The Path Ahead , The 2012 Travel and Tourism Economic Research.

المبحث الرابع: التجربة السياحية لتونس.

يحتل قطاع السياحة التونسي مكانة كبيرة بين القطاعات السياحية للدول العربية ، و يرجع ذلك لمجموعة من المقومات التي أهلت هذا القطاع ليجعل من تونس دولة مستقطبة للسواح ، إذ تتراوح هذه المقومات بين المقومات الطبيعية و المادية .

المطلب الأول: مقومات السياحة التونسية.

تتمتع تونس بمقومات سياحية جعلت منها بلدا مستقبلا للسياح ، من وجهات مختلفة وبجنسيات متعددة ، وهذا ما أثر بصفة ايجابية على التنمية الاقتصادية لتونس بصفة عامة .

أولا- المقومات الطبيعية.

تعتبر تونس من أصغر الأقطار بالمغرب العربي مساحة 163.610 كلم² ، وتعد الأكثر تأثرا بالبحر المتوسط الذي يحيط بها من الشمال و الشرق و هذا ما انعكس على المجال الطبيعي¹ ، تتعدد هذه المقومات الطبيعية ما بين الموقع الجغرافي التضاريس و المناخ ، حيث يعتبر الموقع الجغرافي عاملا أساسيا و هاما في التدفق السياحي على المناطق المختلفة ، و تتمثل أهميته في تحديد خصائص المناخ و أشكال النبات² ، إذ يعتبر الموقع الجغرافي لتونس نقطة جذب رئيسية للسياح ، حيث تشكل تونس بموقعها الزاوية الشمالية الشرقية لدول المغرب العربي ، إضافة إلى موقعها الإستراتيجي على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط ، مما يجعلها نقطة اتصال مهمة بين أوروبا و العالم العربي .

و فيما يخص المناخ فهو معتدل متوسطي في الشمال وعلى طول السواحل ، و شبه جاف داخل البلاد و في الجنوب ، و تتميز تونس كذلك بشمسها المشرقة معظم أيام السنة ، أما درجات الحرارة فيبلغ معدلها في فصل الشتاء نحو 12 درجة مئوية مع سقوط الأمطار ، أما في فصل الصيف فيبلغ

¹ - إبراهيم خليل بظاظو ، الجغرافيا السياحية تطبيقات على الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010 ، ص570.

² - نعيم الطاهر وسراب الياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية ، مرجع سبق ذكره ، ص141.

معدل درجات الحرارة نحو 29م^{0 1}، تتنوع التضاريس في تونس بين الجبال و الشواطئ و الصحراء ، إلا أن هذه التضاريس قليلة الارتفاع ، حيث تصل أعلى قمة في تونس إلى حوالي 1544 متر ، و تشمل تضاريسها مجموعة من السهول منها سهل طارقة ، بترت ، الكبة ، و سهل كوكة ، أما الجنوب التونسي فهو عبارة عن منطقة صحراوية تتميز بانخفاض ارتفاعها إلى حوالي 17 متر تحت مستوى سطح البحر ، و يشكل النبات عنصر هاماً من عناصر الجذب السياحي ، لما يحققه من تنوع و أشكال و مناظر طبيعية ، بالإضافة إلى الحيوانات البرية التي تعد عاملاً آخر هام من عوامل الجذب السياحي ، من خلال ازدياد أنشطة الصيد و القنص التي تمارس في مناطق و أقاليم مختلفة ، وللتقليل من هذا النشاط اتخذت السلطات التونسية مجموعة من الإجراءات تحد من هذا النشاط و ذلك من خلال إقامة المحميات الطبيعية التي أصبحت بدورها مقصداً سياحياً يستمتع فيه السائح² .

ثانياً- المقومات التاريخية و الأثرية .

تعتبر تونس من أهم البلدان السياحية رواجاً في إفريقيا ، و تضم آثاراً فينيقية و إفريقية و عربية ، و يوجد بها جامع الزيتونة الذي يعتبر من أقدس الأماكن فيها ، و قد كان في الفترة 724 و حتى 1958م قبلة لطلاب العلم³ ، و قد عرفت تونس الحضارات التالية : القرطاجيون ، الرومان ، الوندال ، البيزنطيون ، العرب و الأتراك ، و تعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة و مدينة قرطاج أهم المدن التاريخية في البلاد ، و الجدول التالي يبين أهم المناطق الجذب السياحي في تونس .

الجدول رقم(21): عناصر الجذب السياحي لتونس.

المناطق	نقاط الجذب
تونس العاصمة	أسواق شعبية، معالم فنية، آثار رومانية، فنادق فخمة، المنطقة السياحية الجديدة
توزر	ملاعب الغولف، مطاعم وأسواق، رحلات سياحية ومناطق صحراوية
جربة	الجزيرة الأسطورية، فنادق فاخرة ومطاعم، عمارة فريدة، مساجد متميزة
المنشير	القلعة، سور شامخ، فنادق ممتازة، مساحات خضراء وحدائق

المصدر: زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، 2008، ص239.

¹ - تونس الثانية عربياً في السياحة على الموقع:

<http://www.afrienmanacer.com>

² - يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، مصر، 2003، ص 452.

³ - رعد العاني، الاستعلامات و الدلالة السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، 2005، ص110.

و تحتوي تونس كذلك على معالم تاريخية و إسلامية و رومانية اهتمت بها الدولة و رمتها و جعلت منها الجاذبية الثانية ، فكانت الإطار الأساسي للسياحة الثقافية ، فيوجد جامع الزيتونة و المدن العتيقة في سوسة و صفاقس و التي تعج بالمعالم الإسلامية¹ .

ثالثا: المقومات السياحية المادية.

لقد حققت تونس تطورا ملحوظا في مجال الخدمات الفندقية ، إذ ارتفع عدد الأسرة من 116.500 سرير عام 1980 إلى حوالي 214.300 سرير في عام 2002 ، و هذا بمعدل نمو سنوي متوسط في حدود 5.56 % ، و قد بلغ عدد الأسرة في الفنادق المصنفة حوالي 85.09 % ، هذا ما يعكس مستوى الخدمات الفندقية في تونس² ، و الجدول التالي يوضح تطور عدد الفنادق في تونس .
الجدول رقم (22): تطور عدد الفنادق لتونس للفترة (2002/1990).

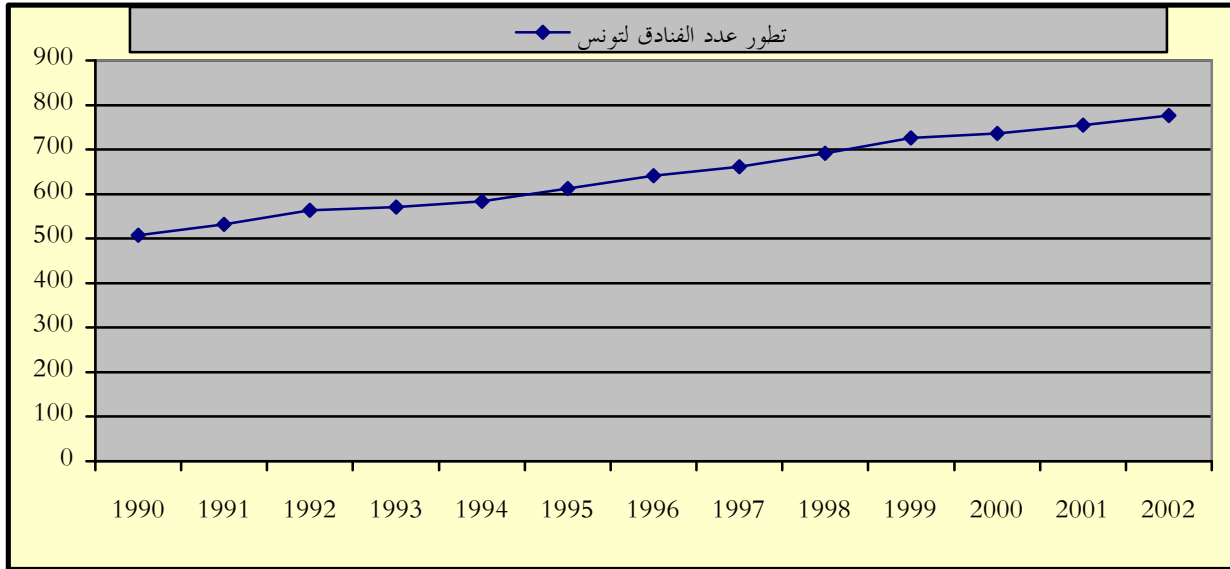
السنوات	عدد الفنادق	نسبة التغير
1990	508	/
1991	532	4.72
1992	563	5.83
1993	571	1.42
1994	583	2.10
1995	612	4.97
1996	641	4.74
1997	662	3.28
1998	692	4.53
1999	726	4.33
2000	736	1.94
2001	755	2.58
2002	777	2.91

المصدر: الديوان الوطني للسياحة التونسي.

¹ - عبد الرحمن بن زاكوا ، التجربة التونسية في القطاع السياحي و الاستنتاجات التي يمكن الاستفادة منها بالنسبة للقطاع السياحي الجزائري ، الملتقى العلمي الدولي الثامن حول " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر ، و في بعض البلدان العربية و الإسلامية ، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين ، يومي 20/19 ديسمبر 2009 ، ص 02 .

² - الديوان الوطني للسياحة التونسي ، على الموقع:

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الفنادق في تونس في تزايد مستمر من سنة 1990 إلى غاية سنة 2002 ، لكن نسبة التغير غير مستقرة خلال هذه الفترة ، إذ تراوحت أعلى نسبة لها 4.97 % سنة 1995 بعدد الفنادق 612 ، والشكل التالي يوضح ذلك أكثر.
الشكل رقم(28): تطور عدد الفنادق لتونس (2002/1990).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(22).

يظهر من خلال الشكل أن زيادة عدد الفنادق في تونس خلال الفترة (2002/1990) كان بوتيرة متزايدة ، حيث تم إنجاز 269 فندق خلال 12 عشر سنة ، أي بقدره إنجاز 22 فندق في السنة .

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة التونسية .

يعتبر عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2011/1995) من بين المؤشرات المهمة و الأكثر دلالة على تطور السياحة التونسية ، كما سعت تونس إلى توسيع طاقة الإيواء تماشياً مع تزايد عدد السياح الوافدين إليها.

أولا- تدفق عدد السياح.

أصبحت تونس مركزا سياحيا يتوافد إليه ملايين السائحين من مختلف أنحاء العالم و هذا ما يوضحه الجدول التالي.

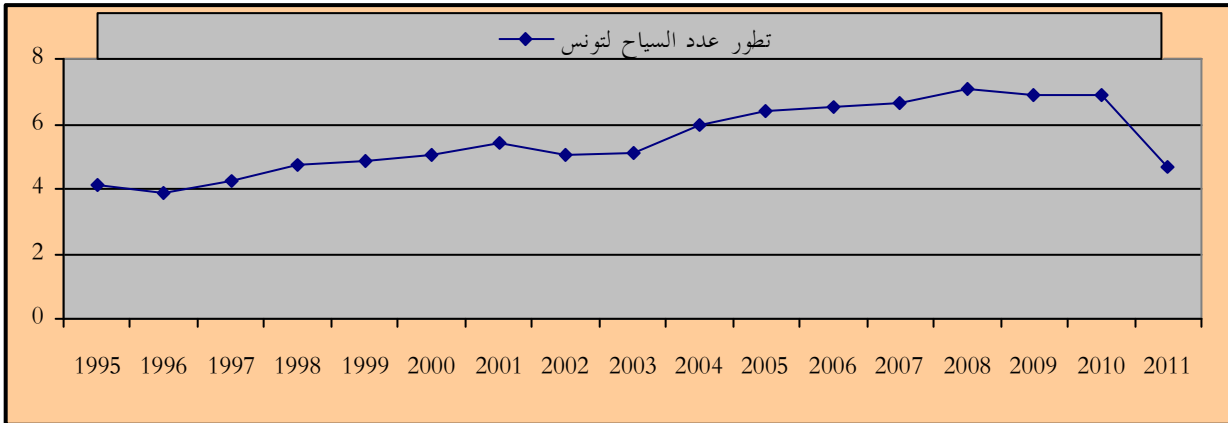
الجدول رقم(23): تطور عدد السياح الوافدين لتونس للفترة (2011/1995) . (الوحدة: مليون سائح)

السنوات	عدد السياح
1995	4.119
1996	3.884
1997	4.263
1998	4.717
1999	4.831
2000	5.057
2001	5.387
2002	5.063
2003	5.114
2004	5.998
2005	6.378
2006	6.550
2007	6.761
2008	7.049
2009	6.901
2010	6,902
2011	4.7

المصدر: الديوان الوطني للسياحة التونسي ، مرجع سبق ذكره.

و الشكل التالي يوضح تطور عدد السياح لتونس.

الشكل رقم (29): تطور عدد السياح لتونس (2011/1995).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (23).

تشير بيانات الجدول أن قطاع السياحة التونسي تمكن من جذب عدد كبير من السياح ، حيث وصل عدد السياح سنة 2010 إلى 6.9 مليون سائح ، مقارنة مع سنة 2004 الذي بلغ فيه عدد السياح 5.9 مليون سائح ، إذ أن السياحة التونسية تضررت كثيرا بالأزمة المالية العالمية ، نظرا لكون تونس منفتحة بشكل كبير على السوق السياحية العالمية ، فتعد تونس وجهة جذب سياحية مفضلة للسياحة الشاطئية المتوسطة ، حيث تتميز بالعرض السياحي بأسعار تفضيلية ، مما يؤدي إلى استقطاب الطبقات المتوسطة الأوربية ، و التي شكلت القاعدة الواسعة ضمن أكثر من سبعة ملايين سائح استقبلتهم تونس سنة 2008¹ ، و يظهر الشكل كذلك أنه هناك تراجع لعدد السياح سنة 2002 و 2003 مقارنة مع سنة 2001 ، حيث تراجع من 5.387 مليون سائح سنة 2001 إلى 5.063 مليون و 5.114 مليون سائح سنتي 2002 و 2003 على التوالي ، و يعود السبب الرئيسي إلى الظروف الأمنية خلال سنتي 2001 و 2002 من أهمها أحداث 11 سبتمبر على الولايات المتحدة الأمريكية و خاصة الحرب على العراق ، كان له الأثر السلبي على منطقة الشرق الأوسط ومنطقة الحوض المتوسط ، أما سنة 2011 عرف عدد السياح فيها تراجعا كبيرا حيث بلغ خلال نفس السنة 4.7 مليون سائح ، وهذا راجع بالأساس إلى الظروف السياسية التي مرت بها تونس خلال هذه السنة ، والمتمثلة في الثورة الشعبية ضد نظام الحكم .

¹ - مصطفى الكثيري ، تأثيرات الأزمة المالية العالمية على القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي الكبير ، الملتقى العلمي الدولي الثامن حول " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر، و في بعض الدول العربية و الإسلامية ، مرجع سبق ذكره ، ص02.

و تتمثل جنسيات السائحين الوافدين إلى تونس من مناطق مختلفة ، ومن أهمها أوروبا باعتبارها قريبة من الحوض المتوسط ، والتي تعتبر المصدر الأول للسياحة في هذا البلد ، و تحتل السوق الفرنسية المرتبة الأولى في الأسواق المتدفقة إلى تونس ، ثم تأتي السوق الألمانية و الإيطالية ، و تعتبر كذلك السوق العربية خاصة ليبيا و الجزائر ضمن الأسواق السياحية الهامة لهذا البلد.

ثانيا: تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة .

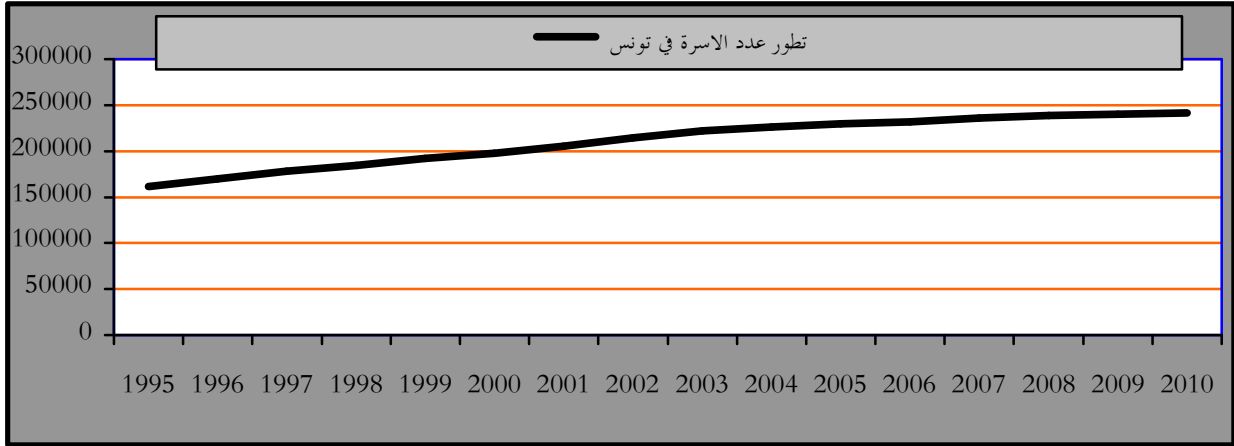
تم تقدير طاقات الإيواء المطلوب إنجازها والتي تتماشى و أهداف السياسة السياحية لتونس ، و كذلك بناء على توقعات تدفقات السياح الأجانب التي شملت (08) مناطق سياحية ، و الجدول التالي يوضح ذلك .

الجدول رقم(24): تطور عدد الأسرة لتونس(1995/2010).

عدد الأسرة	السنوات
161.498	1995
169.945	1996
178.176	1997
184.616	1998
191.955	1999
197.453	2000
205.505	2001
214.319	2002
222.018	2003
226.153	2004
229.837	2005
231.838	2006
235.727	2007
238.549	2008
239.890	2009
241.528	2010

المصدر: الديوان الوطني للسياحة التونسي ، مرجع سبق ذكره.

و الشكل التالي يوضح أرقام الجدول بأكثر تفصيل .
الشكل رقم(30): تطور عدد الأسرة لتونس (1995/2010).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(24).

يتضح من خلال الشكل أن عدد الأسرة لتونس ارتفع بشكل متزايد خلال الخمسة عشر سنة أي خلال الفترة (2010/1995) ، إذ قدر عدد الأسرة خلال سنة 1995 ب 161.498 سرير ، و ارتفع سنة 2010 إلى 241.528 سرير ، حيث تم إنجاز حوالي 80.030 سرير خلال هذه الفترة ، أي بمعدل 5335 سرير سنويا .

المطلب الثالث: دور السياحة التونسية في قضايا التنمية.

يمكن قياس دور السياحة التونسية في التنمية الاقتصادية من خلال تحقيق إيرادات سياحية هامة ، وذلك من خلال التدفق السياحي على تونس ، بالإضافة إلى مساهمة السياحة التونسية في توفير فرص العمل ، ومساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي .

أولا-الإيرادات السياحية لتونس.

مما سبق اتضح أن هناك عدد كبير من السائحين الوافدين إلى تونس ، و هذا ما انعكس على حجم الإيرادات السياحية المسجلة في قطاع السياحة ، وهذا ما يوضحه الجدول التالي.

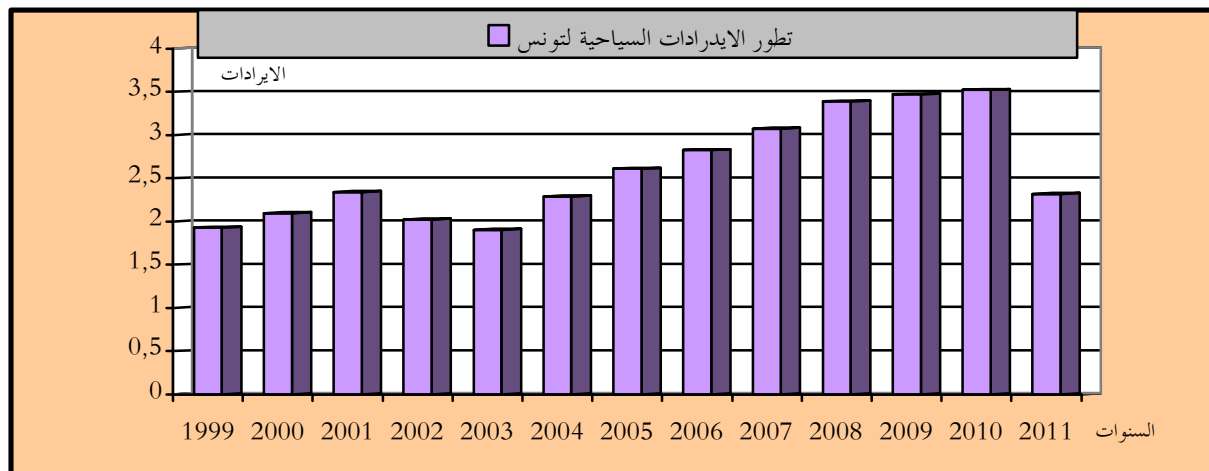
الجدول رقم(25): تطور الإيرادات السياحية لتونس للفترة (2011/1999). (الوحدة: مليار دولار)

الإيرادات	السنوات
1.929	1999
2.095	2000
2.340	2001
2.021	2002
1.902	2003
2.290	2004
2.611	2005
2.825	2006
3.077	2007
3.390	2008
3.471	2009
3.522	2010
2.32	2011

Source :WORLD TOURISME ORGANIZATION UNWTO 2011.

تبين أرقام الجدول أن إيرادات القطاع السياحي التونسي عرفت نموا مستمرا بعض السنوات ، كما بينه الشكل التالي.

الشكل رقم(31):تطور الإيرادات السياحية لتونس(2011/1999). (الوحدة: مليون دولار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(25).

و بالتالي فهناك نمو للإيرادات السياحية التونسية خلال الفترة (1999/2011)، إذ انتقل حجم هذه الإيرادات من 1.929 مليار دولار سنة 1999 إلى 2.095 مليار دولار سنة 2000 ، إلا أنه عرفت هذه الإيرادات تراجعاً سنة 2002 مقارنة مع سنة 2001 ، حيث تراجعت من 2.340 مليار دولار سنة 2001 إلى 2.021 مليار دولار سنة 2002 ، و يرجع السبب الرئيسي لهذا التراجع إلى الأحداث الدولية التي سادت في هذه السنة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ، بعد تفجيرات 11 سبتمبر 2001 ، حيث أثرت كثيراً على حركة السياح ، مما أدى إلى إلغاء العديد من الرحلات نحو تونس بسبب المخاوف التي ترتبت على هذه الأحداث ، و تعتبر أحداث 11 سبتمبر 2001 من الأحداث التي تعرض لها العالم الغربي ، و كان لعنصر المباغته أثر غير عادي على حركة السياحة و السفر ، ليس فقط بالنسبة للأمريكيين بل و للعالم بأكمله ، حيث أظهرت المعطيات الخاصة بالطيران و شركات السياحة قيام عدد كبير من السائحين بإلغاء حجوزاتهم في شركات الطيران و الفنادق ، و قطع الكثير من الأجانب لسياحتهم من الخارج و العودة إلى بلدانهم¹ ، بالإضافة إلى حادثة مدينة جربة في 11/04/2002 و الحرب على العراق ، الذي كان لهما الأثر السلبي كذلك على تدفق السياح نحو تونس ، و بالتالي تراجع الإيرادات السياحية لها.

ثانياً: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي.

النمو المستمر للإيرادات السياحية لتونس أثر إيجاباً على الاقتصاد التونسي ، و هذا ما يوضحه الجدول التالي .

¹ -زايد مراد ، صناعة السياحة و الأمن السياحي في الجزائر ، المتلقى العلمي الدولي الثامن حول " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر ، و في بعض الدول العربية و الإسلامية ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

الفصل الثاني: السياحة الجزائرية ومقارنتها مع بعض التجارب السياحية العربية الناجحة (مصر، تونس والمغرب)

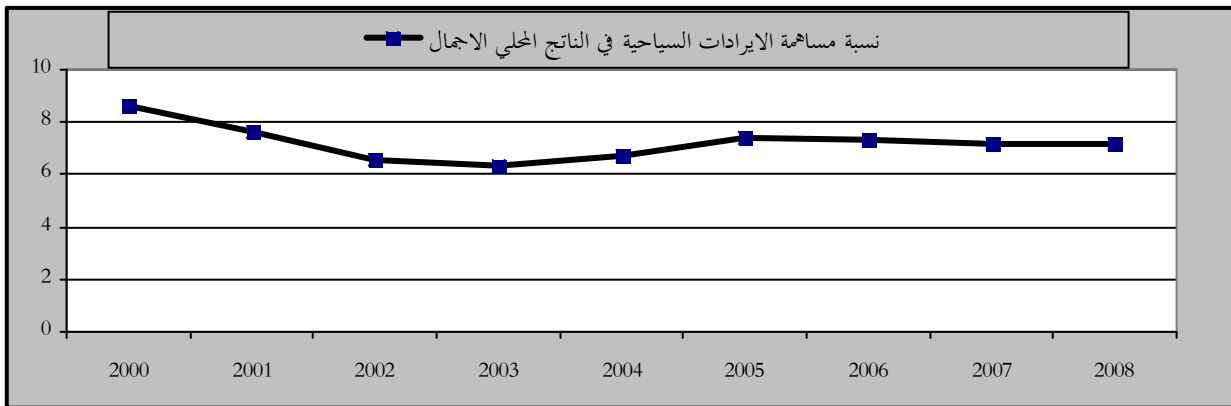
الجدول رقم(26): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لتونس . (الوحدة: مليون دولار أمريكي)

السنوات	الناتج المحلي الناتج المحلي	نسبة المساهمة
2000	19.435	8,64
2001	20.056	7,60
2002	23.143	6,6
2003	24.982	6,3
2004	28.251	6,7
2005	29.093	7,4
2006	31.147	7,3
2007	35.650	7,2
2008	40.885	7,2

المصدر: مؤشرات صندوق النقد العربي ، مرجع سبق ذكره .

كما يمكن ترجمة أرقام الجدول إلى الشكل التالي

الشكل رقم(32): نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(26).

تعتبر مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي مساهمة فعالة مقارنة مع المعدل العالمي والمقدر ب 10% ، ورغم هذه المساهمة المهمة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي ، إلا أنها عرفت تذبذبا كبيرا خلال الفترة (2008/2000) ، حيث كانت أعلى نسبة لها سنة 2000 بمعدل 8.64 % ، ثم بدأت هذه النسبة في التذبذب لتصل إلى أدنى مستوياتها 6.3 % ، ثم عاودت الارتفاع من جديد سنة 2005 ،

و بعدها تراجعت من جديد إلى غاية سنة 2008 حيث وصل نسبة المساهمة إلى 7.2% ، أما خلال سنة 2011 بلغت النسبة 8.2% و هي نسبة أقل من النسبة التي حققتها سنة 2000.

ثالثا- مساهمة السياحة التونسية في التشغيل .

مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي كان له كذلك تأثيرا إيجابيا على التشغيل في تونس ، مما أتاح فرص كبيرة أمام التونسيين للحصول على منصب شغل في قطاع السياحة ، وهذا ما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم(27): تطور عدد العاملين في القطاع السياحي التونسي. (الوحدة: ألف عامل)

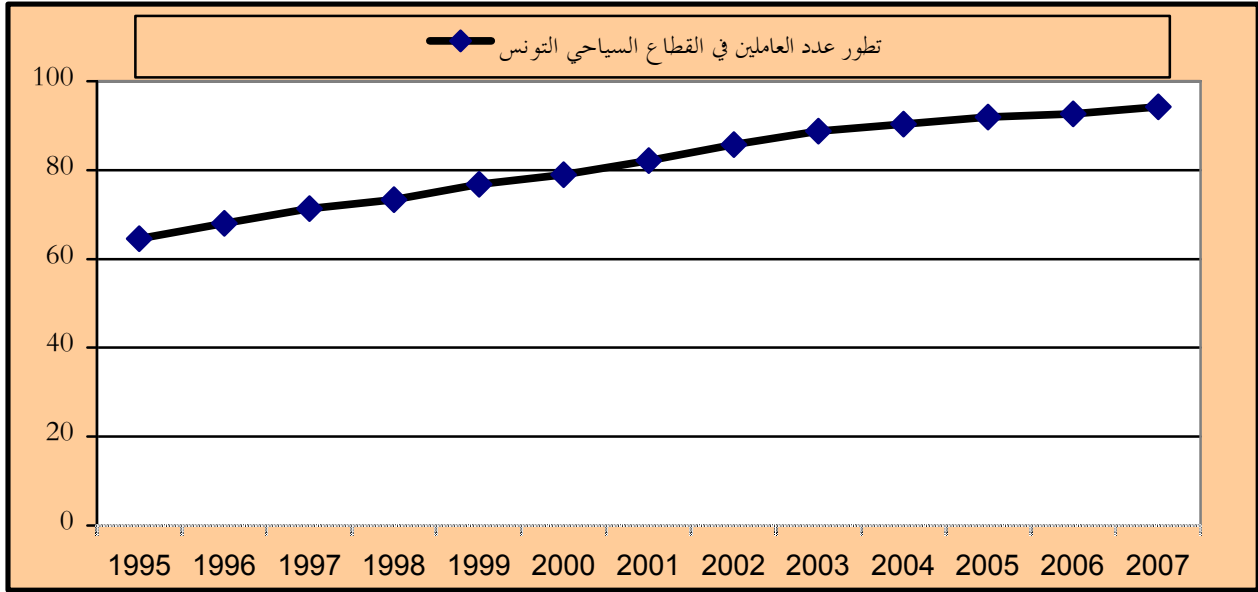
السنوات	عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي
1995	64.6
1996	68
1997	71.3
1998	73.8
1999	76.8
2000	79
2001	82.2
2002	85.7
2003	88.8
2004	90.4
*2005	91.9
*2006	92.7
*2007	94.2

المصدر: الديوان الوطني للسياحة التونسي ، مرجع سبق ذكره.

*Tunisie, "Les indicateurs économiques Tunisiens", PIB (\$US courant)." <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays>.

من خلال الجدول يتضح أن هناك تزايد مستمر للعدد العاملين في القطاع السياحي التونسي ، كما هو مبين في الشكل التالي .

الشكل رقم(33): تطور عدد العاملين في السياحة التونسية.



المصدر من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(27).

من خلال الشكل يتضح أن مساهمة قطاع السياحة في توفير مناصب الشغل كان كبيرا خلال الفترة (2007/1995)، حيث حقق حوالي 64.6 ألف منصب شغل مباشر خلال سنة 95 واستمر هذا القطاع في توفير مناصب الشغل، حيث كان عدد المناصب الشغل سنة 1997 حوالي 71.3 ألف منصب، بينما كان سنة 2002 حوالي 85.7 ألف منصب شغل، و استمر هذا الارتفاع ليصل سنة 2007 إلى 94.2 ألف عامل، و بالتالي ساهم قطاع السياحة التونسي في تقليل حجم البطالة و انعكس إيجابا على الحياة الاجتماعية للسكان.

و يمكن القول أن السياحة التونسية حققت خلال السنوات القليلة الماضية أداءا متميزا، الأمر الذي مكنها من احتلال مكانة إستراتيجية في الحياة الاقتصادية لتونس، و يتمثل ذلك بشكل خاص في إحداث حركة تجارية شاملة، حيث تحتل السياحة التونسية المرتبة الثانية في قائمة الصادرات بعد قطاع النسيج، و تتجاوز إيراداتها 28% من إجمالي الصادرات التونسية، و بلغت عائدات القطاع السياحي لتونس سنة 2009 نحو 3.3 مليار دينار و استقبلت حوالي 6.9 مليون سائح، و تأمل تونس خلال الفترة (2014/2009) بلوغ 10 ملايين سائح، و الرفع من عائدات القطاع إلى 05 مليار دينار لتشجيع مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني.

المبحث الخامس: التجربة السياحية للمغرب.

يتوفر المغرب على إمكانيات طبيعية على قدر من الأهمية ، ساعدته على أن يصبح بلدا سياحيا ، و استقطاب السياح إقليميا ودوليا ، و منافسة بعض الدول السياحية خاصة العربية منها بصفة عامة ، و الدول المجاورة بصفة خاصة تونس و مصر و الجزائر .

المطلب الأول: مقومات السياحة المغربية .

يعتبر المغرب العربي من الدول العربية التي عرفت تجربة سياحية ناجحة ، نظرا لتمتع السياحة المغربية بمجموعة من المقومات الطبيعية و التاريخية و المادية ، هذه الإمكانيات ساعدت المغرب على أن يكون بلدا سياحيا يستقطب السياح من وجهات متعددة.

أولا- المقومات الطبيعية .

يقع المغرب في شمال إفريقيا مطل على البحر الأبيض المتوسط و المحيط الأطلسي ، تقدر مساحته ب 453.730 كلم² ، و يفصل عن أوربا بالبحر المتوسط ، يفصله عن اسبانيا مضيق جبل طارق و له حدود مشتركة مع الجزائر و موريطانيا¹ ، مناخه متنوع بحسب المناطق فهو متوسطي بالشمال ، محيطي بالمغرب صحراوي بالجنوب ، أما المناطق الساحلية فتتمتع بمناخ معتدل .

و فيما يخص التضاريس في المغرب فيضم المغرب سلاسل جبلية كجبال الريف ، الأطلس المتوسط ، الأطلس الكبير ، الأطلس الصغير الصحراوي ، و تتراوح أعلى قمم جبال المغرب بين 2000 متر إلى 4000 متر ، حيث يبلغ ارتفاع جبل تدغين 2465 متر و قمة بوناصر 3326 متر الذي يتميز بكثرة البحيرات والشلالات² ، و تعتبر هذه الجبال بمثابة خزان للمياه بالمغرب ، إذ أن معظم الأنهار المهمة في هذا البلد تنبع من هذه الجبال ، قمة بربلات 3190 متر ، قمة توبقال 4165 متر.³

¹ - إبراهيم خليل بظاظو ، الجغرافيا السياحية تطبيقات على الأقطار العربية ، مرجع سبق ذكره ، ص 505.

² - المملكة المغربية ، السمات الجغرافية ، على الموقع:

www.oquitel.com/mokatel/data/behoth/dwal-hm.

³ WWW.WIKIPEDIA.ORG.

و يميز المغرب سهولا تقع بين هذه الجبال ، منها " سهل وادي دراع ، سهل وادي سوس ، سهل مراكش ، سهل تادلا ، سهل فاس ، وسهل مكناس " ، وتوجد بالمغرب شبكة من الأنهار التي تتكون من الروافد المائية الجبلية المنحدرة نحو المحيط الأطلسي و البحر المتوسط ، و من أهمها نجد " نهر سبو ، نهر أم الربيع ، نهر بورقراق ، نهر سوس ، نهر ملوية"¹

ثانيا-المقومات الحضارية و التاريخية.

يوجد بالمغرب تراث حضاري و تاريخي ، تعكس أمجاد وحضارات قديمة و عريقة في التاريخ ، كالحضارة الرومانية و الفينيقية و الإسلامية ، و يعود جذور هذه الحضارة إلى ما قبل التاريخ ، و ذلك ابتداء من العصر الحجري أي 700 ألف سنة إلى 3000 سنة قبل الميلاد² ، من أهم الآثار نجد " مقالع طوما " و التي تقع غرب الدار البيضاء على بعد 08 كيلوا متر ، و يتضمن الموقع على عظام حيوانات تعود إلى الفترة الأشولية حوالي 700 ألف سنة قبل الميلاد ، و نجد أيضا " جبل يغود " الذي تم به اكتشاف حفريات تمثل بقايا لأول إنسان عاقل عشر عليه بمنطقة الشرق الأوسط ، و الذي يقع بين مدينتي أسفي و مراكش ، و يوجد كذلك " دار السلطان 2" الذي يعود تاريخها إلى العصر الحجري و تم العثور فيها على بقايا جمجمة إنسان عاقل سنة 1975 ، و تقع " دار السلطان 2" جنوب الرباط على الساحل الأطلسي ، و ترجع إلى 40 ألف إلى 20 ألف سنة قبل الميلاد.

و نجد كذلك مواقع أثرية تعود إلى ما قبل الإسلام و أهمها " موقع ثمودة" يقع على بعد 05 كلم من مدينة تطوان ، يرجع تاريخه إلى القرنين الثاني والأول قبل الميلاد³ ، و نجد موقع " كوطا" و هو مجمع صناعي خاص بتعليق السمك ، يقع على بعد 10 كلم عن مدينة طنجة ويعود تاريخه إلى القرن الثالث قبل الميلاد ، و تعتبر الصناعات اليدوية و الحرف مثل السجاد و الأقمشة و غيرها من الصناعات التذكارية الهامة للغاية ، كما يعتبر ميناء طنجة المنطقة الحرة الواقع فيها أحد الأماكن الرئيسية التي يزورها السياح في المغرب⁴ .

¹ - المملكة المغربية ، السمات الجغرافية ، مرجع سبق ذكره.

² - www.minculture.gov.ma/arab-prehistoriques/htm

³ - نفس المرجع السابق .

⁴ - رعد العاني ، الاستعلامات و الدلالة السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص 110.

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة المغربية .

بذلت المغرب جهود كبيرة لتطوير قطاعها السياحي ، وهذا من أجل زيادة عدد السائحين القادمين إلى أراضيها ، و ذلك من مختلف الوجهات السياحية ، و هذا بفضل الإمكانيات السياحية التي قامت السلطات المغربية بتوفيرها لأجل افتتاح حصة من السياحة الدولية .

أولاً-تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب .

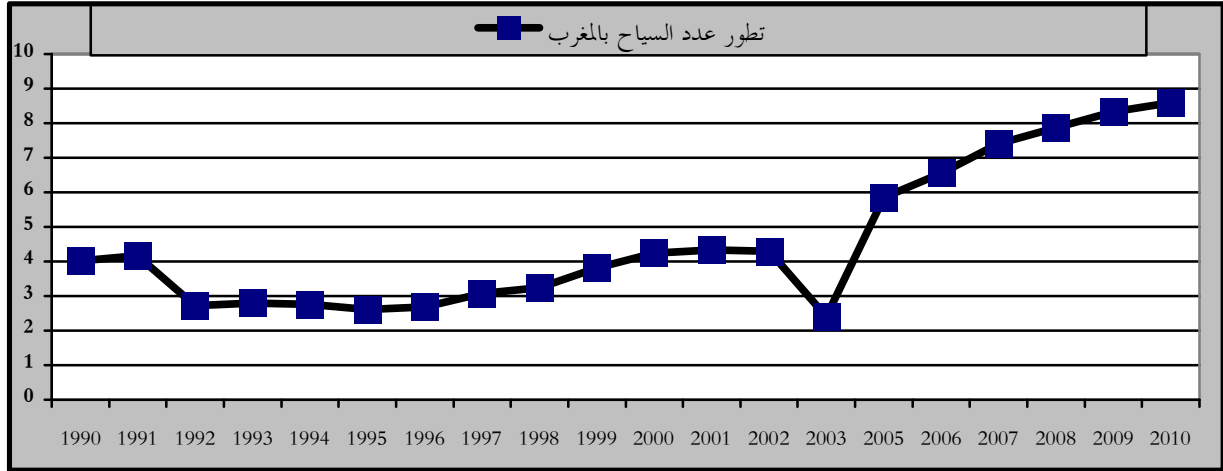
تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب يوضحها الجدول التالي.

الجدول رقم(28): تطور عدد السائحين الوافدين للمغرب . (الوحدة: مليون سائح)

عدد السائحين	السنوات
4.024	1990
4.169	1991
2.730	1992
2.789	1993
2.766	1994
2.602	1995
2.693	1996
3.072	1997
3.242	1998
3.817	1999
4.240	2000
4.340	2001
4.303	2002
2.4	2003
5.843	2005
6.558	2006
7.408	2007
7.879	2008
8.341	2009
8.585	2010

Source :www.fmdf.ma/ ?mad=statistiques et action

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد السائحين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2010/1990) عرف نموا متذبذبا كما يوضحه الشكل التالي .
الشكل رقم (34): تطور عدد السائحين للمغرب (2010/1990).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (28).

حيث بلغ عدد السائحين الوافدين سنة 90 حوالي 4.024 مليون سائح ليرتفع سنة 1991 إلى 4.169 مليون سائح أي بمعدل 3.60 % ، أما خلال السنوات 92 إلى غاية 96 شهد عدد السياح الوافدين إلى المغرب تراجعاً كبيراً ، وهذا من 4.160 مليون سائح سنة 1991 إلى 2.730 مليون سائح سنة 92 ، ويعود هذا التراجع إلى الظروف الأمنية التي سادت في المغرب في هذه الفترة ، ثم عاود عدد السائحين الوافدين إلى المغرب للارتفاع خلال السنوات 1997 إلى غاية 2002 ، حيث بلغ عدد السياح سنة 97 حوالي 3.072 مليون سائح و خلال سنة 2001 بلغ حوالي 4.340 مليون سائح ، ليتراجع عدد السياح مرة أخرى سنة 2002 و 2003 ، حيث بلغ 4.303 مليون سائح و 2.4 مليون سائح على التوالي ، و يعود هذا التراجع كذلك إلى المشاكل الأمنية السائدة في تلك الفترة ، خاصة الحرب على العراق ، أما خلال الفترة 2005 إلى 2010 نلاحظ تضاعف عدد السياح الوافدين إلى المغرب في هذه الفترة ، ويعود أساساً إلى الاستقرار الذي ساد في هذه الفترة ، مما شجع السياح على التنقل للسياحة و الاستجمام والترفيه على النفس ، باستثناء سنة 2008 الذي عرف فيها عدد السياح تراجعاً ، و هذا بسبب الأزمة المالية العالمية التي أثرت كذلك على حركة السياحة الدولية ، خاصة و أن قطاع السياحة حساساً جداً بكل الأزمات سواء كانت أمنية أو اقتصادية.

و ينتمي السائحين الوافدين إلى المغرب إلى أوروبا بالدرجة الأولى خاصة فرنسا و إسبانيا و ألمانيا و إيطاليا ، و تحضي المغرب بعدد من السائحين من السوق المغاربية خاصة (تونس ، الجزائر ، ليبيا)

ثانيا-تطور عدد الأسرة للمغرب.

بذلت المغرب جهودا كبيرة من أجل توسيع طاقتها الاستيعابية للمؤسسات الفندقية ، و هذا ما يوضحه الجدول التالي.

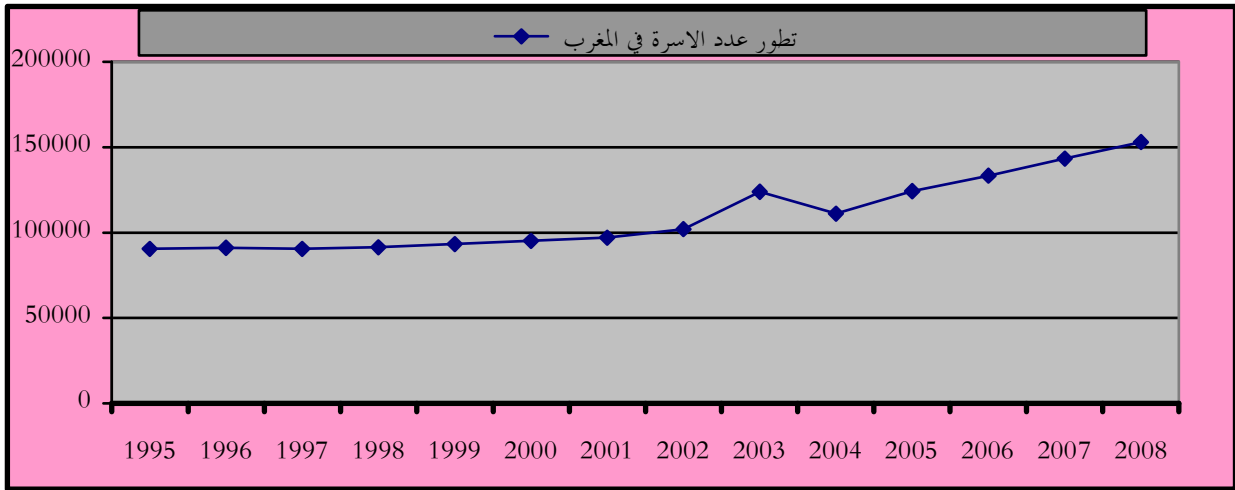
الجدول رقم(29): تطور عدد الأسرة في الفنادق المغربية .

السنوات	عدد الأسرة
1995	90.511
1996	91.081
1997	90.504
1998	91.300
1999	93.383
2000	95.180
2001	97100
2002	102.097
2003	109.615
2004	119248
2005	124.270
2006	133.230
2007	143.221
2008	152.936

Source :www. fmdf , ma .

من خلال الجدول هناك تطور ملحوظ لعدد الأسرة في المغرب ، و الشكل التالي يوضح ذلك أكثر.

الشكل رقم(35): تطور عدد الأسرة للمغرب .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(29).

يظهر الشكل أن عدد الأسرة في المغرب عرفت تطورا خلال الفترة (2008/1995) ، حيث بلغت عدد الأسرة سنة 2008 حوالي 152.936 سرير مقارنة مع سنة 2007 إذ بلغ عدد الأسرة 143.221 سرير ، و قد خصصت المغرب خلال الفترة (2010/2000) حوالي 3 مليار دولار أمريكي من أجل إنجاز 230 ألف سرير ، أي بزيادة 160 ألف سرير ، وذلك من خلال تجهيز خمس مناطق سياحية جديدة لمختلف المناطق السياحية بالمغرب و هي السعيدية ، رأس الماء ، خميس الساحل ، الحوزية و موغادور.

المطلب الثالث: دور السياحة المغربية في قضايا التنمية

لقد اقتصرنا في دور السياحة المغربية في قضايا التنمية على تطور الإيرادات السياحية ، و مدى مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي ، و كذلك فرص العمل التي تعمل السياحة المغربية على توفيرها .

أولا-تطور الإيرادات السياحية للمغرب.

تطور الإيرادات السياحية المغربية يظهرها الجدول التالي .

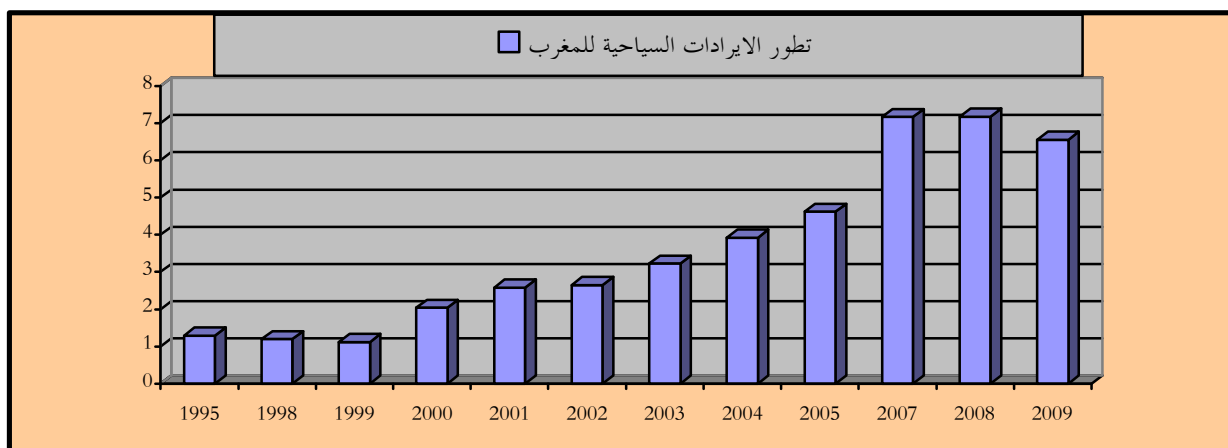
الجدول رقم(30): تطور الإيرادات السياحية للمغرب. (الوحدة: مليار دولار)

تطور الإيرادات السياحية للمغرب	السنوات
1,296	1995
1,2	1998
1.12	1999
2,039	2000
2,583	2001
2,646	2002
3,225	2003
3,924	2004
4,617	2005
06	*2006
7,162	2007
7,168	2008
6,557	2009

*www.unwto_barom12-01 january_statistical_annex_fr_excerpt_pdf.

يتضح من خلال الجدول أن هناك تذبذب في تطور الإيرادات السياحية للمغرب ، كما يبرزه الشكل التالي .

الشكل رقم(36): تطور الإيرادات السياحية للمغرب (2009/1995).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(30).

تظهر بيانات الجدول أن الإيرادات السياحية للمغرب تميزت بتحسن مستمر ، حيث عرفت تراجعاً سنة 2008 من 7.168 مليار دولار إلى 6.557 مليار دولار سنة 2009 ، و يرجع ذلك إلى الأزمة المالية العالمية و انتشار فيروس افلونزا الطيور H1N1، مما أثر سلباً على توافد السياح إلى المغرب ، و هذا ما أثر سلباً على الإنفاق السياحي و بالتالي تراجع الإيرادات السياحية ، إلا أنه بمقارنة سنة 1995 مع سنة 2009 نلاحظ أنه هناك تحسن كبير ، حيث بلغت الإيرادات سنة 1995 حوالي 1.296 مليار دولار ، وكان هذا التحسن في الإيرادات مرده إلى الجهود المغرب لرفع مردودية هذا القطاع ، وذلك من خلال جذب المزيد من السياح الأجانب والاهتمام بالتسويق السياحي و تنظيم التظاهرات و مهرجانات من أجل إبراز المقومات السياحية ، بالإضافة إلى توسيع و تهيئة مناطق سياحية جديدة و تطوير المنتج الثقافي و الجبلي و الصحراوي و البحري ، من أجل جعل لقطاع السياحة دوراً بارزاً في التنمية الاقتصادية المغربية.

ثانياً: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي.

نظراً لكون حجم السياحة الوافدة للمغرب حققت نتائج إيجابية و انعكس ذلك إيجاباً على الإيرادات السياحية ، فهذا ما يرجع بالإيجاب من حيث مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي ، كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (31): مساهمة السياحة المغربية في الناتج المحلي الإجمالي .

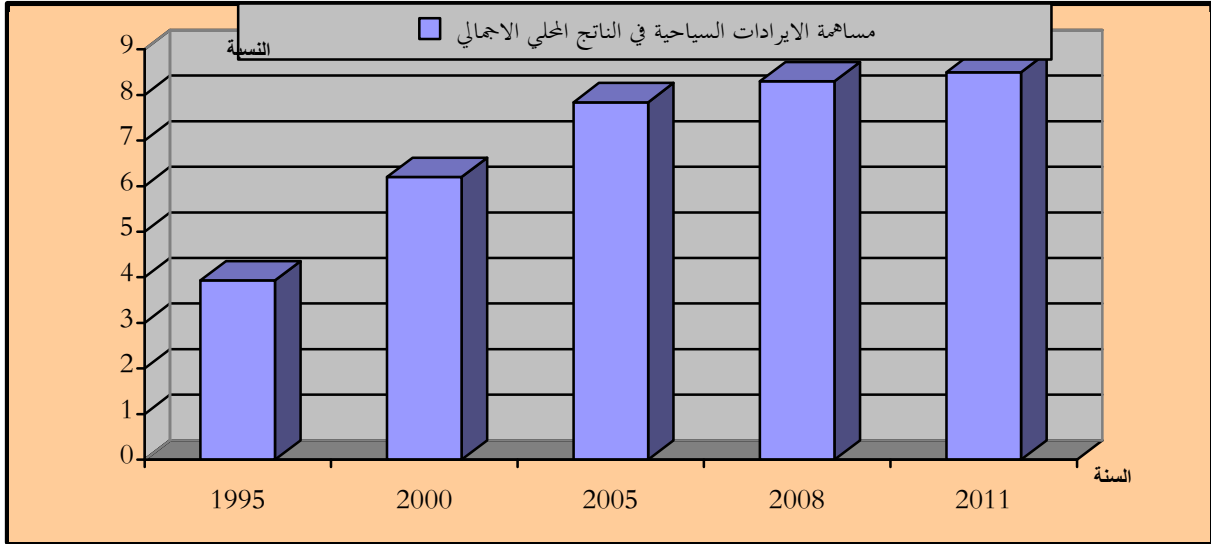
النسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي	السنوات
3,93	32.986,2	1995
6,20	32.903,1	2000
7.84	58.96	*2005
8.30	86.4	*2008
8.5	/	**2011

المصدر: المؤشرات الاقتصادية في البلدان العربية للفترة (2001/1991).

*Morocco , 'Recent economic indicators , ' Fact sheets are updated biannually , May and September 2009 , p 1.

**World travel and tourism council Key travel and tourism indicators , Monthly update ; March 2011.

من خلال الجدول يتضح أن نسبة مساهمة السياحة المغربية في الناتج المحلي الإجمالي تطورت بالضعف خلال الفترة (2011/1995)، وهذا ما يظهره الشكل التالي .
الشكل رقم (37): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للمغرب.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (31).

يتضح من الشكل أعلاه أن أعلى نسبة مساهمة السياحة المغربية في الناتج المحلي الإجمالي كانت سنة 2011 حوالي 8.5%، في حين تراوحت بين 6 و 7% خلال سنتي 2000 و 2005، وكانت أدنى مستوياتها سنة 1995، إذ بلغت نسبة 3.93% من الناتج المحلي الإجمالي، وعلى العموم تعتبر هذه النسب و خاصة في السنوات الأخيرة قريبة من المعدل العالمي، وبالتالي فالسياحة المغربية تساهم بشكل فعال في التنمية المغربية.

ثالثا- مساهمة السياحة المغربية في التشغيل.

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات التي تخلق مناصب شغل هامة، سواء مناصب شغل مباشرة أو غير مباشرة، وعلى هذا الأساس عملت السلطات المغربية على زيادة فرص العمل في القطاع السياحي من خلال الاهتمام بهذا القطاع، كما هو موضح في الجدول التالي .

الجدول رقم(32): تطور مساهمة السياحة المغربية في التشغيل. (الوحدة : ألف عامل)

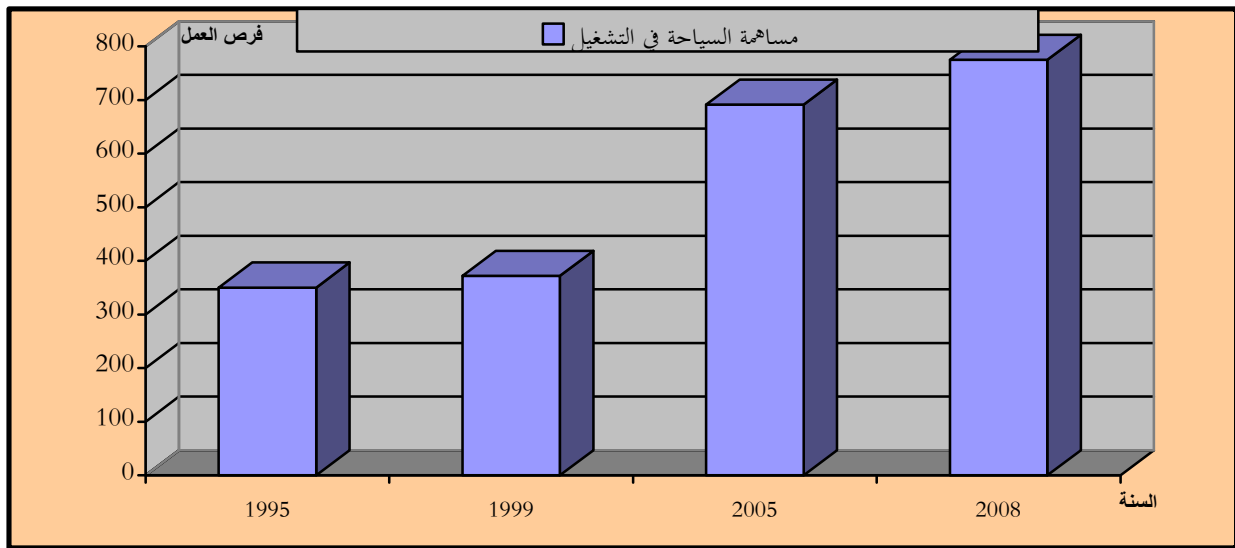
السنوات	العمل المباشر
1995	350
1999	372
*2005	691.3
*2008	774.9

المصدر: المؤشرات الاقتصادية في البلدان العربية للفترة (1991/2001)، مرجع سبق ذكره.

*World Travel & Tourism Council , "Morocco , Travel & Tourism Economy Employment , Travel & Tourism Direct Industry 1990 –2009

يتضح من خلال الجدول أن مساهمة السياحة المغربية في التشغيل تطور بأكثر من الضعف خلال الفترة (2008/1995) ، و هذا ما يبرزه الشكل التالي .

الشكل رقم(38):مساهمة السياحة المغربية في توفير فرص العمل .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(32).

يتضح جليا من خلال الشكل أن عدد فرص العمل التي توفرها السياحة المغربية تميزت بالارتفاع المتزايد ، حيث بلغت خلال سنة 2008 حوالي 774.9 ألف فرصة عمل مباشرة في القطاع السياحي ، في حين بلغت سنة 2005 حوالي 691.3 ألف فرصة عمل ، و بالتالي فالسياحة المغربية وفرت فرصا هامة للعمل المباشر في القطاع السياحي ، و هذا ما يفسر أن السياحة المغربية تعمل على تقليص من معدل البطالة و تحسين الحياة الاجتماعية للمواطن المغربي.

المبحث السادس: مقارنة السياحة الجزائرية مع الدول السياحية المدروسة .

لقد درسنا في السابق الواقع السياحي لثلاث دول مصر، تونس و المغرب كنموذج عن الدول الناهضة بالقطاع السياحي ، و تم عرض كذلك الواقع السياحي للجزائر ، و بالتالي في هذا المبحث سوف نجري مقارنة بين القطاع السياحي في الجزائر مع القطاعات السياحية في الدول المذكورة سابقا ، و ذلك من خلال ما يلي .

المطلب الأول: المقارنة من حيث الترتيب العالمي للمنظمات و الهيئات السياحية.

أشار تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء تحت إشراف فابريس هاتم ، و بمشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10% من الناتج المحلي الإجمالي ، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد كبير من الدول من بينها الجزائر ، التي يلقى فيها القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات و الفرص المتاحة¹ ، و حدد التقرير نقاط الضعف و القوة في السياحة الجزائرية مشيرا إلى أن نوعية الخدمات غير تنافسية و القدرة على التكيف من الناحية النوعية و الكمية ضعيفة و عروض الإيواء متواضعة ، و يضاف إلى ذلك قلة الاحترافية مشيرا بأن قدرات الإيواء لم تتجاوز 81 ألف سرير مقابل 230 ألف سرير في تونس و 150 ألف سرير في المغرب ، و لا يزال القطاع العام و ثقل وزن الإدارة يشكل عبئا أيضا ، و إن امتلكت الجزائر قدرات سياحية و وسائل مالية معتبرة .

صنفت الجزائر في المرتبة 93 من مجموع 124 دولة في التقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي ، حيث اعتبر معدوا التقرير الذي ساهمت فيه العديد من الهيئات المتخصصة و مكاتب الدراسات و الخبرة ، فضلا عن المنظمة العالمية للسياحة أن العديد من المؤشرات تجعل الجزائر لا تزال متأخرة في العديد من المجالات ، فقد حازت الجزائر على المرتبة 93 من مجموع 124 في مجال القدرة التنافسية في قطاع الأسفار و السياحة ، حيث حصلت على 3.67 نقطة ، و جاءت الجزائر بعد كافة دول المغرب العربي ، حيث احتلت موريتانيا الرتبة 92 ب 3.71 نقطة ، و احتلت المغرب المرتبة 57

¹ - يوسف بوكديرون و سيد أحمد حاج عيسى ، الإعلان السياحي و دوره في تسويق البلدان السياحية ، المنتدى الوطني حول : السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 04 .

ب 4.27 نقطة ، أما تونس فاحتلت المرتبة 34 ب 4.75 نقطة ، و المرتبة الأولى عادت إلى سويسرا كأحسن و جهة و صناعة سياحية ب 5.66 نقطة ، تليها النمسا فألمانيا و اسلاند ، ثم تأتي الولايات المتحدة الأمريكية ب 5.66 نقطة ¹ .

واحتلت الجزائر الرتبة 113 من مجموع 124 دولة فيما يخص التشريعات والقوانين ، مما يكشف النقص الكبير في المجال السياحي حسب تقرير الهيئة الدولية ، وهذا ما جعل الجزائر و جهة غير سياحية ² ، و تصنف الجزائر من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الرتبة 147 من مجموع 174 دولة ، بعيدا وراء تونس في الرتبة 39 و المغرب في الرتبة 42 ³ .

و في سنة 2009 قام المنتدى الاقتصادي العالمي بترتيب 133 حسب مؤشر التنافسية للسياحة و السفر ، مبينا الترتيب الجهوي و العالمي لتلك الدول ، حيث أشار الترتيب إلى أن الجزائر تحتل المرتبة 25 جهويا و 115 عالميا من أصل 133 دولة ، أما مقارنة مع تونس و المغرب فهي تحتل آخر مرتبة و ذلك على أساس النقاط التي تحصلت عليها ⁴ .

و تحتل الجزائر المرتبة 108 عالميا فيما يخص الإطار التنظيمي للسياحة و السفر و المرتبة 98 فيما يخص الهياكل القاعدية ، و أخيرا المرتبة 127 فيما يخص الموارد البشرية و الثقافية و الطبيعية ، حيث أن تونس تتمتع بمزايا تنافسية أكثر من المغرب و الجزائر ، و هذا ما جعلها تحتل مرتبة أفضل عالميا ، أما الجزائر فمزاياها التنافسية قليلة جدا مقارنة مع جارتها ، و أهم المزايا التنافسية نذكر منها: ⁵

- عدد المواقع الثقافية و الطبيعية المصنفة كتراث عالمي ، احتلت المرتبة 22 و 40 على التوالي ، هذا دليل أن الجزائر تزخر بمقومات طبيعية و حضارية تجعلها تنافس دول العالم على المراتب الأولى ؛
- عدم فعالية التسويق وهو أهم ركيزة تعتمد عليها صناعة السياحة ، و هذا ما جعل الجزائر تحتل المرتبة 120 عالميا ، في حين احتلت تونس و المغرب المرتبة 21 و 24 على الترتيب في مجال التسويق؛

¹ - بن سماعيل حياة و السبي و وسيلة ، دور السياحة العربية في التنمية الاقتصادية ، الملتقى الدولي حول " الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة " مرجع سبق ذكره ، ص 14 .

² - نفس المرجع السابق ، ص 15 .

³ - ليازيد وهبية ، السياحة بالجزائر إمكانيات ضخمة و معوقات عديدة ، الملتقى الدولي حول " الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة " مرجع سبق ذكره ، ص 14 .

⁴ - صديقي نوال و برباري كمال ، تقييم التنافسية السياحية لدول المغرب العربي ، دراسة مقارنة للجزائر ، المغرب و تونس ، الملتقى الوطني حول : السياحة في الجزائر ، واقع و آفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 07 .

⁵ - نفس المرجع السابق ، ص 08 .

-عدم الانفتاح على السياحة وغياب الثقافة السياحية لدى الشعب الجزائري ، حيث احتلت المرتبة 128 عالميا ؛

المطلب الثاني: المقارنة من حيث المؤشرات السياحية .

يمكن إجراء مقارنة بين الدول السياحية المدروسة مع السياحة الجزائرية ، من خلال عدة مؤشرات و هي عدد السياح الوافدين لكل دولة ، بالإضافة إلى عدد الأسرة المتوفرة لكل دولة من دول المقارنة.

أولاً- المقارنة من حيث عدد السياح الوافدين.

بالاعتماد على التجربة السياحية لكل الدول المدروسة يمكن تشكيل الجدول التالي :

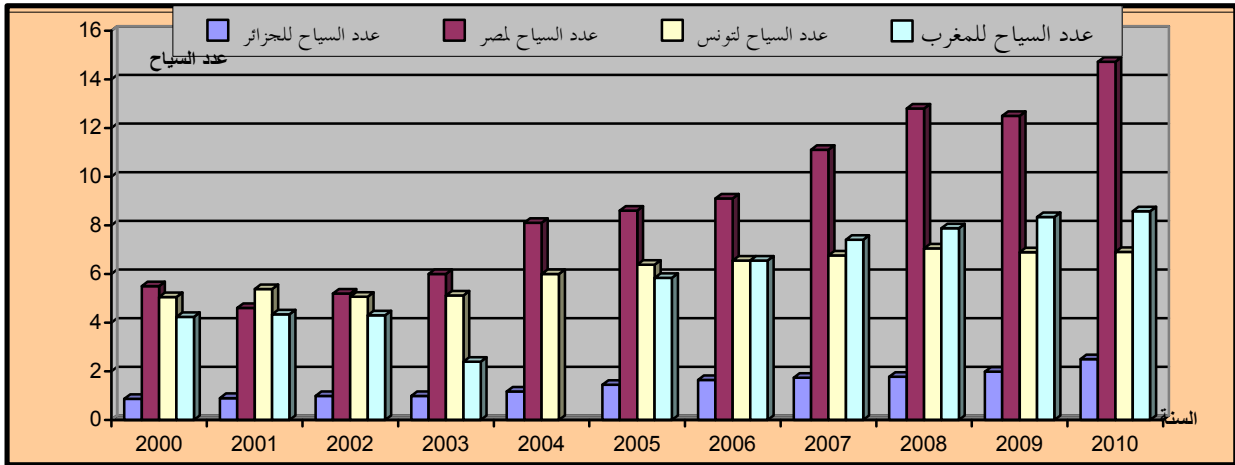
الجدول رقم (33):عدد السياح الوافدين لدول المقارنة . (الوحدة: مليون سائح)

السنة	الجزائر	مصر	تونس	المغرب
2000	0,865	5,5	5.057	4.240
2001	0,880	4,6	5.387	4.340
2002	0,932	5,2	5.063	4.303
2003	0,988	06	5,114	2,4
2004	1,112	8,1	5,998	/
2005	1,2	8,6	6,378	5,843
2006	1,4	9,1	6,550	6,558
2007	1,74	11,1	6,761	7,408
2008	1,772	12,8	7,049	7,879
2009	1,911	12,5	6,901	8,341
2010	2,07	14,73	6,902	8,585

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على المؤشرات السابقة لكل دولة .

ولتوضيح أوجه الاختلاف بين عدد السياح لكل دولة ، نستعين بالشكل التالي

الشكل رقم (39): عدد السياح الوافدين لدول المقارنة . (الوحدة: مليون سائح)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مؤشرات كل دولة المذكورة سابقا.

يتضح من خلال الشكل أن الجزائر مازالت بعيدة كل البعد عما حققته كل من مصر، تونس و المغرب في عدد السياح الوافدين ، حيث حققت مصر خلال سنة 2010 حوالي 14.73 مليون سائح ، تونس حوالي 6.902 مليون سائح و المغرب حوالي 8.585 مليون سائح في نفس السنة ، في حين لم تحقق الجزائر سنة 2010 سوى 2.07 مليون سائح ، إذ نجد أن 02 مليون سائح حققته كل من مصر ، تونس والمغرب في بداية سنوات التسعينات ، مما يعني أن القطاع السياحي في الجزائر متأخر عن نظرائه في الدول الشقيقة بأزيد من 18 سنة ، هذا كفيل بطرح السؤال التالي ، لماذا هذا التأخر رغم تقارب الإمكانيات بين هذه الدول؟ ، هذا التساؤل يستدعي البحث أكثر في طبيعة المعوقات التي جعلت القطاع السياحي الجزائري يحتل المراتب الأخيرة ، هذا ما سوف نعالجه في الباب الثاني من هذه الدراسة.

ثانيا-تطور عدد الأسرة لدول المقارنة.

عدد الأسرة لكل دولة موضحة في الجدول المقارن التالي .

الجدول رقم (34): تطور عدد الأسرة لدول المقارنة . (الوحدة: ألف سرير)

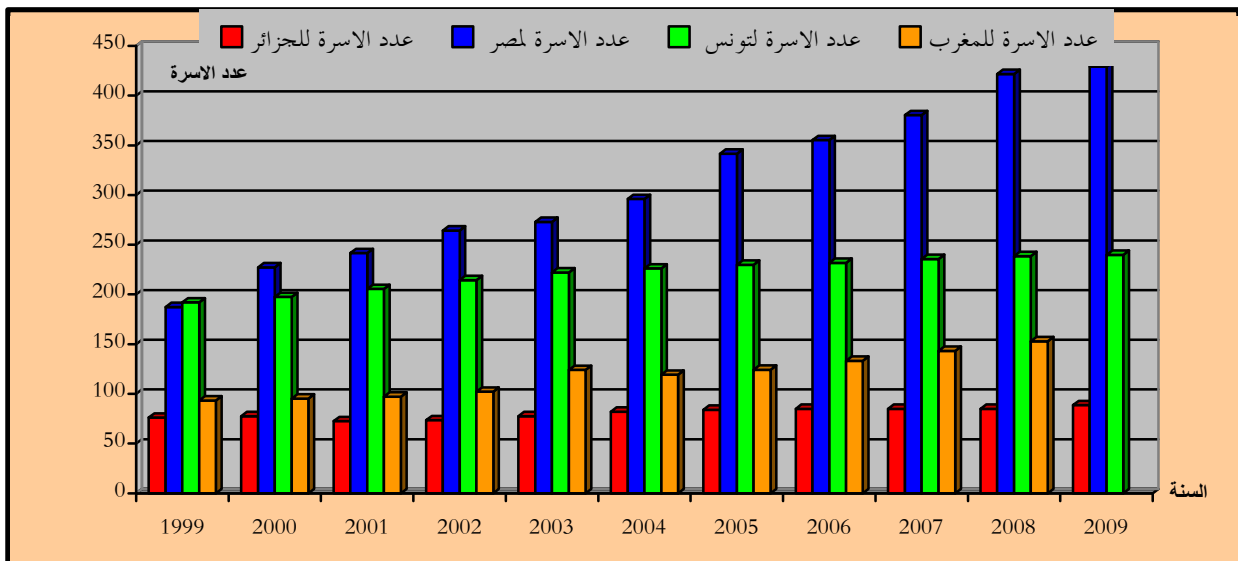
السنوات	الجزائر	مصر	تونس	المغرب
1999	76.000	187,284	191,955	93,383
2000	77.485	227,222	197,453	95,180
2001	72,5	241,440	205,505	97,100
2002	73,5	264,218	214,319	102,097
2003	77,5	273,020	222,018	109,615
2004	82	296,078	226,153	119 ,248
2005	83,9	341,552	229,837	124,270
2006	84,9	355,226	231,838	133,230
2007	85,000	380,382	235,727	143,221
2008	85,000	421,694	238,549	152,936
2009	88,694	429,066	239,890	/

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على مؤشرات كل دولة المذكورة سابقا ، أما المعطيات الخاصة بالجزائر مأخوذة من المرجع التالي:

(ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , 2007)

و الشكل التالي يوضح المقارنة من حيث عدد الأسرة بين دول المقارنة المذكورة

الشكل رقم (40): تطور عدد الأسرة لدول المقارنة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مؤشرات كل دولة المذكورة سابقا.

يلاحظ من خلال الشكل أن عدد الأسرة في الجزائر لم يشهد تطورا ملحوظا خلال (10) سنوات ، حيث بلغ معدل النمو المتوسط السنوي ب 1800 سرير ، في حين هناك تطور كبير لعدد الأسرة في كل من مصر ، تونس و المغرب ، حيث بلغ معدل التطور السنوي لمصر ب 17.241 سرير سنويا ، تونس ب 7011 سرير سنويا و المغرب ب 5956 سرير سنويا ، حيث تعكس زيادة عدد الأسرة سنويا قدرة الانجاز لكل دولة و توفير إمكانيات الراحة للسياح الوافدين إليها ، إذ احتلت مصر المرتبة الأولى بين دول المقارنة ب 429.066 سرير خلال سنة 2009 ، ثم تونس ب 239.890 ، و تأتي الجزائر في المؤخرة ب 88.694 سرير خلال نفس السنة ، هذا ما يعكس ضعف قدرة الانجاز للهياكل السياحية للجزائر و التماطل في استكمال هذه الهياكل .

المطلب الثالث : المقارنة من حيث مساهمة السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية .

تقتصر مقارنتنا من حيث مساهمة السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية ، على المؤشرات التالية ، الإيرادات السياحية و الناتج المحلي الإجمالي .

أولا: تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة.

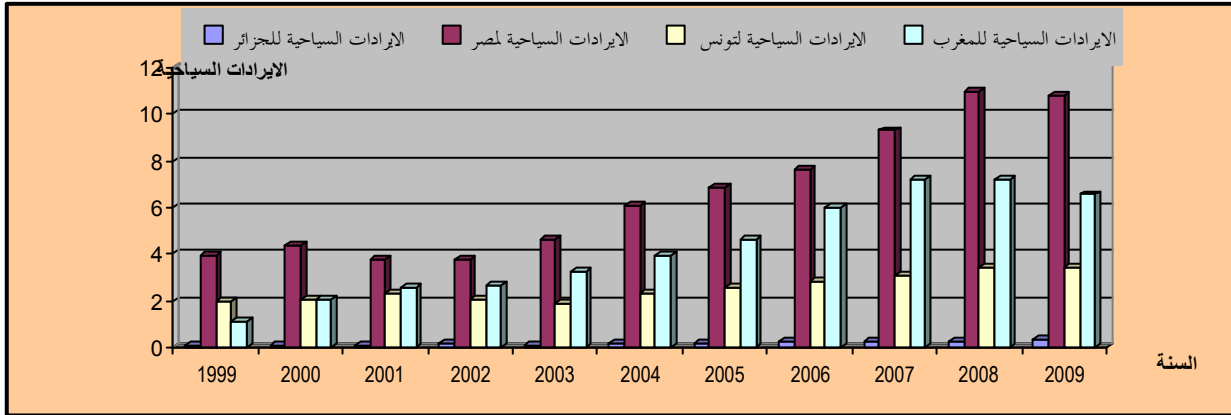
يظهر الجدول التالي الإيرادات السياحية لدول المقارنة خلال الفترة (2009/1999).

الجدول رقم(35): تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة. (الوحدة:مليار دولار)

د	الجزائر	مصر	تونس	المغرب
1999	0,08	3.903	1,929	1.12
2000	0,096	4.345	2,095	2,039
2001	0.1	3.8	2,340	2,583
2002	0,131	3.763	2,021	2,646
2003	0,112	4.6	1,902	3.225
2004	0.18	6.12	2,290	3.924
2005	0.18	6.85	2,611	4.617
2006	0.22	7.6	2,825	06
2007	0.22	9.3	3,077	7.162
2008	0.3	11	3,390	7.168
2009	0.33	10,76	3,471	6.557

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مؤشرات كل دولة المذكورة سابقا.

يمكن توضيح مقارنة الإيرادات السياحية من خلال الشكل التالي.
الشكل رقم (41): تطور الإيرادات السياحية لدول المقارنة .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات كل دولة المذكورة سابقا.

تبين بيانات الجدول أن حصة الجزائر من الإيرادات السياحية ضعيفة جدا ، حيث حصلت الجزائر سنة 2009 على 0.33 مليار دولار ، في حين حققت كل من مصر ، تونس والمغرب على 10.76 مليار دولار ، 3.47 مليار دولار و 6.55 مليار دولار على التوالي في نفس السنة ، و عند مطابقة عدد السياح بالإيرادات السياحية نجد أن الجزائر تحصلت على 0.33 مقابل 1.911 مليون سائح أي ما يعادل 172 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار الجزائر ، في حين حققت مصر 10.76 مليار دولار مقابل 12.5 مليون سائح ، أي ما يعادل 860 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح ، و تحصلت تونس على 3.47 مليار دولار مقابل 6.9 مليون سائح ، تحصل المغرب على 6.55 مليار دولار مقابل 8,5 مليون سائح ، وفي الإجمالي نقول أن الإيرادات السياحية للجزائر لا تزال ضعيفة نظرا لقلة عدد السياح الوافدين إليها ، وخاصة ضعف الإنفاق السياحي للوافدين للجزائر.

ثانيا: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .

مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لكل المقارنة موضحة في الجدول التالي .

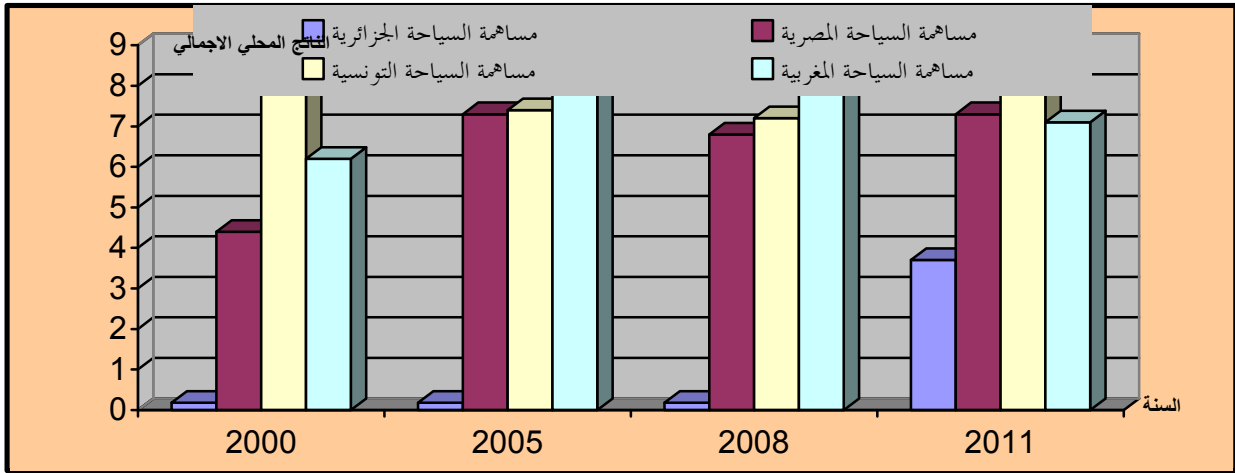
الجدول رقم (36): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة (الوحدة: %)

السنوات	الجزائر	مصر	تونس	المغرب
2000	1,4	3,5	8,64	6.20
2005	1,7	7	7,4	7.84
2008	2,05	6,7	7,2	8.3
2011	3.7	7.3	8.2	8,5

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات كل دولة المذكورة سابقا.

يتضح من خلال الجدول نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تختلف من دولة إلى أخرى ، كما هو موضح في الشكل التالي .

الشكل رقم(42): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات السابقة لكل دولة.

يلاحظ من خلال الشكل أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي اختلفت من دولة إلى أخرى ، حيث تتراوح نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي المصري بـ 7.3% سنة 2011 ، وفي تونس 8.2% و المغرب 8.5% ، و هي نسب معتبرة وقرينة من المتوسط العالمي التي أشار إليها المجلس العالمي للسياحة والسفر والمقدر بـ 10% ، وبالتالي تعكس هذه المعدلات مستوى تطور القطاعات السياحية في البلدان الثلاثة (مصر، تونس و المغرب) ، والأهمية التي أولتها كل دولة لقطاعها السياحي ، حيث أولت هذه الدول قطاع السياحة مكانة كبيرة ضمن أولويات التنمية الاقتصادية ، ويعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية ، في حين نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري ضعيفة جدا حيث بلغت 3.7% ، ولا تزال هذه النسبة بعيدة عن النسبة المحققة في الدول المجاورة و عن المعدل العالمي ، هذا يعكس كذلك المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي بين أولويات التنمية الاقتصادية ، و يعكس أيضا مدى تخوف و تحفظ السلطات من هذا القطاع ، طبعاً هذا ما انعكس سلباً على النتائج المحققة من هذا القطاع .

خلاصة .

تزخر دول المقارنة بإمكانيات سياحية طبيعية كبيرة ، بالإضافة إلى الإمكانيات الثقافية و الحضارية ، و ذلك حسب الحضارات التي تعاقبت على كل دولة من دول المقارنة ، و تتمتع هذه الدول كذلك بإمكانيات مادية متفاوتة من دولة إلى أخرى حسب درجة اهتمام كل دولة بقطاعها السياحي ، و قد أثبتت المؤشرات السياحية المدروسة أن مصر استقبلت أزيد من 14 مليون سائح سنة 2010 ، في حين استقبلت تونس والمغرب 6.9 و 8.5 مليون سائح على التوالي ، في حين لم تستقبل الجزائر سوى 2 مليون سائح هلال نفس السنة ، كما أثبتت المؤشرات كذلك أن السياحة تساهم بنسبة كبيرة في التنمية الاقتصادية ، حيث حققت مصر أزيد من 10 مليار دولار كعائدات سياحية سنة 2009 ، وسجلت تونس و المغرب 3.47 و 6.55 مليار دولار خلال نفس السنة ، في حين حققت الجزائر 0.33 مليار دولار، وبالتالي ساهمت السياحة في مصر ب 7.3% من الناتج المحلي الإجمالي خلال سنة 2011 ، و ساهمت في كل من تونس والمغرب ب 8.2% و 8.5% على التوالي ، و ساهمت السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري ب 3.7% .

و بهذا احتلت مصر ، تونس والمغرب المراتب الأولى في إفريقيا ، في حين نجد الجزائر في المراتب الأخيرة في كل المؤشرات التي تم دراستها في هذا الفصل ، ما أثبت فعلا أن القطاع السياحي في الجزائر مزال ضعيفا وبعيد جدا عن القطاعات السياحية للدول المجاورة كما أثبتت المقارنة في هذه الدراسة ، و أثبتته الإحصائيات و التقارير الصادرة عن الهيئات و المنظمات العالمية الخاصة بالسياحة ، و هذه هي النتيجة المراد الوصول إليها من دراستنا للفصل الثاني " هو أن القطاع السياحي في الجزائر مزال دون المستوى المطلوب بإثبات كل المؤشرات و الإحصائيات و التقارير" ، و بالتالي لماذا يرجع ضعف القطاع السياحي للجزائر؟ هل إلى نقص الإمكانيات بكل أنواعها (الطبيعية ، المادية ، البشرية ، المؤسساتية) ، أم أن هناك عراقيل أخرى حالت دون النهوض بهذا القطاع ؟ هذا ما سوف نراه في الباب الثاني من هذه الدراسة .

الباب الثاني:

تشخيص وفحص

السياحة الجزائرية

من خلال

الإمكانيات والمعوقات

الفصل الأول:

واقع الإمكانيات

السياحية في الجزائر

تمهيد.

سعت الجزائر منذ الاستقلال إلى النهوض بقطاعها السياحي ، و في سنة 1962 كانت الجزائر تتوفر على هياكل قديمة موروثه عن العهد الاستعماري ، و بعد الاستقلال إلى غاية 1966 تركزت الجهود السياحية على التعريف بالموارد السياحية ، و حينها برمجت الدولة انجاز هياكل داخل مناطق التوسع السياحي ، كمناطق غرب العاصمة والمنطقة الغربية بوهران و المنطقة الشرقية ، و كانت الانطلاقة الفعلية للسياحة الجزائرية مع ظهور ميثاق السياحة سنة 1966 ، ثم إدراج السياحة في المخططات التنموية ، سعيها منها إلى جعل قطاع السياحة قطاعا مدر للثروة و ترقية المنتج السياحي الجزائري ، حيث شرعت الجزائر في عملية إحصاء ثرواتها السياحية و جعلها هي الأخرى تساهم في تحريك دواليب التنمية الاقتصادية للوطن ، و من أجل جعل السياحة تلعب دورها كاملا لا بد من توفر جملة من الإمكانيات تتراوح بين إمكانيات طبيعية ، و تتمثل أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية و أماكن الراحة و الترفيه ، الجبال ، الأنهار و الشواطئ ، والغابات والصحاري ، و الينابيع والحمامات الطبيعية ، هذا بالإضافة إلى توفر الآثار التاريخية و المعمارية و الدينية و الصناعات التقليدية ، وكذلك العادات و التقاليد و الفنون الشعبية المختلفة.

أما الإمكانيات المادية فتتجسد في البنية التحتية كهياكل الاستقبال و وسائل النقل ، المطارات ، الطرق و الموانئ و السكك الحديدية و وسائل الاتصال ، والتي تعتبر من بين أهم العوامل التي تساعد على تطوير السياحة ، إذ أثبتت العديد من التجارب الدولية مدى أهمية الدور الذي تلعبه البنية التحتية في تطوير السياحة ، حيث تعمل على توفير سهولة الحركة و ربح الوقت و الجهد و بالتالي توفير الراحة ، و أخيرا الإمكانيات المؤسساتية إذ يحتاج قطاع السياحة للعديد من المؤسسات القائمة عليه ، من آليات تنفيذ إستراتيجية السياحة الجزائرية ، و آخرين متعاملين في السوق السياحية ، و تلعب هذه المؤسسات دورا كبيرا في ترقية القطاع السياحي . فهل هذه الإمكانيات المختلفة متوفرة في الجزائر ؟ هذا ما سوف نراه في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول: المقومات الطبيعية للسياحة الجزائرية.
- المبحث الثاني: المقومات التاريخية و الصناعة التقليدية.
- المبحث الثالث: المقومات الفندقية للسياحة الجزائرية.
- المبحث الرابع: الليالي السياحية حسب الطبيعة القانونية للمؤسسات الفندقية.
- المبحث الخامس: آليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية للجزائر.
- المبحث السادس: الأعوان المتعاملين في السوق السياحي الجزائري.

الفصل الأول: واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المبحث الأول: المقومات الطبيعية للسياحة الجزائرية.

تتنوع الإمكانيات الطبيعية للسياحة الجزائرية بين المعطيات الجغرافية و الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر في مختلف مناطقها عبر كامل التراب الوطني و منها الموقع الجغرافي والتضاريس ، بالإضافة إلى المناخ السائد و تنوعه ، و تشكل الحمامات المعدنية الطبيعية جزءا مهما من المعطيات الطبيعية للسياحة الجزائرية ، و هذه الإمكانيات الطبيعية تتنوع و تختلف ما يؤدي إلى تنوع السياحة في البلاد ، و بالتالي مساهمتها في جعل الجزائر بلدا سياحيا من الدرجة الأولى ، و قادر على منافسة البلدان السياحية في العالم.

المطلب الأول: المعطيات الجغرافية.

تلعب المعطيات الجغرافية دورا هاما و رئيسيا في تطوير السياحة ، فالموقع الجغرافي المهم يجعل من البلد نقطة التقاء بين البلدان ، و تنوع تضاريس البلد يؤدي إلى تنوع أنشطتها السياحية ، أما المناخ السائد في البلد فيؤثر في طول فترة السياحة خلال السنة ، و بالنسبة للجزائر فإن معطياتها الجغرافية سوف نتطرق إليها من خلال .

أولا- الموقع الجغرافي.

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط ، تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي و إفريقيا و البحر الأبيض المتوسط ، بفضل طابعها الجغرافي الاقتصادي و مميزاتها الاجتماعية و الثقافية¹ .

لموقع الجزائر أهمية إستراتيجية و خصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم ، فهي جسر اتصال و محور التقاء بين أمريكا و إفريقيا ، و بين المغرب العربي و الشرق الأوسط ، و ممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية برا و بحرا و جوا² ، تبلغ مساحتها 2.381.741 كلم²، و يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ، و من الشرق تونس و ليبيا و من الغرب المغرب الأقصى و من الجنوب الغربي موريتانيا و الجمهورية العربية الصحراوية ، و يحدها من الجنوب مالي و النيجر.

¹ - كواش خالد ، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا ، العدد الأول ، ص. 215.

² - موقع الجزائر الجغرافي و أهميته في العالم ، على الموقع : (تاريخ الاطلاع: 29/06/211، الساعة: 10سا و 14د).

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

تقع الجزائر بين خطي 18 و 30 من خط العرض الشمالي ، و بين 09 من خط الطول الغربي و 12 من خط الطول الشرقي ¹ ، إذ يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي ب 1900 كلم ، و امتدادها الشرقي الغربي 1200 كلم .

ثانيا- المناخ.

يتنوع المناخ في الجزائر إلى:

- المناخ المتوسطي: و يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر ب 18°م من أبريل إلى شهر أكتوبر ، و تبلغ درجة حرارة ذروتها خلال شهري جويلية و أوت حيث تصل إلى 30°م ² .

- المناخ شبه القاري: يسود في مناطق الهضاب العليا و يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي ، و تصل درجة الحرارة فيه أحيانا إلى أقل من الصفر في بعض المناطق ، أما في باقي أشهر السنة فيتميز بالحرارة و الجفاف ، و تصل درجة الحرارة إلى أكثر من 30°م.

- المناخ الصحراوي: يسود في المناطق الجنوب و الواحات ، و يتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر ، حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40°م ، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي و دافئ ، مما يسمح بنشاط حركة السواح في فصل الشتاء.

ثالثا- التضاريس.

تمتلك الجزائر عدة أنواع من التضاريس المتباينة ، حيث نجد في الشمال سهول التل الجزائري (سهل متيجة ، هران و عنابة) ، ثم نجد حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية ، حيث نجد جبال "شيليا" بالأوراس في الناحية الشرقية ، إذ يبلغ ارتفاعها حوالي 2328 متر ، و نجد كذلك قمة "لالا خديجة" بجبال جرجرة حيث يبلغ ارتفاعها حوالي 2308 متر ³ ، إذ يمكن استغلال هذه التضاريس في تطوير السياحة الجبلية ، حيث تملك خاصية الجذب السياحي من روعة الطبيعة و كثافة غباثها و سقوط الثلوج الذي يميز هذه التضاريس ، خاصة في منطقة "الشرية

¹ -كواش خالد ، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مرجع سابق ، ص218.

² -نفس المرجع السابق ، ص 218.

³ -جغرافيا الجزائر ، على الموقع :

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

"ولاية البليدة و" تيكجدة" بولاية البويرة ، و نجد كذلك منطقة"تاغيلان" بولاية تيزي وزو ، و تحتوي هذه الجبال على ثروة حيوانية و طيور متنوعة.

و نجد الجنوب الأطلس الصحراوي يحتوي على عدة واحات تتميز بغابات النخيل وكتبان رملية و هضاب صخرية و سهول حجرية ، و نجد كذلك منطقة الأهقار بولاية تمنراست و التي تحظى بأهمية كبيرة في التراث الطبيعي للجزائر ، حيث تتميز بجبالها الشاهقة إذ يوجد بها قمة" تاهات" بارتفاع قدره حوالي 2918 متر ، بالإضافة إلى وجود بهذه المنطقة بقايا حيوانية و نباتية شاهدة على وجود الحياة بهذه المنطقة منذ العصور القديمة تعود إلى أكثر من 10 آلاف سنة ، و تتمتع السياحة الجزائرية بمجموعة من الحظائر الوطنية حيث نجد:¹

- الحظيرة الوطنية للقالا التي تتربع على مساحة 78 ألف هكتار ، و تقع في أقصى الساحل الشمالي الشرقي للبلاد ، و تضم ثلاث محميات تحتوي على 50 نوعا من الطيور ، إضافة إلى أنواع أخرى من الحيوانات النادرة؛

- حظيرة جرجرة و مساحتها 18.500 هكتار ، و تقع في قلب الأطلس التلي ، و تبعد حوالي 50 كلم عن العاصمة ، و تستقر بها الثلوج لمدة ثلاث أشهر (ديسمبر ، جانفي و فيفري)؛

- حظيرة الطاسيلي و مساحتها 100 ألف هكتار ، و تقع في أقصى الجنوب للوطن ، و يميزها الطابع الأثري و تحوي الكثير من النقوش و الرسومات الصخرية ، و هي مصنفة كتراث عالمي؛

- حظيرة بلزمت في باتنة مساحتها 600 هكتار ، و حظيرة تازا في جيجل مساحتها 300 هكتار ، بالإضافة إلى حظيرة قوراية في بجاية مساحتها 100 هكتار.

رابعا : الحمامات المعدنية .

هناك العديد من الحمامات والمحطات المعدنية موزعة عبر أنحاء الوطن ، حيث بينت إحدى الدراسات التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في الشمال ، و التي تتميز بخصائص علاجية مؤكدة² ، كما سمحت التحاليل

¹- سليمان ناصر ، قطاع السياحة في الجزائر ، الواقع و متطلبات التأهيل ، ولاية غرداية نموذجاً ، الملتقى العلمي الثامن حول "تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر - بعض الدول العربية و الإسلامية ، مرجع سبق ذكره ، ص02.

²- الديوان الوطني للسياحة ، الحمامات المعدنية منتج خاص ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 33 ، دون سنة نشر ، ص14.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الفيزيائية بتحديد خصائص كل منبع من حيث نسبة المعادن و الفوائد العلاجية ، إذ توجد أربع أنماط للمنابع ¹:

- منابع مياه ذات حرارة منخفضة؛
- منابع مياه ذات حرارة متوسطة؛
- منابع مياه ذات حرارة مرتفعة ؛
- منابع مياه ذات فائدة علاجية.

كما صنف حسب طبيعتها الكيميائية إلى ²:

- 185 مورد لمياه معدنية حرارية ذات أهمية محلية؛
- 11 مورد لمياه معدنية حرارية ذات أهمية وطنية .

ومن بين هذه الحمامات المعدنية نجد³:

-حمام الصالحين: و يقع في بلدية الحامة 07 كلم عن عاصمة محافظة خنشلة ، و يعود نشأته إلى العصر الروماني ، إذ يتميز بمياهه الساخنة 70 درجة مئوية و تركيبة مياهه الكيميائية تعطيه الخصائص العلاجية لأمراض الروماتيزم وأمراض الجهاز التنفسي و الأمراض الجلدية ، و يقع في منطقة غابية و مناخ ملائم .

- حمام قرقور: و يقع حوالي 50 كلم من عاصمة ولاية سطيف ، إذ أن الظروف المناخية مواتية لعلاج بعض الأمراض كأمرض الروماتيزم و الأمراض الجلدية و أمراض النساء ، و يصنف حمام قرقور في المرتبة الثالثة عالميا بعد حمامات ألمانيا و تشيكوسلوفاكيا من حيث نوعية تدفقه ، إذ تقدر بسرعة 8 لتر في الثانية ، بدرجة حرارة تصل إلى 48 درجة مئوية ، و يعرف كذلك باسم "حمام سيدي الجودي"⁴ .

¹ -الديوان الوطني للسياحة ، الحمامات المعدنية الجزائرية ، نشرة 2007.

² - belkacem heddar , rôle socio-économique du tourisme en algerie, édition opu , 1988 , p48.

³ -www.mta.gov.dz/site web/h/index.php?corps=potential/therm§id=2 . (23/09/2011- 11:03h).

⁴ -www.travel.maktoob.com/vb/travel312023/.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- حمام الساخنة: يقع على بعد 56 كلم من مدينة سطيف و 80 كلم من مدينة باتنة ، مياه الحمام تحتوي على الكلوريد الصوديوم و درجة مياهه 42 درجة مئوية ، التي تعالج أمراض الروماتيزم و الأمراض الجلدية .

- حمام زلفانة: تم إنشاء حمام زلفانة عام 1986 عندما تم إنشاء الطريق السريع رقم 49 ، و بعدها أدرك سكان المنطقة أهمية حمام زلفانة من خلال الآثار العلاجية لمياهه الساخنة ، و يقع بولاية غرداية و له العديد من الينابيع الساخنة ذات صفات متميزة إلى حد ما .

- حمام ملوان: و يقع على بعد 37 كلم عن الجزائر العاصمة ، في منطقة تسمى بوقرة و يتميز بينابيعه الساخنة في مرتفعات جبال الأطلس و مميزاته المختلفة ، حيث يقصدونه السكان من أجل التداوي من بعض الأمراض الجلدية وبعض أنواع الأورام ، و داء التهاب العظام و المفاصل ، و هناك من يأتي من أجل معالجة العقم ، وقد تدهورت و ضعيفة الحمام كثيرا في سنوات الثمانينات لعدم الإعتناء به ، خاصة من قبل المحافظات الغربية المجاورة ، غير أن فترة الأزمة الأمنية قطعت عن الحمام رواده الأمر الذي جعل المحيط الطبيعي للحمام يعود إلى عهده الأول ، و يمكن أن يكون حمام ملوان قطبا سياحيا و ثقافيا جيدا إذا أحسن استغلاله .¹

- حمام ريغة بولاية عين الدفلى 170 كلم غرب العاصمة و الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار، يعتبر من بين أهم الحمامات التي تزخر بها الجزائر ، حيث اكتسب هذا الحمام السياحي شهرة فاقت حدود الولاية لتصل إلى الولايات المجاورة لها ، الأمر الذي جعل منه قبلة للباحثين عن الراحة النفسية والعلاج الطبيعي ، حيث يعرف إقبالا من طرف سكان الوسط الجزائري خلال الأيام الربيعية ، لا سيما العاصمة ، تيبازة ، البليدة ، المدية و بومرداس ، حيث تصل درجة حرارة مياهه إلى 68 درجة مئوية من المنبع و 55 درجة مئوية بين وصولها إلى المسبح ، و قد تم اكتشاف هذا المنبع منذ عدة قرون ، إذ تحتوي مياهه على الحديد و الكبريت مما يجعلها ذات فائدة كبيرة لجسم الإنسان.²

¹ - الحمامات المعدنية بالجزائر مقصد السياح من كل مكان ، راحة استحمام و علاج طبيعي ، على الموقع: www.travel.maktoob.com/vb/travel101770/.

² - حمام ريغة يستهوى سكان الوسط الجزائري ، على الموقع: www.sawt-alahrar.net/online/modules.php?name=new&file=article&sid=8040.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- حمام الكسانة(حمام الفراقسة): يقع حمام الكسانة في الجهة الشرقية لبلدية الهاشمية ولاية البويرة ، يعتبر هذا الحمام قبلة للزوار الذين كانوا يقصدونه من مختلف أنحاء الوطن و لا سيما العاصمة ، له موقع وسط غابة الكسانة الكثيفة ذات المناظر الطبيعية المتميزة ، و يتميز بمياهه الساخنة الممزوجة بالكبريت كما يؤكده أهل الاختصاص ، شهد حمام الكسانة عزلة كبيرة أثناء الأزمة الأمنية ، و بعد نهاية هذه الأزمة فكرت السلطات الولائية في إعادة فتح الحمام من جديد ، حيث منحت الأشغال لأحد المستثمرين الخواص من أجل بناء مركب سياحي يتكون من حمام وفندق وجناح خاص بالتداوي ، لكن هذه الأشغال لا تزال تسير بوتيرة بطيئة جدا¹ وتوجد مجموعة من الحمامات المعدنية الأخرى و هي بوغرارة بولاية تلمسان 600 كلم غرب العاصمة ، حمام بوحجر بولاية عين تيموشنت 400 كلم غرب العاصمة ، و حمام بوحنيفة بولاية معسكر ، حمام ربي بولاية سعيدة في الغرب ، حمام المسخوطين بولاية قالمة ، حمام الشارف بولاية الجلفة 300 كلم جنوب العاصمة.²

وفي الشرق يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة 500 كلم شرق العاصمة ، و أما عن محطة العلاج بمياه البحر فهي منشأة كبيرة تقع بمدينة سيدي فرج 30 كلم غرب العاصمة ، إذ يتردد على هذه المحطة الآلاف من الجزائريين و الأجانب على مدار السنة للاستفادة من خدمات فريق طبي متخصص عالي الكفاءة ، و تمثل المنابع الحموية غير المستغلة التي لا تزال على حالتها الطبيعية ما يفوق 60 % من المنابع المحصاة ، و تشكل مخزوننا وافرا يسمح بإقامة عرضا سياحيا حمويا تنافسيا³.

المطلب الثاني : أنواع السياحة في الجزائر.

يمكن التمييز بين أربع أنواع للسياحة في الجزائر حيث نجد السياحة الساحلية ، السياحة الجبلية و السياحة الصحراوية ، بالإضافة إلى سياحة الحمامات المعدنية ، و لكل نوع من هذه الأنواع خصائص و مميزات خاصة به .

¹- بختي فريد و مدات جمال ، مرجع سبق ذكره ، ص16.

² - الجزائر=highlight?topic=t1048 - www.himici.almontada.com

³- موسى سعداوي و حكيم و جطو ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

أولا- السياحة الساحلية.

وجود هذا النوع من السياحة مرده إلى الساحل الجزائري الذي يمتد على طول 1200 كلم ، و الذي يتميز بشواطئ ذات مناظر جميلة و غابات كثيفة ، و سلاسل جبلية متنوعة ، و بالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب ، و ذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة اتجاه السياحة في الجزائر و غياب المنافسة و تهميش القطاع الخاص و قلة الإعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع ، و حتى يلعب هذا النوع من السياحة دوره لا بد من توفر ما يلي:¹

- الحفاظ على نظافة الشواطئ و إشعار السواح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشريات المختصرة و الواضحة و بلغات متعددة ؛
- الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح و من عامة الناس؛
- إنشاء مساكن سياحية منفردة و على نسق مدروس ، بحيث تتناسب مع السياحة الفردية و العائلية و بكيفية يمكن التحكم في تسييرها و توفير الأمن فيها؛
- توفير وجبات غذائية خفيفة و كاملة و فق المقاييس المعمول بها دوليا؛
- توفير محلات تجارية يعرض كل ما يحتاج إليه السائح ؛
- إنشاء ملاعب للرياضات بهدف جذب السياح.

ثانيا: السياحة الجبلية .

إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح ، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية ، خاصة عند تدهور الأوضاع الأمنية ، من هنا فإن التفكير في استراتيجيات للسياحة الجبلية تستوجب أن تكون اليوم ، و تحتوي المناطق الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة و المغارات و الكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة² ، و أصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم و تقتصر فقط

¹ - عبد الكريم عون ، جغرافية الغذاء في الجزائر ، دار المؤسسة الوطنية للكتاب ، 1985 ، ص163.

² - صالح فلاح ، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي ، المتلقى الدولي حول : تسيير و تمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، مرجع سبق ذكره ، ص05.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

على الترحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (البويرة) و تلاغيف (تيزي وزو) و الشريعة (البليدة).

و يوجد هناك سببين أساسيين لتصنيف السياحة الجبلية ، أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر ، حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظرفي ، و ثانيهما أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في الترحلق بالثلج فقط ، إذ خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المغارات و الكهوف فحسب و إنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة و الطيور النادرة و الينابيع المائية العذبة ، و التي تتميز بالبرودة صيفا و الفتورة شتاءا. وفي الواقع لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة و هياكل مكلفة ، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية ، و إنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الإشهار و تقديم الأشرطة حول هذه المواقع و ضمان سلامة السياح ¹ .

ثالثا- السياحة الصحراوية.

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة حوالي 87% من التراب الوطني و تمتد من أسفل السفوح الجنوبية لجبال الأطلس الصحراوي الذي يمثل الحدود الطبيعية بين الصحراء جنوبا والهضاب العليا شمالا²، إذ تعد الصحراء الجزائرية من أحسن المساحات الشاسعة العذراء في العالم ، حيث تعد المنتج السياحي المهم الذي يمكن أن يسمح للجزائر باختراق السوق العالمية للسياحة بقدرة تنافسية عالية³، إذ تتمتع بكل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة و من هذه المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها و مبانيها المتميزة بهندستها و السلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار ، حيث تتجلى أهمية الطاسيلي الشاهدة على الحضارة الراقية و المحسدة في الرسوم المنقوشة على صخور لا زالت تروى للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة و

¹ -طالب دليلة و وهراني عبد الكريم ، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة ، نحو تنمية سياحية مستدامة ، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع والآفاق " ، مرجع سبق ذكره ، ص14.

² -عون عبد الكريم ، مرجع سبق ذكره ، ص163.

³ - حدانة أسماء و دهماني موسى ، تسويق المنتج السياحي الصحراوي الجزائري في ظل التنمية المستدامة ، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع والآفاق " ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

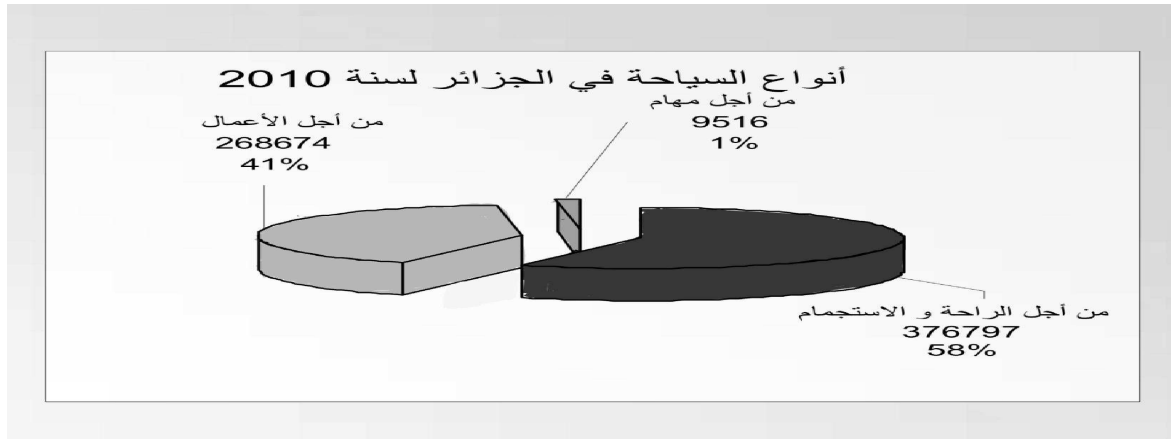
الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

أنماط عيش متميزة للإنسان الترقى ، في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ ، و ثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا

في تنشيط الحركة السياحية و التظاهرات الثقافية و هو ما يعرف بسفينة الصحراء (الجمال) ، التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته و لركوبه.

إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية و من أهمها النقل البري و الجوي ، كشق الطرقات و تخصيص طائرات للرحلات الداخلية بين المناطق التي يتواجد عليها السياح ، و فتح الخطوط مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من و إلى هذه المناطق¹ ، وبصفة عامة يمكن إجمالي توزيع أنواع السياحة في الجزائر لسنة 2010 في الشكل التالي

الشكل رقم (43):أنواع السياحة في الجزائر لسنة 2010.



المصدر: أمقران مصطفى و شرواطي خير الدين ، السياحة في الجزائر بين الإستراتيجية و الواقع ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية المستدامة ، دراسة تجارب بعض الدول ، " مرجع سبق ذكره ، ص11.

يتضح من خلال الشكل أن توافد السياح الأجانب و الجزائريين المقيمين بالخارج لسنة 2010 من أجل الراحة والاستجمام بلغ حوالي 376.797 سائح أي بنسبة 58 % ، أما السياح الوافدين لأجل الأعمال فقد بلغ 268.674 سائح أي بنسبة 41% ، إلا أن السياح الوافدين من أجل المهام شكلت نسبة ضعيفة بلغت 1 % ، أي حوالي 9516 سائح ، و بالتالي فإن السياحة لأجل الراحة و الاستجمام تلعب دورا مهما في جلب السياح الأجانب ، و هذا ما يؤكد على ضرورة الاهتمام بهذا النوع من السياحة و ترقيته ، من خلال توفير كل الخدمات الأساسية لتلبية حاجيات السياح .

¹ - طالب دليلة و وهراني عبد الكريم ، مرجع سبق ذكره ، ص15.

المبحث الثاني: المقومات التاريخية و الصناعة التقليدية .

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا و ثقافيا يمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مرورا بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد ، الذي يتميز بتنوع حضاراته و مواقع الأثرية التي تعكس إرثه الثمين.

المطلب الأول : المقومات التاريخية.

يعتبر موقع " التاسيلي " من أهم المواقع التاريخية و الحضارية التي تتوفر عليها الجزائر، الذي يعتبر من أهم المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ، و يعود تاريخه إلى 6000 سنة قبل الميلاد ، و تبرز أهميته من خلال حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات و النباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة ، و قد تم تسجيله تراثا عالميا من طرف منظمة اليونسكو للتراث العالمي سنة 1982¹ ، حيث يحتوي على أكثر من 15 ألف لوحة تعكس تحولات المناخ و هجرة الحيوانات و تطور الحياة البشرية في الصحراء².

و يشمل التراث الحضاري للجزائر على رصيда من المتاحف أهمها " المتحف الوطني سيراتا " بقسنطينة ، الذي يعتبر من أقدم المناطق في الجزائر ، حيث تم إنشائه سنة 1852م ، إذ يعتبر كنواة تجمع به كل القطع الأثرية التي تم اكتشافها بمنطقة الشرق الجزائري ، و التي تعود إلى حضارات تعاقبت على تاريخ هذه المنطقة ، إذ تعتبر كمرجع للباحثين و الطلبة³. بالإضافة إلى أن هناك مجموعة من المتاحف منها:⁴

- متحف " باردو " الوطني يوجد بالجزائر العاصمة و تعرض به حفريات عن أصل الشعوب ، و أخرى تعود إلى ما قبل التاريخ.

¹- نور الدين بازين ، التراث العالمي في منطقة المغرب العربي موروث حضاري غني ، على الموقع

www.alarabonline.org/index.asp?fname.

² – ministère de tourisme , sept sites algériens figurent patrimoine culturel de l'unesco , 2005 , p21.

³- المتحف الوطني سيراتا على الموقع:

www.cirta museum.org.dz/intoductionny.rtm.

⁴-الدليل الاقتصادي و الاجتماعي ، المؤسسة الوطنية للإشهار ، 1989 ، ص348.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- المتحف الوطني للفنون الشعبية بالجزائر العاصمة ، و يضم تقاليد و فنون شعبية بالإضافة إلى معروضات عن الصناعة التقليدية؛

- متحف "تيمقاد" يوجد بولاية باتنة يضم قطعاً من الفسيفساء و آثار قديمة منها أسلحة قديمة و تماثيل و نقود ، تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 م¹ ، إذ تعتبر المدينة الأثرية "تاموقادي" من أواخر المستعمرات الرومانية بإفريقيا ، و التي ظلت تحتفظ بميكلها و مختلف مرافقها لتعكس حياة حضارة كانت قبل ما يقارب 19 قرن ، ما يجعلها تحفة نادرة تجذب إليها السياح من مختلف أنحاء العالم ، و تعود تسميتها إلى MARCIANATRI ANATHAMUGADI و هو اسم شقيقة الإمبراطور تراجان ، و هناك موقع "تيمقاد" الذي كان يعرف باسم "تاموقادي" ، و يشمل الموقع الأثري الروماني على عدة هياكل تتمثل في مسرح كبير يقام به "مهرجان تيمقاد الدولي" للغناء كل سنة ، و قوس نصر القائد "تراجان" و السوق و القصر الذي شيده البرنطيون ، إذ سجل هذا الموقع تراثاً عالمياً سنة 1982² ، و يوجد على بعد 37 كلم من مدينة باتنة.

- من أهم مكونات المدينة الأثرية نجد:³

- قوس تراجان بني في الفترة (193-211) م ، و يعد من أهم الهياكل القائمة في المدينة؛
- المسرح: تم بناءه سنة 168 ميلادي ، يقدر طول خشبته ب 30م و عرضه 05 أمتار ، يفصل بينهما و بين المدرجات جدار صغير؛
- معبد الكابيتول: طوله 90 متراً و عرضه 70 متراً ، و يحيط بالمعبد أروقة ؛
- المكتبة العامة: قاعة المكتبة على شكل نصف دائرة قطرها 12م و يحيط بالقاعة 03 مدرجات صغيرة ؛

¹- عيسى مرازقة و شخشاخ محمد الشريف ، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر دراسة أداء و فعالية مؤسسات

القطاع السياحي في الجزائر ، الملتقى الوطني حول "السياحة في الجزائر الواقع والآفاق" ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

²- عبد الله و محمد الميلبي ، تاريخ الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع ، 1988 ، ص201.

³- عنون نورالدين و حجيرة الياس ، واقع التنمية السياحية ، الجهود الإنمائية و الممارسات الاجتماعية ، دراسة حالة مدينة تيمقاد ، الجزائر ، الملتقى الوطني حول "السياحة في الجزائر الواقع والآفاق" ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- الساحة العامة: طولها 52 م و عرضها 43 م ، و هي بمثابة مركز المدينة محاطة بحجارة زرقاء مستطيلة الشكل ، و يحيط بها رواق مغطى ؛
- الأسواق: و هي من بين الاستخدامات التي ميزت المدن الرومانية ، و هناك العديد منها في مدينة تامو قادي ،
- الحمامات: كانت بمثابة أماكن الترفيه و الاستحمام ، و من أشهرها الحمام الشمالي الكبير الذي تقدر مساحته 8685م² و الحمام الجنوبي الكبير .

- المتحف الوطني للجهاد بالجزائر العاصمة ، يتم عرض فيه آثار عن الثورة التحريرية. بالإضافة إلى وجود أعياد شعبية عريقة منها "حي القصبة" في الجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر ، و التي تعتبر إحدى أجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية ، إذ تم تسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992 ، و يوجد أيضا " وادي ميزاب" بگرداية الذي يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي ، يحيط به قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي ، إذ تم تسجيله تراثا عالميا سنة 1982 .

تعتبر " قلعة بني حماد" من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر ، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأصوار و القبور القديمة و آثار للدولة الحمادية و دولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة ، و تقع قلعة بني حماد بمدينة بجاية و سجل تراثا عالميا سنة 1980، و يوجد بالجزائر العاصمة " دار عزيزة" و هي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال ضيوف القصر، إذ تمثل نموذجا لتصميم البيت الجزائري الأصلي يتضمن فناء واسعاً ويتوسطه قاذف الماء و تجاوره حديقة¹ ، و يوجد كذلك "مسجد كتشاوة" الذي تم بناءه في عهد "الباي لارباي"^{*} التركي بالجزائر العاصمة منذ أكثر من (04) قرون مضت ، و أيضا "الجامع الكبير الذي يعتبر من أكبر مساجد العاصمة ، تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر، تيبازة و هي من المدن الرومانية العتيقة و تقع في الجهة الغربية للجزائر العاصمة.²

¹ - عنون نور الدين و حجيرة إلياس ، مرجع سبق ذكره ، ص202.

* - "الباي لارباي" رتبة في الجيش العثماني.

² - ministère de tourisme , sept sites algériens figurent patrimoine culturel de l'unesco , op-cit , p21.

المطلب الثاني: مقومات الصناعة التقليدية .

تتوفر الجزائر على تراثا ثقافيا شعبيا ، إذ يتمثل في إرث من العادات والتقاليد المحلية ، ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية موزعة عبر كامل التراب الوطني ، و تختلف هذه العادات و التقاليد من منطقة إلى أخرى ، ما يجعلها متنوعة ومتعددة ، و تساهم الصناعة التقليدية في خلق وظائف للعديد من الفئات المجتمع ، مما ينعكس إيجابا على الوضع الاجتماعي للأفراد.

أولا: تنظيم الصناعة التقليدية في الجزائر

تتوزع نشاطات الصناعة التقليدية إلى ثلاث فروع هي :¹

- نشاطات الصناعة التقليدية و الصناعة التقليدية الفنية؛
- نشاطات الصناعة التقليدية- الحرفية لإنتاج المواد؛
- نشاطات الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات.

تم تسيير الصناعة التقليدية لفترة ليست بالقصيرة بالقانون رقم 82/ 12 الصادر في 1982 و تم تعديله بالقانون 16/88 المؤرخ 10/05/1988 و بالرغم من هذه التعديلات لم يحقق القطاع الأهداف التنموية المرجوة منه ، فتم إصدار الأمر 01/96 المؤرخ في جانفي 96 و الذي حدد تنظيم الصناعة التقليدية و الحرفية و تضمن هذا القانون عدة إجراءات نذكر منها :²

- إلغاء معيار الجنسية لمزاولة أي نشاط حرفي في الجزائر؛
- التكريس القانوني للعمل المنزلي؛
- تحويل سجل الصناعات التقليدية و الحرف من البلديات إلى غرف الصناعات التقليدية و الحرف؛
- إدماج مختلف نشاطات الصناعة التقليدية في شبكة التكوين المهني؛
- مبدأ منح القطاع عدة مزايا تتعلق بالتسهيلات المالية و الجبائية.

¹ -www.mta.gov.dz.

² -بودي عبد القادر و بودي عبد الصمد ، أهمية الصناعات التقليدية و الحرفية في إرساء و تحقيق السياحة المستدامة بالجزائر ، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق " ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

إضافة إلى ذلك تم إصدار ثمانية عشر مرسوما تنفيذيا تغطي جميع جوانب النشاط التقليدي ، إضافة إلى عشرة مناشير تصب كلها في توفير بيئة قانونية و تنظيمية ملائمة لممارسة النشاط الحرفي و الصناعة التقليدية ، ثم جاءت إستراتيجية التنمية السياحية المتبناة سنة 2001 و التي تهدف إلى ترقية السياحة المستدامة و الصناعات التقليدية و تهدف الإجراءات المتخذة في جوهرها إلى:

-إدماج الحرفة في تخطيط الاقتصاد الوطن،

-تحسين ظروف ممارسي الحرفة و توفير الشروط المالية و المادية و التنظيمية لممارسة النشاط الحرفي بصفة عامة؛

-إنشاء معاهد للتكوين في ميدان الحرف حسب مدارس متخصصة إقليميا؛

-عقلنة التسيير باستحداث آليات إدارة و تنظيم تقضي على الممارسات البيروقراطية الراهنة ؛

-إدماج قطاع الصناعة التقليدية و الحرف في المنظومة الإعلامية الوطنية بمختلف وسائلها و على وجه الخصوص عبر تكنولوجيا الانترنت؛

- تدعيم إنشاء نظام الطوائف المهنية في شكل جمعيات مهنية تنشط الحرفة و تنظمها ، و تسعى الجزائر من خلال هذه الإجراءات و الإجراءات التكميلية إلى خلق 374 ألف منصب عمل إضافة إلى تلك الموجودة حاليا و المقدرة ب 120 ألف ، و كذا تحقيق صادرات تفوق 245 مليار دينار جزائري ، كما تسعى إلى تحقيق إيرادات جبائية لصالح الخزينة مقدرة ب 10 مليار دينار جزائري ، و كذا تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة من صادرات القطاع بقيمة 306 مليون دولار أمريكي.

ثانيا: **النشاطات الحرفية التقليدية في الجزائر .**

و نجد أبرز النشاطات الحرفية التقليدية التي تزخر بها الجزائر النسيج في الأوراس و الجلفة و بوسعادة ، اللباس التقليدي و صناعة الجلود في تمنراست و تلمسان في صناعة الحقائب ، و نجد صناعة الحلبي في بني بني¹ ، صناعة النحاس في قسنطينة و الطرز في توقرت و صناعة كل من

¹-عدم مريزق و آخرون ، واقع السوق السياحية الجزائرية خلال الفترة 2003/2008 و سبل ترقيتها ، المنتدى

الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق " ، مرجع سبق ذكره ، ص03 .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الفخار و الخزف الفني ، الخيزران ، الحدادة الفنية و الرخام و النقش على الخشب التي تمارس في مناطق مختلفة من الوطن .

و غالبا ما تكون الصناعة التقليدية ضرورية لتحسين ظروف معيشة السكان المنطقة ، من خلال توفير مناصب الشغل و فك العزلة ، و التخفيف من وتيرة هجرة الشباب¹ ، حيث عرف قطاع الصناعات التقليدية توسعا معتبرا في أعداد الأنشطة الحرفية ، إذ حسب إحصائيات غرفة الصناعة التقليدية و الحرف فإنها سجلت أكثر من 73 ألف حرفي بالرغم من كون هذا الرقم ضعيف إلا أنه يمنح على الأقل 150 ألف منصب شغل² ، و بعد التدابير المتخذة سمح ذلك الوصول إلى 150 ألف نشاط حرفي إلى غاية نهاية سنة 2008 ، بعدما كان عددهم لا يتجاوز 89 ألف نشاط حرفي سنة 2003 ، و هو ما يعادل نموا قدره % 68 و قد انعكس هذا النمو على مناصب الشغل التي بلغت 306 ألف سنة 2008 بعدما كانت حوالي 160 ألف منصب سنة 2003 ، و هو ما يعني أن معدل نمو إنشاء مناصب الشغل قد بلغ % 91 مقتربا من مستوى متضاعف ، هذا بالإضافة إلى وجود عدد هام من الحرفيين العاملين في منازلهم الغير منخرطين في غرفة الصناعة التقليدية لأسباب مختلفة³ .

إن ديناميكية إنشاء الأنشطة و التشغيل أدت إلى ارتفاع مقبول في الناتج المحلي لقطاع الصناعة التقليدية و الحرف ، إذ انتقل هذا الناتج من 53.9 مليار دج سنة 2005 إلى 65.5 مليار دج سنة 2007 ، و هو ما يعني أن الناتج المحلي للقطاع قد ارتفع خلال ثلاث سنوات ب 21.25 % ، أي بمعدل ارتفاع سنوي قدره % 6.71 ، لكن بالرغم من كل هذا لازال قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر قطاعا ثانويا غير استراتيجي على الرغم مما تزخر به الجزائر من موروث تاريخي و ثقافي أصيل ، يعد مصدرا لصناعة تقليدية و حرفية راقية ، و بالرغم أيضا من الجهود المبذولة لترقية و إنعاش المؤسسات الصغيرة ، و في سنة 2003 قدرت صادرات قطاع

¹ - كواش ذهبية و بوزيان الرحامي حفيظة ، صناعة السياحة-حالة الجزائر ، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق " ، مرجع سبق ذكره ، ص 04.

² -الديوان الوطني للسياحة ، صالون الصناعات التقليدية من أجل إنعاش جديد ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26 ، الجزائر ، دون سنة نشر ، ص 20.

³ - صالح بزة ، تنمية السوق السياحية الجزائرية ، دراسة حالة ولاية المسيلة ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2006 ، ص 04.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الصناعة التقليدية في الجزائر بحوالي 500 ألف دولار أمريكي سنة 2000 تحقق جلها بالمعارض المقامة بالخارج ، بينما بلغت في تونس سنة 1999 حوالي 26 مليون دولار أمريكي إضافة إلى 180 مليون دولار كمبيعات مباشرة للسواح ، و في المغرب بلغت 47 مليون دولار أمريكي أي ما يعادل 1.4% من إجمالي الصادرات دون حساب المبيعات المباشرة للسواح.

و هناك مجموعة من المشاكل التي تواجهها الصناعة التقليدية نذكر منها ما يلي ¹:

- غياب تنظيم و تأطير نشاطات الصناعات التقليدية؛
- عدم إدماج القطاع في منظومة التخطيط الوطني ؛
- عدم وجود جهاز إعلامي و اتصالي ملائم يروج للقطاع؛
- غياب نظام للتمويل و التسويق؛
- نقص في التحفيز سواء ماليا أو جبائيا و الحصول على المحلات؛
- نقص التأهيل للحرفيين و نوعية المنتوجات ، لعدم ملائمة جهاز التكوين المهني لأنشطة الصناعات التقليدية .

المطلب الثالث : عرض لواقع الصناعة التقليدية للجزائر للفترة (2011/2008).

عرف قطاع الصناعة التقليدية قفزة نوعية خلال الفترة (2011/2008) ، من خلال تطور عدد الأنشطة ، و نتج عن تطور الأنشطة خلق وظائف في مختلف أنشطة الصناعة التقليدية .

أولا: تطور أنشطة الصناعة التقليدية للفترة(2011/2008).

تطور أنشطة الصناعة التقليدية للفترة(2008) يوضحها الجدول التالي.

¹ - هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص63.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الجدول رقم(37): تطور نشاطات الصناعة التقليدية لسنة 2008.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
21	3070	الحرف الفنية
21	2999	إنتاج السلع الحرفية
58	8412	خدمات حرفية
100	14.481	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

يتضح من خلال الجدول أن مجموع عدد أنشطة الصناعة التقليدية لسنة 2008 بلغ حوالي 14.481 نشاط موزعة على 3070 نشاطات الحرف الفنية ، أي ما يمثل 21% من مجموع النشاطات ، و 2999 نشاط خاص بإنتاج السلع الحرفية ، أي ما يعادل 21% من مجموع النشاطات ، أما الخدمات الحرفية بلغ عددها 8412 نشاطا ، أي ما يمثل نسبة 58% من المجموع الكلي .

أما تطور الأنشطة خلال سنة 2009 موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم (38): تطور نشاطات الصناعة التقليدية لسنة 2009 .

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
21	3633	الحرف الفنية
25	4728	إنتاج السلع الحرفية
56	10.514	خدمات حرفية
100	18.875	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

من خلال مقارنة بسيطة لسنتي 2008 و 2009 ، يتضح أنه هناك ارتفاع في عدد الأنشطة من 14.481 نشاط سنة 2008 إلى 18.875 نشاط سنة 2009 ، أي هناك تطور ب 4394 نشاط خلال سنة ، إذ ارتفع عدد الحرف الفنية من 3070 سنة 2008 إلى 3633 سنة 2009 ، و ارتفع إنتاج السلع الحرفية من 2999 سنة 2008 إلى 4721 سنة 2009 ، كما ارتفع عدد أنشطة الخدمات الحرفية من 8412 سنة 2008 إلى 10.514 سنة 2009.

أما معطيات سنة 2010 موضحة في الجدول التالي .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الجدول رقم (39): تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية لسنة 2010.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
21	4333	الحرف الفنية
26	5471	إنتاج السلع الحرفية
53	11.018	خدمات حرفية
100	20.822	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

و بمقارنة سنتي 2009 و 2010 نلاحظ كذلك الارتفاع المستمر لأنشطة الصناعة التقليدية ، إذ تطور عدد الأنشطة من 18.875 سنة 2009 إلى 20.822 سنة 2010 ، أي بزيادة 1947 نشاط خلال سنة ، و هو عدد قليل مقارنة مع السنة التي قبلها ، حيث قدر عدد الأنشطة خلال سنة التي قبلها ب 4394 نشاطا.

وفيما يخص معطيات الصناعة التقليدية لسنة 2011 فهي موضحة في الجدول التالي

الجدول رقم(40): تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية لسنة 2011.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
28	9194	الحرف الفنية
24	7804	إنتاج السلع الحرفية
48	15.719	خدمات حرفية
100	32.717	المجموع

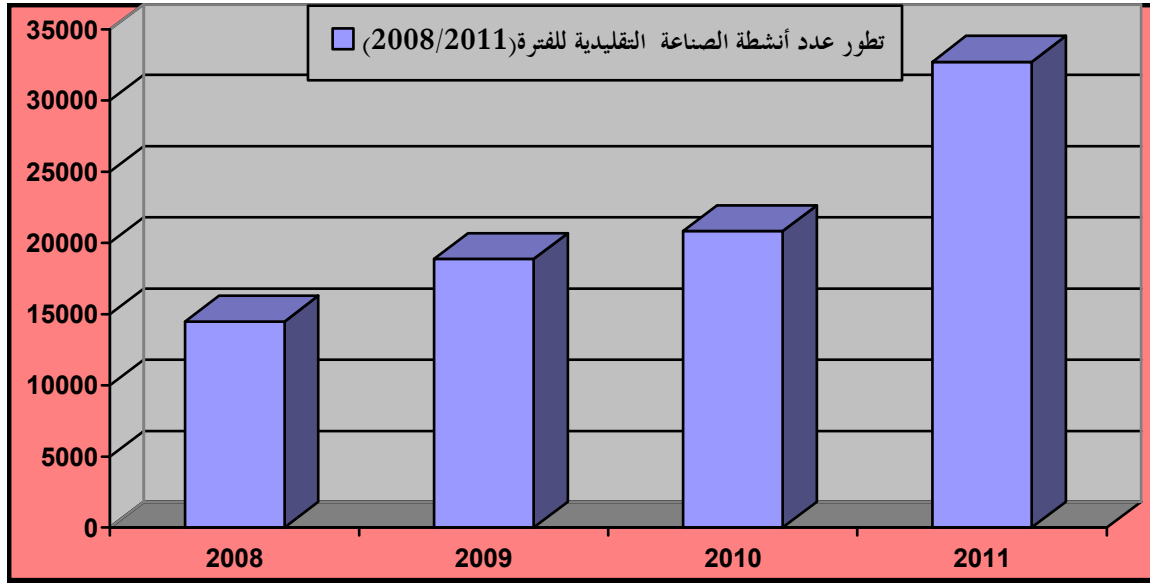
Source : www.mta.gov.dz.

و عند مقارنة عدد الأنشطة لسنة 2010 مع سنة 2011 ، نلاحظ استمرار التزايد في عدد أنشطة الصناعة التقليدية ، حيث ارتفعت من 20.822 نشاط سنة 2010 إلى 32.717 نشاط سنة 2011 ، أي بارتفاع سنوي قدر ب 11.895 نشاط خلال سنة .

و يمكن إجمال عدد الأنشطة للصناعة التقليدية للفترة (2011/2008) في الشكل التالي .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(44): تطور عدد أنشطة الصناعة التقليدية للفترة(2011/2008).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجداول رقم (37)،(38)،(39)،(40).

يتضح جليا من خلال الشكل الارتفاع المتزايد لعدد أنشطة الصناعة التقليدية خلال الفترة (2011/2008) ، ويمكن إرجاع النمو المستمر في النشاط الحرفي إلى ¹ :
 -الإعفاء من الجباية الضريبية ، شرط أن يلتزم صاحب المؤسسة بالمساهمة في تدريب اليد العاملة
 -الدعم المالي الذي يتلقاه صاحب النشاط من الدولة عن طريق الصندوق الوطني لترقية النشاط الحرفي .

ثانيا: تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية للفترة(2011/2008).

يمكن توضيح تطور عدد الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2008 في الجدول التالي .

الجدول رقم(41): تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2008.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
28	9194	الحرف الفنية
24	7804	إنتاج السلع الحرفية
48	15.719	خدمات حرفية
100	32.717	المجموع

Source : www.mta.gov.dz

¹ - معيزي قويدر ، مرجع سبق ذكره ، ص 07 .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

يتضح من خلال الجدول أن مجموع الوظائف في قطاع الصناعة التقليدية لسنة 2008 بلغ 34.942 وظيفة ، موزعة على 11.388 وظيفة في الحرف الفنية ، و 7571 وظيفة في إنتاج السلع الحرفية ، و 15.983 وظيفة في الخدمات الحرفية ، أما معطيات سنة 2009 موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم(42): تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2009.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
30	13.449	الحرف الفنية
26	11.854	إنتاج السلع الحرفية
44	19.977	خدمات حرفية
100	45.280	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

و بمقارنة عدد الوظائف التي تم خلقها سنوي 2008 و 2009 ، نلاحظ أن هناك ارتفاع ب 10.338 وظيفة خلال سنة ، حيث بلغ عدد الوظائف سنة 2008 حوالي 34.942 وظيفة ، أما سنة 2009 بلغ عدد الوظائف 45.280 .

و الجدولين التاليين يوضحان تطور عدد الوظائف لسنتي 2010 و 2011 على التوالي .

الجدول رقم (43): تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2010.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
32	16.054	الحرف الفنية
27	13.701	إنتاج السلع الحرفية
41	20.943	خدمات حرفية
100	50.698	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

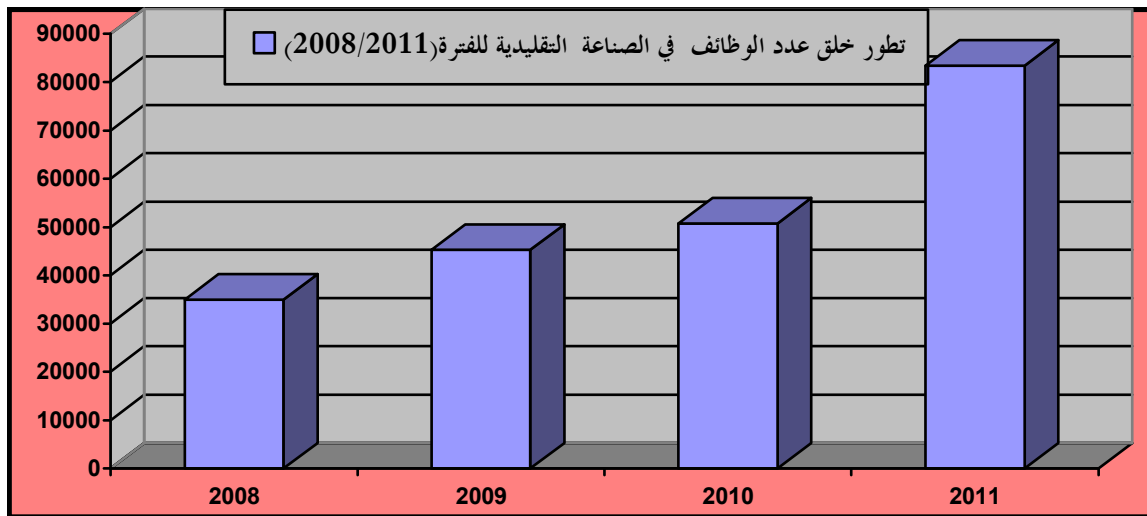
الجدول رقم (44): تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية لسنة 2011.

النسبة	عدد الأنشطة	الميادين
41	34.031	الحرف الفنية
23	19.543	إنتاج السلع الحرفية
36	29.566	خدمات حرفية
100	83.440	المجموع

Source : www.mta.gov.dz.

من خلال الجدولين نلاحظ تطور مستمر في عدد الوظائف لسنتي 2010 و 2011 ب 32.742 وظيفة خلال سنة ، أما التطور الإجمالي في عدد الوظائف للفترة (2011/2008) موضحة في الشكل التالي .

الشكل رقم(45):تطور خلق الوظائف في الصناعة التقليدية للفترة (2011/2008).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجداول رقم:(41)،(42)،(43)،(44).

يتضح من خلال الشكل الارتفاع في عدد الوظائف المشكّلة في قطاع الصناعة التقليدية ، و هذا بسبب الزيادة التي سجلتها عدد الأنشطة التي تما خلقها خلال الفترة (2011/2008) ، مما أدى إلى تحسين فرص العمل بمعدلات متزايدة في جميع سنوات هذه الفترة ، حيث ارتفعت من 34.942 فرصة عمل سنة 2008 إلى 83.440 فرصة عمل سنة 2011 ، حيث بلغ معدل نمو خلق الوظائف بين سنتي 2008 و 2009 ب 30% ، وبين سنتي 2009 و 2010 ب 12% ، و بين سنتي 2010 و 2011 ب 65% .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المبحث الثالث: المقومات الفندقية للسياحة الجزائرية .

بالإضافة إلى المقومات الطبيعية والحضارية والتاريخية ، توجد المقومات المادية التي تعتبر ذو أهمية كبيرة ، و ذلك من خلال توفير طاقة فندقية بمختلف تصنيفاتها ، و البنية التحتية كالطرق و الموانئ و المطارات ، مما يسهل تحرك السياح و تحسين الخدمات .
تتمثل الطاقة الفندقية في قدرة الاستيعاب للمؤسسات الفندقية الموزعة عبر كامل التراب الوطني ، إذ تمثل الطاقة الفندقية إحدى المؤشرات المهمة في قياس مدى تطور و تقدم القطاع السياحي في أي بلد ، و الجزائر عملت منذ الاستقلال على تحسين قدرات الاستقبال كما يلي .

المطلب الأول: تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية .

تلعب طاقة الإيواء دورا مهما في القطاع السياحي ، حيث تشكل الفنادق من بين الهياكل الأولى التي تقدم خدمة الإيواء ، و ذلك بمختلف أنواعها وأصنافها ، كما سنرى .

أولا- تطور عدد الأسرة للفترة(1990/2009) .

بلغ عدد الأسرة قبل الاستقلال 5922 سرير¹ ، موزعين في المدن الشمالية للبلاد كالجزائر العاصمة و وهران و قسنطينة و عنابة ، و بعد الاستقلال اعتمدت الجزائر المخططات التنموية ، حيث تم إنجاز 2642 سرير خلال المخطط الثلاثي الأول (69/67) معظم هذه الأسرة في القطاع العمومي ، في حين تم إنجاز 15.680 سرير خلال المخططين الرباعي الأول (73/70) و الثاني (77/74) منها 13.764 سرير للقطاع العمومي ، أما خلال المخططين الخماسيين من 1980 إلى غاية 1989 بلغت الطاقة الإيوائية للفنادق إلى 48.302 سرير ، منها 25.842 سرير للقطاع العمومي² .

¹ – Belcaceem Haddar , op-cit , P48.

² –ministère du tourisme , Algérie , 1987.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

و تعتبر فترة التسعينات مرحلة التحول الاقتصادي للجزائر تماشيا مع التحولات التي شهدتها العالم ، و الجدول التالي يوضح تطور الطاقة الإيوائية خلال (2009/1995).
الجدول رقم(45): تطور عدد الأسرة للفترة(2009/1995).

السنوات	عدد الأسرة
1995	62.000
1996	64.695
1997	65.704
1998	70.981
*1999	76.000
*2000	77.485
*2001	72.500
*2002	73.500
*2003	77.500
*2004	82.000
*2005	83.900
*2006	84.900
*2007	85.000
*2008	85.000
*2009	88.694

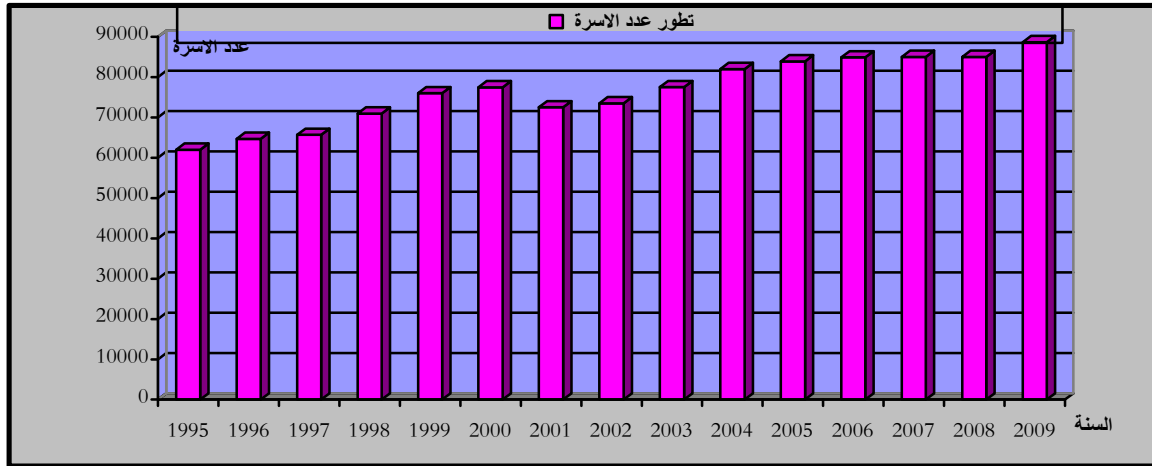
Source : Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat.

* ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme ,op-cit.

تظهر أرقام الجدول أن عدد الأسرة في تزايد مستمر في الفترة ما بين 1990 و 1998 ، كما يوضحه الشكل التالي.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(46): تطور عدد الأسرة للفترة(2009/1995).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(45).

و بالتالي تظهر بيانات الجدول أن عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية الجزائرية في تزايد مستمر خلال الفترة (2009/1995) ، رغم ذلك تبقى عدد الأسرة ضعيف لترقية احتياجات الزبائن ، و مقارنة مع عدد الأسرة في الدول المجاورة كما سبق مشاهدته في المطلب الخاص بالمقارنة في الفصل الأول من الباب الأول.

ثانيا- تصنيف عدد الأسرة للفترة (1998/1990).

و الجدول التالي يوضح تصنيف للأسرة كما يلي .

الجدول رقم(46): توزيع عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف

السنوات	05 نجوم	04 نجوم	03 نجوم	02 نجوم	نجمة واحدة	بدون نجمة	الإجمالي
1990	2759	3535	21.715	6151	2534	17.119	53.812
1991	2400	6844	23.630	3192	2534	16.386	54.946
1992	2400	6844	23.908	3192	3194	16.686	55.924
1993	4566	4429	23.947	5620	2452	16.272	57.290
1994	4802	4656	25.176	5908	2581	17.112	60.235
1995	4943	4792	25.176	6081	2657	17.613	62.000
1996	5158	5001	25.914	6345	2772	18.379	64.695
1997	5158	5047	27.204	6374	2872	19.049	65.704
1998	5785	5093	28.968	7284	2975	20.876	70.981

Source : Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat , op-cit

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

من خلال الجدول يتضح لنا أن عدد الفنادق المصنفة يمثل 35.44 % من الإجمالي، و 64.5 % هي عدد الوحدات الفندقية غير المصنفة، في حين كان نصيب الفنادق من صنف نجمتين و نجمة واحدة ضئيلا إلى إجمالي الطاقة المصنفة.

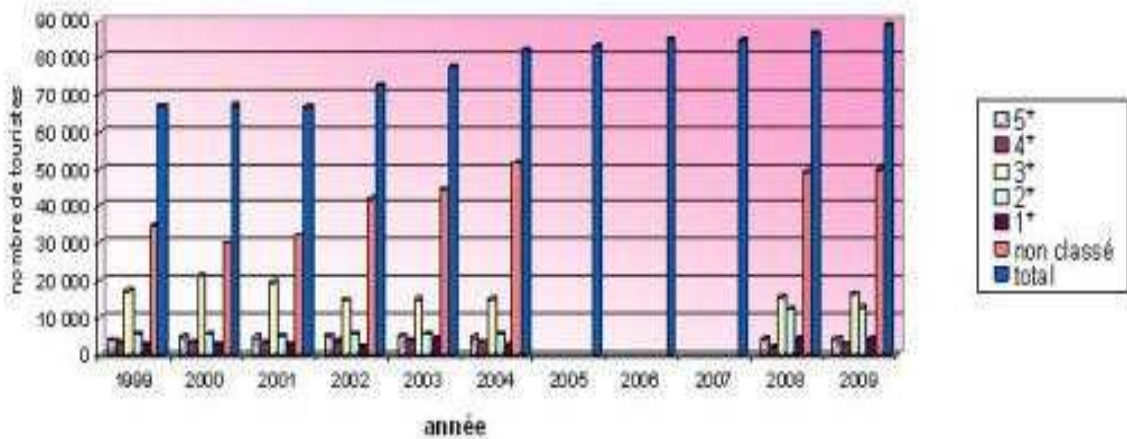
أما فيما يخص عدد الأسرة للفترة (1999-2009) فهي موضحة في الجدول التالي.
الجدول رقم(47):تطور عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب التصنيف.

السنوات	05 نجوم	04 نجوم	03 نجوم	نجمتان	نجمة واحدة	بدون نجمة
1999	3888	3222	17.029	5557	2509	34.697
2000	4604	3222	21.310	5519	2541	29.891
2001	4506	3187	19.272	4882	2563	32.113
2002	4832	3592	14.659	5454	2084	41.946
2003	4959	3757	14.740	5424	5212	44.381
2004	4590	3383	14.857	5415	2315	51.474
2005	4590	3383	14.807	5800	2315	53.000
2006	5455	3746	11.225	5843	2378	56.225
2007	5455	3743	11.225	5843	2378	56.356

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , op-cit.

و يمكن إدراج الشكل التالي لتوضيح عدد الأسرة حسب عدد النجوم للفترة (2009/1999) الشكل رقم(47):تطور عدد الأسرة حسب التصنيف للفترة (2009/1999).

Evolution de la capacité lits dans les établissements hôteliers par catégorie



Source <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

يظهر الشكل التالي نفس الملاحظة للفترة السابقة ، أي استمرار الزيادة في عدد الأسرة بوتيرة ضعيفة ، حيث في ما بين 1998 و 2009 يلاحظ تطور في عدد الأسرة بحوالي 20 ألف سرير خلال 11 سنة ، أي بحوالي 1800 سرير في السنة و يبقى هذا الرقم ضعيف جدا ، خاصة في المرحلة ما بين 2000 و 2010 أين تحسنت الظروف الأمنية ، و بالتالي عودة الانتعاش تدريجيا إلى السياحة الجزائرية و إقبال السياح على الجزائر ، يبين الشكل كذلك أن عدد الأسرة خلال هذه الفترة مركز بصفة كبيرة في المؤسسات الفندقية غير المصنفة أي بدون نجمة ، ثم في الفنادق ذات (03 نجوم) ، في حين تقل عدد الأسرة بصفة كبيرة في الفنادق ذات (05 نجوم).

المطلب الثاني: تطور توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية.

قامت السلطات الجزائرية منذ الاستقلال بتوفير طاقات الإيواء ، و ذلك انطلاقا من المخططات التنموية التي عملت على رفع قدرات الاستيعاب ، بغية استقبال السياح الوافدين و تلبية احتياجاتهم.

أولا- توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (1998/1990).

يبين الجدول التالي طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للجزائر.

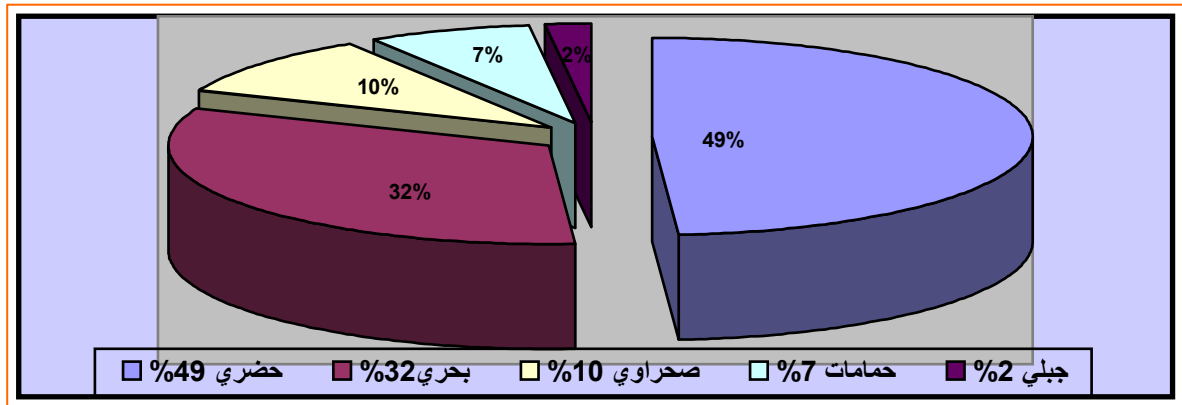
الفصل الأول: واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الجدول رقم(48):توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (1998/1991).

السنوات	حضري	بحري	صحراوي	حمامات	جبلي
1991	26.286	18.972	5026	3696	1006
1992	26.928	18.972	5026	3714	1284
1993	27.874	19.272	5146	3714	1350
1994	29.304	20.263	5146	3904	1352
1995	29.689	19.410	7615	3934	1410
1996	30.980	20.254	7469	4105	1510
1997	30.828	20.395	8663	4308	1575
1998	32.777	23.000	9000	4629	2000
1999	33.000	24.700	9000	7300	2000
2000	33.000	25.442	9000	8500	1300
2001	33.495	23.485	7723	6535	1246
2002	35.126	25.634	7197	6504	1097
المجموع	369287	259799	86011	60843	17130

Source : www.ons.dz/them_sta.htm.

يتضح أن هناك تركيز في توزيع طاقة الإيواء بين مختلف أنواع المؤسسات الفندقية ، حيث تختلف نسب الإيواء بين حضري و بحري صحراوي حمامات و جبلي ، كما يلي.
الشكل رقم(48):توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية.



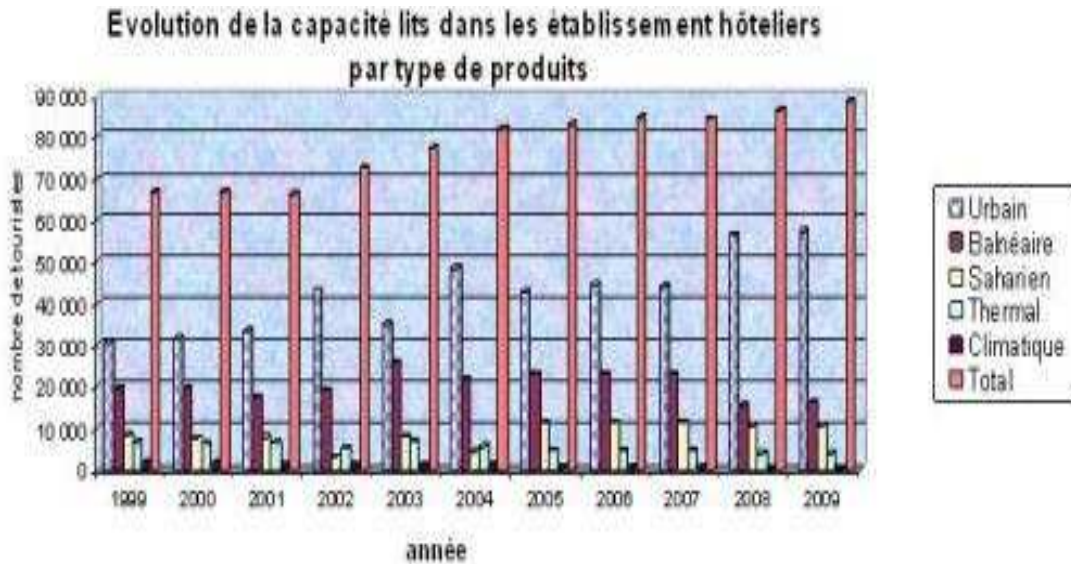
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(48).

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

إذ يلاحظ من خلال الشكل التالي أن طاقة الإيواء في الفنادق الحضرية هي أعلى نسبة ب 49 % ، و هذا راجع لتركز هذا النوع من الفنادق في المدن الرئيسية للبلاد كالجزائر العاصمة ، وهران ، عنابة ، سكيكدة ، ثم تليها الفنادق البحرية بنسبة 32 % ، ثم نلاحظ تراجع في نسبة طاقة الإيواء في كل من الفنادق الصحراوية و الفنادق الحموية و الجبلية بالنسب التالية على التوالي 10 % ، 7 % و 2 % ، و طبعاً هذا راجع إلى قلة الاهتمام بهذا النوع من السياحة ، و بالتالي ضعف هياكل الاستقبال فيها .

و فيما يخص طاقة الإيواء للمرحلة ما بين (1999 و 2009) فهي موضحة في الشكل التالي .

الشكل رقم (49): توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2009/1999).



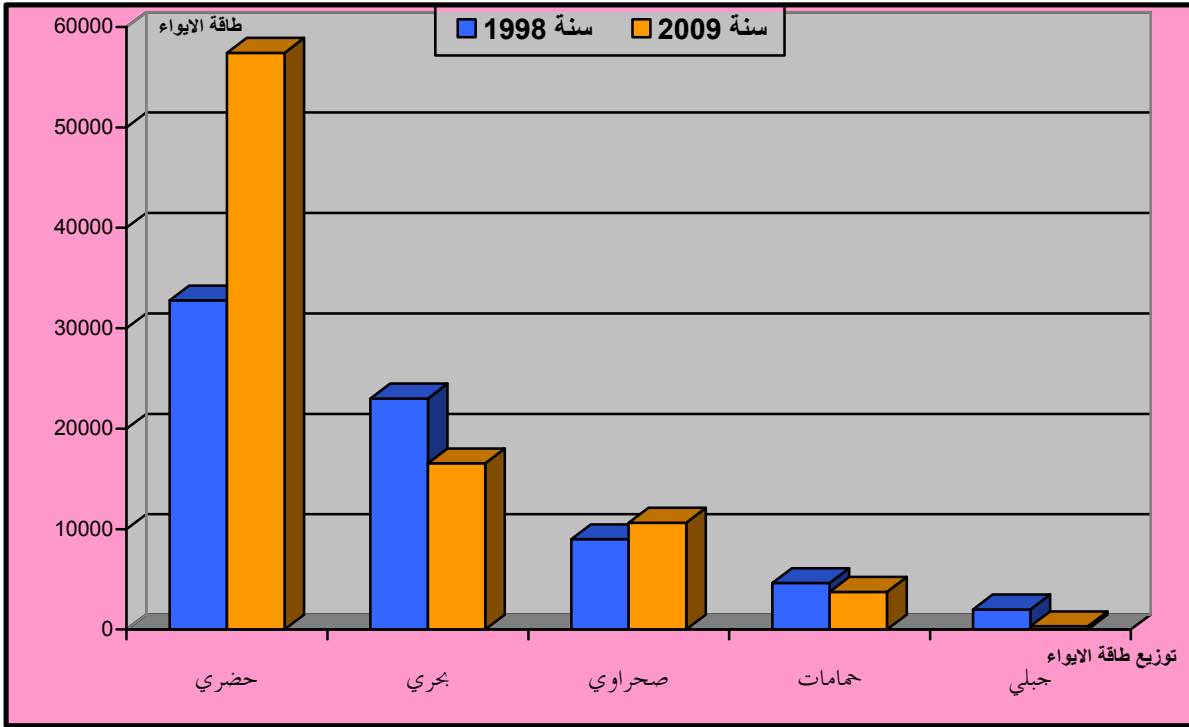
source : <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>.

ما يلاحظ على المرحلة (2009/1999) ، أنه لا زال تركيز طاقة الإيواء في الفنادق الحضرية و البحرية ، و تديني طاقة الإيواء في الفنادق الصحراوية و الحموية و الجبلية ، هذا دليل على الجهود لا تزال ضعيفة في ترقية أنواع السياحة المختلفة التي تتوفر عليها الجزائر من ساحة صحراوية و حموية و جبلية ، و بالتالي لا يزال الاهتمام بهذا النوع من السياحة لم يحضى بالاهتمام المطلوب خلال الفترة من 1990 إلى 2009 .

و الشكل التالي يوضح لنا التطور الحاصل في طاقة الإيواء خلال 11 سني 1998 و 2009 .

الفصل الأول = واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(50): المقارنة بين توزيع طاقة الإيواء لسنتي 1998 و 2009.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدولين رقم(47) و (48) لسنتي 1998 و 1999.

يتضح من خلال الشكل أن طاقة الإيواء لسنة 2009 بلغت حوالي 88.694 ، حيث يعود 17.955 منها إلى القطاع العام و 67.563 إلى القطاع الخاص و 3176 مختلط ، و نرى كذلك أن طاقة الإيواء في الفنادق الحضرية ارتفعت بنسبة 42.61% من سنة 1998 إلى سنة 2009 ، في حين ارتفعت طاقة الإيواء في الفنادق الصحراوية بـ 15.37% ، في حين هناك تراجع في طاقة الإيواء في كل من الفنادق الصحراوية ، الفنادق الحموية و الفنادق الجبلية خلال سنة 2009 ، هذا يدل على تغيير تسمية الفنادق من تسمية إلى أخرى ، و تبقى كذلك طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية الجزائرية ضعيفة و لا تفي بالاحتياجات السياحية .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

ثانيا- توزيع الفنادق المصنفة خلال الفترة (2002/1990).

و فيما يخص توزيع الفنادق المصنفة في الجزائر فهي موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم(49):توزيع الفنادق المصنفة خلال الفترة (2002/1990).

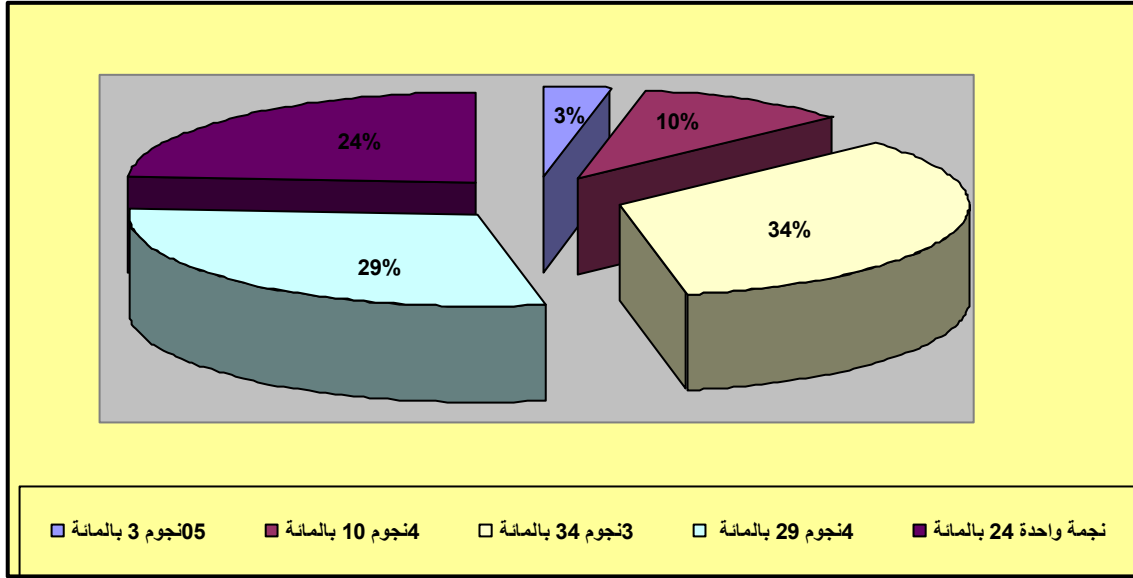
السنة	05 نجوم	04 نجوم	03 نجوم	02 نجوم	نجمة واحدة	الإجمالي
1990	5	17	87	63	55	227
1991	5	20	87	63	66	241
1992	5	22	89	72	68	256
1993	7	21	89	73	69	259
1994	7	29	90	73	69	268
1995	8	31	91	83	70	283
1996	9	33	91	85	70	288
1997	9	33	91	87	70	290
1998	9	34	104	87	70	304
1999	11	34	107	90	72	314
2000	11	34	110	93	72	320
2001	11	20	67	62	43	203
2002	12	20	69	58	47	206
الإجمالي	109	348	1172	989	841	3459

Source : www.ons.dz/them_sta.htm.

يتضح من خلال الجدول أن الفنادق المصنفة قدر عددها سنة 2002 ب 206 و هو ما يعادل نسبة 12.03 % ، حيث يلاحظ تراجع عددها من 320 سنة 2000 إلى 203 و 206 سنتي 2001 و 2002 على التوالي ، و يرجع ذلك إلى دحرجة هذه الفنادق إلى درجات دنيا ، هذا يدل على قلة احترام الشروط المعتمدة دوليا في مجال الفندقية ، و تراجع مستوى الخدمات و الظروف الصحية و الأمنية فيها ، بالإضافة إلى ذلك فالفنادق (05) نجوم تمثل نسبة قليلة جدا مقارنة مع الأصناف الأخرى ، كما يوضحه الشكل التالي.

الفصل الأول = واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(51): توزيع الفنادق المصنفة للفترة (2002/1990).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(49).

حيث تمثل فنادق ذات الخمسة نجوم 3% من إجمالي عدد الفنادق للفترة (2002/1990)، و هي نسبة ضعيفة جدا ، تليها فنادق ذات 04 نجوم بنسبة تقدر ب 10% ، في حين نلاحظ أن الفنادق ذات 03 نجوم هي التي تمثل نسبة أكبر ب 34 % ، تليها الفنادق ذات 04 نجوم و نجمة واحدة التي تمثل نسب مرتفعة هي على التوالي 29 % و 24 % ، و بالتالي يمكن القول أن المؤسسات الفندقية الجزائرية لا تزال بعيدة و ضعيفة من حيث تقديم الخدمات و توفير الظروف المناسبة لاستقبال السياح من الظروف الصحية و الأمنية .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المبحث الرابع: الليالي السياحية حسب الطبيعة القانونية للمؤسسات الفندقية .

تتنوع الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية الجزائرية بين الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين و غير المقيمين ، كما يمكن تصنيف الليالي السياحية حسب الطبيعة القانونية للمؤسسات الفندقية ، بمعنى قد تعود ملكية طاقة الإيواء إلى القطاع العام أو إلى القطاع الخاص.

المطلب الأول: الليالي السياحية للمقيمين.

الليالي السياحية للمقيمين تعبر عن الليالي التي يقضوها السياح المحليين المقيمين في البلد ، والسياح الأجانب المقيمين في البلد المضيف ، و ذلك في المؤسسات الفندقية للبلد.

أولاً- تطور الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين.

يمكن توضيح عدد الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم(50): الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين.

عدد الليالي السياحية	السنة
3.551.557	1995
3.473.639	1996
3.396.141	1997
2.558.530	1998
3.251.922	1999
3.519.252	2000
3.792.972	2001
3.819.600	2002
3.874.000	*2003
4.129.000	*2004
4.170.000	*2005
4.311.000	*2006
4.503.000	*2007
4.971.372	*2009

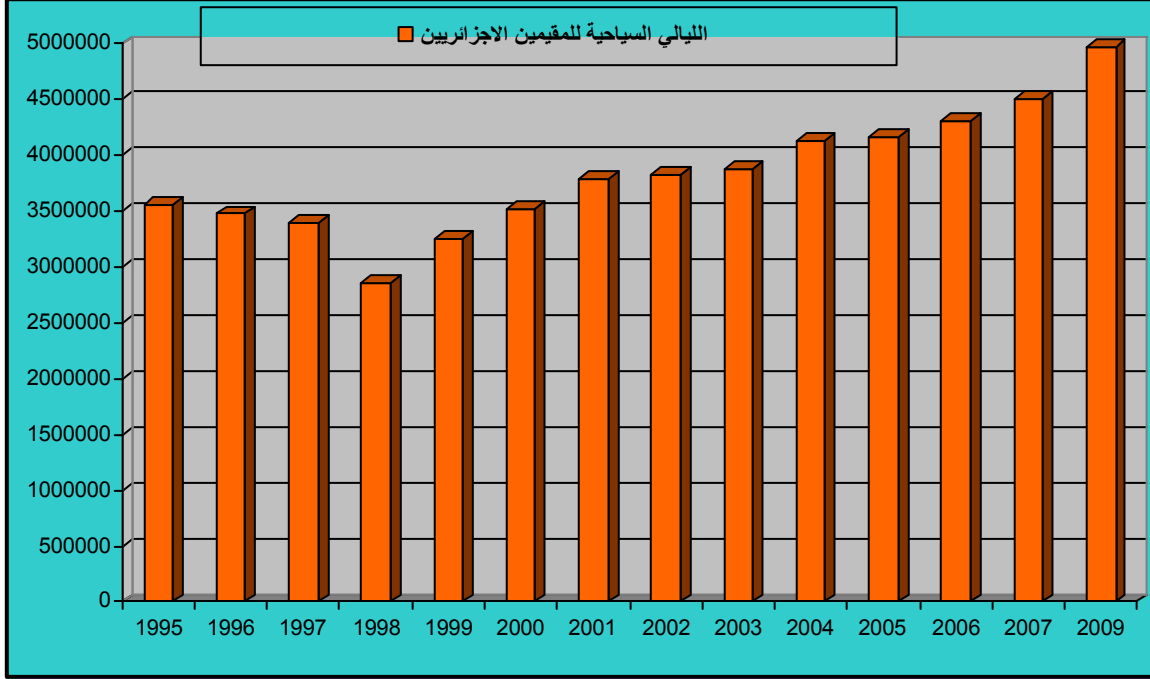
Source : www.ons.dz/them_sta.htm.

*ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , op-cit.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

يبين الجدول التالي أن عدد الليالي السياحية للجزائريين المقيمين تطور من 2.817.178 ليلة سنة 1990 إلى حوالي 3.819.600 ليلة سياحية سنة 2002 ، وهذا ما يوضحه الشكل التالي.

الشكل رقم(52): تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(50).

يتضح من خلال الشكل أن عدد الليالي السياحية للمقيمين الجزائريين في ارتفاع مستمر خلال المرحلة (2009/1995) ، حيث بلغت عدد الليالي السياحية سنة 1995 أزيد من 03 مليون ليلة سياحية مقضات ، كما وصلت عدد الليالي السياحية سنة 2004 إلى 04 مليون ليلة سياحية ، و كما قاربت من 05 مليون ليلة سياحية في نهاية سنة 2009 ، طبعا هذا التحسن التدريجي في عدد الليالي السياحية ، خاصة بعد سنة 2002 يعود إلى التحسن في الوضع الأمني ، هذا ما شجع السكان المحليين على السياحة الداخلية و التنقل بين أرجاء الوطن لأجل الاستحمام و الترفيه.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

ثانيا: الليالي السياحية للمقيمين الأجانب.

يمكن توضيح الليالي السياحية للمقيمين الأجانب من خلال الجدول التالي.

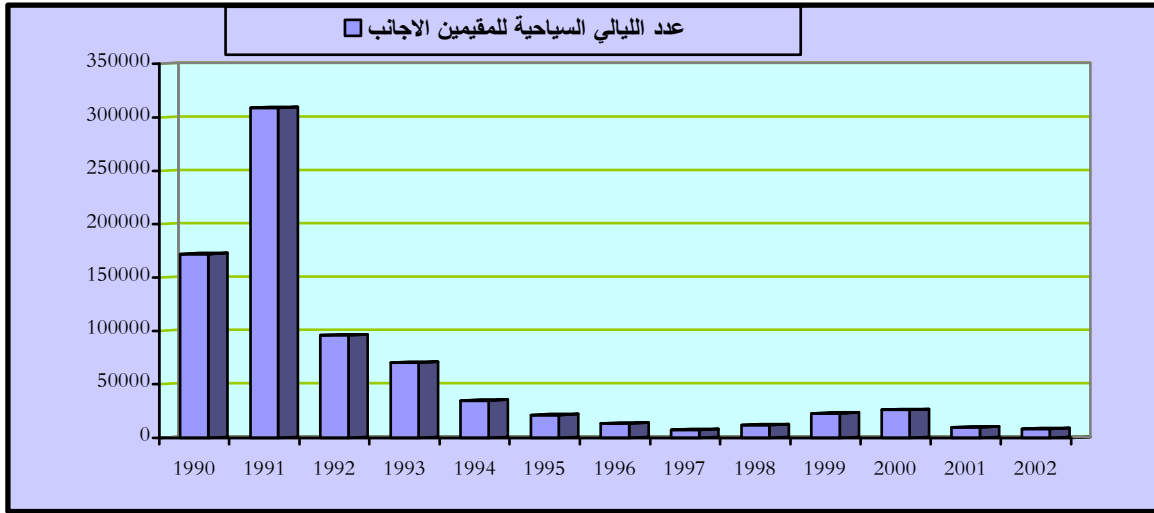
الجدول رقم(51): تطور الليالي السياحية للمقيمين الأجانب.

عدد الليالي السياحية	السنة
171.811	1990
308.896	1991
95.872	1992
70.318	1993
34.835	1994
21.274	1995
13.227	1996
7.399	1997
11.914	1998
22.910	1999
25.978	2000
9.656	2001
8.100	2002

Source www.ons.dz/them_sta.htm.

يتضح من خلال الجدول تراجع عدد الليالي السياحية للمقيمين الأجانب بشكل كبير خلال الفترة ما بين 1990 و 2002 ، و هذا ما يبينه أكثر الشكل التالي.

الشكل رقم(53): تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين الأجانب.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(51).

حيث و صلت عدد الليالي السياحية ذروتها سنة 1991 لتصل إلى 308.896 ليلة سياحية ، ثم بدأت في التراجع و التزول المتواصل إلى غاية سنة 1998 ، طبعاً هذا يعود إلى الوضع الأمني بالدرجة الأولى الذي ساد خلال هذه الفترة ، مما أثر كثيراً على القطاع السياحي الجزائري ، بالإضافة إلى قلة الاهتمام بالقطاع السياحي أيضاً و جعله قطاعاً ثانوياً ، هذا ما جعل عدد السياح الأجانب في تراجع مستمر ، و بالتالي فقد قطاع السياحة جزءاً من العملة الصعبة و هذا ما أثر سلباً على ميزان المدفوعات الجزائري ، و في سنة 1999 ارتفعت قليلاً و ستمر هذا الارتفاع سنة 2000 ، و يعود هذا بالأساس إلى التحسن التدريجي للوضع الأمني في الجزائر ، و كذلك محاولة الدولة بناء صورتها في الخارج هذا في إطار الإستراتيجية الشاملة طويلة المدى¹ ، و عاود الانخفاض سنتي 2001 و 2002 مرة أخرى .

¹ - إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2013 ، الجزائر سياحة ، نشرة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة ، رقم 26 ، 2004 ، ص 22.

الفصل الأول = واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المطلب الثاني: الليالي السياحية لغير المقيمين.

شهدت الليالي السياحية لغير المقيمين تذبذب كبيرا خلال عشرية التسعينات ، حيث عرفت الجزائر خلال هذه العشرية تدهورا لوضعها الأمني ، مما أدى إلى تشويه صورة الجزائر في الخارج ، و هذا ما أدى إلى عزوف السياح عن دخول الجزائر .

أولا-تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين.

عدد الليالي السياحية لغير المقيمين موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم(52):تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين.

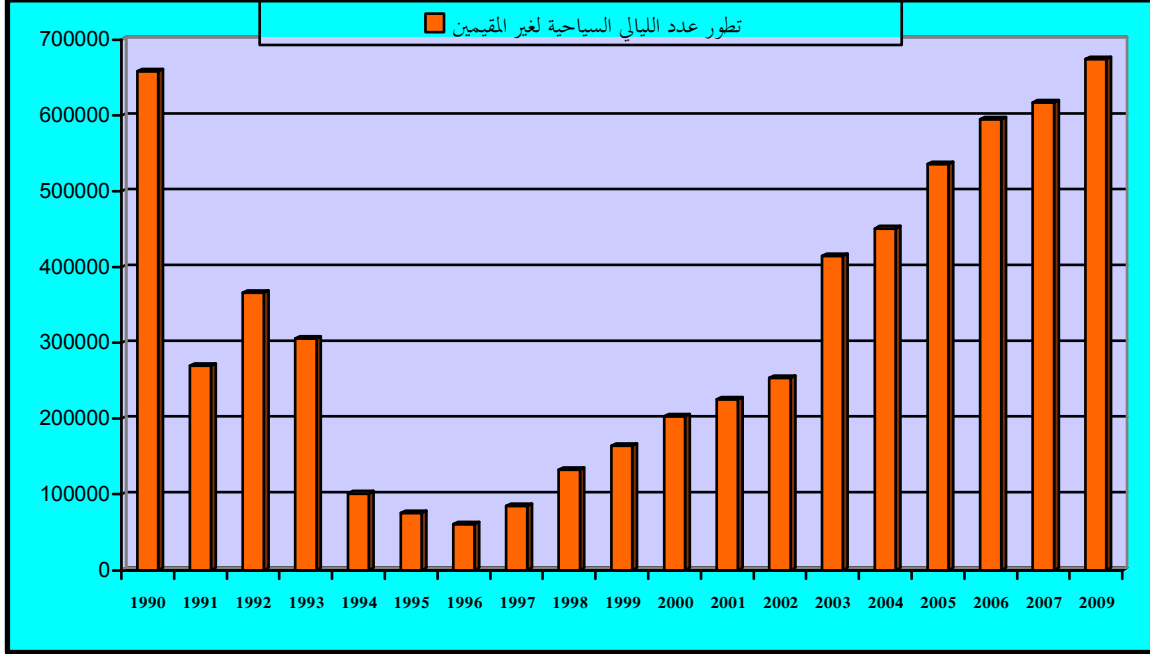
عدد الليالي السياحية	السنة
658.138	1990
269.856	1991
365.881	1992
305.730	1993
101.262	1994
75.801	1995
60.559	1996
84.818	1997
132.739	1998
164.096	1999
202.905	2000
225.652	2001
253.307	2002
451.000	*2003
415.000	*2004
536.000	*2005
595.000	*2006
617.000	*2007
674.456	*2009

Source : www.ons.dz/them_sta.htm.

* ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , op-cit.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

من خلال الجدول نلاحظ تقلبات حادة من سنة إلى أخرى في عدد الليالي السياحية لغير المقيمين خلال الفترة 1990 و 2009 ، وهذا ما يؤكد الشكل التالي.
الشكل رقم(54):تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(52).

بلغت عدد الليالي السياحية سنة 1990 ب 658.138 ليلة سياحية ، ثم تراجعت بشكل كبير جدا سنة 1991 حيث بلغت 269.856 ليلة ، ثم عاود الارتفاع بشكل طفيف سنة 1992 إلى 365.881 ليلة ، و ستمر هذا التقلب إلى غاية سنة 2002 التي شهدت تحسنا ملحوظا ، مقارنة مع سنة 1996 أين بلغت عدد الليالي السياحية لغير المقيمين أدنى مستوياتها ، و هذا راجع كما سبق و أن ذكرنا إلى المشاكل السياسية التي شهدتها الجزائر خلال هذه الفترة ، و إلى العزلة التي كان يعاني منها قطاع السياحة الجزائري.
أما بعد سنة 2002 نلاحظ استمرار الارتفاع في عدد الليالي السياحية لغير المقيمين ، إذ بلغت سنة 2009 حوالي 674.456 ليلة سياحية ، و هذا دليل و مؤشر على استتباب و عودة الأمن في الجزائر.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

ثانيا: تطور إجمالي الليالي السياحية للفترة (2009/2000).

أما فيما يتعلق بإجمالي الليالي السياحية للمرحلة (2009/2000) فهي موضحة في الشكل التالي.

الشكل رقم(55): تطور إجمالي الليالي السياحية للفترة (2009/2000).



Source :<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>.

يتضح أن هناك تزايد مستمر في إجمالي عدد الليالي السياحية للفترة 2009/2000 ، حيث سجلت في نهاية سنة 2009 حوالي 3.347.934 من الوافدين للمؤسسات الفندقية عبر كامل التراب الوطني ، و يقابلها عدد الليالي السياحية ب 5.645.828 ليلة سياحية ، إذ بلغ عدد الليالي السياحية للمقيمين حوالي 4.971.372 و 674.456 لغير المقيمين ، و بالتالي سجل معدل نمو للعدد الوافدين لسنة 2009 ب 5.69 % مقارنة مع السنة السابقة ، و معدل نمو يقدر ب 5.60 % لعدد الليالي السياحية مقارنة مع سنة 2008.

الفصل الأول واقِع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المطلب الثالث: تطور طاقة الاستيعاب حسب الإطار القانوني .

تختلف طاقة الإيواء حسب الإطار القانوني بين طاقة الإيواء للقطاع العام و القطاع الخاص ، و الجماعات المحلية ، و تتمثل طاقة الإيواء للقطاع العمومي في الفنادق التي تعود ملكيتها إلى الدولة .

أولا- طاقة الاستيعاب للقطاع العمومي.

طاقة الاستيعاب للقطاع العمومي يوضحها الجدول التالي .

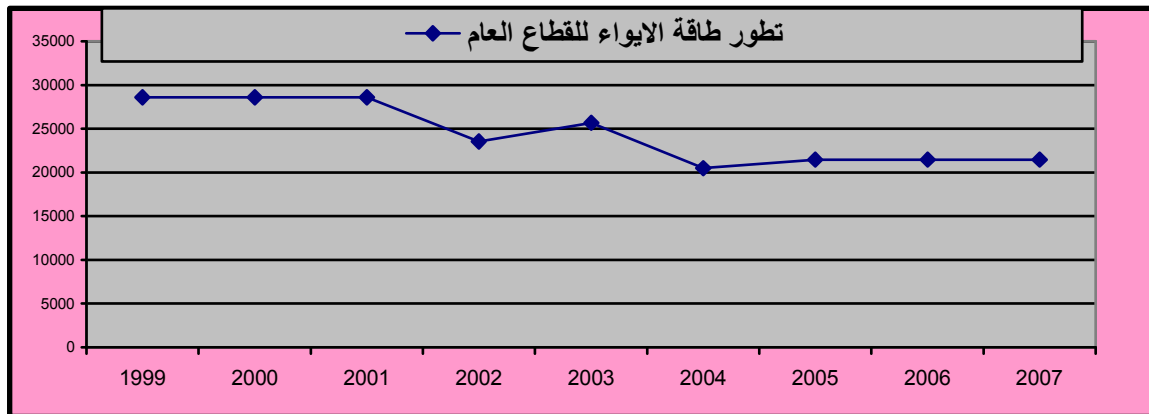
الجدول رقم(53): تطور طاقة الإيواء للقطاع العمومي (2007/1999).

طاقة الإيواء للقطاع العمومي	السنوات
28.589	1999
28.589	2000
28.589	2001
23.541	2002
25.650	2003
20.485	2004
21.483	2005
21.453	2006
21.453	2007

Source :ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , op-cit.

يتضح من خلال الجدول أن هناك تراجع في طاقة الإيواء للقطاع العمومي ، كما يبينه الشكل التالي .

الشكل رقم(56): تطور طاقة الإيواء للقطاع العمومي .



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(53).

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

يتبين من خلال الشكل أن طاقة الإيواء للقطاع العام بلغت سنة 99 حوالي 28.589 سرير ، أي ما يعادل 42.7% من إجمالي طاقة الإيواء ، و بقيت هذه النسبة ثابتة خلال سنتي 2000 و 2001 ، ثم تراجعت سنة 2002 إلى 23.541 سرير ، يرجع ذلك إلى خصصة بعض المؤسسات الفندقية ، أما خلال الفترة 2003 إلى 2007 نلاحظ تذبذب في طاقة الإيواء للقطاع العمومي لتستقر في حدود 21.543 سرير ، أي بنسبة 25.3% من الحجم الإجمالي لطاقة الإيواء ، هذا ما يفسر الانسحاب التدريجي للقطاع العمومي من إنجاز المؤسسات الفندقية و ترك الدور للقطاع الخاص.

ثانيا: طاقة الاستيعاب للقطاع الخاص .

طاقة الإيواء التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص موضحة في الجدول التالي .

الجدول رقم(54): تطور طاقة الإيواء للقطاع الخاص .

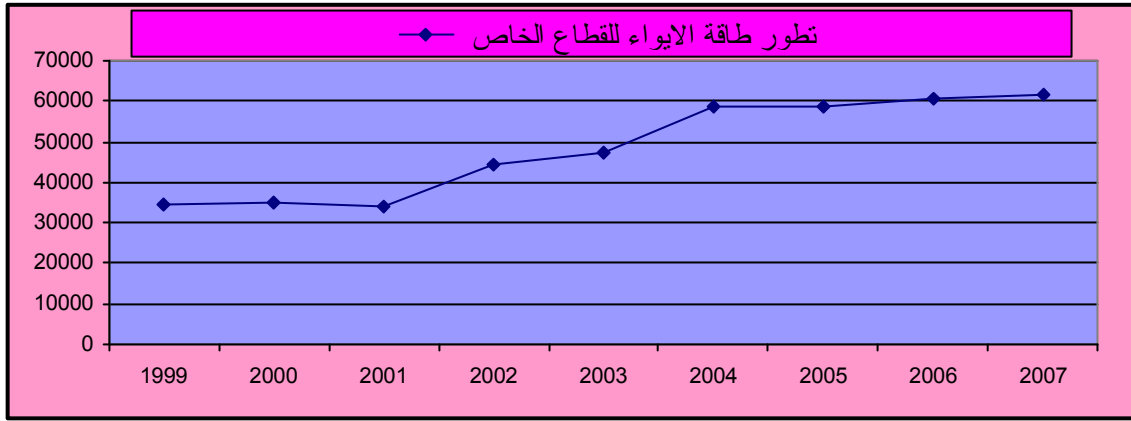
طاقة الإيواء للقطاع العمومي	السنوات
34.576	1999
34.761	2000
34.197	2001
44.343	2002
47.140	2003
58.475	2004
58.622	2005
60.683	2006
61.814	2007

Source :ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme , op-cit .

توضح أرقام الجدول أن طاقة الإيواء التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص قد تطور بنسبة كبيرة ، كما هو موضح في الشكل التالي .

الفصل الأول = واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(57):تطور طاقة الإيواء للقطاع الخاص.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(54).

نلاحظ تطور ملحوظ لطاقة الإيواء التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص ، حيث بلغت 34.576 سرير سنة 1999 ، أي ما يعادل 51.68% من إجمالي طاقة الإيواء ، في حين بلغت سنة 2007 حوالي 61.814 سرير ، و يعود هذا التطور في طاقة الإيواء للقطاع الخاص إلى الاستثمارات التي أوكلت لهذا القطاع في المجال السياحي ، و إلى خصوصية بعض المؤسسات الفندقية ، حيث انتقلت ملكيتها من القطاع العمومي إلى القطاع الخاص بصفة كلية.

ثالثا: طاقة الاستيعاب للجماعات المحلية.

تطور طاقة الإيواء التي تعود ملكيتها للجماعات المحلية موضحة في الجدول التالي.

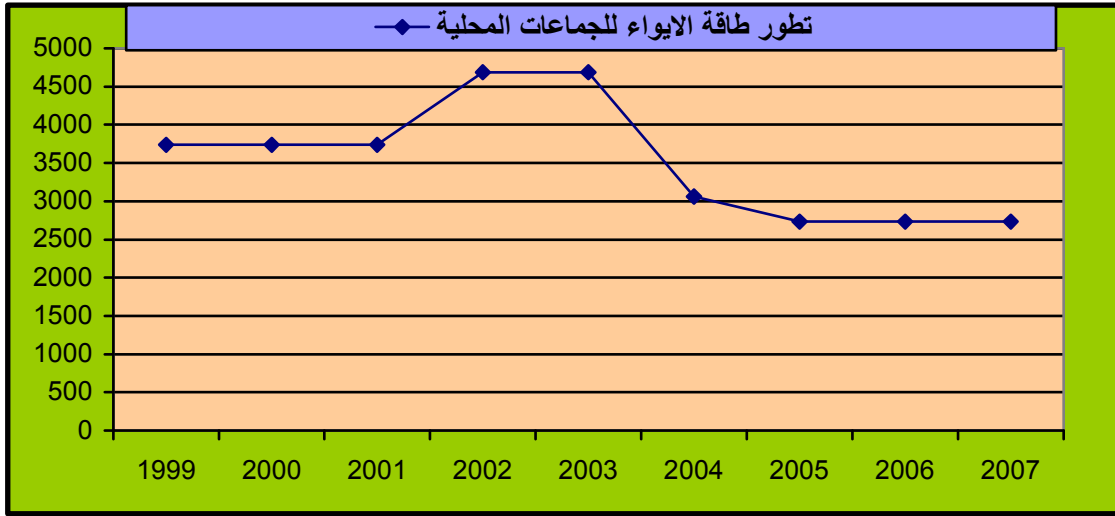
الجدول رقم(55): تطور طاقة الإيواء التابعة للجماعات المحلية .

السنوات	طاقة الإيواء للجماعات المحلية
1999	3737
2000	3737
2001	3737
2002	4683
2003	4683
2004	3064
2005	2733
2006	2733
2007	2733

Source :ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme op-cit.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

تميزت طاقة الإيواء التابعة للجماعات المحلية بالتذبذب ، كما هو مبين في الجدول التالي .
الشكل رقم(58):تطور طاقة الإيواء للجماعات المحلية.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(55).

تبين بيانات الشكل أن طاقة الإيواء التي تعود ملكيتها للجماعات المحلية ضعيفة جدا و تميزت بالثبات لعدت سنوات ، حيث بلغت خلال السنوات التالية: 99 ، 2000 و 2001 حوالي 3737 سرير ، و تطورت بعد ذلك سنة 2002 إلى 4683 سرير ، لتراجع من جديد سنة 2004 إلى 3064 سرير بسبب برامج الخوصصة ، لتستقر عند 2733 سرير خلال السنوات 2005 ، 2006 و 2007 ، و هو ما يشكل 3.23% من إجمالي طاقة الإيواء ، و الشكل الموالي يوضح مقارنة بين طاقة الإيواء للقطاعات الثلاثة.

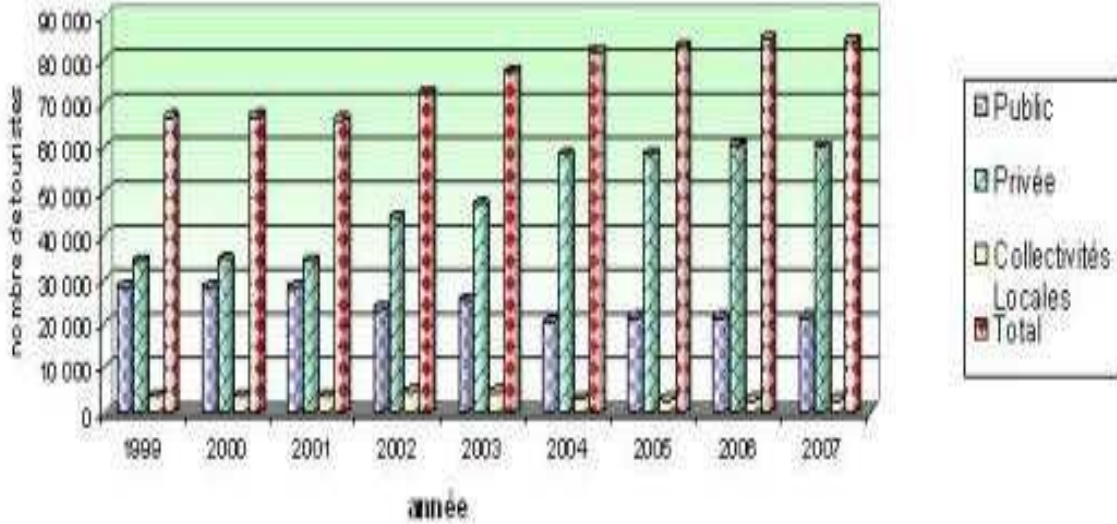
رابع: تطور طاقة الإيواء حسب الشكل القانوني.

طاقة الإيواء حسب الشكل القانوني موضحة في الشكل التالي.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

الشكل رقم(59): تطور طاقة الإيواء حسب الشكل القانوني.

Evolution de la capacité lits dans les établissements hôteliers
par secteur juridique



Source : <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>.

يتضح جليا استحواذ القطاع الخاص على طاقة الإيواء ، حيث تطورت نسبة امتلاك طاقة الإيواء من 51.68% سنة 99 إلى 71.4% سنة 2007 ، ما يبرز الدور الكبير للقطاع الخاص بالقيام بالمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي ، و هذا ما يجعلنا نؤكد على فسخ المجال أمام هذا القطاع و تسهيل الإجراءات الاستثمارية حتى يلعب دوره كاملا ، و يساهم في رفع و النهوض تدريجيا بالقطاع السياحي الجزائري .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المبحث الخامس: آليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية للجزائر.

حتى يتم تنظيم القطاع السياحي لابد من توفر و تواجد هيئات و مؤسسات تسهر على الشؤون السياحية للبلاد ، و تتوفر الجزائر على عدة مؤسسات تعمل على النهوض بالقطاع السياحي الجزائري ، انطلاقا من الوزارة الوصية .

المطلب الأول: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية.

تعتبر وزارة السياحة و الصناعات التقليدية أعلى سلطة في القطاع السياحي الجزائري، و تعد الرأس المدبر و المخطط لتنمية القطاع.

أولاً: التعريف والنشأة.

تأسست وزارة السياحة والصناعات التقليدية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 474/63 المؤرخ في 1963/12/20 ، وأوكلت إليها المهام التالية:¹

- التعريف بالمنتوج السياحي الجزائري و توجيهه و ترفيقته؛
- تجسيد السياسة التنموية في مجال السياحة ؛
- انجاز المخططات التنموية السياحية .

ثانياً : تنظيم وزارة السياحة و الصناعات التقليدية .

تتكون وزارة السياحة و الصناعات التقليدية من المديرات التالية :

- أ- المديرية العامة للسياحة : و أوكلت إليها المهام التالية .²
- تبادر بإستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة و تقترحها ؛
- تعد إستراتيجية ضبط النشاطات السياحية و السهر على و وضعها حيز التنفيذ؛
- تسهر على وضع حيز التنفيذ و سائل مخطط الجودة للسياحة الجزائرية ؛

¹ - هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص42.

² - <http://www.joradp.dz/JO2000/2010/063/AP6.pdf>

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- تقترح و تقييم دراسات التهيئة السياحية ، و تقوم باعتمادها ؛
- تبادر بوضع أقطاب الامتياز السياحي ، و تسهر على تطويرها ؛
- تبادر بالاتصال مع القطاعات المعنية بنشاطات توجيه و ترقية الاستثمار ، و الشراكة في مجال السياحة و تنفيذها.¹

و تضم المديرية العامة للسياحة أربع مديريات فرعية هي :

- مديرية مخطط جودة السياحة و الضبط ؛
 - المديرية التهيئة السياحية ؛
 - مديرية تقييم و دعم المشاريع السياحية ؛
 - مديرية الحمامات المعدنية و النشاطات الحموية .
- ب- المديرية العامة للصناعة التقليدية : و كلفت بالمهام التالية.²
- إعداد إستراتيجية تطوير الصناعة التقليدية و اقتراحها؛
 - إعداد مخططات التطوير و الإدماج الاقتصادي لنشاطات الصناعة التقليدية و اقتراحها ؛
 - تحديد و تنفيذ قواعد تنظيم مهن و حرف الصناعة التقليدية ؛
 - اقتراح تبعات الخدمة العمومية التي تسند لمؤسسات و هيئات الدعم لقطاع الصناعة التقليدية ، و ضمان تنفيذها ؛
 - تنفيذ الإجراءات المقررة من اللجنة الوطنية المكلفة بالصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية .

و تضم هذه المديرية (03) مديريات فرعية و هي :

- مديرية تطوير الصناعة التقليدية ؛
 - مديرية تنظيم المهن ؛
 - مديرية الصناعة التقليدية .
- ت- مديرية الدراسات و التخطيط و الإحصائيات : و أوكلت إليها المهام التالية:
- المبادرة بالإستراتيجية في مجال الدراسات و التخطيط و الإحصائيات ؛

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 63 ، 18 ذو القعدة عام 1431هـ الموافق ل 26 أكتوبر سنة 2010م ، ص 06

² - www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

-المبادرة و/أو إعداد كل الدراسات الإستشرافية الرامية إلى ترقية السياسة الوطنية للسياحة و الصناعة التقليدية ؛

-المساهمة في جلب وجمع التمويل الضروري لانجاز مشاريع الاستثمار ؛

و تضم مديرية الدراسات و التخطيط و الإحصائيات ثلاث مديريات فرعية هي :

-المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية ؛

-المديرية الفرعية للمعلوماتية و الإحصائيات ؛

-المديرية الفرعية لبرامج التجهيز و الاستثمار .

ث-مديرية التكوين و تنمية الموارد البشرية : و تقوم بالمهام التالية ¹.

- المبادرة بالإستراتيجية المتعلقة بتثمين الموارد البشرية و التكوين و اقتراحه ؛

- اقتراح سياسة تكوين و ترقية مهن و حرف قطاع السياحة و الصناعة التقليدية ؛

- إعداد و وضع حيز التنفيذ برامج التكوين و تحسين المستوى لمستخدمي الإدارة المركزية ؛

- تأطير إنشاء مؤسسات تكوين خاصة في مجال السياحة و الصناعة التقليدية .

و تضم هذه المديرية مديرتين فرعيتين هما :

- المديرية الفرعية للتكوين و المتابعة البيداغوجية ؛

- المديرية الفرعية لاعتماد المكتسبات المهنية .

ج- مديرية الاتصال و التعاون : و هي مكلفة بما يلي .

- المبادرة بإستراتيجية القطاع في مجال الاتصال و التعاون و اقتراحها ؛

- وضع حيز التنفيذ برامج اتصال متعدد وسائل الإعلام .

و تضم مديرتين فرعيتين هما :

- المديرية الفرعية للاتصال ؛

- المديرية الفرعية للتعاون .

ح- مديرية التنظيم و الشؤون القانونية : و أهم ما أوكل إليها ما يلي .

- إعداد مشاريع النصوص القانونية و التنظيمية التي تسيّر نشاطات القطاع ؛

¹ - www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- دراسة الإطار التشريعي و التنظيمي الذي له أثر مباشر على نشاطات القطاع ، و استغلاله و تقييمه .

و تضم (03) مديريات فرعية و هي :

- المديرية الفرعية للتنظيم ؛
 - المديرية الفرعية للشؤون القانونية و المنازعات ؛
 - المديرية الفرعية للوثائق و الأرشيف .
 - خ- مديرية الإدارة العامة و الوسائل : و أهم ما أوكل إليها ما يلي .
 - المساهمة في إعداد سياسة تطوير وسائل القطاع ؛
 - تقييم الاحتياجات في مجال اعتمادات التسيير و التجهيز ؛
 - اقتراح و تنفيذ سياسة التسيير الإدارية لمستخدمي الإدارة المركزية .
- و تضم (03) مديريات فرعية و هي :
- المديرية الفرعية للمستخدمين ؛
 - المديرية الفرعية للمحاسبة و المالية ؛
 - المديرية الفرعية للوسائل العامة .

المطلب الثاني: الديوان الوطني للسياحة (ONT) *

يعتبر الديوان الوطني للسياحة من المؤسسات التي تساهم في تنشيط السياحة الجزائرية ، و بالتالي سوف نتطرق إلى هذه المؤسسة السياحية من خلال ما يلي.

أولاً: التعريف والنشأة.

أنشأ الديوان الوطني للسياحة بمرسوم تنفيذي رقم 214/88 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988 و المتضمن إنشاء الديوان الوطني للسياحة و تنظيمه ، و المعدل و المتمم بالمرسوم تنفيذي رقم 409/90 المؤرخ في 05 جمادى الثانية عام 1411 الموافق ل 22 ديسمبر سنة 1990¹ ، و

* Office Nationale du Tourisme

1-www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 402/92 مؤرخ في 05 جمادى الأول عام 1413 الموافق ل 31 أكتوبر سنة 1992¹، و يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، و يعد أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتصور و تحقيق ترقية السياحة و دراسة السوق و العلاقات العامة² .

ثانيا: المهام المختلفة للديوان الوطني للسياحة.

و تتمثل مهام الديوان الوطني للسياحة فيما يلي³:

- ترقية المنتج السياحي الجزائري؛
- متابعة و مراقبة وكالات السياحة و السفر؛
- توجيه المتعاملين السياحيين؛
- إنجاز الدراسات العامة لمناطق التوسع السياحي؛
- متابعة الاستثمارات السياحية في الجزائر.
- توجيه الاستثمارات العمومية و الخاصة في ميدان السياحة و يشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع المعمول به⁴ ؛
- يشارك في ترويج السياحة و يتابع الأعمال المبذولة في هذا المجال .

بالإضافة إلى ذلك كلف في المجالات التالية بما يلي :

• في مجال الترقية و الاتصال⁵.

- القيام بدراسات تتعلق بالتسويق و الترقية و العلاقات العامة ؛
- جمع و تحليل و استغلال المعلومات و الإحصائيات المتعلقة بالترقية السياحية ؛ و خاصة تقييم قدرات و نتائج العمليات المحققة؛
- المشاركة في التظاهرات الداخلية المتعلقة بالسياحة؛

¹- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية ، العدد 79 ، 1992 .

²- مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة ، الجزائر ، 2002 ، ص 107.

³- هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص 61.

⁴ - Hachimi hadouche , op-cit , p15

⁵- يدو محمد و الضيف أحمد ، دور الاتصال في ترقية الخدمات السياحية ، دراسة تحليلية و تقييمية للسياسة الاتصالية

للديوان الوطني للسياحة بالجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 17.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- تنمية و تطوير التبادل بين مختلف المعاهد و المنظمات الخارجية في ميدان ترقية السياحة ؛
-الشروع في الأبحاث و الدراسات بهدف التعرف على ميكانيزمات و حركة السوق الداخلي و الخارجي.

• في مجال التخطيط.

-يحدد محاور تنمية القطاع السياحي في الأمدن المتوسط و الطويل و يقترحهما؛
-ينجز الدراسات العامة بتحديد مناطق التوسع السياحي في إطار مخطط التهيئة الإقليمية أو يأمر بانجازها ؛

-يوجه الاستثمارات العامة و الخاصة في ميدان السياحة و يشجعها بتدابير خاصة في إطار التشريع السياحي الجاري العمل به؛

-ينسق و يتابع و فقا للأحكام التشريعية المعمول بها كل مشروع استثمار سياحي أجنبي في الجزائر و كل شيء آخر من أشكال تدخل المتعهدين الأجانب في القطاع؛
-ينجز أي دراسة عامة أو نوعية أو يأمر بانجازها؛.

-يقوم بأي بحث أو دراسة لفهم حركة السوق السياحي الداخلي و الخارجي ؛
-يشارك في إعداد منظومة التكوين في القطاع ، و يسهر على ملائمة برنامج التكوين للتكنولوجيات الجديدة الخاصة بالقطاع و على التلاؤم بين التكوين و التشغيل.

• في مجال ضبط المقاييس.

-يحدد التقنين الذي تخضع له الأعمال الفندقية و السياحية و يسهر على تطبيقه ؛
-يحدد القواعد النوعية لاستغلال الموارد الخاصة للحمامات المعدنية و رقابتها في إطار التشريع الجاري العمل به؛

-يحدد المعايير التقنية و الخاصة بالتسيير الفندقي و السياحي؛

-يضع أسس ترتيب المؤسسات الفندقية و السياحية و يسهر على تطبيقها ؛

-يسلم الرخص و الاعتمادات القانونية.

ثالثا: أهداف الديوان الوطني للسياحة.

أ- الأهداف العامة¹.

- رد الاعتبار للثروات السياحية؛
- إعطاء صورة سياحية جزائرية جديدة للعالم ؛
- تحقيق التوازن بين العرض و الطلب على مستوى مختلف الأسواق ؛
- تطوير السياحة الخاصة بأصحاب الدخول المتوسطة و المرتفعة؛
- التحسيس بالمحيط السياحي.

ب- الأهداف الخاصة.

*على مستوى السياحة الوطنية :

- تحسيس المواطن و المؤسسات بالنشاط السياحي ؛
- تطوير صياغة العطل بالتماشي مع نوعية الطلب المحلي .
- *على مستوى السياحة الدولية :

- تشكيل صورة جديدة للسياحة الجزائرية ؛
- الرفع من إيرادات القطاع السياحي ؛
- البحث عن الأسواق الجديدة ؛
- ترقية و تشجيع الاستثمارات في الميدان السياحي ؛
- تطوير منتجات سياحية جديدة تستجيب لحاجات السائح الأجنبي ؛
- تكييف العرض مع الطلب الدولي.

و بالتالي يعتبر الديوان الوطني للسياحة مؤسسة سياحية مهمة ، تتمتع بصلاحيات واسعة في المجال السياحي ، و قادر على المساهمة في تفعيل السياحة الجزائرية ، من خلال الأهداف التي يصبوا إلى تحقيقها و الصلاحيات التي يتمتع بها.

¹- يدو محمد و الضيف أحمد ، مرجع سبق ذكره ، ص 19 .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المطلب الثالث: آليات أخرى لتنفيذ الإستراتيجية السياحية للجزائر .

تعتبر الوكالة الوطنية لتنمية السياحة و المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية مؤسستين هامتين في القطاع السياحي ، و ذلك من خلال الأدوار التي تلعبها و الأهداف التي تصبوا إلى تحقيقها.

أولاً: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ANDT)*

هي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/98 المؤرخ في 24 شوال عام 1418هـ الموافق ل 21 فيفري 1998 و المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة و تحديد قانونها الأساسي¹ ، و هي تحت وصاية وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، مقرها بسيدي فرج ولاية تيبازة² ، و تعد الوكالة الوطنية لتنمية السياحة الأداة الأساسية المؤهلة للتسيير ، التنمية و الاستغلال العقلاني و حماية العقار السياحي ، و كذلك تعد الوكالة إحدى الهيئات الرئيسية المسؤولة عن تجسيد السياسة الوطنية للتنمية السياحية ، أما بخصوص المهام الموكلة إليها فهي تسعى إلى تحقيق أكبر مردودية للاستثمارات السياحية و إنشاء صناعة سياحية حقيقية ، و تزويد القطاع السياحي بوسيلة التحكم في العقارات ، و بالتالي مواجهة كل العراقيل و الصعوبات التي يواجهها المستثمرون في المجال السياحي ، و تعتبر كذلك هيئة استشارية في إعداد سياسة تنمية سياحية ، و أفضل وسيلة لاحترام التنظيم في ميدان تهئة المحيط و حمايته ، بالإضافة إلى كل هذا تقوم بالوظائف التالية:

- حماية و صيانة مناطق الاستغلال السياحي؛
- اقتناء الأراضي الضرورية و تخصيصها للمشاريع السياحية؛
- إجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية و المعدنية ؛

* ANDT :Agence nationale de développement du tourisme

¹- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية ، العدد 11 ، 21 فيفري 1998 ، ص 30 .

²- .une stratégie et des ambitions , revu partenaire , n° 03 , 2011 , p02

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- تساهم مع المؤسسات المعنية في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع السياحي ، و حول منابع المياه المعدنية سواء في الجزائر أو في الخارج ؛
- تقوم بالتنسيق مع المؤسسات و الهيئات المعنية على التسيير العقلاني للأماكن و التجهيزات ذات المنفعة المشتركة ، و تقدم كل اقتراح يهدف إلى ضرورة تحسينها و تحديثها¹.

ثانيا: المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET)**

المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98/70 المؤرخ في 24 شوال 1418 و الموافق ل 21 فيفري 1998 ، في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري ، توضع الوكالة تحت وصاية وزارة السياحة ، تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي و لها المهام الآتية:²

- تنشيط و ترقية و تأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة و التهيئة و العمرانية ؛
- تسهر الوكالة على حماية مناطق التوسع السياحي و الحفاظ عليها؛
- القيام بالدراسات و التهيئة المخصصة للنشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية؛
- تساهم في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع مع المؤسسات المعنية؛
- تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي و تطويرها؛
- تكلف الوكالة باقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمرافق المياه المعدنية ذات القيمة العلاجية العالية و تقوم بدراسات التهيئة الضرورية ؛
- الدراسات الخاصة بتحديد القدرات السياحية و تنميتها؛
- مراقبة و متابعة المنشآت السياحية ، المرافق الفندقية و المياه المعدنية و معابقتها،
- إنشاء بنك للمعلومات الخاصة بتهيئة السياحة و تنميتها؛
- إنشاء كل الدراسات المرتبطة بمجال نشاطها بطلب من السلطات العمومية .

¹ - Hachimi Hadouche , op-cit , p16

** ENET : Etablissement nationale des études touristiques.

² - هدير عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص62.

ثالثا: مديريات السياحة .

إذا كانت المؤسسات السياحية الوطنية تلعب دورها السياحي على المستوى الوطني ، فإن المديريات السياحية لها دور مهم على المستوى المحلي ، إذ تتركز هذه المديريات السياحية على مستوى كل ولاية ، لتسهيل و تنشيط السياحة المحلية ، و هي الممثل الأساسي للوزارة على المستوى المحلي ، و هي المسؤولة عن مراقبة النوعية ، التهيئة الخاصة بالسياحة و منح رخص الاستثمار ، و محاولة مراقبة و متابعة المشاريع و تطبيق العقوبات في حالة عدم احترام القانون ، و تعمل كذلك على :

- تحسيس الجمعيات و الدواوين السياحية للمشاركة في التظاهرات و المهرجانات التي تقام بالولايات السياحية خلال الموسم الاصطياف للتعريف بالإمكانيات السياحية للولاية؛
 - تنظيم معارض خاصة للإمكانيات السياحية للولاية ؛
 - عقد لقاءات مع المتعاملين قصد إنشاء المجلس الولائي للسياحة ، و الذي يعتبر فضاء تشاوري من شأنه الإلمام بكل الاقتراحات و الانشغالات التي تساهم في إنعاش القطاع أفضل؛
 - توزيع مطويات و أقراص مضغوطة إشهارية للتعريف بالقدرات السياحية للولاية؛
 - إبداء الرأي حول إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياحي؛
 - إقامة تظاهرات فلكلورية لإبراز التقاليد و الفنون الشعبية المميزة .
- و يمكن تقسيم مهام مديريات السياحة إلى مجالين ، المجال الأول مهامها في المجال السياحي ، و المجال الثاني مهامها في مجال الصناعة التقليدية .

أ- **في مجال السياحة** : تكلف مديريات السياحة في المجال السياحي بما يلي.¹

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية ؛
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية ؛
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة ، من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية ؛
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة و ذات نوعية ؛

¹ - بطاقة تعريفية بالهيئات المسؤولة عن السياحة: تاريخ الاطلاع: (2012/07/15) ، عل الساعة 10:40 سا)

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- تنفيذ برامج و تدابير ترقية و تطوير النشاطات السياحية و الحمامات المعدنية و تقويم نتائجها؛
 - جمع و تحليل و تزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية
 - المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية ؛
 - إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم و العمران ، و تثمين مناطق و مواقع التوسع السياحي ؛
 - توجيه مشاريع الاستثمار السياحي و متابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية ؛
 - السهر على مطابقة النشاطات السياحية و تطبيق القواعد و مقاييس الجودة في هذا المجال ؛
 - المساهمة في تحسين الخدمات السياحية ؛
 - السهر على تلبية حاجيات المواطنين و تطلعات السواح في مجال الراحة و الاستحمام و الترفيه ؛
 - ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز و التسيير في جانبه السياحي ؛
 - ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار و ترقية و جودة النشاطات السياحية .
- ب- **في مجال الصناعة التقليدية** : تقوم مديريات السياحة في مجال الصناعة التقليدية بالمهام التالية:¹
- إعداد مخطط عمل سنوي و متعدد يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية ؛
 - المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية ؛
 - المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه ورد الاعتبار له ؛
 - السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ؛
 - المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية ؛

¹ - www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه ورد الاعتبار له ؛
 - السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج؛
 - المبادرة بالتحقيقات و الدراسات ذات الطابع التقني و الاقتصادي و الاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية ؛
 - جمع المعلومات و المعطيات و الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية و ضمان توزيعها ؛
 - تدعيم أعمال المنظمات و التجمعات المهنية ، و الجمعيات و الفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية و تنشيطه.
- تتمتع مديريات السياحة على المستوى المحلي بصلاحيات هامة ، تجعلها قادرة على تشجيع السياحة المحلية و النهوض بها ، خاصة في الولايات السياحية ، سواء كانت ساحلية أو صحراوية ، و بالتالي يمكن لمديريات السياحة المساهمة بصفة مهمة في تطوير السياحة الجزائرية ، إذا قامت بالأدوار الموكلة إليها على أحسن وجه .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

المبحث السادس: الأعراف المتعاملين في السوق السياحي الجزائري.

بالإضافة إلى آليات تنفيذ السياسة السياحية للجزائر توجد مجموعة من المتعاملين في السوق السياحية الجزائرية ، و لا تقل أهمية عن آليات التنفيذ ، فهي تعتبر ركيزة أساسية في تفعيل السوق السياحية و تنشيطها.

المطلب الأول : الديوان الوطني للسياحة و النادي السياحي الجزائري .

يعتبر الديوان الوطني للسياحة و النادي السياحي الجزائري من المؤسسات المهمة في القطاع السياحي الجزائري ، التي تسهر على تطبيق مختلف السياسات المرتبطة بالسياحة الجزائرية ، و تفعيل السوق السياحية للجزائر .

أولاً: : الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT) *

أ- التعريف و النشأة.

يعد الديوان الوطني الجزائري للسياحة بمثابة أول مؤسسة سياحية أنشأت في الجزائر ، و ذلك سنة 1962. بموجب الأمر رقم 27/62 المؤرخ في 25 أوت 1962 ، إذ كان مكلفا بتسيير المرافق السياحية المورثة عن الاستعمار الفرنسي ،¹ و يعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، و يملك الديوان الوطني الجزائري للسياحة 37 فرعا تجاريا و تعتبر أداة لتطبيق السياسة الوطنية لتنمية السياحة² ، غرضه تنمية القطاع السياحي الجزائري ، و بالتالي فهو مكلف بمهمة ذات مصلحة عمومية ، كان يعمل الديوان الوطني الجزائري للسياحة تحت وصاية وزارة الشؤون الاقتصادية.

ب- مهام الديوان الوطني الجزائري للسياحة.

أوكلت للديوان الوطني الجزائري للسياحة المهام الآتية :

* ONAT : Office nationale algérien du tourisme

¹ - Office Nationale du Tourisme , les organisateurs algérien tourisme , publication d'information , 1996 , p05.

² - مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة ، الجزائر، مرجع سبق ذكره ، ص92.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- أعتبر كوصي و مراقب لكل الهيئات التي تقوم بالنشاط السياحي؛
 - التشاور مع السلطات العمومية حول القضايا السياحية و الدعاية الإشهارية؛
 - الحرص على تطبيق القوانين و النصوص السياحية؛
 - العمل على ترقية المنتج السياحي الجزائري؛
 - ترقية الدراسات السياحية ؛
 - إنجاز المنشآت السياحية و ترفيتها .
- و بعد إنشاء وزارة السياحة ، أصبح يعمل تحت و صايتها وحددت مهامه فيما يلي:
- الدعاية و الإشهار؛
 - إنجاز الاستثمارات السياحية ، كما أنشأ مكتب داخل الديوان مهمته إنجاز الدراسات التقنية.
 - و يرمي الديوان الوطني الجزائري للسياحة حاليا من خلال استراتيجياته إلى ترويج مناطق معينة للجزائر منها المناطق الصحراوية ، و يعمل بالتعاون مع وكلاء السياحة في أوروبا.

ثانيا: النادي السياحي الجزائري (TCA) *

أ- **التعريف والنشأة**: تأسس النادي السياحي الجزائري في أكتوبر 1963 ، ثم وضعه تحت وصاية وزارة السياحة سنة 1971 ، و كلف بتنمية النشاطات السياحية و في سنة 1980 أصبح متعاملا اقتصاديا فعليا من خلال النشاطات التي يقدمها في ميدان الترفيه و التخييم و خدمات السفر و العمرة و الحج ، و يملك النادي السياحي الجزائري 42 وكالة موزعة عبر كامل التراب الوطني .

ب- **مهامه**: أوكلت للنادي السياحي الجزائري المهام الآتية¹:

- تنظيم الرحلات الدينية الحج و العمرة؛
- تنظيم الرحلات السياحية مع المنظمات الوطنية و الدولية ، كما اتخذ طابعا جديدا من خلال النشاطات التجارية من طرف شركتيه الفرعيتين ، سياحة و أسفار الجزائر التي أنشأت في جانفي 1995 ، و مؤسسة الخدمات الدولية للسياحة و مهمتهم هي:

* TCA : Tourning club d' algerie

¹ -مراد الرايس ، مرجع سبق ذكره ، ص16.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

-تنظيم و إقامة رحلات في المنشآت السياحية الوطنية؛

- تنظم رحلات ثقافية إلى خارج البلاد؛

-إقامة رحلات إلى البقاع المقدسة؛

-إصدار تذاكر السفر بحرا و جوا؛

-إصدار رخص السياقة الدولية.

المطلب الثاني: وكالات السياحة و الأسفار و الجمعيات السياحية .

تشكل وكالات السياحة و الأسفار متعاملا اقتصاديا له دورا مهما في المجال السياحي ، نظرا لدورها الفعال في تحسين جودة الخدمات السياحية ، و استقطاب السياح الأجانب ، و كسب الخبرات الأجنبية و تنمية روح المنافسة ، أما دور الجمعيات السياحية لا تقل أهميتها عن وكالات السياحة و الأسفار ، فهي تعمل على تنمية الثقافة السياحية لدى المجتمع ، و التعريف بالمناطق السياحية في الجزائر.

أولا: وكالات السياحة والأسفار.

عرفها القانون الجزائري رقم 06/99 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق ل 04 أفريل سنة 1999 على أنها " كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا ، يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات و إقامات فردية أو جماعية ، و كل أنواع الخدمات المرتبطة بها ¹ . يضم القطاع السياحي الجزائري 783 وكالة فمعظمها يرتكز في العاصمة 248 وكالة ، أما الأخرى موزعة في كل ربوع الوطن ، بلغ عدد المستخدمين على مستوى هذه الوكالات ما يقارب 618 مستخدم سنة 1999 ، أما عدد الذين استخدموا هذه الوكالات في تنقلاتهم بلغ حوالي 40.789 سائح أغلبهم جزائريين ، و تم تقدير رقم أعمال هذه الوكالات بحوالي 47.96 مليون

¹ - القانون رقم 09/69 المؤرخ في سنة 1999 ، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة و الأسفار.

دينار في سنة 1999 ، حيث تقوم بالوظيفة التجارية و التسويقية للمنتوج السياحي من خلال
1:

- حجز الغرف في المؤسسات الفندقية و العمل على تقديم أحسن الخدمات للسياح؛
 - استقبال و مساعدة السياح الأجانب خلال إقامتهم ؛
 - تسويق الرحلات و بيع التذاكر و التعريف بالتراث الوطني في الخارج؛
 - تنظيم الملتقيات و المؤتمرات ؛
 - بيع تذاكر النقل البري ، البحري و الجوي؛²
 - تأجير السيارات للسياح بالسائق أو بدون سائق ، و نقل الأمتعة و كراء البيوت ، و غيرها من معدات التخيم ؛
 - تنظيم جولات و زيارات برفقة مرشدين داخل المدن و المواقع و الآثار ذات الطابع السياحي و التاريخي ؛
 - وضع خدمات المترجمين و المرشدين السياحيين تحت تصرف السياح؛
 - القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل الأخطار التي تمس نشاطهم السياحية ؛³
 - حسن الضيافة و تقديم المساعدة للسياح.
- وفي الواقع كشف تقرير أعدته مديرية السياحة لولاية الجزائر ، أن جل الوكالات السياحية المتواجدة بالعاصمة لا تقوم بالمهام الموكلة إليها بشكل كامل ، من خلال العمل على إنعاش السياحة الجزائرية ، على الرغم من امتلاكها الفرصة و الإمكانيات اللازمة لاستقطاب السياح ، بل يقتصر دورها في بيع التذاكر ، و ذلك بنسبة 60 % من العدد الإجمالي ، و تبقى نسبة الخدمات الموزعة على مستوى الوكالات السياحية تنحصر في تنظيم الرحلات بنسبة 30% ، و نسبة 10% فقط من الوكالات السياحية تعمل على استقطاب السواح بالخارج .

¹- عدمان مريزق و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص158.

²- فريدة لرقط ، المزيج التسويقي كأداة للتسيير وجذب السياح ، رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2001 ، ص23.

³- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 24 ، 07 أبريل 1999 ، ص19.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

و أشار التقرير المعد من قبل مديرية السياحة للعاصمة ، أن عدد الوكالات التي تنشط بالمجال السياحي بالعاصمة بلغ عددها 296 وكالة سياحية سنة 2010 ، و هذا العدد يشكل أكثر من ثلث الوكالات السياحية و الأسفار المعتمدة عبر الوطن .¹

ثانيا: الجمعيات السياحية.

ومن أهم الجمعيات السياحية يمكننا ذكر ما يلي :²

- الفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة؛
- الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السياحة و السفر ؛
- اتحادية عملاء السياحة؛
- الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة؛
- الجمعية الوطنية للدفاع و التعبير عن السياحة؛
- الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة؛
- كونفيدرالية المتعاملين مع قطاع السياحة ؛
- الجمعية الوطنية لإعادة السياحة و الدفاع عنها ؛
- جمعية ترقية السياحة المعدنية؛
- جمعية المناطق المعدنية لولاية سعيدة ؛
- الفيدرالية الوطنية لعمال الفنادق و المطاعم.

إن عدد الجمعيات النشطة في القطاع السياحي قليل جدا ، مقارنة مع الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه الجمعيات ، من خلال نشر الثقافة السياحية و القيام بعملية التوعية للمجتمع بأهمية السياحة من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية .

¹ تقرير مديرية السياحة بالعاصمة يكشف 60% من الوكالات السياحية متخصصة في بيع تذاكر السفر فقط ، على الموقع (تاريخ الاطلاع : 2012/07/17 ، الساعة 13 و 18 دقيقة).

[http:// www.ei.massa.com/arcontent/view/50696/45](http://www.ei.massa.com/arcontent/view/50696/45).

² -rapport sur la congrégation du foncier en algerie , une contrainte au développement économique , imprime au cens , Alger , 2004 , p80.

المطلب الثالث: مؤسسات التكوين السياحي.

هناك عدة مؤسسات للتكوين السياحي ، منها ما كان يقدم خدماته للقطاع ، و منها ما هو حديث النشأة ، إذ تتوزع هذه المؤسسات التكوينية في نواحي من البلاد كما يلي.

أولاً: معهد بوسعادة.

- معهد بوسعادة: هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي و مقره بوسعادة و يوفر 300 مقعد¹ ، و الشهادة التي يمنحها المعهد تقني سامي في الاستقبال ، المطاعم و الطبخ ، و يتولى المهام التالية:²
- تكوين تقنيين في مختلف مهن السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
- تكوين جميع الأسلاك الأخرى التابعة للمهن الضرورية لنشاط السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة.

ثانياً: معهد تيزي وزو.

- معهد تيزي وزو: هو مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي و مقره في ولاية تيزي وزو ، و له ملحقة مقرها في ولاية تلمسان يوفر 300 مقعد ، و يمنح شهادة تقني سامي في الاستقبال ، المطاعم و الطبخ ، الحلويات ، الإدارة الفندقية و السياحة و هو يقوم بمجموعة من المهام كما يلي:
- تكوين التقنيين السامين في مختلف مهن السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
- تحسين مستوى المستخدمين التقنيين المتخرجين من قطاع السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية و تكوينهم المستمر؛
- تعميم التقنيات الجديدة المرتبطة بالسياحة ، الفنادق و الحمامات المعدنية عن طريق جميع وسائل الدعم الملائمة؛

¹-hachimi hadouche ، op-cit ، p16.

²-مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة ، الجزائر ، مرجع سبق ذكره ، ص 137 .

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- الدراسات و التحاليل و المعاينات و البحوث ؛
- المؤتمرات و الندوات و اللقاءات و الملتقيات ؛
- تحسين المستوى و تجديد المعارف .

ثالثا: المدرسة الوطنية العليا للسياحة.

المدرسة الوطنية العليا للسياحة: تعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، تم إنشاء هذه المدرسة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 255/94 في 09 ربيع الأول عام 1415 هـ موافق ل 17 غشت سنة 1994 ، المتضمن إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة ، المعدل و المتمم ب مرسوم التنفيذي رقم 98-104 مؤرخ في 03 ذي الحجة عام 1418هـ الموافق ل 31 مارس سنة 1998¹ ، تمنح هذه المدرسة شهادة الليسانس في تسيير الفنادق و السياحة ، و تطوير و تدريب العاملين في قطاع السياحة² و يوفر 100 مقعد ، مقرها بالجزائر العاصمة من بين مهامها نجد:

- تقدم تكويننا عاليا في مختلف مواد السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
 - تحسين مستوى المستخدمين التقنيين في السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية ، و تقوم بتكوينهم المستمر و تجديد معلوماتهم ؛
 - تقوم بجميع الدراسات الاستكشافية من أجل الاستجابة للطلب الذي يعبر عنه المتعاملون مع التوفيق بين المهمة التربوية في اختيار مواضيع الرسائل و الأشغال ، و بين الحاجات في ميادين السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
 - تشارك في مختلف الدراسات التي تنجز بالاتصال مع مختلف المؤسسات الوطنية أو الدولية التي لها علاقة بتطوير السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية؛
 - تكوين رصيدا و ثائقيا يرتبط بميدان نشاطها ؛
 - تصدر مجلة متخصصة في السياحة و الفنادق و الحمامات المعدنية ؛
 - تشارك في تطوير البحث العلمي و التقني في ميادين اختصاصاتها.
- و تتمثل صلاحياتها فيما يلي :

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية ، العدد 19 ، 1998 ، ص15 .

² - www.mta.gov.dz.

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- تبرم عقود و اتفاقيات الدراسة و الاستشارة المرتبطة بمجال نشاطها مع أي مؤسسة أو إدارة ؛
- تعد اتفاقيات التعاون مع الهيئات المماثلة الوطنية أو الأجنبية ، و المنظمات الدولية و المنظمات غير الحكومية؛

- تشارك في اللقاءات و الأشغال الوطنية أو الدولية التي تهم ميدان نشاطها ؛
- تضمن نشر الأشغال التي تهم ميدان نشاطها على اختلاف أنواعها؛
- تطور التبادل مع مؤسسات التكوين و المنظمات الدولية المتخصصة من أجل تحديد أنواع التعليم المقدمة؛

- تنظم بمبادرتها أو بناء على طلب السلطة الوصية لقاءات و طنية و/أو دولية ترتبط بينهما.

و الجدول التالي يلخص المراكز التكوينية في الوطن .

الجدول رقم (56): المراكز التكوينية في الوطن.

المؤسسة	طاقة الاستعداد	نوع الشهادة الممنوحة
معهد الفنادق والسياحة ببوسعادة	300 مقعد	- تقني في الاستقبال - تقني في الطبخ والإطعام
معهد الفنادق بتيزي وزو	300 مقعد	- تقني سامي في الاستقبال - تقني سامي في الطبخ والحلويات - إدارة الفنادق والسياحة
المدرسة الوطنية العليا للسياحة	100 مقعد	- شهادة الليسانس في تسيير الفنادق و السياحة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على المعطيات السابقة لكل مدرسة و معهد .

إذا قارنا أهمية قطاع السياحة في الجزائر مع المؤسسات التكوينية الموجودة ، فنستطيع القول أن عدد هذه المؤسسات قليل جدا ، ضف إلى ذلك أن عدد المقاعد التي تؤطرها هذه المؤسسات قليل كذلك ، وكلها موزعة في الناحية الشمالية للبلاد ، هذا يعني أن الناحية الجنوبية تغيب عليها مثل هذه المؤسسات التكوينية ، و بالتالي افتقار السياحة الصحراوية للكفاءات السياحية على جميع مستويات الخدمات السياحية ، و لهذا يمكن القول لأجل النهوض بالسياحة الجزائرية ، كان لابد من تنويع مثل هذه المؤسسات التكوينية و توزيعها عبر كافة التراب الوطني ، نظرا لأن

الفصل الأول واقع الإمكانيات السياحية في الجزائر

- السياحة تحتاج لمزيد من الموارد البشرية المؤهلة و القادرة على كسب رهان السياحة .
- بالإضافة إلى المؤسسات المذكورة أعلاه و الناشطة في المجال السياحي ، هناك مؤسسات أخرى لا تقل أهمية عن سابقاتها و منها نذكر الوكالة الوطنية للترقية السياحية ، و حسب المرسوم التنفيذي رقم 70/98 المؤرخ في 1998/02/21 فهي تقوم بما يلي :
- التنازل عن طريق الإيجار و الاستغلال عن بعض الأراضي لصالح المتعاملين و المستثمرين الخواص ، و ذلك طبقا للتشريع المعمول به في هذا المجال ؛
 - التسيير العقلاني للتجهيزات السياحية و حمايتها ؛
 - إعداد الدراسات لتهيئة الحمامات المعدنية ذات القيمة الصحية العالية .
- نذكر كذلك من المؤسسات السياحية ، المركز الوطني للدراسات السياحية ، الذي نشأ بالمرسوم التنفيذي رقم 94/98 المؤرخ في 1998/03/10 ، و حسب هذا المرسوم كلف المركز الوطني للدراسات السياحية بما يلي :
- تحقيق الدراسات لتحديد الثروات السياحية و تطويرها ؛
 - مراقبة و إعداد الخبرات للسلاسل الفندقية و مؤسسات الاستقبال .

من خلال دراستنا لهذا الفصل حول تشخيص الإمكانيات السياحية للجزائر تبين لنا ما يلي:

للجزائر إمكانيات طبيعية يمكن أن تجعل من الجزائر دولة سياحية تنافس الدول السياحية الأولى في العالم ، إذ تتمتع الجزائر بالواجهة البحرية ما يشجع على إقامة السياحة الساحلية ، التي تستهوي الكثير من السياح خاصة في فصل الصيف ، ضف إلى ذلك أن عديد هذه السواحل محيطة بالسلاسل الجبلية و الغابات الكثيفة ، ما يجعل السياح يستمتعون بمياه البحر ، و في نفس الوقت يستمتعون بالسياحة الجبلية ، كما تملك الجزائر مرتفعات جبلية تجعل منها قبلة للسياح ، خاصة في فصل الشتاء للترحلق على الثلج ، هذا و تملك الجزائر مساحة شاسعة من أراضيها صحراء ، التي يمكن استغلالها للنهوض و ترقية السياحة الصحراوية ، التي تجلب إليها العديد من السياح من وجهات متعددة ، نظرا لما تملكه الصحراء من مميزات و خصائص تختلف عن السياحة الساحلية .

و رغم هذه الإمكانيات الطبيعية ، إلا أنها غير مستغلة بنسبة كبيرة ، نظرا لغياب الامكانيات المادية من طاقة الإيواء ، و أن وجدت فهي متواضعة ، و لا تلبى احتياجات السياح ، سواء من حيث الكم أو الكيف ، إذ أن 90 % من المؤسسات الفندقية في الجزائر غير مصنفة ، و لا تستجيب للمعايير الدولية ، و هذا ما جعل القطاع السياحي في الجزائر ضعيف و لا يعمل على استقطاب السياح ، كما تتمتع الجزائر بمقومات تاريخية و ثقافية متعددة و موزعة عبر كامل التراب الوطني ، بالإضافة إلى تنوع العادات و التقاليد في المجتمع الجزائري مما يشجع على إقامة صناعة تقليدية تساهم في ترقية السياحة الجزائرية .

كما يتضح لنا من خلال دراستنا أنه هناك كم لا بأس به من المؤسسات القائمة على الشؤون السياحية للجزائر ، إذ منها ما هو آلية من آليات تنفيذ السياسة السياحية ، و منها ما هو متعامل في السوق السياحية ، و لكن رغم هذا الكم من المؤسسات تبقى مستوى أداء السياحة الجزائرية ضعيف ، فإذا كانت الإمكانيات الطبيعية متوفرة و المؤسسات القائمة على القطاع السياحي موجودة ، فأين الخلل في السياحة الجزائرية؟ ، هذا ما يجبرنا على دراسة عراقيل السياحة الجزائرية ، و هذا ما سوف نعالجه في الفصل القادم من هذه الدراسة.

الفصل الثاني:

تحديد وتشخيص

العقبات والمعوقات التي

حالت دون النهوض

بالسياحة الجزائرية

تمهيد.

تؤكد نتائج الفصل السابق أن للجزائر إمكانات طبيعية قادرة على جعل الجزائر قطبا سياحيا يعول عليه في النهوض بالسياحة الجزائرية ، أما الإمكانيات المادية فهي متواضعة ولا تفي بمتطلبات السياحة ، و لا يمكن الانتظار منها تطوير السياحة ، في المقابل نجد القطاع السياحي يتمتع كذلك بإمكانات مؤسسية متنوعة .

إذا كانت الإمكانيات بمختلف أشكالها متوفرة فلماذا يرجع احتلال السياحة الجزائرية المراتب الأخيرة في كل المؤشرات السياحية؟. هذا السؤال يجرنا إلى معالجة نقطة أخرى وهي الوقوف عند العقبات والمعوقات والعراقيل التي تقف أمام هذه الإمكانيات وتحول دون استغلالها ، فبعد الاستقلال إلى غاية بداية سنوات الألفينات لا تزال السياحة الجزائرية دون المستوى المطلوب ، رغم الجهود المبذولة من قبل السلطات منذ الاستقلال إلى غاية اليوم ، و بالتالي هل يعني هذا الفشل أن كل السياسات و الاستراتيجيات المتخذة في مجال القطاع السياحي الجزائري غير رشيدة لدرجة أنها لم تتمكن من النهوض بالسياحة على الأقل بين الدول المجاورة التي تعرف حركة سياحية ناجحة؟. فمن خلال هذه الدراسة رأينا أن السياحة الجزائرية تساهم بنسبة ضعيفة في الناتج الداخلي الخام ، ونسبة الإيرادات المحققة ضئيلة جدا مقارنة مع الدول المجاورة (تونس ، المغرب ومصر)، ونسبة مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل متواضعة رغم التشابك الكبير لقطاع السياحة مع قطاعات أخرى ، وميزان السياحي كان دائما سالبا ولم يحقق فائضا ، هذه النتائج السلبية المحققة الناتجة على ضعف السياحة الجزائرية كفيلة بمعالجة أسباب هذا الضعف ، لأن تشخيص الأسباب هو جزء من الحل ، وسيتم هذا التشخيص من خلال تحليل وتحديد هذه المعوقات ، وهذا ما سوف نقوم به من خلال ما يلي :

- المبحث الأول: الخيارات الإستراتيجية كأحد أهم معوقات قطاع السياحة الجزائرية.
- المبحث الثاني: معوقات الاستثمار السياحي.
- المبحث الثالث: ضعف الثقافة السياحية وتراكم المشاكل البيئية.
- المبحث الرابع: تدهور الوضع الأمني وتراجع السياحة الجزائرية.
- المبحث الخامس: معوقات أخرى أثرت سلبا على السياحة الجزائرية.

المبحث الأول: الخيارات الإستراتيجية كأحد أهم معوقات قطاع السياحة الجزائري.

تعتبر الخيارات الإستراتيجية التي تبنتها الجزائر بعد الاستقلال من بين معوقات الأساسية للقطاع السياحي الجزائري ، و يظهر هذا جليا في المكانة التي كان يحتلها قطاع السياحة ضمن مخططات التنمية الوطنية .

المطلب الأول:مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي (69/67).

حظي قطاع السياحة باهتمام ضمن المخطط الثلاثي (69/67) ، و ذلك من أجل مساهمة هذا القطاع في عملية التنمية الاقتصادية للوطن ، و لكن هل فعلا حظي قطاع السياحة باهتمام كبير ضمن هذا المخطط؟ ، هذا ما يبينه الجدول التالي.

الجدول رقم(57):مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي(69/67) . (الوحدة:مليون دينار)

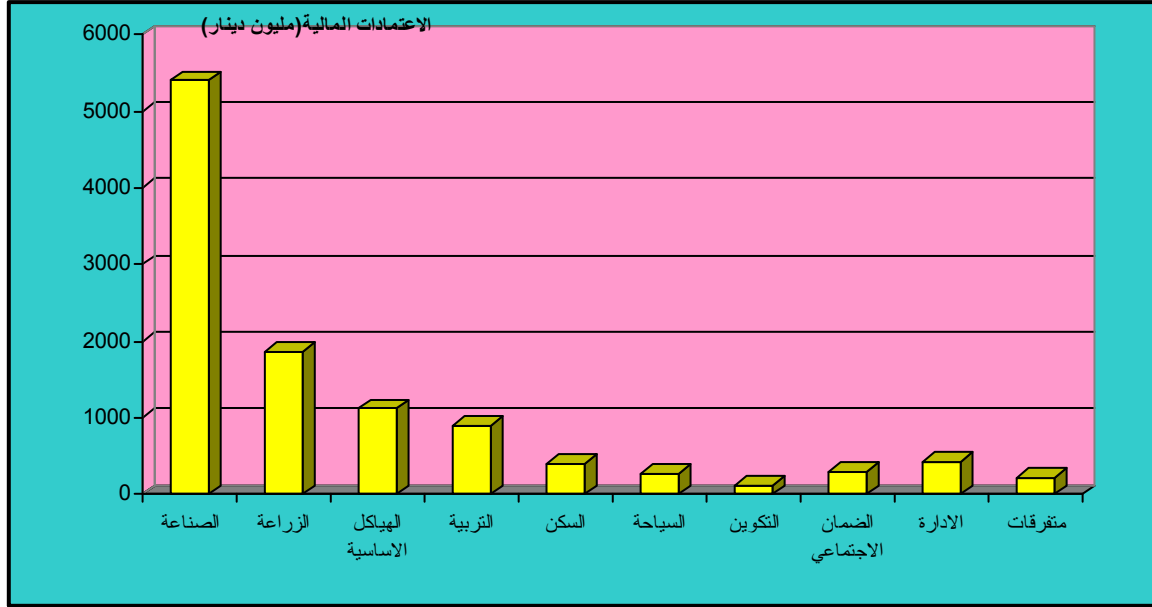
النسبة	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
48.74	5400	الصناعة
16.87	1869	الزراعة
10.14	1124	الهياكل الأساسية
8.23	912	التربية
3.72	413	السكن
2.54	282	السياحة
1.14	127	التكوين
2.66	295	الضمان الاجتماعي
3.68	441	الإدارة
1.94	215	متفرقات
100	11.078	المجموع

المصدر:وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، إنشاء المخطط الثلاثي(69/67).

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

تبين أرقام الجدول أن قطاع السياحة خصص له 282 مليون دينار من إجمالي الاعتمادات المالية الكلية المخصصة لهذا المخطط و المقدرة ب11.078 مليون دينار ، أي بنسبة 2.54 %، و الشكل التالي يبين ذلك بأكثر دقة.

الشكل رقم(60):مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الثلاثي(69/67). (الوحدة:مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(57).

و بالتالي يظهر هذا الشكل جليا تعامل السلطات آنذاك بحذر مع قطاع السياحة، حيث ركزت السلطات على قطاعات دون قطاعات أخرى ، إذ تم تخصيص لقطاع الصناعة 5400 مليون دينار أي بنسبة 48.74 % من إجمالي المبالغ المخصصة لهذا المخطط، و هذا ما يجسد النهج التنموي المتبع من قبل الدولة آنذاك، و الذي يركز على الصناعات المصنعة، ثم يلي ذلك قطاع الزراعة حيث خصص له 1869 مليون دينار أي بنسبة 16.87 % و قطاع الهياكل الأساسية خصص له 1124 مليون دينار بنسبة 10.14 %، و بالتالي يمكن استنتاج من بيانات هذا الجدول أن السلطات اهتمامها لم يكن مصبا على قطاع السياحة، و هذا ما جعل قطاع السياحة يحتل مكانة ضعيفة بين القطاعات المختلفة، و بالتالي من هنا بدأ ضعف قطاع السياحي الجزائري يتشكل و يتكون.

المطلب الثاني: مكانة قطاع السياحة ضمن المخططين الرباعيين الأول و الثاني .

سطر المخططين الرباعيين الأول و الثاني مجموعة من الأهداف لأجل النهوض بالتنمية الاقتصادية الوطنية، و قطاع السياحة كغيره من القطاعات الأخرى كان له نصيب من هذين المخططين خلال فترة السبعينيات.

أولاً: المخطط الرباعي الأول (73/70).

سطر هذا المخطط مجموعة من الأهداف لترقية السياحة الجزائرية، و هي نفس أهداف المخطط السابق (الثلاثي)، حيث يهدف إلى استقبال أكثر من مليون سائح، و تلبية متطلبات السياحة الداخلية و الخارجية، كما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم(58): مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول (73/70) . (الوحدة: مليون دينار)

النسبة(%)	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
40	12.400	الصناعة
15	4140	الزراعة
08	2307	الهياكل الأساسية
5	1520	السكن
10	2718	التربية
2.5	700	السياحة
2	585	التكوين
3.5	934	الضمان الاجتماعي
3.2	870	الإدارة
3	800	متفرقات
3.1	760	النقل
100	27.736	المجموع

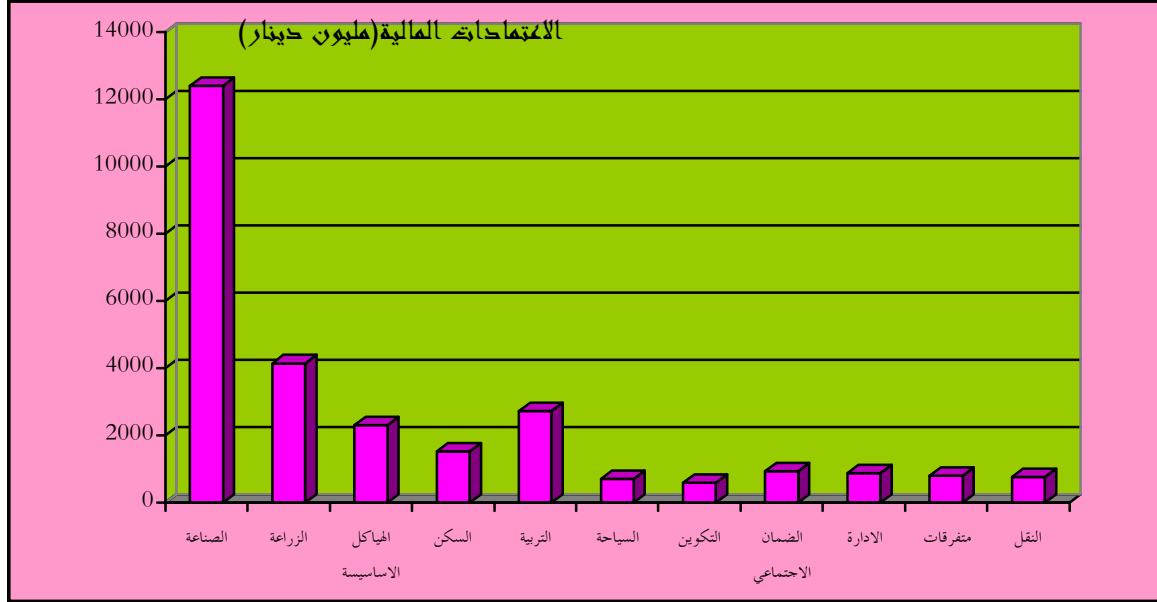
المصدر: وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، إنشاء المخطط الرباعي الأول (73/70).

تبين أرقام الجدول أن هناك زيادة في حجم الميزانية المخصصة للقطاع السياحي بنسبة 350 % ، حيث خصص له 700 مليون دينار عوض 200 مليون دينار في المخطط الثلاثي ، و لكن

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

هل هذا يدل على عودة مكانة القطاع السياحي بين القطاعات الأخرى؟. هذا ما يوضحه بيانات الجدول السابق والمجسدة في الشكل التالي.

الشكل رقم(61):مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول(73/70). (الوحدة:مليون دينار)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(58).

يتضح من الشكل أن مكانة قطاع السياحي ضمن المخطط الرباعي الأول لا تزال ضعيفة مقارنة مع القطاعات الأخرى، كالصناعة، الزراعة و الهياكل الأساسية التي تحتل الأولوية في المخططات التنموية الوطنية، حيث خصص لقطاع الصناعة 12.400 مليون دينار أي بنسبة 40% من الميزانية المخصصة لهذا المخطط و المقدرة ب 27.736 مليون دينار، يليها قطاع الزراعة و الهياكل الأساسية بنسبة 15% و 8% على التوالي، و بالتالي فالزيادة في الميزانية المخصصة للقطاع السياحي ناتجة عن الزيادة الإجمالية في الميزانية المخصصة للمخطط الرباعي، و لا يعني هذا أن قطاع السياحة قد حظي بمكانة كبيرة من قبل السلطات آنذاك، بالإضافة إلى ذلك أن ميزانية المخطط الرباعي الخاصة بالقطاع السياحي تراجعت ب 0.04% مقارنة بمثلها في المخطط الثلاثي.

ثانيا: مكانة قطاع السياحة في المخطط الرباعي الثاني(77/74).

يرمي هذا المخطط في المجال السياحي إلى تحقيق طاقة إيواء تصل إلى 25 ألف سرير¹ ، و إلى 60 ألف سرير قبل نهاية سنة 1980 ، وهذا ما يبينه الجدول التالي.
الجدول رقم(59): نصيب قطاع السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني(77/74). (الوحدة: مليون دينار)

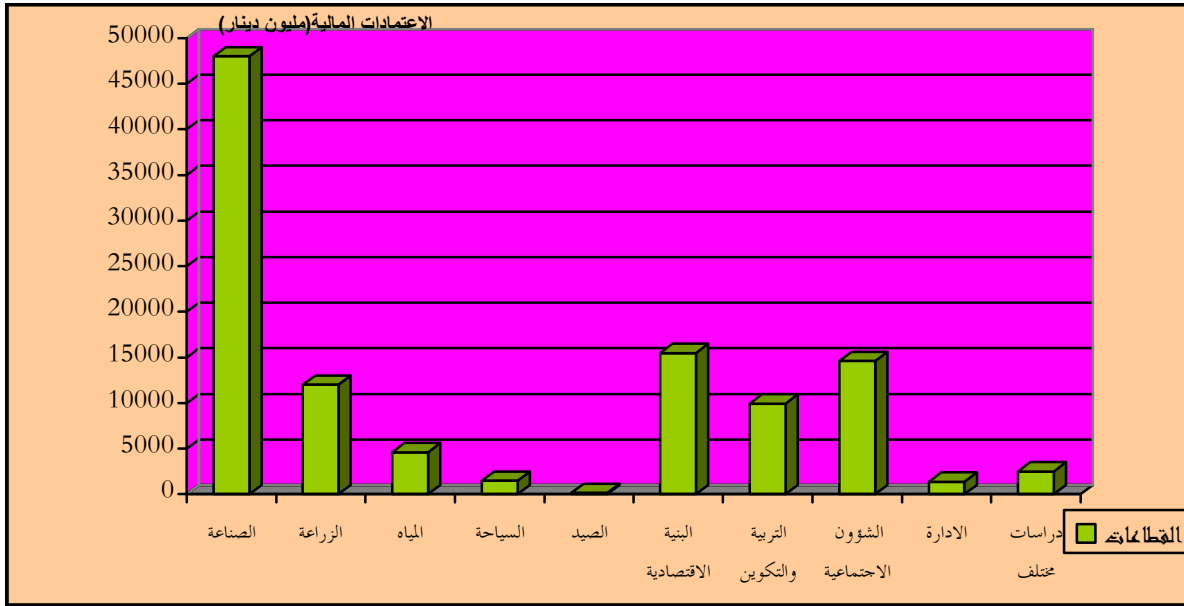
النسبة(%)	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
43.5	48.000	الصناعة
10	12.005	الزراعة
4.2	4600	المياه
1.4	1500	السياحة
01	155	الصيد
14	15.500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية و التكوين
13.33	14.610	الشؤون الاجتماعية
1.3	1399	الإدارة
2.3	2520	دراسات مختلفة
100	110.236	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، المخطط الرباعي الثاني (77/74).

يظهر الجدول بشكل واضح تراجع في نسبة الميزانية المخصصة للقطاع السياحي، و الشكل التالي يوضح ذلك أكثر.

¹ - وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، تقرير حول المخطط الرباعي الثاني(77/74).

الشكل رقم(62): نصيب قطاع السياحة في المخطط الرباعي الثاني(77/74).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(59).

فعلا هناك تراجع كبير في الميزانية المخصصة لقطاع السياحة ضمن هذا المخطط، حيث تراجعت من 2.5% في المخطط الرباعي الأول إلى 1.4% في المخطط الرباعي الثاني من إجمالي المبالغ المخصصة لهذا المخطط و المقدرة ب 110.236 مليون دينار ، و بالتالي نستنتج أن مكانة القطاع السياحي في المخططات التنموية تتدحرج من مخطط إلى مخطط ، و هذا يعكس فعلا استمرار تخوف و تهميش هذا القطاع من قبل السلطات آنذاك ، و استمرارها في التركيز على قطاعات دون أخرى ، هذا ما أدى إلى ظهور ما يسمى عدم التوازن التنموي بين قطاعات الاقتصاد الوطني.

المطلب الثالث: مكانة قطاع السياحة ضمن المخططين الخماسيين الأول و الثاني.

واصلت الجزائر بعد فترة السبعينيات في سياسة التخطيط للتنمية الاقتصادية، و رغم المكانة الضعيفة التي كان يحتلها قطاع السياحة في المخططات السابقة، بالإضافة إلى عدم تحقيق جل الأهداف المسطرة فيها، و بالتالي سوف نعالج مكانة القطاع السياحي ضمن المخططين الخماسيين.

أولاً: المخطط الخماسي الأول.

العمليات الرئيسية المتضمنة في هذا المخطط تناولت ما يلي :

- برمجة الفنادق الحضرية؛
- توسيع الفنادق الصحراوية؛
- توسيع الحمامات المعدنية؛
- تهيئة مناطق التوسع السياحي و اعتمادها من طرف المتعاملين الآخرين كإتئات في المشاريع المستقبلية للجماعات المحلية و القطاع الخاص.
- و قد تم اقتراح مبلغ مالي يقدر 3400 مليون دينار جزائري لتغطية النفقات المتعلقة بالعمليات المنجزة و الجديدة في الخماسي كما يلي :
- 25 ألف سرير قيد الاستقبال؛
- 12 ألف سرير ما تبقى انجازه و التابعة لمخططات التنمية السابقة؛
- 14 ألف سرير جديد و المقرر انجازه في المخطط الخماسي الأول.
- و الجدول التالي يوضح طاقة الإيواء المقدرة خلال هذا المخطط.
- الجدول رقم(60): طاقة الإيواء المقدرة خلال المخطط الخماسي الأول (1984/1980).

المنتجات	شاطئ	صحراوي	مناحي + معدني	هياكل المؤتمرات والمحاضرات	حضري	المجموع
عدد الأسرة	12.850	6200	8830	3000	20.000	50.880
النسبة %	25,25	12,	39,30	17,35	5,89	100

المصدر: رميدي عبد الوهاب و مزبود إبراهيم ، أثر الإصلاحات على تطور القطاع السياحي الجزائري و آفاقها المستقبلية ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص 05 .

ما يلاحظ على الطاقة المقدر انجازها خلالا هذا المخطط ، أنه لم يتم الانطلاق في أي مشروع جديد من المشاريع المقررة ، و الجدول التالي يبين ما تم انجازه فعلا.

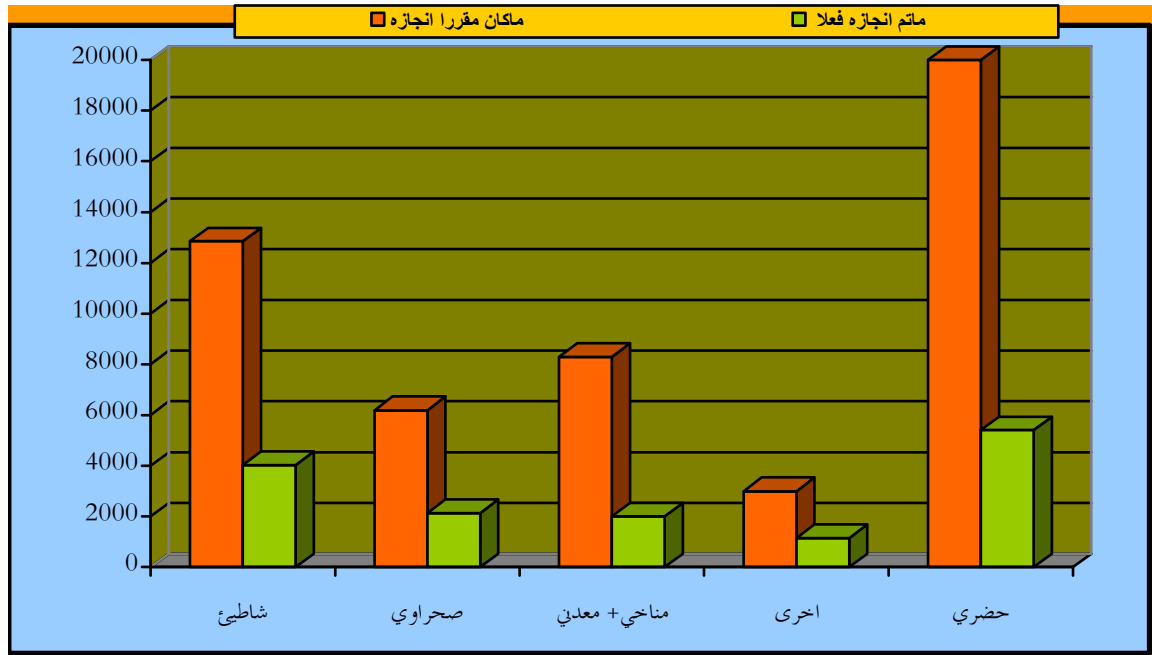
الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

الجدول رقم(61): طاقة الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول(1984/1980).

المنتجات	شاطئ	صحراوي	مناخي + معدني	هياكل المؤتمرات والمحاضرات	حضري	المجموع
عدد الأسرة	4035	2144	2000	1148	5405	17.732
النسبة %	27,38	14,55	13,57	7,79	36,68	100

Source : office national des statistiques.

و الشكل التالي يوضح ما تم انجازه فعلا مقارنة مع ما كان مقررا انجازه خلال هذا المخطط الشكل رقم(63): مقارنة ما كان مقررا انجازه مع ما تم انجازه خلال المخطط الخماسي الأول.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدولين رقم(60)، (61).

من خلال الشكل يتبين أنه ما كان مقررا انجازه و ما تم انجازه فعلا ، إذ أنه هناك عجزا في الانجاز ب 36.148 سرير أي بمعدل عجز قدره 71.04% ، هذا التأخر في الانجاز دلالة على الإهمال و قلة الاهتمام بالمشاريع السياحية ، هذا شكل عائقا كبيرا للقطاع السياحي ، ما أثر سلبا على طاقة الإيواء ، فعوض يتم انجاز المشاريع المقررة في المخطط ، يتم انجاز ما لم يتم انجازه في المخطط السابق ، و تأجيل مشاريع هذا المخطط للمخطط الذي يليه ، و بالتالي فإن

سياسة الدولة في المجال السياحي آنذاك غير رشيدة ، لأنها لم تقم على أسس سليمة ولم تحدد بدقة الوظائف التي تقوم بها السياحة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي ، لأنها استهدفت فقط تنمية القطاع للحصول على العملة الصعبة و خلق مناصب شغل ، و هما الهدفين الوحيدين التي عجزت السياسة السياحية على تحقيقهما منذ الاستقلال ، و بالتالي كان القطاع السياحي من القطاعات الأكثر إهمالا من طرف الدولة فيما يخص الاستثمار ، و يتبين أكثر من خلال تمويل الدولة للسياحة في مختلف المخططات التنموية .

ثانيا: مكانة قطاع السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني(1985/1989) .

جاء المخطط الخماسي الثاني لأجل إعادة الاعتبار للسياحة الداخلية ، بالإضافة إلى تسطير برنامج لاستقبال السياح الأجانب ، و من بين الأهداف التي سعى هذا المخطط لتحقيقها هي:

- مواصلة و متابعة التهيئة السياحية؛
- النهوض بالسياحة الحموية و المعدنية و المحطات المناخية ؛
- لامركزية الاستثمارات و تنويع المتعاملين (الجماعات المحلية ، القطاع الخاص ، مؤسسات عمومية أخرى)؛
- التحكم في الطلب السياحي ؛

و لتحقيق أهداف هذا المخطط ، خصصت السلطات غلاف مالي قدرته 1800 مليون دينار جزائري ، و ما يميز هذا المخطط هو إجراء إصلاحات إدارية ، تمثلت في إعادة هيكلة المؤسسات السياحية ، و من أهمها حل الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة ، و نتج عن حلها عدة مؤسسات هي :

- SN-altour: الشركة الوطنية ألتور بطبيعة جديدة مكلفة بتسيير الوحدات الشاطئية و الصحراوية ، موقعها بتيازة ؛
- SNHU: الشركة الوطنية للفنادق الحضرية ، و موقعها بالمدينة ؛
- ONCC: الديوان الوطني للمؤتمرات و المنتقيات المتمركزة بنادي الصنوبر البحري ؛
- ENET : المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ، و موقعها بالجزائر العاصمة ؛
- ONAT: الديوان الوطني الجزائري للسياحة ، و موقعها بالجزائر العاصمة.

و لكن ما يعاب عن عملية إعادة هيكلة المؤسسات ، هو عدم نجاعة عملية إعادة الهيكلة ، مما أدى إلى ظهور مشاكل أخرى نظرا لـ¹:

- غياب الكفاءة في التسيير ؛

- ارتفاع تكلفة الأجور (40%) من رقم الأعمال ؛

- كثافة عدد العمال بنسبة 17 %؛

- غياب التكوين و التأهيل للعمال .

هذا ما شكل عائقا آخر أمام السياحة الجزائرية و النهوض بها ، ففي الوقت الذي تجرى فيه الإصلاحات لتفادي المشاكل و استدراك النقائص ، تعمق هذه الإصلاحات هذه المشاكل و تزيد من عمقها و تراكمها ، مع العلم أن هذه المرحلة تزامنت مع انهيار أسعار البترول ، و بالتالي تراجع مداخيل قطاع المحروقات ، و تراجع احتياطي الصرف ، و مع نهاية فترة الثمانينات و بداية فترة التسعينات عرفت الجزائر تدهورا لوضعها الأمني ، مما زاد من حدة و تفاقم مشاكل القطاع السياحي للجزائر .

و بالتالي يمكن القول أن الفترة ما بعد الاستقلال إلى غاية نهاية التسعينات ، بقدر ما كانت في خدمة السياحة بقدر ما كانت تشكل عائق أمام النهوض بالسياحة الجزائرية .

¹- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي ، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، مساهمة من أجل إعادة تجديد السياسة

السياحية الوطنية ، ص44.

المبحث الثاني: معوقات الاستثمار السياحي .

تشير التقارير المعدة من قبل الهيئات المختلفة حول مناخ الاستثمار في الجزائر يبقى بعيدا عن طموحات الاقتصاد الجزائري و السير إلى الأمام نحو التنمية الاقتصادية من خلال إزالة كل العراقيل والحواجز التي تعترض الاستثمار ، حيث يشير التقرير المشترك بين اللجنة الأوروبية والمكتب الأمريكي شلومبرغر) الذي كشف عن جملة من العراقيل التي تقف أمام الاستثمار في الجزائر، إذ أكدت معظم الآراء على وجود عقبات كبيرة أمام تدفق الاستثمارات إلى الجزائر¹، وبما أن الاستثمار السياحي في الجزائر جزء لا يتجزأ من الاستثمار العام ، فكل العراقيل التي تقف أمام الاستثمار بصفة عامة تقف كذلك أمام الاستثمارات السياحية ، سواء كانت هذه الاستثمارات السياحية محلية أو أجنبية ، وبالتالي سوف نعالج في هذه النقطة أهم العراقيل التي تقف أمام الاستثمار السياحي في الجزائر .

المطلب الأول: عائق العقار السياحي .

يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب ، نظرا لتعدد إجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى ، وحاليا لا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من العراقيل والممارسات منها ما هو موضوعي ، ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة و المضاربة في العقار .

أولاً: أنواع العقار وخصائصه .

يتم تصنيف العقار في الجزائر إلى عقارات خاصة بالجانب السكني التي تضم الشقق والمنازل ، وعقارات تجارية لمحلات البيع والمراكز التجارية ، والعقارات الزراعية و الفلاحية ، وهناك أيضا عقارات الإدارات العمومية والحكومية ، بالإضافة إلى العقارات الصناعية .²

¹ - منصورى الزين ، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 02 ، ص 139.

² - بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي ، مجلة الباحث ، العدد 05 ، 2007 ، ص 61.

شهد العقار في الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية موجة من المضاربة والسمسرة ، إذ أصبح العقار مصدرا للثراء والربح السريع ، مما ألحق أضرارا جسيمة بالاقتصاد الوطني ، وتعطيل العديد من المشاريع التنموية ، بالإضافة إلى تحويل العديد من الأراضي الزراعية لغرض البناء ، وهي ظاهرة استفحلت كثيرا في الجزائر ، حيث أصبح توسع المباني على حساب الأراضي الخصبة الصالحة للزراعة دون تدخل الجهات المختصة لوقف مثل هذا الزحف على الأراضي الزراعية ، حيث يهدد هذا كثيرا الزراعة والفلاحة الجزائرية في المستقبل .

ضف إلى ذلك احتكار البلديات للأراضي وفرض أسعار إدارية ساهمت في انتشار مشكلة المضاربة في العقار ، بالإضافة إلى تحويل جزء من الأراضي خصصت لتشجيع الاستثمار وأدرجت بطرق مختلفة وغير قانونية ضمن المساحات المخصصة للبناء ، ولقد عملت كل الأسباب السابقة الذكر إلى تعميق مشكلة العقار في الجزائر وعملت على خلق سوقا موازية للعقار والمضاربة فيه ، مما قلصت من إتاحة الفرصة أمام الاستثمار في الجزائر¹ ، وتعرض عملية الحصول على العقار لأجل الاستثمار عدة مشاكل منها :

- طول مدة رد الهيئات المكلفة بتخصيص العقار ؛
- ثقل الإجراءات وتقديم نفس الملفات أمام هيئات ترقية الاستثمار؛
- تخصيص أراضي بتكاليف كبيرة تتمثل في تكاليف التهيئة .

ثانيا: إشكالية العقار السياحي .

يتطلب النشاط في العقار السياحي موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية من فنادق ومراكز سياحية، وهنا نذكر عدة تلاعبات وعمليات مضاربة استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال ، وعليه جاء القانون 03/03 الصادر في 2003/02/17 والمتعلق بالمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية فقد جاء في المادة 20 منه ما يلي " يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص".

¹ - بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل ، مرجع سبق ذكره، ص62.

ورغم هذه الإجراءات القانونية إلا أنه تبقى هناك عراقيل حالت دون تثمين مناطق التوسع السياحي ومنها:

- الانقطاع الملاحظ في مجال متابعة وإتمام المشروع الإجمالي للتوسع السياحي؛
 - عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي؛
 - عدم استكمال معظم دراسات التهيئة والتي لم تنتهي فيما يخص مراحل الانجاز والتمويل؛
 - عدم وجود الأدوات والآليات المختصة في تسيير العقار السياحي؛
 - قلة الموارد المالية للدراسات العامة للتهيئة السياحية وتجهيزها بالمرافق الأساسية.
- و الاستثمار السياحي في الجزائر عادة ما يصطدم بمشكل تعدد ملكية نفس الوعاء العقاري ، سواء كان ملكية خاصة ، ملكية وطنية عامة أو ملكية وطنية خاصة ، ضف إلى ذلك فالمستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا يعاني من غلاء العقار في الجزائر مقارنة مع ما هو موجود في الدول المجاورة ، إذ أن اقتناء عقار لأجل إقامة مشروع عادة ما تكلف من 20 إلى 30% من رأس المال المستثمر.¹

بالإضافة إلى كل هذا نجد العقار السياحي يواجه عدة عراقيل ومشاكل أخرى هي:²

- الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي وانتشار البناءات الفوضوية وغير الشرعية بهذه المناطق؛

- تراجع مساحات مناطق التوسع السياحي نظرا للتدهور الحاصل في المواقع السياحية ؛
- تدهور الموارد الطبيعية من خلال نهب الرمال وغياب قواعد العمران ، مما أدى إلى تغيير الموارد عن طبيعتها السياحية ؛
- تعرض العقار السياحي للمضاربة في الصفقات العقارية ، وذلك بالأراضي الواقعة بالمناطق التوسع السياحي.

¹ - محيطنة مسعود، معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر ، الملتقى العلمي الثامن حول : تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر ،دراسة حالة بعض الدول العربية و الإسلامية ،مرجع سبق ذكره ، ص11.

² - بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل ، مرجع سبق ذكره، ص64.

المطلب الثاني: العوائق الإدارية والقانونية للاستثمار السياحي.

عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت الباب أمام الاستثمارات السياحية ، فوضعت العديد من الامتيازات بغية جلب الاستثمارات الأجنبية في المجال السياحي ، ولكن في واقع الأمر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري ، ومن أهم هذه العراقيل نجد الإجراءات الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي.

أولاً: كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية.

رغم التسهيلات التي تقدمها الجزائر للمستثمر السياحي إلى أن الواقع يكشف أن الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر من خلالها إلى أداء 14 مرحلة كاملة قبل الوصول إلى إنشاء مؤسسته ، مع العلم أن المستثمر في كل من تونس والمغرب يمر بمراحل ما بين 5 إلى 9 مراحل إدارية¹ ، و نجد كذلك المستثمرون يشكون كثيرا من العراقيل الإدارية وانتشار البيروقراطية الشديدة كالبطء في العمل الإداري و صعوبة فهم الموظف في الدولة لتفاصيل طلب المستثمر ، والفساد الإداري... الخ² ، بالإضافة إلى تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغييرات في القوانين وانتشار الفساد في تطبيق القانون ، هذه الممارسات السلبية أثرت سلبا على الاقتصاد الوطني ، إذ نجد أن المستثمر الإماراتي الذي كان ينوي خلال سنة 2000 إقامة استثمارات كبيرة في مجال البناء والسياحة واجه العديد من العراقيل البيروقراطية ، مما جعله يغير وجهت استثماراته إلى المغرب لإقامة مشاريعه بفضل التسهيلات التي منحت له في المغرب ، حيث قدرت هذه الاستثمارات بحوالي 18 مليار دولار منها 09 مليار دولار في قطاع السياحة ، من خلال إنشاء فنادق ومراكز سياحية في كل من الدار البيضاء ومراكش والرباط و طنجة³.

¹ - تيري يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

² - منصور الزين ، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر ، مرجع سبق ذكره ، ص142.

³ - تيري يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص12.

ثانيا: الفساد الإداري وغياب الشفافية.

كثرة العراقيل وتعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي ، هذه المظاهر السلبية تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري* ، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق الغير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسهيل الإجراءات والحصول على الخدمة ، فيكون الفساد صغيرا من حيث الحجم عندما تكون فيه الرشوة صغيرة ، وهذا ما هو منتشر لدى صغار الموظفين والمسؤولين الحكوميين على المستوى المحلي ، ويكون الفساد كبيرا عندما يقوم مسؤولين سياسيون كبار باستعمال الأموال العامة لصالحهم واختلاسها والحصول على رشاي كبيرة عند إبرام الصفقات والعقود.¹

إن ظاهرة الفساد الإداري تؤدي إلى عزوف المستثمرين على الاستثمار نظرا للصعوبات والعراقيل التي يتعرضون إليها من جراء هذه التصرفات، ضف إلى ذلك فإن انتشار الفساد يقضي على التنافسية والمعاملة العادلة ، ويؤدي إلى انتشار الجرائم الاقتصادية ، كما يعمل كذلك على عدم توفر الشفافية في المعاملات التي لها علاقة بالاستثمار ، إذ تعد الشفافية عنصرا مهما بالنسبة للمستثمرين .

ثالثا: تدهور الاستقرار السياسي .

يلعب الاستقرار السياسي دورا مهما وذا أثر فعلي على توافد الاستثمارات السياحية ، وخلال فترة التسعينات عاشت الجزائر أزمة سياسية أثرت سلبا على مكانة الجزائر الدولية ، مما

* الفساد: إن لهذا المصطلح عدة معاني منها سوء استخدام المنصب " السلطة" لأغراض شخصية ، ويكون ذلك بابتزاز المتعاملين أو الحصول على الرشوة .

ويعني الفساد في موسوعة العلوم الاجتماعية " الفساد هو سوء استخدام النفوذ العام لتحقيق أرباح خاصة: وقد يكون الفساد في شكل عمل فردي في حالة قيام المسؤول بأعمال ممنوعة بمفرده ، ومن بينها الاحتيال ، الاختلاس والمحسوبية والحصول على مبالغ مالية مقابل الإسراع وتسهيل العمليات التي تدخل تحت اختصاصه.

¹ - بلوج بولعيد، معوقات الاستثمار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 04، ص 71 .

أدى إلى تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع و ذلك من قبل مراكز التقييم الدولية* ، هذه الوضعية التي مرت بها الجزائر جعلت المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها وزيارتها.

رابعاً: غياب التكتلات السياحية الدولية والعربية .

عدم انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة جعلها في وضعية تنافسية أقل مقارنة مع الدول المتقدمة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية ، وهذا نظراً لما في هذا الانضمام من شروط وإجراءات التي هي في صالح الشركات الأجنبية والتي لم تصادق عليها الجزائر ، إذ أن أكبر الدول استقطاباً للاستثمارات السياحية هي الدول المنظمة للمنظمة العالمية للتجارة¹ ، لأن الاستثمار في المشاريع الخدمية وخصوصاً السياحية منها غالباً ما ينظر إليها على أنها نشاط محفوف بالمخاطر ، لذلك فعل الرغم من توفر المقومات الطبيعية فإنه من الصعب بمكان الحصول على التمويل اللازم للمشاريع السياحية ، نظراً لغياب الانخراط في المنظمات ، حتى وإن نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع².

و رغم صور التعاون العربي في قطاع السياحة من خلال إبرام الاتفاقيات السياحية الثنائية بين عدد كبير من الدول العربية ، تحولت فيما بعد إلى تعاون متعدد الأطراف في إطار جامعة الدول العربية ، حيث تم إنشاء المجلس الوزاري العربي للسياحة عام 1997 في إطار جامعة الدول العربية بغية تعزيز السياحة العربية البينية ، ومع كل هذا تبقى نسبة مساهمة

* مراكز التقييم الدولية : تقوم وكالات التصنيف الائتماني بشكل عام بتقييم المخاطر المتعلقة بإصدارات الدين سواء للشركات أو الحكومات ، وتعد قدرة المصدر على الوفاء بتسديد فوائد الدين والإقسط المترتبة عليه أهم مؤشر للجدارة الائتمانية التي تبني عليها التصنيفات من قبل هذه الوكالات ، ويوجد العديد من وكالات التصنيف الائتماني في العالم ، إلا أن هناك ثلاث شركات بالتحديد يطبق عليها الشركات الثلاث الكبرى وهي " ستا ندر أندبورز و موديز وفيتش" وكلها شركات أمريكية المنشأ .

¹ - بلوج بولعيد، معوقات الاستثمار في الجزائر، الملتقى الدولي الثاني حول " البحث في سبل تنشيط وترقية الاستثمارات في اقتصاديات الدول المتقدمة- حالة البلدان العربية والجزائر، جامعة سكيكدة ، ص11.

² - دبورز نبيل ، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي ، مع الإشارة

خاصة إلى السياحة البيئية ، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية ، 2004 ، بتصرف، ص15.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

الاستثمار السياحي في الاستثمار المحلي متفاوتة من دولة عربية إلى أخرى بشكل كبير ، حيث تشير إحصائيات منظمة العالمية للسياحة لعام 2007 إلى ارتفاع نسبة الاستثمار السياحي إلى جملة الاستثمار المحلي في كل من السودان ب 32.9% والإمارات ب 30.6% وليبيا ب 28.7% في حين تصل هذه النسبة إلى أدنى مستوياتها في الجزائر ب 5.9% والبحرين ب 6.4% والسعودية ب 6.5%¹ ، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (62): أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة 2007.

الدول	مساهمة الاستثمار السياحي من الاستثمار المحلي (%)	معدل النمو
الأردن	17.9	1.7
الإمارات	30.6	15.7
البحرين	6.4	51.9
تونس	16.9	1.7
الجزائر	5.9	9.2
جزر القمر	24.6	20.7-
السعودية	6.5	11
السودان	32.9	5.6
سوريا	7.4	2
عمان	7.2	17.3
قطر	13.6	17.6
الكويت	8.7	25.4
لبنان	11.8	12
ليبيا	28.7	12.9
مصر	16.3	10.6
المغرب	13	4.9
اليمن	10.8	7.8

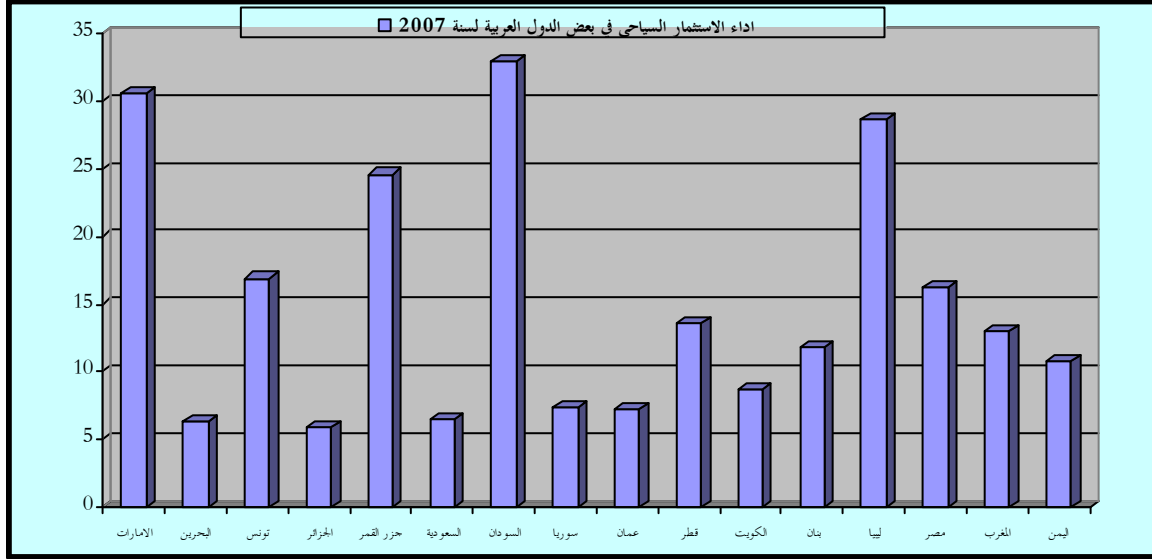
Source : world travel et tourism council(2007), world travel et tourism navigating the path ahead, the 2007 travel and tourism economic research

¹ - التعاون العربي في قطاع السياحة ، الفصل الثاني عشر ، ص 220.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

يمكن ترجمة أرقام الجدول إلى الشكل التالي ، بغية توضيح أكثر مكانة الاستثمار السياحي في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية الأخرى.

الشكل رقم(64): أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة 2007.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (62).

تظهر بيانات الشكل أن نسبة مساهمة الاستثمار السياحي من إجمالي الاستثمار في الجزائر بلغت 5.9% و هي نسبة ضعيفا جدا مقارنة مع بعض الدول العربية المجاورة كتونس مثلا حيث بلغ فيها نسبة مساهمة الاستثمار السياحي 16.9% والمغرب 13% ومصر 16.3% ، هذا يدل على أن الاستثمار السياحي في الجزائر لا يزال عاجزا عن استقطاب المستثمرين الأجانب في هذا المجال ، نظرا لمختلف العقبات التي لا يزال يعاني منها مناخ الاستثمار في الجزائر بصفة عامة والاستثمار السياحي بصفة خاصة .

المطلب الثالث: العوائق الاقتصادية للاستثمار السياحي .

إضافة إلى المشاكل و العوائق الإدارية و القانونية التي سبق ذكرها و التي تجعل من الاستثمار السياحي أمرا صعبا للغاية ، توجد هناك عوامل أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها تقف عائقا آخر أمام هذا النوع من الاستثمارات ، حيث نجد صعوبات حصول المشاريع السياحية على التمويل ، ومعوقات مرتبطة بالمنظومة الجبائية و غياب الحوافز المشجعة لجلب هذا النوع من الاستثمار ،

بالإضافة إلى نقص المنافسة ، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذه النقطة .
أولا: إشكالية تمويل الاستثمار السياحي .

صعوبة الحصول على تمويل الاستثمارات السياحية راجعا أساسا إلى غياب المؤسسات المالية و البنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار السياحي ، وهذا العامل هو السبب الرئيسي في نظر المستثمرين ، مما أدى إلى نقص الاستثمارات السياحية، ضف إلى ذلك فالمستثمر ينظر إلى النظام البنكي الجزائري على أنه غير ذو فعالية وغير قادر على متطلبات الاستثمار ، وعلى هذا الأساس فإن النظام البنكي الجزائري أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب ، بحيث أنه لا يستجيب لشروط و متطلبات التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر ، فهو يفتقر إلى الخبرة المهنية لدى المشرفين على البنوك ، بالإضافة إلى الاعتماد على الطرق الكلاسيكية و التقليدية في تسيير البنوك ، مع هيمنة القطاع العمومي على النظام البنكي ، حيث تسيطر البنوك العمومية على السوق بنسبة تتجاوز 92% في المقابل البنوك الخاصة لا تتعدى 8%¹ .

ونجد كذلك البنوك الجزائرية غير قادرة على تمويل الاستثمارات السياحية ، إذ أن إنشاء مثل هذه الاستثمارات تتطلب تمويل كبير ، نظرا لما ستوفره هذه الاستثمارات السياحية من مرافق متعددة(صحية ، رياضية، ترفيهية، الاستجمام) حيث تتلاءم مع رغبات السياح، وحاليا فإن القدرات التمويلية الوطنية متوفرة وتسمح بتمويل جل الاستثمارات السياحية ، وعلى الرغم من ذلك يصعب الوصول إلى هذه الموارد ثم كيفية استخدامها ، ضف إلى ذلك القروض المقدمة في إطار الاستثمارات السياحية غير مشجعة نظرا لكون معادلات الفائدة عليها مماثلة و ليست منافسة لباقي القروض الممنوحة للأغراض غير الاستثمارية² .

¹ - تيري يوسف ، مرجع سبق ذكره، ص08.

² - مجيطة مسعود ، مرجع سبق ذكره، ص08.

بالإضافة إلى ذلك الاستثمار في المجال السياحي يتميز بنوع من الخصوصية منها :¹

- مدة تنفيذ المشاريع السياحية طويلة نوعا ما حيث تصل إلى 05 سنوات ؛

- تتعدد مجالات الاستثمار السياحي وتنوع ، حيث تشمل الاستثمار في بناء وتشغيل وتطوير الفنادق والمطاعم ومراكز الاستشفاء ، ومراكز الرياضة والترويج والقرى السياحية والبواخر السياحية و سياحة المحميات ، بالإضافة إلى المشروعات الكبرى مثل تخطيط المدن السياحية المتكاملة وشركات السياحة ووكالات السفر و وسائل النقل السياحي ؛²

- المشاريع السياحية تتطلب استثمارات ضخمة وذات أسعار فائدة مرتفعة ، وهذا ما يعد أحد المشاكل التي تحول دون وصول الاستثمارات إلى مناطق التوسع السياحي التي شهدت ومازالت تشهد تداولاً عليها من قبل الأجانب ، دون أن يفضي ذلك إلى استثمارات حقيقية ؛³

- طول الآجال الخاصة بالوصول إلى مرحلة مردودية المشروع ، وهذه الفترة تمتد إلى (03) سنوات انطلاقاً من بداية سير المشروع ، وبالتالي فالمشروع السياحي لا يدخل مرحلة المردودية إلا بعد مرور حوالي (08) سنوات ، حيث يكون رأس المال المستثمر مقيد وجامد في شكل بنايات وتجهيزات ، هذا ما يجعل القروض البنكية المقدمة لتمويل الاستثمارات السياحية لفترات قصيرة ومتوسطة لا تتماشى مع وضعية هذا النوع من الاستثمارات التي تحقق أرباح لتغطية القروض على المدى الطويل، وهذا ما شكل عائقاً أمام الحصول على القروض البنكية لتمويل المشاريع السياحية .

ومن هذا المنطلق نجد أن عدد المشاريع الاستثمارية السياحية التي تعاني من تعثر بسبب مشاكل وغياب التمويل وصلت حوالي 125 مشروع سنة 2005 ، ومع نهاية سنة 2008 وصلت عدد المشاريع السياحية المتعثرة بسبب غياب التمويل إلى 217 مشروعاً ، حيث توفر

¹ - بن تقات عبد الحق و بن جروة حكيم ، مستقبل السياحة الجزائرية وسبل ترفيتها ، مع الإشارة لمشاريع التنمية

السياحية المعتمدة من طرفها ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، مرجع سبق ذكره، ص10.

² - التعاون العربي في قطاع السياحة ، مرجع سبق ذكره، ص220.

³ - صديقي سعاد ، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية - دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيبل ، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة منتوري - قسنطينة ،

2006/20005، ص129.

هذه المشاريع طاقة استيعابية قدرت ب 19.231 سرير ، وفي بعض الأحيان تم التخلي عن العديد من هذه المشاريع ، وأحيانا أخرى يتم تغيير وجهة مشاريع أخرى¹.

ثانيا: ضعف الحوافز الموجهة أساسا للاستثمارات السياحية .

تعتمد الدولة في الكثير من الأحيان على سياسة تقديم الحوافز العامة بدلا من الحوافز الموجهة لتشجيع الاستثمار السياحي ، التي أثبتت أنها أكثر نجاعة من اعتماد سياسة مفتوحة للإعفاءات أو الحوافز التي تشمل كل القطاعات و الصناعات ، وهذا هو الإشكال المطروح في قانون الاستثمار الجزائري ، حيث نجده يقدم حوافز متنوعة بما فيها الحوافز الضريبية إلى جميع القطاعات الاستثمارية دون تحديد قطاعات بعينها ، وبالتالي فهي يفتقر إلى التفصيل فيما يخص القطاعات ومنها القطاع السياحي ، في حين نجد بعض الدول المجاورة كتونس مثلا يتم فيها توجيه الحوافز الضريبية إلى المشاريع الخاصة بالقطاع السياحي ، ما أثر بصفة إيجابية على الاستثمارات السياحية بها².

¹ - قرومي حميد وحميدي عبد الرزاق، السياحة في الجزائر : الواقع وآفاق التطوير ، الملتقى الوطني حول السياحة في

الجزائر الواقع والآفاق ، ص14.

² - تيري يوسف ، مرجع سبق ذكره ، ص11.

المبحث الثالث: ضعف الثقافة السياحية وتراكم المشاكل البيئية .

إذا كان المجتمع تغيب عليه الثقافة السياحية ، فهذا يؤثر سلبا على القطاع السياحي في حد ذاته ، و البيئية هي الأخرى تلعب دورا مهما جدا في تحسين الصورة السياحية للبلاد ، و لهذا تسعى حاليا الجزائر إلى حصر مشاكلها البيئية و التقليل منها ، خاصة في المناطق السياحية.

المطلب الأول: غياب الثقافة السياحية.

تتطلب السياحة التعامل مع السياح بالصدق والأدب والترحاب لإعطاء الانطباع الحسن عن النفس أولا وعن البلد بشكل عام ثانيا، بالإضافة إلى تكوين فرص الاستفادة من التعارف الثقافي ما بين الشعوب والاقتراب من ثقافة السياح وحتى مظاهرهم وسلوكياتهم ، مع التعامل بنوع من الحذر وبخطط حكيمة لحماية البلدان والشعوب من المظاهر المسيئة ثقافيا وعقائديا ، وحتى يتوفر كل هذا كان لا بد من توفر نوع من الثقافة السياحية لدى المجتمع المحلي المستقبل للسياح ، بغية التعامل وفق المنهج المذكور ، فهل للمجتمع الجزائري ثقافة سياحية ؟ ، هذا ما سوف نعرفه.

أولا: الثقافة السياحية والمؤسسات القائمة عليها.

تعرف الثقافة السياحية على أنها " القيم و الاتجاهات والعادات وأشكال السلوك المشتركة بين أعضاء المجتمع والتي تنتقل من جيل لآخر " ، كما تعرف على أنها " الإبداع الروحاني والفني الذي يبتدعه الإنسان لكي يحقق أهدافه التي ترمي إلى الكمال وإبراز كيان العالم الذي يعيش فيه"¹.

كما أن الثقافة السياحية هي " امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات و القيم ، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتكلات والمظاهر السياحية ، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع المؤسسات و الأماكن السياحية و السياح "².

¹ - مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد علي الدباغ ، مرجع سبق ذكره، ص113.

² - هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص48.

ومنه فالثقافة السياحية هي جزء من الثقافة التي هي من صنع الإنسان، والتي تعبر عن مجموعة خبراته ، كما تساهم الثقافة السياحية في زيادة طلب الفرد على السياحة ، فالعلاقة بين المستوى الثقافي للفرد و السياحة علاقة طردية .

و تتنوع و تختلف أطراف نشر الثقافة السياحية حيث تلعب الأسرة دورا كبيرا في نشرها باعتبارها هي النواة الأولى لتشكيل الناشئين ، وغرس القيم الايجابية عن السياحة لدى الأطفال والشباب وكيفية التعامل مع السياح وحسن استقبالهم ، وعدم التأثر و الاندماج في ثقافتهم ، وتقوم المؤسسات التربوية و الجامعية كذلك بتزويد المتدربين والطلبة بالمعلومات والمهارات السياحية من خلال إدراجها في المناهج التربوية ، كما تقوم وسائل الإعلام والاتصال بدور مهم في نشر الثقافة السياحية من خلال تعريف السياح بالمواقع السياحية ، كما تقوم بعرض البرامج الثقافية عن المواقع السياحية وإبراز المغريات السياحية من تسهيلات سياحية ووسائل النقل والراحة .

ثانيا: أسباب تراجع الثقافة السياحية في الجزائر .

أثبتت الدراسة التي قامت بها مجلة "تيوتورز" TEOTORS " في الفترة الممتدة بين 1985 إلى 2005 أن السياحة تقوم على ركيزتين هما ، الصناعة السياحية و التجارب ، والمناطق و الثقافة ، و أكد رئيس الملتقى حول تنمية السياحة كمورد متجدد وعون لمحاربة الفقر والتخلف المنعقد بمدينة تمراست بأن سبب عدم تنمية الاقتصاد السياحي في الجزائر لا يعود إلى العشرية السوداء أو إلى ضعف الهياكل القاعدية فقط ، وإنما يمتد إلى مشكلة الذهنيات و الثقافة¹ .

و بالنظر إلى معتقدات المجتمع الجزائري و قيمه نجد أنه ينظر إلى بعض المهن على أنها أقل قيمة ، كتلك التي تعتمد على الجاملات التي هي أساس الخدمات السياحية ، و خاصة ما يتعلق منها بخدمات الضيافة (الاستقبال و الضيافة) ، أو تلك المرتبطة بالصناعات التقليدية و الحرفية ، و نقص الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري يجعله أيضا لا يفرق بين السائح و الضيف ، فمنهم من ينظر إلى السائح على أساس أنه ضيف مما يستدعي التكفل به من حيث مصاريف تحركاته و

¹ - حبة نجوى و حبة ودیعة ، الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي الجزائري ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة " ، مرجع سبق ذكره ، ص15.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

تنقلاته و استهلاكه ، فعوض أن تستفيد السياحة الجزائرية من مداخل بالعملة الصعبة من السياح الأجانب ، فتكون مداخلها من الاستهلاكات المحلية و بالعملة الوطنية¹ .

هناك مجموعة من الأسباب تسببت إنتاج ثقافة وطنية سلبية بالنسبة لممارسة الأنشطة السياحية في الجزائر ومن أهمها ما يلي:²

- غياب دراسة واضحة عن الأجهزة المسؤولة عن النوعية السياحية في كل منطقة من قبل وزارة السياحة باعتبارها صاحبة الاختصاص في القطاع السياحي ، سواء كان ذلك على مستوى الجماعات المحلية أو الهيئات الجهوية ؛

- عدم التركيز على وضع خطة عمل مشتركة بين الأجهزة الخاصة بنشر الثقافة السياحية والأجهزة الأخرى المعينة لها من وسائل الإعلام المختلفة ، سواء المسموعة أو المرئية أو المكتوبة؛

- غياب التنسيق بين القطاعات الإنتاجية والخدمية والتي تتداخل أعمالها مع النشاط السياحي؛

- ضعف غرس الإحساس والإدراك السياحي لدى الأفراد منذ نشأتهم في مختلف الأطوار التعليمية المختلفة؛

- غياب برامج لتنظيم الرحلات بهدف زيارة المعالم السياحية داخل الوطن؛

- قلة المدارس والمعاهد و الجامعات التي تهتم بتعليم أصول صناعة السياحة وفقا لبرامج تتماشى مع التطورات الحديثة لصناعة السياحة في العالم؛

- صعوبة التعامل مع السياح الأجانب من قبل المحليين نظرا لاختلاف اللغات بينهم؛

- غياب دور المجتمع المدني كالجمعيات والمنظمات السياحية في لعب دورها في نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري وتعريفه بالمناطق والمواقع السياحية في بلاده ؛

- تراجع كبير في الصناعات التقليدية من حيث تنوعها وكميتها ودرجة إتقانها ، إذ أصبحت تباع في السوق السياحية الجزائري الأواني الفخارية التونسية و الحلبي المصرية والتركية والألبسة التقليدية المغربية والسورية.

¹ حبة بنجوى و حبة ودبعة ، مرجع سبق ذكره ، ص16.

² شبايكي سعدان وحفيظ مليكة ، لماذا لا تلعب السياحة دورا في التنمية في الجزائر؟ ، الملتقى العلمي الدولي الثامن ، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر ، وفي بعض الدول العربية و الإسلامية ، مرجع سبق ذكره، ص10.

وبما أن للسياحة دور هام في تطوير وتنمية الاقتصاد الوطني وجب أن تكون محل اهتمام من قبل جميع الأطراف في الدولة ، سواء الحكومة أو الجمعيات والمجتمع المدني ، فدور تفعيل الثقافة السياحية مهمة للجميع على كل المستويات.

المطلب الثاني: مظاهر تلوث البيئة السياحية في الجزائر.

خلال السنوات التي تلت الاستقلال اختارت الجزائر نموذجا ملائما لحالتها ، بلد سائر في طريق النمو ويستطيع أن يفتح طريقا مختصرا سريعا للتنمية ، ولقد ترتبت عن مراحل هذه التنمية آثار سلبية على البيئة ، وبالتالي الإسراع في تنفيذ خيار التنمية المبني على تكثيف استغلال الموارد الطبيعية ، خاصة في ميادين المحروقات والصيد البحري و الفلاحة و الغابات ، والدور المركزي للقطاع العمومي المفتقر لنظام ترشيد اقتصادي و إيكولوجي ، قد سمح فعليا بإحراز نتائج حسنة في نوعية حياة المواطنين الجزائريين ، لكن ذلك كان على حساب البيئة التي كلفها احتلال في توازنها.

حيث بدأ التلوث الايكولوجي يظهر للعيان ، و قد كان تقرير البنك العالمي حول الجزائر الصادر في أوت 1989 حول السياق الاقتصادي و الاجتماعي ، قد حمل أو عناصر التفاعل بين السكان و البيئة ، مشيرا بذلك إلى بداية التلوث البيئي في الجزائر¹.

أولاً: التلوث الحضري.

يمكن إجمال التلوث الحضري من خلال :

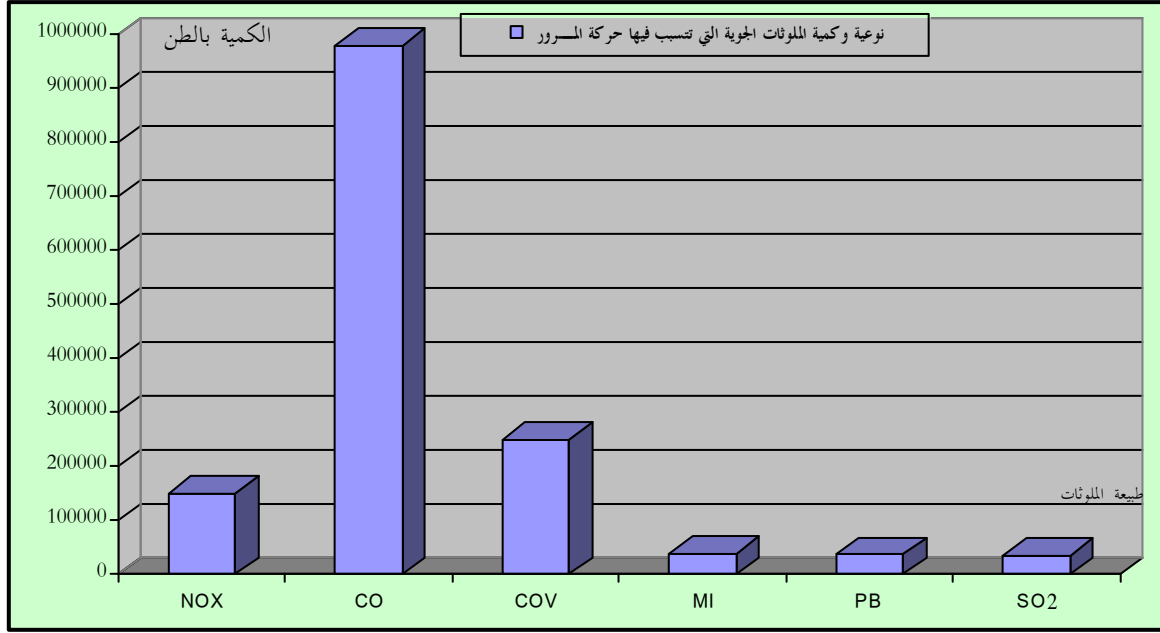
أ- التلوث الجوي: يرجع السبب الرئيسي لتلوث الجو في المناطق إلى حركة مرور السيارات و حرق النفايات الصلبة ، وأهم الملوثات المسببة للتلوث الجوي نجد أكاسيد الأزوت (NOX) ، وأكسيد الكربون (CO) ، والمكونات العضوية المتطايرة الميثانية (COV.NM) ، والمواد الجزئية (NI) والرصاص (PB) والديوكسيد الكبريت (SO2) ، مع العلم أن معظم هذه الملوثات تنتشر في ولايات شمال البلاد ، مع تركيز هذا النوع من التلوث في ولايات الوسط منها الجزائر العاصمة

¹ -Garbi ait belgacem , **population et environnement** , CENEAP, Alger , 1992 , p12.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

والولايات المجاورة لها (البلدية، تيبازة، بومرداس، البويرة، المدية) ، حيث تستحوذ هذه المناطق على 40% من الحظيرة الوطنية للسيارات¹، و الشكل التالي يوضح نوعية وكمية الملوثات الجوية التي تسبب فيها حركة المرور.

الشكل رقم(65): نوعية وكمية الملوثات الجوية التي تسبب فيها حركة المرور.



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة ، تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر، 2000، ص133.

يتضح من خلال الشكل أن أكسيد الكربون يساهم بنسبة كبيرة في تلويث الجو ، ثم يليه المكونات العضوية المتطايرة الميثانية ثم أكسيد الأوزون ، وجل هذه الملوثات ناتجة عن السيارات بمختلف أنواعها.

ويعتبر كذلك إحراق النفايات في الهواء الطلق من أسباب الكبرى لتلوث الجو ، فهذه العمليات الإحراقية تساهم بقدر كبير في تدهور نوعية الهواء ، مع العلم أن هذه النفايات هي مزيج بين النفايات المنزلية والصناعية والاستشفائية² .

¹ - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة ، تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر ، مرجع سبق ذكره، ص133.

² - عوينان عبد القادر، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص : نقود مالية وبنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب -البلدية، 2008، ص99.

ثانيا: التلوث الصناعي.

تعتبر الصناعة مسؤولة بقدر كبير عن التلوث الحاصل على المستوى الوطني ، حيث تسببه الصناعات البتروكيميائية والكيميائية وتحويل المعادن والصناعات الحديدية ، ومن بين المشاكل التي تعاني منها البيئة نتيجة هذا النشاط تلوث المياه بسبب تفريغ السوائل الصناعية في مصادر المياه (الأهوار والأودية) ، وتلوث الجو الناجم عن ملفوظات مادة ديوكسيد الكبريت (SO₂) وأنواع الغبار وأكسيدات الأزوت (NOX)، وقد أثبتت الدراسة التي قامت به الحكومة بمعية البنك العالمي ، من تقييم للنفايات الخطرة ، و كذلك بالتعاون مع برنامج المساعدة التقنية لحماية البيئة المتوسطة ، أن التلوث الذي أحدثته مصانع القطاع العمومي الموجودة على طول الشريط الساحلي ، و لا سيما الواقعة منها حول المراكز الحضرية ، مثل عنابة ، سكيكدة يمثل خطرا حقيقيا يجب الالتفات إليه ، و خاصة عندما يتعلق الأمر بالصحة العمومية¹ .

تنتج المؤسسات الصناعية سنويا أكثر من 220 ملون متر مكعب من المياه المستعملة وهي محملة ب 8000 طن من المواد الأزوتية ، كما أن القدرة على تنقية الشوائب الصناعية الجزائرية يمثل حوالي 20 مليون متر مكعب في السنة أي 10% من حجم المياه المستعملة كليا² ، ومع ذلك معظم النفايات الصناعية يتم التخلص منها في غالب الأحيان في أماكن خلوية Des décharges sauvages ، وكمحاولة لاحتواء التلوث الصناعي قامت الدولة بوضع مشروع مراقبة التلوث الصناعي سنة 1994 ويخص أساسا الناحية الشمالية والجنوبية للبلاد ، يهدف هذا المشروع إلى تحقيق ما يلي :

- تحقيق نجاعة للإطار المؤسسي والقانوني؛
- تشكيل نظام متابعة لتحقيق المشروع؛
- إعادة دفع الاستثمارات للتقليل من الغبار والنفايات و الانبعاثات الغازية؛
- تشجيع الدراسات القطاعية والمراجعات البيئية.

¹ - عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ،

مرجع سبق ذكره ، ص100.

² - Rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement 2005. p208

هذا ويسعى المخطط الوطني لتسيير النفايات الخاصة (PNAGDES) * إلى تسيير العقلاني للنفايات الخاصة و المستمد من الإستراتيجية الوطنية للبيئة و المخطط الوطني للأفعال البيئية والتنمية المستدامة (PNAEDD) ** وجاء هذا المخطط بالمبادئ التالية:

- التخفيض من النفايات عند عملية الإنتاج؛
- تنظيم عملية الفرز وتجميع ونقل ومعالجة النفايات؛
- الانتفاع بالنفايات وتدويرها؛
- المعالجة الايكولوجية العقلانية للنفايات؛
- الإعلام التحسيسى للمواطنين بمخاطر النفايات وأثرها على الصحة والبيئة.

يتضح من خلال تشخيص المشاكل التي تعاني منها البيئة في الجزائر أنها تشكل عاملا من عوامل تراجع السياحة في البلاد ، وإقامة تنمية سياحية مستدامة أمر يترتب عليه الحفاظ على تنوع الأنظمة البيئية الموجودة ، لأنها تمثل غالبا القاعدة الأساسية التي يقوم عليها النشاط السياحي ¹ ، فالتنمية السياحية المستدامة تعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر بالمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح من خلال استغلال الموارد والانسجام والتطور التكنولوجي .

و حاليا هناك اتجاهات حديثة تعمل على التوافق بين البيئة والسياحة من خلال منح الأنشطة السياحية الموافقة مع البيئة عدة شهادات هي : ²

- شهادة السياحة الخضراء؛

- شواطئ الراية الزرقاء؛

- الفنادق الخضراء؛

- فكرة الفندق البيئي؛

* PNAGDES :Plan national de gestion des déchets speciaux

** PNAEDD : Plan national d'actions environnementales et du développement durable

¹ - أحمد الجلاد ، السياحة بين النظرية و التطبيق ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 1997 ، ص 51.

² - يسرى دعبس ، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، مصر ، 2004 ، ص 24.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

- شهادة الايزو 14000* لضمان الجودة البيئية.

ثالثا: الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في الجزائر .

يوضح الجدول التالي مجمل مؤشرات التدهور السياحي الناتجة عن الأضرار البيئية.

الجدول رقم(63): الخسائر السياحية بسبب تدهور الوضع البيئي في الجزائر(الوحدة:الدينار الجزائري)

القيمة السنوية الكلية (مرتفعة)	القيمة السنوية الكلية (منخفضة)	الناتج الداخلي الخام (مرتفعة)	الناتج الداخلي الخام (منخفضة)	
180.000.000	60.000.000	0.35	0.12	الخسائر الاقتصادية للسياحة بسبب تدهور الشواطئ (نسبة تواجد السياح و سعر الفنادق)
16.666.667	16.666.667	0.03	0.03	خسائر بسبب الفرص الضائعة في السياحة
200.000.000	120.000.000	0.39	0.23	خسائر دورية بسبب الشواطئ المغلقة
396.666.667	196.666.667	0.77	0.8	خسائر مباشرة كلية في تسيير السياحة الشاطئية

المصدر: سامي رشيد، أثر تلوث البيئة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2006، 221 .

ومن خلال الجدول يمكن إجمال أسباب الخسائر السياحية الناتجة عن تدهور الوضع البيئي في

الجزائر وهي :

- سوء تسيير النفايات وقلة المنافذ للشواطئ؛

- تلوث مياه الشواطئ كان سببا في تراجع الاستثمارات في السياحة الشاطئية؛

- التلوث السياحي كان سببا في تراجع عدد السياح في المؤسسات الفندقية .

* شهادة الايزو 14000 : وهي مجموعة من المعايير الدولية تهدف إلى تحسين الأداء البيئي للمنشآت ، وهو يتضمن معيار جديد لنظم الإدارة البيئية المسماة الايزو 14001، مع العلم أن نظم الإدارة البيئية تشير إلى نظام يتناول البيئة في جميع مظاهر العمل وجوانبه . مؤخود من المرجع: رعد حسن الصرن، نظم الإدارة البيئية والايزو 14000، الطبعة الأولى ، سلسلة الرضا للمعلومات ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، سوريا ، 2001، ص207 .

المطلب الثالث: الآثار الناجمة عن التلوث البيئي في الجزائر .

تعددت الآثار السلبية الناجمة عن مختلف مظاهر التلوث البيئي في الجزائر وذلك باختلاف العوامل المؤدية إلى هذا التلوث، وتعد الآثار السلبية الناجمة عن التلوث الصناعي والنفايات والآثار الاجتماعية من أهم الآثار التي تتركها هذه الأنواع من التلوث.

أولاً: الآثار الناجمة عن النفايات .

حظيت عملية تسيير النفايات الصلبة الحضرية باهتمام قليل ، حيث أن المواقع المخصصة لرمي النفايات والمساحات المرصودة لتوسيعها ما تزال قليلة ، وهذا ما أدى إلى انتشار أماكن غير مراقبة لرمي النفايات¹ ، وقد أدى الرمي العشوائي للنفايات إلى تشكيل مظاهر غير لائقة بالبيئة ، وبالتالي تشويه البيئة السياحية ، وهذا نظراً لنقص الوعي الحضاري فيما يخص تسيير النفايات الحضرية الصلبة لدى الجماعات المحلية والتسيير العشوائي لها ، بالإضافة إلى إحداث أماكن لرمي النفايات خارجة عن القانون و لا تخضع لأي مراقبة ولا تحرم الشروط البيئية ، حيث أصبحت أماكن تفريغ النفايات المرخص لها تتلقى النفايات المنتجة في المنطقة دون أي اعتبار لطبيعتها أو منشئها أو درجة خطورتها ، بالإضافة إلى ذلك ترمى هذه النفايات دون أي احتياطات تقني أو صحي ، إلا أنه توجد بعض الأماكن القليلة لرمي النفايات اتخذت تدابير تحفظية ، منها مكان لرمي النفايات بوادي السمار بالجزائر العاصمة ، وتفتقر معظم الولايات الأخرى إلى مشاريع في مجال تسيير النفايات الحضرية الصلبة² ، بالإضافة إلى ذلك هناك غياب لجمع النفايات القابلة للتحويل والقيام برسكنتها مثل (الورق، الزجاج والبلاستيك)، وغيرها من المواد الأولية التي من شأنها أن تحدث تأثيرات ايجابية في مختلف الميادين الاقتصادية والاجتماعية³.

¹ - تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر، 2000، مرجع سبق ذكره، ص154.

² - فاطمة الزهراء زرواط ، إشكالية تسيير النفايات وأثرها على التوازن الاقتصادي والبيئي - دراسة حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، فرع القياس الاقتصادي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006/2005، ص169.

³ - وزارة هيئة الإقليم والبيئة، تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر، 2003، ص120.

وتعد النفايات الإستشفائية من أخطر النفايات التي تهدد الصحة العمومية في الجزائر نظرا لما تحتويه من بقايا ومواد غالبا ما يتم التخلص منها بطرق غير سليمة ، إذ قدرت النفايات الاستشفائية ب 30% ، أما النفايات الناجمة عن الأنشطة الإدارية والفندقية قدرت ب 70%¹. تواجه البيئة السياحية في الجزائر كذلك خطر النفايات الكيماوية ويقدر زيادة مخاطر هذه النفايات بقدر ما تؤدي إلى كوارث بيئية كبيرة، حيث أن صناعات البترول والغاز والأدوية والمبيدات والبلاستيك والميكانيك موجودة في الجزائر ، وتنبؤ بمخاطر تسربها نظرا لتنقل هذه النفايات من مكان لمكان آخر برا وبحرا وما قد ينجم عن ذلك من مخاطر² ، وقد شهدت الجزائر حالات تلوث البيئة من خلال النفايات الكيماوية من أهمها تسرب مادة الأمونياك من منشأة الأسمدة التابعة لمنشأة أسميدال ، وتسرب الغاز المميع من مصنع أرزيو بوهران، بالإضافة إلى غرق سفينة في ميناء الجزائر وهي مشحونة بحمولة من الزئبق³.

ثانيا: أثار التلوث الصناعي.

تواجه البيئة في الجزائر خطرا آخر وهو خطر النفايات الصناعية وما ينجم عنها من آثار سلبية على البيئة من جهة وعلى السياحة من جهة أخرى ، وتعود أسباب التلوث الصناعي إلى انتشار العديد من المصانع المنتشرة والمركزة معظمها في السواحل والسهول الداخلية ، ويعد مصنع الاسمنت بالحجار ومركب الزئبق بعزابة الذي تم غلقه سنة 2004، ومركب تكرير البترول ومركب المواد البلاستيكية ، ومركب تجميع الغاز بالمنطقة الصناعية لسكيكدة من بين أهم المصانع المساهمة في التلوث بنسبة عالية ، نظرا لما خلفته من آثار كبيرة على البيئة ، ومن بين الحوادث التي خلفتها هذه المصانع نجد حادث انفجار الباخرة البترولية " سوتر كروس " سنة 1986 والتي تسرب منها كمية كبيرة من البترول داخل الميناء ، وغرق السفينة " مالويس " المحملة ب 50متر مكعب من الصودا ، كما قامت وحدة الترفيه التابعة لمصنع " سوناترول

¹ - وزارة تهيئة الإقليم والبيئة ، البرنامج الوطني لتسيير النفايات ، 2002-2004 ، ص15.

² - فاطمة الزهراء زرواط ، مرجع سبق ذكره، ص184.

³ - عوينان عبد القادر، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ، مرجع سبق ذكره، ص111.

سابقا برمي كميات كبيرة من مادة المازوت في إحدى الأودية تسببت في إهلاك الثروة السمكية المتواجدة به¹.

كما شهدت سنتي 2004 و2005 حوادث أخرى ناتجة عن التلوث الصناعي تسببت في تلويث الهواء ، منها نشوب حريق بوحدة تمييع الغاز و التسرب الكبير للبتروول من الأنبوب الخاص لمصنع سونطراك ، نجم عن هذا الحادث تلوث أرضي وهوائي كبير ، هذا بالإضافة إلى ما تطرحه المصانع من نفايات زئبقية إذ تلقي هذه المصانع أزيد من 2000 متر مكعب من المواد الكيميائية و28 ألف طن من الوحل الخاص الذي يحتوي على مادة السم المؤثرة في الأعصاب " الزئبق " ، مع العلم أن نسبة كبيرة من مادة الزئبق موجودة في لحوم الأسماك و التي إذا ما تناولها الإنسان تسبب له انهيارات عصبية².

ثالثا: الآثار الاجتماعية والصحية .

تعاني الجزائر من عدة مشاكل مرتبطة بالصحة العمومية ، وقد شهدت الأمراض التي تسببها جراثيم و طفيليات و فيروسات ارتفاعا ملحوظا ، و أهم هذه الأمراض التيفوئيد التي تمثل من 44 إلى 47% سنويا من مجموع التصريحات بالأمراض المنقولة عن طريق المياه، وتعود الأسباب الرئيسية لانتقال الأمراض عبر المياه إلى :

- تدهور الشروط الصحية والنظافة ولاسيما التلوث للتمون بمياه الشرب؛

- الضغوط الديموغرافية والعمرائية؛

- نقص أو عدم توفر مخططات شبكات توزيع ماء الشرب و الصرف الصحي.

كما تعد الأمراض المتنقلة عن طريق تلوث الهواء هي الأخرى سببا لتدهور الوضع الصحي العام في الجزائر ، خاصة منها التي تصيب الجهاز التنفسي ، وهذا راجع إلى تلوث الهواء برذاذات الرصاص وغبار الأكاسيد الكبريتية التي تسبب الأمراض التنفسية الحادة .

بالإضافة إلى مظاهر التلوث السابقة هناك مظاهر أخرى لتلوث البيئة السياحية منها :³

¹ - سالمي رشيد، مرجع سبق ذكره، ص197.

² -Rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement en Algérie, 2003,p213.

³ - محمد خميسي الزوكة ، مرجع سبق ذكره، ص08.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

-تزايد حجم الضوضاء واتساع مداها نتيجة كثرة الرحلات الجوية ، وتعدد الحافلات الناقلة للمسافرين ؛

-تناقص المساحات والفضاءات الخضراء؛

-ازدحام الشوارع الرئيسية بكل من السيارات والحافلات ؛

-الاعتداء الدائم على الطبيعة بحرق الغابات ، الأمر الذي جعل الجزائر تفقد نسبة معتبرة من غاباتها خلال السنوات السابقة .¹

ولعل أهم العوامل الرئيسية المفسرة لمظاهر تدهور الوضع البيئي في الجزائر هي :

-النمو الديموغرافي وتركزه: عرفت الجزائر بعد الاستقلال ارتفاعا في مستويات النمو الديموغرافي بشكل واضح ، إذ بلغ 3.4% حيث انتقل عدد سكان الجزائر من 10.2 مليون نسمة سنة 1962 إلى 29 مليون نسمة سنة 1998 ، ثم إلى أزيد من 35 مليون نسمة سنة 2012 ، وبالتالي تضاعف العدد بأكثر من 03 مرات خلال 50 سنة ، وشهد التوزيع السكاني في الجزائر توزيعا غير منتظما ، حيث تعرف بعض المناطق في البلاد ارتفاع الكثافة السكانية بها في حين تقل في مناطق أخرى ، هذا ما أدى إلى تفاقم المشاكل البيئية في المناطق التي تتركز فيها الكثافة السكانية بنسبة كبيرة .

ومهما كان نوع المشاكل والآثار البيئية الناتجة عنها التي تعاني الجزائر منها فإنها تؤثر على الجانب السياحي ، باعتبار أن السياحة جزء من البيئة، و أن الأوضاع البيئية السائدة تؤثر في سلوك السياح ،

¹ - قرين بوزيد وحميدي عبد الرزاق، فرص وتحديات السياحة في الجزائر - حالة ولاية البويرة ، الملتقى الوطني حول

السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، مرجع سبق ذكره، ص14.

المبحث الرابع: تدهور الوضع الأمني وتراجع السياحة الجزائرية.

يعتبر قطاع السياحة من أحد أهم القطاعات حساسية بالأوضاع الأمنية والسياسية السائدة في بلد معين ، إذ يعد الوضع الأمني السائد الركيزة الأساسية التي تبني عليها السياحة ، فقد تراجع السياح في العديد من الدول نظرا لغياب أو تدهور الوضع الأمني والسياسي فيها، وبعض الدول العربية خير مثال على ذلك ، حيث بعدما كانت تشكل وجهة سياحية للعديد من سياح العالم ، بسبب تدهور أوضاعها الأمنية أصبحت معزولة بدرجة كبير كتونس ومصر وسوريا وليبيا، وقد يرى السائح أنه مهدد في أمنه بمجرد شعوره بعدم الاستقرار ، فكيف ينظر السائح إلى الأمن السياحي في الجزائر ؟ .

المطلب الأول: ضعف السياحة الجزائرية لغياب الأمن السياحي.

العامل الأمني مهما جدا في تنشيط الحركة السياحية لأي دولة ، فالسائح يبحث دائما عن المكان الذي يضمن راحته و سلامته ، و بالتالي فالقطاع السياحي من القطاعات الحساسة جدا للظروف السائدة في البلد الذي يريد زيارته.

أولاً: أهمية الأمن السياحي في تنشيط الحركة السياحية.

تعتبر سلامة السياح من الأسس التي تركز عليها أي صناعة سياحية ناجحة ، ولهذا وجب أن تكون سلامة السائح أحد الأهداف الأساسية التي يتعين على الخطط والقوانين السياحية أن تسعى إلى تحقيقها ، حيث أن المشاكل المتعلقة بسلامة وأمن السياح سواء كانت حقيقية أو متوقعة تؤثر تأثيرا سلبيا على سمعة وصورة البلد المستقبل لسياح¹ ، ولهذا تعمل الدول حاليا على توفير الظروف الأمنية الملائمة خلال مدة إقامة السياح ، مما يسهل فترة سياحتهم ويجعلها

¹ -دبوز نبيل ، مرجع سبق ذكره، ص15.

مريحة وآمنة ، بما يوفر لهم المتطلبات الضرورية الكافية ، والترفيهية قصد إشباعهم من رحلتهم السياحية¹ .

وعليه يمكن تعريف الأمن على أنه " الجهد اليومي المنظم الذي يصدر عن الدولة لتنمية ودعم أنشطتها الرئيسية ، السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، ودفع أي تهديد أو تعويق أو إضرار بتلك الأنشطة "² ، أما الأمن السياحي فهو عبارة عن حماية صناعة السياحة بكل أنواعها والمنتج السياحي المقدم للسائح والسائح نفسه ، وبالتالي توفير الأمن والطمأنينة للسائح منذ وصوله إلى البلد لحين مغادرته ، إذا هناك علاقة وطيدة بين السياحة والأمن ، فلا يمكن تصور سياحة بدون أمن .

وبخصوص الوضع الأمني في الجزائر وعلاقته بالسياحة ، فيمكن القول أن الجزائر مرت بأزمة سياسية وأمنية صعبة لعدة سنوات خلال فترة التسعينات ، حيث ساهم هذا الوضع المتردي في تأخر ملحوظ على القطاع السياحي مقارنة ببلدان أخرى كمصر ، تونس و المغرب ، بالإضافة أنه كرس ثقافة الرفض عند شرائح اجتماعية واسعة لأنواع محددة من الأنشطة السياحية في الجزائر ، و هنا نشير إلى أن الوضع الأمني لا يقتصر فقط على ظاهرة العنف التي عرفتها الجزائر خلال هذه الفترة ، بل تضم كذلك الانحرافات المختلفة كالاغتيالات الجسدية و السرقة و غيرهما ، حيث أصبحت هذه الانحرافات تشكل خطرا كبيرا على المجتمع ، و بالتالي تهدد القطاع السياحي ، و قد يتراجع السياح الوافدين للبلد إذا انعدم الأمن لممتلكاتهم و أنفسهم³ ، مما لا شك فيه أن تناقص توافد السياح اتجاه الجزائر خلال فترة التسعينات راجع أساسا إلى تدهور الأوضاع الأمنية ، إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي⁴ ، و حاليا تشهد السياحة الصحراوية في الجزائر خلال سنة 2012 تراجعا كبيرا بسبب الإجراءات المشددة التي اتخذتها السلطات الجزائرية ، نظرا لتدهور الوضع الأمني في الحدود الجزائرية مع

¹ -الجمعات الغامدي محمد بن إبراهيم ، اتجاهات السياح نحو إجراءات الأمن السياحي - دراسة ميدانية على منطقة الباحة، رسالة ماجستير في العلوم الشرطية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف للعلوم الإنسانية، الرياض، السعودية، 2005، ص34.

² -www.mawsaah.net/maayen.asp&th.

³ -محيطة مسعود ، مرجع سبق ذكره ، ص.09

⁴ -هوارى معراج ومحمد سليمان جردات ، مرجع سبق ذكره ، ص.24.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

مالي نظرا للأزمة الأمنية التي تعرفها مالي ، مما يهدد الوضع السياحي في الصحراء الجزائرية ، وما سوف يلحقها من آثار سلبية نتيجة هذه الأزمة ، مع العلم أن السياحة الصحراوية تعرف إقبال السياح الأجانب وخاصة من أوروبا لقضاء عطلتها.¹

وما شهدته منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من أحداث مأساوية ودموية خلال الفترة الأخيرة مثل تونس ومصر وليبيا ، وما يحدث حاليا في سوريا أمر بالغ الخطورة فيما يخص السياحة العربية ، بالإضافة إلى أن هذا الوضع رسخ في أذهان السياح الأجانب وخاصة الغربيين منهم فكرة الإرهاب* ، وهي فكرة ينظر إليها الكثير على أنها لصيقة بالدول العربية والإسلامية ، وما ينجر عن هذا من آثار سلبية على السياحة العربية بصفة عامة والسياحة الجزائرية بصفة خاصة.²

وتتنوع وسائل وآليات توفير الأمن السياحي من خلال أجهزة الشرطة والشرطة السياحية ، حيث تعمل هذه الأخيرة على توفير ما يلي:³

- المحافظة على أمن وسلامة المجموعات السياحية والأثرية والفنادق من خلال الوظائف الثابتة والدوريات الراحلة؛

¹- تأجيل السياحة الصحراوية بالجزائر بسبب الأوضاع الأمنية في مالي ، على الموقع :

www.aljadidah.com (28/12/2012/ 11.17h)

* الإرهاب : يشكل تعريف شامل وجامع حول الإرهاب عقبة كبرى على طريق الجهود المبذولة لوضع حدود وحل حاسم لهذه الظاهرة ، ومصطلح الإرهاب غامض وهناك العديد من المعاني التي يمكن أن يشملها ويستخدم لإضفاء المزيد من اللوم على طرف بالمقارنة بطرف آخر، مأخوذ من المرجعين التاليين:

- إسماعيل الغزال ، الإرهاب والقانون الدولي ، بيروت ، 1990، ص05.

- جميل حزام يحيى الفقيه، مفهوم الإرهاب في القانون الدولي العام، الإدارة القانونية، مركز الدراسات والبحوث اليمني، صنعاء، ص 07 . ويعرف الإرهاب وفق منظور قانوني على أنه " ارتكاب شخص أو أكثر أو تنظيم أو سلطة لجرم عمدي ينطلق من مشروع إجرامي ، بصرف النظر عن وسيلة ارتكاب هذا الجرم، ويكون من شأنه إحداث إحلال جسيم بإحدى مصالح المجتمع الأساسية وإيقاع حالة من الرعب العام بين مدنيين غير مقاتلين ، أو تمثلي السلطات بالدولة ، ويعد من قبيل الإرهاب : التهديد أو التحريض - ولو لم يتبعه أثر- أو الإعداد أو الشروع في ارتكاب الجرم المشار إليه ، بينما يخرج عن نطاق الإرهاب أعمال الكفاح المسلح ضد قوات الاحتلال أو لرد العدوان " ، مأخوذ من المرجع: شوقي محمد صلاح ، تعريف الإرهاب ، الجزء الثاني من سلسلة مقالات ، الأكاديمية الملكية للشرطة، مملكة البحرين ، مركز الإعلامي الأمني، ص05.

²- عراب عبد العزيز ، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد08 ، 2012، ص148 .

³- إدارة الشرطة السياحية، التقرير السنوي ،الأردن، 2011، ص08.

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

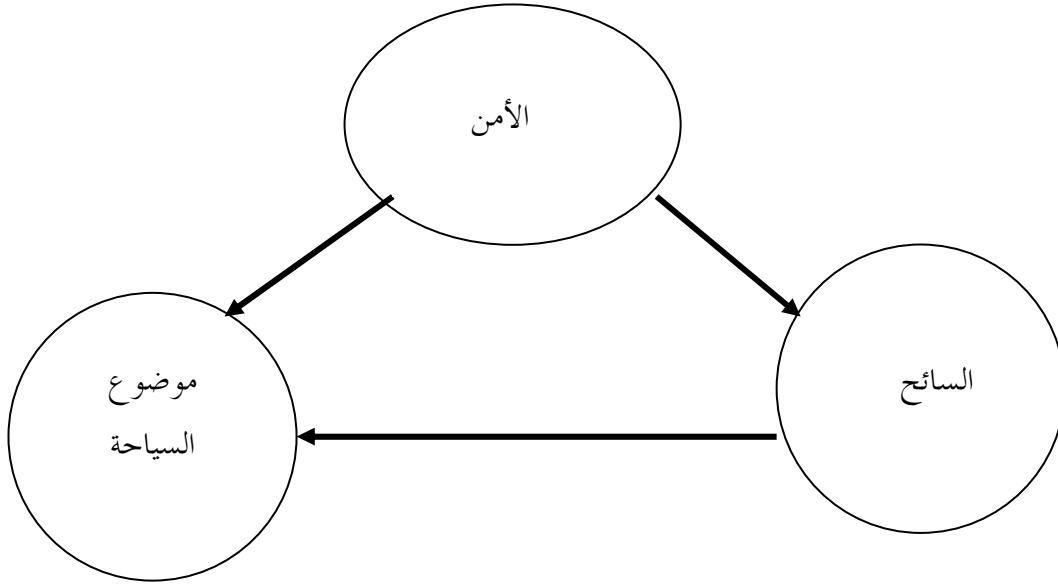
- مراقبة أداء الفعاليات السياحية ومدة مطابقتها للتشريعات والأنظمة المعمول بها حسب القانون؛
- تلقي الشكاوي والملاحظات سواء من السياح أو من العاملين بالقطاع السياحي ، والتعامل معها بالتنسيق مع المعنيين وفقا للتشريعات؛
- التنسيق مع وزارة السياحة والآثار ومع القائمين على إدارة فعاليات القطاع السياحي؛
- إصدار الأوامر والتعليمات المتعلقة بأمن السياح والمواقع السياحية؛
- إعداد التقارير والإحصائيات المتعلقة بالنشاطات والحوادث السياحية ورفعها للجهات المختصة؛
- التنسيق مع قيادات الأقاليم المختصة وإدارة الدوريات الخارجية حول حراسة المجموعات السياحية ، وتخصيص آليات مرافقتها إذا دعت الحاجة لذلك .
- بالإضافة إلى الشرطة والشرطة السياحية ، نجد أيضا أجهزة الجمارك والجوازات ، بالإضافة إلى وجود تقنيات أخرى لتوفير الأمن السياحي تكمل في وسائل التحكم التلقائية* والمحسسات الالكترونية** ، علما أن ما تنفقه الدولة بغية تأمين مخاطر الجريمة السياحية يعتبر إنفاقا استثماريا يعود على المجتمع والدولة بعائد مادي يتمثل في الفرق بين تكاليف الجريمة وآثارها وبين تكاليف التأمين ومصاريفه¹ .
- وإجمالا يتعلق أمن السياحة بثلاثة عناصر رئيسية هي : الأمن ، السائح وموضوع السياحة كما يوضحه الشكل التالي .

* وسائل التحكم التلقائية : وهي مجموعة معدات تقنية تؤدي أفعالا مبرمجة لها في حالة حدوث أي تهديد أمني للموقع السياحي ، وتقوم المعدات مثلا في حالة الحريق على فتح صناديق المياه تلقائيا للإطفاء.

** المحسسات الالكترونية: وهي معدات تقنية تهدف إلى رصد أي خلل أمني في الموقع السياحي ، وبالتالي فهو حساس لأي تغير في البيئة مثل الحركة، أو تحريك الأشياء أو فتح النوافذ أو كسر الزجاج ، ومنها ما يعتمد على الاهتزاز أو على المجال المغناطيسي أو الصوتي ، أو على الأشعة تحت الحمراء .. الخ .

¹ - علي بن فايز الجحني، الأمن السياحي ، مركز الدراسات والبحوث ، الطبعة الأولى ، الرياض ، السعودية ، 2004 ،

الشكل رقم(66): عناصر الأمن السياحي الرئيسية



المصدر: علي بن فايز الجحني ، مرجع سبق ذكره، ص11.

فلا بد من توفر عنصر الأمن كشرط أساسي وأما موضوع الأمن فهما السائح كفرد والسياحة كموضوع ، وبالتالي فالأمن السياحي يعني توفير الأمن لكل من السائح وموضوع السياحة ، ويشمل أمن السائح في توفير له الأمن في نفسه وماله وعرضه وحمايته من الجرائم والمضايقات التي يمكن أن تقع عليه ، كما أن موضوع السياحة يعني أمن المشتتملات السياحية والمواقع الأثرية والدينية والتاريخية ، بالإضافة إلى المشاهد الطبيعية (كالجبال والأشجار والحيوانات والطيور)، وكذلك فقد تتعرض الموروثات الحضارية والأثرية إلى النهب أو السلب أو التزييف أو بيعها في المتاحف العالمية ، أو لدى سماسرة الآثار ، أو تتعرض إلى إساءة الاستعمال أو التعدي أو التخريب.

المطلب الثاني: ضعف السياحة الجزائرية نظرا لتغيير الوجهة السياحية.

في الكثير من الأحيان قد لا يجد السائح المحلي راحته في بلده نظرا لعدة أسباب قد تكون ضعف الخدمات السياحية المقدمة وارتفاع أسعارها ، وعدم موافقتها مع تطلعاته، كل هذه

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

الأسباب كافية بأن تغير وجهة السائح المحلي إلى وجهة سياحية أخرى الذي يراها مناسبة له وتماشى وفقا لإمكانياته ، وهذا ما حصل مع السياحة الجزائرية ، عندما أصبح السياح يغيرون الوجهة السياحية إلى دول أخرى ، وفي معظم الأحيان إلى بلدان مجاورة تتقارب معها أو تتفوق عليها في العديد من الخصائص ، وهذا ما سوف نراه في هذه النقطة .

أولاً: نقص في السياحة الوطنية واتجاه الجزائريين أكثر إلى الخارج.

يضطر الجزائريين إلى تغيير الوجهة السياحية بحثا عن السعر و الجودة نظرا لغياب هذه الثنائية في السياحة الجزائرية ، و دليل ذلك توجه 1.5 مليون جزائري إلى الجارة تونس بسبب الأسعار المعقولة و تماشي الأسعار فيها مع دخول العائلات الجزائرية ، خاصة فيما يتعلق بالإيواء و الخدمات و نوعية الهياكل و المنشآت ، حيث ينفق السائح الجزائري ما بين 400 إلى 2000 أورو مع احتساب كافة النفقات ، حيث حققت تونس من السياح الجزائريين 270 مليون دولار سنة 2007 و 300 مليون دولار سنة 2008 ، و الجدول التالي يوضح حركة السياحة الجزائرية العكسية .

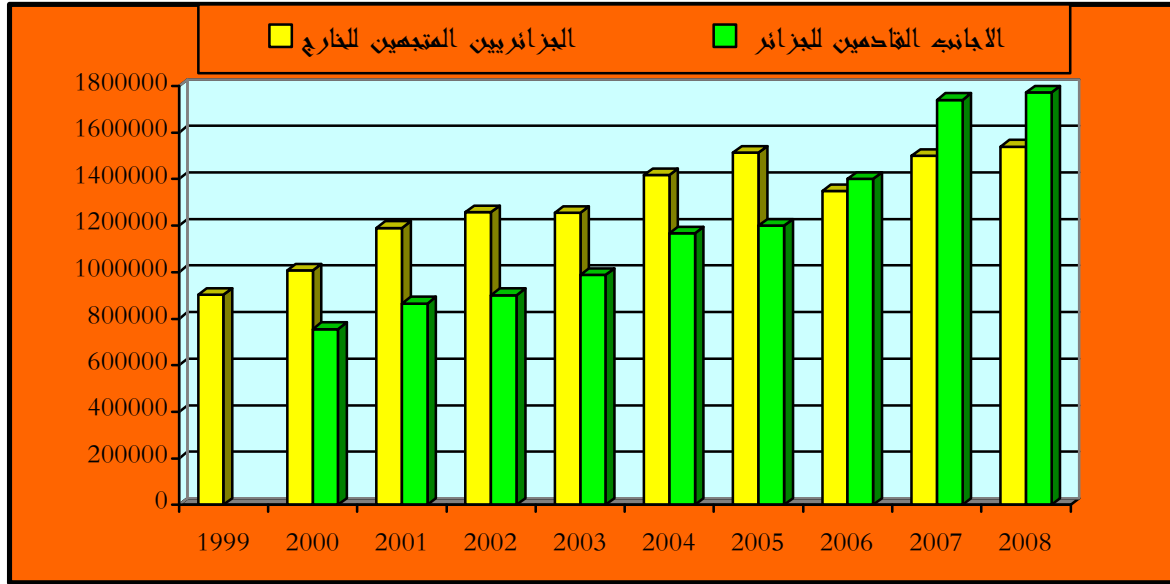
الجدول رقم(64): تطور خروج و دخول السياح للجزائر (1999/2008).

السنوات	الجزائريين المتجهين للخارج	الأجانب القادمين للجزائر
1999	903.286	/
2000	1.006.380	755.286
2001	1.189.910	865.984
2002	1.256.515	901.416
2003	1.253.901	988.060
2004	1.416.861	1.166.287
2005	1.513.491	1.200.000
2006	1.349.113	1.400.000
2007	1.500.000	1.740.000
2008	1.539.406	1.772.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات مختلفة .

و الشكل التالي يوضح أكثر تطور حركة السياحة الجزائرية العكسية.

الشكل رقم(67): تطور خروج و دخول السياح الجزائريين.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(64).

يتضح من خلال الشكل أنه خلال الفترة 2006/99 كانت الجزائر دولة مصدرة للسياح ، أي عدد الجزائريين المتجهين للخارج أكثر من الأجانب الذين يدخلون إلى الجزائر ، و أهم الوجهات المفضلة للجزائريين كانت تونس في المرتبة الأولى و ذلك لغياب التأشيرة والقرب الجغرافي و عرض متنوع من المنتجات السياحية ، حيث زار تونس أكثر من 780.079 سائح جزائري سنة 2008 ، و هو ما يعادل 50.67% حجم تدفقات العكسية ، ثم تليها فرنسا في المرتبة الثانية بسبب الإجراءات الإدارية و صعوبة الحصول على التأشيرة فكان العدد 337.756 سائح أي ما يعادل 21.94% من إجمالي السياح المتجهين إلى الخارج ، ثم تليها المملكة العربية السعودية بأكثر من 119.942 سائح بنسبة 7.27% كسياحة دينية من عمرة و حج ، ثم اسبانيا ب 60.878 سائح بنسبة 3.95% ، و المغرب ب 35.246 سائح ، و أخيرا تركيا ب 37.382 سائح جزائري ، لكن خلال سنتي 2007 و 2008 نلاحظ أن الجزائر أصبحت بلدا مستقبلا للسواح أكثر منه مستوردا أي الذين دخلوا الجزائر أكثر من الجزائريين المتجهين للخارج ،

وترجع أسباب تغيير الوجهة السياحية إلى النقائص التي تشوب الخدمات والمنتجات السياحية التي تشكل العرض السياحي في الجزائر .

ثانيا: نقائص مرتبطة بنوعية المنتجات المقدمة.

و ذلك من خلال :

أ- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية، و هذا من خلال:

- غياب سياسة الاتصال في المنتج السياحي : تعتبر هذه السياسة من أحد أهم عناصر المنتج التسويقي ، التي تهدف إلى تحقيق التواصل المستمر بين المؤسسة وجمهورها¹ ؛

- صعوبة التحكم في المواقع السياحية بحكم شساعتها بشكل كبير ، خاصة ما تعلق ذلك بالصحراء الجزائرية؛

- عدم تميمين المواقع السياحية بشكل كافي وتركها عرضة للتدهور ؛

- عدم التركيز على المميزات الجذابة للمنتج السياحي في الترويج للسياحة الجزائرية.

- مواقع بلا صيانة وغير مثممة بصورة كافية؛

- غياب مواد مثيرة للجاذبية و قادرة على التميز؛

- غياب التشاور حول الأمور الأساسية ؛

- إيواء و فنادق ،طاقات غير كافية و ذات نوعية ضعيفة : طبعا و هذا من خلال.

- عجز في طاقات الاستقبال ، الهياكل الفندقية و الإطعام ذات نوعية و أصالة؛

- هياكل إيواء متآكلة و غالية نسبيا للسكان المحليين ، مما يتوجب عملية إعادة الاعتبار ،

- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.

ج- غياب تحكم وكالات الأسفار في التقنيات الجديدة للسوق ، وذلك من خلال:

- غياب تحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية التي هي في تحول مستمر؛

- عدم وجود تنظيم للوكالات و قلة تكيفها مع الطرق العصرية للتسيير الالكتروني للنقل ،

قصد تنظيم عمليات الحجز و الخدمات؛

¹ بوكريف زهير و ريم أكارن، تسويق المنتج السياحي ومعوقاته، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية -

دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ،مرجع سبق ذكره، ص09.

- خضوع استقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم؛
- غياب مخطط للتكوين المستمر ، و غياب ميثاق يحكم و ينظم مهنة و كالات الأسفار.
- أنشطة الوكالات السياحة والإسفار موجهة نحو السياحة الموفدة إلى الخارج (80% وأسفار نحو الخارج، 10% استقبال لوكالات الجنوب و 10% حجز للتذاكر)؛
- عدم لعب دورها في مجال استقطاب السياح والمستهلكين لمختلف المنتجات والبرامج السياحية.

ثالثا: نقائص مرتبطة بنوعية الخدمات.

يرجع رداءة الخدمات السياحية المقدمة للزبائن إلى عدة أسباب منها:

- أ- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين: أي
- نقص في تأهيل و مهنية المستخدمين في المؤسسات و الخدمات السياحية و الفنادق خاصة، حيث كشف العديد من الخبراء عن نقص اليد العاملة المؤهلة لضمان عناصر مؤهلة للمستقبل ، خاصة و أن 40% من مستخدمي القطاع السياحي أي 5000 عامل يفوق سنهم 45 سنة¹ .
- نوعية تكوين غير ملائمة مع متطلبات عرض سياحي بامتياز؛
- ب- ضعف نوعية خدمات السياحة الجزائرية : و يعود إلى .
- نقص الصيانة و النظافة للفضاءات العمومية و الخاصة؛
- خدمات مرتفعة السعر و ذات نوعية أقل للمنافسة الدولية ، حيث تعتبر الحظيرة الفندقية في الجزائر الأقل في المنطقة من حيث عدد الأسرة المتوفرة وجودة الخدمات المقدمة ، وغلاء الأسعار في الفنادق ، فيمكن القول أنه في المتوسط فإن سعر قضاء ليلة واحدة في فندق عالي الجودة يعادل الأجر الأدنى المضمون أو يتجاوزه في أغلب الأحيان²؛
- غياب خدمات جذابة و أعمال لإبراز المنتجات المحلية؛

¹ - كواش ذهبية و بوزيان الرحمان حفيظة ، مرجع سبق ذكره ، ص15.

² - لخضر مرغاد ، صناعة السياحة في الجزائر ، المقومات والمعوقات ، الملتقى الدولي حول " الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة " ، مرجع سبق ذكره ، ص16.

المبحث الخامس: معوقات أخرى أثرت سلبا على السياحة الجزائرية.

إذا كانت الخيارات الإستراتيجية المنتهجة بعد الاستقلال أثرت سلبا على القطاع السياحي الجزائري ، و جعلته يحتل مكانة ضعيفة بين قطاعات الاقتصاد الوطني الأخرى ، و لكن ليس هو السبب الوحيد الذي حال دون تطور السياحة الجزائرية ، بل هناك معوقات أخرى أثرت كذلك سلبا على هذا القطاع .

المطلب الأول: ضعف دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال (TIC)*.

وتضم تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة الطرق والتقنيات الحديثة المستخدمة بغرض تبسيط نشاط معين ورفع أداؤه ، وهي تجمع مجموعة الأجهزة الضرورية لمعالجة المعلومات وتداولها من حواسيب وبرامج وحفظ واسترجاع ونقل إلكتروني سلكي ولاسلكي عبر وسائل الاتصال بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها¹ ، إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة و استخدام التكنولوجيا في مختلف المجالات السياحية والفندقية ، وهذا ما أكدت عليه المنظمة العالمية للسياحة للحكومات والهيئات والمؤسسات على ضرورة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، باعتبارها أصبحت مطلبا أساسيا للتنمية السياحية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة .

أما فيما يتعلق بدور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقتها بالسياحة الجزائرية فهي لا تزال ضعيفة ودون المستوى المطلوب ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها ما يلي :

- عدم كفاية مواقع الانترنت ، رغم إدخال نظام* ADSL ، حيث يضم ما يقارب 05 ملايين مشترك في سنة 2005 و 02 مليون مشترك لاتصالات الجزائر في نفس السنة ، بالإضافة إلى أن نسبة المشاركين في الهاتف النقال بلغت 65.8% من عدد المشاركين في الهاتف الثابت ، و قد شملت التغطية لمشاركي أوراسكوم و اتصالات الجزائر كل ولايات الوطن و معظم الطرق

* TIC : Technologies de l'information et de la communication

¹ - بنحّي إبراهيم وشعوبي محمد فوزي ، مرجع سبق ذكره، ص20.

الوطنية ، و بالتالي أسواق الاتصالات في الجزائر صارت أكثر تنافسية لفائدة المستهلكين و المستعملين ، و أصبحت و سائل المهاتفة متوفرة¹ ، هذا ما ينعكس إيجابا على السياحة الجزائرية -صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال في قطاع السياحة.²

- ضعف البنية التحتية التكنولوجية للاتصالات؛

- ضعف البنية القانونية والتشريعية الموازية لتطور وسائل الإعلام والاتصال، بغية تنظيم المعاملات الالكترونية ؛

و حاليا تسعى الجزائر إلى تطوير برنامج الحكومة الالكترونية ، إذ تم وضع شبكة حكومية داخلية ، كما تم إدخال تكنولوجيا بطاقات السحب والدفع الالكتروني³ ، ولكن تبقى هذه الجهود متواضعة ولا تفي بالغرض لإقامة سياحة الكترونية يعول عليها في تأطير القطاع السياحي بصفة عامة .

وفي مجال السياحة الالكترونية نجد هناك عدة مواقع واب تنشط في إطار تنشيط السياحة بالجزائر ومن أهمها نجد :

- موقع " الجزائر سياحة" (<http://www.algeriantourism.com>) : حيث يعمل هذا الموقع على تأمين الاتصال والحجز مع مختلف وكالات السفر والخطوط الجوية والفنادق السياحية ، كما يعرض هذا الموقع كافة المعلومات المتعلقة بالرحلات السياحية التي تنظم إلى الأماكن السياحية بالجزائر خصوصا منها الصحراوية .

- الموقع الالكتروني للديوان الوطني للسياحة (<http://www.ont.dz>) : ويعمل هذا الموقع على توفير معلومات سياحية حول الأماكن السياحية المصنفة من طرف اليونيسكو* ، وعناوين

¹ - **réformes économique et opportunités d'investissement en Algérie** , CENEAP , 2001 , p10

² - عيساني عامر، مرجع سبق ذكره، ص126.

³ - العربي عطية، الإطار الفعلي لعمل الحكومة الالكترونية وإمكانية تحقيقه ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2010، ص74.

* اليونيسكو: منظمة الأمم المتحدة للتربية والتعليم والثقافة (UNESCO) (United nations educational scientific and cultural organization) : هي وكالة متخصصة تتبع منظمة الأمم المتحدة ، تأسست عام 1945 ترأسها حاليا البلغارية "إيرينا بوكوفا"، وهدف المنظمة الرئيسي هو المساهمة بإحلال السلام والأمن عن طريق رفع مستوى التعاون بين دول العالم في مجالات التربية والتعليم والثقافة لإحلال الاحترام العالمي للعدالة و لسيادة القانون ولحقوق الإنسان ومبادئ الحرية الأساسية ، يوجد مقر المنظمة الرئيسي في باريس . المرجع الالكتروني :

[www.ar.wikipedia.org/wiki/\(28/12/2012/20.17h\)](http://www.ar.wikipedia.org/wiki/(28/12/2012/20.17h))

الفصل الثاني: تحديد وتشخيص العقبات والمعوقات التي حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية

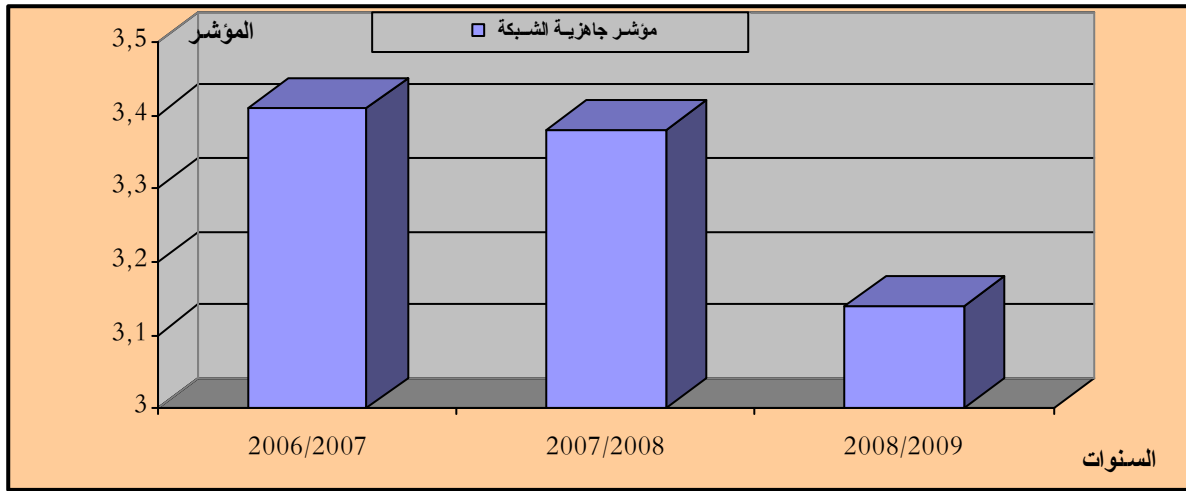
الوكالات السياحية الوطنية ومطاعم وفنادق ومحميات ومتاحف وصور ومقاطع فيديو من الجزائر، وكذا عرض معلومات عن مديريات السياحة لولايات الوطن.¹

-موقع الديوان الوطني الجزائري للسياحة (<http://www.onat-dz.com>): وهذا الموقع لا يختلف كثيرا عن المواقع الأخرى من حيث المعلومات المتوفرة فيه.²

أما فيما يخص مكانة السياحة الجزائرية ضمن معطيات التكنولوجيا لمؤشر الجاهزية الشبكية (NRI)** الذي يشير إلى ضعف الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال كما يوضحه

الشكل التالي

الشكل رقم(68): مؤشر جاهزية الشبكة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على المرجع: إبراهيم بنحي وشعوبي محمد فوزي ، مرجع سبق ذكره، ص09.

يشير الشكل إلى تراجع مؤشر الجاهزية الشبكية للجزائر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس ، وهو ما يؤكد على ضعف الاستثمار الجزائري في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، في المقابل نجد التجربة المصرية ناجحة ، حيث تقوم بتطبيق السياحة الالكترونية في جل خدماتها السياحية، من خلال إتاحة خدمات الحجز والدفع الالكتروني ، كما أدخلت مصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عمل شركات الطيران ، من خلال إتاحة للسائح إمكانية تتبع البيانات التي يحتاج إليها عن رحلات الشركة وأسعارها ومواعيدها .

¹- عمر اوي سمية و جودي سامية، مرجع سبق ذكره، ص19.

²- بنحي إبراهيم وشعوبي محمد فوزي ، مرجع سبق ذكره، ص09.

** NRI : Networked Readimen index

أما فيما يخص المواقع الالكترونية المصرية فيوجد 23 موقعا الكترونيا ينشط في المجال السياحي ، ووجد منها موقعين سياحيين فقط ضمن أفضل مائة ألف موقع الكتروني على مستوى العالم ، وهما موقع دليل السياحة في مصر وموقع هيئة تنشيط السياحة ، وذلك وفقا لمعدل المرور على الموقع الدولي سنة 2012.¹

المطلب الثاني: معوقات أداء الجماعات المحلية للنهوض بالسياحة الجزائرية.

تلعب السياحة دورا لا يستهان به في مجال تحقيق التنمية المحلية وتوفير المصادر المالية للجماعات المحلية ، بما يعطيها نوعا من الاستقلالية في إعداد برامجها ، ولكن حتى تساهم السياحة في تحقق التنمية المحلية كان لابد على الجماعات المحلية هي الأخرى الاهتمام بالتنمية السياحية في برامجهم التنموية المحلية ، ولكن ما يلاحظ على الدور الجماعات المحلية اتجاه التنمية السياحية في الجزائر لا يزال محتشما ، نظرا للعديد من العراقيل والعقبات التي تواجه هذه الجماعات ، وهذا ما سوف نعالجه في هذا المطلب.

أولا : عراقيل ضعف الجماعات المحلية بالنهوض بالسياحة المحلية .

تلعب الجامعات المحلية دورا بارزا في مجال تطوير السياحة المحلية والداخلية ، ولكن هناك بعض العراقيل التي تواجه الجماعات المحلية فالقيام بدورها كما ينبغي ، خاصة الجماعات المحلية التي تقع في دائرتها مواقع سياحية هامة ، ومن أهم العراقيل نجدا:²

- عدم اهتمام المجموعات المحلية بأمر السياحة ، خاصة البلديات التي تتوفر على مؤهلات سياحية تختص بمسؤولية تسييرها ، وقد يكون عدم الاهتمام هذا مرده إلى افتقار الجماعات المحلية

¹ - يوسف محمد ورداني ، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومواردها على صناعة السياحة، 2009، ص95.

² - فيلاي حمزة و نزاد عادل، نحو تفعيل أداء الجماعات المحلية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر، المؤتمر العلمي

الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره، ص07.

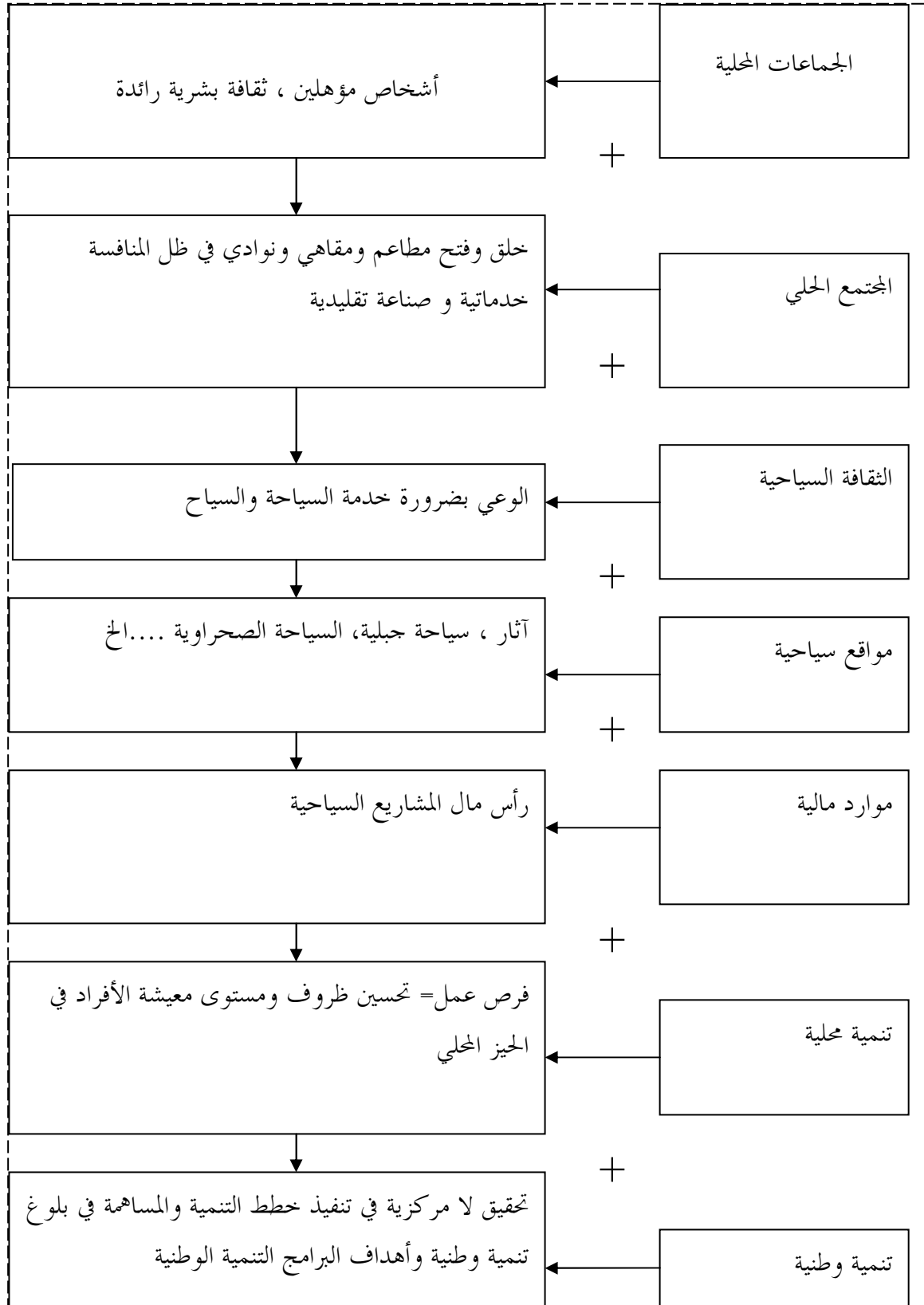
- إلى الوسائل المادية اللازمة لتغطية المتطلبات السياحية الأساسية لتلك المنطقة¹ .
- محدودية الموارد البشرية : إذ أن تطبيق أي سياسة تنموية يستلزم توافر موارد مادية وبشرية كافية للتمكن من تجسيدها على أرض الواقع؛
 - ضعف موقع التنمية السياحية في خطط التنمية المحلية، مما يقلل من أهمية السياحة في ظل شحة الموارد المالية المخصصة للسياحة ؛
 - ضعف البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي ، إذ تفتقر الجماعات المحلية (الولايات والبلديات) للمرافق الأساسية لتقديم الخدمات ، وغياب الطرق وغيرها من المرافق الأخرى التي تعمل على جلب السياح للمنطقة ؛
 - غياب دور المجالس المنتخبة المحلية في لعب دورها كما ينبغي ، والقيام بإدراج التنمية السياحية ضمن أولويات التنمية المحلية ، خاصة لدى الجماعات المحلية التي تملك مؤهلات سياحية؛

ثانيا: متطلبات النهوض بالسياحة المحلية .

يمكن القول أن تطبيق اللامركزية في تسيير شؤون الدولة يجعل للجماعات المحلية دور فعال في تجسيد طموحات أفراد المجتمع ، إذ أن توفر الظروف المناسبة لإقامة تنمية سياحية من الإمكانيات الطبيعية المحلية والمادية والبشرية ، يمكن من خلال هذا الوصول إلى إنعاش السياحة المحلية وبالتالي النهوض بالسياحة الداخلية للجزائر ، وهذا ما يوضحه الشكل التالي.

¹ - يجاوي هادية ، السياحة والتنمية بالجزائر، رسالة ماجستير ، قسم العلوم السياسية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2003/2002، ص96.

الشكل رقم (69): شروط النهوض بالسياحة المحلية .



المصدر: قرزيري محمود، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية ، المنتدى الدولي حول : تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، مرجع سبق ذكره، ص12.

المطلب الثالث: ضعف الصناعة التقليدية وتداخل الاختصاصات بين الهيئات .

للصناعات التقليدية دور مهم جدا في تنشيط السياحة ، فمصر كانت ولا زالت تمثل وجهة سياحية للعالم لمعرفة ودراسة أسرار الحضارة الفرعونية ، نظرا لما تحتويه من آثار تاريخية ، وكذلك الأمر لبعض الدول الأوروبية كاليونان وايطاليا واسبانيا لعبت فيها الصناعات التقليدية والآثار التاريخية دورا بارزا في تنشيط السياحة لهذه الدول ، وتعدت هذه الظاهرة لتشمل دول شرق آسيا كالصين والهند والفلبين وتايلندا ، أما عن واقع الصناعات التقليدية في الجزائر فهو يعاني العديد من المشاكل المتراكمة والصعوبات التي عمقت مشكلته وحالت دون تطوره، وهذا ما سوف نراه .

أولاً: مشاكل ومعوقات الصناعة التقليدية في الجزائر .

يعاني قطاع الصناعات التقليدية هو الآخر من عدة صعوبات وعراقيل ومشاكل عملت على الحد من تطور هذا النشاط و نموه ، وأهم هذه العراقيل نجد:¹

-مشكل التمويل بالمادة الأولية والعتاد الضروري لعملية الإنتاج ، حيث أن البعض من هذه المواد الأولية أو التجهيزات لا يستطيع الحرفي الحصول عليها بسهولة ؛

-مشكل التمويل ، حيث غالبا ما ترفض مؤسسات التمويل لاسيما البنوك عن تزويد الأنشطة الحرفية باحتياجاتها من التمويل لأغراض الاستثمار والتوسع لمواجهة نفقات الاستغلال ، ويرجع هذا إلى ارتفاع درجة المخاطرة على القروض المقدمة للحرفيين ، نظرا لغياب الضمانات المناسبة، ضف إلى ذلك فالبنوك عادة ما تضع شروط صعبة للإقراض من قبل صاحب المشروع الصغير؛²

بالإضافة إلى مشاكل أخرى مرتبطة بعملية التمويل المدعم وهي :

¹ - شبوطي حكيم ، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة

الدكتور يحي فارس -المدية ، العدد 05، 2011، ص.95

² - لسلوس مبارك ، العلاقة التكاملية بين السياحة والنشاط الحرفي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية

- دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره، ص.07.

*سقف التمويل محدد بثلاثين ألف دينار بالنسبة للموارد الأولية ؛
*عدم ملائمة ضيع وأساليب التمويل البنكية المتبعة مع بعض الظروف الخاصة بالمؤسسات الحرفية؛

*عدم إمكانية الاستفادة من التمويل البنكي بالنسبة للحرفيين غير المسجلين؛
-مشكل التسويق: يجد الحرفيون مشاكل عديدة في تسويق منتجاتهم مما يؤثر سلبا على إنتاجهم ، ونجد أن الحرفيين المتواجدين في الأرياف يعانون أكثر من المتواجدين في المدن¹ ، بالإضافة إلى ضعف القوة الشرائية للمستهلكين الناتجة عن انخفاض مستويات الدخول ، هذا ما يؤثر سلبا على الإيرادات المبيعية للحرفيين ، مع افتقار الوعي التسويقي ونقص الإمكانيات المادية للقيام بعملية الترويج وتنشيط المبيعات؛²

-ضعف برامج التكوين وقلة وجود مراكز تكوين متخصصة مع عدم وجود نظام تمهين ملائم للصناعات التقليدية تدعمه إجراءات تشجيعية وتحفيزية؛

- صعوبة الحصول على المحلات من قبل الحرفيين ؛
-وجود مشاكل إدارية وتنظيمية من خلال التزود بترخيص العمل الحرفي، هذا يتطلب استيفاء صاحب الحرفة لإجراءات إدارية وأمنية قد تستغرق وقتا طويلا بسبب عمليات المعاينة التي تقوم بها الجهات المختلفة؛

-عائق ضريبي: حيث لا يملك أصحاب النشاطات الحرفية للسجلات المحاسبية ،هذا ما يؤدي بمصلحة الضرائب إلى التقدير الجزائي لأرباحهم ، وقد تميل إلى الرفع في ذلك التقدير بسبب الشك في صحة البيانات المقدمة لها؛

-عائق خروج الحرفيين من الإطار غير الرسمي والعمل في شكل رسمي وقانوني ، يبقى ذلك مرهون بالديون المترتبة والمتراكمة عليهم من طرف مصالح الضرائب والضمان الاجتماعي بسبب المشاكل التي عاشتها النشاطات الحرفية التي قلصت واندثر البعض منها ، نتيجة الظروف الأمنية ، لاسيما في الأوساط الريفية.³

¹ - شبوطي حكيم، مرجع سبق ذكره، ص96.

² - لسوس مبارك، مرجع سبق ذكره، ص10.

³ - أحمد بن عبد الهادي، الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر، ورشة عمل حول " تنمية وتطوير وإعادة الاعتبار لجزء من التراث والثقافة والأصالة" ، الجزائر، ص09.

ثانيا: تضارب و تشتت الاختصاصات بين الوزارات.

هناك تضارب في الاختصاصات بين الوزارات المختلفة ، كالتداخل الموجود بين اختصاصات وزارة الأوقاف و الشؤون الدينية و وزارة السياحة و الصناعات التقليدية فيما يخص الإشراف و الرقابة و تنمية السياحة الدينية ، فبينما تختص الأولى بالإشراف على إدارة المساجد و من بينها المساجد الأثرية ، فقد تدفع وزارة السياحة والصناعات التقليدية بأن المحافظة على الآثار الدينية و تطويرها يعتبر من صميم اختصاصاتها¹ ، و نجد كذلك وزارة الثقافة و الاتصال تقوم أيضا بعدد من الأنشطة التي تقع في دائرة اختصاصها ، كترميم المساجد و الآثار و التنقيب عن الآثار بالتعاون مع هيئة الآثار و إنشاء المعارض السياحية في الداخل و الخارج و الإشراف على المتاحف الأثرية² .

بالإضافة إلى ذلك فإن الهيئة المشرفة مباشرة على القطاع السياحي كوزارة السياحة لم تعرف استقرار في شكل و وضع واحد لعدة سنوات ، فنجد أنها اتخذت عدة أشكال (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، وزارة السياحة وتهيئة المحيط إلى غير ذلك من التسميات، وبعض الأحيان يتم منحها صلاحيات وسحبها منها أحيانا أخرى ، يؤثر هذا التغيير وعدم الاستقرار في الهيئة المشرفة مباشرة على القطاع السياحي إلى غياب وعدم وضع إستراتيجية بعيدة المدى وواضحة ، علما أنا وضع خطة إستراتيجية للقطاع السياحي تمر بالمراحل التالية:³

- المسح الشامل للنشاط السياحي وموارده واتجاهات النمو فيه؛

- تحديد الأهداف العامة للنشاط السياحي؛

- تحديد الوسائل اللازمة لتنفيذ الأهداف المحددة ؛

- الإشراف و الرقابة على المشروع السياحي لمعرفة جوانب القوة والضعف .

وهذه المراحل لا تتحقق إلى إذا كانت الهيئة المشرفة على السياحة تتميز بنوع من الاستقرار و الاستمرارية ، حتى لا يتم تحميل المسؤوليات بين الهيئات المختلفة ، وأحيانا أخرى نلاحظ أن هناك جمود كبير في المحيط الإداري لهذه الهيئات ، فالكثير من المشاريع الاستثمارية عطلت ولم

¹ - شبايكي سعدان و حفيظ مليكة ، مرجع سبق ذكره ، ص 11 .

² - حميد قرومي و عبد الرزاق حميدي ، مرجع سبق ذكره ، ص 14 .

³ - عثمان محمد غنيم ، التخطيط، أسس ومبادئ ، الطبعة الأولى ، دار صفاء ، الأردن، 1999 ، ص 161 .

يوافق عليها في وقتها المحدد، مما ضيع على الاقتصاد الوطني فرص عديدة ، ويرجع ذلك إلى كون الدهنيات لم تستوعب بعد خصوصية القطاع السياحي ، كما أن السرعة في اتخاذ القرارات لا يواكبها حركة مماثلة في أداء وتفعيل الجهاز التنفيذي¹ .

بالإضافة إلى مجمل المعوقات المذكورة سابقا نذكر كذلك جملة من الصعوبات الأخرى ، وهذا نظرا لتعدد العراقيل التي تحول دون النهوض بالسياحة الجزائرية ، مع صعوبة حصر كل هذه العراقيل ومنها:

- أ- ضعف نوعية النقل و التواصلية: و يرجع إلى الأسباب التالية:
 - عدم القدرة على خدمات نقل كمية و نوعية متكيفة مع الطلب ، هذا زاد من حدة تسعير مبالغ فيه مقارنة مع الممارسات الدولية ، إذ يعتبر النقل الجوي العنصر الأساسي في تطور السياحة الدولية ، و يعتبر عائق أمام السياحة الجزائرية ، حيث يرى المختصون بأن أسعار الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر من بين الأعلى في العالم² .
 - سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب ، بالإضافة إلى قلة التنسيق في ربط الرحلات عند المغادرة باتجاه الخارج.
- ب- بنوك و خدمات مالية غير متكيفة ، راجع إلى:
 - عدم ملائمة و ضعف وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك و المؤسسات المستقبلية للسياح؛
 - قوانين لا تسمح بتوطين العمليات ، سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج؛
 - ت- تسيير و تنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية ، ويعود إلى :
 - غياب أدوات التقييم و متابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني و الدولي؛
 - المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات و الدخول.
 - ث- عجز في تسويق وجهة الجزائر ، و يرجع إلى الأسباب التالية:

¹ -قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر- دراسة حالة ولاية مستغانم، رسالة ماجستير ،تخصص: تسويق دولي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد-

تلمسان، 2012/2011، ص164

² - mourad kezzar , **Alegria recherche de son tourisme** , édition SEAC liberté , Alger , 2009 , p15

- ضعف الاتصال الداخلي و الخارجي ، و كذلك ضعف التعاون بين مختلف القطاعات و الشركاء في قطاع السياحة؛
- العجز في الإعلام و الاتصال الإيجابي مما أدى إلى ظهور مشكل حقيقي خاص بالصورة و التسويق ؛
- عدم وجود أدوات للإعلام و السهر الاستراتيجي على النشاط السياحي؛
- وسائل ترقية متآكلة و غير مؤهلة (قديمة) ، و لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث؛
- غياب أنشطة إعلامية ، و المشاركة في الصالونات و المعارض في الخارج غير منتجة و غير فعالة¹ ، حيث أن الإعلام السياحي في الجزائر غائب و لا يعمل على إيضاح عناصر الجذب السياحي و زوايا الإثارة الطبيعية و التراثية و الحضارية للجمهور في الداخل و الخارج ، و إبراز النشاطات التي تمارس و الجوانب التطويرية و الاستثمارات التي تحصل في الإطار السياحي ، و كل ما يتعلق بالطلب و العرض السياحي كتحفيز الجمهور على الاتجاه نحو الحركة السياحية و استقطابهم إلى المراكز و المنتجعات السياحية² .

¹-وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) ، الكتاب رقم : (01):

تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، جانفي 2008 ، ص56.

²- بن قطاف أحمد و علاوي عبد الفتاح ، ترقية الخدمات السياحية كشرط للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر ،

الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، مرجع سبق ذكره ، ص09.

خلاصة.

من خلال معالجة للعراقيل التي وقفت أمام السياحة الجزائرية توصلنا إلى ما يلي :

مرت السياحة الجزائرية بثلاث محطات رئيسية هي:

مرحلة ما بعد الاستقلال إلى غاية نهاية الثمانينات ، وفي هذه المرحلة أدرجت السياحة ضمن المخططات التنموية ومكانتها كانت بعيدة عن تطلعات القطاع السياحي في كل الخطط التنموية لهذه المرحلة، وهذا راجع إلى الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال ، حيث همش قطاع السياحة في كل البرامج التنموية لمدة تزيد عن 20 سنة ، أي من المخطط الثلاثي الأول إلى غاية المخطط الخامس الثاني ، حيث كان يحتل القطاع السياحي المراتب الأخيرة بين قطاعات التنمية الاقتصادية ، هذا ما يعكس مدى التخوف الكبير من قبل السلطات آنذاك من القطاع السياحي ، و غياب الإرادة لدى هذه السلطة للنهوض بهذا القطاع ، ما جعل هذا القطاع غائب عن المساهمة في التنمية الوطنية طول هذه الفترة .

مرحلة التسعينات ، حيث عمقت هذه المرحلة معاناة القطاع السياحي ، إذ عاشت الجزائر مرحلة تدهورت فيها الأوضاع الأمنية عزلتها على العالم الخارجي ، و بالتالي فالجهود المتواضعة التي بذلت منذ الاستقلال إلى غاية نهاية الثمانينات همشتها مرحلة التسعينات ، فتراجع عدد السياح المتجهين نحو الجزائر ، وبالتالي تراجعت الإيرادات بالعملة الصعبة ، كما عرفت السياحة الداخلية تراجعا ملحوظا ، نظرا لهجرة السياح للأماكن التي كانت تشكل لهم وجهة سياحية داخلية ، وفي الوقت نفسه شجعت هذه الأسباب على تغيير الوجهة السياحية إلى دول مجاورة كتونس والمغرب ،ضف إلى ذلك هناك مجموعة من العراقيل الأخرى تنوعت و اختلفت أشكالها ساهمت بدرجة أو بأخرى بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة في ضعف القطاع السياحي الجزائري.

لكن المرحلة الحالية و منذ نهاية مرحلة التسعينات حمل القطاع السياحي محمل الجد و عازمت الدولة على النهوض به ، حيث سطرت إستراتيجية طويلة المدى تمتد إلى غاية 2025 ، هذا ما سوف نعالجه في الباب القادم كآفاق للقطاع السياحي الجزائري مطلع 2025 ، فما هو الجديد الذي أتى به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للسياحة الجزائرية ؟ و هل هو كفيل و جدير فعلا بالنهوض بهذا القطاع ؟ . هذا ما سوف نراه في الباب القادم من هذه الدراسة.

الباب الثالث:

بناء إستراتيجية كفيلة

لتطوير السياحة الجزائرية

للفترة (2000-2025) في

ظل المخطط التوجيهي

للهيئة السياحية

(SDAT2025)

الفصل الأول:

محتوى ومضمون

المخطط التوجيهي

للهيئة السياحية

SDAT2025

تمهيد.

أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاعها السياحي و عصرنته ، و إعطائه المكانة الحقيقية ، إذ شرعت الوزارة الوصية في سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع السياحة في آفاق 2010 ، و خلصت إلى صيغتها النهائية في سنة 2001 تحت عنوان " مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 ، و بعد مرور سنتين على تنفيذ هذا المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات و ضبط الآفاق ، لمسايرة التطورات الجديدة داخليا و خارجيا ، فجاءت بمشروع جديد سمي آفاق 2013 لتحديد الأهداف الكمية و النوعية و إجراءات دعم و ترقية الاستثمار السياحي ، بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيتها لسنة 2013 ، و أخذنا بعين الاعتبار لمختلف الأهداف المرجوة الاقتصادية و الاجتماعية لقطاع السياحة ، و بالتالي النهوض بهذا القطاع يتطلب تحديد الاختيارات المستقبلية ، و تحديد الأهداف النوعية و الكمية المنتظرة الوصول إليها في آفاق 2013 ، بالإضافة إلى اتخاذ التدابير بغية الوصول إلى صناعة سياحية فعلية ، مع رصد الموارد اللازمة لتنفيذ هذا المشروع ، و هذا التصور مستمد من القانون (01/03) و المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة و مناطق التوسع السياحي ، و استعمال الشواطئ لأغراض السياحة .

و قد جاء المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 كتجسيد و ترجمة لإدارة الدولة الفعلية و الحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية ، و جسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية ، و الإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير و المتوسط و الطويل في إطار التنمية المستدامة .

و عليه سوف نعالج هذا الفصل من (03) مباحث كما يلي:

- المبحث الأول : مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر .
- المبحث الثاني : تقديم المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025.
- المبحث الثالث : مخطط أعمال التوجيهي للهيئة السياحية.

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

المبحث الأول: مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر .

لقد سبق إصدار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر ، إذ صادق المجلس الشعبي الوطني يوم 2003/01/06 على مشروع القانونين المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة و المواقع السياحية ، و بهذا تكون السلطات الجزائرية قد لجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات التنمية المستدامة لقطاع السياحة ، و القوانين الخاصة باستغلال الشواطئ ، و كذا مناطق التوسع السياحي .

المطلب الأول: التنمية المستدامة .

حظي مفهوم التنمية المستدامة باهتمام كبير من قبل مختلف دول العالم ، فعقدت من أجلها العديد من القمم و المنتديات العالمية ، و بهذا أصبحت التنمية المستدامة مطلباً أساسياً لتحقيق العدالة بين الأجيال المختلفة .

أولاً: تطور مفهوم التنمية المستدامة .

مرا مفهوم التنمية المستدامة بمجموعة من المراحل من أهمها ما يلي:

- نادي روما سنة 1972: بعد التقرير الصادر عن نادي روما " كفى من النمو " الذي يتحدث عن النمو السكاني و علاقته بالموارد الطبيعية ، إذ أكد هذا التقرير على أن استمرار التنمية الاقتصادية سيؤدي خلال القرن 21 إلى سقوط كبير لسكان العالم ، و هذا نظراً للتلوث و افتقار الأراضي الزراعية و ندرة الموارد الطاقوية¹ .

- أبريل 1987 : اتسع استخدام مفهوم التنمية المستدامة من قبل اللجنة العالمية المعنية بالبيئة و التنمية (لجنة بروننتالاند*) عام 1987 ، التي دعت إلى التنمية التي تلبى احتياجات الجيل الحاضر

¹ - عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ،

مرجع سبق ذكره ، ص 25.

* لجنة بروننتالاند : هي لجنة ترأسها الوزيرة الأولى النرويجية السيدة بروننتالاند .

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

دون أن تعرض لخطر احتياجات الأجيال القادمة .¹

- قمة ريو (قمة الأرض): في 14 يونيو 1992 بالبرازيل ، إذ جاءت هذه القمة بعدما أصبح مفهوم التنمية المستدامة واسع الاستعمال و مترسخا عند كافة و عامة الناس ، و قد حثت القمة على أنه ينبغي على حكومات الدول المختلفة بالتعاون مع المنظمات الدولية أن تعتمد إستراتيجية وطنية للتنمية المستدامة .²

- سنة 1997: تم انعقاد الدورة الاستثنائية لجمعية العامة للأمم المتحدة، لأجل استعراض جدول أعمال القرن 21.

- 02 أوت إلى 04 سبتمبر 2002: قمة جوهانسبورغ ، حيث أكدت القمة على ضرورة الحفاظ على الموارد الطبيعية و التنوع البيولوجي .³

- سنة 2005 : دخل بروتوكول كيوتو حيز التنفيذ بشأن تخفيض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري .⁴

ثانيا: تعاريف التنمية المستدامة و مبادئها .

أ- **تعاريف التنمية المستدامة** : عرف مفهوم التنمية المستدامة عدة تعاريف من أهمها .⁵
- التعريف الاقتصادي: و يعني مصطلح التنمية المستدامة " استخدام الموارد ينبغي ألا يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل " .⁶

¹- إسماعيل سراج الدين ، حتى تصبح التنمية المستدامة ، مجلة التمويل و التنمية ، ديسمبر 1993 ، المجلد 20 ، العدد 04 ، ص06.

²- نوزاد عبد الرحمان الهيبي ، التنمية المستدامة في المنطقة العربية ، الحالة الراهنة و التحديات المستقبلية ، مجلة الجندول ، العدد 25 ، نوفمبر 2005 ، ص10.

³- عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ، مرجع سبق ذكره ، ص26.

⁴- نوزاد عبد الهيبي ، مرجع سبق ذكره ، ص03.

⁵- عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ، مرجع سبق ذكره ، ص26.

⁶- إسماعيل سراج الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص04.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

- التعريف الاجتماعي و الإنساني : تعني " السعي من أجل استقرار النمو السكاني و رفع مستوى الخدمات الصحية و التعليمية " .
- التعريف البيئي: " تعني حماية الموارد الطبيعية ، و الاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية و الموارد المائية " .
- التعريف التكنولوجي: و تعني " نقل المجتمع إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تكنولوجيا منظمة للبيئة ، و تنتج الحد الأدنى من الغازات الملوثة " .
- ب- مبادئ التنمية المستدامة : من أهم مبادئها نجد ¹ .
- تحديد الأولويات بعناية: من خلال التشدد في وضع الأولويات و تنفيذ إجراءات العلاج على مراحل ؛
- الاستخدام الرشيد للموارد البيئية الناضبة و التوقف عن هدرها ؛
- الإشراف الكامل للمواطنين على التصدي للمشكلات البيئية ؛
- الالتزام بقدرة البيئة على التعامل المأمون مع ما بلغته فيها من نفايات و ملوثات ؛
- إدماج البيئة من البداية، حيث أن الوقاية البيئية أفضل من علاجها .

ثالثا: مؤشرات التنمية المستدامة .

يضم الكتاب الصادر عن لجنة التنمية المستدامة نحو 130 مؤشر مصنفة في أربع مجموعات كما يلي ²:

- أ- المؤشرات الاقتصادية : من أهم المؤشرات الاقتصادية نجد .
- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ؛
- نسبة إجمالي الاستثمار إلى الناتج المحلي الإجمالي ؛
- مجموع الدين الخارجي كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي .

¹- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، الصندوق العربي للإئتماء الاقتصادي و الاجتماعي ، تقرير التنمية الإنسانية العربية ، 2002 ، ص 42.

²- المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة ، التجارة الدولية و آثارها على التنمية المستدامة ، المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية ، 2007 ، ص 27.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

ب- المؤشرات الاجتماعية : و من أهمها .

- مؤشر الفقر البشري ؛

- معدل البطالة ؛

- معدل التعليم ؛

- معدل النمو السكاني .

ت- المؤشرات البيئية: و منها .

- متوسط نصيب الفرد من الموارد المائية ؛

- متوسط نصيب الفرد من إجمالي الأراضي المزروعة ؛

- كميات الأسمدة المستخدمة سنويا؛

- الأراضي المصابة بالتصحّر؛

- التغير في مساحة الغابات .

ث- المؤشرات المؤسسية : و نجد منها .

- خطوط الهاتف الرئيسية لكل 100 نسمة ؛

- الحواسيب الشخصية لكل 100 نسمة ؛

- مستخدمي الانترنت لكل 100 نسمة.

المطلب الثاني: أساسيات حول التنمية المستدامة .

تعتمد التنمية المستدامة على مجموعة من المتطلبات وهي التنمية الاقتصادية بصورتها العامة التي تهدف إلى توفير الحل لإشكالية التخلف الاقتصادي والنمو الاقتصادي¹ ، والتنمية البشرية باعتبار البشر هم الثروة الحقيقية للأمم ، وإدخال البعد البيئي في الاقتصاد.

¹- دوناتو رومانو ، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة ، المركز الوطني للدراسات الزراعية ، ص61

أولاً: تحديات التنمية المستدامة.

هناك العديد من القضايا التي ينبغي مواجهتها لتحقيق التنمية المستدامة وهي:¹

- ضعف معدلات النمو: تعاني الكثير من الدول النامية من ضعف معدلات النمو ، وبالمخصوص الدول العربية ، حيث فشلت في تحقيق الحد الأدنى من الانخفاض المستدام في الفقر ، والذي يتطلب أن تكون نسبة النمو من نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي 3% ، فالفجوة هي في حدود 2% ؛

- تفشي وتعاقد معدلات البطالة: يساهم تباطؤ النمو الاقتصادي وتراجع معدلات التشغيل في تفشي ظاهرة البطالة ، وبالرغم من أن المتوسط العربي لمعدل نمو فرص الشغل هو 2.1 % وهو لا يواكب المعدل العالي من العرض للعمالة والبالغ حوالي 3.4% ؛

- تدني مؤشر الاستدامة البيئية : يقيس هذا المؤشر وضع النظم البيئية في حالتها الطبيعية وتلك التي تم إدارتها والضغوط التي تتعرض لها ، بما في ذلك استنزاف الموارد الطبيعية وزيادة معدلات التلوث.²

- النظام الايكولوجي للمياه العذبة: تمثل المياه العذبة أهم النظم الايكولوجية والتي تمثل 3% من مياه الكرة الأرضية ، والباقي 70% من المياه العذبة حبيسة في الأنهار والجبال الجليدية ، وغير متوفرة للاستعمال البشري؛

- تدني مؤشرات البحث والتطوير : تحتل الدول العربية المراتب الأخيرة في الإنفاق على البحث العلمي وعدد براءات الاختراع وحقوق التصنيع، فهي تنفق مبالغ ضئيلة في هذا المجال لا يتعدى خمس ما تنفقه أي بلد متقدم ، أما العاملون في مجال البحث العلمي لا يتجاوز 1% من العاملون في مجال البحث العلمي للدول المتقدمة³ .

¹- عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص33.

²- صعب نجيب ، البيئة العربية في امتحان دافوس ، مجلة البيئة والتنمية ، المجلد 07، العدد48، 2002، ص06.

³- نوزاد عبد الرحمان الهيبي ، مرجع سبق ذكره، ص11.

ثانيا: معوقات التنمية المستدامة .

هناك بعض المعوقات التي تواجه البلدان النامية ولاسيما البلدان العربية في تطبيق التنمية المستدامة وهي ¹:

- الحروب والنزاعات المسلحة والاحتلال الأجنبي: أهم مكسب للسلام هو تجنب تكلفة الحرب، لأن حياة ورفاهية وكرامة الإنسان تمثل أرقى ما تطلعت إليه الأمم في كل زمان ومكان ، وفقا لهذا فإن تحليل التأثير المتبادل بين السلام والتنمية يكشف لنا أن كلا منهما سبب ونتيجة للأخر فالحرب نتاجه هي :

● الخسائر المختلفة والمتنوعة؛

● حالة الحرب تفرض أولوية تخصيص الموارد لأغراض الدفاع وعرقلة التجارة والاستثمار؛

● يحدث السلام والأمن آثارا ايجابية طويلة الأجل على السياحة والإيرادات بالعملة الصعبة.

- غياب الديمقراطية: إذا كانت المشاركة الشعبية أساسا للتنمية المستدامة فالديمقراطية شرط أساسي لعملية المشاركة فيها ؛

- الفقر: يعد الفقر في مفهومه العام وصف لظاهرة ذات أبعاد متعددة بالغة التعقيد والتشابك ²؛
- التضخم السكاني غير الرشيد: أصبحت ظاهرة الانفجار السكاني في أغلب الأقطار النامية عقبة إلى جانب العقبات المتعددة الأخرى أمام خطط ومشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية المختلفة.

- المستوى التعليمي والثقافة: يعد التعلم حق من حقوق الإنسان ، باعتبار أنه الوسيلة العملية لانطلاق الفئة المهمشة في إطار الفقر والجهل للإسهام الفعال في إطار اتجاه الوظيفة ³ ؛

¹- ماهية التنمية المستدامة : على الموقع: www.pdfactory.com

²- التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول ، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الإعلامي ، الإصدار

الحادي عشر، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص67

³ - نفس المرجع السابق، ص107

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

ثالثا: جهود الجزائر في مجال التنمية المستدامة .

بذلت الجزائر جهودا من خلال وضع آليات مؤسسية وقانونية ومالية لضمان إدماج البيئة والتنمية في عملية اتخاذ القرار ، وقد تم إنجاز العديد من الأعمال المهمة في إطار مجهودات التنمية خلال السنوات الأخيرة ، والتي تدخل ضمن تطبيق جدول أعمال القرن 21 ، كما يوضح ذلك الجدول التالي.

الجدول رقم(65): جهود الجزائر في مجال تطبيق التنمية المستدامة

جيدة	بعض البيانات الجيدة ولكنها ناقصة	هزيلة
<ul style="list-style-type: none"> - محاربة الفقر - تغيير أنماط الاستهلاك - التخطيط والإدارة المتكاملة للموارد الأرضية - محاربة إزالة الغابات - محاربة التصحر - الاستغلال المستدام للجبال - دعم التنمية الزراعية الريفية - نفايات خطرة - التربية والتوعية العامة والتدريب 	<ul style="list-style-type: none"> - إدماج الإشكالية البيئية في عملية اتخاذ القرار - حماية الجو - الحفاظ على التنوع البيولوجي - الموارد المائية - المواد الكيميائية السامة - العلم في خدمة التنمية المستدامة - الإعلام من أجل اتخاذ القرار 	<ul style="list-style-type: none"> - التعاون والتجارة الدوليان - الحفاظ على التنوع البيولوجي - الترتيبات المؤسسية الدولية

المصدر: بوزيان الرحمان هاجر و بكري فطيمة، التنمية المستدامة في الجزائر بين حتمية التطوير وواقع التسيير، جامعة خميس مليانة، ص07

أما في يخص تطبيق التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية للجزائر فهو ضعيف نظرا لعدة أسباب هي¹:

-إدماج أبعاد التنمية المستدامة في التسيير هو إحدى المجالات التي تخص المؤسسات التي تنشط في ظل محيط ليبرالي ؛

- التنمية المستدامة تخص المؤسسات التي لا تعاني من مشكلة الأداء المالي ، أي إنها حققت مستويات أداء اقتصادي عالي ، وانتقلت بذلك إلى الاهتمامات البيئية والاجتماعية.

¹ - العايب عبد الرحمان و يقة الشريف، التنمية المستدامة والتحديات الجديدة المطروحة أمام المؤسسات الاقتصادية ، مع الإشارة للوضع الراهن للجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول " التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة فرحات عباس -سطيف، يومي 08/07 أفريل 2008،ص15.

المطلب الثالث : التنمية السياحية المستدامة .

تعتبر التنمية السياحية من أحد أنواع التنمية ، إذ يعتبر هذا النوع من التنمية معاصرا عند العديد من دول العالم ، إلا أن التنمية السياحية قد تهمل بعض الجوانب كالجانب البيئي مثلا ، و لهذا جاءت التنمية السياحية المستدامة كأداة لإدارة الموارد البيئية لخدمة المجتمعات مع الحفاظ عليها .

أولاً: التنمية السياحية .

للتنمية السياحية مفهوم واسع و متداخل و متفاعل مع برامج مختلفة ، يؤدي إلى تقدم و نمو السياحة ، التي هي جزء من التنمية الاقتصادية للدولة¹ ، كما أن التنمية السياحية تعرف على أنها ذلك التكامل الطبيعي و الوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية و البيئية المتاحة ، و توفير التسهيلات و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات السياح² .

إذا التنمية السياحية هي ذلك التكامل بين كافة العناصر الطبيعية منها و البيئية ، مع توفير كافة التسهيلات و تنمية المنتج السياحي ، لاجتذاب أكبر قدر من السياح .

كما أن للتنمية السياحية عدة أشكال، تعبر عن مدى اهتمام الدولة بقطاعها السياحي، و تقدم مسار التنمية السياحية فيها ، و من أهم أشكال التنمية السياحية نجد :

-المنتجعات السياحية : و تعرف على أنها تلك المواقع و الأماكن التي تتوفر فيها خدمات متعددة و أنشطة سياحية متنوعة ، بغية توفير جو من الترفيه و الاستراحة .

- القرى السياحية : يعتمد قيام السياحة على القرى السياحية ، و هي توفير مجموعة من الإمكانيات الطبيعية و المادية كالشواطئ ، الموانئ ، الجبال ، الحدائق العامة ، مواقع تاريخية ، ملاعب رياضية ، هذه المقومات تستهوي السكان لأجل الترفيه عن النفس³ .

¹- محي محمد مسعد ، الاتجاهات الحديثة في السياحة ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2008 ، ص38.

²- رميدي عبد الوهاب و عامر كمال ، التنمية السياحية و علاقتها بحماية البيئة ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

³- الحاج حنيش و قويدري كمال ، التخطيط السياحي ، السياحة الرياضية نموذجاً ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، نفس المرجع السابق ، ص 08.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

- منتجعات العزلة : تتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ، و عادة ما تقع هذه المنتجعات في المناطق البعيدة و الآهلة ، كالجزر و الجبال و الوصول إليها يتم من خلال الطرق البرية الضيقة ، واستعمال القوارب أو المطارات الصغيرة ، و يعتبر هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المنفصلة في أغلب دول العالم .

ثانيا : التنمية السياحية المستدامة.

عرفت منظمة السياحة العالمية السياحة المستدامة بأنها تلك التنمية التي تعمل على سد احتياجات السياح و المواقع المضييفة ، إلى جانب حماية حق الأجيال القادمة في التمتع بهذه المواقع في المستقبل¹.

و يتمتع هذا النوع من التنمية بمجموعة من الخصائص هي :²

-تعمل السياحة المستدامة على تحقيق آفاق آمنة للشركات ، بالإضافة إلى أنها تحقق العدالة و التماسك الاجتماعي ؛

-تحد من التلوث و تدهور الموارد البيئية ، و تحافظ على التنوع البيولوجي ؛

-تحسين نوعية الحياة المعيشية للسكان المحليين و إشراكهم في التخطيط السياحي .

كما تقوم التنمية السياحية المستدامة على مجموعة من المبادئ لعل أهمها ما يلي :³

-يجب أن يكون التخطيط للسياحة و تنميتها و إدارتها جزء من استراتيجيات الحماية ، أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة ؛

- يجب أن تتبع الوكالات و المؤسسات و الجماعات و الأفراد المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة بيئية ، و اقتصاد المنطقة المضييفة و الطريقة التقليدية لحياة المجتمع المضييف ؛

- يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة و أفراد المجتمع المضييف ؛

¹- بن موسى محمد و عادي سمير ، السياحة بين تحدي التنمية و رهان الاستدامة ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 10.

² - عشي صليحة ، الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد التنمية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2001 ، ص 15.

³ - عبد الرحمن السحالي و حبيب المهبر ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة ، سلسلة 01، ص 06.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

- ضرورة عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي و الاجتماعي و الاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية ، بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة و المجتمع ؛
- يجب أن يتم تنفيذ برنامجا للرقابة و التدقيق و التصحيح أثناء جميع مراحل تنمية و إدارة السياحة؛
- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم أعداد السياح الوافدين و تأمينهم و تزويدهم بالمعلومات ، أي دون إحداث أضرار بالبيئة ؛
- معرفة الطاقة الاستيعابية للسياحة البيئية ، أي الحد الأعلى من السياح الذين يمكن استقبالهم في المواقع السياحية ؛

كما تصبوا السياحة المستدامة لتحقيق مجموعة من الأهداف منها¹:

- مساهمة السياحة في الازدهار الاقتصادي للمناطق المضيفة ؛
- زيادة عدد الوظائف المنشأة في القطاع السياحي ؛
- تحقيق الإنصاف الاجتماعي؛
- المحافظة على التنوع البيولوجي ؛
- المحافظة على نظافة البيئة ؛
- تحقيق كفاءة استخدام الموارد.

المطلب الرابع: إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

تعتمد إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر على رسم إطار سياسي عام يتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ، تركز على تهمين الثروات الطبيعية والثقافية ، و ذلك في إطار المحافظة على البيئة ، و تهمين البعد الايكولوجي في التنمية المستدامة .

¹ - حمداني محي الدين ، دور السياحة في تحقيق أهداف التنمية للألفية ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 09.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

أولا : قانون التنمية المستدامة للسياحة الجزائرية .

عملت الدولة متضمنة في وزارة السياحة في جانفي 2001 على وضع إستراتيجية جديدة من أجل التنمية المستدامة لآفاق 2010 ، بغية تنمية وترقية النشاطات السياحية لتكوين صناعة حقيقية وهذا من خلال ما يلي :¹

- إسهام القطاع الخاص في الاستثمارات السياحية بغلاف مالي قدره 75مليار دينار ؛
 - زيادة عدد السياح نحو الجزائر ليصل إلى حدود 2.1 مليون سائح خلال سنة 2010؛
 - خلق 25 ألف منصب شغل مباشر ؛
 - توفير الإيرادات من العملة الصعبة تفوق 1.6 مليار دولار أمريكي ؛
 - خلق مناطق توسع سياحية جديدة؛
 - وضع إطار سياسي يهدف إلى تنمية سياحية مستدامة ؛
 - وضع مخطط يحدد المناطق الواجب استغلالها ونوع المنتج السياحي لكل منطقة؛
 - سياسة تكوين الموارد البشرية الخاصة بتسيير المصالح السياحية؛
 - اتخاذ إجراءات واضحة و عقلانية خاصة بالتهيئة العمرانية ؛
 - تحسين صورة الجزائر السياحية ، واسترجاع مكانتها بين الدول السياحية ، وإبرازها كوجهة سياحية عالمية ، من خلال المشاركة في المهرجانات الدولية والمعارض والمؤتمرات؛
 - تفعيل عملية الشراكة و الخوصصة و فتح القطاع أمام الاستثمارات الأجنبية؛
 - إعادة تأهيل وترقية الصناعات الفندقية ؛
 - تأهيل وترقية الصناعات التقليدية التي تعطي الديناميكية للقطاع السياحي .
- والجدول التالي يلخص إستراتيجية السياحة للفترة 2010/2001

¹ -Ministère du tourisme , élément de la stratégie de développement durable du tourisme en Algérie horizon 2010, 2001,p52

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الجدول رقم(66): إستراتيجية السياحة للفترة 2010/2001

الملاحظات	المجموع	من 2005 إلى 2010	2001 إلى 2005	أهداف المخطط
- معدل الانجاز 4 آلاف سرير خلال الفترة الأولى - معدل الانجاز 6 آلاف سرير خلال الفترة الثانية	50.000 سرير	30 ألف سرير	20 ألف سرير	الرفع من قدرات الإيواء
تكلفة انجاز سرير واحد تقدر ب1.5 مليون دينار خارج تكلفة العقار	75.000 مليار دينار	45 مليار دينار	30 مليار دينار	زيادة الاستثمارات الخاصة
السنة المرجعية 1990 ونسبة زيادة تقدر ب10% تقريبا	1.2 مليون سائح	/	685 ألف سائح	زيادة التدفقات السياحية الأجنبية
السنة المرجعية 1990 نسبة زيادة تقدر ب50%	980 ألف سائح	/	452 ألف سائح	زيادة التدفقات السياحية للجزائريين غير المقيمين
نسبة زيادة تقدر ب10% سنويا	2.180.000 سائح	/	1.137.000 سائح	التدفقات السياحية الإجمالية
حسب المنظمة العالمية للسياحة كل انجاز سرير يسمح بخلق منصب شغل مباشر و03 مناصب غير مباشرة	25.000 75.000	15.000 45.000	10.000 30.000	التشغيل : - التوظيف المباشر - التوظيف الغير المباشر
	100.000 منصب شغل	60.000 منصب شغل	40.000 منصب شغل	المجموع

Source :Ministère du tourisme , **plan d'action horizon2001-2010**.

كتقييم للإستراتيجية السياحية للفترة (2001-2010) عموما لم تصل إلى النتائج والأهداف
الني كان مسطر الوصول إليها ، إذ تم توقع الوصول إلى 2.1 مليون سائح سنة 2010 ولكن لم
تحقق سوى 1.4 مليون سائح خلال هذه السنة ، أي هناك عجز ب 0.7 مليون سائح .
وبغية مواصلة الجزائر في إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة ، قامت بوضع إطار تشريعي
لذلك من خلال إصدار القوانين التالية :

-القانون رقم 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 و المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة ؛

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025

- القانون رقم 02/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 و المتعلق باستغلال الشواطئ لأهداف سياحية ؛

- القانون رقم 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 و المتعلق بمناطق التوسع السياحي و المواقع السياحية .

و قد نص القانون 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة في المادة (03) منه على أنواع السياحة في الجزائر كما يلي :¹

- السياحة الثقافية ؛

- سياحة الأعمال و المؤتمرات ؛

- السياحة الحموية و المعالجة بمياه البحر؛

- السياحة الصحراوية .

كما يقضي هذا القانون بمطابقة تهيئة المناطق السياحية مع قانون التهيئة الإقليمية الشاملة و الحفاظ على البيئة و الساحل ، و يركز كذلك على ضرورة الحفاظ على البيئة و تحسين المحيط المعيشي ، و ترقية المؤهلات الطبيعية و الثقافية و التاريخية ، و قد قسم قانون 01/03 أهدافه إلى أهداف نوعية و أخرى كمية ، أما النوعية فهي :²

- تثمين الطاقات الطبيعية و الثقافية و الدينية و الحضارية ؛

- تحسين أداء القطاع السياحي من خلال الشراكة في التسيير ؛

- تحسين نوعية الخدمات السياحية ، و الارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية ؛

- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية و السياحية ؛

- المحافظة على البيئة و الفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية ؛

- التوفيق بين ترقية السياحة و البيئة ، بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية المستدامة ؛

- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار ، قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج .

كما يحصى قانون 01/03 الأهداف الكمية فيما يلي :

¹ خليل عبد القادر و علوطني لمنين ، تحديات الصناعة السياحية في الجزائر ، بالإشارة إلى حالة ولاية المدية ، المتلقى

العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 06.

² وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، تصور تطوير السياحة للعشرية (2010/2004) ، ص 16.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

أ- تـمـيـن الـاسـتـثـمـار الـسـيـاحـي : و حـسـب الـبـرـنـامـج فـإن الـاسـتـثـمـار الـسـيـاحـي يـمـتـد مـن 2004 إـلى غـايـة 2013 ، و ذـلـك عـبـر مـرحـلـتـيـن ¹ :

- المـرحـلـة الـأولـى مـن (2007/2004): إذ يـتـوقـع انـجـاز خـلـال هـذـه المـرحـلـة حـوايـي 55 أـلـف سـرـيـر ، و ذـلـك بـاعـتـمـاد قـيـمـة 1.5 مـلـيـون دـيـنـار جـزائـري لـلـسـرـيـر ، و بـالـتـالـي سـتـصـل الـاسـتـثـمـارات إـلى غـلـاف مـالي نـظـري يـقـدـر بـ 82.5 مـلـيـار دـيـنـار جـزائـري فـي نـهـايـة هـذـه المـرحـلـة .

- المـرحـلـة الـثـانـيـة مـن (2013/2008): و تـعـتـبـر المـشـارـيـع المـقـتـرـح انـجـازها فـي هـذـه المـرحـلـة مـن النـوع الـمـتـوسـط و الـرـفـيـع ، و يـكـون حـجـم الـاسـتـثـمـار الـمـتـوقـع 150 مـلـيـار دـيـنـار جـزائـري لـانـجـاز 60 أـلـف سـرـيـر أي بـقـيـمـة 2.5 مـلـيـون دـيـنـار لـلـسـرـيـر .

ب- رـفـع قـدـرات الـاسـتـقـبـال : إن عـدـد الأـسـرة الـمـتـوقـع الـوـصـول إـليـها فـي آفـاق 2013 هـو 187 أـلـف سـرـيـر ، أي بـإـضـافـة 72 أـلـف سـرـيـر الـتي تـم إـحـصـائـها نـهـايـة سـنـة 2002.

ت- رـفـع التـدـفـقات الـسـيـاحـيـة : حـسـب الـبـرـنـامـج فـإن الـمـحـصـلـة النـهـايـة لـلـتـدـفـقات الـمـنـتـظـرة خـلـال سـنـة 2013 سـتـكـون حـوايـي 3.098.531 سـائـح .

ث- زـيـادـة مـنـاصـب الـعـمـل : عـدـد مـنـاصـب الـعـمـل الـتي سـيـتـم إنـشـاؤها فـي نـهـايـة سـنـة 2013 هـو 57.500 مـنـصـب عـمـل مـبـاشـر و 172.500 مـنـصـب غـيـر مـبـاشـر ، و بـالـتـالـي مـجـمـوع المـنـاصـب الـمـتـوقـع الـوـصـول إـليـها عـند نـهـايـة هـذـه المـرحـلـة هـو 230 أـلـف مـنـصـب عـمـل ، طـبـعا هـذا حـسـب تـقـديـرات الـمـنـظـمة العـالمـيـة لـلـسـيـاحـة فـيـما يـخـص مـنـاصـب الشـغـل ، حـيـث يـؤـدي انـجـاز سـرـيـر إـلى إـحـداث (03) مـنـاصـب شـغـل مـبـاشـرة و غـيـر مـبـاشـرة فـي الـقـطـاعـات الـمـرتـبـطـة بـالسـيـاحـة .

ج- زـيـادـة المـدـاخـيل مـن الـعـمـلـة الصـعـبـة: عـدـد المـدـاخـيل الـمـتـوقـعة فـي نـهـايـة المـرحـلـة قـدـرت بـ 1.3 مـلـيـار دـولـار ، و هـذا بـاعـتـمـاد مـعـيار الإـنـفـاق الـمـتـوسـط لـكـل سـائـح و الـمـقـدر بـ 520 دـولـار .

أما القـانـون رـقـم 03/03 الـمـتـعـلـق بـمـنـاطـق التـوسـع الـسـيـاحـي حـدـد 22 مـنـطـقـة تـوسـع سـيـاحـي كـمـرحـلـة أولـى تـتـوزـع بـيـن 19 مـنـطـقـة تـوسـع سـيـاحـي عـلى الشـرـيـط الـسـاحـلي و 03 مـنـاطـق لـلـتـوسـع الـسـيـاحـي بـالصـحـراء ، حـيـث رـكـزت الـسـلـطـات فـي تـوزـيـع هـذـه المـنـاطـق عـلى الـجـهـة الـشـمـالـيـة لـلـبـلـاد ، و خـصـصـت فـقـط 03 مـنـاطـق تـوسـع لـلـنـاحـيـة الـجـنـوبـيـة ، و هـذا ما يـؤـثـر سـلبـا عـلى الـسـيـاحـة الـصـحـراوـيـة ، الـتي تـعـتـبـر إـحـدى أنـواع الـسـيـاحـة الـمـهمـة فـي الـجـزائـر ، و هـذا ما تـثـبـتـه الخـرـيـطـة التـالـيـة .

¹ - تصور تطوير السياحة للعشرية (2010/2004) ، مرجع سبق ذكره ، ص 17 .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الشكل رقم(70): توزيع مناطق التوسع السياحي بالجزائر.



ثانيا: مبادئ التنمية السياحية المستدامة في الجزائر و دور الدولة فيها .

نص قانون 01/03 على مجموعة من المبادئ هي :¹

- تكتسي تنمية الأنشطة السياحية و ترقيتها طابع المصلحة العامة ، و تستفيد بهذه الصفة من دعم الدولة و الجماعات الإقليمية ؛
- تخضع تنمية الأنشطة السياحية لقواعد و مبادئ حماية الموارد الطبيعية و المتاحات الثقافية و التاريخية ، بغرض حماية أصالتها و ضمان القدرة التنافسية للعرض السياحي و ديمومته؛
- تقوم تنمية الأنشطة السياحية على المبادئ و الكيفيات المحددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ؛

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، رقم 11 ، الصادرة بتاريخ 2003/01/14 ، و المتضمنة للقانون رقم (01/03).

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

- توفر الدولة الشروط الضرورية لترقية الاستثمار، كما تتكفل بالأعباء المرتبة عن إعداد الدراسات و الأشغال القاعدية داخل مناطق التوسع السياحي ؛
- تلتزم الإدارات العمومية للدولة و الجماعات الإقليمية ، و كذا الهيئات العمومية في إطار اختصاصاتها بإدراج ترقية السياحة ضمن سياساتها القطاعية ؛
- من خلال هذه المبادئ نلاحظ إدراك الدولة لضرورة تدخلها في توفير شروط التنمية السياحية ، و هذا ما نصت عليه المادة 18 من القانون 01/03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة كما يلي : " تتخذ الدولة إجراءات و أعمال الدعم و تقدم المساعدات و تمنح الامتيازات المالية و الجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي ، قصد تشجيع التنمية السريعة و المستدامة للسياحة و استحداث آثار ايجابية على الاقتصاد الوطني ، كما تسعى في هذا الإطار إلى استحداث أدوات أخرى لدعم عملية التنمية السياحية " ، و بهذا أسندت عملية التنمية السياحية إلى الوكالة الوطنية لتنمية السياحة ، كما تهدف إجراءات المساعدة هاته إلى :
- إعطاء دفع للنمو الاقتصادي ؛
- إدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور و التكيف التكنولوجي ؛
- تشجيع القدرة التنافسية داخل القطاع؛
- تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع السياحية ؛
- اعتماد سياسة تكوين و تسيير الموارد البشرية ، و تشجيع الاحترافية .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

المبحث الثاني: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإستراتيجية الجديدة والكفيلة للسياحة الجزائرية ، حيث تعتمد الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري ، و جعله في مصف القطاعات السياحية الأخرى.

المطلب الأول: مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT* .

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة التزام الدولة بتنفيذ السياسات السياحية ، وكذلك من خلال وضع الشروط الرئيسية للتهيئة السياحية والعامل الأساسي لدعم النمو الاقتصادي، وبالتالي فهذا المخطط يسعى لإعادة التنظيم السياحي والتحول والانتشار بما قصد الارتقاء إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية المصدرة بعد المحروقات.

أولاً- تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، و الذي تقرر إعداده و تحديد معالنه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 ، و المتعلق بمهيئة الإقليم و التنمية المستدامة¹ ، و بالتالي تصبوا الدولة من خلال هذا المخطط إلى ما يلي:²

- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة ، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009 ، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط وذلك في آفاق 2015، والمحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد وذلك في آفاق 2025.

* SDAT : SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE.

¹ -www.mta.gov.dz.

² - عوينان عبد القادر ، الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030 ، المتقى العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص06.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ و تحديد شروط قابلية تجسيده¹؛
 - تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل ، الميزان التجاري ، الاستثمار)؛
 - المساهمة في المبادلات و الانفتاح على الصعيد الوطني و الدولي ؛
 - تقويم الثروة الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلاد و وضعها في خدمة السياحة²؛
- وبالتالي يعبر هذا المخطط عن إرادة الدولة الفعلية من خلال تامين مختلف القدرات السياحية الثقافية والتاريخية ، بغية استغلالها لصالح السياحة الجزائرية والنهوض بها وجعلها قطبا سياحيا في المنطقة الاورو متوسطية ، و يعد هذا المخطط أرضية العمل الرئيسية لتنمية السياحة في الجزائر ، و كذلك تجسيد التوجه الساعي إلى تامين الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر ، و يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نتيجة عمل فكري و ستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين و المحليين العموميين و الخواص.³

ثانيا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية .

- تسعى الدولة من خلال المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى تحقيق تجسيد ثلاث محاور كبرى لهذا المخطط وهي:⁴
- تحقيق العدالة الاجتماعية ؛
 - تحقيق الفعالية الاقتصادية ؛
 - القيام بعملية الدعم الايكولوجي .

¹- بريش السعيد و شابي حليلة ، دور التنويع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و

التقليص من البطالة ، ملتقى إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة ، كلية العلوم

الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، ص 13.

²- نفس المرجع السابق ، ص 13.

³ - وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" ، الكتاب رقم (03) :

الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، جانفي 2008 ، ص 03.

⁴- عوينان عبد القادر ، الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق

2030 ، مرجع سبق ذكره ، ص 03.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

سيتم تجسيد هذه المحاور في إطار التنمية المستدامة وتشمل كل مناطق الوطن خلال العشرين سنة القادمة ، كما يهدف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى التطبيق الميداني والعملي استنادا إلى عدة برامج في شكل خطوط رئيسية¹ ، والجدول التالي يوضح ذلك .

الجدول رقم(67): برامج المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

رقم المحور	هدفه	برامج المحور
01	ضمان اقليم مستدام	- ديمومة المورد المائي -المحافظة على التربة و محاربة التصحر؛ -التراث الثقافي. -المخاطر الكبرى؛ -الأنظمة البيئية؛
02	خلق حركة إعادة التوازن الإقليمي	-فرملة التوسع نحو الساحل وتوازنه ؛ -خيار الهضاب العليا؛ -خيار تنمية الجنوب؛ -نظام حضري متصل ومفصل. -إعادة الموقعة الصناعية و الإدارية ؛
03	ضمان جاذبية وتنافسية الإقليم	-الانفتاح الدولي للأقاليم؛ -التنمية المحلية؛ -الفضاءات الجديدة؛ -أقطاب التنافسية والامتياز؛ -نحو عواصم المدن؛ -عصرنة و تشبيك هياكل الأشغال العمومية النقل ، الإمداد و الاتصالات؛
04	تحقيق العدالة الإقليمية	-التجديد الحضري و سياسة المدينة ؛ -استدراك و تأهيل المناطق ذات العوائق مع التجديد الريفي؛
05	ضمان حكم إقليمي راشد	- يندرج هذا الخط التوجيهي في إطار المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2025 ، و ذلك وفق منطق الشراكة ، بالإضافة إلى وظائف التحكم و الضبط ، حيث تضطلع الدولة بسياسات عمومية قوية ، قادرة على ضمان مستوى عالي من التضامن الفضائي و الإقليمي ، و تبقى الدولة فاعلا اقتصاديا في بعض الميادين الحساسة خاصة المحروقات و تطور الدولة إمكاناتها للتدخل ، و تحدد الأدوات و الترتيبات التي تسمح لها بإيجاز سياساتها العمومية و تنسيقها مع القطاع الخاص ، الذي يضمن بصفة تدريجية تنمية النظام الإنتاجي في جزء كبير منه.

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" ، الكتاب رقم(01) : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص09.

¹ عوينان عبد القادر ، الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق

2030 ، مرجع سبق ذكره ، ص 10 .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

يتضح من خلال الجدول أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يتكون من خمسة خطوط رئيسية ، يندرج تحت كل خط توجيهي مجموعة من البرامج الجزئية عددها 20 برنامجا تسعى هذه البرامج إلى تحقيق الهدف الرئيسي لكل خط توجيهي ، إذ يهدف الخط التوجيهي الأول إلى تحقيق إقليم مستدام وذلك من خلال 05 برامج إقليمية ، ويهدف الخط التوجيهي الثاني إلى خلق حركية إعادة التوازن الإقليمي ، وذلك من خلال ستة برامج إقليمية ، أما الخط التوجيهي الثالث يعمل على ضمان جاذبية وتنافسية الأقاليم ، وذلك من خلال ستة برامج إقليمية كذلك ، أما الخط التوجيهي الرابع فهدفه تحقيق العدالة الإقليمية من خلال ثلاث برامج إقليمية ، وأخيرا الخط التوجيهي الخامس الذي يسعى إلى ضمان حكم إقليمي راشد ، كما تشكل هذه الخطوط الخمسة الرئيسية التوجهات الإستراتيجية للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم ، كما تستجيب للرهانات الكبرى لهذا المخطط.

المطلب الثاني: مكانة و موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.

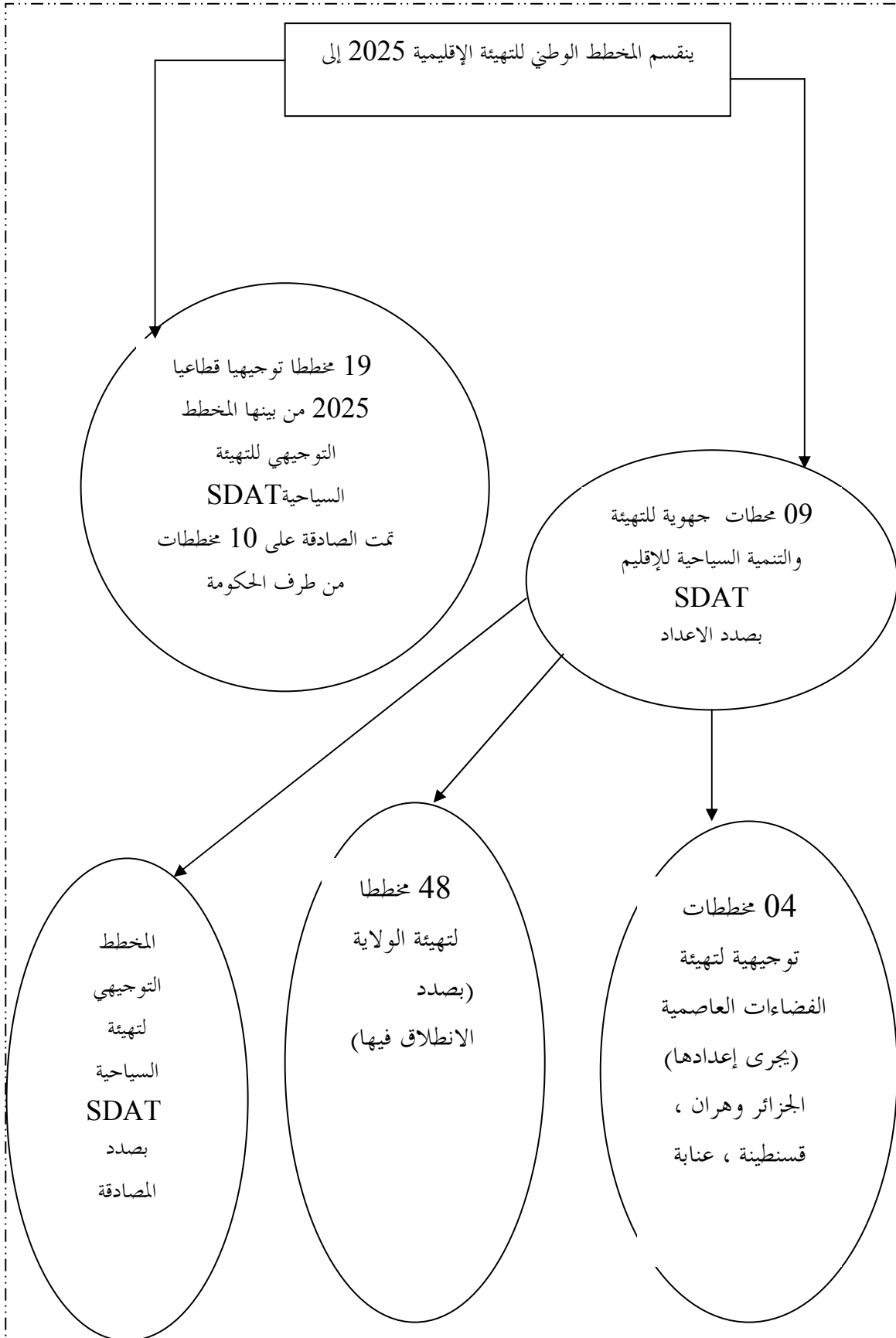
يحتل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مكانة هامة من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، بحث يعد من بين المخططات الأولى التي تم المصادقة عليها.

أولا: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، كما يوضحه الشكل التالي.

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الشكل رقم(71): مكانة SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الكتاب رقم(01): تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 11.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

يتضح من خلال الشكل أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يتكون من 19 مخططا توجيهيا قطاعيا و ذلك لآفاق 2025 ، و قد أعلن وزير تهيئة الإقليم و البيئة بالجزائر العاصمة عن تخصيص غلاف مالي يقدر ب 21 ألف مليار دينار جزائري لتجسيد هذا المخطط في إطار التنمية المستدامة خلال الفترة (2010/2014) ، و أوضح كذلك أن هذا الغلاف المالي سيخصص لتجسيد المشاريع التنموية القطاعية¹ ، و هذا المخطط الذي يعد الأول من نوعه يرمي كذلك إلى خلق نوع من التناسق في انجاز مختلف المشاريع القطاعية ، و يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 من بين هذه المخططات (19) عشر ، و التي تم المصادقة عليه من قبل الحكومة و دخل حيز التنفيذ ، كما يتكون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية من 48 مخططا لتهيئة الولاية ، و هي بصدد الانطلاق فيها ، كما يوجد 04 مخططات توجيهية لتهيئة الفضاءات العاصمية ، و هي مركزة في أربع ولايات ساحلية بالدرجة الأولى و هي الجزائر وهران ، قسنطينة و عنابة ، إذ ركزت السلطات على أربع ولايات كبرى في البلاد ، و حظيت هذه الأخيرة باهتمام واسع .

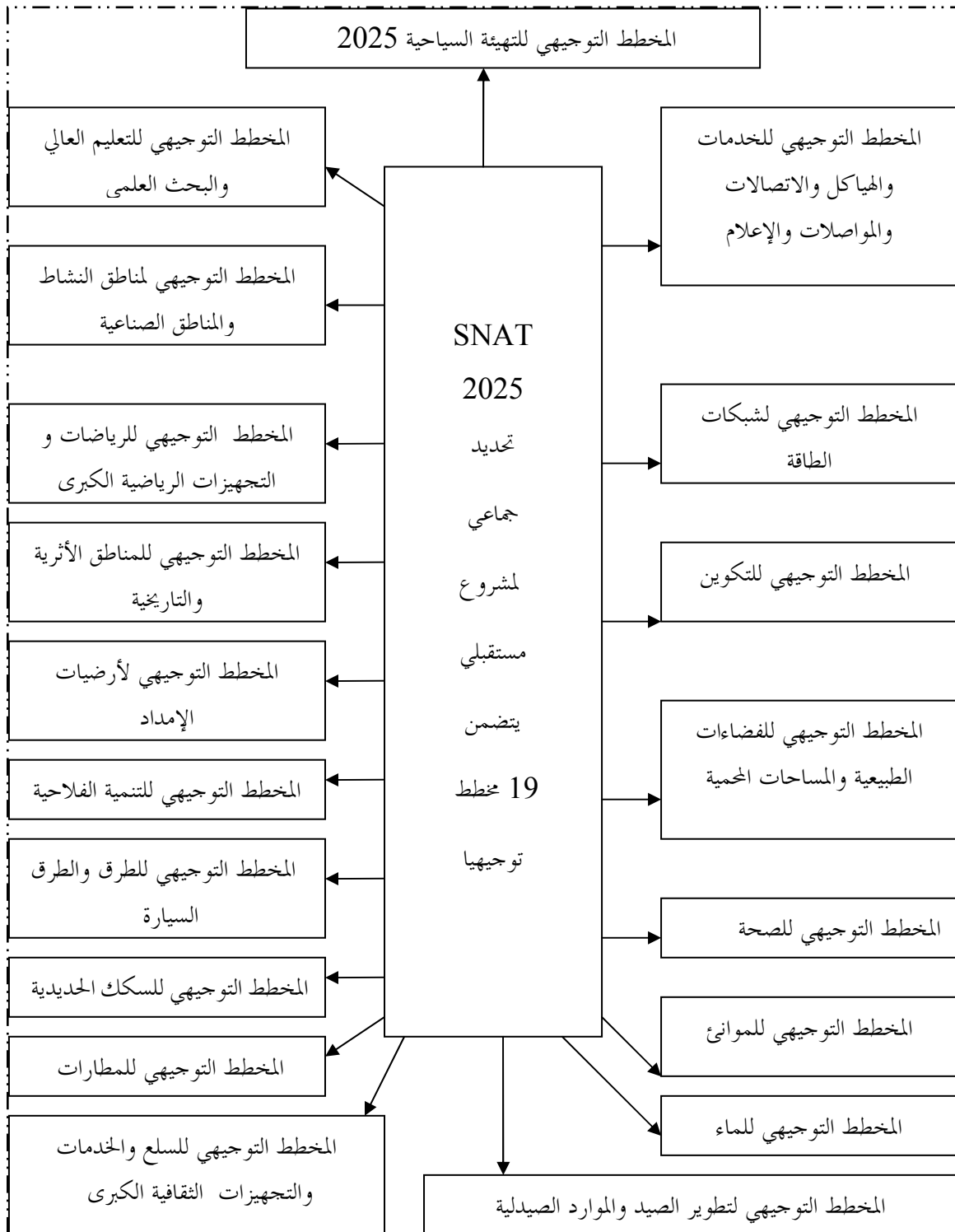
ثانيا: موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية.

أما فيما يخص موقع SDAT في بنية المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2025 ، فهو موضح في الشكل التالي .

¹ - ياسين بودهان ، الإقليم لآفاق 2030 بالجزائر ، على الموقع :

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الشكل رقم(72): موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية .



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب رقم(01) : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ، ص 12

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

يتضح من خلال الشكل أعلاه أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يتكون من 19 مخططا توجيهيا ، شملت العديد من القطاعات التي تخص التنمية الوطنية ، أما فيما يخص موقع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في بنية المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية فهو يشكل جزءا منه موجه أساسا لتطوير السياحة الجزائرية .

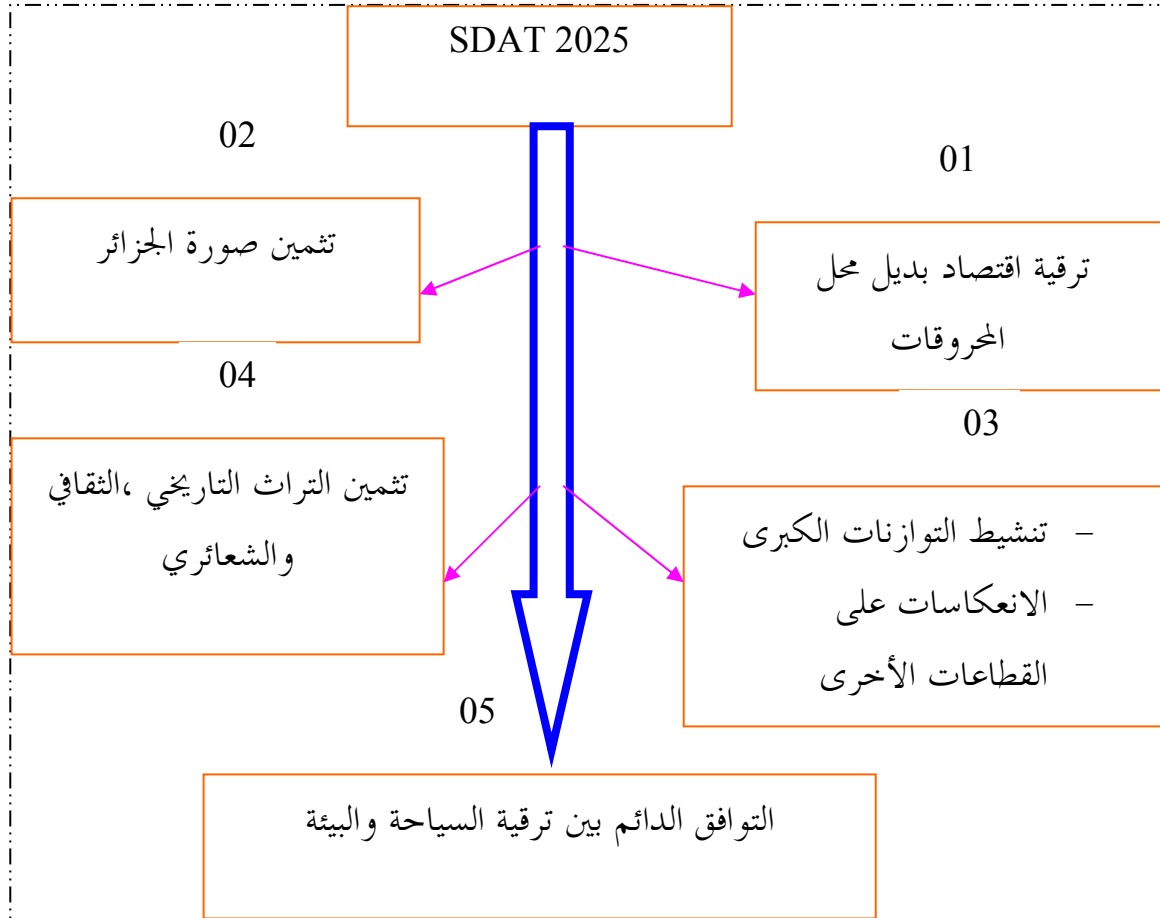
المطلب الثالث: أهداف ومراحل إعداد SDAT 2025.

يرمي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي سطرت من أجل ترقية السياحة الجزائرية ، و لهذا تم تصميم هذا المخطط وفق عدة مراحل منسجمة لتجسيده الفعلي على أرض الميدان .

أولا: أبعاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

يمكن توضيح أبعاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال الشكل التالي .

الشكل رقم(73): الأهداف الخمسة ل SDAT 2025.



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(01):تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ، ص24.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

يتبين من خلال الشكل أعلاه أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء لتحقيق خمسة أهداف أساسية ، وهدفه الأول هو ترقية القطاع السياحي ليكون محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي ، من خلال جعل السياحة بديلا حقيقيا يجلب محل المحروقات ، مع منح السياحة الجزائرية مكانة دولية بغية المساهمة في خلق مناصب الشغل ، والمساهمة في تحقيق التوازنات الكبرى للاقتصاد الوطني ، من خلال تحسين وضعية ميزان المدفوعات وجلب العملة الصعبة ، بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية من خلال تحسين العرض السياحي ، خاصة فيما يتعلق بجودة المنتج السياحي الجزائري¹.

يسعى المخطط التوجيهي كذلك إلى التحسين المستمر والدائم لصورة الجزائر السياحية ، بهدف تغيير التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون حول السوق السياحية الجزائرية ، وهذا يجعل من السياحة الجزائرية سوقا رئيسية وهامة وليست سوقا ثانوية² ، كما يهدف إلى تحقيق انسجام القطاع السياحي مع بقية قطاعات الاقتصاد الوطني ، من خلال الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى كالزراعة والبناء والأشغال العمومية والصناعة و الصناعة التقليدية³.

بما أن استراتيجيات السياحة المستدامة هي تلك التي تراعي وتحتترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية ، انطلاقا من هذا عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على إقامة علاقة متينة مع العناصر الأساسية للتراث الإقليمي الذي يشمل الإنسان ، الطبيعة ، المناخ و التراث التاريخي ، إذ تشكل هذه العناصر صورة السياحة وجاذبيتها وموقعها وإنتاجها ، كما تراعي التنمية المستدامة الموارد البيئية والحفاظة عليها من خلال إدخال الديمومة البيئية في مجمل حلقات التنمية السياحية .

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme ,
SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE " SDAT 2025 , **Livre 1 Le**
diagnostic : audit du tourisme Algérie , janvier 2008 , p23

² - خليل عبد القادر و مين علوطي ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

³ - عوينان عبد القادر ، السياحة في الجزائر ، التحديات و الرهانات ، في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ،
مجلة معارف ، العدد 12 ، جامعة أكلي محند أولحاج ، 2012 ، ص148.

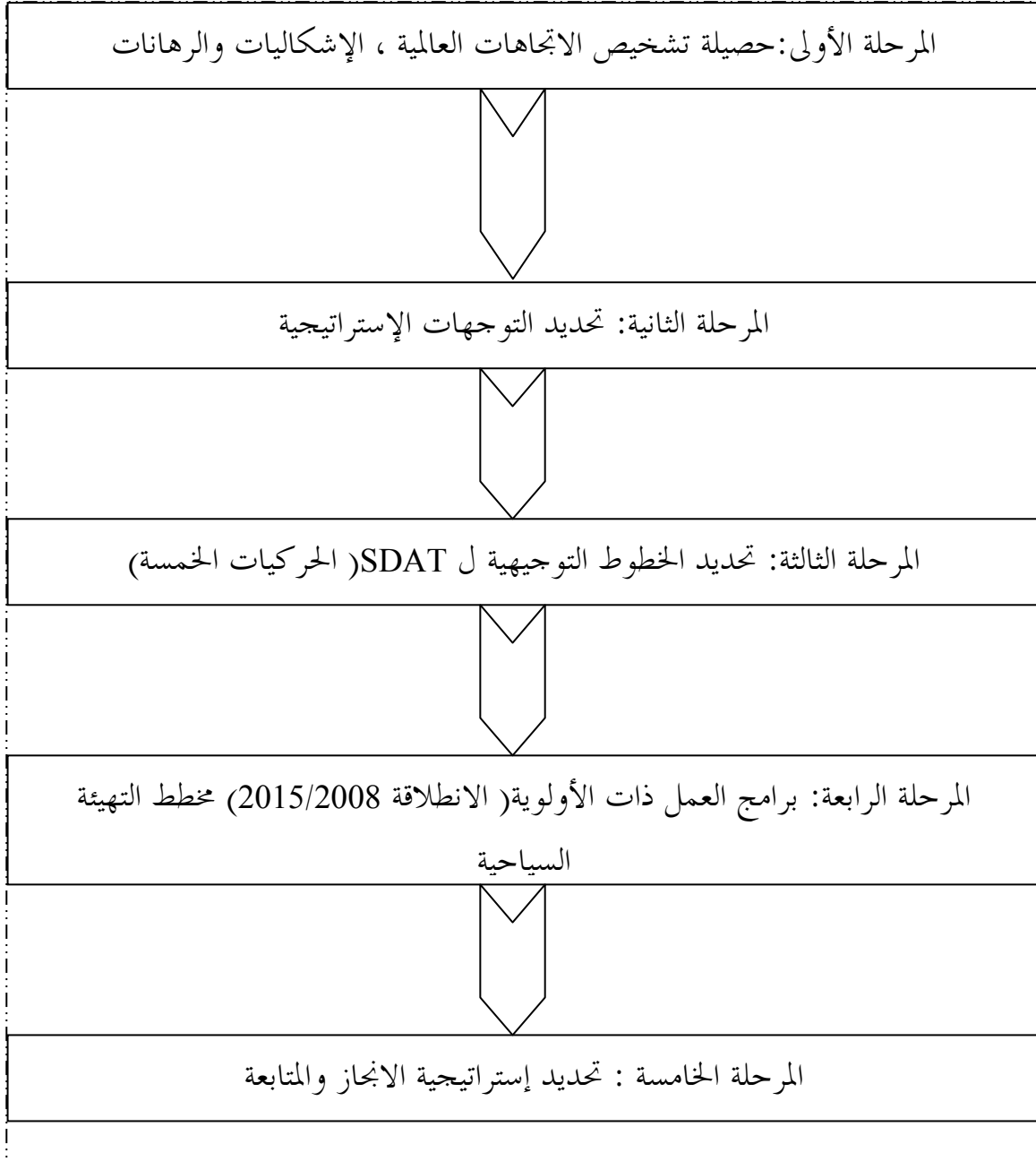
الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025

ثانيا: مراحل إعداد 2025SDAT .

يعتمد إعداد SDAT 2025 على تشخيص معمق بمساهمة نقاش الملتقيات المحلية و الجهوية و الوطنية ، و قد سمح هذا النقاش بإبراز و شرح الرهانات الكبرى للسياحة ، و إشكلياتها الكبرى و اتجاهاتها على الصعيدين الوطني و الدولي ، و فيما يخص مراحل إعداد SDAT 2025 موضحة في الشكل التالي .

الشكل رقم(74): مراحل إعداد 2025SDAT .

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، الكتاب رقم(02): المخطط الاستراتيجي الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، جانفي 2008 ، ص 25 .

الشكل يوضح المراحل الأساسية التي تم إعدادها بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، ولقد تم الاعتماد في إعداد هذا المخطط على التشخيص ، من خلال مساهمة النقاش المتعلق بالملتقيات المحلية والجهوية والوطنية في هذه العملية.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025

المطلب الرابع: الرهانات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية . .

رفعت الوزارة الوصية مجموعة من الرهانات و التحديات للسياحة الجزائرية في المجال الاقتصادي ، الاجتماعي و الثقافي و البيئي ، و ذلك في إطار المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2025 ، قصد النهوض و تطوير القطاع السياحي.

أولاً: الرهانات التي تواجه السياحة الجزائرية .

تم إحصاء (05) رهانات للتحويل السياحي في الجزائر ، و ذلك من انعكاساتها على بقية الأنشطة منها التشغيل ، التنمية المحلية ، الثقافية... الخ ، ومن هذه الرهانات نجد:¹

-الرهانات الاقتصادية؛

-الرهانات الثقافية؛

-رهانات الهيئة الجهوية و التنمية المحلية؛

-الرهانات حول التشغيل؛

- رهانات تحسين صورة الجزائر .

والجدول التالي يوضح هذه الرهانات بأكثر تفصيل .

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme Algérie** , op-cit , P17

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الجدول رقم(68):الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية

طبيعة الرهان السياحي	صور الرهانات السياحية
الرهانات الاقتصادية	<ul style="list-style-type: none"> - زيادة الموارد من وسائل الدفع الخارجي - الآثار المترتبة على ميزان المدفوعات - آثار السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى (الفلاحة، الصناعة التقليدية، البناء والأشغال العمومية، الخدمات الأخرى المختلفة)
الرهانات حول التشغيل	<ul style="list-style-type: none"> - توفير فرص كبيرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. - تعتبر السياحة أداة فعالة لإدماج الشباب في الحياة الاجتماعية والمهنية - مساهمة السياحة في تثبيت السكان ، وبالتالي الحد من الهجرة والتزوح الريفي
رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية	<ul style="list-style-type: none"> - تعد السياحة العنصر الأساسي لأية سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية. - تعمل السياحة على تامين الموارد المادية وغير المادية ، مع تعارضها مع أي شكل من أشكال تهديد الموارد البيئية.
الرهانات الثقافية	<ul style="list-style-type: none"> - السياحة عامل سلام وحوار بين الثقافات - تعمل السياحة على تامين التراث الثقافي الغني بلادنا - تعد السياحة وسيلة لانفتاح بين ثقافات الشعوب المختلفة.
رهانات تحسين صور الجزائر السياحية	<ul style="list-style-type: none"> - تحمل السياحة رهانا هاما والمتمثل في تحسين صورة الجزائر . - تساهم في تقوية جاذبية وجهة الجزائر خاصة فيما يتعلق الاستثمار السياحي والتفدقي .

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب رقم (01): تشخيص وفحص السياحة

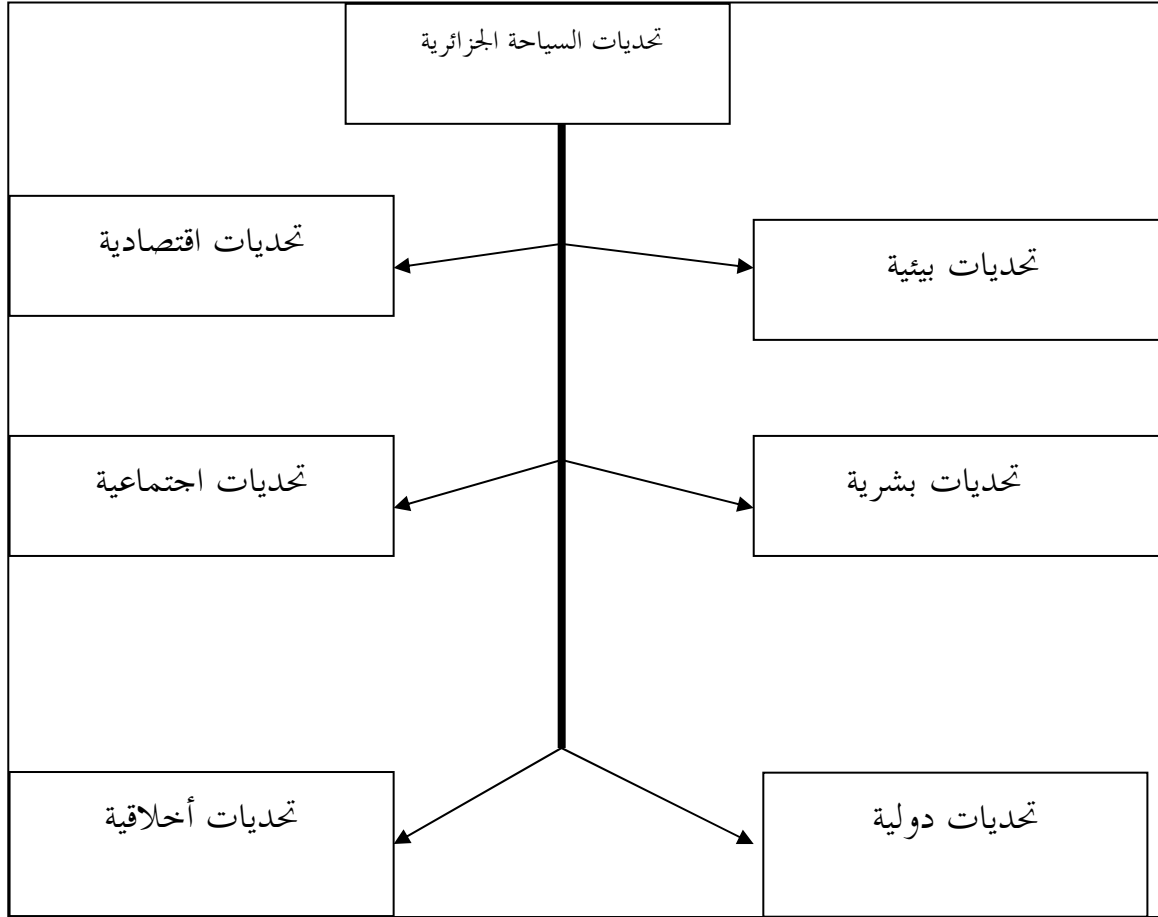
الجزائرية ، مرجع سبق ذكره.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

ثانيا: تحديات السياحة الجزائرية .

هناك مجموعة من التحديات رفعت من أجل تحسين و النهوض بالقطاع السياحي و هي موضحة في الشكل التالي .

الشكل رقم(75): تحديات السياحة الجزائرية



المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025.

يظهر الشكل أن للسياحة الجزائرية مجموعة من التحديات التي لا بد عليها من مواجهتها منها ما هو محلي ومنها وما هو دولي ، إذ تعتبر التحديات الاقتصادية أهم هذه التحديات نظرا لكون التفتح على العالم محفوف ويشوبه العديد من المخاطر ، حيث يصبح الاقتصاد الوطني عرضة للصدمات المرتبطة بالعملة ، ومختلف المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة و الاتحاد الأوروبي ، ضف إلى ذلك الاندماج الجهوي في الوطن العربي والقارة الإفريقية ، أما فيما يتعلق بالتحديات الاقتصادية التي يجب على السياحة الجزائرية مواجهتها يتمثل في تشجيع واستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، ونقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال و التسيير ، والدخول إلى الأسواق السياحية العالمية .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

إن التحديات البيئية لا تقل أهمية عن التحديات الاقتصادية ، لأن تحقيق تنمية سياحية مستدامة أمر يتطلب المحافظة على النظم البيئية ، ولهذا تم إدراج حماية وتنمية الأنظمة البيئية في الخط التوجيهي الأول للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، وذلك بهدف إعادة التوازنات المفقودة في الأنظمة البيئية إلى حالتها الأصلية ، ويتعين على السياحة الجزائرية مواجهة التحديات الاجتماعية من خلال إيجاد منتجات سياحية متكيفة مع حاجات الشباب ، بالإضافة إلى توفير لهم وظائف دائمة.¹

يعد توفير الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلي ، وذلك من خلال تحسيسهم وإشراكهم في تطوير سياحتهم والمساهمة في ترفيتها ، والعمل على توفير الموارد البشرية ذات الكفاءة المهنية من خلال توفير التكوين السياحي في مختلف مجالات الخدمات السياحية ، تعد هذه الأخيرة من بين التحديات التي تواجه السياحة الجزائرية كذلك ، كما يجب اكتساب شرعية حقيقية في ميدان السياحة المستدامة والسياحة البيئية ، إذا ما أراد القطاع السياحي الدخول في نادي الفاعلين السياحيين والمهنيين والعصريين ، والعمل على مراعاة الحاجيات الجديدة للسياح الدوليين والتركيز بالخصوص على تنمية السياحة الشاطئية ، السياحة الصحراوية ، السياحة الثقافية و السياحة الحضرية والأعمال .

ولمواجهة التحديات السابقة لابد من العمل على تحقيق الشروط المسبقة و الضرورية لصيرورة السياحة في الجزائر وهي:²

- لابد من الاعتراف بالسياحة كأولوية أساسية وطنية ، من خلال تحقيق الإرادة السياسية بغية تحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025؛
- وضع إستراتيجية واضحة المعالم من خلال معرفة نقاط القوة والضعف ، وتكون شاملة للعمل ؛

¹ - وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (01) : تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ، ص 18.

² - عوينان عبد القادر ، السياحة في الجزائر ، تحديات و رهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص 147.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

يؤكد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن السياحة في الجزائر مشروع مستقبلي ، و إذا ما حاولت السلطات تنفيذه من خلال السياسة الوطنية لتطوير السياحة آفاق 2025 ، و التي تركز على 05 محاور أساسية:¹

- العمل على تحسين صورة الجزائر السياحية؛

- إنشاء أقطاب الامتياز السياحية؛

- وضع مخطط لتحسين نوعية المنتج السياحي وفق المواصفات الدولية ، و حسب رغبة الزبون المحلي و الخارجي؛

- اعتماد الشراكة بين القطاعين العام و الخاص ؛

- وضع سياسة تمويلية موجهة للقطاع السياحي ، تهدف إلى تسهيل عمليات الحصول على الأموال اللازمة لمختلف الأنشطة السياحية .

وهي أهداف إستراتيجية تستلزم ترجمتها إلى أهداف مرحلية يمكن أن تؤدي في حالة ما إذا تم توفير الشروط التنظيمية اللازمة إلى وضع أسس صناعة سياحية تكون إحدى بدائل الاعتماد على قطاع المحروقات ، و إحدى ركائز تنمية مستدامة تتماشى و احتياجات الاقتصاد الوطني و الأجيال اللاحقة و طبيعة التحولات العالمية ، خاصة إذا تم استغلال بعض المزايا التي تتمتع بها الجزائر مقارنة ببلدان سياحية أخرى قريبة منها ، و نشير هنا إلى أن الديناميكية الثانية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هي هيكلية الإقليم الجزائري و تقسيمه إلى أقطاب سياحية للامتياز ، التي تعد من أهم المشاريع التي من شأنها تطوير القطاع السياحي الجزائري و زيادة التنافسية من أجل تحسين صورة الجزائر السياحية² .

¹- شتام عبد الوهاب ، السياحية و التنمية المستدامة ، حالة الجزائر ، الملتقى العلمي الثامن ، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر و بعض الدول العربية و الإسلامية، مرجع سبق ذكره ، ص08.

²- ماض بلقاسم و بروج حنان ، مستقبل التسويق الفندقي بالجزائر ، الملتقى العلمي الثامن، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر و بعض الدول العربية و الإسلامية ، نفس المرجع السابق ، ص05.

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

المبحث الثالث: مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية .

يعتمد مخطط الأعمال التوجيهي للتهيئة السياحية على مجموعة من الأهداف خلال الفترة (2008/2013) ، حيث يركز على الأهداف المادية من خلال تطور طاقة الإيواء وعدد السياح ، و المداخيل بالعملة الصعبة لهذه المرحلة ، أما الأهداف النقدية فتضم مجموعة من المشاريع التي تحضي بالأولوية منها القرى السياحية والأقطاب السياحية للامتياز.

المطلب الأول: الأهداف المادية للمرحلة (2008 / 2013).

تتجسد الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في طاقة الإيواء ، و عدد السياح ، بالإضافة إلى المداخيل بالعملة الصعبة و هذا في آفاق 2013.

أولاً: تطور طاقة الإيواء مطلع 2013.

إن الطاقة الفندقية المحتمل الوصول إليها في نهاية المرحلة (2008/2013) ستكون أكثر من 60 ألف سرير ، أي بمتوسط سنوي يقدر ب 10 آلاف سرير، كما يوضحه الجدول التالي
الجدول رقم(69): تطور طاقة الإيواء آفاق 2013. (الوحدة: ألف سرير)

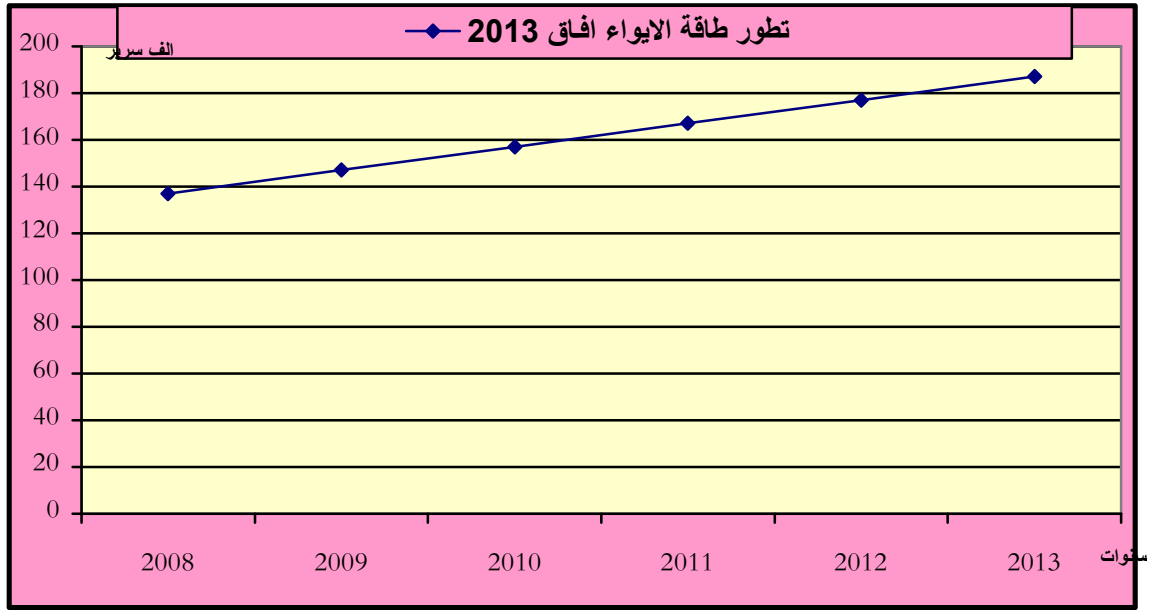
السنوات	عدد الأسرة	نسبة النمو
2008	137	7.87
2009	147	7.30
2010	157	6.80
2011	167	6.37
2012	177	5.99
2013	187	5.65

المصدر: وزارة السياحة ، البيئة وتهيئة الإقليم ، تطور قطاع السياحة للعشرية 2004/2013.

يمكن ترجمة أرقام الجدول إلى الشكل التالي.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الشكل رقم(76):تطور طاقة الإيواء آفاق 2013 . (الوحدة: ألف سرير)



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(69).

من خلال الشكل يتضح أن زيادة عدد الأسرة للمرحلة (2013/2008) ، يكون متزايد سنويا بقيمة 10 آلاف سرير سنويا ، حيث تعتمد الوزارة الوصية الوصول إلى 187 ألف سرير سنة 2013 ، و بالتالي الوصول إلى 50 ألف سرير يتم انجازه خلال هذه الفترة ، هذا الانجاز يعتبر خطوة ايجابية يدعم طاقة الإيواء الموجودة و يحسن من نوعية الخدمات السياحية. وتعمل الأقطاب ذات الأولوية على توفير 40 ألف سرير بمقاييس دولية¹ ، 30 ألف سرير منها يكون من الطراز الرفيع و هذا على المدى القصير جدا ، و10 آلاف سرير الباقية تكون على المدى المتوسط² ، هذا يتزامن مع استقبال الجزائر أزيد من 3 مليون سائح في آفاق 2015 ، حيث يتطلب استقبال هذا العدد من السياح توفير 75 ألف سرير من النوعية الجيدة³ .

¹ - سعيدي يحيى و العراوي سليم ، قطاع السياحة و رهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر ، المنتدى

العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 10.

² - وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(02):المخطط الاستراتيجي :الحركيات الخمسة و برامج الأعمال

السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص 17 .

³ - سعيدي يحيى و العراوي سليم ، مرجع سبق ذكره، ص 11.

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025

ثانيا: تطور عدد السياح للمرحلة (2013/2008).

أما فيما يخص التدفقات السياحية لهذه المرحلة فهو موضح في الجدول التالي .

الجدول رقم(70):تطور عدد السياح للمرحلة (2013/2008) . (الوحدة: مليون سائح)

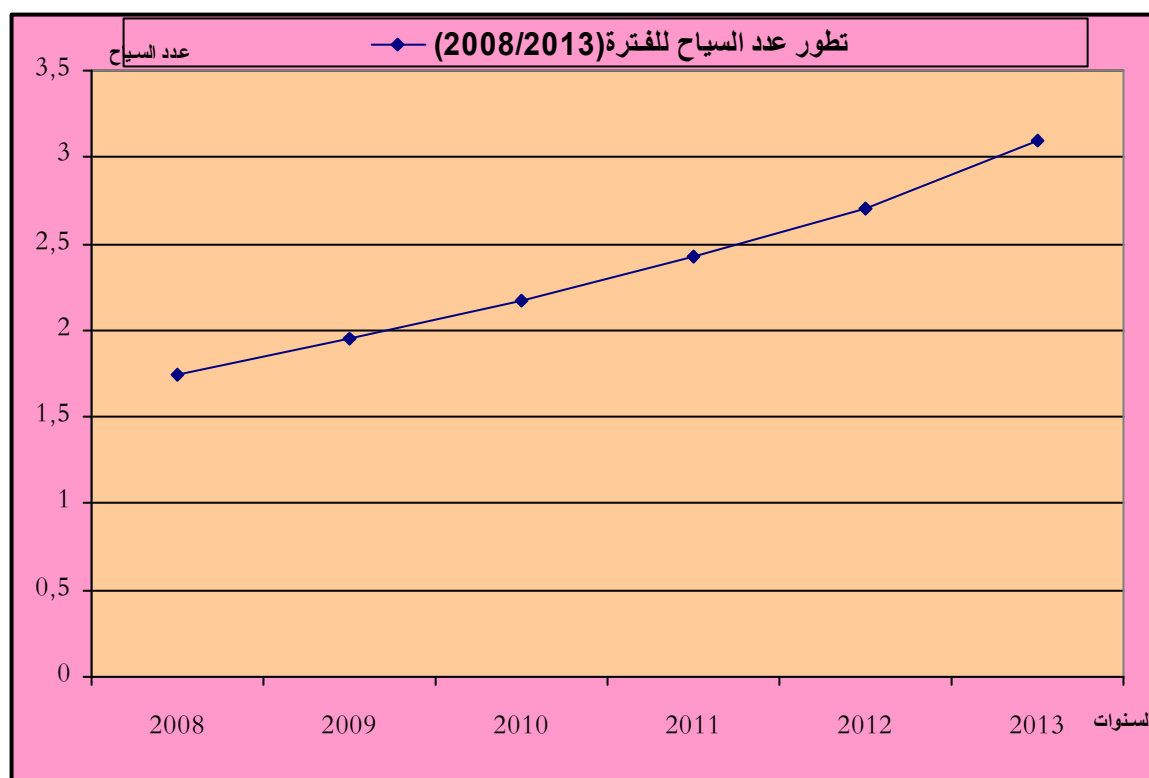
السنوات	عدد الأسرة	نسبة النمو %
2008	1,75	11
2009	1,95	11
2010	2,17	12
2011	2,43	12
2012	2,7	13
2013	3,09	13

المصدر:وزارة السياحة ، البيئة و تهيئة الإقليم ، تصور تطور قطاع السياحة لل عشرية (2013/2004) ، مرجع سبق ذكره .

يبين الجدول أن هناك تطور مستمر لعدد السياح للفترة (2013/2008) ، كما هو مبين في

الشكل التالي

الشكل رقم(77):تطور عدد السياح للفترة(2013/2008).



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(70).

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

تتوقع الوزارة الوصية استقبال أزيد من 3 مليون سائح في آفاق سنة 2013 ، أي بمعدل تطور 13 % ، و هو رقم مقبول للسياحة الجزائرية ، أما إذا ما قورن مع عدد السياح للدول المجاورة فهو ضعيف جدا ، حيث استقبلت تونس هذا العدد من السياح سنة 1990 ، و استقبلت مصر سنة 1995 حوالي 3 مليون سائح ، أما المغرب سنة 1997 استقبل 03 مليون سائح ، و يعتزم هذه البلدان الشقيقة استقبال أزيد من 12 مليون سائح في آفاق 2013. و بخصوص مناصب الشغل و حسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي ، حيث يؤدي انجاز سريرين إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة ، و ثلاث مناصب غير مباشرة في الأنشطة المرتبطة بالسياحة ، و حسب التقديرات للمنظمة العالمية للسياحة و تقديرات المبرجة في المخطط فإن عدد المناصب الجديدة التي ستنشئها السياحة آفاق 2013 هو 57.600 منصب شغل مباشر و 172.500 منصب شغل غير مباشر ، و بالتالي عدد المناصب الشغل المنجزة في نهاية سنة 2013 هو 230 ألف منصب شغل .

ثالثا: تطور المداخيل بالعملة الصعبة آفاق 2013.

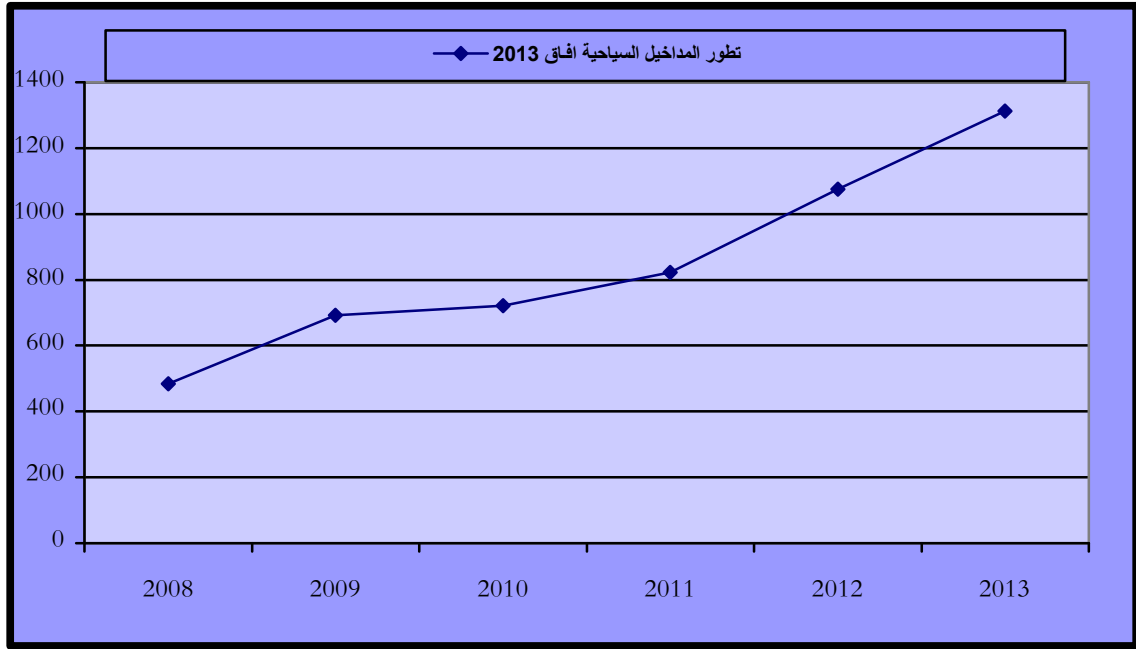
و باعتبار أن متوسط الإنفاق للسائح قدر ب 520 دولار أمريكي لسنة 2002 ، فقد تم تقدير الإيرادات السنوية آفاق 2013 على أساس هذا المتوسط ، كما يبينه الجدول التالي. الجدول رقم(71):تطور المداخيل من العملة الصعبة آفاق 2013.

السنوات	المداخيل(مليون دولار)
2008	485
2009	692
2010	722
2011	822
2012	1076
2013	1313

المصدر: عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره، ص132.

تشير بيانات الجدول أن توقعات المداخيل خلال الفترة (2013/2008) متزايدة بوتيرة متسارعة ، و هذا ما يوضحه الشكل التالي بأكثر وضوح .

الشكل رقم(78): تطور المداخل السياحية آفاق 2013.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(71).

تشير بيانات الجدول أن المداخل السياحية المتوقعة للفترة (2013/2008) تزيد بوتيرة متسارعة ، حيث توقعت الوزارة الوصية أن الإيرادات السياحية سنة 2013 ستبلغ 1313 مليون دولار ، بعدما كانت متوقعة 485 مليون دولار في سنة 2008 ، أي زيادة بمقدار 828 مليون دولار خلال 05 سنوات ، و لكن الواقع يكشف أنه خلال سنتي 2008 و 2009 لم تحقق النتيجة المرجوة من الإيرادات السياحية ، حيث أن خلال سنة 2008 تم تحقيق 300 مليون دولار ، و330 مليون دولار سنة 2009 ، أي أن هناك عجز بمقدار 185 مليون دولار سنة 2008 و 262 مليون دولار سنة 2009 ، هذا يدل على أن الإنفاق السياحي مزال متواضعا في الجزائر ، و يكمن إرجاعه إلى نوعية الخدمات المقدمة ، لأن السائح يتفاعل مع مثل هذه الأشياء فكلما كانت الخدمات توافق تفضيلات السياح كلما دفعت بالسياح للإنفاق أكثر.

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

المطلب الثاني: الأهداف النقدية للمرحلة (2015/2008).

تتحقق الأهداف النقدية للمرحلة (2015/2008) حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، من خلال تقدير حجم الاستثمار النوعي العام و الخاص ، و بالتالي وضع خطة الأعمال بالأرقام.

أولاً: خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة.

يمكن توضيح خطة الأعمال المسطرة من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم(72): خطة الأعمال بالأرقام للمرحلة الأولى(2015/2007).

السنة	2007	2015	المضروب فيه
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون	1.47X
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75.000 سرير فخم	X1.8 159.869
المساهمة في الناتج المحلي الخام	%1.7	%3	1.3X
إيرادات(مليون دولار)	250	1500 إلى 2000	7 X إلى 9
مناصب الشغل	200.000	400.000 مباشرة وغير مباشرة	2 X
التكوين مقاعد بيداغوجية	51.200	91.600	/

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(02):المخطط الاستراتيجي :الحركات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص 18 .

تبين أرقام الجدول أن تطور عدد السياح المتوقع مع نهاية المرحلة(2015/2008) سيكون في حدود 2.5 مليون سائح وافد إلى الجزائر ، أي زيادة بمقدار 800 ألف سائح خلال هذه المدة ، أي بمعدل 100 ألف سائح سنويا ، و بخصوص معدل تطور مساهمة الناتج المحلي الإجمالي كان بمعدل 1.3 مرة مع نهاية 2015 ، و بالتالي يصبح يساهم القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ب 3% سنة 2015 عوض 1.7 % سنة 2007 ، و بالنظر إلى اليد العاملة المؤهلة في القطاع السياحي سطرت الوزارة تكوين 91.600 مقعد بيداغوجي مع نهاية سنة 2015 ، بعدما

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

كانت تكون فقط 51.200 معقد بيداغوجي سنة 2007 ، طبعا هذا يساهم أيضا في رفع مستوى الخدمات السياحية و تحسين الأداء للقطاع السياحي الجزائري.

ولأجل الوصول إلى التوقعات خلال هذه الفترة تم تقدير الاستثمار السياحي ب 2.5 مليار دولار بنوعيه الاستثمار العمومي والخاص ، وهنا تم الفصل بين الاستثمارات المادية وغير المادية ، إذ تم تقدير الاستثمارات المادية سواء كانت عمومية أو خاصة ب 55 ألف دولار لكل سرير ، وتم تقدير 5 آلاف دولار في على شكل استثمارات غير مادية ، ليلغ إجمالي الاستثمار المقدر خلال الفترة (2015/2008) بنوعيه العمومي والخاص سواء كان ماديا أو غير ماديا ب 60 ألف دولار لكل سرير¹ ، و إذا احتفظنا على النسبة الاعتبارية المقدرة ب 15 % لحصة الاستثمار العمومي بنوعيه يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزارتها) التكفل ب 375 مليون دولار أمريكي على مدى سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، أي 54 مليون دولار أمريكي في السنة .

كما يتوقع أن يزيد المبلغ عن 25 مليون دولار للاستثمارات المخصصة لأجل انجاز 40 ألف سرير في إطار الأقطاب السياحية للامتياز لمدة 07 سنوات ، أي بتخصيص 350 مليون دولار سنويا² .

المطلب الثالث: المشاريع ذات الأولوية للمرحلة (2015/2008).

تعتبر القرى السياحية للامتياز و الأقطاب السبعة للامتياز من المشاريع ذات الأولوية الكبرى الذي يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تحقيقها ، و هذا خلال الفترة الممتدة ما بين 2008 و 2015.

أولا: القرى السياحية للامتياز للفترة (2015/2008).

قام المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بتحديد عشرون قرية سياحية متميزة ، فيما يلي عرض القرى السياحية للامتياز.

¹ -رحال علي و عيساني عامر ، تجارب سياحية (الجزائر ، تونس و مصر) - دراسة تقييمية (2001-2010) ، الملتقى

العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

² - سعدي يحي و العراوي سليم ، مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

الجدول رقم (73): القرى السياحية للامتياز.

الرقم	اسم القرية السياحية	موقعها
01	القرية السياحية للامتياز مسيدة	الطارف
02	لقرية السياحية للامتياز بالحناية	الطارف
03	القرية السياحية للامتياز سيدي سالم	عنابة
04	القرية السياحية للامتياز باعزبون	بجاية
05	القرية السياحية للامتياز "البحر المتوسط ، بودواو البحري	بومرداس
06	القرية السياحية للامتياز بالسغيرات	بومرداس
07	القرية السياحية للامتياز بزرالدة	الجزائر
08	القرية السياحية للامتياز بقورصو	بومرداس
09	القرية السياحية للامتياز سيدي فرج	الجزائر
10	القرية السياحية للامتياز بالساحل	الجزائر
11	القرية السياحية للامتياز بممتدى الجزائر، موريتي 01	الجزائر
12	القرية السياحية للامتياز موريتي 02	الجزائر
13	قرية السياحية للامتياز بعين شورب-عين طاية	الجزائر
14	القرية السياحية للامتياز بالمرسى	الجزائر
15	القرية السياحية للامتياز ببوهارون	تبيازة
16	القرية السياحية للامتياز لواد بلاح، سرازي	تبيازة
17	القرية السياحية للامتياز بالكولونيل عباس	تبيازة
18	القرية السياحية بتبيازة	تلمسان
19	القرية السياحية للامتياز يهليوس كريستل	وهران
20	القرية السياحية للامتياز بمداغ	وهران
21	القرية السياحية للامتياز -موسكارد	تلمسان
22	القرية السياحية للامتياز -لموسكارد	تلمسان
23	القرية السياحية للامتياز ب قصر ماسين ، تميمون	أدرار

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

الفصل الأول === محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

من خلال الجدول يتضح أن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة سطر 23 قرية سياحية ، وهذه القرى السياحية تعتبر من المشاريع الأولوية التي سطرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 ومخصصة للتوسع السياحي بتصميم يتناسب مع الطلب الدولي و الوطني ، إلى جانب مجموعة من فنادق السلسلة التي ستوفر حوالي 29.386 سرير ، ولكن ما يعاب على هذه القرى أنها غير موزعة بصفة متوازنة ، إذ تتركز جل القرى السياحية بالناحية الشمالية للبلاد ، في حين الناحية الجنوبية توجد بها قرية سياحية واحدة فقط بأدرار ، هذا دليل واضح على أن توزيع هذه القرى لم تخضع للتوازن الجهوي بين المناطق ، و يعكس كذلك مدى تركيز الدولة على السياحة الساحلية على حساب السياحة الصحراوية ،

ثانيا- الأقطاب السياحية للامتياز للفترة (2015/2008).

سطر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الانطلاق في 80 مشروع سياحي في 07 أقطاب سياحية بامتياز، كما يوضحه الجدول التالي .
الجدول رقم(74): الأقطاب السياحية بامتياز.

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي "الواحات"
02	الجنوب الغربي "توات-قرارة"
01	الجنوب الكبير "الاهقار"
00	الجنوب الكبير "الطاسيلي"
80	المجموع

المصدر: عمروش شريف و عامر بشير ، السياسة السياحية في الجزائر - واقع و آفاق ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية المستدامة (دراسة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره ، ص 13 .

الفصل الأول ===== محتوى ومضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025

تشير بيانات الجدول أن 80 مشروعا ستوفر حوالي 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق أي بعد الانتهاء من إنجاز هذا المشاريع ، و لكن الملاحظة التي تتكرر دائما عند توزيع المشاريع على أقطار التراب الوطني ، إذ تبين أرقام الجدول أن الناحية الشمالية تحتكر على أكبر قدر ممكن من المشاريع ب 73 مشروع من مجموع 80 مشروع ، و خصص للناحية الجنوبية 07 مشاريع فقط ، أما منطقة الطاسيلي فلم تحظى بأي مشروع .

و بالتالي حصيلة المرحلة (2015/2008) من الفنادق و عدد الأسرة التي ستوفرها موضحة في الجدول التالي .

الجدول رقم(75):الفنادق قيد الانجاز للمرحلة(2015/2008).

الأقطاب السياحية للامتياز	عدد الفنادق	عدد الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	86	5965
القطب السياحي شمال وسط	49	9295
القطب السياحي شمال غرب	85	10.146
القطب السياحي جنوب شرق الواحات	26	2092
القطب السياحي جنوب غرب توات	23	1513
القطب السياحي الجنوب الكبير طاسيلي	01	150
القطب السياحي الجنوب الكبير	04	222
المجموع	274	29.386

المصدر: عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص132 .

يتضح من خلال بيانات الجدول أنه مع نهاية المرحلة (2015/2008) سيتم إنجاز 274 فندقا موزعة عبر كامل التراب الوطني ، و ذلك من خلال الأقطاب السياحية للامتياز السبعة ، و ستوفر هذه الفنادق 29.386 سرير ، طبعا هذا سوف يدعم الحظيرة الفندقية للجزائر ، و بالنسبة للأهداف المحددة للأقطاب السياحية ذات الأولوية تشكل أكثر من نصف طاقة الاستقبال و التي تقدر ب 46 ألف سرير بالمعايير العالمية منها 30 ألف تابعة لعلامات تجارية عالمية في المدى القصير ¹ .

¹ -ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et de tourisme , SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE " SDAT 2025 , **livre 02 : le plan stratégique :les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques**, janvier 2008 .

خلاصة.

من خلال معالجتنا لهذا الفصل من الدراسة تم التوصل إلى ما يلي :

تعتبر المرحلة الحالية للقطاع السياحي الجزائري أحسن المراحل ، حيث أن مرحلة ما بعد الاستقلال تميزت بتهميشه في كل المخططات الإنمائية ، بالإضافة إلى ضعف إرادة الدولة بالنهوض بهذا القطاع من جهة ، و التخوف منه من جهة أخرى ، ثم تلتها مرحلة التسعينات التي تميزت بعدم الاستقرار الأمني للجزائر ، مما دخلت الجزائر في دوامة اللأمن ، و بالتالي شوهدت صورة الجزائر فالحارج و عزف عليها السياح الأجانب ، هذا ما زاد من تدهور وضعية القطاع السياحي الجزائري ، و لكن مع نهاية التسعينات و بداية الألفينات عازمت الدولة و أظهرت نيتها الصادقة بالنهوض و الاهتمام بقطاعها السياحي ، و هذا ما جسده مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 ، ثم آفاق 2013 ، و بعدها جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي جسده فعلا الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في مختلف الآفاق ، على المدى القصير 2009 و على المدى المتوسط 2015 ، و على المدى الطويل 2025 ، حيث أبرز هذا المخطط إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية ، الثقافية و التاريخية للبلاد و وضعها في خدمة السياحة ، و جعل السياحة ضرورة و ليس خيارا ، لأنها ستشكل موردا مهما و بديلا لقطاع المحروقات ، و جاء كذلك لتحقيق مجموعة من الأهداف منها العامة و المادية و النقدية ، و حمل هذا المخطط جملة من المشاريع فمنها الجاري انجازه و منها ما هو محل دراسة و عرض متقدم ، و تشكل الحركيات الخمس الذي أتى بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الطريق المختصر لإنعاش سريع و مستدام للسياحة الجزائرية مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية و موقعها الاستراتيجي ، فحث على وضع مخطط لتحسن و جهة الجزائر ، و إنشاء الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، و هي الوجهات الناشئة للوجهة الجديدة للجزائر ، و ترسيخ مخطط نوعية السياحة ، و تفعيل الشراكة العمومية الخاصة ، بالإضافة إلى وضع مخطط لتمويل هذه الإستراتيجية ، و هذه الحركيات الخمس سوف نعود إليها بالتفصيل في فصلنا القادم من هذه الدراسة.

الفصل الثاني:

تحليل محتوى

الإستراتيجية الجديدة

للسياحة الجزائرية

مطلع 2025

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

تمهيد.

تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية كنقص الأمن ، الفوضى و الانغلاق و غياب الصورة ، و لهذا وجب إحداث تعاون و جمع بين كل القطاعات الاجتماعية و المهنية ، من أجل وضع بنية و جهة سياحية تكون منافسة على المستوى الدولي ، و قادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية ، و منتجة اقتصاديا و اجتماعيا ، و على غرار الدول السياحية الكبيرة في العالم ، يجب أن تمثل السياحة الجزائرية و جهة في الأحواض الرئيسية الموفدة للزبائن ، و من جهة أخرى توحيد كل الطاقات السوسيو مهنية الحالية و المستقبلية لتأمين الإرادة و الالتزامات بغية تحديد إستراتيجية التسويق و تنفيذها بواسطة خطة عمل ، و ذلك من خلال إنشاء "دار الجزائر" ، التي يمكن أن تكون فرصة مواتية لخلق بوابة فريدة للسياحة الجزائرية ، و هذا من خلال الحركة الأولى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

تعتبر الأقطاب الامتياز فضاءات تقدم القدرات السياحية النوعية ، بشكل يساعد على تشييد إقامات سهلة الوصول و البلوغ و ذات نوعية ، و بالتالي فهي إطار لربط و تعاون الكفاءات ، المعارف و الحرف و الإمكانيات المادية و المالية ، و لهذا الغرض يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الحركة الثانية إلى تشييد 07 أقطاب سياحية للامتياز ، و أصبحت النوعية اليوم مطلبا أساسيا و ضروريا في أغلب الدول السياحية ، و لهذا عمدت السلطات إلى تبني مخطط للنوعية في الحركة الثالثة من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، حيث يركز على التكوين و تعليم الامتياز ، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم ، و يلعب كل من القطاع العمومي و الخاص دورا هاما في تنمية القطاع السياحي ، و ذلك من خلال تفعيل الشراكة بين هاذين القطاعين ، إذ يلعب القطاع العمومي دوره خاصة ضمن تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة و وضع المنشآت الكبرى ، أما القطاع الخاص فيضمن أساسيات الاستثمار و الاستغلال السياحي ، و هذا ما تسعى الحركة الرابعة لتحقيقه ، و أخذا بعين الاعتبار خصوصية القطاعات السياحية لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة ، و كونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى ، فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء بالحركة الخامسة لمعالجة هذه المعادلة من خلال دعم و مرافقة الشريك و المرقى أو المطور من خلال مخطط التمويل ، و سوف نخوض في هذه الحركات بأكثر تفصيل .

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

المبحث الأول: تامين وجهه الجزائر.

تامين وجهه الجزائر من بين الخطوط الخمسة التي ركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، و يركز فيها على إستراتيجية مخطط وجهه الجزائر و مخطط تسويقها ، بالإضافة إلى إقامة نظام رصد و العناية بالسياحة الجزائرية ، و هذا ما سوف نبرزه في هذا المبحث.

المطلب الأول: إستراتيجية مخطط وجهه الجزائر.

تحسن صورة الجزائر مسألة أساسية ، بغية زيادة شهرة الجزائر و إعطاء صورة شاملة لتصبح وجهة سياحية كاملة ، و من أجل هذا لا بد من وضع إستراتيجية لتحسين صورة الجزائر.

أولاً- محاور مخطط وجهه الجزائر.

تعاني الجزائر في الوقت الحالي من بعض العادات السلبية من فوضى و قلة الأمن و بعض الانغلاق ، نظرا لغياب صورة واضحة عن الجزائر ، و بالتالي وجب على الجزائر الاعتماد على مميزات الخاصة من مناخ معتدل و متنوع و مواقع حضارية و ثقافية¹ ، لأجل تحسن صورتها و جذب الاستثمارات بغية تسويق المنتج السياحي² ، و هذا ما جاء لأجله مخطط وجهه الجزائر الذي تمحور حول ثلاثة مكونات هي:³

أ- أن تركز إستراتيجية التسويق على:

- دراسة سوق العرض و الطلب؛
- التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية؛
- توجهات أهداف التسويق لكل سوق؛
- التعرف على ثنائية منتج الأسواق؛
- تحديد الاستراتيجيات التجارية .

¹ - سعيد يحي و العراوي سليم ، مرجع سبق ذكره ، ص12.

² -www.mta.gov.dz

³ - وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة ، الكتاب رقم(02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج

الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص24.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

ب- تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يرتكز على:

- التحديد و التدريب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط الاتصال و الترقية؛
 - إعداد أدوات الاتصال و الترقية و وسائل التنفيذ؛
 - بناء صورة جديدة و توسيع شهرة وجهة الجزائر.
- ج- وضع جهاز رصد و حراسة.

و بالتالي يمكن القول أنه لا بد من إعادة الاعتبار للتنافسية السياحية* للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي، و هذا من أجل إعطاء الأولوية و رؤية و قراءة لختم الجزائر***، و من أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج و تسجيله منتج سياحي جزائري.

ثانيا- أهداف مخطط وجهة الجزائر.

يهدف مخطط وجهة الجزائر إلى تحقيق مجموعة من الأهداف و من أبرزها ما يلي:¹

- تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني على أساس:
 - التنافسية و الأداء؛
 - العدالة الاجتماعية؛
 - تثمين الهوية و الموروث؛
 - شراكات وطنية و دولية بمنطق كاسب-كاسب.
- جعل الجزائر وجهة منارة في المغرب و المنطقة المتوسطية، و هذا من أجل جعل الجزائر وجهة متميزة و فريدة، و يتعلق الأمر ب:
 - تقويم (تثمين) الخاصيات التنافسية: الصحراء، الموروث، المواقع؛

* التنافسية السياحية: و هي تتعلق بالأداء الحالي و الكامن للأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالتنافس مع الدول الأخرى، التعريف مأخوذ من المرجع: محمد عدنان و ديع، القدرة التنافسية و قياسها، سلسلة دورية تعني قضايا التنمية في الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، العدد 24، ديسمبر 2003، ص 07.

*** ختم الجزائر: هو عبارة عن دماغ (ختم) مكتوب عليها " السياحة النوعية الجزائرية " توضع على مداخل مؤسسات المحترفين السياحيين. التعريف مأخوذ عن المرجع، وزارة البيئة، هيئة الإقليم و السياحة، الكتاب رقم (02): المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمس و برامج الأعمال ذات الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص 48.

¹ – Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, **Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, op-cit, p33.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- تنشيط الجاذبية العامة للبلاد؛
- استعادة الثقة؛
- التمركز (التموقع في الفروع و الأسواق الهامة) ، و ذلك من خلال:¹
- العمل في الفروع الواعدة و التكييف الدائم للعرض حسب الطلب؛
- إجراء تنظيم لأهداف الزبائن لمعرفة أقسام السوق و تحليل (تشخيص) تطور دوافع المستهلكين ، وفقا لتوقعاتهم و قدراتهم؛
- تشجيع بروز الأقطاب السياحية للامتياز،
- تعزيز الصورة الإيجابية و القيمة عن الجزائر لكل الزبائن (المحليين و الأجانب).

ثالثا- شروط نجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر.

يجب أن يركز المسعى الجديد لمخطط تسويق وجهة الجزائر ، على سبعة قواعد أساسية ضرورية و الموضحة في الجدول التالي:

¹ - وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(02): المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، 32.

الفصل الثاني === تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الجدول رقم(76): الشروط السبعة لإنجاح مخطط تسويق و جهة الجزائر.

ثقافة وذهنية	اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات ، و إعداد الصورة و السوق من أجل "الاتصال الواسع"
الالتزام	تنشيط و تنسيق متناسب و دائم لكل مخطط التسويق ، مع تجنيد وسائل الاتصال الحديثة مالية ، بشرية و تقنية مطلب للاحترافية و النوعية.
الأدوات	اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد ، أفلام ، أقراص ، صفحات أنترنت ، شاشات فيديو و فضاءات مرئية.
فضاءات الاتصال	- تبني وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني ، جناح بكل قطب إمتياز يوفر خمس وظائف (الاستقبال،الإعلام، فضاء المحلات، المعارض،فضاءات الصور). - على المستوى الدولي: إستخدام " بيت الجزائر" كفضاء لرصد الأسواق الدولية.
المسعى	- شراكة فعالة على المستوى المحلي و الدولي ، إمتلاك مرجع مشترك للتجانس، التنسيق والتعاون - توحيد العمل في كافة الهيئات ، الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة ، الوكالة الوطنية للسياحة، ودار الجزائر، و تشجيع ربط السياسات القطاعية هيكلية والحفاظة على الشركاء
المسعى	- جعل الرصد أداة إرشاد وقياس: للقياس والمقارنة، الاستباق والتفاعل

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات الكتاب رقم(02) : المخطط الاستراتيجي "الحركيات الخمس و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية" ، مرجع سبق ذكره ، ص25.

المطلب الثاني:مخطط الوجهة و التسويق .

سعت الجزائر على غرار الدول السياحية الرائدة إلى وضع مخطط لوجهتها السياحية ، تكون منافسة على المستوى الدولي و قادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية ، بالإضافة إلى أنه يكون منتجا اقتصاديا و اجتماعيا .

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

أولاً - مخطط الوجهة .

يمكن تلخيص الأسواق المستهدفة و الفروع المختارة و أهم أهداف مخطط الوجهة من

خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(77):مخطط الوجهة حسب الأهداف ، الفروع و الأسواق.

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	أهداف التسويق في المخطط
السوق الداخلية: الجزائريون المقيمون الجزائريون غير المقيمين	المواد الواسعة الاستهلاك في الحمامات البحرية ، الأسواق ، العلاج والصحة ،التعب، التجوال ، الرياضة ● منتج الفروع الجديدة:(السياحة الصحية ، أعمال ومؤتمرات ،تجاهات الجنوب ،السياحة الزراعية ،الصيد البحري ،أنشطة الثلج)	-تحديد التدفقات التحريض على الذهاب للعطل - تشجيع استهلاك "السياحة العلاجية و الصحية والرفاهية " بغية تحسين الصحة العمومية - تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة إضافية عالية ، زيادة النفقة السياحية -تنمية المنتج المتمحور حول الفروع المؤثرة في الصورة الايجابية
	(الاستحمام البحري، تسوق المتعة ، التسلية حول المدن، سياحة الذاكرة، اكتشاف الحرف والمهارة ، المواقع الأثرية ، (التعبدية)	- الحفاظ على إقامة الجزائريين غير المقيمين - تطوير ومضاعفة الاقامات - زيادة القيمة المضافة (الاستهلاك) في كل إقامة - إغراء الإقامة بعرض جذاب و متعدد العناصر

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 2 , Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , op-cit , p2

من خلال الجدول يتضح أن مخطط وجهة الجزائر حدد الأسواق المستهدفة في السوق الداخلية ، و الذي يتكون من الجزائريون المقيمين و الجزائريون غير المقيمون ، و حدد كذلك هذا المخطط الفروع السياحية المختارة لهذه الفئة من السياح ، بغية الوصول إلى عدة أهداف

الفصل الثاني === تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

مسطرة من قبل هذا المخطط ، و هذا من أجل ترقية بعض أنواع السياحة و النهوض بها و زيادة معدل الطلب عليها ، كالسياحة العلاجية و الصحية ، و محاولة تثبيت إقامة السكان المحليين و الجزائريين غير المقيمين .

و يمكن تنظيم و تقسيم الأسواق الخارجية إلى أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها و أسواق واعدة و أسواق بعيدة لكن ذات مستقبل ، كما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم(78): تنظيم الأسواق الخارجية.

الأسواق المطلوب الحفاظ عليها	الفروع المختارة	أهداف مخطط التسويق
*الأسواق ذات الأولوية	-اتجاهات الجنوب، ثقافة السياحة العلاجية والصحية ذات الطراز الرفيع	- إعادة الثقة ، تجديد صورة الجزائر ، التركيز على القيم القوية: سحر الصحراء ، إظهار وتأمين طريقة استهلاك سياحة محترمة ودائمة .
الأسواق الواعدة	- أعمال و مؤتمرات	- التطوير و المحافظة على التدفقات و تشجيع الاستهلاك
الأسواق البعيدة	- فروع تكميلية	
	- ثقافية تعبدية و المنتج النوعي(الصيد، الغطس ، فن استكشاف المغاور)	
دول الخليج	- اتجاهات الجنوب	- التركيز على الشركات لجعل زبائنها يستهلكون المنتج السياحي
	- الحمامات البحرية	- التركيز على المواقع والمناسبات الدينية
	- أعمال المؤتمرات	
	- صيد بحري ، ثقافي، علاجي وصحي	

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 2 :Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , op-cit , p28

من خلال الجدول يتضح أن هذا المخطط حدد عدة أسواق على عدة أصناف ، فالنوع الأول الأسواق ذات الأولوية و التي هي أسواق تقليدية مرسلة للسياح نحو الجزائر ، و هي أسواق فرنسا ، اسبانيا ، ايطاليا و ألمانيا ، و حدد المخطط الفروع السياحية المختارة لمثل هذه الأسواق ، أما النوع الثاني من الأسواق هي الأسواق الواعدة و هي عبارة عن أسواق إفريقيا و هولندا و النمسا و الدول الاسكندنافية ، و النوع الثالث من هذه الأسواق هي الأسواق البعيدة و لكنها أسواق طموحة و ذات مستقبل للسياحة الجزائرية ، و تتمثل في الأسواق الآسيوية كالصين و اليابان ، و السوق الروسية و أسواق أمريكا اللاتينية ككندا و الولايات المتحدة الأمريكية ، أما النوع الأخير من الأسواق هي أسواق الخليج ، و الذي حدد لها المخطط فروع سياحية مختارة خاصة بهذا النوع من

الفصل الثاني === تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الأسواق ، و يهدف المخطط من وراء هذا إلى بعث الثقة من جديد وتحسين صورة الجزائر ، بالإضافة إلى الرفع من معدل الاستهلاك السياحي ، إذ يعتبر هذا المخطط طموح ، إذا تم تنفيذه وفقا ما هو مسطر له .

ثانيا: مخطط تسويق وجهة الجزائر .

يمكن توضيح مخطط تسويق وجهة الجزائر من خلال الجدول التالي .

الجدول رقم(79): مخطط تسويق و جهة الجزائر .

الأسواق	الأهداف	أدوات التسويق
كل الأسواق	كل الأهداف	-إبتكار "توقيع" جديد ميثاق ، تخطيطي ومواقع أنترنت بثلاثة فضاءات (ترقية ، صحافة ، الجمهور كبير) متعدد اللغات
	دواوين السياحة وكالات الأسفار	- البحث التجاري ، تكوين فرق البيع ، التدريب السياحي ، رسالة إخبارية ، المعارض ، شبكة تسويق: فضاء يشجع الميل للسوق الفرنسية ، الاسبانيةوالايطالية
	الصحافة	شبكة تسويق: فضاء إعلامي ميل فرنسي ، اسباني و ايطالي) - بلاغات، ملفات صحفية، رسائل إخبارية، رحلات إعلامية - أحداث (شخصيات مهمة جدا)
	مستهلكون: تسليية، أعمال	- محطات تمثيل ، دار الجزائر في العواصم (باريس ، مدريد ، روما ، برلين) - شبكة تسويق: فضاءات (الإعلانات) - مخطط الإعلام ، صورة التلفزيون ، إصاق الإعلانات في العواصم ، دعم شركات الطيران ، مخطط الإعلام بالمنتوج (الصحافة المتخصصة) ، (الصحراء ، البادية) السياحة البيئية ، الانترنت) شراء عضابات الرأس) - إحداث الصالونات الهامة ذات الجمهور الكبير
السوق المحلي	دواوين السياحة أو وكالات السفر	واقع التسويق ، تكوين فرق البيع ، التدريب السياحي ، تنظيم الورشات ، الرسالة الإخبارية.
	الصحافة	- التسويق عبر الانترنت ، الفضاء الصحفي ، البلاغات ، الملفات الصحفية ، الرسائل الإخبارية ، الرحلات الصحفية ،أحداث(الشخصيات المرموقة)
	الجمهور الكبير	-مخطط إعلامي"منتوج واسع الاستهلاك ، التلفزيون ، الصحافة ، اليوميات الكبيرة ، الراديو
	المقررين:المنتوج أعمال، مؤتمرات	-العلاقات العامة، التكنلغات "اللوبينغ"
الجزائريين غير المقيمين	القنوات العربية (التلفزيون الجزائري)	التسويق المباشر"البريد، البريد الالكتروني"، السفراء، بطاقة الصيف مخطط الإعلام"المنتوج"

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص28.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

يسعى مخطط تسويق وجهة الجزائر إلى تسويق السياحة الجزائرية في كل الأسواق (أسواق ذات الأولوية ، الأسواق الموفدة بشكل تقليدي للسواح باتجاه الجزائر ، فرنسا ، اسبانيا ، ايطاليا و ألمانيا) ، و كذلك الأسواق المحلية و الجزائريين غير المقيمين ، و قد سطر المخطط مجموعة من الأدوات للوصول إلى الأهداف المرجوة ، و هذه الأدوات جعلها غائبة عن السوق السياحية الجزائرية في الوقت الحالي كالتسويق السياحي الإلكتروني و التسويق المباشر المعول به في كثير من الأسواق السياحية الرائدة ، و بالتالي إدخال هذه الأدوات في الإستراتيجية التسويقية يعتبر مكسب للسياحة الجزائرية ، مما يؤدي إلى بعثها في الأسواق الخارجية .

كما يسعى مخطط وجهة الجزائر إلى تحديد أربع فئات سكانية مستهدفة و هي :¹

- السياح المحليين؛
- الجزائريين المقيمين بالخارج ؛
- متوسط السن بالأسواق المطلوب المحافظة عليها؛
- السياح في مدن البلدان المطلوب المحافظة عليها.

المطلب الثالث: الأرضية المتقدمة لمخطط وجهة الجزائر " دار الجزائر".

تعدد مهام الأرضية المتقدمة لمخطط وجهة الجزائر سواء على المستوى المحلي أو الدولي لأجل تشجيع السياحة الجزائرية ، و تحسين الصورة الجزائرية بالخارج.

أولاً-مهام دار الجزائر على المستوى المحلي.

- تساعد دار الجزائر على تشجيع السياحة في البلاد ، و ذلك عن طريق:
- نشر (توزيع) المعلومة عن بعد بواسطة الانترنت في المواقع الرئيسية الموفدة ، بفضل المكاتب و التمثيل السياحي ، شركات النقل الجوي و البحري ؛
- ضمان مهمة علاقة الصحافة و العلاقات العمومية في البلاد المعنية (الموفدة) عن طريق تطوير (تنمية) علاقات مميزة مع مجموع الموجهين للإقامة في الجزائر ؛

¹- عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص136.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- تنظيم و مراقبة تطور الأسواق ، في مجال الاستثمار السياحي و في مجال الدوافع (عادات الاستهلاك ، سلوكات الشراء لدى السواح) ؛
- دعم الأنشطة الترويجية المؤطرة من طرف شركاء مختلف القطاعات و المنظمات التي تدخل في سياسة تشجيع و ترويج السياحة¹؛
- تنظيم مشاركة مستهدفة لمحترفي السياحة الجزائرية في الصالونات الرئيسية و التظاهرات السياحية التي تقام بالخارج.

ثانيا- مهام دار الجزائر على المستوى الدولي.

- تعمل دار الجزائر على المستوى الدولي لتحقيق الأهداف التالية:²
- ضمان تجديد صورة الجزائر بالخارج؛
- ضبط و تناسب و مطابقة و تكييف العرض في السوق الدولي كـمقياس لتقييم إرشاد المنتج؛
- تحديد الأسواق الواعدة لوجهة الجزائر ، مع إلقاء الضوء على الشرائح التي معها في العرض السياحي ،³
- الاعتماد على المقيمين الجزائريين بالخارج ، إذ يبلغ عددهم حوالي (04) ملايين سفير جزائري محتمل.

¹- عباس عقيلة ، ترويج الوجهة و النهوض بالمنتوج السياحي الجزائري - إستراتيجية الديوان الوطني للسياحة ، المؤتمر

العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره، ص12 .

²- وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج

الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص29.

³- عباس عقيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

ثالثا: نظام الرصد السياحي.

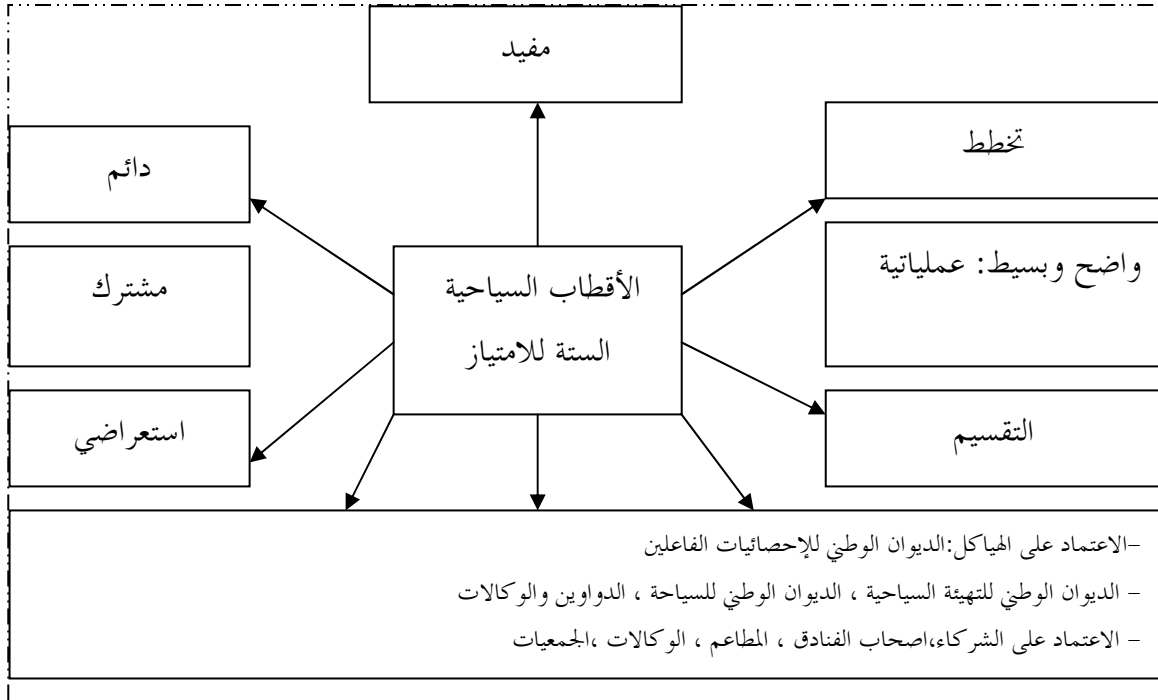
المبادئ المؤسسة لنظام الرصد الدائم هي ¹:

- بنك معلومات؛
- نظام إعلامي جغرافي؛
- شبكة انترنت للسياحة؛
- شبكة انترنت (الإدارة المركزية ، المديرية السياحية ، المؤسسات...)؛
- أرضية السياحة الجزائرية: وكمقياس هي عبارة عن جهاز ذكاء (تفكير) اقتصادي و أدوات إرشاد للسياسة السياحية في الرصد ، بالإضافة إلى المتابعة و التقييم .

رابعا: مهام و أهداف نظام الرصد.

المبادئ الخمسة لنظام الرصد موضحة في الشكل التالي .

الشكل رقم(79): مبادئ نظام الرصد.



Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , op-cit , p34.

و يمكن أهداف نظام الرصد من خلال ما يلي:

¹ - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره، ص30.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- تحسيس المتعاملين (الفاعلين) و الشركاء ؛
 - معرفة العرض بالفرع و حسب كل منطقة (بما فيها الإيواء)؛
 - معرفة خصائص و دوافع تدفقات السياح الأجانب عند الحدود؛
 - معرفة الأسواق التنافسية الرئيسية؛
 - معرفة و تمييز التدفقات الداخلية؛
 - معرفة الارتياح الجزائري كما و نوعا(مقيمين و غير مقيمين)؛
 - قياس الانعكاسات البيئية؛
 - معرفة رضا الزبائن ؛
 - معرفة الاستثمارات السياحية العامة و الخاصة.
- و فيما يخص المهام هناك مهمتان كبيرتان لنظام الرصد هما:
- رصد: تحليل و معرفة تدفقات ارتياح الأسواق و تدفقات الاستثمار؛
 - سير أشغال المراقبة و متابعة الأوضاع السياحية الوطنية و الدولية.
- بالإضافة إلى مجموعة من المهام الأخرى من بينها:¹
- إعلام الفاعلين و الشركاء بترتيبات و مناهج التنفيذ و بالأهداف (مثل المرشد التطبيقي للمتعامل السياحي) ؛
 - إنشاء تصنيفية للمواضيع المرصودة؛
 - إجراء تحقيقات دورية لدى مدراء السياحة بالولايات؛
 - شراكة مع خلايا "التحقيق عند الحدود" في مرحلة التصميم ، و في مرحلة التحقيق و عند استقلالها؛
 - الشراكة مع المتعاملين في النقل البري و الجوي؛
 - إقامة شراكة مع المصالح المعنية الإدارة العامة للشرطة ، إدارة المؤسسات الفندقية ، شراكة مع الديوان الوطني للإحصاء في مرحلة تصميم التحقيقات و عند استقلالها.

¹ - Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre**
2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques
prioritaires , op-cit , p3.5

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

المبحث الثاني: إطلاق أقطاب الامتياز السياحية.

الأقطاب السياحية للامتياز من بين الأهداف الرئيسية التي يركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، إذ نجد أقطاب امتياز خاصة بالناحية الشمالية للبلاد ، و أخرى خاصة بالناحية الجنوبية ، و أقطاب أخرى خاصة بالجنوب الكبير ، و هذا ما سوف نركز عليه في مبحثنا هذا.

المطلب الأول: الأقطاب السياحية للشمال.

تتضمن المنطقة الشمالية من البلاد ثلاث أقطاب سياحية للامتياز و هي: القطب السياحي للامتياز شمال غرب ، القطب السياحي للامتياز شمال وسط ، و القطب السياحي للامتياز شمال شرق.

أولا-القطب السياحي* للامتياز شمال شرق.

يتكون القطب السياحي للامتياز شمال شرق من ست ولايات هي: سكيكدة ، قلمة ، عنابة ، الطارف ، سوق أهراس ، تبسة ، يمتد هذا القطب على مساحة قدرها 80.347 كلم²، و يحتضن عدد سكان يقدر بحوالي 3.612.000 ساكن¹ ، للقطب عدة مشاريع و هياكل كبرى قائمة من بينها نذكر:²

-المطار الدولي رابح بباط عنابة ، المطار الدولي العربي التبسي تبسة؛

* **القطب السياحي** : هو توليفة في فضاء جغرافي معين للقرى السياحية للامتياز (تجهيزات ، إيواء و ترقية و الأنشطة السياحية و المسارات السياحية ، يستجيب لطلب السوق و يتوفر على استقلالية كافية حتى يستطيع الإشعاع على المستوى الوطني و الدولي.

¹-وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" ، الكتاب رقم(03) الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص10.

² -Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" , Livre 3Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , Janvier 2008 , p18.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

-ميناء (عنابة) ، ميناءان (سكيكدة و عنابة) ، و شبكة سكك حديدية تغطي مجمل القطب.
و يضمن القطب كذلك سلسلة من الفنادق الجديدة ، و فيما يلي جرد لمجمل الفنادق الخاصة بقطب الامتياز شمال شرق من خلال الجدول التالي.
الجدول رقم(80):الفنادق الجديدة لقطب الامتياز شمال شرق.

نوع الفندق	عدد الأسرة
- فنادق أكور-مهري قسنطينة	640
- فنادق أكور-مهري سكيكدة	320
-فنادق أكور -مهري سطيف	320
- فنادق أكور -مهري عنابة	320
● الفنادق الفخمة	
-فندق سمارة-قسنطينة	406
-فندق عناني- قسنطينة	304
- 79 فندق خاص في كل من سكيكدة ، عنابة ، قسنطينة و الطارف	3566

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات من الكتاب رقم(03):الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، مرجع سبق ذكره ، ص20.

يتضح من خلال الجدول أن القطب استفاد من مجموعة فنادق موزعة على مختلف الولايات المكونة لهذا القطب ، و قد بلغ عددها 85 فندق ، منها 79 فندقا يعود للقطاع الخاص موزعة على عدة ولايات من القطب هي (سكيكدة ، عنابة ، قسنطينة و الطارف) ، و توفر هذه الهياكل الفندقية 5876 سرير تدعم طاقة الإيواء بالقطب.
و هناك كذلك جيل جديد من الفنادق ، و ذلك من خلال القرى السياحية للامتياز ، كما هو مبين في الجدول التالي.

الجدول رقم(81):عدد الأسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للامتياز.

المشروع	المستثمر	عدد الأسرة
القرية السياحية مسيدة (الطارف)	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	2.440
القرية السياحية سيدي سالم (عنابة)	الشركة السعودية سيديار	4.938

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات من الكتاب رقم (03): الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص ص (23/21).

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

توفر القرى السياحية للامتياز 7378 سرير ، لتبلغ عدد الأسرة التي دعم بها القطب من سلسلة الفنادق المنجزة ، أو هي في طريق الانجاز و القرى السياحية للامتياز ب 13.254 سرير ، و هو عدد قليل مقارنة مع مكانة القطب و الحركة السياحية التي يعرفها ، نظرا لتركز هذا القطب في الناحية الشمالية للبلاد التي تعرف حركية كثيفة للسياح خاصة في فصل الصيف ، أين تنتعش السياحة الشاطئية فيها.

ثانيا: القطب السياحي للامتياز شمال وسط.

يتكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من (06) ولايات هي: الجزائر ، تيبازة ، البليدة ، بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ، المدية ، البويرة ، تيزي وزو ، بجاية ، مساحته الإجمالية 33.877 كلم² ، حيث يتمركز سكان يبلغ عددهم 11.131.000 ساكن ، و فيما يخص المشاريع القائمة و الجارية فهي كما يلي:¹

-المطار الدولي هواري بومدين ، مطار بجاية و شلف ، المحطات البرية للجزائر، بجاية و الشلف
- المحطة البرية للخروبة ؛ طريق الجنوب ، و الطريق السيار للشرق ، عدة موانئ و مخابئ للصيد.

كما يشهد القطب عدة أقطاب تنافسية و الامتياز ، و هي موضحة في الجدول التالي .

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme ,
Livre 3 , Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , op-cit , p35.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الجدول رقم(82):أقطاب التنافسية و الامتياز للقطب.

المدينة الجديدة سيدي عبد الله	
البرامج	200.000- ساكن ، إنشاء 50.000 منصب عمل ، 50.000 مسكن ، قطب جامعي ، قطب للوسائط الإعلامية المتعددة ، قطب إداري ، قطب للصحة ، حظيرة انترنت
المدينة الجديدة لبوينان	
البرامج	15.000 ساكن و إنشاء 60.000 منصب عمل ، 35.000 مسكن ، مركز وطني للبيئة والتنمية المستدامة ، مخبر جهوي للبيئة ، مركز أعمال ، مركز تجاري كبير ، فنادق فخمة من 5 و 4 نجوم ، قصر للمؤتمرات ، قصر للمعارض ، وزارة الشباب والرياض ، أكاديمية للرياضات ، مدينة أولمبية ، مقر للفيديريات الاولمبية.
المدينة الجديدة بوقزول	
الوظائف	- تنشيط مركز الهضاب العليا ، ربط الوظائف الميترولوجية العاصمية وإيجاد مخرج لتوسعها الحضري ، وتطوير خدمات رفيعة المستوى ، توفير إطار حياة عالية النوعية البيئية ، وإنشاء مدن نموذجية في ميدان التنمية المستدامة
البرامج	- 350.000 ساكن ، إنشاء 130.000 منصب عمل ، منطقة حضرية 2150 هكتار ، مركز استشفائي و صحي ، مركز تجاري كبير، مصالح مالية وخدمات إدارية ، مدارس عالية كبرى وثانويات ، مسبح اولمبي...الخ

Source :Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 3 :Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)** , op-cit , pp(36/39

من خلال الجدول يتضح أن القطب استفادة من عدة أقطاب سياحية للامتياز مهمة ، تستفيد منها السياحة في منطقة الوسط ، و تعمل على تنشيط السياحة في هاته المنطقة ، حيث سيشهد القطب انجاز (03) ثلاث مدن جديدة في كل من سيدي عبد الله بالجزائر ، و المدينة الجديدة لبوينان بالبليدة ، و المدينة الجديدة لبقرول بالمدية ، و هذه المدن حاليا هي في قيد الانجاز ، و بالتالي ستعمل هذه المدن على توفير حوالي 240 ألف منصب عمل ، مما يؤدي إلى تقليص من مشكلة البطالة في هاته المناطق ، و تعمل هذه المدن على توفير كذلك 85 ألف مسكن ، صف

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

إلى ذلك ستوفر هذه المدن مجموعة من المشاريع في عدة مجالات متعددة (التعليم و التعليم العالي ، الصحة ، الثقافة و الرياضة) ، و تعتبر هذه المشاريع واعدة و مهمة للبلاد. و يحظى القطب بمجموعة من المشاريع ذات أولوية للاستثمار ، و هي موضحة في الجدول التالي .

الجدول رقم(83):الفنادق الجديدة للقطب السياحي شمال وسط.

عدد الأسرة	فنادق تم الشروع فيها أو هي بصدد الانطلاق
	● فنادق الشبكة:
394	-فنادق ماريوت بقصر الصنوبر
231	- فنادق إيبيس مهري باب الزوار
322	- فنادق هيلتون(توسعة) المحمدية
230	- فنادق أكور-مهري باب الزوار
240	-نزل إيبيس مهري الجزائر أغا
360	- فنادق نوفوتل مهري الجزائر أغا
	* الفنادق الفخمة
274	- فندق لا فيدر بئر خادم(LAFIDER)
250	- فندق تروست (TRUST) باب الزوار
865	* فنادق معيارية: 41 فندقا خاصا (الجزائر ، بومرداس ، البلدية ، تيبازة)

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات الكتاب رقم (03) ، الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص 44 .

يشهد القطب إنشاء عدة فنادق جديدة متنوعة ما بين فنادق الشبكة و فنادق فخمة و أخرى معيارية ، و ما يلاحظ أن كل هذه الفنادق الشبكة و الفنادق الفخمة مركزة في العاصمة ، في حين تتوزع الفنادق المعيارية و عددها 41 فندقا خاصا موزعة على أربع ولايات (الجزائر العاصمة ، بومرداس ، البلدية و تيبازة) ، و توفر مجموع هذه الفنادق 3166 سرير ، 2301 سرير سيتم إنجازها على مستوى العاصمة وحدها ، و الباقي 865 سرير موزعة على باقي الولايات الأربع فيما فيهم العاصمة .

بالإضافة إلى الفنادق الموضحة في الجدول السابق ، هناك أيضا جيل جديد من الفنادق من خلال القرى السياحية للامتياز ، و الجدول التالي يوضح ذلك.

الفصل الثاني == تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الجدول رقم(84): القرى السياحية للامتياز .

عدد الأسرة	المستثمر	المشروع
2004	الشركة الإماراتية "أميرال"	القرية السياحية فوروم الجزائر ، موريتي 01 - الجزائر
460	مؤسسة التنمية الفندقية ، ماريوت	القرية السياحية الساحل-الجزائر
360	الشركة الإماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج -الجزائر
6885	الشركة السعودية(سيدار)	القرية السياحية زرالدة غرب-الجزائر
6985	المجموعة الكويتية للاستثمار	القرية السياحية عين الشرب ، عين طاية-الجزائر
1240	الشركة الإماراتية إعمار	القرية السياحية العقيد عباس-تيازة
1426	مجموعة سوفيتال	القرية السياحية واد يلاح سيرازي-تيازة
2697	سيدار(شركة سعودية)	القرية السياحية الصغيرات-بومرداس
17.510	المؤسسة الأمريكية ، التونسية ، الجزائرية	مشروع MEDISEA بودواو البحري-بومرداس
1282*	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية اقريون- بجاية
1282*	مجموعة سيفيتال	تهيئة منطقة التوسع السياحي اقريون

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" , **Livre 5 :Les projets prioritaires touristiques** , Janvier 2008 , pp(21-28)

*المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الكتاب رقم (03) ، الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، صص(45 إلى 57).

يشهد القطب السياحي شمال وسط العديد من القرى السياحية للامتياز و عددها 11 قرية سياحية موزعة على أربع ولايات هي الجزائر العاصمة و بومرداس ، تيازة و بجاية ، مع العلم أن حوالي نصف هذه القرى خصصت للعاصمة ، و توفر مجموع هذه القرى 40.705 سرير ، و تعتبر هذه المشاريع ذات أهمية كبيرة بالنسبة للقطب ، لما لها من آثار ايجابية متعددة ، و ذلك من خلال زيادة طاقة الإيواء للقطب ، ما يعمل على تلبية حاجات السياح من خدمات الإيواء ، بالإضافة إلى توفير مناصب شغل عديدة ، و خاصة و نحن نعلم أن خلق سرير يؤدي إلى

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

توفير (03) مناصب شغل مباشرة و غير مباشرة ، أي هذه المشاريع ستوفر حوالي 122.115 فرصة عمل ، و هذا حسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة .

ثالثا-القطب السياحي للامتياز شمال غرب.

يتكون هذا القطب من سبع ولايات هي وهران ، عين تموشنت ، تلمسان ، مستغانم ، معسكر ، سيدي بلعباس و غليزان ، و تبلغ مساحة هذا القطب 35.000 كلم² و به حوالي 06 مليون ساكن¹ ، و من مميزات هذا القطب موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم(85):القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال غرب.

مميزاتها	القوى الحقيقية
توفر على ساحل خللاب ، التضاريس والمسطحات المائية ا، السهول والغابات	القدرات السياحية الطبيعية
اللباس التقليدي ، الجلود ، الفخار ، صناعة السروج ، الزرابي ، النسيج	الصناعة التقليدية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الكتاب رقم (03) ، الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص ص (62/61).

رابعا:المشاريع ذات الأولوية للقطب .

من بين المشاريع التي حظي بها القطب هي إنجاز فنادق الشبكة و الفنادق الفخمة و فنادق معيارية بعدد الأسرة قدرها 10.146 سرير² ، و قرى سياحية للامتياز مصممة ، كما هي موضحة في الجدول.

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 3 :Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , op-cit , p59.

² - Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 5 :Les projets prioritaires touristiques , op-cit , p10.

الفصل الثاني === تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الجدول رقم(86):القرى السياحية للامتياز.

عدد الأسرة	المستثمر	المشروع
92	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار	قرية قصر ماسين-تيميمون-أدرار
5900	مجموعة جيلالي مهري	الحلم السياحي مداغ وهران
220	إقامة هيلتون -فرنسا	قرية هيلبوس كريستل- وهران
732	الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي	القرية السياحية موسكاردا - تلمسان

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات وزارة هيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" ، الكتاب رقم (05): المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جانفي 2008 ، ص ص(32/29).

يضم القطب أربع قرى سياحية للامتياز ، واحدة بأدرار و اثنان بوهران و الرابعة بتلمسان ، و تتوفر مجموع هذه القرى 6944 سرير ، إلا أن القرية السياحية بأدرار عدد الأسرة بها قليل جدا مقارنة مع أهمية السياحة الصحراوية .

المطالب الثاني:الأقطاب السياحية للجنوب.

تتضمن المنطقة الجنوبية الشمالية قطبين سياحيين للامتياز هما : القطب السياحي للامتياز جنوب- شرق (الواحات) ، القطب السياحي للامتياز جنوب غرب (قوات القرارة).

أولا-القطب السياحي للامتياز جنوب-شرق"الواحات".

يتكون هذا القطب من ثلاث ولايات هي : غرداية ، بسكرة و الوادي ، و يمتد هذا القطب على مساحة تقدر ب 160.000 كلم² ، و يحتضن سكان يقدر عددهم ب1.5 مليون ساكن¹ ، و يعرف القطب حركية حضرية بسبب مختلف أعمال التهيئة ، و أهم ما تم إنجازه أو في طريق الإنجاز نجد التجهيزات الكبرى الموجودة ، مطاران دوليان بسكرة و غرداية ، مطار الوادي ، و من ناحية المشاريع الكبرى يشهد القطب مشروع الطريق العابر للصحراء ، و

¹ - وزارة هيئة الإقليم البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(03): الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص76.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

إنشاء أقطاب (قصور ميزاب) ، بالإضافة إلى إعادة الاعتبار و الترميم للتراث السياحي ، من خلال ترميم القصبات و القصور ، ترميم أماكن العبادة ، الأضرحة ، المساجد، الزوايا ، و مجرد أماكن العبادة¹ .

كما أن للقطب مجموعة مشاريع ذات الأولوية محددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، من خلال إنجاز فنادق الشبكة ، كما هو موضح في الجدول التالي.
الجدول رقم(87):عدد الأسرة الخاصة بالقطب .

الفندق	عدد الأسرة
26 فندقا خاصا (غرداية، بسكرة، الوادي)	2092

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 5 :Les projets prioritaires touristiques , op-cit , p11.

يتضح من خلال الجدول أن القطب استفاد من 26 فندقا خاصا ، موزعة على ثلاث ولايات هي غرداية ، بسكرة والوادي ، وستوفر هذه الفنادق 2092 سرير ، و ما يلاحظ على عدد الأسرة المقرر إنجازها في الأقطاب الجنوبية قليلة جدا مقارنة مع الأقطاب المقرر إنجازها في أقطاب الشمال ، و بالتالي لا يزال التركيز على الناحية الشمالية في توزيع المشاريع السياحية ، رغم الأهمية التي تكتسيها السياحة الصحراوية .

ثانيا: القطب السياحي للامتياز جنوب غرب -قوات القرارة.

يتكون القطب السياحي من ولايتين أدرار و بشار، و يحده من الشمال النعامة و البيض ، و من الشرق تامنراست و غرداية ، و من الغرب المغرب و تندوف ، و من الجنوب النيجر و موريطانيا ، و يمتد هذا القطب على مساحة تقدر ب 603.000 كلم² ، و يضم سكان يقدر عددهم بحوالي 900 ألف ساكن ، و بالتالي للقطب إرث ذو بعد عالمي ، و فضاء جديد و نشيط يستدعي الدعم و هو قطب جديد ناشئ (منطقة حدودية) ، و فيما يخص المناخ هو من

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 3:Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , op-cit , p82.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

النوع القاري ، بارد في الشتاء و حار في الصيف مع تماطر ضعيف ، و تدوم الرياح أربعة أشهر (من فيفري إلى ماي) ، و تحدث زوايع رملية.

و يميز القطب مجموعة من الخصائص موضحة من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم(88): القوى الحقيقية للقطب السياحي.

القوى الحقيقية	مميزاتها
المميزات الطبيعية	-جبلان كبيران من الكثبان يضمان 2/3 من الإقليم ، ومنطقتان رطبتان مصنفتان(تامنتيت ، وأولاد سعيد) ، و نقوش صخرية(2000 سنة قبل الميلاد) ، قلعة حماد ملوكة
المواقع ذات الأهمية السياحية	- بشار(قنادسة ، جرف التربة ، بني ونيف ، تاغيت ، عبادة ، بني عباس) - قصور الشمال وعددها ثلاثة (بوقاس ، موعول ، لحر) - تابلبة وتعرف بالسر الخفي لأضرحتها العملاقة ،حقول ورود الرمال

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الكتاب(03):الأقطاب السياحية السبع للامتياز ، مرجع سبق ذكره.

ضف إلى ذلك هناك مجموعة من التجهيزات القائمة يتمتع بها القطب نذكر منها:

- ثلاثة مطارات: القرارة (تميمون) شيخ سيدي محمد بن لكبير (أدرار) ، و برج باجي مختار؛
- فنادق توات 120 سرير بأدرار، القرارة 192 سرير بتميمون ، و مركب السنان(مرفان) 60 غرفة على بعد 15 كلم من أدرار ، و فيما يخص المشاريع الجارية نجد:
- طريق القصور مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية ، دعم للتنمية المحلية المتكاملة ، و يندرج المشروع في إطار برنامج لليونيسكو؛
- إعادة الاعتبار: الترميم و التحول السياحي للتراث الثقافي ، و ذلك من خلال ترميم القصبات و القصور ، و ترميم أماكن العبادة.

أما المشاريع ذات الأولوية التي تم تعريفها من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عبر إنجاز فنادق الشبكة ، قرى سياحية للامتياز مصممة وفقا للطلب الدولي و الوطني ، و فيما يلي أهم إنجازات القطب.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الجدول رقم(89): فنادق أنجزت أو جاري إنجازها.

نوع الفندق	عدد الأسرة
الفنادق الفخمة: - فندق رياض ماسين -أدرار - فندق قصر ماسين-أدرار	100 96
فنادق معيارية: 21 فندقا خاصا(أدرار ،بشار،البيض، النعامه)	1317

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Les Livres 5** , **projets prioritaires touristiques** , op-cit , p12

بالإضافة إلى الفنادق هناك القرى السياحية للامتياز الخاصة بهذا القطب ، كما هو مبين في

الجدول التالي

الجدول رقم(90): القرى السياحية للامتياز.

المشروع	المستثمر	عدد الأسرة
قرية ماسين ، تميمون ، أدرار	مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار	912

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الكتاب رقم(03): الأقطاب السياحية السبع للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص95.

حيث استفادت ولاية بشار من منطقتين للتوسع السياحي بمساحة إجمالية تقدر ب 149 هكتار بكل من بلدية بشار و بلدية بني عباس ، و بالرغم من وجود دراسة التهيئة السياحية للمنطقتين المنجزة من طرف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ، إلا أن المنطقتين بقيتا على حالهما و لم تنطلق بهما الأشغال ، أما ولاية أدرار إستفادت من خمس مناطق للتوسع السياحي ، و كذلك لم تنطلق الأشغال بها ¹ .

¹ - بن لخضر محمد العربي ، السياحة البيئية بمنطقة الجنوب الغربي ، واقع و آفاق ، المتقى الدولي حول "اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة " ، مرجع سبق ذكره ، ص 10 .

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

المطلب الثالث : الأقطاب السياحية للجنوب الكبير.

تتضمن المنطقة الجنوبية للبلاد كذلك على قطبين سياحيين للامتياز و هما: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير- طاسيلي ناخر و القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير- الأهقار ، و هي تتضمن الولايات الجنوبية للبلاد إليزي و تمنراست.

أولا- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير- طاسيلي ناخر.

يقع القطب أساسا في ولاية إليزي ، يمتد على مساحة قدرها حوالي 284.618 كلم² و يحتضن حوالي 40.000 ساكن¹.

المشاريع ذات الأولوية موضحة في الجدول التالي .

الجدول رقم(91): الفنادق المنجزة أو بصدد الانجاز.

نوع الفندق	عدد الأسرة
فنادق فخمة: فندق ملتقى الأجانب.جانت	150

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الكتاب (05): المشاريع ذات الأولوية السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

ثانيا: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-الأهقار.

تتمتع السياحة الصحراوية بالمزايا السياحية مقارنة بالشمال و المناطق السياحية التي تتميز بها تجعلها أقطابا سياحية حقيقية تجلب السواح الأجانب و مصدر هام لإنشاء مناصب شغل² ، يتمحور هذا القطب حول ولاية تمنراست ، يمتد على مساحة تقدر ب 456.200 كلم² ، و يقطن به حوالي 137.175 ساكن ، يتميز القطب بمجموعة من المميزات منها:³

¹ –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 3:Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)** , op-cit , p99.

² –تقرير حول المساهمة من أجل إعادة تجديد السياحة الوطنية ، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، الدورة السادسة عشر ، نوفمبر ، 2000 ، ص12.

³ – وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(03): الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص109.

الفصل الثاني === تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

-مواقع ذات أهمية سياحية و نذكر منها : أدریان ، أمسل ، عين مقل ، عين إيكر ، طاسيلي ، الاهدقار؛

-المناطق الكبرى للمسار السياحي:جبل الهقار ، تفيديست أدرار ، أهنت ، طاسيلي الهقار الطاسيلي تبين رحروح ، الرحلة ، تامنراست ، جانت و الرحلات نحو مالي و النيجر؛
-الصناعة التقليدية: نجد النسيج ، صناعة الجلود ، اللباس التقليدي ، الحلبي التقليدي؛
شهد هذا القطب الانجازات التالية.

الجدول رقم(92): الفنادق التي أنجزت أو بصدد الانجاز لقطب الاهدقار.

عدد الأسرة	الفندق
225	فنادق خاصة (تامنراست)
225	المجموع

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 5 :Les projets prioritaires touristiques , op-cit ,p14.

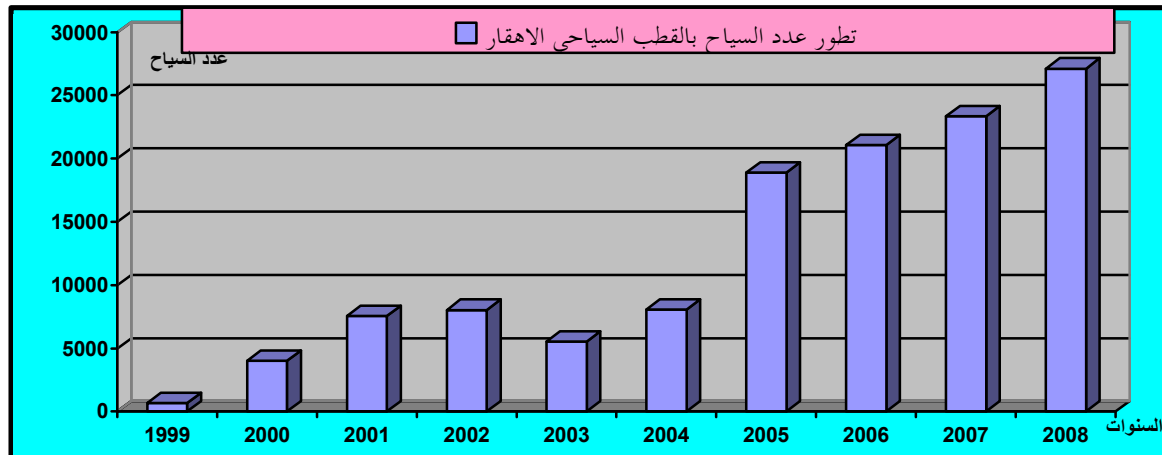
الجدول رقم(93): تطور عدد السياح بالقطب .

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	السنوات
27.121	23.362	21.080	18.884	8051	5538	8044	7582	4039	700	عدد السياح

المصدر: المديرية السياحية لولاية تمنراست.

يمكن توضيح تطور عدد السياح بالقطب من خلال الشكل التالي

الشكل رقم(80): تطور عدد السياح بالقطب السياحي الاهدقار.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(93).

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

نلاحظ فعلا أن القطب عرف تطورا نوعيا لعدد السياح خلال الفترة 1999 إلى 2008 ، فمن 700 سائح سنة 1999 وصل إلى 27.121 سائح سنة 2008 ، فتعتبر زيادة مهمة في عدد السياح للقطب ، هذا ما يستدعي إعطاء الأولوية للسياحة الصحراوية و جعلها كقطب سياحي قادر على المنافسة و جلب المزيد من السياح ، إلا أنه خلال سنة 2003 تراجع عدد السياح من 8044 سنة 2002 إلى 5538 سائح سنة 2003 ، يمكن إرجاع هذا التراجع إلى تدهور الوضع الأمني في الصحراء الجزائرية بمنطقة حاسي حنفوشة الواقعة على حدود منطقة تامنراست سنة 2003 ، و هو ما يفسر تراجع السواح الأجانب عن السياحة الصحراوية¹ ، و ما يتميز به القطب كذلك هو توزيع عدد السياح على مدار السنة ، كما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم(94): توزيع التدفق السياحي بالقطب حسب الشهور لسنة 2008.

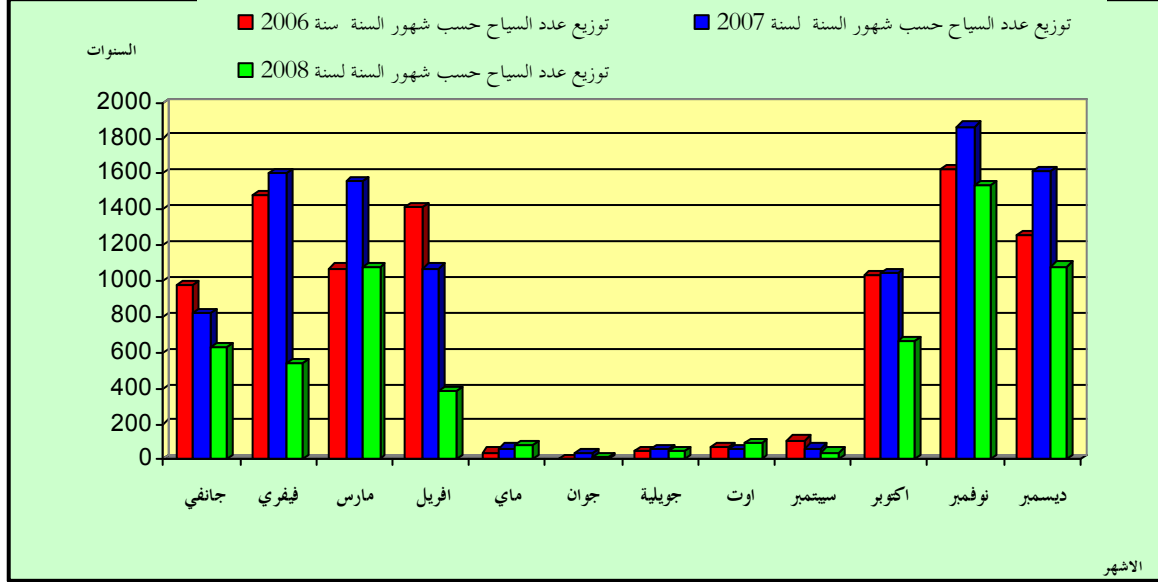
السنة	2006	2007	2008	المجموع الجزئي	المجموع الكلي
جانفي	975	818	627	2420	9765
فيفري	1482	1606	544	3632	
مارس	1072	1559	1082	3713	
أفريل	1412	1073	383	2868	3117
ماي	43	66	79	188	
جوان	09	34	18	61	
جويلية	52	57	53	162	611
أوت	74	63	91	228	
سبتمبر	111	67	43	221	
أكتوبر	1034	1044	663	2741	11.720
نوفمبر	1622	1867	1539	5028	
ديسمبر	1255	1612	1084	3951	

المصدر: مديرية السياحة لولاية تمنراست.

¹ - طواهر محمد التهامي و بحيدة أحمد ، أهمية ترقية السياحة الصحراوية في تنمية النشاط السياحي الجزائري ، دراسة لواقع القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير "الأهقار" ، المنتدى العلمي الثامن " تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر و التخلف في الجزائر و في البلدان العربية و الإسلامية ، مرجع سبق ذكره ، ص 10 .

الفصل الثاني == تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

و الشكل التالي يمكن أن يوضح لنا توزيع السياح للقطب حسب شهور السنة بأكثر دقة الشكل رقم(81):تطور السياح حسب شهور السنة.



المصدر من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(94).

من خلال الشكل يتضح جليا أن عدد السياح يتركز في فترات دون أخرى ، حيث يتركز السياح في ثلاث فصول و هو الشتاء و الخريف و الربيع ، في حين يقل بنسبة كبيرة في فصل الصيف ، هذا يدل على أن السياح في فصل الصيف يفضلون السياحة الشاطئية ، حيث يتركز عدد السياح في الأشهر التالية (أكتوبر ، نوفمبر و ديسمبر) حيث بلغ عددهم خلال 03 سنوات 11.720 سائح ، ثم تليه الأشهر التالية (جانفي ، فيفري و مارس) ب 9765 سائح ، و تليه الأشهر التالية (أبريل ، ماي و جوان) ، و في النهاية الأشهر (جويلية ، أوت و سبتمبر) ، الشيء الذي يدل على أن السياحة الصحراوية تجلب السواح في معظم أشهر السنة ، و لهذا وجب ترقية هذا النوع من السياحة و الاهتمام به و جعله قطبا سياحيا ينافس الأقطاب الأخرى و يساهم في التنمية المحلية و الوطنية .

مع العلم أن كل هذه الأقطاب السبعة تسعى لتحقيق نفس الأهداف و هي:¹

- تسهيل التنافسية و الجاذبية ، مع استمرار الإقليم ، و تحقيق التنمية المتوازنة ؛
- التطوير و ذلك وفقا لميزات كل قطب من سياحة الحمامات البحرية، سياحة المدن و الأعمال ، السياحة الصحراوية و السياحة العلاجية ؛

¹ - عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص140.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة .

المبحث الثالث: مخطط الجودة.

يهدف مخطط الجودة إلى تحسين و تطوير العرض السياحي ، و ذلك بالتركيز على التعليم و التكوين باستخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، و هذا ما يتطلب تعاوننا مشتركا بين مختلف الفاعلين ، و كذلك القطاعين العمومي و الخاص ، لأجل تلبية الطلب من خلال تقاسم الأدوار ، إذ لكل قطاع دورا بارزا في هذا المخطط على الفاعل المعني أن يلعبه.

المطلب الأول: مفهوم الجودة السياحية.

تطلب الجودة السياحية التحسين المستمر لمستوى الخدمات و النهوض بها إلى درجة عالية من الامتياز ، و الجودة هي تلك التي تلي رغبات الزبون ، مع العلم أن هذه الجودة في تطور مستمر ، و لهذا وجب على المؤسسات السياحية تحسين جودة خدماتها السياحية باستمرار.

أولاً: تعريف الجودة السياحية .

يعرف وليام ادوارد ديمينغ* الجودة على أنها تحقيق احتياجات و توقعات المستفيد حاضرا و مستقبلا¹.

كما يعرفها جوزيف جوران** على أن الجودة هي الملائمة في الاستخدام ، و بالتالي كلما كان المنتج سواء سلعة أو خدمة ملائمة لاستخدام المستفيد كلما كانت جيدة.

*- وليام لدوارد ديمينغ : خبير اقتصادي أمريكي و أستاذ جامعي ، تحصل على جائزة خاصة من قبل الحكومة اليابانية ، حيث تمتح هذه الجائزة بشكل سنوي للشركات التي تتميز في تطبيق برامج إدارة الجودة .

¹- الغامدي محمد بن علي ، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود ، دون سنة نشر ، ص02.

** جوزيف موس جوران : مهندس صناعي أمريكي ، و يعد أحد مفكري القرن 20 العشرين في مجال إدارة الجودة ، و له إسهامات كبيرة في نظرية الإدارة و إدارة الموارد البشرية ، و في سنة 1979 أسس معهد جوران متخصص في إدارة الجودة.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

أما المنظمة العالمية للسياحة فتري أن الجودة السياحية على أنها نتيجة لعملية تتضمن تلبية جميع احتياجات المستهلك و متطلباته و توقعاته المشروعة من المنتجات و الخدمات بسعر معقول .

كما تكون متطابقة مع الشروط التعاقدية المتفق عليها ، و محددات الجودة الشاملة " ¹ .

كما يؤدي تطبيق الجودة إلى تحقيق عدة مزايا هي :²

- إعطاء و إرساء نظرة جديدة حول جودة السياحة لمهني القطاع و حثهم على تبني مسعى جودة السياحة ؛

- تحسين نوعية العرض السياحي و جودته .

ثانيا: معايير الجودة السياحية و قواعدها.

يمكن إجمال معايير الجودة السياحية فيما يلي :³

- الشفافية : يعتبر عنصر الشفافية من العناصر المهمة لتوفير المشروعية لتوقعات المستهلك و حماية حقوقه ، و يتوفر عنصر الشفافية من خلال صحة المعلومات المقدمة حول مواصفات المنتج ، و ما يشتمل عليه و كلفته الإجمالية ، و ما يغطيه السعر ، بالإضافة إلى إيصال تلك المعلومات بشكل منظم و فعال للمستهلك .

- التجانس: يركز معيار التجانس على ضرورة التوافق و الانسجام بين المحيط الطبيعي و الإنساني ، إذ أن هذا التوافق يحافظ على السياحة المستدامة و يستدعي إدارة فعالة للمؤثرات البيئية و الاقتصادية و الاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات السياحية .⁴

- الأصالة: و هي تعبر عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج سياحي يختلف و يتميز عن بقية المنتجات المماثلة له في أماكن أخرى ، مع شرط أن تستجيب الأصالة لمتطلبات المستهلك .

¹-سعد بن عبد الرحمان القاضي ، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية ، الملتقى حول " الجودة في صناعة السياحة" ، يوم 2004/12/29 ، ص04.

²-الهام يجياوي و ساعد بوداوي ، دور مخطط جودة السياحة الجزائري في تفعيل السياحة ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره ، ص12.

³- سعد بن عبد الرحمان القاضي ، مرجع سبق ذكره ، ص02.

⁴-مراد الرايس ، مرجع سبق ذكره ، ص09.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- الأمن و السلامة: يتوفر معيار الأمن و السلامة عندما لا تشكل الخدمة السياحية خطر على الحياة أو يتسبب بضرر أو تهدد الصحة للمستهلك في جميع الأنشطة السياحية ، و عادة ما تنظم و تحدد معايير الأمن و السلامة بنصوص تشريعية و قوانين كالحماية من الحريق ، و هاته النصوص القانونية تعتمد كمعايير للجودة بجد ذاتها.¹

- الصحة العامة: يرى معيار الصحة العامة على ضرورة المحافظة في جميع أماكن الإيواء و الإطعام و الشراب على شرط النظافة و السلامة ، و ينطبق هذا المعيار على كل المؤسسات السياحية الكبيرة ، كما ينطبق أيضا على جميع نقاط بيع المواد الغذائية من محلات و مطاعم ، بما فيها الخدمات المقدمة في الطائرات.

- سهولة الوصول: و يقضي هذا المعيار بإزالة كل العوائق و الحواجز الطبيعية و الاتصالية و الخدمية ، دون تمييز و إتاحة استخدام تلك المنتجات و الخدمات من قبل الجميع.

كما تحكم الجودة السياحية مجموعة من القواعد نوجزها فيما يلي:²

- التطوير و المحافظة على إمكانية المؤسسات السياحية و الفندقية ، من أجل تحسين جودة الخدمة المقدمة للسائح بشكل مستمر و دائم؛

- الوفاء بمتطلبات السائح؛

- تطبيق مبدأ البحث عن الجودة في الموقع السياحي؛

- التطوير المستمر للجودة و الإنتاجية و الكفاءة ؛

- تطوير و تحسين السياحة ابتداء من المؤسسات السياحية و الفندقية إلى السائح؛

- دمج الجودة بعملية التخطيط الاستراتيجي للإدارة .

¹ - عبادي فاطمة الزهراء و آخرون ، التدريب في ظل إستراتيجية السياحة العربية ، المؤتمر العلمي الدولي حول "

السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره، ص10.

² - الهام بظاظو ، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق - دراسة ميدانية على عينة من فنادق الخمس

نجوم في الأردن ، مجلة العلوم الإنسانية ، السنة السابعة ، العدد45 ، 2010 ، ص11.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

ثالثا: مراحل تطور الجودة السياحية .

مرت الجودة السياحية بعدة مراحل و هي:¹

- مرحلة الفحص و التفتيش : الهدف من وراء هذه المرحلة هو فحص المنتج المعيب لتجنب وصوله إلى الزبون ؛

- مرحلة مراقبة الجودة السياحية: و تتضمن أساليب فحص و اختيار و تحديد درجة المنتج ، و اتخاذ إجراءات تصحيحية؛

- مرحلة تأكيد الجودة : من خلال تطبيق الإجراءات اللازمة بغية توفير الثقة للزبون ؛

- مرحلة إدارة الجودة الشاملة : تطورت نظم الجودة لتشمل مناخ العمل و الإدارة لتعملا سويا بغية تحسين و تطوير الجودة السياحية.

المطلب الثاني : واقع إستراتيجية جودة السياحة الجزائرية.

تحتل الجودة السياحية مكانة هامة لدى الدول السياحية الرائدة ، و هذا ما جعل السلطات الجزائرية تسعى لتطوير نوعية العرض الذي يعاني الكثير من النقائص ، و هذا ما أكده تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي بعنوان " الأسفار و السياحة تقرير التنافسية 2009" ، و الذي احتلت الجزائر فيه المرتبة 115 من أصل 133 دولة شملها التصنيف².

أولا: أسباب و أهداف مخطط الجودة.

ظهر مخطط الجودة لتحسيد الجودة السياحية للجزائر، و تطبيق العلامة التجارية للجودة السياحية ، و المقصود بمخطط الجودة هو التطبيق الجيد بالمثالية و بالرفع المهني و هذا من أجل:³

-تحسين النوعية و تطوير العرض السياحي ، و منح رؤية جديدة للمحترفين؛

¹-مراد الرايس ، مرجع سبق ذكره ، ص07.

²- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، مناخ الاستثمار في الدول العربية لعام 2009 ، الكويت ، ص178.

³ - وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص47.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية ؛
- نشر صورة الجزائر و ترقيةها كوجهة نوعية؛
- إعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية ؛¹
و يهدف مخطط الجودة إلى:²
- إطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة "النوعية السياحية" ؛
- التموقع ضمن منظور تحسين النوعية و العرض السياحي و تشجيع ترقيته في الجزائر و في الخارج ، بالإضافة إلى بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية للجزائر ؛
- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في كافة المشاريع التنموية في مجال السياحة على نحو الأفضل ؛
- توفير مزيد من الترويج للشركات المشاركة في إدارة الجودة من خلال دمجها في شبكة من المؤسسات وضع علامة "الجودة السياحية الجزائر" ؛
- بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية للخارج؛³
- تثمين المناطق السياحية و خلق استدامة للعرض السياحي الجزائري ، من خلال وضوح الرؤية و تحسين النوعية للسياح ،
- ضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالنوعية ، من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل علامة " نوعية السياحة الجزائرية" ، عن طريق ضمان أفضل اندماج في القنوات التجارية.⁴

كما يأخذ مخطط الجودة بعين الاعتبار جميع الأنشطة السياحية الموجودة في البلد و منها⁵ (فنادق و ترميم ، سياحة و سفر ، العلاج بمياه البحر ، الإرشاد السياحي ، المكاتب السياحية و مكاتب الاستقبال و المعلومات ، الإطعام ، الحمامات المعدنية و المعالجة بمياه البحر ، الناقلون

¹ - عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره ، ص 141.

² - <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=PQTAlergie>.

³ - سيعيد يحي و العراوي سليم ، مرجع سبق ذكره ، ص12.

⁴ - www.mta.gov.dz.

⁵ - نفس المرجع السابق.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

(شركات الطيران ، و تأجير السيارات..) ، الدواوين السياحية و مكاتب الإعلام و التوجيه ، مناطق العبور (المطارات ، و الموانئ...).

و قد اعتمد في تطبيق مخطط الجودة على أربعة شركاء و هم الفنادق ، المطاعم ، وكالات السياحة و السفر و الدواوين السياحية ، و قد اختارت وزارة السياحة بعض الفاعلين في الميدان السياحي للانخراط في مخطط جودة السياحة و هم : (20%) من الحظيرة الفندقية ، المطاعم الرفيعة (المصنفة) ، وكالات السياحة ، الدواوين السياحية النشيطة) ، كما تم تحديد الالتزامات الواجب توفرها كشرط أساسي في كل مؤسسة سياحية ترغب في الانخراط ضمن مخطط جودة السياحة الجزائرية حسب القطاعات السياحية التالية : (الفنادق 94 التزاما ، الوكالات السياحية 36 التزاما ، مؤسسة النقل السياحي 33 التزاما).

ثانيا: كيفية تنفيذ مخطط الجودة .

من إجراءات و آليات تنفيذ نوعية السياحة نجد:

-الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة و تحديد التزاماته؛

-تقييم التزامات المحترفين على مستوى:

●الإعلام و الاتصال؛

●الاستقبال المشخص؛

●كفاءة العمال؛

●النظافة و الصيانة؛

●تقويم (تثمين) المورد السياحي ؛

●إبرام عقود الرخص "النوعية السياحية" مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية ؛

●تقويم المحترفين بإيجاد دمغة (ختم) عليها" السياحة النوعية الجزائرية"، توضع على مدخل مؤسساتهم.

هذا بغرض الاستجابة للهدف المادي و النقدي في مخطط الأعمال 2025 ، حيث أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا و قد حددت (03) أهداف إستراتيجية لتكوين ، من أجل

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

الوصول إلى الحرف السياحية الحقيقية و تحضير الجزائر سياحيا في مطلع 2025 ، و ذلك من خلال:

- تعزيز القدرات التنظيمية و الكفاءات و احترافية القيادات و عمال التأطير في المدارس؛
- ضمان ميزة تنافسية للبرامج البيداغوجية (التربوية) و تأهيل المؤطرين البيداغوجيين داخل المدارس؛
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحيين و يتعلق الأمر باعتماد التصديق و التسجيل الرسمي.

و في هذه النقطة تم إطلاق خريطة جديدة للمدارس السياحية و منها:

● المدارس الموجودة و الواجب تحديثها و هي:

-المدرسة الوطنية العليا للسياحة-الجزائر العاصمة ENST؛

-المعهد الوطني لتقنيات الفنادق و السياحة -تيزي وزو INTHT؛

-المعهد الوطني للفندقة و السياحة- بوسعادة INTHT.

● المدارس المصممة للتجهيز: و هي

-المدرسة السياحية لتييازة ؛

-المدرسة السياحية بعين تموشنت ؛

● المدارس السبع لوزارة التكوين و التعليم المهني:

-سبع مدارس تكوين مهني تابعة لوزارة التكوين المهني الطارف ، تلمسان ، عين البنيان ، بمورداس ، تيزي وزو ، تمراس ، غرداية .

كما تم تنصيب لجنة متابعة تطبيق المخطط السياحي للجودة من طرف الوزارة الوصية على القطاع ، و من مهامها نجد:

-تقييم العديد من المنشآت و الفنادق و المطاعم ، و تشكل هذه اللجنة من ممثلين عن قطاع السياحة و جمعيات مهنية و خبراء و مختصين ، حيث تعمل على التعريف بمحتوى مخطط الجودة و الامتياز في السياحة و تحديد مناهج و طرق تحقيق النوعية و متابعة المؤسسات السياحية التي تسعى إلى الحصول على شهادة الجودة و النوعية و تطوير نوعية العرض السياحي¹ .

¹ - الجزائر تريد حصتها في السوق المتوسطة ، المجلة الاقتصادية ، العدد 14 ، 2009 ، ص 45.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- الابتكار و استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال .

لقد أحدث استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال تطورا في تصرفات الاستهلاك و مسارات التوزيع التي تسمح بالعرض المباشر للمنتوج و الخدمات السياحية لعدد كبير من مستخدمي الانترنت (التسويق عبر الانترنت) ، و التسويق عبر الانترنت مستمر في الاستحواذ السريع لحصص السوق على حساب شبكات التوزيع الأخرى ، فتأثير الانترنت يتجاوز بشكل كبير إطار الحجز فقط ، و تبقى نوعية الخدمات و المحتويات للانترنت هي التي تحدث الفرق السريع ، السمعة الجيدة و إدخال كذلك نظام التسيير الالكتروني من خلال إدارة الرحلات عبر الشبكة و الاستقبال الفندقي ، بالإضافة إلى إدارة الإطعام.¹

المطلب الثالث: دور الجودة السياحية في تطوير السياحة الجزائرية.

تعد النوعية السياحية مطلبا أساسيا في الدول الرائدة في المجال السياحي ، نظرا لما يهدف إليه من تحسين العرض السياحي ، و لهذا انتهجت الجزائر سياسة الجودة السياحية بغية تحسين عرضها السياحي .

أولا: انتهاج الجودة السياحية من قبل المؤسسات السياحية الجزائرية.

يمكن لأي مؤسسة سياحية انتهاج مسيرة الجودة التي تدرج ضمن مخطط الجودة السياحية ، الذي يضع مسيرة الجودة الخاصة بكل مؤسسة على حدا ، و ذلك من التعاقد مع مكتب دراسات مختص في الجودة ، و يتركز تطبيق مسيرة الجودة على مجموعة من المعايير هي (المعلومة و الاتصال ، الاستقبال ، كفاءة العمال ، رفاهية الأماكن ، النظافة و تامين الموارد المحلية) ، و هكذا يمكن لأي مؤسسة سياحية الاختيار بين (03) ثلاث أنواع من الجودة و هي مسيرة المهنة ، الاندماج في الشبكة أو مسيرة إقليمية .

¹ - وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج

الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص50.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

إن تطبيق مسيرة الجودة السياحية من قبل المؤسسات السياحية ، يسمح لها بالحصول على شهادة الإيزو (علامة الجودة السياحية) ، الذي تتضمن متطلبات تنظيمية ضمن نظام إدارة الجودة ، و ذلك من خلال أربع مجالات و هي (مسؤولية الإدارة ، نظام جودة العمليات و التحسين المستمر) .

ومن أهم الإجراءات المتخذة في تطبيق الجودة نجد :¹

- متابعة عملية التقييس و مراقبة الأنشطة و المهن السياحية ؛
- توعية المتعاملين بضرورة تطبيق نظام منح شهادة الجودة العالمية ؛
- تحسين بيئة السياحة ، من خلال التطبيق الصارم لقواعد النظافة العمومية و حماية المستهلك ؛
- فتح مكاتب صرف دائمة على مستوى الموانئ و المطارات و الفنادق و الشوارع الرئيسية للسياحة ؛²
- فتح خطوط جوية مباشرة اتجاه الأماكن السياحية .

و لأجل ترقية و النهوض بالسياحة الجزائرية كان لا بد من تحسين و تطوير الخدمات المقدمة، و ذلك من خلال تطبيق مواصفات قياسية في تقديم تلك الخدمات ، و لتحقيق هذه المواصفات ، لا بد من الاستجابة إلى توقعات و تطلعات الزبائن .

ثانيا: اكتساب علامة الجودة السياحية.

يتم منح العلامة الوطنية " جودة السياحة الجزائر" لجميع المؤسسات السياحية المعنية ، و التي تحترم شروط التالية :³

- مطابقة معايير الجودة ؛
- متابعة مقارنة جودة تستند إلى مراقبة خارجية ، تضمن التحسين لجودة الخدمات؛
- إنشاء خلية دائمة مسؤولة عن المحاسبة الداخلية ؛

¹ - وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتب رقم(02): المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمس و برامج

الأعمال ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص51.

² - الهام يجاوي و ساعد بوداوي ، مرجع سبق ذكره ، ص14.

³ - www.mta.gov.dz.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- ضرورة الخضوع لشروط الاستغلال و ممارسة النشاط؛
- الامتثال لقواعد النظافة و الأمن ؛
- الاندماج في المحيط البيئي .
- و لأجل التسجيل و الانضمام إلى المخطط الوطني للجودة لابد من إتباع ما يلي :¹
- التعرف على الالتزامات الوطنية للجودة ؛
- التقرب إلى أقرب هيئة سياحية لتوقيع اتفاق الانضمام إلى المخطط الوطني للجودة ؛
- الاتصال بشركة مهنية متخصصة في الجودة من أجل التنفيذ ، و التشخيص و الرصد لنهج الجودة ؛
- الاتصال بالهيئة السياحية لإنشاء السجل في المخطط الوطني للجودة .

ثالثا: دور اللجنة المكلفة بمخطط الجودة .

تودع ملفات الترشح لدى اللجنة الوطنية* المكلفة بالمخطط ، و هي مكلفة بمتابعة المؤسسات السياحية التي تريد الحصول على علامة الجودة ، و على المستوى الوطني توجد حاليا حوالي 2200 مؤسسة مرشحة للانضمام إلى مخطط الجودة السياحية ، منها 220 أمضت العقود المبدئية للانخراط² ، أما الحصول على علامة جودة السياحة بالجزائر فيتم تسييرها من طرف اللجنة الوطنية التي تم تعيينها من قبل وزارة السياحة و الصناعات التقليدية** ، و التي تقوم بالمهام التالية :

- البت في طلبات العضوية ، و متابعة عملية منح العلامة ؛
- تلقي و تقييم سجلات الالتزام ؛

¹ -<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=proadh>.

* تتكون اللجنة الوطنية المكلفة بمخطط الجودة من ممثلي الإدارات المركزية التالية : السياحة و الصحة و السكان ، التجارة ، النقل ، الصناعة ، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، خبراء في الجودة ، الحماية المدنية ، الشبيبة و الرياضة ، التعاونيات المهنية في مجال السياحة .

² - الهام بجاوي و ساعد بوداوي ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

** تتكون اللجنة الوطنية لعلامة جودة السياحة بالجزائر من ممثلي الإدارات التالية (القطاع المكلف بالسياحة و الإدارات المعنية بالسياحة ، و المعهد الوطني للتقييس و التعاونيات المهنية ذات العلاقة بالسياحة).

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- استعراض المبادرات النوعية التي تضطلع بها الشركات المرشحة؛
 - تلقي و استعراض عمليات التدقيق التي تجريها مكاتب الخبرة المعينين لهذا الغرض؛
 - التقييم الدوري لتطبيق أحكام مخطط الجودة.
- و قبل الانضمام إلى " الجودة السياحية" ، لا بد من العمل على بذل كل الجهود لإرضاء الزبائن ، خاصة في المجالات التالية :¹
- المعلومات و الاتصالات و الترويج؛
 - التحية : من خلال الترحيب بالسياح و حسن استقبالهم ؛
 - اختصاص و سلوك الموظفين : من خلال توفر الفهم السريع ، و توفر اللغات الأجنبية لدى الموظفين ؛
 - ظروف الاستقبال: من خلال توفير ظروف الاستقبال و الراحة، و كذلك توفير المعدات المناسبة لذوي الاحتياجات الخاصة؛
 - النظافة و الصيانة: لضمان النظافة المستمرة و الصيانة للأماكن و المعدات المختلفة؛
 - احترام البيئة: من خلال توسيع المساحات الخضراء ، و الاستخدام الأمثل في استهلاك الطاقة؛
 - توفير الأمن للسياح.
- يؤدي تطبيق مخطط الجودة إلى تطوير السياحة الجزائرية على المدى الطويل ، عن طريق تحقيق التحسين المستمر ، كما يعمل على تحقيق المنافع التالية :²
- إيجاد فرص عمل جديدة ؛
 - توفير خدمات البنية التحتية ؛
 - توفير تسهيلات الترفيه و الراحة للسكان المحليين؛
 - المحافظة على البيئة و حمايتها؛
 - نشر الثقافات و التواصل بين الشعوب ؛
 - تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

¹ - <http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=EngQuat>.

² - الهام بجاوي و ساعد بوداوي ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

المبحث الرابع: مخطط الشراكة و تطوير إستراتيجية التمويل في القطاع السياحي.

تعد الشراكة بين القطاعين العمومي و الخاص من أساسيات النهوض بالقطاع السياحي ، و لهذا لا بد من تفعيل هذه الشراكة و تحديد أهدافها و مسعاها ، و السعي إلى تنظيمها محليا و وطنيا ، و لأجل ضمان نجاح السياسة الإستراتيجية للسياحة الجزائرية كان لا بد من ضبط مخطط لتمويل هذه السياسة ، و هذه النقاط سوف نثريها أكثر في هذا المبحث.

المطلب الأول:مخطط الشراكة العمومية -الخاصة .

تتحقق الشراكة العمومية - الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون و الخواص معا ، و ذلك من خلال تقسيم الموارد و الأخطار ، إذ تعمل الدولة على تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة و وضع المنشآت الكبرى في خدمة السياحة ، كما يعمل القطاع الخاص على ضمان أساسيات الاستثمار السياحي .

أولا- أهداف مخطط الشراكة.

تندرج السياحة ضمن المقاربة التوافقية بين القطاعات و الشراكة العمومية - الخاصة ، التي توصل الشبكة السياحية من طرف إلى طرف ، و من أجل تحقيق ذلك كان لا بد من ¹ :
- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية (منح الجاذبية)، السفارات ، القنصليات ، المطارات ، المراكز الحدودية ، الموانئ ، المحطات... الخ؛
- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة ، المياه ، التطهير ، الطاقة ،
تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ؛
- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية و القرى السياحية للامتياز؛
- صيانة الثروة الطبيعية و البيئية؛

¹ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires , op-cit , p53.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- تعميم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة؛
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر و الدائم ؛
- تحفيز جميع الشركاء العموميين و الخواص من أجل تنمية القطاع السياحي ، نظرا لما تتطلبه التنمية السياحية من تنسيق بين الكثير من القطاعات الاقتصادية.¹

ثانيا- مسعى مخطط الشراكة العمومية-الخاصة.

يهدف هذا المسعى إلى وصل الشبكة السياحية و جعلها منسجمة ، و هنا يتعلق الأمر بتبني إستراتيجية التجميع بربط الشركاء ، و من أجل ذلك لا بد من:²

- دخول المنافسة بصفوف منظمة؛

- إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين و العاملين في شبكة الإنتاج و توزيع المنتج السياحي (منظمي الرحلات ، أصحاب الفنادق ، المطاعم ، المنشطين ، المرشدين) ، ربط المرقين و المستثمرين بالصيارفة و المختصين في المالية لضمان إعداد مشاريع مريحة و قابلة للاستمرار؛

- تشجيع إنشاء مجموعات المصالح العمومية ، الناقلين ، أصحاب الفنادق ، منظمي الرحلات ، و ذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية.

و يلعب القطاع الخاص دورا مهما و محوريا في عملية التنمية السياحية في الجزائر ، و ذلك لما يتمتع به من كفاءة في الإدارة و خبرة استثمارية و قدرة تنافسية تؤدي إلى توفير السلع و الخدمات السياحية بأسعار منافسة ، إضافة إلى ما يملكه القطاع الخاص من رأس المال ، و بالتالي فإن دور قطاع الخاص في تطوير السياحة و تنويع مصادر الدخل يعتبر مكملا للدور الحكومي.

¹ - شارف نور الدين و بوعمامة نصر الدين ، ترقية القطاع السياحي كبديل لاستغلال الثروة النفطية الناضبة من أجل تحقيق تنمية مستدامة في الجزائر ، المؤتمر العلمي الدولي حول " التنمية المستدامة و الكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

² - وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص52.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

و عليه فإن دور القطاع الخاص في تنفيذ خطة التنمية المستدامة لقطاع السياحة يتطلب إدراك مفهوم التنمية المستدامة من كافة وحدات القطاع الخاص ذات العلاقة بصناعة السياحة ، و المساهمة الفعالة في تنفيذ خطة التنمية السياحية في الجزائر من خلال:¹

- تضمين مفاهيم التنمية المستدامة لقطاع السياحة ؛
- العمل على الاستخدام الأمثل للموارد السياحية المتاحة ، و زيادة نوعية الإنتاج و تقليل الهدر في استخدام تلك الموارد؛
- العمل على تطوير منتجات سياحية منافسة ، تكون ملائمة للتنمية السياحية المستدامة ؛
- الاعتماد على العمالة الوطنية في تطوير قطاع السياحة، لضمان مشاركة المواطنين بشكل أوسع في تنمية القطاع السياحي؛
- توزيع الاستثمارات السياحية بشكل يساهم في تنمية المناطق المختلفة و الاستفادة من الإمكانيات و المقومات السياحية ؛
- التفاوض مع الشركات الأجنبية في مجال السياحة ؛
- التركيز على تنوع المستويات في مشروعات السياحة ، و جعلها تتناسب مع جميع فئات المواطنين .²

- كما يلعب الاستثمار الحكومي دورا هاما في تنمية القطاع السياحي من خلال:³
- الإتفاق على مشاريع البنية التحتية ؛
 - الإتفاق المباشر على المشاريع السياحية التي تعتبر سلعا عامة قد لا يجد فيها القطاع الخاص الحافز في تنفيذها كإصلاح الأراضي و المنتزهات العامة و الشواطئ؛
 - الإتفاق على البحث العلمي و الدراسات المتعلقة بالقطاع السياحي؛
 - العمل على وضع السياسات الخاصة بالسياحة و المكونة من مجموعة من الأنظمة و القوانين و التشريعات ،

¹-أحمد قايد نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص20.

²- ناجي التوني ، مرجع سبق ذكره ، ص123 .

³- أحمد قايد نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص21.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- العمل على جذب و تشجيع الاستثمارات في مجال السياحة، من خلال تقديم الحوافز و التسهيلات للمستثمرين المحليين و الأجانب.¹
- كما أن الاستثمار الخاص لا يقل أهمية عن الاستثمار الحكومي ، و لهذا وجب تشجيع الاستثمار قطاع الخاص ، من خلال منحه مختلف الضمانات و التسهيلات كما يلي:²
- خلق صناديق دعم الاستثمار السياحي؛
- التنازل عن 900 هكتار بالتراضي من الأراضي الموجودة داخل مناطق التوسع السياحي ، و المواقع السياحية من أجل تهيئتها و وضعها تحت تصرف المستثمرين؛
- تزويد صندوق دعم الاستثمار السياحي بمبلغ 6.4 مليار دولار ؛
- إعداد منتج مالي خاص يتمثل في القرض الفندقي ، و هذا وفقا للخصوصيات التي يتميز بها الاستثمار السياحي؛
- التخفيض من نسب الفائدة لتشجيع الاستثمارات مثل ما هو معمول به في العديد من الدول؛
- إعفاء المعدات و الأدوات اللازمة لإقامة المشروعات السياحية من الرسوم الجمركية ،
- الإعفاء من الضرائب على الدخل و الضرائب العقارية على المدى المتوسط ، مع تقرير إعفاءات جزئية على المدى الطويل.³

¹ - ناجي التوني ، مرجع سبق ذكره ، ص46.

² - الديوان الوطني للسياحة ، تصور التنمية المستدامة للسياحة بالجزائر لآفاق 2013 ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26 ، الجزائر ، ص21.

³ - سالم عبد القوي و عبد الحميد محمد ، كيفية تفعيل المشاركة بين الحكومة و القطاع الخاص و المجتمع المدني في صناعة السياحة ، على الموقع :

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

المطلب الثاني: تنظيم مخطط الشراكة.

يتم تنظيم مخطط الشراكة على مستويين ، المستوى المحلي من خلال مديريات السياحة ، و المستوى الوطني تحت إشراف وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة .

أولاً- تنظيم مخطط الشراكة على المستوى المحلي.

يتم تنظيم مخطط الشراكة على المستوى المحلي من خلال مديريات السياحة ، التي تبقى الوسيط الرئيسي بين المستوى الوطني ، و عليه يتوجب تعزيز كل مديرية لتمكينها من الاستجابة للمهمتين الأساسيتين هما:¹

-تنفيذ مخطط النوعية؛

-ترقية الاستثمار السياحي.

و من أجل تحقيق الربط في الشبكة السياحية و الدفع بالشراكة يتعين ما يلي:

-فتح فضاء النقاش و التفكير من خلال مجلس التنمية السياحية* و على المستوى المحلي في إقليم كل ولاية لإشراك المتعاملين الموجودين (أصحاب الفنادق ، وكالات السفر...الخ).
و هناك كذلك الدواوين السياحية المحلية ، و هي عبارة عن محطات استقبال مصغرة إذ وجب تعزيز دور هذه الدواوين في تقديم مختلف الخدمات السياحية كالنصائح و الاستقبال و الإعلام حول العرض السياحي.

¹ -Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , op-cit , p53

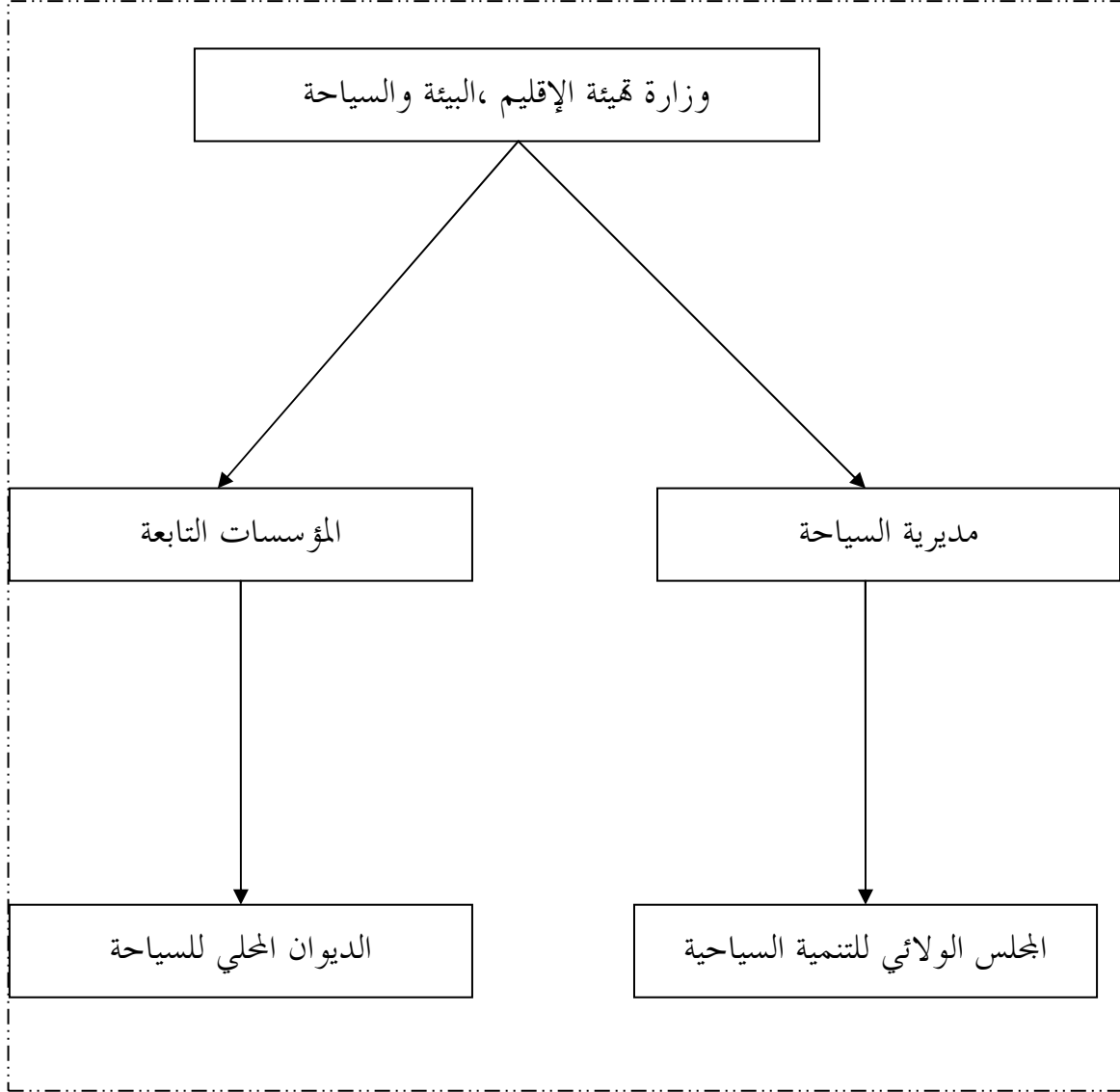
* المجلس الولائي للتنمية السياحية هو عبارة عن فضاء للحوار والتفكير بهدف استشاري يترأسه الوالي تكون اجتماعاته دورية ، يجمع المحترفين في الميدان ، أصحاب الفنادق ، عارضي الخدمات و وكالات السفر و الغرف التجارية ، و من أجل تحقيق ذلك كان لا بد من امتلاك تمثيلات منتظمة على جمعيات و نقابات مهنية على المستوى المحلي ، و أن يكون ضمن المتعاملين الرئيسيين المعنيين بتهيئة و تنمية السياحة على مستوى الولاية مديريات الأشغال ، الطاقة ، الاتصال ، الثقافة و سونلغاز ،الجزائرية للمياه و التطهير.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

ثانيا- تنظيم مخطط الشراكة على المستوى الوطني.

تم الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني وفق المخطط التالي.

الشكل رقم(82):الترتيبات التنظيمية على المستوى الوطني.



Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , **Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** , op-cit , p54

و تتمثل مهام هذا المجلس من خلال:

-التأهيل في مجال الإعلامى؛

-قبول أكبر قدر ممكن من مشاريع التنمية السياحية؛

-ترقية سياحة الولاية؛

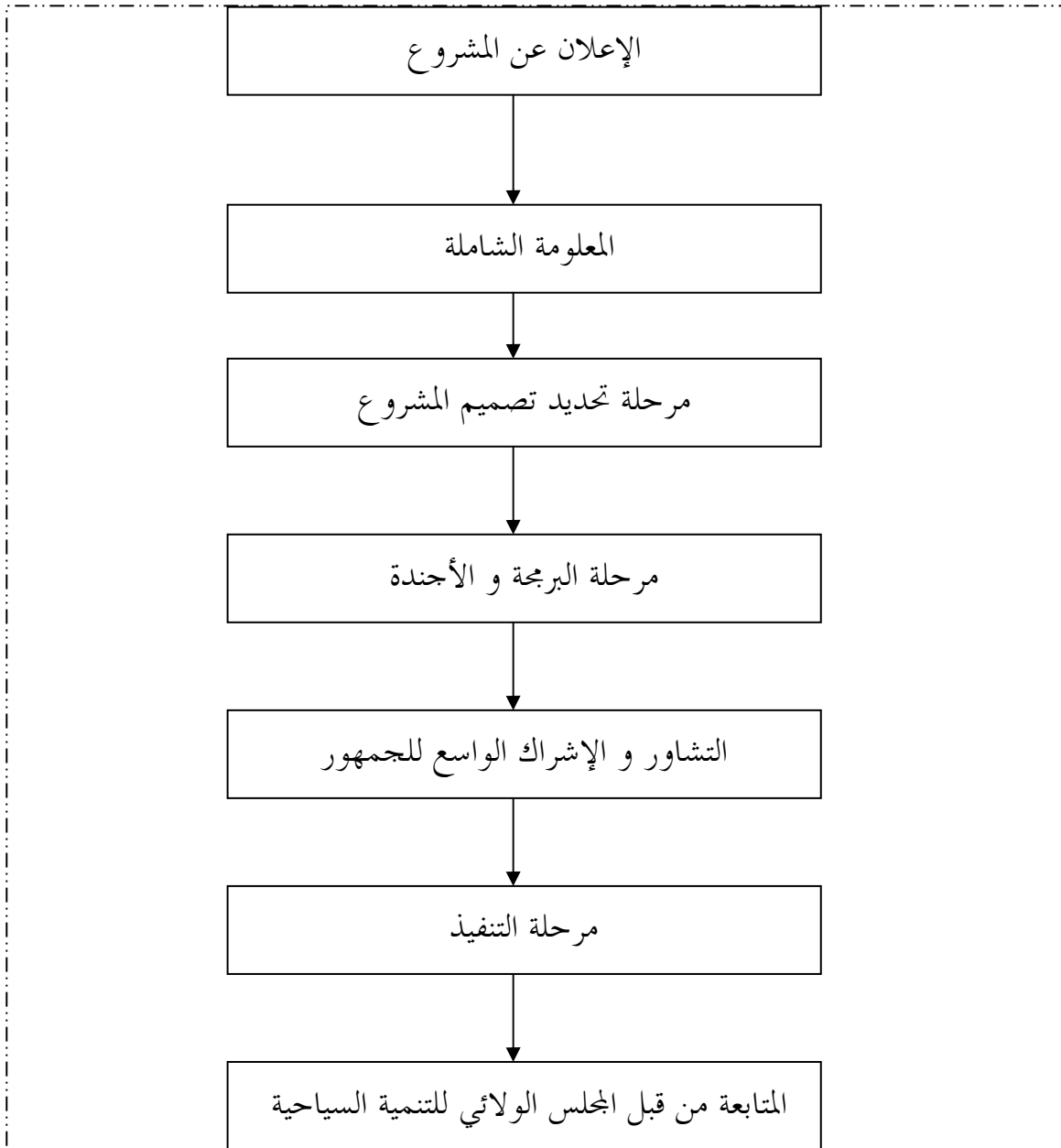
-تنسيق أعمال مختلف المتعاملين ، مهمة التجميع و الربط؛

الفصل الثاني تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

-إدارة مصالح المنافسة بإجراء جماعي.

و يتم الإطار الرسمي للتشاور من خلال إيجاد اجتماعات للإعلام العمومي عند المبادرة بإقامة مشروع من قبل الدولة ، البلدية ، الولاية ، متعامل خاص ، أو من خلال إنشاء ورشات فكرية ،بالإضافة إلى عقد اجتماعات مجلس التنمية السياحية على فترات منتظمة ، كما هو موضح في الشكل التالي.

الشكل رقم(83):مخطط عقد اجتماعات مجلس التنمية السياحية.



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره، ص56.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

تطبق المشاريع مبدأ الانطلاق دائما من المحلي إلى الوطني للحفاظ على المتعاملين المحليين و التنسيق ، و كذلك ربط الشبكة السياحية و الشراكة العمومية – الخاصة .

المطلب الثالث: تطوير إستراتيجية التمويل في قطاع السياحة.

بما أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري فإن عملية تحسين الربح و خاصة الربح الداخلي تتطلب إيجاد دعم و مرافقة من الدولة في كل العمليات ، و هذا هو الشيء الذي يصبو إليه مخطط التمويل .

أولا-أهداف مخطط التمويل.

- يصبو مخطط التمويل إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:¹
- حماية و مرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة؛
 - السهر على تجنيد المشاريع السياحية التوقف و الذوبان؛
 - جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب ؛
 - تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية؛
 - تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية ، و خاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار؛
 - مرافقة المتعاملين المستثمرين ، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان.²

ثانيا- محتوى مخطط التمويل.

يتعلق محتوى هذا المخطط بما يلي:³

¹ - سعيدي يحيى و العراوي سليم ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

² - شارف نور الدين و بوعمامة نصر الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

³ -Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires , op-cit , p59.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- مرافقة المستثمرين ، المرقيين و أصحاب المشاريع و المساعدة في أخذ القرار ، و في تقدير المخاطر ، و كذلك في تمويل عتاد الاستغلال؛
- تحقيق إجراءات منح القروض البنكية و منح الحسم؛
- التمديد في مدة القرض .

ثالثا-إطار مخطط التمويل.

يتمثل إطار مخطط التمويل في بنك الاستثمار المستقبلي الذي يثمن.
أ- إجراءات الدعم و الالتزام في مخطط نوعية السياحة:و ذلك من خلال.
دعم الاستثمار و تنمية الأنشطة السياحية ، يتم عبر مساهمة بنك الاستثمار ، و تتخذ هذه المساهمة شكل:¹

- مساهمة صناديق خاصة؛
- تمويل مكيف مع خصائص السياحة؛
- تحضيرات نوعية باتجاه الاستثمار السياحي في الهضاب العليا و الجنوب؛
- عمليات التأهيل عن طريق تخصيص مبلغ من صناديق التأهيل التابعة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة؛
- إلزام بالاكتتاب في مخطط نوعية السياحة.

ب-الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات: يتم ذلك من خلال تشجيع السياحة الصحراوية ، النشاط الفلاحي و الصحي و الرفاهي و ذلك من خلال :
-تكييف شروط القروض المتفق عليها في إطار تأهيل المؤسسات الفندقية و إنجاز المشاريع الجديدة؛
-تحفيزات ضريبية عن النشاطات السياحية ، الفلاحية ، الصحية ، الرفاهية و الحمامات البحرية ، بإعفائها من ضريبة القيمة المضافة؛

¹-وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم(02):المخطط الاستراتيجي ، البرامج الخمس ، مرجع سبق ذكره ، ص59.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

-ينشأ بالتوازي صندوق تعاوي للضمان المالي (الكفالات) المفروض على وكالات السياحة و السفر ؛

-مساعدات أخرى من بنك الاستثمار.

ت- المساعدة على تقييم المخاطر: و يكمل الهدف من هذه المساعدة في تشجيع الاستثمار بالسماح للمتعامل المبدع بتقليل المخاطر، أي بتحديد شروط استمرارية المشروع ، و يقدم بنك الاستثمار الهندسة الأولية لانطلاق المشاريع بالتكفل بكل أو جزء من الدراسات في الدرجة العليا ، بالإضافة إلى المساعدة على التصميم و تركيب المشاريع و دراسة الجدوى و الدعم المالي حيث: التمويل ب 80% لدراسة سقفها(500.000)دينار ، و ب 50% لدراسة ثقيلة سقفها 5.000.000 دينار.

ث- المساعدة لتمويل عتاد الاستغلال: ذلك بهدف تشجيع إنشاء المؤسسات الصغيرة (نقل السواح ، الإطعام خصوصا) و السماح لهم بالتكيف ، و تهدف الإستراتيجية السياحية الجديدة إلى تدعيم الاستثمار الخاص بمشاريع تقدر ب 75 مليار دينار¹ .

كما سطرت برامج لتمويل المشاريع السياحية الجديدة المدرجة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، و ذلك من خلال²:

- تزويد ميزانية الاستثمار و التسيير المتماشية مع الأعمال التكميلية عن طريق الموارد الجبائية الولائية؛

- إنشاء صندوق مكلف بتدعيم الاستثمار السياحي؛

- خلق صندوق ضمان القروض ، يكفل المسار المالي للمشاريع المسندة لأهم المستثمرين ، و هو مدعم من الرأسمال التأسيسي للدولة.

- خلق صندوق الضمان و الكفالة التعاضدية من طرف الممولين المحليين؛

- ترقية أجهزة التمويل المتضامنة ، ضمانات ، قروض و كفالة التأمين ؛

¹ - محجوب يدة و آخرون ، الجودة و الاحترافية ، مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية ، مجلة الأبحاث الاقتصادية ، العدد 13 ، دار الأبحاث الجزائر ، 2009 ، ص 45.

² - عبد الوهاب سويسي و آخرون ، السياحة في الجزائر (واقع وآفاق) ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، مرجع سبق ذكره ، ص 12.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

- إعانات مالية إضافية للقطاع عن طريق الميزانيات التكميلية ، من أجل إنجاز البرنامج الدراسي و التهيئة لمجموع مناطق التوسع السياحي الأولية؛
- توسيع نظام الإعفاءات الجبائية ، و منح نقاط امتياز للاستثمار في المناطق الجنوبية و الهضاب العليا ، و المشاريع السياحية المتعلقة ببعض المناطق الفقيرة.

الفصل الثاني ===== تحليل محتوى الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية مطلع 2025

خلاصة .

يتضح لنا من خلال دراسة الحركيات الخمس للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ، أنها تعكس فعلا الرغبة الحقيقية النابعة من إرادة الدولة بالنهوض بقطاعها السياحي ، وتحسين وجهة الجزائر و جودة الخدمات السياحية ، و تفعيل دور القطاع الخاص حتى يلعب دوره في تنمية القطاع السياحي ، و بالتالي فالمخطط طموح يسعى إلى جعل الجزائر و جهة سياحية بامتياز ، ذا علامة سياحية قادرة على منافسة البلدان السياحية ، و تستجيب للطلب الوطني و الأجنبي بغية تشجيع السياحة الداخلية ، و في نفس الوقت استقطاب السياح الأجانب ، و لهذا فهو أداة حقيقية تترجم إرادة الدولة لتطوير قطاعها السياحي و الارتقاء به إلى مصاف الريادة في المنطقة العربية و المنطقة الأورو متوسطية ، و هذا بتوفير الظروف الملائمة و الكفيلة بإنجاح المشاريع السياحية المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

و حتى نضمن نجاح سياسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة ، يحتاج هذا المتابعة مستمرة من أجل تجسيد محاوره كاملة ، رغم أن تقييم بداية المخطط كانت بطيئة ، حيث أثبتت الإحصائيات و التحقيقات فشل مسعى الدولة في كل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، و قد بدا جليا هذا الفشل و ذلك من خلال عدم توافق و تطابق الأرقام التي كان يرجي تحقيقها و توقعها ، مع الأرقام المسجلة على أرض الواقع ، إذ كان من المتوقع استقبال نحو 03 مليون سائح سنة 2010 ، و تحصيل أزيد من 0.7 مليار دولار من العملة الصعبة ، و رفع طاقة الإيواء إلى أكثر من 20 ألف سرير ، مع استلام أول قرية سياحية بالعاصمة مع نهاية سنة 2010 ، لكن الواقع يثبت عكس ذلك ، إذ لم يتحقق كل ما كان متوقعا ، حيث جمدت جل المشاريع الكبرى مثل القرى السياحية الضخمة التي كان ينتظر منها الكثير في تحسين صورة الجزائر السياحية .

و حاليا تعمل الحكومة على تدارك التأخر الكبير المسجل ، حيث يهدد هذا التأخر نجاح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، و لكن هذا لا يسمح لنا بالحكم عليه بالفشل بصفة نهائية، فمزال المخطط في بداية انطلاقه ، و يمكن تدارك التأخر و إعطاء انطلاقة حقيقية لمشاريع المخطط التي يمكن أن تغير الصورة السياحية للجزائر ايجابيا بنسبة كبيرة.

خاتمة

عامّة

خاتمة عامة .

لقد تطورت السياحة و أصبحت ظاهرة عالمية ، خاصة بعد استقرار الأوضاع الدولية السياسية والأمنية ، و حظيت باهتمام الكثير من الدول باختلاف أنظمتها السياسية و الاقتصادية و المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة ، و بهذا أصبحت السياحة علما يدرس ، مما أدى إلى زيادة الوعي لدى شعوب العالم و ارتفاع المستوى التعليمي و زيادة الدخل الفردي ، و بهذا أصبحت السياحة صناعة عرفت تطورا ملحوظا ، من حيث مساهمتها في التنمية الاقتصادية و تحسين ميزان المدفوعات ، و قد ازدهرت السياحة و توزعت في مناطق جغرافية أكثر منها في مناطق أخرى ، حيث استحوذت أوروبا على جزء هام من السياحة الدولية ، في حين كانت حصة إفريقيا من السياحة الدولية متواضعة ، خاصة الجزء الجنوبي منها ، أما الجزء الشمالي منها عرف انتعاشا سياحيا فتونس و مصر و المغرب تعتبر من التجارب السياحية العربية الناجحة ، في حين لا يزال القطاع السياحي الجزائري دون المستوى المطلوب مقارنة مع الدول المجاورة ، رغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات تؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا بامتياز ، و قادر على منافسة الدول السياحية الأولى في العالم ، هذا ما يوحي بوجود عراقيل أثرت سلبا بدرجة كبيرة على القطاع السياحي الجزائري لمدة تقارب 40 سنة انطلاقا من مرحلة ما بعد الاستقلال إلى نهاية التسعينيات ، و حاليا عرف القطاع السياحي التفتاة جدية بداية من سنوات الألفينيات ، حيث سعت الدولة إلى وضع إستراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية 2025 ، و هذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الذي يعبر عن الرغبة والنية الحسنة للدولة بالنهوض و تطوير قطاعها السياحي ، و جعله كبديل لقطاع المحروقات في المستقبل .

أولا: اختبار الفرضيات.

- الفرضية الأولى: عرفت السياحة الدولية تطورا سريعا بداية من العصور القديمة إلى غاية المرحلة المعاصرة. فرضية خاطئة ، نظرا لان السياحة شهدت تطور كبيرا في المرحلة المعاصرة ، وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، أين استقرت الأوضاع السياسية في العالم من جهة ، والتطور العلمي والتكنولوجي من جهة ثانية.

- الفرضية الثانية: استفادة الجزائر من التجارب السياحة العربية الناجحة كان ضئيلا جدا. فرضية صحيحة، ودليل ذلك استمرار ضعف السياحة الجزائرية مقارنة مع السياحة في الدول المجاورة .

- الفرضية الثالثة: إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة و قادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي.فرضية صحيحة ، نظرا لامتلاك الجزائر على مؤهلات كبيرة ، سواء ما تعلق بالإمكانيات الطبيعية ، أو بالإمكانيات المؤسساتية والمالية.

- الفرضية الرابعة : ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي.رضية صحيحة جزئيا، إذ ساهمت فعلا الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال في ضعف السياحة الجزائرية ، ولكن ليس هو السبب بل هناك أسباب عديدة ساهمت مع بعضها في تدهور القطاع السياحي يف الجزائر

- الفرضية الخامسة: تطوير السياحة ودفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر مرتبط بالتطبيق الفعلي لإستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.فرضية صحيحة ، باعتبار أن المخطط التوجيهي جاء بخطة سياسية شاملة لكافة الجوانب السياحية وعلى مراحل مختلفة

ثانيا:نتائج الدراسة.

ما تم استنتاجه من هذه الدراسة موضحة فيما يلي:

01-السياحة ظاهرة عالمية تطورت و ازدهرت في بداية القرن العشرين(20) ، مع استقرار الوضع الدولي خاصة مع بداية الخمسينات ، حيث أدى زيادة الدخل الفردي و المستوى التعليمي و ارتفاع الوعي الشعبي للتنقل من أجل الراحة والاستجمام ، بهذا أصبحت السياحة صناعة .

02- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة ، من حيث زيادة المداخيل بالعملية الصعبة و تحسين وضعية ميزان المدفوعات ، وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشر أو غير مباشرة ، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم .

03- تتركز السياحة الدولية في مناطق و تقبل في أخرى ، حيث استحوذت أوروبا على جزء هام من السياحة الدولية ، و هذا بحكم الاستقرار الذي عرفته أوروبا والإمكانيات المتاحة والاهتمام الكبير بالقطاع السياحي لدى هذه الدول ، مما انعكس إيجابا على شتى الميادين الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و حتى البيئية ، في حين حصة إفريقيا من السياحة الدولية كانت ضعيفة ، خاصة في الجزء الجنوبي منها ، و هذا نظرا لعدم الاستقرار الأمني خاصة الذي تعرفه هذه القارة

04- تعتبر التجربة السياحية لكل من تونس ومصر والمغرب من أنجح التجارب السياحية في الدول العربية ، نظرا للآثار الايجابية التي تركتها في شتى الميادين الاقتصادية و الاجتماعية ، هذا ما جعل قطاع السياحة في هذه الدول يساهم في الحد من المشكلات الاقتصادية لها .

05- القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب ، و لم يرقى إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه ، هذا رغم توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها ، التي يمكن أن تجعل من الجزائر بلدا مستقطبا للسياح ، و قادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي ، بالإضافة إلى الجهود المبذولة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم ، رغم تواضع هذه الجهود في كثير من الأحيان.

06- إعترض قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره ، و اختلفت هذه العراقيل و تنوعت في شتى المجالات و أهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال ، و الوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر فترة التسعينات .

07- تعد الفترة الحالية انطلاقا من بداية سنوات الالفينيات مرحلة الالتفاتة الجدية من قبل الدولة لقطاعها السياحي ، بغية النهوض به وترقيته وجعله في مصاف القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة ، وهذا بوضع إستراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015 و المدى الطويل 2025 ، هذا في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تعتبر تنويجا لمسار طويل ، و بمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

ثالثا: التوصيات.

بناء على النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ، يمكن طرح هذه التوصيات و ذلك مبادرة منا لتوجيه القطاع السياحي الجزائري ، و إرادة منا لتطوير هذا القطاع و ترقيته .

01- ضرورة الاستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، باعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل ، و تجنب الوقوع في الأخطاء التي وقعنا فيها بعد لاستقلال و ذلك من خلال :

- احترام مدة انجاز البرامج المسطرة وفق الفترة المحددة لها ، حتى لا يتم تأخيرها و بالتالي انجاز مشاريع على حساب مشاريع أخرى ؛

- احترام المقاييس المسطرة في تنفيذ المشاريع السياحية، وجعلها تتماشى و المقاييس العالمية؛

- تذليل كل العقبات التي تقف أمام انجاز مشاريع هذا المخطط ، كمشكل العقار و مشكل التمويل ؛

- فرض رقابة صارمة و متابعة مستمرة من قبل الهيئات المختصة و المسؤولة عن تنفيذ هذه المشاريع ، تفاديا للإهمال والتقاعدس في التطبيق الفعلي للأهداف المسطرة في هذا المخطط؛

- ضرورة السهر على انجاز الأقطاب السياحية للامتياز و القرى السياحية المقررة في هذا المخطط ، باعتبارها الدعامة الأساسية والرهان الذي يجعل من الجزائر قطبا سياحيا و مقصدا للسياح من كل الاتجاهات و البلدان ؛

- ضرورة إشراك القطاع الخاص و منحه مكانة هامة في تنفيذ المشاريع المسطرة في هذا المخطط ، بالإضافة إلى تفعيل الشراكة العمومية الخاصة و جعلها ملموسة و جدية .

02- الرجوع إلى تجارب البلدان السياحية و الاستفادة منها ، خاصة الدول المجاورة و التي تملك نفس الإمكانيات المتاحة لدينا ، و في كثير من الأحيان نملك أحسن منها ، إذ أثبتت هذه التجارب لكل من مصر ، تونس و المغرب نجاعتها في حوض المتوسط ، مما جعل منها قبلة للعديد من السياح الأجانب و من بلدان مختلفة ، و قد بينت هذه التجارب أن جودة الخدمات المقدمة و حسن الضيافة يلعب دورا مهما في زيادة استقطاب عدد السياح ، و هذه النقطة من إحدى النقائص السياحة الجزائرية و يجب تداركها.

03- الاهتمام الفعلي والحقيقي بالسياحة الجزائرية الداخلية ، إذ تعتمد الكثير من الدول على السياحة الداخلية كأمریکا و استراليا ، و ذلك من خلال :

- تثبيت السياح الجزائريين داخل بلدهم ، إذ يزور تونس فقط سنويا أزيد من مليون سائح جزائري

- جعل من المجتمع الجزائري مجتمع سياحي: و ذلك من خلال نشر ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع لتمكينه من احتضان الأنشطة السياحية ، بالإضافة إلى جعله يفرق بين ما هو سائح و ما هو ضيف ، حيث أن الفرد الجزائري اليوم ما يزال في كثير من الأحيان لا يفرق بين ما هو سائح الذي يجلب العملة الصعبة و الضيف الذي يمكن التكفل بتكاليفه (المبيت والتنقل..الخ) ، فعوض تحصل إيرادات بالعملة الصعبة نحصلها بالعملة المحلية ، و بهذا يقل الإنفاق السياحي للسياح الأجانب ؛

- ضرورة مراجعة أسعار الخدمات السياحية المقدمة ، إذ تعرف أسعار هذه الأخيرة غلاء فاحشا في الجزائر ، كأسعار الإيواء في الفنادق ، و أسعار المطاعم ، هذا ما يتنقل كاهل السائح الجزائري في تحمل هذه النفقات ، وبالتالي العزوف على التنقل بين أرجاء الوطن لغرض السياحة و التزه ، أو التفكير في تغيير الوجهة السياحية إلى دولة أخرى ؛

- توفير وسائل النقل والمواصلات المريحة ، لتسهيل تنقل السياح بين المناطق السياحية المختلفة ، و تنشيط الرحلات الجوية الداخلية ، إذ تتمتع الجزائر بمساحة واسعة ما يجعل السائح يتحمل مشقة و عناء التنقل بين أرجاءها ، بالإضافة إلى مراجعة أسعار الرحلات الجوية الجزائرية التي تعتبر من بين الأعلى في العالم ؛

- الاهتمام الجاد بالإعلام السياحي و تنشيطه بمختلف أنواعه المرئي و المسموع و المكتوب ، من أجل تعريف السائح المحلي و الأجنبي بالمواقع السياحية ؛

- استغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الداخلية، كاستغلال شبكة الانترنت في عملية الإعلام و الإشهار ، والتعريف بالسياحة الجزائرية ، بالإضافة إلى الانتقال لطريقة الحجز عن طريق هذه الشبكة ، حيث لا تزال تعرف السياحة الجزائرية تأخرا كبيرا و ملحوظا في هذا المجال ؛

- تسهيل إجراءات دخول السياح الأجانب إلى الجزائر ، من خلال تفعيل العلاقات الخارجية مع دول العالم المختلفة ، خاصة الدول العربية التي تعتبر سوق سياحية واعدة ، مثلما هو معمول به في السوق الأوروبية المشتركة ، حيث أكثر من 80 بالمائة من تدفقات السياح تتم داخل المنطقة نفسها ، بالإضافة إلى إلغاء التأشيرات و رفع الحواجز و تسهيل حركة السياح الأجانب

04- توفير الأمن : إذ أن القطاع السياحي حساس جدا بهذا الجانب ، و ذلك من خلال :

- توفير الأمن الداخلي حيث يشعر السائح سواء كان محلي أو أجنبي بأنه في آمان مع أغراضه و ممتلكاته ، إذ تعرف الجزائر حاليا انتشار آفات اجتماعية خطيرة ، كالسرقة و السطو على الأفراد و هذا يهدد السائح في أمنه وراحتة ، و بالتالي يهدد السياحة الجزائرية ؛
 - عدم إحساس السائح بأنه مراقب أمنيا ، هذا يجعله يشعر بأنه غير آمن ، و بالتالي التفكير بعدم رجوعه مرة أخرى لأجل السياحة .
- 05- ضرورة الاهتمام بكل أنواع السياحة الجزائرية ، خاصة الجبلية و الصحراوية منها إذ أنها غير مستغلة على أحسن وجه ، و حاليا تركز الجزائر على السياحة الشاطئية ، و ذلك من خلال:

- بناء المحميات الطبيعية ، الأمر الذي يشجع كثيرا السياحة الجبلية و خاصة السياحة البيئية ؛
 - تشييد الفنادق في المناطق الجبلية و الصحراوية لاستضافة السياح ، مع توفير حسن الضيافة و جودة الخدمات المقدمة ؛
 - توفير الأمن في هذه المناطق ؛
 - توفير أماكن الراحة و الاستجمام ، و أماكن لممارسة الرياضة ، ما يشجع كثيرا على زيادة إقبال السياح على مثل هذه المناطق ؛
- 06- تامين الإمكانات الطبيعية و التاريخية و الثقافية التي تزخر بها الجزائر و استغلالها لصالح السياحة ، و العمل على الحفاظ عليها ، و منع المساس بها و تهريبها من قبل السياح ؛
- 07- الاهتمام بالصناعة التقليدية أو كل ما هو تقليدي ، حيث أن السائح الأجنبي يتوق لمعرفة عادات و تقاليد البلد المضيف ، و الجزائر تزخر بعادات و تقاليد كثيرة و متنوعة ، فلا بد من الاهتمام بها و تميمها و جعلها تساهم في ترقية السياحة الجزائرية .

رابعا: آفاق الدراسة

- يمكن اقتراح بعض المواضيع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل كما يلي :
- تقييم الإستراتيجية السياحية الجديدة لوضع السياحة الجزائرية على الطريق الصحيح بعد 2025.

- دور الاستثمار السياحي في النهوض بالسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للهيئة
السياحية

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية.

أ- الكتب المقدسة .

01- القرآن الكريم

ب- الكتب

- 01- أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف ، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية ، الطبعة الثانية ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، 1999 .
- 02- أحمد الجلاد ، السياحة بين النظرية و التطبيق ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 1997 .
- 03- أحمد الجلاد ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، 1988 .
- 04- إسماعيل الغزال ، الإرهاب والقانون الدولي ، بيروت ، 1990.
- 05- أحمد محمد مقابلة ، صناعة السياحة ، دار الكنوز المعرفة ، الأردن ، دون سنة نشر .
- 06- العبوي زيد منير ، السياحة في الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، دار الراية ، الأردن .
- 07- إبراهيم خليل بظاظو ، الجغرافيا و المعالم السياحية ، الطبعة الأولى ، الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009 .
- 08- إبراهيم خليل بظاظو ، الجغرافيا السياحية تطبيقات على الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2010 .
- 09- بشير عباس العلاق ، التسويق عبر الانترنت ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002 .
- 10- تغريد أحمد مسلم ، التسويق السياحي فن الاتصال و التفاوض ، دار التميز لطباعة و النشر و التوزيع ، 2004 .

- 11- جميل حزام يحيى الفقيه، مفهوم الإرهاب في القانون الدولي العام، الإدارة القانونية بمركز الدراسات والبحوث اليميني، صنعاء، دون سنة نشر.
- 12- جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003
- 13- خربوطلي صلاح الدين ، السياحة المستدامة ، دار رضا ، سوريا ، 2004.
- 14- خالد مقابلة وعلاء السراي ، التسويق السياحي الحديث ، سلسلة السياحة والفنادق ، دار وائل للنشر ، عمان ، الأردن ، 2000.
- 15- دلال عبد الهادي ، اقتصاديات صناعة السياحة ، دار الفتح للطباعة و النشر ، مصر ، 2006.
- 16- رعد العاني ، الوجيز في الجغرافية السياحية و سياحة المجمعات ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، عمان ، الأردن ، 2005.
- 17- رعد العاني ، الاستعلامات و الدلالة السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2005.
- 18- رعد حسن الصرن، نظم الإدارة البيئية والايزو 14000 ، سلسلة الرضا للمعلومات ، الطبعة الأولى ، دار الرضا للنشر ، دمشق ، سوريا ، 2001.
- 19- زيد منير سلمان ، الاقتصاد السياحي ، دار الراية ، الأردن ، 2008.
- 20- زيد سلمان عبوي ، السياحة في الوطن العربي ، الطبعة الأولى ، دار الراية ، عمان ، الأردن ، 2008.
- 21- زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات وتطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن ، 2005.
- 22- صالح ونيس عبد النبي ، المعتمد في السياحة و الآثار، الطبعة الأولى ، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة و الإعلام ، الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى ، 2006 .
- 23- صفاء أبو غزالة ، ترويج الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار زهراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، 2007.
- 24- عبد الله و محمد الملي ، تاريخ الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر و التوزيع ، 1988.
- 25- عبد الكريم عون ، جغرافية الغذاء في الجزائر ، دار المؤسسة الوطنية للكتاب ، 1985.
- 26- عبد المنعم منال ، السياحة تشريعاتها ومبادئها ، الطبعة الأولى ، دار الصفا ، عمان ، الأردن .
- 27- عثمان محمد غنيم ، التخطيط، أسس ومبادئ ، الطبعة الأولى ، دار صفاء ، الأردن، 1999.

- 28- عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 .
- 29- عصام حسن الصعيدي ، نظم المعلومات السياحية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011.
- 30- عصام حسن الصعيدي ، التسويق و الترويج السياحي والفندقي ، دراسة للتسويق السياحي و الفندقي في الدول العربية ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر والتوزيع ، المملكة الأردنية الهاشمية ، 2009 .
- 31- عصام الدين أبو علقة، الترويج ، مؤسسة طيبة، الجزء الثالث ، مصر، 2002.
- 32- عبد الهادي الرفاعي ، التنمية السياحية ، مفهوما ، محدداتها و أهميتها ، معهد التخطيط القومي ، القاهرة ، 2001.
- 33- علي بن فايز الجحني، الأمن السياحي ، الطبعة الأولى ، مركز الدراسات والبحوث ، الرياض ، السعودية ، 2004.
- 34- عبد الرحمن بن أحمد الفروج و الشيخ الطاهر حسين ، السياحة في المنطقة الشرقية (الواقع و المأمول) ، مركز المملكة العربية السعودية ، 2007.
- 35- عبد السلام أبو قحف وآخرون ، التسويق ، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
- 36- عليوش قريوع كمال ، قانون الاستثمار في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1998.
- 37- فؤاد عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر و العالم العربي ، الاستراتيجيات ، الأهداف و الأولويات ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، 2004.
- 38- كاترين قبو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر ، بيروت ، لبنان، 2008 ،
- 39- كواش خالد ، السياحة مفهوما ، أركانها، أنواعها ، الطبعة الأولى ، دار التنوير ، 2007
- 40- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر و السياحة ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق ، الأردن ، 2001 ،
- 41- محمد الصيرفي ، التخطيط السياحي ، دار الفكر الجامعي ، 2006 .
- 42- محي محمد مسعد ، الاتجاهات الحديثة في السياحة ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2008 ،

- 43- محسن أحمد الخضيرى ، السياحة البيئية ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، مصر ، 2005 .
- 44- محمد خميسي الزوكة ، صياغة السياحة من منظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، 1996.
- 45- مروان أبو رحمة و آخرون ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار البركة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2001 .
- 46- محمود كامل ، السياحة الحديثة ، الهيئة المصرفية للكتاب ، مصر ، 1975.
- 47- مروان السكر ، الاقتصاد السياحي ، الطبعة الأولى ، دار مجدلاوي ، عمان ، الأردن ، 1999 .
- 48- مروان محسن السكر ، السياحة مضمونها وأهدافها ، سلسلة الاقتصاد السياحي ، الجزء الأول ، الأردن ، 1994.
- 49- محمود الديماسي و آخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، عمان ، الأردن ، 2002.
- 50- محيا زيتون ، السياحة و مستقبل مصر بين إمكانيات التنمية و مخاطر الهدر، الطبعة الأولى ، دار الشروق ، مصر ، 2002 .
- 51- محي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، دون سنة نشر.
- 52- ماهر عبد الخالق السيسي ، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، مصر ، 2001 .
- 53- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة ، دار زهراء ، عمان ، الأردن ، 2008.
- 54- مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر ، لبنان ، 2003 .
- 55- الغامدي محمد بن علي ، مفاهيم الجودة أساس لتوحيد الجهود ، دون سنة نشر.
- 56- نعيم الطاهر و سراب الياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية ، دار المسيرة ، الأردن ، 2007.
- 57- نعيم الطاهر و سراب الياس ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، 2001

- 58- ناجي التوني ، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، 2001 .
- 59- نزيه الدباسة ، إدارة القرى السياحية ، دار الحامد ، الأردن ، 2009.
- 60- نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003.
- 61- يسرى دعبس ، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2003 .
- 62- يسرى دعبس ، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، مصر ، 2004.
- 63- يسرى دعبس ، السياحة ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2001 .
- 64- يسرى دعبس ، الإرشاد السياحي ، دراسات وبحوث في أنثروبولوجيا المتاحف ، الطبعة الأولى ، الملتقى المصري للإبداع والتنمية ، مصر ، 2006.
- 65- يسرى دعبس ، السياحة بين المقومات و التحديات ، الجزء الأول ، البيطاش سنتر للنشر و التوزيع ، مصر ، 2005.

ج- الأطروحات و الرسائل الجامعية .

- 01- الجمعات الغامدي محمد بن إبراهيم ، اتجاهات السياح نحو إجراءات الأمن السياحي - دراسة ميدانية على منطقة الباحة، رسالة ماجستير في العلوم الشرطية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف للعلوم الإنسانية، الرياض، السعودية، 2005.
- 02- بوخدوني وهيبية ، تقييم أصول المؤسسات العمومية للقطاع السياحي في إطار عملية الخصخصة ، دراسة حالة فندق سفير ، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر.
- 03- سالمي رشيد، أثر تلوث البيئة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006.

- 04- شرين عادل حسن نصير ، تحليل أثر السياحة على التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء ، رسالة ماجستير ، جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2004.
- 05- صالح يزة ، تنمية السوق السياحية الجزائرية - دراسة حالة ولاية المسيلة ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2006 .
- 06- صديقي سعاد ، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية - دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيغل ، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة منتوري - قسنطينة ، 2006/2005.
- 07- عشي صليحة ، الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاد التنمية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2001 .
- 08- عوينان عبد القادر ، تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر ، رسالة ماجستير ، تخصص : نقود ، مالية و بنوك ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة سعد دحلب -البليدة ، 2008 .
- 09- عيساني عامر ، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه علوم ، تخصص: تسيير المؤسسات ، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر - باتنة ،دفعه2009/ 2010 .
- 10- فاطمة الزهراء زرواط ، إشكالية تسيير النفايات وأثرها على التوازن الاقتصادي والبيئي - دراسة حالة الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، فرع القياس الاقتصادي ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006/2005.
- 11- فريدة لرقط ، المزيج التسويقي كأداة للتسيير و جذب السياح ، رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2001 .
- 12- قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر- دراسة حالة ولاية مستغانم، رسالة ماجستير ،تخصص: تسويق دولي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان، 2012/2011.
- 13- محمد عز الدين ، التطور السياحي بالجزائر ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2002

- 14- هدير عبد القادر ، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006.
- 15- يجياوي هادية ، السياحة والتنمية بالجزائر، رسالة ماجستير ، قسم العلوم السياسية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2003/2002.

د-الملتقيات.

- 01- الملتقى الدولي حول : تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العقيد الحاج لخضر ، باتنة، يومي 27/26 أفريل 2003.
- 02- الملتقى الدولي حول "اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة" ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، يومي 10/09 مارس 2010.
- 03- المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 25/24 أفريل 2012 .
- 04- الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي -البويرة ، يومي :11 و12 ماي 2010.
- 05- المنظر الاقتصادي للتنمية المستدامة ، التجارة الدولية وآثارها على التنمية المستدامة ، المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية ، 2007.
- 06- الملتقى العلمي الدولي الثامن ، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر ، وفي بعض الدول العربية و الإسلامية ، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين ، الجزائر ، يومي 20/19 ديسمبر 2009.
- 07- الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003.
- 08- المؤتمر العلمي الدولي حول " التنمية المستدامة و الكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة فرحات عباس - سطيف ، يومي 08/07 أفريل 2008.
- 09- الملتقى الدولي الثاني حول " البحث في سبل تنشيط وترقية الاستثمارات في اقتصاديات الدول المتقدمة- حالة البلدان العربية والجزائر، جامعة سكيكدة.

- 10- سعد بن عبد الرحمان القاضي ، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية ، الملتقى حول " الجودة في صناعة السياحة " ، يوم 2004/12/29 .
- 11- ملتقى إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

ه-المجالات .

- 01- الديوان الوطني للسياحة ، الحمامات المعدنية متنوع خاص ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 33 ، دون سنة نشر.
- 02- الديوان الوطني للسياحة ، صالون الصناعات التقليدية من أجل إنعاش جديد ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26 ، الجزائر ، دون سنة نشر.
- 03- الرجباني المنجي ، السياحة و البيئة ، مجلة البيئة ، الهيئة العامة للبيئة ، العدد 07 ، ليبيا ، 2002 .
- 96- إسماعيل سراج الدين ، حتى تصبح التنمية المستدامة ، مجلة التمويل و التنمية ، ديسمبر 1993 ، المجلد 20، العدد 04.
- 04- العربي عطية، الإطار الفعلي لعمل الحكومة الالكترونية وإمكانية تحقيقه ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2010.
- 05- الهام بظاظو ، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق - دراسة ميدانية على عينة من فنادق الخمس نجوم في الأردن ، مجلة العلوم الإنسانية ، السنة السابعة ، العدد 45 ، 2010.
- 06- الديوان الوطني للسياحة ، تصور التنمية المستدامة للسياحة بالجزائر لآفاق 2013 ، مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26 ، الجزائر .
- 07- الجزائر تريد حصتها في السوق المتوسطة ، المجلة الاقتصادية ، العدد 14 ، 2009 .
- 08- بختي إبراهيم وشعوبي محمد فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة ، مجلة الباحث، العدد 07 ، 2010.
- 09- بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي ، مجلة الباحث ، العدد 05 ، 2007 ،
- 10- بعلوج بولعيد، معوقات الاستثمار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 04.

- 11- دبوز نبيل ، مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي ، مع الإشارة خاصة إلى السياحة البيئية ، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية ، 2004 .
- 12- شبوطي حكيم ، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحيى فارس -المدية ، العدد 05، 2011.
- 13- صعب نجيب ، البيئة العربية في امتحان دافوس ، مجلة البيئة والتنمية ، المجلد 07، العدد48،2002.
- 14- عوينان عبد القادر ، السياحة في الجزائر ، التحديات والرهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، مجلة معارف ، العدد 12 ، جامعة أكلي محند أولحاج ، 2012.
- 15- كواش خالد ، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا ، العدد الأول.
- 16- كواش خالد ، الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة- حالة الجزائر ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة ، العدد 13 ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 .
- 17- منصورى الزين ، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 02.
- 18- محجوب يدة و آخرون ، الجودة و الاحترافية ، مفتاح الوجهة السياحية الجزائرية ، مجلة الأبحاث الاقتصادية ، العدد 13 ، دار الأبحاث الجزائر ، 2009 .
- 19- نوزاد عبد الرحمان الهبتي ، التنمية المستدامة في المنطقة العربية ، الحالة الراهنة و التحديات المستقبلية ، مجلة الجندول ، العدد 25 ، نوفمبر 2005.
- 20- هواري معراج و محمد سلمان جردات ، السياحة و أثرها على التنمية الاقتصادية العالمية ، حالة الاقتصاد الجزائري ، مجلة الباحث ، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية ، العدد 03 ، ورقة ، 2005.
- 21- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، مجلة الاستثمار و الشراكة في السياحة ، 1994.

و-الدوريات و القوانين والتقارير.

- 01-البنك الأهلي المصري ، النشرة الاقتصادية أعداد مختلفة.
- 02- القانون رقم 09/69 المؤرخ في سنة 1999 ، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة و الأسفار.
- 03- التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول ، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الإعلامي ، الإصدار الحادي عشر، جامعة الملك عبد العزيز، 2012.
- 04- المادة 19 من القانون رقم 01/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003.
- 05- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، رقم 11 ، الصادرة بتاريخ 2003/01/14 ، والمتضمنة للقانون رقم (01/03).
- 06- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 63 ، المؤرخة في 18 ذو القعدة عام 1431هـ الموافق ل 26 أكتوبر سنة 2010.
- 07- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 79 ، 1992.
- 08- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 11 ، بتاريخ 21 فيفري 1998.
- 09- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 24 ، 07 أبريل 1999 .
- 10- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 19، 1998.
- 11- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 04 المؤرخة في 10/10/1993 ، القانون رقم 12/93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993.
- 12- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية رقم 47 المؤرخة في 22 أوت 2001 ، القانون رقم 03/01.
- 13- أمر رقم 03/01 مؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق ل 20 غشت سنة 2001 ، والمتعلق بتطوير الاستثمار.
- 14- أحمد بن عبد الهادي، الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر، ورشة عمل حول " تنمية وتطوير وإعادة الاعتبار لجزء من التراث والثقافة والأصالة" ، الجزائر.
- 15- إدارة الشرطة السياحية، التقرير السنوي ،الأردن، 2011.

- 16- إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2013 ، الجزائر سياحة ، نشرة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة ، رقم 26 ، 2004.
- 17- البنك المركزي المصري ، أغسطس 2009 .
- 18- الديوان الوطني للسياحة ، الحمامات المعدنية الجزائرية ، نشرة 2007.
- 19- الديوان الوطني للإحصائيات ، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18 ، نشرة 2000.
- 20- الدليل الاقتصادي و الاجتماعي ، المؤسسة الوطنية للإشهار ، 1989 .
- 21- الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة و تطبيقاتها ، جامعة الدول العربية ، مصر ، 2000.
- 22- المجلس الاقتصادي و الاجتماعي ، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، مساهمة من أجل إعادة تجديد السياسة السياحية الوطنية.
- 23- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، النصوص القانونية المتعلقة بتطوير الاستثمار في الجزائر ، نشرة 2003.
- 24- التعاون العربي في قطاع السياحة ، الفصل الثاني عشر.
- 25- الديوان الوطني للسياحة التونسي.
- 26- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، منشورات 2006.
- 27- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ، مناخ الاستثمار في الدول العربية لعام 2009 ، الكويت .
- 28- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي و الاجتماعي ، تقرير التنمية الإنسانية العربية ، 2002 .
- 29- تقرير حول المساهمة من أجل إعادة تجديد السياحة الوطنية ، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، الدورة السادسة عشر ، نوفمبر ، 2000.
- 30- دوناتو رومانو ، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة ، المركز الوطني للدراسات الزراعية.
- 31- شوقي محمد صلاح ، تعريف الإرهاب ، الجزء الثاني من سلسلة مقالات ، الأكاديمية الملكية للشرطة، مملكة البحرين ، مركز الإعلامي الأمني
- 32- عبد الرحمن السحالي و حبيب الهبر ، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي ، دليل مفهوم السياحة المستدامة ، سلسلة 01.

- 33- عصام الدين الأحمدى ، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر ، النشرة الاقتصادية ، بنك مصر ، العدد01 ، السنة 1998.
- 34- عراب عبد العزيز ، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد08 ،2012،
- 35- مؤشرات صندوق النقد العربي ، إحصائيات 2009.
- 36- مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة ، الجزائر ، 2002 .
- 37- محمد عدنان وديع ، القدرة التنافسية و قياسها ، سلسلة دورية تعنى قضايا التنمية في الأقطار العربية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، العدد 24 ، ديسمبر 2003.
- 38- مديرية السياحة لولاية تمنراست.
- 39- وزارة السياحة ،مديرية الإحصائيات ، 2008.
- 40- وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، إنشاء المخطط الثلاثي (69/67).
- 41- وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، إنشاء المخطط الرباعي الأول (73/70).
- 42- وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، المخطط الرباعي الثاني (77/74).
- 43- وزارة التخطيط و التهيئة العمرانية ، تقرير حول المخطط الرباعي الثاني(77/74).
- 44- وزارة البيئة ، هيئة الإقليم و السياحة ، تقرير حول حالة و مستقبل البيئة في الجزائر ، 2000 .
- 45- وزارة السياحة ، البيئة و هيئة الإقليم ، تطور قطاع السياحة لل عشرية (2013/2004).
- 46- وزارة هيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) ، الكتاب رقم(01): تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، جانفي 2008 .
- 47- وزارة هيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) ، الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، جانفي 2008.
- 48- وزارة هيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025"، الكتاب رقم (03):الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، جانفي 2008.
- 49- وزارة هيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) ، الكتاب رقم(05): المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جانفي 2008.

- 50- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة، تقرير حول حالة ومستقبل البيئة في الجزائر، 2003.
- 51- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة ، البرنامج الوطني لتسيير النفايات ، 2002-2004.
- 52- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، تصور تطوير السياحة للعشرية (2010/2004).
- 53- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة بالجزائر آفاق 2010، جانفي 2001.
- 54- وزارة السياحة المصرية ، أكتوبر ، 2009 .
- 55- وزارة المالية المصرية ، سبتمبر 2009.
- 56- يوسف محمد ورداني ، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومواردها على صناعة السياحة، 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

أ- الكتب بالفرنسية .

- 01- Alain Mespeler et pierre bloc duraffour , le tourisme dans le monde , 4eme édition , breal , France , 2000 .
- 02--Belcacem Haddar , Rôle secio- économique du tourisme en algerie , édition OPU , 1988.
- 03-garbi ait belgacem , population et environnement , CENEAP , alger, 1992.
- 04- Hachimi madouche , le tourisme en algerie , édition houma ,Alger , 2003.
- 05-JEAN MICHEL HOERNER, géographie de l'industrie touristique, ellipses , édition marketing , s1 , 1997.
- 06-mourad kezzar , algeria recherche de son tourisme , édition SEAC liberté . alger , 2009
- 07- PY PIERRE , le tourisme un phénomène économique , édition documentation , Française, 1996.
- 08- TISSA AHMED , économie et aménagement du territoire , opu, Alger , 1993.

ب- الدراسات و التقارير باللغة الفرنسية .

- 01-Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 2 Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, Janvier 2008.
- 02-Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 3 Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) , Janvier 2008.
- 03-Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025», Livre 5 : Les projets prioritaires touristiques, Janvier 2008.
- 04-Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme Algérie, Janvier, 2008
- 05-Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme, 2007.
- 06-Ministère de tourisme, sept sites algériens figurent patrimoine culturel de l' uniesco , 2005.
- 07-Ministère du tourisme, Algérie ,1987.
- 08- Ministère des finances, tourisme, soutien fiscal a un secteur potentiellement porteur, la lettre de la DGI, n 43, 2009
- 17- Ministère du tourisme, élément de la stratégie de développement durable du tourisme en Algérie horizon 2010, 2001.
- 09- Ministère du tourisme, plan d'action horizon 2001-2010
- 10-Office national des statistiques et ministère du tourisme et de l'artisanat.
- 11-Office national des statistiques.
- 12-Organisation Mondial du tourisme, Tendances des marches touristiques, Afrique, édition 2005.
- 13-Office Nationale du Tourisme, les organisateurs algérien tourisme, publication d'information, 1996.
- 14-Rapport sur la congrégation du foncier en algerie , une contrainte au développement économique , imprime au cens , Alger , 2004.
- 15-Reformes économique et opportunités d'investissement en algerie , CENEAP. 2001.
- 16-Rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement 2005.
- 17- Rapport sur l'état et l'avenir de l'environnement en Algérie, 2003.
- 18-Une stratégie et des ambitions , revu partenaire , n° 03 , 2011 .

ت- الدراسات و التقارير باللغة الإنجليزية .

- 01- Anis Khanchouch-e-tourism, an innovative approach for the Small and medium-fizzed tourism enterprise in Tunis, OCDE,2004
- 02- General Department of Tourism and Antiquities Police (Ministry of Interior)
- 03- Morocco, ‘Recent economic indicators, Fact sheets are updated biannually, May and September 2009.
- 04- THE TRAVEL AND TOURISM COMPETITIVENESS , REPORT 2009 , WORLD ECONOMIC FORUM , GENEVA, SUITZERLAND
- 05-Unclad , the contribution of tourism to trade And development , 2010
- 06-UNWTO WORLD tourism Barometer , volume n°06 , n°02 , June , 2008
- 07- world Tourism organization :Tourism towards 2030 , Global overview , October 2011.
- 08 - World organization Tourism: Tourism towards 2030 , Global overview , October 2010.
- 09- WORLD TOURISME ORGANIZATION UNWTO 2011
- 10-World Travel &Tourism Council (2012): World Travel &Tourism : Navigating The Path Ahead, The 2012Travel and Tourism Economic Research.
- 11-World Travel & Tourism Council , “Morocco, Travel & Tourism Economy Employment , Travel & Tourism Direct Industry 1990 –2009.
- 12-World travel and tourism council Key travel and tourism indicators , Monthly update , March 2011.
- 13- world travel et tourism council(2007), world travel et tourism navigating the path ahead, the 2007 travel and tourism economic research

ثالثا : المواقع الالكترونية.

- 01-www.wikipedia.com.
- 02-Baromètre OMT du tourisme mondial, le tourisme international sur la voie de la reprise après une annee2009exceptionnellement difficile , MADRIDE(Espagne) , (www.unwto.org).
- 03-www.unwto_barom12-01 January _ statistical _ annex _ fr _ excerpt _ pdf.
- 04-http://www.tourisme.gov.eg/pages/tourisme%20in%20 figures.asp.
- 05-http://www.tourisme.gov.tn/index .php ?id=37.

06-تونس الثانية عربيا في السياحة على الموقع: <http://www.afrienmanacer.com>.

- 07-الديوان الوطني للسياحة التونسي ، على الموقع:(www.ins.nat.tn/private/idc/page011331)
- 08- المملكة المغربية ، السمات الجغرافية ، على الموقع :
- www.oquitel.com/mokatel/data/behoth/dwalhtm
- 09- WWW.WIKIPEDIA.ORG.
- 10-[www.fmdf.ma/ ?mad=statistiques et action](http://www.fmdf.ma/?mad=statistiques+et+action) .
- 11-[www.minculture.gov.ma. raab-prehistoriques/htm](http://www.minculture.gov.ma/raab-prehistoriques/htm).
- 12-[www.fmdf , ma](http://www.fmdf.ma).
- 13-عبد الحق عباس ، السياحة في الجزائر فرص غير مستغلة تختزل نصيب الوطن من السياحة العالمية إلى 1 بالمائة ، على الموقع([http:// www.annabaa.org/nbanews/60/253.htm](http://www.annabaa.org/nbanews/60/253.htm)(2010)).
- 14-[http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/pib.pdf](http://www.mta.gov.dz/site+web/fichiers/stat/pib.pdf).
- 15- [http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/balance.pdf](http://www.mta.gov.dz/site+web/fichiers/stat/balance.pdf).
- 16-[http://www.mta.gov.dz/site web/fichiers/stat/emploi.pdf](http://www.mta.gov.dz/site+web/fichiers/stat/emploi.pdf).
- 17- موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم ، على الموقع:
- [http://www.ahourziane.yoo7.com/t355- topic](http://www.ahourziane.yoo7.com/t355-topic)
- 18-[www.mta.gov.dz/siteweb/h/index.php?corps=potential/ therm _ id =2](http://www.mta.gov.dz/siteweb/h/index.php?corps=potential/therm_id=2) .
- 19-www.travel.maktoob.com/vb/travel312023.
- 20-الحمامات المعدنية بالجزائر مقصد السياح من كل مكان ، راحة استحمام وعلاج طبيعي ، على الموقع: (www.travel.maktoob.com/vb/travel101770/).
- 21- حمام ريغة يستهوى سكان الوسط الجزائري، على الموقع:
- www.sawtalahrar.net/online/modules.php?name=new&file=article&sid=804.
- 22- [www.himici.almontada.com/t1048 topic? highlight=الجزائر](http://www.himici.almontada.com/t1048+topic?highlight=الجزائر).
- 23- نور الدين بازين ، التراث العالمي في منطقة المغرب العربي موروث حضاري غني ، على الموقع:
- www.alarabonline.org/index.asp?fname.
- 24- المتحف الوطني سيرتا على الموقع:[www.cirta \(museum.org.dz/intoductiony.rtm](http://www.cirta(museum.org.dz/intoductiony.rtm)

25-www.ons.dz/them_sta.htm !

26- www.mta.gov.dz

27-<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/stat/nuitee.pdf>.

28-<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=PQTAlgerie>.

29-<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=EngQuat>.

30-<http://www.mta.gov.dz/siteWeb/fr/index.php?corps=proadh>

31- ياسين بودهان ، الإقليم لآفاق 2030 بالجزائر ، على الموقع:

www.aljadidah.com/2011/04.

32- سالم عبد القوي و عبد الحميد محمد ، كيفية تفعيل المشاركة بين الحكومة والقطاع الخاص

والمجتمع المدني في صناعة السياحة ، على الموقع (www.tourism.gov.eg/default.aspx).

33- جغرافيا الجزائر ، على الموقع: (www.ar.wikipedia.org/wiki/).

34-office national des statistiques. (www.ons.dz/them_sta.htm).

35-<http://www.joradp.dz/JO2000/2010/063/AP6.pdf>.

36- بطاقة تعريفية بالهيئات المسؤولة عن السياحة:

<http://dc336.4shared.com/doc/mLF-AVrV/preview.html>

37- تقرير مديرية السياحة بالعاصمة يكشف 60% من الوكالات السياحية متخصصة في بيع

تذاكر السفر فقط على الموقع (<http://www.ei.massa.com/arcontent/view/50696/45>).

38- Tunisie, “Les indicateurs économiques Tunisiens, PIB (\$US courant).”

<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays>.

39- [www.mawsaah.net/maayen.asp\\$th](http://www.mawsaah.net/maayen.asp$th).

40- ماهية التنمية المستدامة : على الموقع: www.pdfactory.com:

41- تأجيل السياحة الصحراوية بالجزائر بسبب الأوضاع الأمنية في مالي ، على الموقع:

www.aljadidah.com (28/12/2012/ 11.17h)

قائمة

الملاحق