

جامعة ابن خلدون * تيارت *

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

ترقية القطاع السياحي كبديل إستراتيجي للنهوض بالإقتصاد الجزائري

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر
تخصص: إقتصاد التنمية

الأستاذة المشرفة:

حري مخطارية

من إعداد الطلبة:

قانة حكيم

عماري أبوبكر

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ.../.../.....

السنة الجامعية 2016/2015

سورة التوبة

تَشْكُرَات

﴿ وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ ﴾

شكره نجم بعيد لا تبلغه أشواطى، و أخاف التفريط بحقه بإفراط، لله رب العالمين الولي العظيم.

الحمد لله رب العالمين حمدا يوافي نعيمه و يكافئ مزيده.

الحمد لله الولي الوهاب، منزل الكتاب، انزله قرآنا عظيما و ذكرا حكيما، انزله على خاتم الرسالة، الهادي للأمة، الناطق بالحكمة، صلي اللهم عليه وسلم صلاة لا ينقطع مددها، ولا ينتهي أمدها، وعلى آله وصحبه الذين هداهم، وبصحبته خصهم وسلم كثيرا.

الحمد لله الذي لا اله سواه، ثم إليكم يا من لا يعبدون إلا إياه.

إلى كل ميسر يسر الله عسرته.

إلى كل مفرج فرج الله كربته.

و الشكر الجزيل إلى من أعيهاها الجهد لفلاحنا الدكتورة حري مختارية رزقك الله تاج الفلاح في الدارين.

كما نتوجه بالشكر الجزيل للأساتذة: بلخضر نصيرة وزقير

لتكرمهما بالموافقة على مناقشة المذكرة، ومنحها قسطا من وقتها

قراءة وتمحيصا.

أخيراً جزاكم الله عنا خير الجزاء.

شكر و عرفان

﴿ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴾

(النمل: الآية 19)

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على إمام المرسلين، وقائد الغر الميامين، سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.. وبعد:

إننا في هذه اللحظات، وبعد إتمام هذا العمل، نسترجع صور أولئك الذين لم يخلوا بيد العون . فالشكر الجزيل لكل من ساهم في إتمام هذه المذكرة، وإخراجها بالشكل الذي هي عليه اليوم، شاكرين الله عز وجل على توفيقنا في إنجاز جميع خطواتها منذ كانت فكرة.

ونخص بالشكر:

- الأستاذة : حري مختارية على كل مجهوداتها معنا، وعلى صبرها وأناة حتى يرى هذا العمل النور بهذا الشكل.

كما نتوجه بالشكر الجزيل للأستاذة: بلخضر نصيرة

لتكرمهما بالموافقة على مناقشة المذكرة، ومنحها قسطا من وقتها الثمين قراءة وتمحيصا.

كما نتوجه بأعظم العرفان لكل أساتدتنا في قسم العلوم التجارية والاقتصادية على كل ما قدموه من جهد واهتمام..

وأسمى عبارات الامتنان لكل الذين طوقوا أعناقنا بجميل عطاءاتهم وطيب كلماتهم...

قناة حكيم

عماري أبوبكر

الملخص:

السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير المكان تغيراً مؤقتاً وتلقائياً دون أن يكون ذلك لأسباب تجارية أو حرفية والسائح هو من يقوم بزيارة مؤقتة بعيداً عن محل الإقامة الدائمة في مدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة على أن تكون هذه الزيارة لأغراض سياحية بعيداً عن العمل وتحقيق الربح.

فقد أصبحت السياحة من اكبر الصناعات وأسرعها نمواً في العالم مما زاد أهميتها الاقتصادية والاجتماعية لما تدر من عملات أجنبية حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات على مستوى العالم فمثلا عن الأثر المضاعف لإنفاق السياحي بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعاً كثيف العمالة وذو تشابكات قوية من الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

Résumé :

Le tourisme est un ensemble de relations et de services associés au processus de changement où modifier temporairement et automatiquement sans avoir à le faire pour des raisons de commercial ou professionnel et les touristes est de la visite temporaire loin du lieu de résidence permanente pendant au moins 24 heures et pas plus d'un an que cette visite sera aux fins de tourisme loin du travail et faire un profit.

Tourisme des industries les plus importantes et les plus rapides sont devenus de plus en plus dans le monde, de plus en plus l'importance économique et sociale pour générer des devises étrangères, ce qui représente l'élément le plus important des exportations dans le monde entier par exemple des articles pour l'effet multiplicateur des dépenses touristiques plus caractérisé le tourisme étant le secteur de main-d'œuvre et a une forte complexité d'un lot d'autres secteurs économiques.

الْفَهْرَس

فهرس المحتويات

التشكرات

الملخص

الفهرس

مقدمة

الفصل الأول: ماهية السياحة

تمهيد.....	2
المبحث الأول: مفهوم السياحة والسائح وأنواعها.....	3
المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح.....	3
المطلب الثاني: أنواع السياحة.....	9
المبحث الثاني: خصائص السياحة ومكوناتها.....	14
المطلب الأول: خصائص السياحة.....	14
المطلب الثاني: مكونات السياحة.....	15
المبحث الثالث: أسس السياحة.....	18
المطلب الأول: الطلب السياحي.....	18
المطلب الثاني: العرض السياحي.....	26
خلاصة الفصل.....	29
الفصل الثاني: ترقية السياحة ودورها في تحقيق التنمية السياحية	
تمهيد.....	31
المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية وأهدافها.....	32
المطلب الأول: ماهية التنمية السياحية.....	32

34.....	المطلب الثاني:أهداف التنمية السياحية
37.....	المبحث الثاني:السياحة سلاح ذو حدين
37.....	المطلب الأول:الأثار الإيجابية للسياحة
42.....	المطلب الثاني:الأثار السلبية للسياحة
45.....	المبحث الثالث:دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة
45.....	المطلب الأول:أثار السياحة على المستوى الإقتصادي
49.....	المطلب الثاني:أثار السياحة على المستوى الإجتماعي والبيئي
55.....	خلاصة الفصل

الفصل الثالث:ترقية القطاع السياحي للنهوض بالإقتصاد الجزائري

.....	تمهيد
.....	المبحث الأول:واقع القطاع السياحي في الجزائر
.....	المطلب الأول:مقومات السياحة في الجزائر
.....	المطلب الثاني:مؤشرات السياحة في الجزائر
.....	المبحث الثاني:إستراتيجيات التنمية لترقية السياحة
.....	المطلب الأول:الإستثمار السياحي في الجزائر
.....	المطلب الثاني:المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
.....	المبحث الثالث:معوقات التنمية السياحية وسبل تجاوزها
.....	المطلب الأول:معوقات التنمية السياحية
.....	المطلب الثاني:سبل تجاوزها
.....	خلاصة الفصل

قائمة الأشكال والجدول

قائمة الجدوال

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	انواع السياحة	1-1
65	حصيلة المؤسسات الفندقية إلى عدد الأسرة المتوفرة للفترة 2005-2012	1-3
67	تطور توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 1990-2011	2-3
68	تطور عمال القطاع السياحي خلال 2000-2011	3-3
70	حصيلة البرنامج الثلاثي 1967-1969	4-3
71	توزيع ميزانية السياحة خلال المخطط الرباعي الأول 1970-1973	5-3
72	توزيع الإستثمارات حسب القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني 1974-1977	6-3
73	حصيلة المخطط الرباعي الثاني 1974-1977	7-3
74	حصيلة المخطط الخماسي الأول 1980-1984	8-3
77	خطة الأعمال السياحية لأفاق 2025	9-3

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
7	مفهوم السائح	1-1
8	يبين المسافرين من السائح	2-1
25	مراحل الطلب السياحي	3-1
41	دوافع السياحة والسفر	1-2
76	الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 (SDAT)	1-3

مقدمة عامة

مقدمة :

تطور مفهوم السياحة بصفة كلية حيث تغيرات جذريا نظرة المجتمع الدولي المعاصر لهذه الظاهرة التي لم تصبح مجرد نشاط ترفيهي موجه لسد أوقات الفراغ أو فترات العطل فقط، بل صارت تمثل صناعة حقيقية هامة لها وزنها في الإقتصاد العالمي نظرا لحجم المبادلات السياحية والتدفقات المالية الناجمة عنها من جهة، وللدور الذي تلعبه في تحريك الأنشطة الإقتصادية الأخرى وفي خلق الثروة وإستحداث مناصب الشغل وتهيئة الأقاليم وتثمين الموارد الطبيعية وترقية التراث الثقافي من جهة أخرى.

ولقد تطور مفهوم السياحة وأهدافها فأصبحت ظاهرة إنسانية وثقافية ونشاط إجتماعي يخضع للعديد من المؤثرات والمتغيرات المحلية والعالمية ولم تعد نشاطا مؤقتا يخضع للظروف والرغبات الظرفية، وانتقل مفهوم السياحة من مجرد إشباع رغبات الإنسان المؤقتة بالتمتع إلى صناعة تسعى للتوسع المستمر وتعمل على خلق طلب مستمر على خدماتها وذلك من خلال عرض الخدمات بالسياحية في شكل متطور ومتجدد.

ويستمد مكون السياحة المستدامة أهميته داخل نسيج التنمية المستدامة من واقع أن لهذه الأخيرة أبعادا داخلية وخارجية وتقع السياحة في قلب الأبعاد الخارجية وأحد أهم مكوناتها الجوهرية بل يمكن إعتبارها محور الإرتكاز لهذه التنمية المستدامة، فهناك قناعة تامة في إستحالة وجود تنمية مستدامة (التنمية السياحية المستدامة)، فهي تعتمد إلى إيجاد توازن بين السياح من جهة والموارد السياحية من جهة أخرى، أي انها علاقة بين الحاضر والمستقبل، ذلك هو جوهر التنمية المستدامة على وجه العموم.

وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم، إلا أننا نجد في الجزائر لم يرتقي بعد إلى المستوى الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته جد محدودة إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة، بالغم من أملاك الجزائر لمناطق خلاصة وشريط ساحلي يمتد على مسافة 1200 كلم، وتنوع المناخ الذي يجعل من السياحة في الجزائر تستمر على مدار السنة، وكذا الصحراء الواسعة التي صنفت من أجمل صحاري العالم، بالإضافة إلى تعدد التقاليد وتنوع الآثار، كل هذا يعد مخزون سياحي يمتد عبر ربوع الوطن، فكم هي كثيرة تلك المعالم الأثرية و متنوعة كحضيرة الطاسيلي والهقار وقلعة بني حماد وأثار جميل بتييازقوشر شال والقصبة بالعاصمة، ضف إلى ذلك الفنون والعادات المتنوعة من خلال الصناعات التقليدية، كزربية غرداية ونحاسيات قسنطينة وطرز تقرت والباس التقليدي التلمساني، دون أن ننسى الحمامات المعدنية المنتشرة شرقا، غربا وجنوبا، المتخصصة في معالجة بعض الأمراض التي يعجز الدواء

في القضاء عليها، إلى غير ذلك من المناطق التي تحتاج فقط إلى قليل من العناية لتصبح بذلك الجزائر قطبا سياحيا عالميا.

وفي الوقت الحالي تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة الدولية وجعلها واحدة من الأولويات القومية وتحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى، وذلك من خلال تطبيق إستراتيجية حكيمة وطموحة وفعالة تركز من جهة على التجارب الناجحة في البلدان المطلة على البحر المتوسط وباقي البلدان الأخرى، وترتكز من جهة أخرى على الترتيبات الوجيهة الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصادر سنة 1995، والذي يقضي بأنه ينبغي ان تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل غير مؤثرة في المجال البيئي وذات ديمومة من الناحية الإقتصادية، كما تعلق الجزائر أمالا كبيرة على الإستراتيجية الجديدة التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025، حيث يعتبر أول إستراتيجية شملت كافة الجوانب السياحية، وتمتد على عدة مراحل، على المدى القريب والمتوسط والبعيد.

وعليه يمكننا طرح الإشكالية التالية:

الإشكالية :

كيف يمكن ترقية القطاع السياحي للنهوض بالإقتصاد الجزائري ؟

1- الأسئلة الفرعية :

يمكننا طرح الأسئلة التالية

- ماهو مفهوم السياحة وأسسها ؟
- ماهو مفهوم التنمية السياحية المستدامة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة ؟
- ماهو واقع السياحة في الجزائر ، والإستراتيجية المنتهجة لترقيتها؟

2- الفرضيات:

- السياحة قطاع إقتصادي مثله مثل باقي القطاعات.
- تكتسي أهمية التنمية السياحية في تعظيم أثارها الإقتصادية.
- السياحة لم تكن من أولويات الدولة في ما مضى وحتى حاضرا.

3-أسباب إختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب قادتنا للبحث في هذا الموضوع منها:

- وجود بديل لقطاع المحروقات في الجزائر للمستقبل، ويشكل القطاع السياحي إحدى بدائل المتاحة لإحتلال مكانة هامة في الإقتصاد الوطني،
- الرغبة الشخصية في التوسع للمواضيع السياحية،
- التوجه الجديد لسياسة الدولة الجزائرية الذي بدأ يعطي أهمية للقطاع ويهتم به.

4- أهمية الموضوع:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كون القطاع السياحي أصبح يمثل بديلا إقتصاديا مهما من شأنه أن يساهم في نمو الدخل الوطني، من خلال الآثار الإيجابية التي تتركها على فرص العمل وميزان المدفوعات، والأهمية التي بدأت توليها السلطات العمومية للقطاع السياحي في الأونة الأخيرة من خلال تحديد إستراتيجية للتنمية السياحية و صدور بعض القوانين التنظيمية للسياحة.

5- أهداف الموضوع:

- إبراز المكانة الإقتصادية لقطاع السياحة والدور الممكن ان يلعبه في عملية التنمية،
- تحديد مفهوم السياحة، وأنواعها المختلفة، واسسها،
- تسليط الضوء على واقع السياحة في الجزائر من خلال وضع تشخيص دقيق لها يمكن إعتباره كمنطلق عام لرسم السياسة الوطنية المستقبلية للتنمية السياحية،
- التوصل إلى إقتراح الحلول المناسبة للنهوض بالقطاع السياحي وجعله يساهم بفعالية في الإقتصاد الوطني.

6- حدود الدراسة:

لقد حظيت الفترة مابين 2000 و2025 بإهتمام كبير من قبل السلطات للنهوض بالقطاع السياحي وجعله يساهم بفاعلية أكثر في الإقتصاد الوطني، وإقتصرنا في دراستنا لواقع السياحة في الجزائر على المؤشرات التالية: الإستثمارات السياحية، والنتائج المحققة فيما يخص طاقات الإيواء السياحي، التدفقات السياحية والنقدية ومناصب العمل المحدثة.

7- منهجية الدراسة:

اعتمدنا في دراسة المشكلة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي من خلال العرض والتحليل الذي تم فيه التعرف على جوانب الموضوع المختلفة مستعينا بمجموعة الدراسات والقوانين والقرارات المتصلة بالنشاط السياحي وكذلك الخطط التي قامت بها وزارة السياحة.

8- صعوبات البحث :

واجه الباحث صعوبات في الحصول على البيانات والمعلومات نظرا لنقص تلك البيانات وعدم دقتها وتضاربها في بعض الأحيان ، بالإضافة إلى قلة المراجع ،المتخصصة التي تناولت النشاط السياحي ،كما واجه الباحث صعوبة في تحديد وأنتقاء البيانات الخاصة بالنشاط السياحي نظرا لتداخلها وإرتباطها مع بيانات أنشطة وقطاعات أخرى.

9- خطة البحث :

فيما يخص المنهجية التي إتبعناها في هيكلة البحث ووضع خطة له ،فإننا قسمنا البحث إلى ثلاثة فصول :

تطرقنا في الفصل الأول إلى مفاهيم عامة حول السياحة حيث تم التطرق إلى كل ماهو متعلق بالسياحة والسائح من تعاريف وأنواع وحددنا خصائص السياحة و مكوناتها ، وتطرقنا إلى أسس السياحة .

أما الفصل الثاني فتمحور حول ترقية السياحة ودورها في تحقيق التنمية السياحية حيث تطرقنا من خلاله على ماهية التنمية السياحية وأهدافها ،كما تحدثنا عن الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة ودور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة.

وفي الفصل الثالث تطرقنا إلى واقع القطاع السياحي من حيث مقومات السياحة في الجزائر ومؤشراتها،كما تطرقنا إلى الإستراتيجية المنتهجة لترقية القطاع السياحي من حيث الإستثمار السياحي والمخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT2025 وتحدثنا عن معوقات التنمية السياحية وسبل تجاوزها.

الفصل الأول: ماهية السياحة

تمهيد:

تعتبر السياحة ظاهرة إجتماعية عرفت تطورات سريعة عكست مدى أهميتها، فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وإمتصاص البطالة وترقية مناطق بأكملها، فالسياحة تعد أحد الأنشطة الطبيعية الهامة للإنسان تتعلق بالحركة والتنقل قد يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد ويتم الإنتقال من مكان إلى آخر بغرض الترفيه أو قضاء وقت الفراغ أو لحضور المؤتمرات والمهرجانات.

فالسياحة تعتبر سوق للصناعة التقليدية فكلاهما داعم للآخر ولكلاهما أهمية إقتصادية وإجتماعية وثقافية على الشعوب المتبناة للسياحة .

ولهذا سنتطرق في هذا الفصل الى عموميات السياحة من خلال تقسيمها الى مباحث 03 التالية:

المبحث الأول: تعاريف السياحة والسائح ،وانواعها.

المبحث الثاني : خصائص السياحة ومكوناتها.

المبحث الثالث:أسس السياحة.

المبحث الأول : مفهوم السياحة والسائح وانواعها

تعتبر السياحة نشاطا أساسيا نظرا لأثارها المباشرة على القطاعات الإجتماعية الإقتصادية والثقافية فبفضل السياحة تتلاقى الثقافات وبالتالي يحصل التعارف وتمنح فرصة لإقامة علاقات صداقة بين الشعوب أو تشكيل جو من التسامح بين الشعوب ولهذا سوف نتطرق في هذا المبحث الى مفهوم السياحة والسائح في المطلب الأول وانواع السياحة في المطلب الثاني .

المطلب الأول : مفهوم السياحة والسائح

أولا- مفهوم السياحة:

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزواية التي ينظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة إجتماعية، والبعض الآخر يعرفها كظاهرة إقتصادية، وهي عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية، وأخذت السياحة عدة تعاريف حسب الجهة التي قامت بهذه المهمة:

-عرفها " جويير فرويلر" كمايلي: " السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة من الظواهر المعاصرة تنبثق من الحاجات المتزايدة للحصول على الإستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق عن تذوق جمال المشاهد الطبيعية ، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا نمو الإتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل.¹

-عرفتها الأكاديمية الدولية للسياحة بأنها: " تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو أنها مجموعة الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح " .²

-عرفت أيضا كمايلي : " السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا مؤقتا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية " .³

1- أحمد الجراد ، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1988 ، ص18 .
2-الحمدان سهيل ،الإدارة الحديثة للمؤسسات والفندقية ، دار الرضا للنشر ،دمشق -سورية ، 2001 ، ص57.
3-هدى عبد اللطيف،السياحة النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص04.

-عرفت أيضا:"السياحة تتعلق بالأنشطة المبذولة من طرف الأشخاص أثناء أسفارهم ورحلاتهم في أماكن تختلف عن أماكن إقامتهم المعتادة لفترة متتالية والتي لا تتجاوز سنة لأغراض ترفيهية، أعمال أو أغراض أخرى".¹

-تعرف السياحة أيضا : " بأنها صناعة ، قومها المواد الأولية ورأس المال واليد العاملة من مختلف درجات الأهل والخبرة ، فالمواد الأولية في صناعة السياحة هي الطبيعة والطقس والتضاريس والمعطيات الحضارية المختلفة والمناطق السياحية المتاحة في الدول المضييفة ، ويعتبر رأس المال من مستلزمات صناعة السياحة من أجل الإستثمار في تهيئة وتنمية المناطق السياحية ، وفي مكونات البنية التحتية لنمو هذه الصناعة ، أما اليد العاملة المؤهلة فهي عامل الإنتاج الأكثر أهمية في الإدارة وإعداد الخطط لإنجاز أهداف السياحة " .²

-عرفها " شوليرن شرانتھومن " على أنها : " هي الإصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خاصة العمليات الإقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة وإنتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم إرتباطا مباشرا " .³

-تعد السياحة عاملا مساعدا للإتصال الثقافي والحضاري بين الشعوب ، كما أنها تمثل رافدا من روافد الطلب على طاقات وقدرات العمل في فنون الإدارة ، والتنظيم ، والتنقيب ، والصيانة اليدوية والزخرفية والعلاقات العامة ، والإتصال والخدمات الإجتماعية.⁴

- كما يعتبرالمجلس الأعلى للسياحة على انها : " تشمل جميع الأنشطة الإنتاجية والإستهلاكية الناتجة عن التنقل خارج مكان الإقامة ليلة واحدة على الأقل ، و ذلك بغرض الترويج عن النفس ، والأعمال والعلاج والمشاركة في أنشطة مهنية ورياضية أو دينية " .⁵

1-صلاح الدين عبد الوهاب ،نظرية السياحة الدولية ، بدون طبعة، دار الهناء للطباعة والنشر، مصر، 1992، ص14.

2-علي حسن موسى ، المناخ والسياحة ، ب ط ، دار الأنوار ، دمشق ، 1997 ، ص23.

3-ريان درويش، الإستثمارات السياحية في الاردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم الإقتصادية -جامعة الجزائر-1996، ص11.

4-امال الحماصي ،السياحة والتنمية الإجتماعية في مصر العربية ، مؤتمر السياحة في مصر وإقتصادياتها إدارتها ، جامعة المنصورة ، 1988 ، ص97 .

5-فؤاد بن غضبان،السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دارصفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2015 ، ص34.

-كما تعرف السياحة على أنها : "عملية انتقال الإنسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية ، أو هي ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منه الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والإستجمام وتغيير الجو الروتيني والإحساس بجمال المناظر الطبيعية والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة " ¹ .

وانطلاقاً من هذه التعاريف نسجل ان السياحة هي :

- 1- الترويج او الترفيه عن النفس؛
- 2- السياحة في دول معينة لاتكون بغرض العمل أو الإقامة الدائمة؛
- 3- هي حركة موسمية قصيرة المدى؛
- 4- هي عملية الإتصال الثقافي والحضاري بين الشعوب؛
- 5- السياحة قومها المواد الأولية ورأس المال واليد العاملة؛

ثانيا - مفهوم السائح :

-السائح هو زائر ترك موطنه ، أو بلاده في فترة معينة لقضاء إجازته بهدوء وطمأنينة في البلد الذي إختاره ، ليستمتع بالراحة والإستجمام فيها بعد ان درس وإستند إلى الدعاية والإعلام والإعلان السياحي ، وبناء على هذا التعريف يعتبر السائح مختلفاً عن معنى المسافر ، لأن هذا التعريف خص قصد السائح من سفره بالراحة والإستجمام والمتعة فقط وهو ما لا يتوفر في السفر في حالات كثيرة ، ولهذا نجد أن لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصابة الأمم عام 1977 عرفت بأنه : "كل شخص يزور بلداً غير البلد التي إعتاد الإقامة فيها لمدة لا تقل عن 24 ساعة" ² .

-عرف مؤتمر روما العالمي للسياحة سنة 1963 السائح بأنه : " من يزور دولة ما غير وطنه الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة ، لأي سبب من الأسباب ، عدا قبول وظيفة بأجر في الدولة التي يزورها ، أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة ، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الإجتماعية لأي غرض العمل بأجر " ³ .

1- زيد منير عبوي ، الإقتصاد السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر والتوزيع ، ، 2008 ، ص16.
2- القحطاني ، السياحة ، الأسس والمفاهيم دراسة تطبيقية على منطقة عسير، مطبعة المدينة - جدة ، 1979 ، ص2
3- فؤاد بن غضبان ، الجغرافية السياحية ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن ، 2014 ، ص51.

- السائح هو الشخص الذي يقوم بزيارة منطقة معينة غير التي يقيم فيها عادة للترويج عن النفس أو لأسباب صحية أو عائلية أو لحضور إجتماعات دولية أو لتمثيل بلاده ،إداريا ، دبلوماسيا ، سياسيا ، دينيا ، أورياضيا عن طريق البر أو البحر أو الجو لمدة تزيد عن 24 ساعة ولا تتجاوز سنة ، لذلك لا يعتبر سائحا كل من يفد إلى بلاد من أجل العمل أو التوطن " ¹.

-عرفت منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية السائح على أنه : " شخص ينتقل لمدة لا تقل عن 24 ساعة إلى بلدان أخرى غير البلد التي بها أي موطنه المعتاد " ².

-عرف أيضا السائح حسب قاموس أكسفورد على أنه:" الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات بغرض الترويج والتثقيف،أو من أجل الإهتمامات أو لكون منطقة الإستقبال مفضلة لديه " ³.

-تعريف شامل للسائح كمايلي:" السائح هو كل شخص ينتقل من مكان إقامته إلى أماكن أخرى تختلف عن محيطه المعتاد من أجل الترفيه والمتعة أو لأسباب صحية ،دينية ، رياضية أو لأغراض عائلية أو إقتصادية أو إنجاز مهام لمدة لا تقل عن أربع وعشرون ساعة ، وهدف التنقل لا يكون للإقامة الدائمة أو الحصول على عمل مأجور. ⁴

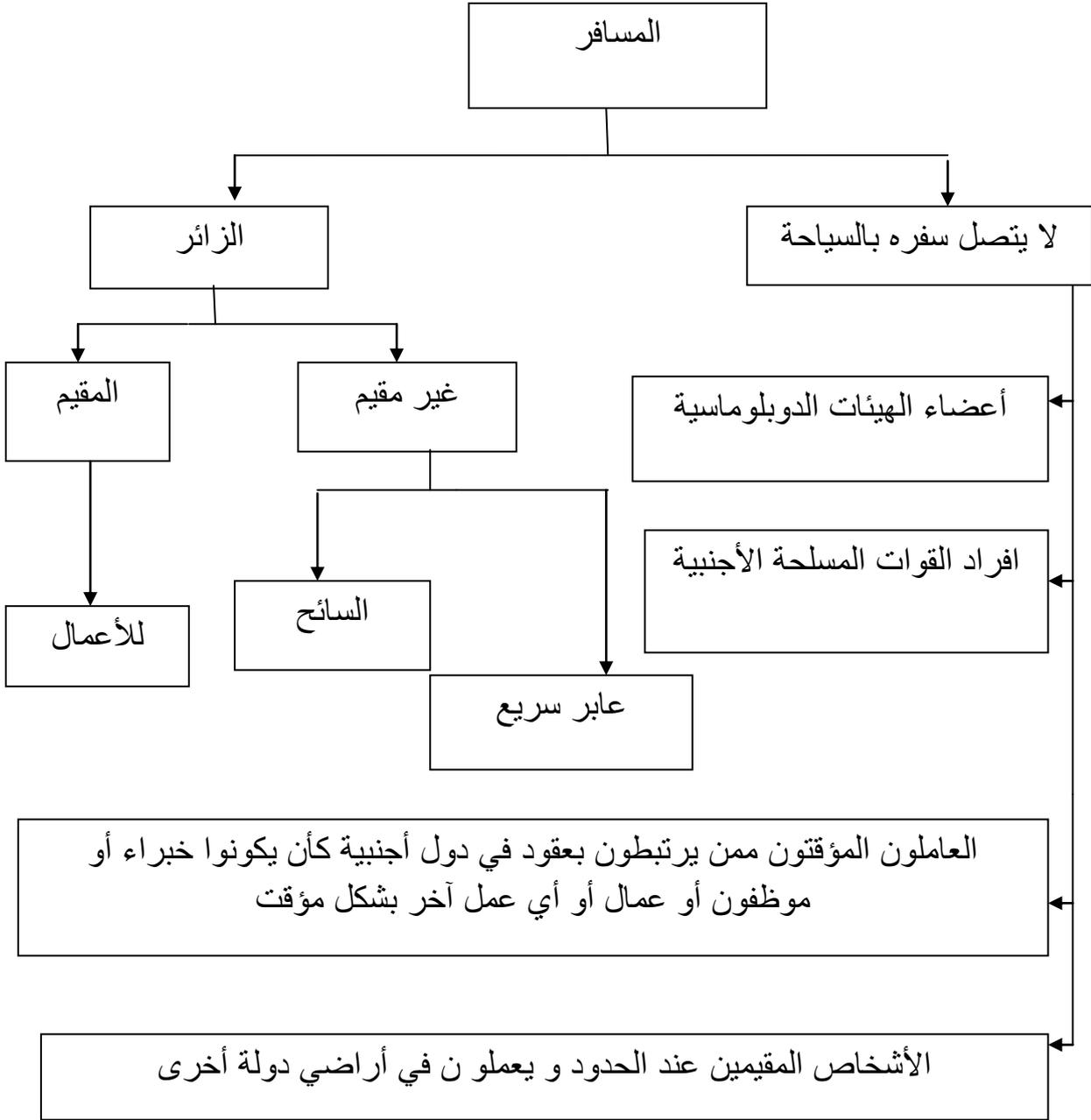
1-شنيبي عبد الرحيم ،دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية ،رسالة ماجستير ،كلية العلوم الإقتصادية والتسيير وعلوم تجارية ،جامعة تلمسان ،2009،ص08.

2-عبد الرحمن بن أحمد الفروج ،الشيخ الطاهر حسين ،السياحة في المنطقة الشرقية (الواقع والمأمول)،مركز المملكة العربية السعودية ،2007،ص28.

3-محمد صبحي عبدالكريم ،حمدي أحمد الديب ،جغرافيا السياحة ،الطبعة الثانية ،مكتبة الأنجلو المصرية،القاهرة ،2001،ص02.

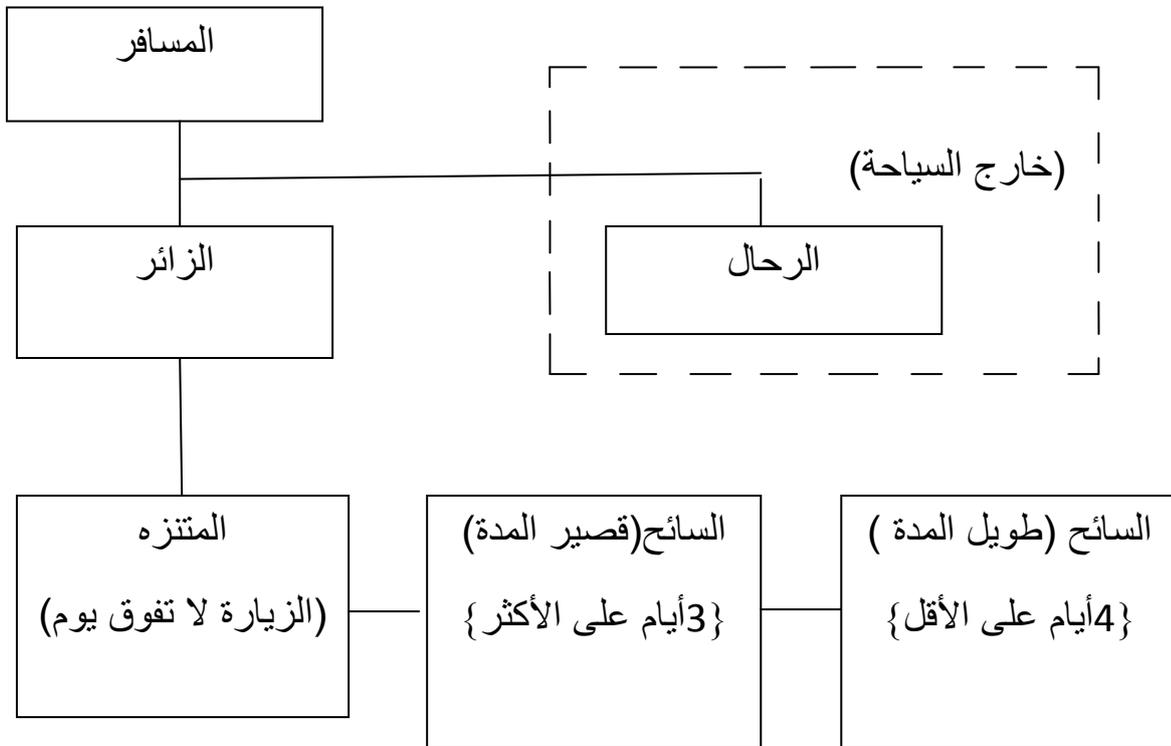
4-قويدر الويزة ،إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر ،رسالة دكتوراة،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر ،2009،ص44.

الشكل 1-1: مفهوم السائح



المصدر: يسرى دسيس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، دراسات وبحوث انتروبولوجيا السياحة الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2003، ص165

الشكل 1-2: يبين المسافرين من السائح



المصدر: شنيني عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص7.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعاً لمتنوع الرغبات والإحتياجات المختلفة، كما ساهم التطور العلمي والإقتصادي والإجتماعي على هذا المتنوع فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل، وهناك عدة أنواع من السياحة تتعدد بحسب المعايير التقسيم المعتمد عليها والتي يمكن تلخيصها في مايلي:

اولاً- تقسيم السياحة حسب معيار المدة:

تبعاً لهذا المعيار، يمكن ان نميز نوعيين من السياحة: ¹

- 1- **سياحة مؤقتة (انتقالية):** حيث يقيم السائح فترة سياحة في التنقل من موقع سياحي إلى آخر أو من بلد لآخر.
- 2- **سياحة دائمة:** حيث يقوم السائح بإختيار موقع سياحي واحد أو بلد واحد لقضاء كل وقته فيه.

ثانياً- تقسيم السياحة حسب عمر السائح:

- 1 - **سياحة الشباب:** وتكون للشباب من أجل المغامرة والترفيه و إستكشاف المناطق الأثرية الجميلة والتعرف على الأماكن السياحية إما ساحلية أو جبلية أو صحراوية.
- 2- **سياحة الكهول:** وتكون لفئات الكبيرة في العمر وتكون غالباً من أجل العلاج أو أداء مناسك الحج وزيارة الأبناء أو تكون كذلك من أجل إستعادة أيام الشباب والتخلص من سنوات العمل الطويلة.

ثالثاً- تقسيم السياحة وفق لمعيار مستوي الإنفاق:²

- 1- **سياحة الأغنياء (راقية):** وتكون هذه السياحة خاصة بأصحاب الأموال والنفوذ كالملوك والرؤساء ورجال الأعمال وغيرهم وتكون هذه السياحة مكلفة جداً وأصحابها قليلون جداً.

1- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص50.

2- فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص77.

2 - سياحة الإجتماعية : وهي الخاصة بالطبقات الإجتماعية المحدودة الدخل التي تعتمد على نفقات بسيطة لقضاء أوقات فراغها وهي تخص عامة الناس حتى ذوي الدخل المحدود.

رابعاً- تقسيم السياحة وفقاً لمعيار الغرض منها :

وتقسم على العناصر التالية:¹

1- السياحة الترفيهية :

هي من أقدم الأنواع السياحية وأكثرها إنتشاراً ، حيث وصلت نسبة السياحة الدولية 50% ، وتعتبر دول حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق إجتذاباً لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة كإعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الخلابة والتي تنوع منها الأنواع الأخرى كالسياحة الرياضية والعلاجية ... وغيرها، ويقصد بها كذلك الإنتقال من مكان الإقامة لمكان آخر لفترة قصيرة قد تكون يوماً واحداً لغرض الإستمتاع والترفيه والترويح عن النفس .

2 - السياحة الدينية :

هو السفر من دولة لأخرى أو الإنتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري مثل السياحة الدينية مكة المكرمة والمدينة المنورة والمسجد الأقصى ، والفاتيكان عند المسيحيين ونهر الغانج في الهند لبعض الطوائف وهي من أقدم أنواع السياحة التي عرفها الإنسان.²

3 - سياحة المؤتمرات :

يرتبط هذا النوع بالتطورات الكبيرة في العلاقات الإقتصادية والسياسية والثقافية والإجتماعية بين معظم دول العالم ، ونجدها ترتبط إرتباطاً وثيقاً بسياحة المعارض ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توفر عدة مثل إعتدال المناخ ، و توفر وسائل الإتصالات ، والمطارات الدولية ، ووجود الفنادق التي إهتمت العديد منها على إنشاء قاعات مخصصة ومجهزة لعقد المؤتمرات وتقديم التسهيلات والخدمات لها .

1- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، ب ط، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2010، ص223.

2- مرزوق عايد الفعيد، وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثناء للنشر و التوزيع، الأردن، 2011، ص62.

4- السياحة الرياضية :

وهو السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الإستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة والإستمتاع بمشاهدته ،فنجدها متمثلة في ممارسة رياضة الغوص والإنزلاق على الماء والصيد ويشترط في ممارستها توافر المقومات الخاصة بها من الشواطئ الساحرة ، بالإضافة إلى الملاعب والصالات وحمامات السباحة إذا كان الغرض إقامة الدورات والمسابقات الدولية.

خامسا- تقسيم السياحة وفقا لمعيار الحدود السياحية : يعتمد على حركة السائح فيما إذا كان داخل الوطن أو خارجه وهناك نوعين :

1- السياحة الداخلية أو المحلية :

وتتميز بسفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم ويمكن تعريفها " بأنها إنتقال المواطن من مكان إقامته المعتاد إلى مكان الزيارة لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 6 أشهر أي لغرض من الأغراض التكسب والهجرة " ¹.

وتشير منظمة السياحة العالمية على أن ماينفق على السياحة الداخلية يمثل ما بين 70% إلى 80% من إجمالي الإنفاق العالمي وهناك إحصائية تشير إلى حجم السياحة المحلية يعادل تسعة أضعاف حجم السياحة الخارجية ،ويرجع هذا الفرق إلى عدة أسباب نوجزها فيمايلي: ²

أ-إنخفاض تكاليف الرحلات السياحية الداخلية مقارنة بالخارجية منها؛

ب-تشجيع الحكومة للسياحة الداخلية ؛

ج- إجراءات الرحلات الداخلية أقل تعقيدا من نظيرتها الخارجية .

2- السياحة الخارجية أو الدولية :

ويطلق هذا على السياح الذين يقصدون أماكن سياحية خارج أوطانهم وغالبا ما تمثل مصدر دخل مهم لعدد الدول السياحية في العالم من خلال مساهمتها في تحسين زيادة الموارد الإقتصادية ويجد فيها السائح تغيرا في أمور عديدة كاللغة والعادات والتقاليد

1-مصطفى عبد القادر ،دور الإعلان في التسويق السياحي ، الطبعة الأولى ،المؤسسة الجامعية ،عمان ، 1999 ،ص54.

2- احمد فوزي ملوخية ، مدخل إلى علم السياحة ، الطبعة الأولى ،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ، 2006 ، ص34.

والنظم السياسية والإقتصادية و الإجتماعية ،وتتطلب إجراءات خاصة كضرورة إحضار جواز السفر وتأشيرة دخول وطن ما وتصريف العملة وإجراءات أخرى.

سادسا- تقسيم السياحة وفقا لمعيار العدد:

1- السياحة الفردية : هذا النوع من السياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة إقامة حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوافر لديهم وكل سائح من هذه المجموعة له دوافعه الخاصة التي جاء لتحقيقها ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات السياحية تعتمد على مقدرتهم المادية والرغبة التي يحققونها ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء وتأثير الإعلان والترويج السياحي ومدى ثقافة السائح، إذ أنها سياحية لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد.¹

2 - السياحة الجماعية: وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا وضمن برنامج يشمل الأماكن التي ينون زيارتها ومكان المنام والطعام وغيرها وتنضم عن طريق وكالات السياحة والسفر وتنقسم إلى قسمين:

أ - سياحة غير منظمة: تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية والإقليمية المنوي إستخدامها أي بدون تخطيط مسبق.

ب- سياحة جماعية منظمة : يكون برنامج الرحلة معد مسبقا من قبل شركات السياحة أو وكالات السياحة والسفر ومحدد ظروف الطعام والمبيت والاماكن التي ينون زيارتها.

¹- ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة، الطبعة الأولى ،دار زهران ،مصر ، 1997، ص52.

الجدول 1-1: أنواع السياحة .

أنواع السياحة					
عدد السواح	الحدود السياحية	الغرض منها	مستوى الإنفاق	عمر السائح	فترة الإقامة (المدة)
سياحة فردية	سياحة داخلية (محلية)	الدينية	سياحة الأغنياء (راقية)	سياحة الشباب	سياحة مؤقتة (إنتقالية)
سياحة الجماعية	سياحة خارجية (الدولية)	الترفيهية	سياحة الإجتماعية	سياحة الكهول	سياحة دائمة
		المؤتمرات			
		الرياضية			

المصدر : من إعداد الطلبة بالإعتماد على ماسبق .

المبحث الثاني: خصائص السياحة ومكوناتها

بعد تحديد مفهوم السياحة والسائح، يجب التطرق إلى خصائص السياحة على إعتبار أنها صناعة متميزة وتختلف عن باقي الصناعات نظرا لتداخل العديد من المكونات التي تدخل في تركيبها.

المطلب الأول: خصائص السياحة

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الإقتصادي ، وهي تنطوي على عدد من الخصائص نذكر منها:¹

1- إن الطلب السياحي لا يتوقف وإلى حد كبير على القدرة المالية للسائح(خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع حاجة ضرورية ، بل يرتبط غالبا بإشباع حاجة كمالية) .

2- الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية ، بل وعلى غيرها من العوامل كأسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية .

3- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا و دوليا .

4- يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الإقتصادية في الدولة ، والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات و الإتصال ، والتقلبات الإقتصادية بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير والتحكم فيها .

5- تعدد مكونات النشاط السياحي وإرتباطها باكثر من الأنشطة الإقتصادية الأخرى (صناعية ، خدمية ، تجارية) .

ويمكن إضافة خصائص أخرى للسياحة وهي:²

1-عبد السلام أبو قحف،محاضرات في صناعة السياحة في مصر،ب ط،المكتب العربي الحديث،مصر ،1992،ص16.

2- عبد السلام أبو القحف،أساسيات التسويق،ب ط ،الدار الجامعية ،مصر ،1995،ص206.

أ- إرتباط صناعة السياحة – كمنشاط إنتاجي – يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء .

ب- السياحة كصناعة تحتوي على مجموعة من العناصر وهي : المقومات والموارد والخدمات السياحية ، خدمات المواصلات والاتصالات السلوكية واللاسلكية المحلية والدولية ، الدعاية والترويج السياحي ، الطلب السياحي فهي صناعة مركبة ومتشابكة .

ج- إرتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين أو بمعنى آخر أن الطلب السياحي في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة .

د- عدم سيادة المنافسة الصافية او حتى إحتكار القلة في كثير من الحالات خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة ، وصعوبة قيام بعض الدول بسلع سياحية بديلة .

هـ- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان الى آخر ، فهي واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه.

و- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية.

المطلب الثاني : مكونات السياحة

مهما تعددت أنواع السياحة ، إلا أنها تتفق جميعها في عناصر سياحية ثلاثة ، والتي تشكل المفهوم الواضح للسياحة لدى أي شعب من الشعوب العالم ، وتتداخل أنشطة السياحة مع العديد من المجالات ، وتتمثل المكونات الأساسية الثلاثة للسياحة التي يجب أخذها بعين الإعتبار في أي عملية تخطيط ، وهي:¹

1- نعيم الظاهر ، إلياس سراب ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2001، ص26.

أولا-السياح:

وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقا لمتطلبات كل سائح ،وتعرف المنظمة العالمية للسياحة السائح بأنه المسافر إلى بلد غير البلد الذي يقيم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأغراض مختلفة ،لاتضمن الحصول على عمل يدر عليه منفعة مالية.¹

ونستثني من مفهوم السائح الأشخاص :

1- الواصلون بعقود أو بدون عقود لشغل وظيفة أو الإلتحاق بالعمل.

2- الواصلون للإقامة الدائمة .

3- المقيمون في منطقة مجاورة للحدود ،والأشخاص الذين يستوطنون في منطقة ما ويعملون في منطقة أخرى مجاورة لها.

4- الرحلات التي تقل عن(24)ساعة كالرحلات البحرية ،الرحلات السريعة والمسافرين العابرين.

ثانيا- الموارد السياحية :

تتمثل في عوامل وعناصر جذب الزوار ، وتتضمن العناصر الطبيعية مثل : المناخ ، والتضاريس ، والشواطئ ، والبحار والأنهار ، والغابات ،والمحميات ، إلى جانب الدوافع البشرية مثل : المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب .

ثالثا- المعرضون:

وهي الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها ، بعرض كل ما لديها من إمكانيات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة .

ومن أهم ماتقدمه هذه الدول :²

1- خدمات ومرافق الإيواء والضيافة (فنادق ،ونزل ،وبيوت ضيافة ، ومطاعم وإستراحات).

1- أحمد الجلاذ،مدخل إلى علمالسياحة ،ب ط،عالم الكتاب ،القاهرة ،1997،ص61.

2- فؤاد بن غضبان ، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق ،مرجع سبق ذكره ،ص47.

2- خدمات مختلفة مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعية وبيع الحرف اليدوية ، والبنوك ، والمراكز الطبية ، والبريد والشرطة والأدلاء السياحيين .

3-خدمات النقل :وتشمل وسائل النقل على إختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية .

4- خدمات البنية التحتية كالمياه الصالحة للشرب ، والكهرباء ، والتخلص من مياه الصرف ، والنفايات الصلبة وتوفير شبكة من الطرق والإتصالات .

5- خدمات مؤسسية : تتضمن خطط التسويق ، وبرامج الترويج للسياحة .

المبحث الثالث: أسس السياحة

تبني السياحة كغيرها من العلوم الأخرى على مجموعة من الأسس التي تتكامل فيما بينها لقيام النشاط السياحي وجعله ذي فعالية في إقتصاديات البلدان السياحية، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

المطلب الأول: الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي بأنه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة، كما يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه السوق السياحي المرتقب الذي تهدف إلى إثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه.¹

ويعرف الطلب السياحي بأنه المجموع الإجمالي لأعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة السياحية سواء كانوا مواطنين أو أجانب. وبذلك يعد الطلب السياحي إجمالي مجموع اعداد

السائحين الذين يستخدمون المنشآت السياحية سواء كانوا من المواطنين أو كانوا قادمين من البلدان المجاورة أو البعيدة.

ويقسم الطلب السياحي طبقاً للعامل الجغرافي إلى:²

- ✓ الطلب السياحي المحلي أو الداخلي : ويتمثل بعدد السائحين من حملة جنسية البلد، والذين ينفذون رحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين فيه .
- ✓ الطلب السياحي العالمي أو الخارجي: ويتمثل بعدد السائحين الأجانب من حملة جنسيات أجنبية مختلفة، والذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة.

1- علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2013، ص202.

2- الحوري مثنى طه، إسماعيل محمد على الدباغ، إقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص22.

كما يعرف البعض أن الطلب السياحي على أنه مجموع الوافدين إلى البلد، كما يتأثر الطلب على المنتج السياحي بنوعين من العوامل هي :

❖ **عوامل الدفع:** وتشمل الهروب من الروتين اليومي الذي يعيش به الفرد مثل

طبيعة العمل، الملل، الحاجة النفسية إلى التغيير والبحث عن الجديد

❖ **عوامل الجذب:** وتشمل نقاط الجذب في المواقع السياحية وهنا يبرز دور ترويج

المنتج السياحي في الأسواق العالمية.

ويتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص وهي:

أ- الحساسية: تعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة، لأنه إذا واجهت إحدى هذه الدول مشكلات اقتصادية كإنهيان النظام الاقتصادي أو مشكلات إجتماعية كحدوث مجاعات أو كوارث طبيعية، أو تعرض الدولة لإنقلابات عسكرية أو مشكلات سياسية أدى إلى تقلص المد السياحي، لأن السائح يبحث دائما عن المتعة و الترفيه والهدوء ولا يبحث عن التوتر والمشاكل وبذلك يصبح مناخ هذه الدول غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب عليها أي هناك قوة إرتباط بين أمن وإستقرار المنطق وبين زيادة الطلب السياحي عليها.

ب- المرونة: يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغيير تبعا للظروف والمؤثرات السائدة فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة التي ترتبط بتغيير الخدمات السياحية التي ترتبط بتغيير الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي، لأنه كلما إنخفضت هذه الأسعار إتجه الطلب إلى الإرتفاع والعكس صحيح أي كلما إرتفعت هذه الخدمات إتجه الطلب إلى الإنخفاض، لذلك يجب على الدول المستقبلية للسياحة دراسة مرونة الطلب السياحي وبين أنخفاض الأسعار وإرتفاع الطلب.¹

ج- المنافسة: عدم سيادة المنافسة الصافية أو إحتكار القلة في السياحة في كثير من الحالات وخاصة الدول التي تمتلك آثار قديمة يصعب على الدول الأخرى منافستها في هذا المجال أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة إنتاج مثل هذه الخدمات وهذا ما يجعل المنافسة صعبة جدا.

1- علي فلاح الزعبي، مرجع سبق ذكره، ص204.

د - الموسمية : يقصد بموسمية الطلب السياحي هو اتجاه هذا الطلب إلى الإرتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة بالمناخ والعوامل التنظيمية والأعياد أو مواسم معينة حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام وينخفض في باقي أشهر السنة والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلية ففي دول أمريكا وأوروبا تزداد الحركة السياحية القادمة منها بشكل واضح في فصل الشتاء أما الدول العربية فتزداد حركتها في فصل الصيف بالإضافة إلى فترات الأعياد الدينية وموسم الحج والعمرة.¹

هـ-التردد:

من المعروف أن الطلب السياحي يتصف بالتكرار والتردد على نفس المجال السياحي بسبب ما يتحقق للسياح من درجة عالية من الراحة والمتعة، لكن تتغير هذه الديمومة عند توفر الإمكانيات المادية والظرف الزمني المناسب للسائح، ما يدفعه للتطلع إلى ما هو مغاير وأفضل

و-التوسع:

يزداد توسع الطلب السياحي بتطور نوعية الخدمات السياحية المقدمة وهياكل الإستقبال المتاحة لكل المنشآت والبنى التحتية التي من شأنها أن تخدم راحة ورفاهية السياح.

وبالنظر إلى العلاقة بين العرض والطلب السياحي فإنهما على خط التوازي، ولكن هذه العلاقة تعتبر نسبية مقارنة مع تنوع العرض السياحي والتغيير أيضا في سلوك السائح على الطلب.

- ويقاس الطلب السياحي بأعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة السياحية، وباعتبار أن فترة بقاء السائحين في الموقع السياحي تختلف من سائح لآخر، إذ قد تبلغ يوما واحدا فقط أو أكثر من ذلك، وحلا لهذا الإشكال يستخدم مقياس آخر للطلب السياحي وهو أعداد ليالي المبيت، وغالبا ما يتم تقدير متوسط مدة بقاء السائح في الموقع السياحي، ويضرب بأعداد السائحين الوافدين للموقع، لكي نصل إلى تقدير لحجم الطلب السياحي الفعلي على المنطقة السياحية. وتستخدم المنشآت السياحية الخاصة بالإيواء مقاييس

¹- محمدالصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص46.

أكثر دقة تتمثل بعدد الأسرة أو عدد الغرف ، أو مقياس آخر هو (السريير/الليلة) أي عدد الأسرة في الليلة الواحدة.

وفي الأنشطة الترويجية (كالمطاعم والمسارح والمتاحف...) التي تقل عن أربع وعشرين ساعة ، يقاس الطلب الترويجي بعدد الزوار الوافدين إلى المنشآت السياحية ، أو بعدد التذاكر المباعة أو بعدد الضيوف.¹

أولاً- أنواع الطلب السياحي :

يقسم الطلب السياحي طبقاً للعامل الجغرافي إلى:²

1- الطلب السياحي المحلي أو الداخلي: ويتمثل بعدد السياح المواطنين من حملة جنسية البلد ، والذين ينفذون رحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين فيه

2- الطلب السياحي العالمي أو الخارجي :ويتمثل بعدد السياح الأجانب من حملة جنسيات أجنبية مختلفة والذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة ، وهناك تقسيم آخر للطلب السياحي طبقاً لمدى تحققه، إذ يقسم الطلب السياحي إلى:

أ- الطلب السياحي المحتمل (الكامن) :التمثل بالأشخاص الذين تشملهم القواعد الأساسية للسفر والسياحة، أي لديهم المال والوقت و القدرة على السفر، ومن الممكن تقدير حجم الطلب السياحي المحتمل بعدة أساليب منها مثلاً الإستبانة.

ب- الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي):التمثل بإعداد السياح الذين ينفذون الرحلات السياحية بالفعل على مدار السنة ،ويمكن قياس حجم الطلب السياحي الفعلي عن طريق الإحصاء السياحي عند نقاط الحدود أو بالرجوع إلى سجلات المنشآت السياحية الخاصة بالإيواء

ومن ناحية أخرى يمكن التفرقة بين نوعين من الطلب السياحي :³

❖ الطلب السياحي الفعال (الحالي) :

1- الحوري مثني طه، إسماعيل محمد على الدباغ، مرجع سبق ذكره ،ص122.

2- نفس المرجع السابق،ص26.

3- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003،ص71.

هذا النوع من الطلب هو طلب صريح من جانب السائح لتوافر عوامل أهمها الرغبة ، وقت الفراغ ، والقدرة على الدفع ، فضلا عن الظروف المناسبة الأخرى المحفزة للطلب والدافعة للتعاقد ، ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخليين والقادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للقدوم إلى البلد أو المنطقة المعينة خلال فترة زمنية معينة.

❖ **الطلب السياحي ينقصه أحد عناصره الأساسية ، بمعنى لا تتوفر حاليا لدى السائح أحد هذه العناصر :**

- القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي
- الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي
- عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة
- عدم توافر الظروف المناسبة والمحفزة
- ضعف وسائل الإعلام والإعلان والترويج

ومن ثمة يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنويع البرامج السياحية وتخطيط أسعارها وتثقيف السياح وزيادة وسائل الإعلان والدعاية والترويج و الإشهار وتوفير كافة وسائل المواصلات الممكنة وتوفير مختلف الخدمات والتسهيلات بمختلف الأسعار والدرجات.

ثانيا- مراحل الطلب السياحي :

يتمر الطلب السياحي في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين بعدد من المراحل المختلفة التي تساعد على دراسة هذه الأسواق وتشخيص ما بها من مشكلات وتحديد الآثار المترتبة على ذلك في الدول المستقبلة لهم من حيث درجة نمو النشاط السياحي في الأسواق المختلفة ، وتنقسم مراحل الطلب السياحي إلى الأتي¹:

1 - مرحلة الإنتعاش :

تمثل هذه المرحلة البداية الطبيعية لأتجاه الحركة السياحية نحو النمو والإزهار حيث تأتي من التطور التدريجي المتزايد في الحركة السياحية القادمة من الدول الأخرى، وتنشأ هذه المرحلة نتيجة للجهود والأنشطة التسويقية الكبيرة التي تقوم بها

1- عبد السميع صبري ،التسويق السياحي والفندقية (أسس علمية وتجارب عربية)، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،جامعة الدول العربية ،مصر ،2006، ص174.

الأجهزة السياحية الرسمسة والشركات والوكالات السياحية المختلفة في الأسواق الخارجية والإعتماد على إدخال برامج سياحية جديدة مميزة ،مما تساعد على زيادة وتوسع الطلب السياحي وإتجاهه نحو الإستقرار، الأمر الذي ينعكس بشكل إيجابي على الدخل السياحي المحقق الذي يساهم في تغطية بعض الخسائر التي قد تنتج في المراحل الأخرى للطلب السياحي كمرحلتى الكساد والركود .

2- مرحلة الرواج :

تعبر هذه المرحلة عن حالة الإزدهار الحقيقي للطلب السياحي حيث يكون قد وصل إلى درجة كبيرة من النمو والتزايد والإستقرار والنشاط ،وتأتي هذه المرحلة كنتيجة طبيعية وإمتداد منطقي لمرحلة الإنتعاش فتزداد الإيرادات السياحية زيادة كبيرة وتجد الشركات السياحية نفسها قد حققت أرباحا كبيرة وإن البرامج السياحية التي تقدمها قد لاقت قبولا ورضا كبيرا من السائحين ،مما يجعل هذه الشركات تحافظ على المستوى الذي وصلت إليه وذلك بالتطوير المستمر لهذه البرامج دون النظر على أن ذلك يمثل قمة ما كانت تسعى إليه،أما بالنسبة للأجهزة السياحية الرسمية في الدولة فإن هذه المرحلة المهمة وهذا المستوى المرتفع للطلب السياحي الذي وصلت إليه الدولة من خلال جهودها النشيطة يتطلب زيادة الإهتمام بوضع السياسات والخطط التي تحقق التنمية السياحية المتوازنة وذلك للمحافظة على درجة ومستوى الطلب السياحي الذي وصل إليه وتطوير المرافق العامة والخدمات السياحية لمواجهة وإستيعاب التزايد الكبير في التدفق السياحي.¹

3- مرحلة الكساد:

نتيجة لبعض العوامل المؤثرة في الأسواق السياحية الخارجية أو السوق السياحي الداخلي (الدول المستقلة للسائحين) كالمشكلات الطبيعية والإقتصادية والإجتماعية والسياسية الحادة التي قد تحدث في هذه الدول يتجه الطلب السياحي إلى الإنخفاض بنسبة كبيرة في فترات زمنية قصيرة بحيث يدخل هذا الطلب في مرحلة جديدة هي مرحلة الكساد،مثل ما حدث في مصر في الفترة الأخيرة في عام 1990 عند حدوث الغزو العراقي لدولة الكويت وترتب على ذلك دخول الطلب السياحي في هذه المرحلة الحساسة التي كانت تتطلب جهودا مصاعفة من الأجهزة السياحية والإعلامية الرسمية في الخارج لتوضيح اوضع السياحي في الدولة ،وتحليله تحليلا علميا موضوعيا للتأثير

1- علي فلاح الزعبي ،مرجع سبق ذكره،ص211.

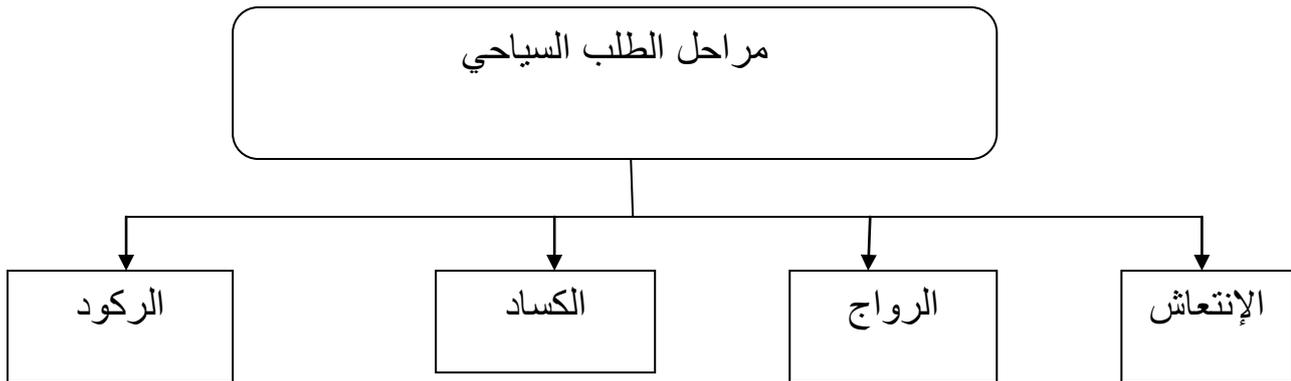
في إتجاهات الرأي العام وتعديلها، وكذلك إتجاهات الطلب السياحي حتى لاتصل إلى الدرجة التي وصلت إليها في هذه الفترة السياسية والسياحية الحرجة، أما بالنسبة للشركات والوكالات السياحية فإنها تميل في هذه المرحلة إلى الإنكماش وعدم التوسع في أنشطتها السياحية وعدم تطوير البرامج السياحية التي تقدمها خوفا من المخاطر المترتبة على إنخفاض حجم الطلب السياحي، بينما نرى أن هذه المرحلة بالذات تتطلب قدرا كبيرا من الجهود النشيطة والتسويقية بإستخدام الوسائل الدعاية والإعلانية المتنوعة والمبتكرو وبصورة مكثفة حتى يمكن العبور من هذه المرحلة إلى مرحلة الإنتعاش.¹

4- مرحلة الركود :

نتيجة لمرحلة الكساد التي يمر بها الطلب السياحي وبعض العوامل الأخرى المؤدية لإستمرارها فإنه يدخل في مرحلة أخرى أكثر إنخفاضا وتدهورا ، وهي ما يعبر عنها المخططون وخبراء السياحة بمرحلة الركود ،وهي المرحلة التي تستمر فترة أطول من الرحلة السابقة ،كما أنها تأخذ شكلا أكثر عنفا وشدة ويتميز فيها الطلب السياحي بالتوقف والجمود.

1- نفس المرجع السابق،ص211.

الشكل 1-3: مراحل الطلب السياحي



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على ما سبق

المطلب الثاني: العرض السياحي

إن تعقد الظاهرة السياحية يرجع بالدرجة الأولى إلى تعقد طبيعة المنتج السياحي، نظراً لصعوبة تحديد العناصر التي تكونه، بسبب إختلافه في المكان والزمان، فقد إعتبرته مجموعة من خبراء السياحة بأنه خليط من عناصر غير متجانسة، والتي تأخذ مستقلة بعضها عن بعض الآخر، لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي، وبعبارة أخرى هو تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح، أثناء تنقلهم، إقامتهم وتجوالهم.

يعرف العرض السياحي بشكل عام بأنه مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين. لكن التعريف الأكثر إستخداماً في هذا المجال هو أن العرض السياحي عبارة عن كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسائحيها الحقيقيين المحتملين، والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس بزيارة بلد معين.¹

يعرف العرض السياحي بأنه كميات السلع والخدمات التي تعرضها المشروعات والمؤسسات داخل المنطقة السياحية بغرض إشباع الرغبات المتوقعة للسائحين.

أولاً- مميزات العرض السياحي : يتصف العرض السياحي بالخصائص التالية:

1- يعتبر عرضاً للخدمات بصفة أساسية، فالسائح يشتري مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحي وهذه الخدمات هي:

أ- خدمات الإيواء؛

ب- خدمات الطعام والشرب؛

ج- خدمات النقل؛

د- خدمات اللهو والتسلية والترفيه؛

هـ- مجموعة خدمات وسلع أخرى.

2- أن هذه الخدمات هي غالباً خدمات آنية مباشرة، ويتم تقديمها على مرأى السياح أو الضيوف، لذلك يتم الإعتماد في النشاط السياحي على كادر مدرب وكفاء؛

1-مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص54.

3- العرض السياحي غير قابل للنقل فعادة يكون المستهلك (السائح) ثابتا والسلعة هي التي تتحرك، ولكن العرض السياحي يختلف تماما هو الثابت والمستهلك هو الذي ينقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمة السياحية.

ثانيا- مكونات العرض السياحي:

ان المنتج السياحي ذو طبيعة مركبة ، فهو لا ينتهي بعرض سرير في فندق أو تقديم وجبة غذائية فقط، فحسب خبراء السياحة هذان العنصران لا يمثلان سوى دعامة بسيطة وتبقى وحدها غير كافية لتقديم منتج السياحي ، فهناك مكونات أخرى تضمن من طرف المحيط الإقتصادي ، الإجتماعي ، التكنولوجي ، البيئي وتتمثل هذه المكونات في:

1- الموارد السياحية:

فحسب P.Defert الموارد السياحية تتمثل في كل عنصر طبيعي نشاط إنساني، أو كل ماينتج عن النشاط الإنساني الذي من شأنه أن ينشط التنقلات والرحلات السياحية ، وهذه الموارد سواء كانت طبيعة أو مشكلة من طرف الإنسان وإنعدامها يعدم النشاط السياحي؛¹

- الطبيعة: كالمناخ ، المناظر ، النباتات ، الحيوانات ، البحر والشواطئ ، الجبال... إلخ.
- الموارد المشكلة من قبل الإنسان :كالنصب التذكارية والتاريخية ، المتاحف .. إلخ.

2- إمكانات الإيواء الإضافية : وتتمثل في بيوت الشباب والفنادق والمخيمات الصيفية ... إلخ، الإستيعاب الطلب السياحي والذي يتطلب وجود إمكانات إيواء تتناسب مع كل نوع من أنواع السياحة؛²

3- النقل والمواصلات : وتمثل في شبكات النقل بأنوعها ويعتبر النقل أحد الشروط الأساسية للسياحة ، فبدون سفر لا وجود للسياحة على عكس بعض الأنشطة الترفيهية التي تمارس في محل الإقامة؛

4- الحرف والصناعات التقليدية :

تعتبر من العوامل المشجعة للسياحة وتساهم في تعزيز الإيرادات السياحية في خلق

¹فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص14.

² علي فلاح الزعبي ، مرجع سبق ذكره ، ص214.

مناصب شغل ، في تونس على سبيل المثال يشتغل بهذه الصناعات أكثر من 40 ألف عامل،

5- التجهيزات المكملة :

إن جلب السياح وإيوائهم وإطعامهم لا يكفي ،فالسائح يريد إستهلاك خدمات سياحية ،والقيام بنشاطات ترفيهية ، الأمر الذي يستدعي تهيئة الموارد السياحية ،بإنشاء تجهيزات ثقافية ورياضية وصحية وتسهيلات مالية وإدارية لتسهيل ترتيبات وفود السياح.

خلاصة الفصل:

حتى أوائل القرن العشرين لم تكن السياحة إلا ترفاً لكبار الأغنياء ،ومحبي المغامرات، وبعض الباحثين والمولعين بحب الآثار، وتعتبر السياحة ظاهرة قديمة قدم الزمان نفسه ووجدت منذ أن شعر الإنسان بالحاجة إلى الراحة والترفيه والرغبة في الإكتشاف ، وشهدت تطورات سريعة ومستمرة تبعا لتطور الرغبات المتزايدة للإنسان ونظم الحياة وأساليبها والتطور العلمي والتكنولوجي مما أدى إلى إتساع نطاقها وتعدد جوانبها وإزدياد أهميتها، فهي عبارة عن نشاط يعرف بكافة الظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مكان المعتاد ، للإقامة فيه قصد الترفيه والراحة والرياضة إلى غير ذلك من الأنواع والخصائص التي تأخذها السياحة.

الفصل الثاني: ترقية السياحة ودورها في تحقيق التنمية السياحية

تمهيد:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة، نظراً لدورها الهام و البارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم, كونها تؤمن موارد إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات, فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة, و عنصراً أساسياً من عناصر النشاط الاقتصادي, وترتبط بالتنمية ارتباطاً كبيراً وتعمل على حل بعض المشكلات الاقتصادية التي تواجهها تلك الدول, ومنها على سبيل المثال مشكلة البطالة التي تعمل التنمية السياحية على تحقيق حدة نسب تفاقمها وذلك بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة, علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البني الأساسي والتسهيلات اللازمة لخدمة السائحين والمواطنين على السواء.

ومن خلال هذا قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: ماهية ترقية السياحة و أهدافها.

المبحث الثاني: السياحة سلاح ذو حدين.

المبحث الثالث: دور السياسة في تحقيق التنمية المستدامة.

المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية و أهدافها.

تشكل التنمية السياحية جانباً مهماً من التنمية الاقتصادية و الاجتماعية فقد أصبح واضحاً و جلياً أن مفهوم التنمية يرتبط بفعالية الطلب السياحي حيث أن زيادة في نمو العائدات السياحية يمثل زيادة في عملية التنمية الأمر الذي يتطلب فيما بعد الاهتمام بالبنية المرتبطة بالعرض السياحي.

المطلب الأول: ماهية التنمية السياحية.

هنالك مفاهيم متعددة للتنمية السياحية, يعبر بعضها عن هدف تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية عن زيادة الإنتاجية في القطاع السياحي باستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية فيذهب بعض الكتاب إلى تعريفها بأنها اتساع قاعدة التسهيلات لكي تتلاقى احتياجات السائحين بينما يضع البعض تركيزاً على جانب العرض وتمثل التنمية السياحية " مختلف البرامج, التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستقرة, و المتوازنة في الموارد السياحية, و تعميق و ترشيد إنتاجية القطاع السياحي, و هي عملية مركبة و متشعبة, تضم عدّة عناصر متصلة ببعضها البعض و متداخلة بعضها مع بعض تقوم على محاولة علمية و تطبيقية و الوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي, الأولية من إطار طبيعي و إطار حضاري و المرافق الأساسية العامة و السياحية من خلال التقدم العلمي و التكنولوجي وربط كل ذال بعناصر البيئة و استخدام الطاقات المتجددة و تنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية.¹ و يذهب دوجلاس بيرس إلى أنه يمكن تعريفها بأنها: مد أو توسيع قاعدة التسهيلات و الخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائح.²

و نعى أيضاً أن السياحة هي الارتقاء و التوسع بالخدمات السياحية و احتياجاتها, و تتطلب التنمية السياحية أن يتدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة في اقرب وقت مستطاع, و من هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الراشدة حتى يمكن للدولة النامية أن تواجه المنافسة في السوق السياحية الدولية, و الجدير بالذكر أن هذه السوق تسودها منافسة قوية بين مناطق سياحية متعددة تقدم إمكانات متجددة لانجذاب السائحين بأساليب متنوعة.³

1- جليلة حسن حسنين, دراسات في التنمية السياحية, بدون طبعة, الدار الجامعية, الإسكندرية, 2006, ص 09.
2- سوق فؤاد عطالله, التنمية السياحية, الطبعة الأولى, دار الوفاء للطباعة و النشر, الإسكندرية, 2008, ص 09.
3- فؤاد بن عضبان, الجغرافيا السياحية, مرجع سبق ذكره, ص 137.

ويمكن تعريف التنمية السياحية أيضا على أنها توفير التسهيلات و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات السياح و تشمل كذلك بعض التأثيرات السياحية مثل إيجاد فرص عمل جديدة وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض و الطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي في المنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة، فالتنمية السياحية هي الارتقاء و التوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة و في اقرب وقت ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من الضروريات للتنمية السياحية الراشدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.¹

التنمية السياحية مفهوم واسع ومتداخل و متفاعل مع برامج مختلفة، يؤدي إلى تقدم ونمو السياحة التي هي جزء من التنمية الاقتصادية للدولة.² كما أن التنمية السياحية تعرف على أنها ذلك التكامل الطبيعي و الوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية و البيئية المتاحة، وتوفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح.

إذا التنمية السياحية هي ذال التكامل بين كافة العناصر الطبيعية منها والبيئية مع توفير كافة التسهيلات وتنمية المنتج السياحي، لاجتذاب أكثر قدر من السياح.

كما أن للتنمية السياحية عدّة إشكال، تعبر عن مدى اهتمام الدولة بقطاعها السياحي وتقدم مسار التنمية السياحية فيها، ومن أهم أشكال السياحة نجد:³

- **المنتجات السياحية:** وتعرف على أنها تلك المواقع والأماكن التي تتوفر فيها خدمات متعددة وأنشطة سياحية متنوعة، بغية توفير جو من الترفيه و الاستراحة.
- **القرى السياحية:** يعتمد قيام السياحة على القرى السياحية، وهي توفير مجموعة من الإمكانيات الطبيعية والمادية كالشواطئ، والموانئ، الجبال، الحدائق العامة، مواقع تاريخية، ملاعب رياضية، هذه المقومات ستهوي السكان لأجل الترفيه عن النفس.
- **منتجات العزلة:** تتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها، وعادة ما تقع هذه المنتجعات في المناطق البعيدة و الأهلية، كالجزر والجبال والوصول إليها يتم من خلال الطرق البرية الضيقة، واستعمال القوارب أو المطارات الصغيرة، ويعتبر هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المنفصلة في اغلب دول العالم.

1- عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندق، دار الولاية للنشر و التوزيع، عمان، 2009، ص133.

2- يحي محمد سعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص38.

3- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2025، أطروحة دكتوراة في نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 2012، 03-2013، ص272.

المطلب الثاني: أهداف التنمية السياحية.

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، وان أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسية، لهذا فان الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان أكمل وجه.¹

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علني بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة، والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم.²

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانيات والجهود العاملة في الحقل السياحي، لان السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة، لذلك فان أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من اجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً ثم تطويرها لتكون مركزاً سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة او عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي، إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لابد من مراعاتها وهي على النحو التالي:

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشأة السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لان جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيُدرُ اربحاً أم لا.

1-مصطفى عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص194.

2- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص198.

- دعم الدولة للقطاع السياحي, عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.
- ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
- تحديد المشاكل التي تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة السوق السياحية المحلية, من اجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلا تهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل, ولكل نماذج الرغبات, بخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود, فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية, فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي, تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.
- مما تقدم نخلص إلى القول أن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية, إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة, وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظراً لارتباط السياحة مع مختلف تلك الأنشطة الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة.
- وباختصار تحدد أهداف التنمية السياحية عادة في المراحل الأولى من عملية التخطيط السياحي, في مجموعة من الأهداف كالتالي:¹

أولاً: على الصعيد الاقتصادي:

- 1- تحسين وضع ميزان المدفوعات.
- 2- تحقيق التنمية الاقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
- 3- توفير خدمات البنية التحتية.
- 4- زيادة مستويات الدخل.
- 5- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.
- 6- خلق فرص عمل جديدة.

ثانياً: على الصعيد الاجتماعي:

- 1- توفير تسهيلات ترقية و استجمام للسكان المحليين.

1- فؤاد بن غضبان, الجغرافيا السياحية, مرجع سبق ذكره, ص 163.

2- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

ثالثاً: على الصعيد البيئي:

1- المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

رابعاً: على الصعيد السياسي والثقافي:¹

1- نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.

2- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

ويمكن أيضاً حصر أهداف التنمية السياحية فيما يلي:

- تنويع وتعدد وسائل الجذب السياحي.
- إخراج المنتج السياحي للأسواق العالمية من خلال العمل على تطويرها.
- جذب الاستثمارات السياحية المحلية والعالمية.
- العمل على خلق التنمية المستدامة وتطوير المجتمعات.
- تطوير أدوات التسويق والترويج السياحي.
- تطوير القطاع الخاص وتشجيعه على الاستثمار في المجال السياحي.
- وضع خطط للحملات الإعلامية المحلية والدولية.
- العمل على تنشيط الحركة السياحية.
- الاهتمام بالمشروعات السياحية ومتابعتها.
- الاهتمام بالعنصر البشري والذي يعد محور أساسي للارتقاء بجودة الخدمات السياحية.
- العمل على نشر الثقافة السياحية محلياً ودولياً ولجميع الشرائح المستهدفة.

1- مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي – حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة تدرج ضمن متطلبات شهادة الماجستير في التسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2009-2010، ص104.

المبحث الثاني: السياحة سلاح ذو حدين

للسياحة مجموعة من الآثار منها ما هو ايجابي وما هو سلبي لاسيما إذا لم تحترم القواعد الأساسية للتنمية المستدامة للسياحة التي تهدف إلى الاستغلال العقلاني للموارد السياحية قصد الانتفاع منها أنياً دون التسبب في إتلافها عن طريق الاستغلال المفرط والفوضوي لها ودون رهن مستقبل الأجيال القادمة. لذا نرى انه من المفيد التعرف فيما يلي عن بعض الآثار الايجابية والسلبية التي تنجم عن التنمية السياحية.

المطلب الأول: الآثار الايجابية للسياحة.

تتمثل آثار الايجابية للسياحة فيما يلي:¹

- تحفيز الأنشطة الاقتصادية الأخرى لأنه كلما زادت تدفقات السياح لاسيما الأجانب كلما زاد الطلب على بعض المنتجات والخدمات مثل الموارد الغذائية والإسكان والنقل بمختلف أشكاله والصناعات التقليدية وكل الأشياء التذكارية.
- الحصول على موارد مالية إضافية بالعملة الصعبة لان السياحة أصبحت تعدّ من بين أهم القطاعات المصدرة للخدمات ويصنف هذا النشاط الاقتصادي في ميزان المدفوعات ضمن الصادرات غير المنظورة كتأمين و الملاحة.
- استحداث مناصب شغل معتبرة لان السياحة تعتمد بشكل رئيسي على العنصر البشري خلافاً لمعظم القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تتجه أكثر فأكثر نحو المكنة والروبوتية حيث أخذت الآلة مكان العامل الشيء الذي ترفضه السياحة لأنه من غير الممكن, على سبيل المثال, استبدال ابتسامة المضيف أو المضييفة أو الخادم في مطعم على مستوى مؤسسة سياحية بابتسامة تصدر عن جهاز آلي.
- السياحة كقطاع خدماتي يساهم في إعادة توزيع الدخل بين الفئات الاجتماعية وبين الريف والمدينة وبين العاملين في القطاعات الأخرى وقطاع السياحة.
- السياحة عامل لتقريب الشعوب وإحتكاك الحضارات ونشر السلم وترقية المبادلات في شتى المجالات.
- السياحة تساهم في تحقيق التوازن الإقتصادي بين مختلف مناطق البلاد وذلك عن طريق إقامة المشاريع السياحية في المناطق الأقل حظاً في التنمية كالمناطق الجبلية والصحراوية والزراعية والتي تتمتع بعناصر الجذب السياحي وهناك آثار ايجابية أخرى يمكن حصرها فيما يلي:

1- صالح موهوب، تشخيص واقع السياحة في الجزائر واقتراح سبل تطويرها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في فرع التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، 2007، ص 44.

- السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية.
 - تعتبر السياحة وسيلة التقاء الشعوب مع بعضها البعض, إذ توفر الاحتكاك المباشر بين هذه الشعوب, وبالتالي انفتاح الشعوب على العالم.
 - تعمل السياحة على تطوير وسائل النقل والمواصلات, وإقامة المطارات والموانئ وشق الطرق.
 - تؤدي السياحة إلى الرفع من المداخل المحققة من الضرائب.
 - تساعد السياحة على ترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي.
 - الحفاظ على الآثار التاريخية وترقيتها.¹
 - تحديد قيمة وأهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية, فالسياحة يمكن أن تقدم الحوافز والمال اللازم لترميم وتجديد الأبنية التاريخية والمنشآت التقليدية كما توفر الدعم للحدائق الوطنية والمناطق المحمية وإدارة الحدائق الصناعية.
 - تجديد قوة العمل وجعلها أكثر فعالية وإنتاجية نتيجة لما توفره السياحة من راحة وإستجمام.
- ومن خلال هذا أيضا يمكننا تناول أهم دوافع النهوض بالسياحة وتعد من الآثار الايجابية للسياحة ويمكن حصرها فيما يلي:²
- أولاً- دوافع طبيعية:** وهي الدوافع التي تتعلق بالراحة والاسترخاء وممارسة الرياضة والترفيه والتغيير وقضاء أوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو سواحل الشواطئ والاستمتاع بالأجواء الطبيعية وبالمناظر الخلابة, وتخفيف حدة الضغوط أو الاستمتاع بإشباع الرغبة في الطعام وتغيير الروتين اليومي.
- ثانياً- دوافع ثقافية:** وهي التي تتعلق بالتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة المعالم الأثرية والمتاحف والاطلاع على حياة الناس وثقافتهم واكتشاف أشياء جديدة ومشاهدة المواقع والمعالم المهنية في العالم, والاستمتاع بالتراث الأدبي والفني وحضور الأحداث الثقافية ومشاهدة الفنون الشعبية, ومشاهدة المواقع الحضارية المهمة والمجهرورة في العالم مثل: تمثال الحرية في نيويورك في وم أوبرج إيفل في باريس, والأهرام في مصر وغيرها.
- ثالثاً- دوافع اجتماعية:** وهي التي تتعلق بالعلاقات الأسرية والأصدقاء, وتحديد الروابط الأسرية, كزيارة أماكن الميلاد ومواقع قضاء الطفولة, وزيادة الروابط الحميمة في تلك

1- نعيم الظاهر وسراب الياقوت، مرجع سبق ذكره، ص 28.

2- هيباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص 38، 39.

العلاقات, كما تتضمن الرغبة في الاتصال بالآخرين سعياً لأداء مهمة أو مصلحة مهنية أو هوايات معينة، وزيارة البلد الأم إن كان السائح يعيش في غير بلده الأصلي .

رابعاً-دوافع صحية: وهي التي تتعلق بالجو والعيش في منطقة مناسبة, في فترات العام أو لطلب العلاج والتداوي والنقاهة والاستشفاء، وذلك بزيارة المنابع والحمامات المعدنية والعيون الكبريتية، أو البحث عن طقس يلائم المريض كأن يبتعد عن الجو البارد بحثاً عن الدافئ أو العكس.

خامساً-دوافع اقتصادية: وهي التي تتعلق بتميز بلد عن الآخر في أسعار الاحتياجات الضرورية لحياة الإنسان, أو العمل على تجهيز الإمكانيات لمشاريع اقتصادية، والأعمال وعقد الصفقات التجارية، كذلك حضور الاجتماعات والمؤتمرات والندوات العلمية والملتقيات.

ومن الحقائق التي تأخذ في اهتمام عند تناول دوافع السياحة هي أن الانيان يدفعه للسفر أكثر من سبب لذا يمكن تقسيم السياحة إلى أربع مجموعات كما يلي:

1- دوافع جسمانية: وتشمل تلك المتعلقة بالراحة الجسمانية والمشاركة في الألعاب الرياضية والترفيه على الشواطئ والتسلية والاستجمام وغيرها من الدوافع الأخرى التي ترتبط مباشرة بالصحة, وقد يكون من الأسباب الأخرى في هذا الصدد توجيهات الأطباء وتوصياتهم بالذهاب إلى المنتجعات على شواطئ البحار والحمامات الصحية أو السفر لإجراء الفحوصات الطبية وغيرها من الأنشطة الصحية العلاجية المماثلة.

تتشترك جميع هذه الدوافع في خاصية مشتركة, وهي تقليل التوتر من خلال الأنشطة البدنية.

2- الدوافع الثقافية: وتشتمل الرغبة في التعرف على الدول الأخرى من خلال ما لديهم من موسيقى وفنون وتراث شعبي ورقص ولوحات فنية وطقوس دينية.

3- دوافع الاتصال بالآخرين: وتشتمل الرغبة في التعرف بناس جدد أو زيارة الأصدقاء والأقارب أو الهروب من روتين الحياة ورتابتها أو من الأسرة والجيران أو توطيد وشائج صدقات جديدة.¹

4- الدوافع الاعتبارية: وتتعلق بالاحتياجات الذاتية والارتقاء بمنزلة الشخص وفي هذا الصدد توجد رحلات تتعلق بالعمل والعادات والتقاليد والدراسة وإشباع الهوايات أو متابعة التعليم, كما يمكن تحقيق رغبة الحصول على التقدير والاحترام والمعرفة والشهرة من خلال السياحة. ومن الآثار الايجابية للسياحة ما يلي:²

1- هباس رجاى الحربي, مرجع سبق ذكره, ص 40.

2-صالح موهوب، مرجع سبق ذكره، ص45.

- السياحة تساهم في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مختلف مناطق البلاد وذلك عن طريق إقامة المشاريع السياحية في المناطق الأقل حظاً في التنمية كالمناطق الجبلية والصحراوية و الزراعية و التي تتمتع بعناصر الجذب السياحي.
- ترقية التراث الوطني والثقافات المحلية في طريق العروض الفنية و الفلكلورية التي تقدم للسياح، تسويق منتجات الصناعات التقليدية، زيارة المتاحف والآثار التاريخية والتعرف على عادات وتقاليد الشعوب.
- تجديد قوة العمل وجعلها أكثر فعالية وإنتاجية نتيجة لما توفره السياحة من راحة واستجمام.
- تثمين المناطق من جراء أعمال التهيئة السياحية وما يترتب عنها من عمليات فك العزلة وانجاز المنشأة القاعدية من طرقات وكهرباء وغاز طبيعي وصرف المياه القدرة وتجميل المحيط وخلق حركة اقتصادية واجتماعية وثقافية.
- السياحة هي العامل لتقريب الشعوب واحتكاك الحضارات ونشر السلم وترقية المبادلات في شتى المجالات.
- سادسا- دوافع رياضية: تتعلق بالمشاركة في الألعاب الأولمبية أو مشاهدتها، والغرض منها ممارسة بعض الرياضات كرياضة التزلج على الجليد أو الماء، وكذلك مشاهدة المباريات الرياضية، أو تشجيع فريق معين .
- سابعا -دافع الإستجمام: ويندرج في الرغبة في الإستجمام والراحة والتمتع بوقت الفراغ بعيدا عن ضغوطات العمل، والبحث عن الهدوء والبعد عن الصاعب التي تواجه الفرد في حياته العملية واليومية، ومشاهدة تالطبيعة والتعرف على خباياها والحيوانات التي تعيش بها.¹

ثامنا -دوافع أخرى :وتكون السياحة هنا لعدة أهداف لم نصنفها سابقا هي كالتالي:²

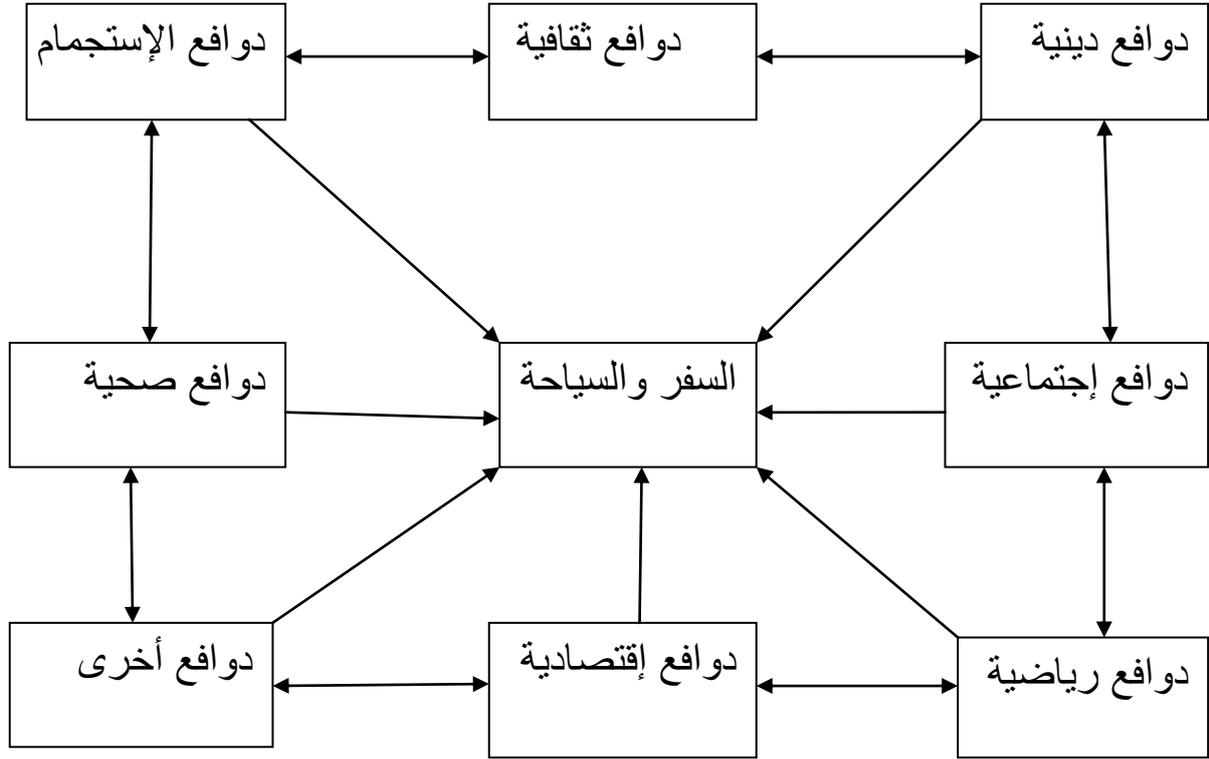
- 1- حب المغامرة
- 2- العلم كدراسة بعض الظواهر .
- 3- حب التفاخر والمباهاة

ونلخص ما سبق في الشكل الموالي:

1- حاسين صكوشي ،مدى مساهمة القطاع السياحي في تطوير الإيرادات العامة *دراسة مقارنة بين الجزائر والأردن 2000-2010، رسالة تدرج ضمن متطلبات الماجستير في تخصص إقتصاد ومالية دولي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية ،2011-2012،ص15.

2- كواش خالد ،أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية،مرجع سبق ذكره،ص79.

الشكل 1-2 : دوافع السياحة والسفر



المصدر: كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص37.

المطلب الثاني: سلبيات السياحة

- إذا كانت للسياحة أثراً الجابية كثيرة متعددة كما أوضحنا ذلك أعلاه فهي لا تخلوا من الآثار السلبية لاسيما إذا لم تراعى السلطات العمومية قواعد التنمية المستدامة, ومن بين الآثار السلبية الأساسية نستطيع أن نذكر ما يلي¹:
- يعد تخريب البيئة الطبيعية من اكبر الآثار السلبية للسياحة فانتشار الفنادق بشكل مكثف على الشواطئ يؤدي بالضرورة إلى إهلاك جزء كبير من البيئة الطبيعية ويقلل من الجانب الجمالي لها خاصة إذا تمت البناءات بطريقة فوضوية ودون مراعاة قواعد وفنون العمران.
 - التوسع السياحي يكون في غالب على حساب الأراضي الفلاحية لاسيما على مستوى السواحل وهنا يتطلب إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع الممكن برمجتها في مجالي السياحة أو الفلاحة قبل اخذ قرار الاستثمار في القطاع المناسب.
 - تدهور بعض المواقع السياحية والاثارية السريعة الإلتلاف مثل الحدائق العامة والمحميات الطبيعية والآثار كالتماثيل والنقوش القديمة على الصخور الحجرية ذات الطابع التاريخي والحضاري كتلك الموجودة في الطاسيلي والهقار وأماكن أخرى من الجزائر والتي تتعرض باستمرار إلى النهب والتخريب وحتى إلى السرقات.
 - السياحة تؤدي إلى بروز التقسيم الطبقي بشكل واضح بحيث تفرق ما بين ذوي المداخل المرتفعة والمداخل المنخفضة وهذا يؤدي إلى ظهور نوعين من السياحة "السياحة الرفيعة والسياحة الشعبية أو الاجتماعية.
 - التدفقات السياحية الكبيرة قد تنجر عنها أفات اجتماعية مختلفة كالأمراض المعدية والسرقه والتجارة بالمخدرات.... الخ .
 - يترتب عن تدفقات السياح الأجانب إلى بلد معين إدخال أنماط إستهلاكية وسلوكات جديدة قد تؤثر على عادات وتقاليد السكان المحليين وتجعلهم يقلدون الأجنبي في طريقة معيشتهم وينسلخون تديجيا عن ثقافتهم الأصلية.
- وهناك بعض الآثار السلبية الأخرى يمكن حصرها فيمايلي:²
- قد تؤدي السياحة إلى حدوث خلل إجتماعي، من خلال تأثير العادات والتقاليد للمجتمعات الغربية على الدول التي تتميز أسرها بالمحافظة.

¹-صالح موهوب, مرجع سبق ذكره, ص46.

²- عوينان عبد القادر, مرجع سبق ذكره, ص33.

- تعمل السياحة على زيادة أسعار السلع والخدمات، من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف، كما يؤدي إلى إرتفاع أسعار السياحة.
 - في الكثير من الأحيان تؤدي السياحة إلى ترك آثار سلبية على البيئة .
 - تعمل السياحة كذلك على نشر الجريمة، وتشجيع على تهريب الآثار، نظرا لإرتفاع أثمانها
 - غياب التوازن بين أجور موظفي قطاع السياحة مع أجور موظفي القطاعات الأخرى، ما يشجع على إنتقال الإطارات إلى اللقطاع السياحي، نظرا للإمتيازات التي يمنحها القطاع السياحي.¹
 - قد تخلق السياحة مشكل للإقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية، بسبب تعرضه للأزمات المختلفة (إقتصادية، أمنية .. الخ).²
- وهناك العديد من الأسباب التي تعرق السياحة سواء خاصة بالسائح أو بالمقومات السياحية وقد تؤدي تلك العوائق إلى عدم السفر على نطاق أوسع أو عدم السفر على الإطلاق، ومن تلك العوائق ما يلي:³
- أولا- عوائق اقتصادية:** من ارتفاع أسعار النقل، إلى الإقامة إلى أسعار المتطلبات الحياتية، وقد أوضحت التجربة التركية وتجاربهما السياحية لا يرجع إلا لتحسين الأحوال الاقتصادية لمجموعة العاملين في الدولة، وكذلك غياب الإستثمارات السياحية ي غياب المشاريع الإستثمارية، بالرغم من توفر الإمكانات الطبيعية إلا أنها لا تستطيع الحصول على التمويل اللازم للمشاريع السياحية.
- ثانيا- عوائق خدمية:** المقصود بها مجمل العناصر اللازمة لإتمام رحلة سياحية ناجحة، شبكة نقل بري متكاملة الخدمات، من توفر طرق ممهدة وصالحة للنقل السريع، استراحات إلى جانبي الطرق وبالمراكز والمواقع السياحية وتوفير مراكز طبية متنوعة ومتاحة، ومراكز تجارية متنوعة وغيرها، فضلا عن خدمات الطريق الواجبة.
- ثالثا- عوائق إدارية أو حاكمة:** المقصود بها عدم توفر ضوابط الحاكمة والمواصفات المقننة والمناسبة لمتابعة أحوال السوق السياحي، واتخاذ الإجراء القانوني المناسب في حالة المخالفة، مع عدم جدية الرقابة (أحيانا) على الأسعار ونوعية الطريق الواجبة.

1 - يسرى دسيس، السياحة، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، ب ط، مصر، 2001، ص89.

2-بوعافية رشيد، أثر تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على القطاع السياحي، المؤتمر العلمي الدولي حول:السياحة رهان التنمية* دراسة حالة تجارب بعض الدول *،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البلدة، يومي 24/25 أفريل 2012، ص13.

3- هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره، ص40.

رابعاً- عوائق إعلامية وثقافية: تلك التي تتمثل في رواج بعض المفاهيم الخاطئة في عقلية بعض المتعاملين, حيث أن استغلال السائح مدعاة لعدم تكرار التجربة، وتراجع الوعي السياحي.

خامساً- عوائق صحية: إن الصحة والمعوقات الجسمانية تجعل كثير من الناس خاصة كبار السن يبقون في منازلهم أو الوطن, دون التفكير في السياحة.

سادساً-عوائق أسرية: إن البدء في تكوين أسرة وخاصة عندما يكون هنالك أطفال صغار, لما يسبب من متاعب في السفر مما يثقل الأسرة في قضية المتابعة لهم أثناء السفر, ويؤدي ذلك إلى بقاء الأسرة في الوطن.

سابعاً-عدم الاهتمام: إن وجود أشخاص ليس لديهم معرفة كاملة بالجهات التي تقصد للسياحة وما يوجد فيها من إشباع حاجة قاصديهم للاستمتاع والترويج من المعوقات التي تؤدي بكثير منهم إلى الأحجام عن السفر.

ثامناً- وجود نوع من عدم الأمان: وهي ما يثار حول مناطق من دون العالم وخاصة ما يوجد فيها انتشار أوبئة أو حروب أو ما يقع من حوادث الطيران أو غيرها ذلك, وفي الحقبة الأخيرة أقام الإرهاب شبحة أمام الناس مما يشكل مانعا من السفر, وربما تجمع تلك المعوقات وقد تزيد أو بعضها لدى أشخاص, وعندما يكون الدافع للسياحة قوياً أن هذه المعوقات يمكن اجتيازها, ولكن قد يكون لها تأثيرها على اختيار الوسائط التي يتم السفر على متنها والجهات التي يتم التوجه إليها.

المبحث الثالث: دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة.

لقد أثبتت تجارب الجديدة من دول العالم أن السياحة دعامة أساسية للتنمية الاقتصادية لكونها قطاعاً مركباً من عدة صناعات كالفندقة والنقل والصناعات التقليدية بالإضافة إلى الأنشطة التجارية المتعددة كنشاط شركات السياحة وشركات التأمين السياحية.

المطلب الأول: أثار السياحة على المستوى الاقتصادي

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى مساهمته في العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية من حيث كونه مصدراً مهماً للدخل بصفة عامة ومورداً من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة كما يعد عنصراً في تنشيط الاستثمار وخلق فرص عمالة جديدة والمساهمة في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان أو تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة.

أولاً- اثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تمثل السياحة احد مصادر العملات الصعبة في ميزان المدفوعات وتقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة من خلال حوصلة الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي الناجمة عن النشاط السياحي الدولي.¹ ويمثل الميزان السياحي قيداً مزدوجاً لحركة السياحة الصادرة والواردة والتي يعبر عنها بالإيرادات السياحية التي تكتب في الجانب الدائن من الميزانية إماً حركة السياحة الصادرة فتكتب في الجانب المدين له والنشاط السياحي بصفة عامة يقوم على حركة سياحية مزدوجة ذهاباً وإياباً بمعنى أن الدولة تكون مصدرة ومستوردة للسائحين في نفس الوقت.

ويؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيراً مباشراً وتتجدد هذه الآثار بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية ام ايجابية وحتى يساهم النشاط السياحي بالآثر الايجابي على ميزان المدفوعات يجب التي يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلسلة المادية والخدمات المستوردة في الحالات التالية:²

- 1- أثناء بناء البنية التحتية للخدمات اللازمة للنشاط السياحي.
- 2- عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية.
- 3- عند بناء أو تشغيل الوحدات الإنتاجية للوحدات السياحية.
- 4- عند اتفاق السائح الأجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلل مستوردة.

¹ - عيبر عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر، ص131.

² - دلال عبدالهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، ب ط، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2006، ص65.

5- عندما يزيد المواطنون من اتفاقهم على السلل المستوردة.

ثانيا- السياحة والعمالة:

يمثل قطاع السياحة مصدراً رئيسياً للتوظيف والعمالة حيث تشير الإحصائيات والدراسات على أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى وتمثل حوالي 8٪ من نسبة التوظيف على المستوى العالمي الحالي.

تشمل السياحة وهي صناعة مركبة الكثير من الصناعات وأوجه الأنشطة التجارية التي لا تزال تعتمد على العامل الإنساني اعتماداً رئيسياً كما تتصل بكثير من القطاعات الإنتاجية الأخرى كقطاع التشييد والقطاع الصناعي والزراعي قطاع البنوك التامين والقطاعات الخدمية الأخرى وقد أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على العمالة وخلصت إلى ما يلي:¹

1- بالنسبة للفنادق توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة.

2- بالنسبة لباقي النشاطات السياحية توفر وظائف جديدة بنسبة 76٪ من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي.

3- بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة تنشأ وظائف بنسبة 100٪ من الوظائف التي توفرها الفنادق والمحصلة النهائية أن السياحة تخلق 2,75 وظيفة لكل غرفة هذا ما كان يخطط لانجاز 100 غرفة فندقية جديدة من عدد الوظائف المترتبة يكون في حدود 275 وظيفة جديدة مباشرة.

إلى جانب كون السياحة كيفية الاستخدام للقوة العاملة هذا عادة ما تكلف فرصة عمل في النشاط السياحي رأس مال مستثمر اقل من المتوسط العام اللازم لخلق فرصة عمل في الاقتصاد الوطني في بريطانيا مثلاً تقدر تكلفة الاستثمار لخلق فرصة عمل في النشاط السياحي، يعني متوسط تكلفة الاستثمار اللازم لخلق فرصة عمل بالنسبة للاقتصاد الوطني في مجموعة.²

ويمكن أن ينجم عن النشاط السياحي أربع أنواع من العمالة:

أ-فرص العمل التي تتحقق عند بناء البنية المادية التحتية اللازمة للنشاط السياحي وكذلك تلك اللازمة لبناء وحدات النشاط السياحي وهي عمالة تتحقق بمناسبة نشاط الاستثمار السياحي.

ب- فرص العمل في النشاط السياحي نفسه أن نشاط إنتاج الخدمات المكونة للخدمات السياحية المركبة يضاف إليها المحلات التجارية المتخصصة في البيع للسائحين.

¹ - حفيظ مليكة، السياحة واثرها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، 2003، ص 168.
² - دلال عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 60، 61.

ج- فرص العمل التي تتحقق في فروع النشاط الاقتصادي التي تغطي نشاط السياحة بمدجلات مادية وخدمية يزيد الطلب عليها من التوسع في النشاط السياحي وهي عمالة غير مباشرة.

د- عمالة محفوزة: تتمثل في العمالة التي تتولد نتيجة الإنفاق السياحي إذ أن زيادة الإنفاق على النشاط السياحي يترتب عليه زيادة فرص العمالة سواء في صناعة السياحة نفسها أو الصناعات المتصلة.¹

ويتوقف تغير السياحة على القوة العاملة في مختلف دول السياحة على مجموعة من المتغيرات:

- حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة وما يتولد عنه من فرص عمل جديدة في هذا القطاع وفي القطاعات القائمة عليه.
- نوعية العمالة التي تولدها صناعة السياحة والتي تتباين بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات والخيارات المتميزة.
- توعية الخبرات المتاحة في الإقليم السياحي ومستوى أدائها.

ثالثا- السياحة والمستوى العام للأسعار:

مما لا شك فيه أن السياحة كغيرها من القطاعات الإنتاجية تزيد من الإنتاج والاستهلاك وتميل الأسعار إلى الارتفاع نتيجة لارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات وخاصة إن لم يستطع المعروض منها مواجهة الطلب عليها وهكذا التركيز الزماني والمكاني في الاستهلاك السياحي يكلف من الطلب على الخدمة السياحية مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار والتي تولد أثراً عاماً أهمها:²

1- بالنسبة لأثارها على الاستهلاك يؤدي ارتفاع الأسعار إلى استبعاد شرائح اجتماعية محلية عن شراء بعض السلع المتاحة في سوق الدولة المصدرة للسياحة لمصلحة السائحين الذين يقدرّون على شرائها.

2- يؤدي ارتفاع الأمان إلى زيادة نفقات الإنتاج في الاقتصاد المنتج للخدمة السياحية ومن ثم الحد من القدرة التنافسية في السوق المحلية.

رابعا- الأثر على الاستثمار في البنى التحتية:

تؤدي التنمية في قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في المطارات والطرق والموانئ والمتاحف والمراكز الطبيعية وغيرها مما يؤدي إلى زيادة مستويات الرفه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء.

خامسا- الأثر المضاعف للسياحة:

¹ - عبير عطية، مرجع سبق ذكره، ص 134.
² - دلال عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 78, 79.

إن الفكرة الأساسية لأثر المضاعف للسياحة هي أن المبلغ العام يدخل قطاع السياحة ويدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات متعددة بحسب قوة هذا الاقتصاد ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السائحين في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى وتفضيل ذلك بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة وتضخم المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة وتستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة في استيراد بضائع وخدمات مما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة.

إلا أن الدخل الأول غالباً ما ينقسم إلى شريحتين:¹

- الأولى تخرج مؤقتاً أو نهائياً من مجارات التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صورة استيراد السلع اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية أو كأرباح للمستثمرين الأجانب.
- أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى نفس التفسير ويتكرر الإنفاق عدّة مرات ولذلك يسمى مضاعف الإنفاق وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل 5 مرات في حين يكون منخفضاً في الدول النامية من 1,2 إلى 2 مرة ويرجع السبب في ذلك إلى اعتماد الاقتصاد الوطني على هذه فكلما حققت المنطقة السياحية التكامل في قطاعات اقل التسرب وارتفاع معدل المضاعف.

سادساً- اثر السياحة على تنشيط حركة المبيعات لبعض السلع:

أقرت بعض الدراسات السياحية لمنظمة السياحة العالمية أن السائحين يحتفلون بجزء من ميزانيتهم في حدود لإنفاق على مشترياتهم من الدول التي يزورونها وذلك لشراء الهدايا التذكارية وبعض المنتجات المحلية وبالتالي كلما زادت الحركة السياحية إلى الدولة زادت معها تلقائياً حركة المشتريات من هذه السلع مما ينعكس على زيادة الإيرادات السياحية من جهة وعلى أسعار تلك السلع من جهة ثانية.

سابعاً- تنشيط الاستثمارات الوطنية والأجنبية:

كون السياحة صناعة مركبة تتضمن عدّة مجالات وأنشطة يجعلها من أكبر المشروعات الإنتاجية جذاباً لرؤوس الأموال الأجنبية والوطنية وتسعى الكثير من الدول النامية ومن بينها الجزائر إلى الاستفادة من الاستثمارات الأجنبية في قطاع السياحة لتغطية العجز

1- عيبر عطية، مرجع سبق ذكره، ص 168.

المسجل فمثلاً كما تجلبه تلك الاستثمارات الأجنبية من مزايا متعددة مثل إمكانية التسويق وتوزيع المبيعات في السوق.¹

ثامنا- أثر السياحة على الإنفاق:

يمكن التعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الإقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها، كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء، الإطعام، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثل إنتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية، ويتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص تجديد الأثاث، تجديد أدوات المطابخ، المغاسل تكييف الهواء، ترميم الفنادق، هذا الإنفاق يمثل إنتقال جزء من دخول القائمين على الصناعة الفندقية إلى عملائهم، الذين يمدونهم بالخدمات والسلع. كم أن جزء كبير من دخل الفنادق ينتقل إلى موردي اللحوم والخضروات والمشروبات والفواكه وسائر مستلزمات الحياة الفندقية اليومية، كما أن هذا الإنفاق يزداد نتيجة زيادة جمال حركة الفندقية .

تاسعا- أثر السياحة على الناتج المحلي الإجمالي:

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي، وبشكل ملحوظ في عدد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء ، وللاشارة فإن بعض الدول المصدرة للبتترول كالدول الخليجية أعطت للسياحة أهمية متميزة ضمن قطاعاتها الإقتصادية ، إذ تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%.

المطلب الثاني: أثار السياحة على المستوى الاجتماعي والبيئي.

تتمثل أثار السياحة على المستوى الإقتصادي والبيئي فيما يلي

أولاً: الآثار الاجتماعية.

السياحة كنشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة والتي تتمثل بالمغريات وعناصر الجذب السياحي فتؤثر فيها سلبياً وإيجابياً لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاثة أطراف وهي السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف مما ينتج عنها العديد من الآثار الاجتماعية التي تؤثر على عادات وتقاليدهم وقيهم ومبادئ المجتمع المضيف سواء بالإيجاب أو السلب.

1- عبير عطية، مرجع سبق ذكره، ص 131.

ويقصد بالآثار الاجتماعية للنشاط السياحي رصد كل السائح الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة والملاحم الخاصة بالسكان وسلوكهم وعلاقاتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد والعنوان والآداب واللغات والأديان.¹ وتحدد النتائج الاجتماعية للنشاط السياحي تبعاً لمجموعة من المتغيرات داخل الدولة السياحية وتمثل في الآتي:²

1- تباين الثقافات حيث تقوم السياحة على حركة أفراد من دولة إلى أخرى (سياحة دولية) أو من موقع إلى آخر داخل حدود الدولة الواحدة (سياحة داخلية) ومن ثم إن التقاء الثقافات المختلفة يعد محددًا للعديد من الآثار الاجتماعية والثقافية سواء الايجابية أو السلبية.

2- السياحة تجربة عابرة تعبر طبيعة النشاط السياحي كتجربة عابرة على دور العديد من الآثار الاجتماعية والثقافة السلبية بصفة خاصة إذ تعد الرحلة السياحية بالنسبة للسائح بتجربة مؤقتة لفترة محدودة تبعد عن الالتزام بالقيم والعادات الخاصة بدولته مما يولد لديه رغبة في تجربة كل ما هو جديد (تناول المخدرات وغيرها) ويساهم في ذلك غياب الوعي لدى السائحين وعدم إيمانهم بثقافات المجتمع المضيف.

3- حجم الدولة المستقبلية للنشاط السياحي والتوزيع المكاني لأنشطة السياحة ومدى قوة الأسس الدينية والثقافية بها.

4- مستوى التطور الاجتماعي لسكان الإقليم السياحي ومدى تأثرهم بالآخرين فكلما كان مستوى التطور عالياً قل تأثير السائح على سكان المقصد السياحي والعكس صحيح.

5- سرعة ازدهار صناعة السياحة فكلما تطورت أنشطة السياحة بصورة متدرجة خلال بعد زمني طويل قلت الآثار الاجتماعية السلبية.

6- مدى توافق الصورة السياحية للمقصد السياحي التي تكونت لدى السائحين من خلال وسائل الترفيه والتسويق من مقومات الجذب الحقيقية إذ انه تزداد الآثار السلبية إذا ما اختلفت تلك الصورة السياحية عن المقومات الحقيقية للمقصد السياحي مما يؤدي إلى ظهور أنماط جديدة من الطلب السياحي، كالسياحة الجنسية.

وتختلف الآثار الاجتماعية والثقافية الناجمة عن حركة السياحة الدولية عن تلك الآثار الناجمة عن السياحة الداخلية كون النوع الأول هو انتقال الأفراد من مقر إقامتهم إلى دولة أخرى ومجتمع يختلف عن المجتمع الأصلي من حيث العادات الأخلاقية واللغة والدين مما يولد بعض الصعوبات والتصرفات عن قصد أو سوء قصدي أما في السياحة

1- محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، ب ط، دار المعارف الإسكندرية، مصر، 1992، ص 241.

2- عيبر عطية، مرجع سبق ذكره، ص 141.

الداخلية فالتقاليد نفسها مما يولد أثارا تكون حتما مختلفة عن الآثار الناجمة عن السياحة الدولية ومهما يكن فإن الآثار إما ايجابية تخدم المجتمع أو سلبية ويجب العمل على تعميم الأولى والحد من الثانية.

أ- الآثار الايجابية:

- تأثير السياحة على الجوانب الثقافية: تعتبر السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب والمجتمعات الدول السياحية حيث تكتسب هذه الدول المعارف والخيارات والمهارات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها كاللغة والأفكار السليمة مما يساهم في رفع مستويات ثقافة السكان الأقاليم السياحية إلى جانب اهتمام مسؤولي هذه البلدان السياحية بزيادة فرص التعليم والتدريب السياحي لتطوير مستوى العرض السياحي لديها.
- **التحول الطبقي:** والمقصود بالتحول الطبقي انتقال بعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من طبقة اجتماعية أدنى إلى طبقة اجتماعية أعلى من خلال ما يحققونه من مكاسب وأرباح ناتجة عن العمل السياحي بمختلف مجالاته فتتغير سلوكيات وأنماط حياة أفرادها تبعا للتغير الناشط في أحوالهم الاقتصادية المترتبة عن السياحة.

- **اثر السياحة على التطور الاجتماعي:** تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر وبالتالي تلعب السياحة دوراً هاماً في توفير الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة للسائحين وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على إكسابهم الكثير من القيم.

ب- الآثار السلبية:

- **اثر السياحة على التركيب الديمغرافي للسكان:** إن نمو صناعة السياحة يؤدي إلى زيادة فرص العمل وارتفاع الدخل في الإقليم السياحي الأمر الذي يؤدي إلى استقطاب أيدي عاملة كثيرة من خارج الإقليم هذه الحركة السكانية تساهم في النمو كما تؤدي الظهور خلل في التركيب السكاني من حيث العمر والجنس لأن هذه الحركة انتقالية حيث تأتي الغالبية العصور من الأيدي العاملة ذات الفئة العمرية الواقعة بين 20 و30 سنة.
- **الخلل الاجتماعي:** حيث يؤدي التوسع في النشاط السياحي إلى ظهور أعراض كثيرة من خلال تغيير العادات والتقاليد الاجتماعية الغربية على مجتمعات بعض الدول المستقبلية للسياحة وخطر اثر اجتماعي أحدثته السياحة الدولية بل وأخطرها على الإطلاق مما يتعلق بالسياحة الجنسية وما صاحبها من انتشار الدعارة التي أصبح لها معقات وليس

فقط إنسانية واجتماعية خطيرة وإنما مشكلة صحية من انتشار مرض نقص المناعة (الايدز).¹

● **التصادم الثقافي:** عادة ما ينشئ عن اختلاف الأفكار والاتجاهات والمعارف واللغة بين مواطني الدول المضيفة والسائحين ومشكلات عديدة يترتب عنها تعارض في الفكرة وتصادم في الثقافة وانفصام بين شخصية كل منهما وانعدام التفاهم بينهما الأمر الذي يحدث شرحاً عميقاً في البناء السياحي للدولة وهذا التنازع قد يمثل تحدياً بناءً للجماعة المحلية إذا كانت معدة في إطار إستراتيجية تنموية تعني إبراز الخصوصية الحضارية للمجتمع المصدر للخدمة السياحية وتقدم الوسائل الفعالة لتطوير الشخصية الوطنية.²

ثانياً: الآثار البيئية.

يشير تاريخ صناعة السياحة إلى مساهمة البيئة بشكل كبير فهي تقدم النشاط السياحي وازدهاره والمقصود بالبيئة كل من البيئة الطبيعية (مناخ, الموارد المائية والتربة والنبات الطبيعي والحيوانات البرية..... وغيرها) وإلى جانب البيئة البشرية التي هي من صنع الإنسان (المباني والمنشآت والمواقع الأثرية التاريخية و البني التحتية) وتعد كل من البيئتين الطبيعية والبشرية عوامل جذب سياحي تساهم في تحديد اتجاه واختبار السائحين للموقع السياحي ونتيجة للنمو السريع فقد تولدت مجموعة من الآثار الايجابية والسلبية على المجتمعات في مختلف المقاصد السياحية.

1) الآثار البيئية الايجابية:

إن التخطيط العلمي السليم للتنمية السياحية يمكن أن ينتج عنه العديد من الآثار الايجابية على البيئة المحيطة بمختلف المقاصد السياحية ومن أهمها:³

(أ) **توجيه الإيرادات السياحية إلى حماية البيئة والحفاظ عليها:** لقد أصبح الاهتمام بحماية البيئة والمحافظة عليها من الانشغالات الضرورية لمختلف الدول السياحية ويرجع ذلك إلى عوامل نسبية أهمها:

● زيادة الاتجاه الاجتماعي لقضاء العطل بالمنتزهات والمناطق المفتوحة للهروب من فوضى المدن وما خلفه النمو الاقتصادي والاجتماعي من الآثار السلبية على المجتمعات بداخلها.

● زيادة الحرص على تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية المختلفة داخل الدولة والمحافظة عليها من التدهور (خاصة الموارد الغير قابلة للتجديد).

● الارتقاء بمستوى جودة مختلف العناصر البيئية.

1- دلال عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

2- حفيظ مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 187.

3- عبير عطية، مرجع سبق ذكره، ص 166.

• الاتجاه العلمي نحو النموذج المستدام للتنمية.

ب) الارتقاء بمستوى الوعي البيئي والوعي السياحي: من خلال

• الحفاظ الذي يرمي إلى الاستغلال المتعقل للبيئة ومن أهم مداخله إحداث توازن بين أعداد السائحين والطاقة الاستيعابية إذ أشارت إحدى الدراسات بأنها تمثل صمام الأمان وسوء استغلال الإدارة السياحية وهي ذات الوقت ضرورية لتفادي الجوانب السلبية.

• الوقاية والتي ترمي إلى حفظ البيئة باعتبارها مخزناً طبيعياً للموارد التي تحتاج إليها.

وهناك آثار بيئية ايجابية يمكن حصرها فيما يلي:

• **المحافظة على المعطيات الطبيعية الهامة:**

إن تطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق في مختلف أرجاء الوطن يؤدي إلى زيادة السياح حيث بدون وجود سياحة يمكن لهذه العناصر أن تستغل لأغراض أخرى يؤدي بها إلى التعرض إلى عوامل ضارة بيئياً خاصة في الدول التي لا تملك الموارد الكافية للحفاظ على البيئة.

• **المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية والمعمارية:**

تساعد السياحة على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية التي إذا لم يتم الحفاظ عليها تؤدي إلى التدهور، فيعتبر السائح عنصر جد مهم في تغطية هذه التكاليف عن طريق الرسوم التي يدفعها.

• **تحسين البنية التحتية:**

من خلال تطوير السياحة التي تساهم في دفع تكاليف البنية التحتية يمكن تطوير خدمات البنية السياحية مثل المطارات، الطرق، المياه، أنظمة التخلص من النفايات..... الخ.

(2) **الآثار البيئية السلبية:**

وتعتبر عديدة ومتنوعة يمكن تلخيصها فيما يلي: ¹

أ- **الملوثات البيئية:**

¹ - بو عقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2006، ص 21، 23.

إن التصميم الغير مناسب للمرافق السياحية والاختبار غير الموفق لمواقع المرافق السياحية يؤدي إلى حدوث مشاكل وأضرار بيئية عديدة , فعلى سبيل المثال إنشاء فنادق على شواطئ البحار مباشرة يؤدي بها إلى الضرر بسبب ملوحة الجو.

ب- الإضرار بالمواقع التاريخية والأثرية:

خاصة إذا لم تتوفر الصيانة المستمرة وإذا غابت الرقابة الدائمة للسياح وسوء استخدام لهذه المواقع.

ج- الاستعمال الغير عقلاني للأرض:

حيث يمكن بناء مرافق سياحية على أراضي زراعية مما يؤدي إلى إتلاف الأراضي الفلاحية

● البناء الفوضوي للهياكل السياحية.

خلاصة:

السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغير المكان تغيراً مؤقتاً وتلقائياً دون أن يكون ذلك لأسباب تجارية أو حرفية والسائح هو من يقوم بزيارة مؤقتة بعيداً عن محل الإقامة الدائمة في مدة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة على أن تكون هذه الزيارة لأغراض سياحية بعيداً عن العمل وتحقيق الربح. فقد أصبحت السياحة من اكبر الصناعات وأسرعها نمواً في العالم مما زاد أهميتها الاقتصادية والاجتماعية لما تدر من عملات أجنبية حيث مثلت أهم بند من بنود الصادرات على مستوى العالم فمثلا عن الأثر المضاعف لإنفاق السياحي بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بكونها قطاعاً كثيف العمالة وذو تشابكات قوية من الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الفصل الثالث: ترقية القطاع السياحي للنهوض بالاقتصاد الجزائري

تمهيد:

في الوقت الحاضر أدركت جميع الدول أن السياحة قطاع إقتصادي واعد،ذلك أنه يساهم في النهوض بالإقتصاد الوطني ، والجزائر واحدة من هذه الدول التي تسعى إلى تطوير هذا القطاع المهم وبالتالي تحقيق النمو الإقتصادي.

ان النهوض بهذا القطاع يتطلب وضع إستراتيجيات ومخططات وكذا الإستثمار العقلاني في هذا القطاع حتى يتم تحقيق الأهداف المسطرة وما تجدر الإشارة إليه هو أنه قد تواجه عملية تطوير هذا القطاع العديد من المعوقات التي ينبغي إتخاذ الإجراءات المناسبة لتحديدها .

وبناء على ماسبق يتم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية :

المبحث الأول: واقع القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني : إستراتيجيات التنمية لترقية السياحة .

المبحث الثالث: معوقات ترقية السياحة وسبل تجاوزها.

المبحث الأول: واقع القطاع السياحي في الجزائر

تتطلب تنمية السياحة توفر مجموعة من الشروط الأساسية ، والتي تتمثل في مقومات الجذب السياحية ومؤشراتها.

المطلب الأول :مقومات السياحة في الجزائر

ترتكز السياحة على مقومات بعضها طبيعي والأخر بشري ومادي أهمها:¹

أولا-الموارد الطبيعية :وتتمثل في ثلاث معطيات وهي كالآتي:

1-المعطيات الجغرافية :

تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الإفريقية،بين خطي طول 9° غرب غرينتش و12° شرقه ،وبين دائرتي عرض 19° و37° شمالا،يحدّها من الشمال البحر الأبيض المتوسط على شريط ساحلي يبلغ 1200كلم²،وشرقا تونس وليبيا وغربا كل من المغرب وموريتانياوالصحراء الغربية ،وجنوبامالي والنيجر،تبلغ مساحتها2.381.741 كلم²،تحتل الجزائر مركزا محوريا في المغرب العربي وإفريقيا والبحر الأبيض المتوسط ،بفضل طابعها الجغرافي والإقتصادي ومميزاتها الإجتماعية والثقافية²

2-المقومات الطبيعية :

يمكن ان نميز في الجزائر منطقتين عن بعضهما البعض وهما:

ا-منطقة الشمال: تقدر مساحته بنحو 400 الف كلم² يغلب عليه الطابع الجبلي ،في سلسلتين متوازيتين،الأطلس التلي والأطلس الصحراوي،اللذين يحصران بينهما منطقة هضبية واسعة ،كما تصف المناخ الجزائري بالمتوسطي أساسا ، وأخر قاري ،هذا ما يجعل الشتاء باردا وقارص ،والصيف حار وجاف

ب-منطقة الجنوب :تقدر مساحته بنحو 2مليون كلم² ، وهو عبارة عن قاعدة صحراوية ،ويمتاز بتضاريسه الهادئةباستثناء المنطقة الشمالية الشرقية ،إن للطبيعة

¹-عبد اللطيف بن ائشنهو،عصرنة الجزائر ،حصيلة وأفاق ،1999-2009،AlphaDesign، الجزائر، 2004 ،ص14.

²-شنيبي عبد الرحيم،مرجع سبق ذكره ،ص85.

الصحراوية ثلاثة صفات رئيسية وهي تتمثل في الهضاب الأرضية وتسمى بالحمادة والدروع، والثانية تتركز في العروق وهي العرق الغربي الكبير والعرق الشرقي الكبير وعرق شاش، والثالثة طبيعة الهقار والتي توجد بها أعلى قمة بالجزائر ، ويمتاز مناخ المنطقة الصحراوية بقلّة كمية الأمطار التي لا تزيد 1500 ملم في السنة وحرارة شديدة في النهار ومنخفضة في الليل، ويسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل، أما الغطاء النباتي فهو متكون أساسا من واحات النخيل.¹

وتقسم الأقاليم في الجزائر إلى الأقاليم التالية:²

❖ الساحل :

يشغل هذا الإقليم شريطا محدودا يتكون من شواطئ صخرية صلبة ،حيث تطل الجبال مباشرة على البحر ،لتعطي الصفة الصخرية التي ساعدت على ظهور الخلجان والموانئ مثل وهران والجزائر وبجاية وتلمسان وعنابة،

❖ الأطلس التلي :

يمتد على شكل مجموعة من السلاسل الجبلية الإلتوائية ،باتجاه جنوب شرق وشمال شرق وتحصر بينهما جيوبا سهلية ضيقة ،أشهرها سهول : ،وهران،متيجة ،عنابة وسهول داخلية مرتفعة واسعة نسبيا في احواض الأنهار والأودية وسفوح الجبال أشهرها سهول : تلمسانت ،سيدي بلعباس ،والسرسو وقسنطينة، وتمتد جبال هذا الإقليم من مرتفعات تلمسان على حدود المغرب حتى جبال سوق أهراس عند حدود تونس شرقا ، والأطلس التلي أكثر إرتفاعا وإتساعا في الشرق منه في الغرب ،ونجد أعلى قمة في جبل الشليا بالأوراس ب2328م وفي جبل لالا خديجة بجرجرة 2308م، وفي الغرب جبال تلمسان ب1843م،

❖ الهضاب العليا :

تمتد على شكل حزام عرضي من الأراضي، يتراوح علوها ما بين 900 و1000متر ،وهي أكثر إرتفاعا في الشرق ،حيث تأخذ أحيانا طابع الجبل ،وبها العديد من المنخفضات أهمها ،سطيف وعين البيضاء وتبسة ،ويشكل العارض التضاريسي

¹ - عبد اللطيف بن اتشهو ،مرجع سبق ذكره،ص15.

² - محمد الهادي لعروق،أطلس العالم والجزائر ،دار الهدى ،الجزائر،2002،ص12.

التمثل في جبل الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والهضاب الغربية، كما تلتقي سلسلة الأطلس التليمع سلسلة الأطلس الصحراوي عند جبال الأوراس،

❖ الأطلس الصحراوي :

هو عبارة عن منظومة جبلية طولها 700 كلم، من فجيج غربا إلى إقليم الزاب شرقا، وتمثل بموقعها وإرتفاعها حدا طبيعيا إنتقاليا بين الشمال والجنوب وحاجزا في وجه رمال الصحراء، وتظم هذه المنظومة الجبلية مرتفعات عديدة شبه متوازية، وأهم تشكيلاتها جبال القصور وبها قمة سيدي عيسى 2238م، جبال العمور 1930م وجبال أولاد نايل 1600م والزيان وجبال الأوراس 2380م،

❖ الصحراء:

إقليم شاسع، أغلب تكويناته صخور قديمة بركانية، تمتاز بالإنبساط وأهم التشكيلات التضارسية للصحراء هي:¹

✓ **نطاق الهضاب الصخرية :** تحتل مناطق وسط الصحراء أهمها، هضبة تادميت

836متر فوق مستوى سطح البحر، وحمادة تينهرت قرب الحدود الليبية وحمادة الذراع غرب تندوف، هذا النطاق تكويناته صلبة، تغطيها صخور جيرية رملية على شكل صافئ طبقي تسمى الحمادة،

✓ **نطاق المنخفضات :** تقع في الشمال الشرقي حيث منخفض ملغيغ 32متر تحت

مستوى سطح البحر وهناك تنتشر أهم واحات الجزائر، وادي ريغ، وادي سوف والزيان،

✓ **نطاق المرتفعات:** في الجنوب الغربي للصحراء في منطقة التاسيلي، أغلب تكويناته

الجبلية ناتجة عن اضطرابات بركانية، وهي شاهقة الإرتفاع 2254متر، متقطعة بها وادي جرات الذي يشكل معلما أثريا وسياحيا عالميا، حيث رسومات التاسيلي القديمة، وفي منطقة الهقار الشاسعة، حوالي 0.5 مليون كلم²، المكونة من الصخور البركانية، توجد بها أعلى كتلة الأتاكور شمال تمنراست في تاهاث 2918متر وهي أعلى إرتفاع في الجزائر،²

¹- نفس المرجع السابق، ص18.

²-كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص111.

✓ **نطاق الرمال:** وهو عبارة عن سهول تحتية تغطيها الرمال ،تشمل أكبر أجزاء الصحراء وأهم أشكالها:¹

■ **الرق:** هو سهل صخري يغطيه الحصى ، أو أحواض منخفضة ملئتها السيول الجارفة بالرواسب الصخرية وهي صالحة للحركة ،حيث تشكل مسارات العديد من الطرق الصحراوية ،

■ **العرق:** هو سطح واسع الأطراف ،تغطيه كثبان رملية يتراوح إرتفاعها ما بين 260 و500 متر ،وتنتشر بكثافة في الشرق الممتد من الحدود التونسية ،حتى المنخفض الذي يفصل تادميت والمنيعية بالإضافة إلى العرق الغربي الممتد ما بين بني عباس والمنيعية وعرق الشاش وأيقدي

3-المناخ:

تظهر ثلاث نطاقات مناخية رئيسية ،لها بصمات مميزة ،تمتد على شكل نطاقات عريضة من الغرب إلى الشرق ،ومرتبة من الشمال إلى الجنوب كالآتي:²

أ- **مناخ البحر المتوسط:** يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب ،من القالة إلى تنس ،وهو نطاق ضيق مقارنة بإتساع مساحة الجزائر ،طقسه معتدل ويتميز بفصلين ،الأول ممطر ودافئ وطويل وهو الشتاء ، والثاني جاف وحار وقصير ،وهو الصيف ويمكن التميز ضمن هذا النطاق بين:

✓ **النوع المتوسطي الرطب :** هذا النوع محصور في الشرق ويشمل قسما من منطقة القبائل في ناحية جرجرة ويمتد إلى القل ،وهو أكثر رطوبة ،حيث يزيد معدل المطر عن 1000ملم في الجرجرة والبابور، وحوالي 2000ملم في القل ،حيث توجد منطقة الزيتون ،أكثر مناطق الجزائر مطرا بنحو 2443ملم/سنة ،كما تدوم الثلوج في هذه المنطقة لفترة تزيد عن 10أيام في السنة،

✓ **النوع المتوسطي شبه الرطب:** غطي باقي مناطق التل بمعدل مطري يبلغ 700ملم/سنة يشمل المنحدر الجنوبي من التل القسنطيني وجبال البيبان والأطلس والقسم الشرقي من الظهرة إلى تنس ،

ب- **مناخ الإستبس:** يغطي الهضاب العليا وهو مناخ إنتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ،وهنا تبدأ ملامح المناخ المتوسطي في الإنحصار تدريجيا من

¹-كواش خالد ،أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية ،مرجع سبق ذكره،ص114.

²-شنيبي عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره،ص87.

الشمال لتفسح المجال للمناخ الجاف ، المتميز بالظروف القارية ، فأمطار تتراوح بين 300 و500 ملم/سنة، فهي غير منتظمة والفوارق الحرارية الشهرية متطرفة ،الهضاب العليا الشرقية شبه جافة مناخها قاري (50 يوم جليد في السنة و30 سيروكو) ، وهو من النوع القاري المتميز بفصل بارد طويل وأحيانا رطب إزيمتد من شهر أكتوبر إلى شهر ماي ،حيث يسجل درجات حرارة معدومة وأحيانا تحت الصفر في بعض المناطق،بقية الأشهر تتميز بالحرارة والجفاف بدرجات تتجاوز ال30°، أما الهضاب العليا الوسطى والغربية تحت الجافة ،فالأمطار فيها أقل كمية وإنتظاما فلا تزيد عن 400 ملم/سنة،

ج-مناخ الصحراء: يغطي أوسع أنحاء الجزائر ،ويشكل الأطلس الصحراوي الحد المناخي الفاصل بين شمال وجنوب البلاد ،الأمطار قليلة وغير منتظمة ،نقل عن 200ملم/سنة والجو جاف ،والحرارة مرتفعة ،والفوارق الحرارية اليومية والفصلية مرتفعة بإستثناء منطقة الهقار المتأثرة بالمناخ المداري ،حيث الأمطار تسقط صيفا والحرارة أكثر اعتدالا.

4-المعطيات النباتية: يعكس الغطاء النباتي ، الظروف المناخية وخصائص التربة السائدة في الجزائر ،التي تشكل العناصر الأساسية في رسم الصورة النباتية ،حيث ينتشر نحو 3300 صنف نباتي منها640 من الأصناف النادرة عالميا ،وتتوزع الأقاليم النباتية في الجزائر عل النحو الآتي:¹

أ-إقليم المتوسط: يغطي الأراضي المحصورة بين السفوح الجنوبية للأطلس التلي وساحل البحر المتوسط ،ويعتبر من أنى أخصب الأراضي في الجزائر ،وتغطي هذا الإقليم غابات مساحتها 3.8 مليون هكتار ،منها 650 ألف هكتار غابات طبيعية ، و550 ألف هكتار غابات غير طبيعية ،ففي المرتفعات الساحلية نجد غابات الصنوبر البحري على مساحة 700 ألف هكتار ،وشجر البلوط500 ألف هكتار،والفلين 440 ألف هكتار ،وكلما تسلقنا المرتفعات وجدنا غابات الزان والبلوط الأخضر ،وعلى تخوم الهضاب العليا وفي المرتفعات التي تزيد عن 1300م،نجد غابات كثيفة من الأرز على إمتداد 30 ألف هكتار.

¹-محمد الهادي لعروق،مرجع سبق ذكره،ص12

ب- إقليم السهوب : هو إقليم إنتقالي ،بحكم موقعه بين إقليم المتوسط والصحراء ،وتنتشر في تخومه الشمالية أشجار الزيتون ،وفي تخومه الجنوبية الدرين وبتراوح في هذا الإقليم معدل التساقط ما بين 300 و500ملم/سنة،الذي يكون أساسا في الشتاء،وفترة الجفاف فيه طويلة والحرارة أكثر إرتفاعا،وتظهر التشكيلات النباتية فيه على شكل تجمعات كثيفة أو مفتوحة من الاعشاب والحشائش القصيرة والشجيرات في المناطق غير الصالحة للزراعة ،حيث يعتبر هذا الإقليم نطاق المراعى الطبيعية الأول في الجزائر ، وأهم الأنواع النباتية السائدة فيه الحلفاء بنحة 4ملاين هكتار.

ج- إقليم الصحراء:يقنصر الغطاء النباتي في هذا الإقليم على النباتات المتألفة مع الجفاف وإرتفاع الحرارة ،كما أن أنواع النباتات محدود لا تتجاوز بضعة أنواع ،وأهمها النخيل ، والدرين والعناب والطرفة والسنت.

ثانيا-الموارد من صنع الإنسان :ونقصد بها البنية التحتية وتنقسم بدورها إلى المواصلات والإتصالات

1-النقل والمواصلات: تعد من بين أهم العوامل الأساسية والبنى التحتية لتطوير السياحة وللمواصلات ثلاثة أشكال في الجزائر هي :¹

أ- النقل البري: هي شريان الحياة الإقتصادية في الجزائر ،ويبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

✓ الطرق الوطنية 22000كلم

✓ الطرق الولائية 26000كلم

✓ الطرق الثانوية 42000كلم

اما الطرق في طور الإنجاز تبلغ 3200كلم المعروفة بالطريق السيار شرق غرب كما تبلغ شبكة السكك الحديدية 4200كلم تتكون من:

✓ 1435كلم شبكة عادية.

✓ 1055كلم شبكة ضيقة.

✓ 305 كلم شبكة مزدوجة.

✓ 299 كلم شبكة كهربائية

¹-شنيبي عبد الرحيم ،مرجع سبق ذكره،ص89.

ومن أجل تسيير هذه الشبكة تمتلك بلادنا 191 محطة و217 موقف.

ب- النقل البحري: تتوفر الجزائر على 13 ميناء للإستعمالات المختلفة وعدد كبير من الموانئ الصغيرة الخاصة بالصيد والإستجمام، وهناك 5 مؤسسات وطنية تنشط في مجال النقل البحري، وترتبط الجزائر بنحو 60 بلدا، وميناءين متخصصين في نقل المحروقات أرزيو الجديد، وسكيكدة شرق، و10 موانئ للصيد

ج- النقل الجوي: يؤدي دورا هاما في حركة نقل المسافرين، ويوجد في الجزائر 31 مطار دولي، وتصل الجزائر بالعديد من المطارات الأوروبية من خلال 37 إتجاه أوروبا، بالإضافة إلى الخطوط الداخلية، وتضمن شركة الخطوط الجوية نقل حوالي 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع.¹

2- الإتصالات: عرف قطاع الإتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الإتصالات السلكية واللاسلكية، إذ أصبح الهاتف وشبكة الأنترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام (ADSL) فيها ما يقارب 5 ملايين مشترك في سنة 2005 بنسبة 90%، و2 مليون مشترك لإتصالات الجزائر في نفس السنة، وكذا دخول المتعامل الثالث "نجمة" للسوق الجزائرية، والذي حقق و الأخر نتائج جد إيجابية، ويبلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال 65.8% من عدد المشتركين في الهاتف الثابت، وقد شملت التغطية للمشاركين أوراسكوم، وإتصالات الجزائر، كل ولايات الوطن ومعظم الطرق الوطنية وذلك إلى غاية عام 2005، وهناك جهد من طرف المتعامل الثالث لبلوغ نفس الأهداف، كما ساهم إنجاز مشروع 500 ألف خط من طرف إتصالات الجزائر في سنة 2004، إلى رفع مستوى العرض ومستوى الخدمات، كما أعطى بداية للمنافسة من خلال المكالمات أو الخدمات المجانية المقدمة والرسوم، وأسواق الإتصالات في الجزائر، صارت أكثر تنافسية لفائدة المستهلكين والمستعملين وأصبحت وسائل المهاتفة متوفرة وشبكات الأنترنت.²

1- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات التصادية * حالة الجزائر *، مرجع سبق ذكره، ص117.

2- عبد الطيف بن اشنهو، مرجع سبق ذكره، ص17.

المطلب الثاني : مؤشرات السياحة في الجزائر

سنحاول الوقوف على المؤشرات الحالية للسياحة في الجزائر، من خلال دراسة وتحليل طاقات الإيواء والتدفقات النقدية والبشرية¹

1- طاقات الإيواء السياحي:

عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها الجزائر تطور معتبر بعد الإصلاحات الإقتصادية التي قامت بها الدولة عرف القطاع السياحي إنتعاشا ملحوظا في طاقات الإيواء، وبمقارنة تطور السياح الوافدين إلى الجزائر بتطور طاقات الإيواء خلال الفترة 2005-2012 من حيث معدلات إستغلال الماكن إلى جانب تطور عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة من سنة إلى أخرى وتطور تبعا لذلك عدد الأسرة والجدول التالي يبين حصيلة مؤشرات الطاقة الإيوائية للجزائر خلال الفترة المشار إليها.

الجدول 3-1: حصيلة المؤسسات الفندقية إلى عدد الأسرة المتوفرة للفترة 2005-2012

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
عدد الفنادق والمؤسسات المشابهة	1105	1134	1140	1147	1151	1152	1184	-
عدد الأسرة (الماكن)	83895	84869	85000	85876	86383	92377	92737	96497
معدل إستغلال الأماكن	67.3	68.2	67.0	68.0	69.2	70.2	82.2	-

المصدر: عوينان عبد القادر، مصطفى طويطي، تشخيص واقع الإستثمار السياحي بالجزائر، التحديات، الأليات والمتطلبات، مداخلة حول: مقومات وتحديات الإستثمار السياحي في الجزائر، جامعة البويرة، بدون سنة، ص11.

1- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد الأول، صص 224-225.

2- التدفقات السياحية والنقدية:

شهدت التدفقات السياحية تذبذبات في الفترة الممتدة من سنة 1990 إلى غاية 2000 نظرا للظروف والأحداث التي شهدتها الجزائر خلال تلك الفترة، وعرفت النشاطات السياحية في الجزائر تباطؤ ملحوظا وهذا مراده لعدة أسباب أهمها:¹

✓ الأسباب الأمنية التي عرفتها البلاد خلال العشرية.

✓ نقص القدرات الإستقبال ذات المستوى العالي.

✓ نقص وغياب النشاطات السياحية الجزائرية.

كل هذا أدى إلى تراجع إجمالي قدره 35% وقصر مدة مكوث السواح الأجانب إلى السنتين في المتوسط، وعليه سنحاول تحليل التدفقات السياحية والنقدية خلال هذه الفترة 1995-2011

1- مفاتيح يمينية، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة *حالة إقليم الهقار*، رسالة تدرج ضمن متطلبات الماستر في تسويق الخدمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2011-2012، ص9.

الجدول 3-2: تطور توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 1990-2011

السنة	السواح الأجانب	الجزائريين المقيمين في الخارج	المجموع
1995	97648	521928	619576
1996	93648	511477	605125
1997	94832	539920	634752
1998	107213	571235	678448
1999	174611	607675	782286
2000	175538	690446	865994
2001	175528	705187	880715
2002	196229	735915	932144
2003	251145	861373	988060
2004	304914	865157	1112518
2005	368562	831438	1200000
2006	420000	480000	1400000
2007	570189	1169802	1740000
2008	557000	1215000	1772000
2009	655810	1255696	1911506
2010	645987	1415509	2071496
2011	901642	1493245	2394887

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة 2012.

3- التشغيل :

كان عدد عمال القطاع السياحي لا يتجاوز 10054 عامل سنة 1985 ، وبلغ سنة 1999 حوالي 12067 عامل ، والجدول الموالي يوضح تطور العمال في القطاع خلال الفترة الممتدة بين 1990-1999

الجدول 3-3: تطور عمال القطاع السياحي خلال 2000-2011

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

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة 2012.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد عمال القطاع السياحي عرف تزايد مستمر

المبحث الثاني: إستراتيجيات التنمية للترقية السياحية

تعد السياحة وستبقى محركا طويل الأمد النمو الإقتصادي لأي بلد، وعلى هذا الأساس وضعت الجزائر إستراتيجية شاملة مستقبلية للوقوف على خارطة السياحة العالمية، بحيث سننطلق إلى الإستثمار السياحي في الجزائر والمخطط 2025 للتهيئة السياحية.

المطلب الثاني: الإستثمار السياحي في الجزائر

شرعت الجزائر في إحصاء ثروتها السياحية بغية إستغلالها وجعلها تساهم في عملية التنمية، تجلى ذلك ن خلال صدور الميثاق السياحي الأول عام 1966 الذي حدد أهداف التنمية السياحية، وتزامن ذلك مع التحضير لأول مخطط تنموي الذي شرع في تنفيذه عام 1967 لتتوالى بعده العديد من المخططات التنموية المتمثلة فيمايلي:

1- الإستثمارات السياحية في المخطط الثلاثي (1967-1969)

إن الإستثمارات السياحية كان إنجازها حكرا على القطاع العمومي وحده دون فتح المجال للقطاع الخاص، ولقد تم إنجاز العديد من المشاريع الإستثمارية خلال المخطط الثلاثي، إذ إستهدف هذا المخطط إنجاز وتهيئة القاعدة السياحية، كبناء الفنادق وهايكل الإستقبال، تكوين اليد العاملة والإطارات السياحية بإنشاء معاهد للتكوين السياحي والفندقي والقيام بالدراسات الضرورية والكافية لتحديد المناطق السياحية

وبخصوص تهيئة الشروط الضرورية لتنمية سياحية بعيدة المدى ضمن مخططات تنموية لاحقة، كان الهدف من هذا المخطط هو إنجاز 13081 سرير، وذلك لتوير السياحة الشاطئية والصحراوية خاصة، دون إهمال الأشكال الأخرى للسياحة (المعدنية والحضرية).¹

والجدول التالي يبين حصيلة البرنامج الثلاثي 1967-1969.

¹- خالد كواش، مكانة وأهمية القطاع السياحي في النشاط الإقتصادي *حالة الجزائر*، مرجع سبق ذكره، ص99.

الجدول 3-4: حصيلة البرنامج الثلاثي 1967-1969

العمليات المقررة	عدد الأسرة المبرمجة	النسبة المئوية(%)	عدد الأسرة المنجزة	النسبة المئوية(%)	عدد أسرة العجز	النسبة المئوية(%)
محطات شاطئية	6766	51.7	2406	35.5	4360	64.5
محطات حضرية	1650	12.6	254	15.7	1396	84.3
محطات صحراوية	1818	13.9	286	15.7	1532	84.3
محطات معدنية	2847	21.8	0	0	2847	100
المجموع	13081	100	2964	22.5	10135	77.5

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

إن الإنجازات المحققة فعليا في هذا المخطط الثلاثي كانت ضعيفة جدا مقارنة بما كان من المقرر إنجازه وهذا يعود إلى عدة أسباب أهمها:¹

- ✓ ضعف التأطير البشري في السنوات الأولى للإستقلال ونقص اليد العاملة المؤهلة المتخصصة في المجال الفندقي ;
- ✓ غياب شركات متخصصة تشرف على عمليات الإنجاز ;

¹- بليل فدوى، دور التحفيزات الجبائية في جلب الإستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، رسالة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير فرع الإقتصاد والمالية الدولية، كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2011-2012، ص82.

✓ عدم السماح للقطاع الخاص بالمساهمة في التنمية السياحية عن طريق فتح المجال أمامه في ميدان الإستثمار.

2- الإستثمارات السياحية خلال المخطط الرباعي الأول (1970-1973)

بالإضافة إلى ماتبقى من المخطط التنموي الثلاثي قد سطرت الوزارة المعنية خلال هذا المخطط أهدافا ترمي إلى تحقيق إنجاز 14840 سرير جديد إضافة إلى العجز المسجل في المخطط السابق والبالغ 8954 سرير، أي ان البرنامج الإستثماري الإجمالي أصبح يتضمن 23794 سرير حيث خصص غلاف مالي لهذا البرنامج بلغت قيمته 700 مليون تمثل 2.5% من إجمالي الميزانية للمخطط، والجدول التالي يبين توزيع المبالغ على المشاريع السياحية.

الجدول 3-5: توزيع ميزانية السياحة خلال المخطط الرباعي الأول (1970-1973)

المشاريع	المبالغ (مليون دج)	النسبة المئوية %
المشاريع المتبقية	420	60
المشاريع الجديدة	280	40
دراسات التهيئة القاعدية	44	15.7
فندقية	221	78.9
النقل	15	5.3

Source :ministère du tourisme :Bilan du développement touristique 1972-1977,p9.

وعموما فإن نسبة الإنجاز المحققة في المخطط الرباعي الأول في المجال السياحي، كانت ضعيفة جدا، ويعود ذلك إلى عدة عوامل أهمها مايلي:¹

✓ تداخل المشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي مع المشاريع الجديدة، مما أدى إلى عدم التحكم في التسيير، وضعف المراقبة والمتابعة .

¹- بوعقلين بديدة ، مرجع سبق ذكره،ص110.

✓ ضعف حصة الميزانية الموجهة للإستثمارات السياحية مما أدى إلى تحمل تكاليف إضافية دون تحقيق الأهداف المسطرة.

3- الإستثمارات السياحية خلال المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)

تعد الاهداف المسطرة في هذا المخطط طموحة جدا لأن المر كان يتعلق خلال هذه المرحلة بإنجاز برنامج إستثماري يهدف إلى رفع سعة الإيواء السياحي للقطاع العمومي إلى 80000 سرير من خلال 51 مشروع سياحي أي حوالي ضعف البرامج المبرمجة خلال المخطط الرباعي الأول، ولقد إرتفعت ميزانية الدولة إلى 116600 مليون دج، وكان نصيب القطاع السياحي منها حوالي 1500 مليون دج بنسبة 1.3% والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول 3-6: توزيع الإستثمارات حسب القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني (1977-74)

النسبة %	المبالغ	القطاعات
41.2	48000	الصناعة
14.2	16600	الزراعة
13.3	15521	المرافق الأساسية
08.5	9947	التعليم والتكوين
05.6	6490	النقل
12.6	14680	الهيكل الإجتماعية
01.3	1500	السياحة
01.2	1399	التجهيز الإداري
02.1	2520	القطاعات الأخرى
%100	116667	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية -1974-

بعد إنتهاء مرحلة المخطط الرباعي الثاني ، قررت الدولة تخصيص سنتي 1978 و1979، إلى إستكمال ماتبقى من المشاريع المسطرة في المخططات السابقة ووضع تقييم عام للوضع الاقتصادية للبلاد تحضيراً لرسم سياسة جديدة مستوحاة من

التجربة السابقة وأخذة بعين الإعتبار المعطيات الجديدة لتطور الإقتصادي على المستوى العالمي، الجهوي، والمحلي¹.

ولقد تم تخصيص مبلغ 328.5 مليون دج، وتم إنجاز 860 سرير لتصل الطاقة الإجمالية التي تتوفر عليها الجزائر في نهاية 1978 حوالي 8820 سرير .

والجدول التالي يبين حصيلة المخطط الرباعي الثاني

الجدول 3-7: حصيلة المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)

العمليات المنجزة	عدد الأسرة	النسبة المئوية
محطات شاطئية	3400	38.54
محطات صحراوية	800	9.07
محطات حضرية	2620	29.70
محطات مناخية	300	3.40
محطات معدنية	1700	19.27
المجموع	8820	100

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة

4- الإستثمارات السياحية في المخطط الخماسي الأول (1980-1984)

عرفت مؤسسات القطاع السياحي حتى سنة 1979 مشاكل تسيير عويصة، مما أدى إلى عدة نقائص في السياسة السياحية بسبب غياب نظرة شاملة لتنمية القطاع، ولقد تم وضع المخطط الخماسي الأول الذي كان يهدف أساسا في مجال الإستثمار إلى إستكمال المشاريع قيد التنفيذ المتبقية، وخصص لهذا المخطط غلاف مالي قدر 3.4 مليار دج للقطاع السياحي من أصل 400 مليار دج أي بنسبة 0.85% بحيث شهدت هذه النسبة تراجع مقارنة بالمخططات السابقة، ووزعت هذه المبالغ كمايلي :

✓ 1.6 مليار دج لإتمام ماتبقى إنجازة.

¹ - صالح موهوب، مرجع سبق ذكره، ص73.

✓ 1.8 مليار دج لإنجاز مشاريع جديدة.

إن تنمية القطاع السياحي في هذا المخطط تأخذ بعين الإعتبار الأهداف التالية:¹

- ✓ إحداث مناصب شغل
- ✓ زيادة المداخيل من العملة الصعبة وذلك بتنمية السياحة الدولية
- ✓ المساهمة في تشغيل عقلائي للتراب الوطني لتنمية السياحة الداخلية

والجدول التالي يوضح الأنجازات التي تمت في نهاية هذا المخطط:

الجدول 3-8: حصيلة المخطط الخماسي الأول (1980-1984)

المنتجات	عدد الأسرة المبرمجة	النسبة المئوية %	عدد الأسرة المنجزة	النسبة المئوية %	عدد أسرة العجز	النسبة المئوية %
شاطئي	12850	25.25	4035	31.4	8815	68.60
صحراوي	6200	12.18	2144	34.58	4056	65.41
حضري	20000	39.30	1148	5.74	18852	94.26
مناخي + معدني	8830	17.35	2000	22.65	6830	77.35
أخرى	3000	5.89	/	/	/	/
المجموع	50880	100	9327	18.33	38553	75.77

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة

5- الإستثمارات السياحية خلال المخطط الخماسي الثاني (1985-1989)

تمحورت أهداف هذا المخطط إلى السياحة الداخلية مع الشروع في تنفيذ برامج خاصة لإستقبال السياح الأجانب وكانت أيضا هذه الفترة تتركز حول العناصر التالية:²

- ✓ متابعة سياسة التهيئة السياحة قصد التوصل إلى رسم مخطط وطني توجيهي شامل

¹-تقرير عام للمخطط الخماسي الأول (1984-80)، ص184.

²- تقرير عام للمخطط الخماسي الثاني (1984-1989)، ص68.

- ✓ لامركزية الإستثمارات حيث تخلت الوزارة عن هذه الوظيفة لصالح المؤسسات الإقتصادية السياحية المعنية، وتنوع المتعاملين مثل: الجماعات المحلية، القطاع الخاص، ومؤسسات عمومية أخرى
- ✓ التحكم في الطلب المتنوع
- ✓ تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية

المطلب الثاني : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025

سطرت الجزائر إستراتيجية وطنية للعرض السياحي تعتمد عليها حتى أفق 2025 من أجل القيام بالقطاع السياحي ووضع مخطط توجيهي، ويشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وهو مخطط تقف الدولة إلى جانبه، المخطط هو بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لأفق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات .

أولا- الاهداف الإستراتيجية للمخطط:

تتمثل في :¹

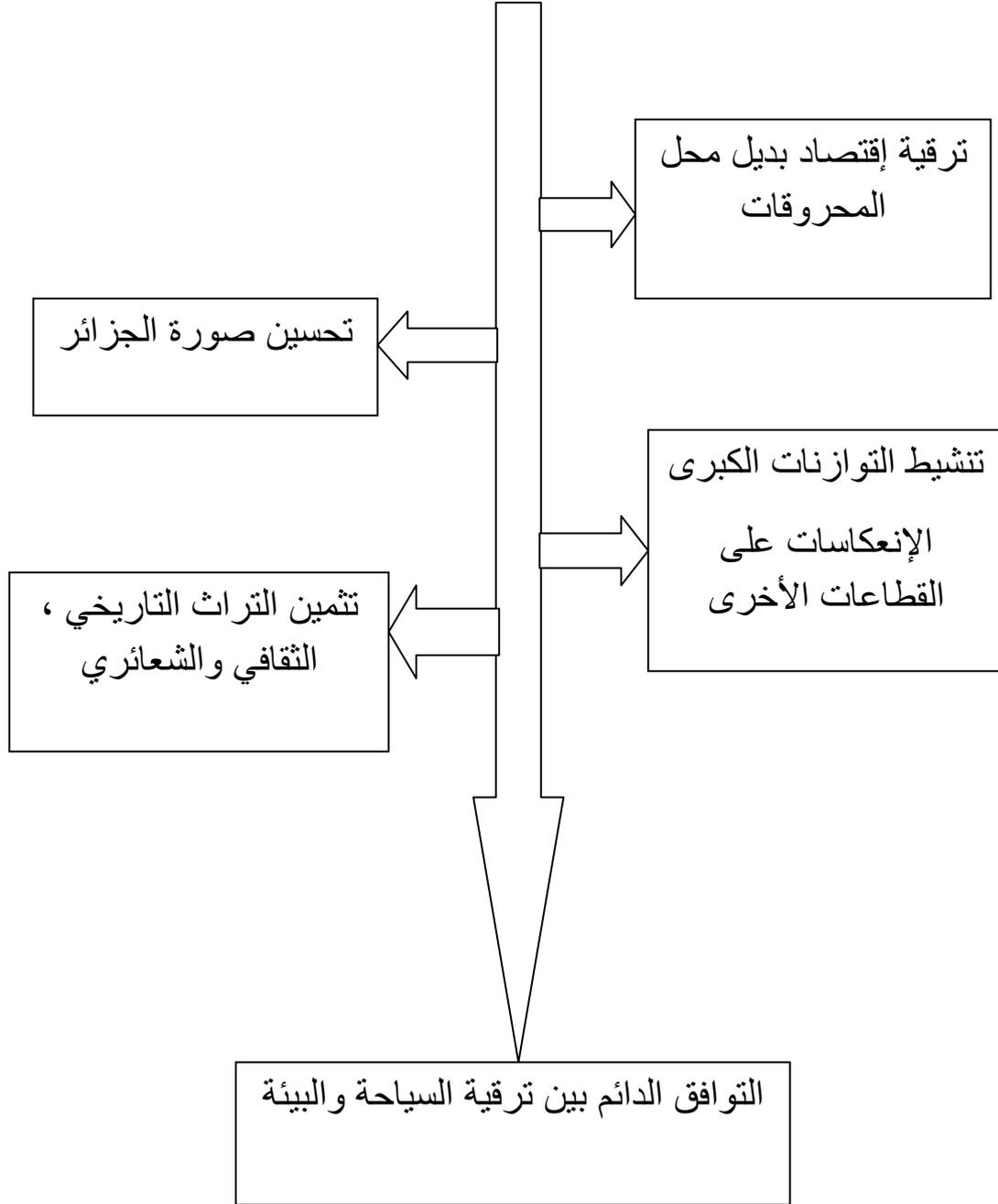
1-الأهداف العامة : تتمثل في الأهداف الخمسة للمخطط

- ✓ توسيع الأثار المترتبة عن تطوير القطاع إلى القطاعات المرتبطة (الصناعة التقليدية، النقل، التشغيل، الخدمات)
- ✓ التوفيق بين الترقية السياحية والترقية البيئية
- ✓ تحسين التوازنات الكلية (التشغيل، الميزان التجاري والمالي، الإستثمار)
- ✓ تثمين الطاقات الثقافية والدينية والتاريخية والعشائري، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة .

¹-وزارة تهيئة الليم البيئية والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفق 2025، ص22-24.

✓ التحسين الدائم لصورة الجزائر ، بحيث يرمي البرنامج ألى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون إتجاه السوق الجزائري

الشكل 3-1 : الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)2025



المصدر : وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الكتاب رقم1:تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ،جانفي 2008،ص24.

2- الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015:

يمكن تلخيص الأهداف المادية لهذه المرحلة في الجدول التالي:

الجدول 3-9: خطة الأعمال السياحية لأفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7	2.5
عدد الأسرة	84869	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 الى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008، ص18.

3- المشاريع ذات الأولوية للقطاع السياحي : تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في:¹

- ✓ فنادق السلسلة : عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب: 29286 سرير
- ✓ عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي،
- ✓ إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بإمتياز.

1- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة * حالة الجزائر*، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة باتنة، 2009-2010، ص131.

المبحث الثالث: معوقات تنمية السياحة وسبل تجاوزها

ليس سراً إن عملية التنمية السياحية في الجزائر تعيق طريقها مجموعة من المشاكل وجب معرفتها أولاً للعمل على تذليلها أو حلها قصد تنمية فعلية للسياحة وجعل مساهمة القطاع السياحي في الناتج الوطني تكون أكثر فعالية واهم معوقات التنمية السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: معوقات التنمية السياحية.

أولاً/ الافتقاد إلى الوعي السياحي: وتتمثل في ما يلي:¹

لما كان للسياحة دور هام في تطوير وتنمية الاقتصاد الوطني ويجب أن تكون محل اهتمام من طرف جميع الأطراف في الدولة، سواء بالحكومة أو الجمعيات والمجتمع المدني و المواطن على حدّ سواء، فعملية إيقاظ الوعي أهمية القطاع السياحي هي قضية وطنية غير أنها مغيبة حالياً على مستوى صانع القرار السياسي والاقتصادي وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى النقاط التالية:

1. عدم وجود دراسات على مستوى الوزارة المكلفة بالسياحة تبين بصفة دقيقة الأجهزة المسؤولة عن النوعية السياحية قصد تحميلها المسؤولية ومدى إمكانيات اللازمة لتأدية مهامها.
2. عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر، إذ انه ليس هنالك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالة السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى.
3. ويبقى أهم عنصر فاقد للوعي السياحي في الجزائر هو المواطن، بحيث نفتقد حقيقة على إدراك الأهمية السياحية لبلدنا ومدى الإمكانيات المتوفرة التي تجعل السياحة مورد حقيقي يغنينا عن ارتفاع وانخفاض أسعار المحروقات وهو ما يتطلب إنشاء مدارس ومعاهد خاصة بالسياحة فضلاً على إبراز أهمية التنمية السياحية في المناهج التربوية قصد غرسها في وجدان مواطنيها منذ الصغر.

ثانياً/ عدم الاستقرار على مستوى تسيير وهيكله القطاع.

ونقصد به عدم استقرار تسيير القطاع السياحي في الجزائر فهو يراوح مكانه منذ الاستقلال فباستثناء الفترة الوجيهة التي استقلت فيها السياحة بوزارة خاصة فان اغلب الفترات كان تسيير قطاع السياحة موكل إلى قطاعات وزارية أخرى، وان كان ذلك

1- حفيظ مليكة ، مرجع سبق ذكره، ص124.

من حيث المبدأ ليس عائقاً أمام تنمية السياحة, غير أن عدم الاستقرار التنظيمي من شأنه أن يبعثر الجهود المبذولة لتنمية القطاع فضلاً على الدلالة بان السياحة قطاع ثانوي. ويدخل ضمن عدم الاستقرار كذلك عدم تحديد مهام الوزارة المكلفة بالسياحة وتضاربها مع وزارات أخرى كوزارة الثقافة ووزارة الشؤون الدينية والأوقاف, إذ أن تسيير بعض المواقع الثقافية والدينية ذات الطابع السياحي يخلف نوع من التضارب بين الوزارات المذكورة.

ثالثاً/ نقص المرافق والمنشآت القاعدية للقطاع السياحي.

الاهتمام المتأخر بتنمية السياحة في الجزائر جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للسياحة سيما منها طاقة الإيواء, ويتجلى ذلك في النقاط التالية:

- عدم وجود طرق سريعة تربط الجهات الأربع للجزائر ببعضها, ما عدا مشروع الطريق السيار شرق- غرب, فالطرق الأخرى ذات نوعية لا تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي.
- نقص في وسائل الاتصال والمواصلات فالمطارات الجزائرية لا زالت لم تواكب التطور العالمي في هذا المجال وأسعار النقل الجوي لا تشجع على السياحة سيما السياحة الداخلية.
- افتقار تام لربط المواقع السياحية الأثرية ببعضها البعض بما يمكن السائح من زيارتها بسهولة.
- التلوث الكبير الذي تعاني منه اغلب شواطئ الجزائر فضلاً على الإهمال الذي تعرفه خلال فصل الاصطياف.
- صعوبة الاستثمار في القطاع السياحي كما يتطلبه من رؤوس أموال كبيرة فضلاً على عدم مرونته بحيث لا يمكن تحويل النشاط السياحي في حالة الركود أو الإفلاس إلى نشاط آخر.

ويمكن ذكر معوقات أخرى للتنمية السياحية في الجزائر ويمكن حصرها فيما يلي:¹

1. معوقات توجه تنشيط العمل السياحي في الخارج:

- عدم وجود اعتمادات مالية كافية لإجراء دراسات السياحية اللازمة لتطوير العمل السياحي وتحسين مستوى نظام الإحصاءات السياحية حيث لا تتوفر البيانات الكافية لإعداد وتقييم الخطط والدراسات السياحية على أسس علمية مدروسة لتسويق الخدمة السياحية.

• عدم وجود سياسة تسويقية للسياحة الدولية إلى الجزائر تقوم على أسس علمية وتتميز باستمرارية والتنوع تبعاً لكل سوق سياحية مع تقليدية البرامج التي تقدم للسائح الغربي وعدم وجود سياسة ثابتة لزيادة أعداد السائحين العرب القادمين إلى الجزائر.

• عجز ميزانية المكاتب السياحية الجزائرية بالخارج مما يعوقها في أداء دورها في التنشيط السياحي.

2. مشاكل تواجد السائحين في الداخل:

• على الرغم من وجود عدد كبير من المتاحف فان جميعها في حاجة ماسة إلى إعادة تنظيمها.

• انتشار تلوث الهواء بسبب القضاء على المسطحات الخضراء وانتشار مداخن المصانع وسط المدن بالإضافة إلى تلوث الشواطئ بسبب تسرب البترول نتيجة الإهمال وعدم العناية بالمصافي أو استخدام الأجهزة المناسبة لمنع التسرب من البواخر العابرة أو بما تلقيه من مخلفات.

• الاهتمام بإنشاء الفنادق ذات خمسة نجوم من إهمال الأقل درجة مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الإقامة.

3. معوقات تواجه مشروعات القطاع السياحي.¹

• عدم وجود سياسة محددة وثابتة للتصرف في أراضي الدولة التي تصلح لإقامة المشروعات السياحية مع ارتفاع أسعارها.

• عدم وجود اعتمادات كافية مخصصة لا وتجديد في الفنادق المملوكة للقطاع العام مما أدى إلى تدهورها.

• ارتفاع أسعار الفائدة على القروض التي تمنحها المصارف للمنشآت من

السياحية حيث تحصل هذه المنشآت على قروض بفائدة تجارية عالية.

• تعقد إجراءات الموافقة على إنشاء المشروعات الاستثمارية السياحية.

4. معوقات السياحة الداخلية.

• عدم توفر خريطة سياحية كاملة وشاملة توضح مناطق الجذب السياحي للجزائريين.

• عدم إقبال رؤوس الأموال المحلية على الاستثمار في قطاع السياحة.

• انخفاض الوعي الثقافي والسياحي الداخلي.

- عدم وجود تسويق سياحي داخلي وإذ أن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط حركة السياحة الداخلية لم يتوفر بعد.
- التضخم ويرتكز في الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات الناتج عن الانخفاض المستمر في القوة الشرائية.
- عدم تشديد الرقابة على المتعاملين من السائحين مما أدى إلى تدني مستوى الخدمات المقدمة للزلاء في الفنادق.

ومن معوقات التنمية السياحية يمكن ذكر ما يلي:¹

1. عدم اهتمام الحكومة بقطاع السياحة:

إلى عهد قريب لم تكن السياحة ضمن أولويات الدولة الجزائرية لأسباب موضوعية وغير موضوعية. فمن ناحية الموضوعية من الواجب إعطاء الأولوية لقطاعات الفلاحة والصحة والتعليم والسكن كونها ذات أهمية كبرى, غير أن ذلك لا يمنع من الاهتمام بتنمية السياحة لأنها تعود على القطاعات السابقة بالفائدة.

2. الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر:

لاشك أن الظروف الأمنية للبلدان السياحية تلعب دور الرئيس في التنمية السياحية, إذ لا يمكن لبلد ما أن يكون محل استقطاب سياحي في نفس الوقت يعرف إضرابات أمنية تعيق تحرك السياح داخله, والجزائر عرفت في عشرية التسعينيات ظروف أمنية جعلت القطاع السياحي يدفع الثمن فقد كانت سنة 1995 اضعف سنة من حيث عدد السواح إذ بلغ 576519 سائح وهو ثاني اضعف عدد منذ سنة 1967 حيث كان آنذاك 900497 سائح.

3. الافتقاد إلى سياسة تسويقية فعالة:

دون وضع تخطيط إستراتيجية تسويقية فعالة تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي لا يمكن الاعتماد على العمل الإداري لتسويق المنتج السياحي الجزائري, إذ لا بد من استخدام الوسائل الحديثة ومنها التسويق السياحي بما يمكننا من إبراز المقومات السياحية الجزائرية واستقطاب جيد للسواح, غياب سياسة تسويقية فعالة أعاق التنمية المستدامة للسياحة.

المطلب الثاني: سبل تجاوزها.

قصد تنمية سياحية حقيقية وجب على الدولة الجزائرية على وجه الخصوص

والفاعلين السياحيين على العموم القيام بالتدابير التالية:

1. ترقية الاستثمار السياحي: ويكون ذلك من خلال النقاط التالية:

1- حفيظ مليكة، مرجع سبق ذكره، ص126.

1.1 **بيئة العقار السياحية:** فقد جاء في المادة 20 من القانون 03-03 المؤرخ في 17 / 02 / 2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية انه "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة لأملاك العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص.

2.1 **تمويل المشاريع السياحية:** ويتم ذلك عن طريق التمويل مع مراعاة خصوصية الاستثمار في القطاع السياحي وما يتطلبه من جهد كبير ورؤوس أموال كثيرة فضلاً على استغراقه لوقت طويل, كل هذه الخصائص تجعل تمويل المشاريع السياحية لا بد أن تستفيد من النقاط المزايا التالية:

- منح قروض بمبالغ كبيرة ولمدة طويلة تبعاً لحاجة المشاريع السياحية لأموال طائلة قصد إنشائها في مواقع إستراتيجية وبتصميمات ذات صبغة جمالية تمكنها من استقطاب السواح.
- تخفيض فوائد القروض إلى ادنى مستوياتها من شأنه أن يشجع الاستثمار في المجال السياحي.
- تنويع عملية دعم الاستثمار في المشاريع السياحية سيما تخفيضات الرسوم والضرائب.

2. دعم وإعادة تأهيل المنشآت السياحية:

وذلك من اجل تحسين ورفع قدرات الإيواء السياحية, إذ يتطلب من السلطات العمومية إعادة تأهيل المنشآت السياحية سواء على مستوى القطاع العام أو القطاع الخاص الذي يجب أن تعطي له الأولوية في إنشاء منشآت سياحية مقابل دعم يتلقاه الخاص وفق الطرق المشار إليها في ترقية الاستثمار السياحي¹

3. دعم التكوين في ميدان السياحة.

من الوسائل الواجب الاهتمام بها قصد تنمية السياحة, التكوين السياحي وذلك من خلال إنشاء مدارس تكوين الإطارات السياحية تعني بتسيير الهياكل السياحية بما يجعلها تستغل بطرق علمية فضلاً على مساهمتها في إبراز السوق السياحي الجزائري ويمكن ذكر سبل أخرى يمكن من خلالها التغلب على معوقات التنمية السياحية في الجزائر فيما يلي :

إن القضاء على معوقات التنمية السياحية في الجزائر يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمدى إيمان الدولة بالسياحة كمورد اقتصادي يجب تربيته وتثمينه وبما أن النشاط السياحي هو

1 - حفيظ مليكة، مرجع سبق ذكره، ص 129.

مسؤولية قومية وليس مسؤولية وزارة السياحة فقط فان من أسس القضاء على تلك المعوقات أن تتضافر الأجهزة الحكومية والمحلية والمواطنين وتتعاون جهودهم للقضاء على تلك المعوقات وتحقيق تنمية سياحية ناجحة وهذا من خلال إقرار سياسة سياحية شاملة تكون بمثابة وثيقة ملزمة لكل الأطراف ويمكن إبراز ذلك في النقاط التالية:¹

1. تحديد الهيئات الحكومية المتعاملة مع النشاط السياحي واختصاص كل منها لمنع تضارب الاختصاصات فيما بينها ومن ثم تحقيق السرعة في انجاز الأعمال.
2. حل مشاكل التمويل المالي التي تواجه القطاع العام السياحي والمشروعات السياحية من خلال منح قروض للمشروعات السياحية بفائدة ضئيلة ودعوة البنوك لبذل جهود لتسوية الديون المتعثرة للشركات السياحية ومنحها تيسيرات متعددة.
3. عرض بعض فنادق القطاع العام على شركات الإدارة الأجنبية ذات الكفاءة العالية لإدارتها بشروط متفق عليها وتراعي فيها الاستفادة من الكفاءة الجزائرية وتنويع جنسيات شريكات الإدارة الأجنبية مما يتيح التوسع في الأسواق السياحية الخارجية.
4. دعم الإمكانيات المادية للهيئة لكي تتمكن من تطوير المناطق الأثرية القائمة إلى المستوى اللائق بالجزائر حضارياً وسياحياً
5. توفير الأعداد الكافية والمستويات الملائمة من أماكن الإقامة للسائحين بما يتلاءم مع مستوياتهم الاقتصادية المختلفة.
6. توجيه الاهتمام للعناية بالنظافة العامة وتجميل الشوارع والميادين خاصة بالمدن الكبرى والمناطق السياحية الأخرى.
7. إعادة تخطيط المنتج السياحي بحيث يتم تنويعه لجذب أعداد ونوعيات جديدة من السائحين ومع تطوير المنتجات الوطنية.
8. تنشيط سياحة المؤتمرات من خلال إنشاء شركة أو أكثر لتشجيع وتوفير الخدمات والتجهيزات اللازمة لذلك النوع من السياحة.
9. التواجد المستمر بالأسواق المصدرة للسائحين في جميع أنحاء العالم بهدف بيع البرامج والرحلات السياحية.
10. تثبيت أسعار الإقامة بالفنادق وخاصة فنادق القطاع العام مع محاولة زيادة نسبة الأشغال في أوقات انحسار السياحة من خلال خفض الأسعار.

1- عيبر عطية، مرجع سبق ذكره، ص 85 .

11. ضرورة تحقيق التوازن بين كل من حركة السياحة الدولية والداخلية مع التركيز على خطة متطورة لدفع السياحة الداخلية وتوسيع قاعدتها باعتبارها ركيزة أساسية من ركائز استقرار التنمية السياحية.

12. توجيه الاستثمارات في المجال السياحي إلى المناطق ذات الأولوية في التنمية السياحية.

13. وضع قواعد مستقرة بشأن الأراضي التي تمنح للمشروعات السياحية بأسعار مزرية.

14. إعادة الإعفاء الجمركي لمعدات الإحلال والتجديد للمنشآت الفندقية والسياحية.

15. توفير العمالة المتخصصة كماً ونوعاً واللازمة لتغطية احتياجات العمل السياحي في كل مستوى من مستويات وتكون مدرية تدريبياً عالياً.¹

خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل تبين لنا الإهتمام بالقطاع السياحي أصبح ضرورة حتمية بالنسبة للإقتصاد الوطني فهو يعتبر بالنسبة للجزائر مورد إضافي إذا تم إستغلاله أحسن إستغلال.

والذي ينبغي أن نشير إليه هو أن الجزائر لها برنامج جيد لترقية هذا القطاع إذا ما تم تنفيذه بالشكل المطلوب، كما يجب التعرف على كل معوقات القطاع السياحي في الجزائر والعمل على تجاوزها وذلك عن طريق توعية الأفراد، والقيام بما يسمى بالتسويق السياحي وغيرها.

خاتمة عامة

خاتمة:

إن السياحة بدأت مع الإنسان كظاهرة إجتماعية تقوم على الانتقال من مكان إلى آخر لتحقيق الضروريات الأساسية لمتطلبات الحياة اليومية، وتحولت وتغيرت إلى أن أصبحت حركة إنسانية وثقافية للترويج عن النفس، وإكتساب المعارف والثقافات المختلفة، وممارسة الأنشطة الإجتماعية والرياضية، وبهذا إكتسبت الظاهرة السياحية مفهومها الحديث .

وتؤدي السياحة دورا فعالا في التنمية الإقتصادية والإجتماعية للدول ويتجلى ذلك من خلال آثارها الإيجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحسين ميزان المدفوعات عن طريق تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشاريع السياحية، وتعمل على نقل التكنولوجيا، كما تساهم بشكل غير مباشر في تحريك القطاعات الإقتصادية الأخرى، هذه جعلت الكثير من الدول المتقدمة والنامية تهتم بالقطاع السياحي وتعمل على تطويره.

ومن خلال دراستنا لهذا البحث حاولنا الإجابة على الإشكالية المطروحة أعلاه والمتعلقة بترقية القطاع السياحي للنهوض بالإقتصاد الجزائري حيث إتضح لنا بأن الجزائر تمتلك مقومات سياحية كثيرة تجعلها مقصد لجميع السياح ألا أنها ما زالت دون المستوى المطلوب، وفضلت في النهوض بقطاع السياحة رغم إعرادة الدولة التي تظهر من خلال مختلف المخططات الإستثمارية لتطوير قطاعها السياحي وتحسين وجهة الجزائر وتهيئة المواقع السياحية المختلفة، وجعل قطاع السياحة بديل لقطاع المحروقات.

1- إختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: تعتبر السياحة مثلها مثل باقي القطاعات، فرضية صحيحة، حيث أن السياحة واحدة من أهم القطاعات الإقتصادية الموفرة للدخل في إقتصاديات العديد من الدول، من حيث تأثيرها في ميزان المدفوعات، ومساهمتها في زيادة الناتج المحلي وحل مشكلة البطالة .

الفرضية الثانية: تعتبر أهمية التنمية السياحية في تعظيم آثارها الإقتصادية، فرضية صحيحة، بحيث تمثل السياحة أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كم أنها من الأنشطة التي تساهم بفاعلية في زيادة الناتج المحلي

وزيادة الإيرادات من النقد الأجنبي بالإضافة إلى حل مشكلة البطالة، كونها من أكبر القطاعات الاقتصادية التي تتيح فرصا هامة للتشغيل.

الفرضية الثالثة: السياحة لم تكن من أولويات الدولة في ما مضى وحتى حاضرا، فرضية خاطئة، بحيث أن السياحة تكاد تكون معدومة لسوء التسيير وليس لأنها لم تكن من أولويات الدولة، حيث انها سطرت عدة مخططات تنموية وإستراتيجيات للتهيئة السياحية.

2- النتائج المتوصل إليها:

- السياحة ظاهرة قديمة ظهرت منذ ظهور الإنسان
- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة، من حيث تحسين ميزان المدفوعات، توفير مناصب الشغل، بالغصافة تساهم في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دوال العالم.
- نقص التشاور مابين القطاعات بخصوص تطوير السياحة وغياب ثقافة السياحة في المجتمع.
- إهتمام الدولة بالسيحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية من أجل جلب العملة الصعبة، لكن الوضع الأمني، جعل هذا التوجه يفشل ولم يحقق النتائج المرجوة منه .
- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين بالقطاع .
- قصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية.
- لا يوجد إستراتيجية فعالة في المجال السياحي بالجزائر .
- غياب تشريعات وقوانين تحل مشكل العقار السياحي، وإن وجدت فهي غير مطبقة .
- تمتلك الجزائر إمكانيات سياحية معتبرة يمكن إستخدامها في تنمية القطاع السياحي، حيث أن الجزائر لا تحتل المرتبة التي تتوافق وإمكاناتها السياحية.
- نقص البنى التحتية والخدمات المرتبطة بالسياحة، كعدم إنتظام الرحلات الجوية، وغياب شبكة طرقات ذوالسكك الحديدية، التي هي في وضعية مزرية .

- إعتراض قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره ،وإختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات ،وأهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية بعد الإستقلال .

3- التوصيات والإقتراحات :

تمكنا من التوصل إلى:

- إحترام مدة إنجاز البرامج المسطرة وفق الفترة المحددة ،حتى لا يتم تأخيرها وبالتالي إنجاز مشاريع على حساب مشاريع أخرى.
- تحديد سياسة وطنية مستقرة وطويلة الأجل لتطوير السياحة يتم إعتماها في إطار تشاوري مع مختلف القطاعات والقوى الفاعلة في المجتمع وتكون مندمجة في المخططات التنموية .
- مضاعفة قدرات الإيواء السياحي ،من خلال تشجيع الإستثمار الخاص المحلي والأجنبي ،لبلوغ مستوى مقبول من هياكل الإستقبال من حيث الكنم والكيف
- تسجيل الحضور المستمر والمتوصل للجزائر في المهرجانات والفعاليات السياحية والمعارض الدولية والمحلية من أجل تسويق منتجاتها السياحية.
- نشر الوعي السياحي من خلال تقبل توافد السياح الأجانب ، والعمل على الترحاب بهم على مستوى الفنادق والماكن الإيواء والإستقبال لكن على المجتمع أيضا .
- ضرورة الإستمرار في التبيق الفعلي والحقيقي لبرامج التوجيهي للتهيئة السياحية ،بإعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل.
- العمل على الترميم والحفاض على الناطق السياحية

4-أفاق الدراسة :

- يمكن إقتراح بعض المواضيع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل كمايلي :
- دور الإستثمار السياحي في النهوض بالسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
- دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة الجزائر.
- همية التسويق والترقية في النهوض بالسياحة في الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب:

- 1- أحمد الجلاّد ، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1988 .
- 2-الحمدان سهيل ،الإدارة الحديثة للمؤسسات والفندقية ، دار الرضا للنشر ،دمشق – سورية ، 2001 .
- 3-هدى عبد اللطيف،السياحة النظرية والتطبيق،الطبعة الأولى،الشركة العربية للنشر والتوزيع،القاهرة،1994.
- 4- صلاح الدين عبد الوهاب ،نظرية السياحة الدولية ،بدون طبعة،دار الهناء للطباعة والنشر،مصر،1992.
- 5- علي حسن موسى ، المناخ والسياحة ،ب ط ،دار الأنوار ،دمشق ، 1997 .
- 6- فؤاد بن غضبان،السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق،الطبعة الأولى ،دارصفاءللنشر والتوزيع ،عمان، 2015.
- 7- زيد منير عبوي ، الإقتصاد السياحي ، الطبعة الأولى ، دار الراهة للنشر والتوزيع ، ، 2008 .
- 8- القحطاني ، السياحة ، الأسس والمفاهيم دراسة تطبيقية على منطقة عسير،مطبعة المدينة – جدة ، 1979 .
- 9- فؤاد بن غضبان ،الجغرافية السياحية ،دار اليازوري للنشر والتوزيع،الأردن ،2014.
- 10- عبد الكريم حافظ ،الإدارة الفندقية والسياحية ،ب ط، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن ، 2010 .
- 11- مصطفى عبد القادر ،دور الإعلان في التسويق السياحي ، الطبعة الأولى ،المؤسسة الجامعية ،عمان ، 1999 .
- 12- احمد فوزي ملوخية ، مدخل إلى علم السياحة ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ، 2006 .
- 13- ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة، الطبعة الأولى ،دار زهران،مصر ، 1997 .
- 14- عبد السلام أبو قحف،محاضرات في صناعة السياحة في مصر،ب ط،المكتب العربي الحديث،مصر ، 1992.

- 15- عبد السلام أبو القحف، أساسيات التسويق، ب ط ،الدار الجامعية ،مصر ،1995.
- 16- أحمد الجلاذ،مدخل إلى علمالسياحة ،ب ط،عالم الكتاب ،القاهرة ،1997.
- 17- علي فلاح الزعبي،التسويق السياحي والفندقي ،الطبعة الأولى،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ،2013.
- 18- محمدالصيرفي،التخطيط السياحي ،الطبعة الأولى ،دار الفكر الجامعي ،مصر ،2007 .
- 19- فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية ، الطبعة الأولى، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن،2001 .
- 20- جلييلة حسن حسنين،دراسات في التنمية السياحية، بدون طبعة، الدار الجامعية ،الإسكندرية، 2006.
- 21- سوق فؤاد عطالله،التنمية السياحية،الطبعة الأولى،دار الوفاء للطباعة و النشر ،الإسكندرية، 2008.
- 22- عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندقي، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
- 23- يحي محمد سعد،الاتجاهات الحديثة في السياحة،المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية،2008.
- 24- هباس رجاء الحربي،التسويق السياحي في المنشآت السياحية، ط 1،دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 25- عبير عطبية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي ،جامعة الإسكندرية ،مصر،بدون سنة نشر.
- 26- دلال عبدالهادي، اقتصاديات صناعة السياحة،ب ط، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر،2006.
- 27- محمد خميس الزوكة،صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، ب ط، دار المعارف الإسكندرية ، مصر، 1992.
- 28- عبد اللطيف بن انشهو،عصرنة الجزائر ،حصيلة وأفاق ،1999- 2009 ، AlphaDesign ، الجزائر،2004 .
- 29- محمد الهادي لعروق،أطلس العالم والجزائر ،دار الهدى ،الجزائر،2002 .

المؤلف أكثر من إثنين:

- 1- الحوري مثنى طه ،إسماعيل محمد على الدباغ،إقتصاديات السفر والسياحة،الطبعة الأولى ،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ،الأردن ،2000 .

- 2- عبد الرحمن بن أحمد الفروج، الشيخ الطاهر حسين، السياحة في المنطقة الشرقية (الواقع والمأمول)، مركز المملكة العربية السعودية، 2007.
- 3- محمد صبحي عبدالكريم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001.
- 4- مرزوق عايد القعيد، وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.
- 5- نعيم الظاهر، إلياس سراب، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2001.

أطروحات الدكتوراه ورسائل جامعية:

- 1- ريان درويش، الإستثمارات السياحية في الاردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم الإقتصادية - جامعة الجزائر - 1996.
- 2- شنيني عبد الرحيم، دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، جامعة تلمسان، 2009.
- 3- قويدر الويزة، إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009.
- 4- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.
- 5- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة دكتوراه في نقود ومالية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 2012، 03-2013.
- 6- مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي - حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة تدرج ضمن متطلبات شهادة الماجستير في التسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2009-2010.
- 7- صالح موهوب، تشخيص واقع السياحة في الجزائر واقتراح سبل تطويرها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في فرع التسيير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، 2007.
- 8- حاسين صكوشي، مدى مساهمة القطاع السياحي في تطوير الإيرادات العامة *دراسة مقارنة بين الجزائر والأردن 2000-2010، رسالة تدرج ضمن متطلبات

الماجستير في تخصص إقتصاد ومالية دولي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2011-2012.

9- حفيظ مليكة، السياحة واثرها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراة غير منشورة، 2003 .

10- بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2006 .

11- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة *حالة الجزائر*، أطروحة دكتوراة في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2009-2010.

12 بليل فدوى، دور التحفيزات الجبائية في جلب الإستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، رسالة تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير فرع الإقتصاد والمالية الدولية، كلية العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2011-2012.

13- مفاتيح يمينة، تسويق السياحة الإقليمية الصحراوية في ظل التنمية المستدامة *حالة إقليم الهقار*، رسالة تدرج ضمن متطلبات الماستر في تسويق الخدمات، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، 2011-2012.

المؤتمرات والملتقيات:

1- يسرى د عيس ،صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق،دراسات وبحوث انتروبولوجيا السياحة الملتقى المصري للإبداع والتنمية ،الإسكندرية ،مصر ، الطبعة الأولى ،2003.

2- عبد السميع صبري ،التسويق السياحي والفالندقي (أسس علمية وتجارب عربية)، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،جامعة الدول العربية ،مصر ،2006.

3- يسرى د عيس ،السياحة ،الملتقى المصري للإبداع والتنمية ،ب ط،،مصر ،2001.

4- عوينان عبد القادر ،مصطفى طويطي،تشخيص واقع الإستثمار السياحي بالجزائر،التحديات،الأليات والمتطلبات، مداخلة حول :مقومات وتحديات الإستثمار السياحي في الجزائر،جامعة البويرة،بدون سنة.

5- بوعافية رشيد، أثر تكنولوجيات المعلومات والإتصالات على القطاع السياحي، المؤتمر العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية *دراسة حالة تجارب بعض الدول *، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، يومي 24/25 أفريل 2012.

6- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد الأول.
7- وزارة تهيئة الليم البيئية والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025.

8- تقرير عام للمخطط الخماسي الأول (1980-1984).
9- تقرير عام للمخطط الخماسي الثاني (1984-1989).
10- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008.