



جامعة ابن خلدون-تيارت

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



إشكالية صناعة السياحة بين متطلبات التنمية وترقية القطاع السياحي في الجزائر

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: إدارة مالية

إعداد الطالبتين:

الأستاذة الدكتورة المشرفة:

- بلعربي عائشة

❖ بلخضر ناصيرة

- رجيبي فاطيمة الزهراء

نوقشت وأوجزت علنا بتاريخ: 25 / 06 / 2019

لجنة المناقشة:

الدكتورة عبد الرحيم ليلي	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
الدكتورة بلخضر نصيرة	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا
الأستاذة جيلالي خالدية	أستاذ مساعد محاضر	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2019



جامعة ابن خلدون-تيارت

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



إشكالية صناعة السياحة بين متطلبات التنمية وترقية القطاع السياحي في الجزائر

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: إدارة مالية

إعداد الطالبتين:

الأستاذة الدكتورة المشرفة:

- بلغربي عائشة

❖ بلخضر ناصيرة

- رجيمي فاطيمة الزهراء

نوقشت وأوجزت علنا بتاريخ: 25 / 06 / 2019

لجنة المناقشة:

الدكتورة عبد الرحيم ليلي	أستاذ محاضر "أ"	رئيسا
الدكتورة بلخضر نصيرة	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا
الأستاذة جيلالي خالدية	أستاذ مساعد محاضر	مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2019

الشكر و التقدير

الحمد لله الذي تتمّ به الصالحات والحمد لله الذي وفّقنا لإتمام هذه المذكرة، ولا يفوتنا في هذا المقام إلا أن نتقدّم بجزيل الشكر والعرفان للوالدين الكريمين وكل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع الذي نعتبره نقطة بالغة الأهميّة فهو ثمرة مجهوداتنا طيلة هذا المسار، وأخصّ بالذكر الأستاذة الدكتورة المشرفة "بلخضر ناصيرة" على قبولها الإشراف على هذا البحث، وعلى كلّ توجيهاتها العلمية والمنهجية ونصائحها القيّمة دون كلل أو ملل لإثراء مذكرتنا وتثمينها، فدعاؤنا لها بالخير والعافية.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان للسادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الموقرين لقبولهم تقييم رسالتنا وبما بذلوه من جهد في قراءتها ولما يقدمونه من توجيهات قيمة، وإلى من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والتسهيلات والمعلومات، فلهم منا كل الشكر.

كما نشكر الأستاذة الدكتورة "حرّية مخطارية" التي كانت لنا سنداً قوياً نتكئ عليه دائماً وبدا سخية لا تبخل علينا بأيّ طلب كان حفظها الله ورعاها.

كما نتقدّم بجزيل الشكر إلى كل من علّمنا حرفاً من المستوى الابتدائي إلى المستوى الجامعي وجزاهم الله عنّا كل خير.

إهداء

إلى صاحب المقام المحمود والحوض المورود إلى الذي أخرجنا من عزلة الجهل إلى نور العلم خير من كان في

الوجود "محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم"

قال الله عز وجل "و قضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا إمّا يبلغنّ عندك الكبر أحدهما أو

كلاهما فلا تقل لهما أفّ ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما واخفض لهما جناح الذلّ من الرحمة وقل ربّ

ارحمهما كما ربياني صغيرا"

صدق الله العظيم

أهدي ثمرة جهدي إلى من جعل الله الجنّة تحت أقدامها، إلى من كان دعائها سر نجاحي أمّي الغالية

حفظها الله ورعاها.

إلى الذي لا تسعني الكلمات لوصفه، الذي علّمني الأدب والأخلاق، إلى الذي منحني الدّفء والأمان أبي

الحبيب أطال الله في عمره وأمّده الصحة والعافية.

إلى من قاسمي أحلامي وآلامي، إلى أجمل ما رزقني الله في هذه الدنيا إخوتي، وأخصّ بالذكر أختي

"صليحة" التي كانت لي الأخت والحبيبة والصديقة الغالية، وسندي الذي لا يبخل عليّ بأيّ طلب كان

طول مساري الدراسي من الابتدائي حتى للمستوى الجامعي.

إلى كل من تجمعني بهم الصداقة فلا يسعني المقام لذكرهم جميعا أهدي إليهم جميعا ثمرة جهدي وخاصة

رفيقة دربي "عائشة" وفقها الله.

رحمي فاطيمة الزهراء

إهداء

أهدي ثمرة جهدي إلى من ارتبط رضا الله برضاها وقال فيهما عزّ من القائل "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربّي ارحمهما كما ربّيتني صغيراً"
إلى الوالدين الكريمين "حفظهما الله" برا وإحسانا وإخوتي وكل أفراد عائلتي خاصة خالتي
"مخطّابة" على ما قدمته لي من نصائح وإرشادات، ساعدتني على إنجاز هذا البحث.
إلى كل أساتذتي وزملائي والطلبة الذين يبذلون قصارى جهدهم في تحصيل العلم.

بلغزبي عائشة
بحر بي عائشة

الفهرس

محتويات الفهرس

الفهرس

الشكر والتقدير

الإهداء

قائمة الجداول والأشكال

الملخص

مقدمة

أ

الفصل الأول: الإطار النظري لصناعة السياحة

10	المبحث الأول: عموميات حول صناعة السياحة.....
10	المطلب الأول: ماهية صناعة السياحة
14	المطلب الثاني: أنواع السياحة.....
21	المطلب الثالث: أهمية صناعة السياحة.....
25	المبحث الثاني: ركائز صناعة السياحة.....
25	المطلب الأول: مكونات صناعة السياحة.....
28	المطلب الثاني: آثار السياحة من الجانب الاقتصادي والبيئي.....
31	المطلب الثالث: آثار السياحة من الجانب الاجتماعي والثقافي.....
34	المبحث الثالث: أسس صناعة السياحة.....
34	المطلب الأول: السوق السياحي.....
40	المطلب الثاني: التسويق والاستثمار السياحي.....
45	المطلب الثالث: الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي.....
48	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: مقومات الجذب السياحي في الجزائر

51	المبحث الأول: واقع مقومات السياحة في الجزائر.....
51	المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر.....
58	المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر.....
60	المطلب الثالث: البنية القاعدية للسياحة في الجزائر.....
61	المبحث الثاني: المؤشرات السياحية بالجزائر.....
61	المطلب الأول: الطاقة الفندقية في الجزائر.....

70	المطلب الثاني: الليالي السياحية في الجزائر.....
71	المطلب الثالث: التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر.....
74	المبحث الثالث: أهمية القطاع السياحي في تفعيل قضايا التنمية في الجزائر.....
74	المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي (PIB).....
77	المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في دعم ميزان المدفوعات.....
79	المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل.....
81	خلاصة الفصل.....

الفصل الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

84	المبحث الأول: إستراتيجية الترقية للقطاع السياحي في الجزائر.....
84	المطلب الأول: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.....
85	المطلب الثاني: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 والمشاريع ذات الأولوية.....
90	المطلب الثالث: مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر.....
93	المبحث الثاني: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والحصيلة المنجزة.....
93	المطلب الأول: تطور الإنجازات من خلال الهياكل الفندقية وطاقات الإيواء.....
97	المطلب الثاني : السياحة الحموية للفترة (2017/2015).....
101	المطلب الثالث: الدخول ضمن مخطط الجودة 2017.....
103	المبحث الثالث: معوقات السياحة في الجزائر.....
103	المطلب الأول: المعوقات المتعلقة بالتسيير للقطاع السياحي والعقار وبأداء الجماعات المحلية.....
105	المطلب الثاني: المعوقات الإدارية والقانونية والاقتصادية.....
106	المطلب الثالث: المعوقات الأخرى للقطاع السياحي.....
110	خلاصة الفصل.....
111	خاتمة.....
115	قائمة المصادر المراجع.....

قائمة الجداول

والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
64	تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (2017/ 2008)	01 - 02
66	توزيع عدد الأسرة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة (2008 / 2017)	02 - 02
68	توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2017 / 2008)	03 - 02
70	تطور عدد الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية للفترة (2017/ 2008)	04 - 02
72	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2017/ 2008)	05 - 02
75	مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) الجزائري للفترة (2017 / 2008)	06 - 02
78	تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (2017/ 2008)	07 - 02
79	تطور نسبة مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2017 /2008)	08 - 02
87	الأهداف المادية للمرحلة (2017 / 2008)	01 - 03
89	عدد المشاريع الموزعة على الأقطاب السياحية	02 - 03
93	وضعية المشاريع السياحية للفترة (2017 / 2015)	03 . 03
94	المشاريع المتوقعة للفترة (2017 / 2015)	04 . 03
94	المشاريع التي لم تنطلق بعد خلال الفترة (2017 / 2015)	05 . 03
95	المشاريع المنجزة خلال الفترة (2017 / 2015)	06 . 03
97	إحصائيات المعالجين بالمياه للفترة (2017 / 2015)	07 . 03
99	جدول تلخيصي للسياحة الحموية (2017 / 2015)	08 . 03
100	موسم الاصطياف للفترة (2017 / 2015)	09 . 03

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
20	أنواع السياحة	01 - 01
36	خصائص العرض السياحي	02 - 01
39	أنواع الطلب السياحي	03 - 01
57	المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع السياحية في الجزائر	01 - 02
65	تطور عدد الأسرة للفترة (2008 / 2017)	02 - 02
67	توزيع طاقات الإيواء في مؤسسات الإيواء للفترة (2008 / 2017)	03 - 02
69	توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 / 2017)	04 - 02
71	تطور عدد الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 / 2017)	05 - 02
73	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2008 / 2017)	06 - 02
76	تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي (PIB) للفترة (2008 / 2017)	07 - 02
80	تطور مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2008/2017)	08 - 02
96	المشاريع السياحية في طور الإنجاز	09 - 02
98	إحصائيات المعالجين بالمياه للفترة (2015 / 2017)	10 - 02

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد واقع السياحة في الجزائر، حيث تعتبر السياحة نشاطا أساسيا نظرا لآثارها المباشرة على مختلف القطاعات، حيث أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم، لدورها في تنمية الاقتصاد الوطني وباعتبارها قطاعا حيويا يساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي.

وسنحاول في هذا البحث إبراز مقومات السياحة في الجزائر، بالاعتماد على جملة من المعطيات الإحصائية التي تتعلق أساسا بواقع هذا القطاع من جهة، ومن جهة أخرى التركيز على ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق 2025، والآثار المتوقعة لهذا القطاع، والوقوف على معوقات ترقية هذا القطاع للتقليص منها أو معالجتها عن طريق الإستراتيجيات المنتهجة من طرف المخطط التوجيهي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، صناعة السياحة، المؤشرات السياحية، مقومات الجذب السياحي، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (SDAT 2025).

:Résumé

Cette étude vise à déterminer la réalité du tourisme en Algérie, considéré comme une activité de base en raison de son impact direct sur divers secteurs, qui est devenu l'une des plus grandes industries du monde en raison de son rôle dans le développement de l'économie nationale et en tant que secteur vital contribuant à l'augmentation du PIB.

Dans cette recherche, nous tenterons de mettre en évidence les composantes du tourisme en Algérie, sur la base d'un certain nombre de données statistiques concernant principalement le secteur du secteur, d'une part, et d'autre part, les objectifs du plan de développement du tourisme à 2025 horizons et les impacts attendus de ce secteur. Pour les réduire ou les résoudre à travers les stratégies adoptées par la ligne directrice.

Mots-clés: tourisme, industrie du tourisme, indicateurs du tourisme, attractions touristiques, lignes directrices pour le développement du tourisme (SDAT 2025).

مقدمة

في الوقت الراهن يشهد النشاط السياحي نمواً وتطوراً كبيراً، حيث تعتبر صناعة السياحة من أهمّ الصناعات العالمية في الألفية الثالثة، حيث تؤثر على اقتصاديات الدول المصدرة للسياح والمستقبلة لهم، إذ انعكست التطورات التي شملت العديد من مجالات قطاع الخدمات إيجاباً على قطاع السياحة ما ساعدها على النمو الكبير الذي شهدته لتحتلّ بذلك مكانة هامة عند أغلب دول العالم، وتنوعت نشاطات السياحة لتشمل جميع أوجه الحياة في مختلف المجتمعات لتصبح ركيزة من الركائز المهمة التي تقوم عليها التنمية الشاملة المستدامة في كثير من دول العالم.

إنّ أهمية السياحة من حيث تنوع مصادر المداخل بالعملة الصعبة وخلق الثروات، مناصب الشغل تتجلى من خلال المؤشرات والمعطيات المتعلقة بهذا النشاط والمسجلة على المستوى العالمي. وتوصف السياحة بأنّها صناعة المستقبل، وهي واحدة من أهمّ الصناعات التي تشكّل القوة الدافعة لاقتصاديات الخدمات في القرن الحادي والعشرين، ومع تعدّد الأنماط السياحية وتنوّعها برزت الحاجة إلى تحقيق متطلبات التنمية والمحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية للمواقع السياحية، وتنوع مصادر الدخل الوطني.

لم تعد السياحة اليوم مجرد نشاط ترفيهي للإنسان ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه فقط، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها، الأمر الذي يستدعي العمل على كيفية استغلال الإمكانيات السياحية لكل دولة.

فالجزائر تتمتع بجملة كبيرة من المقومات السياحية الطبيعية من الموقع الجغرافي واعتدال المناخ خلال فصول السنة، شريطها الساحلي الذي يمتد إلى أكثر من 1200 كلم، جبال، ثلوج، غابات، مواقع أثرية تاريخية، حمامات معدنية وصحراء شاسعة، مما يؤدي إلى تنوع الطلب السياحي، هذه المقومات تمثل شروط محفزة لتنمية سياحية تعود عليها بمردود اقتصادي وتوظيف عدد معتبر من اليد العاملة، إلّا أنّ القطاع السياحي في الجزائر يكشف التفاوت الكبير في مداخل هذا القطاع، وأهميته بالنسبة للاقتصاد الوطني، ونسبة التشغيل.

في العادة عندما نقول أو نطلق لفظ السياحة أو السائح يتبادر إلى الذهن مباشرة أو التركيز بشكل أكبر على السائح الأجنبي خارج الدولة، دون أن نركز على السائح من داخل الوطن أو الاهتمام بالسياحة الداخلية ونشر الوعي لدى الأفراد للقيام بجولات سياحية داخل بلادهم.

أولا: الإشكالية

وبناء على ما سبق، وأمام الأحداث تتمثل أهمية موضوع البحث في إشكالية صناعة السياحة بين متطلبات التنمية وترقية القطاع السياحي في الجزائر، ولكي نتكّن من دراسة هذا الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

هل يمكن القول أنّ صناعة السياحة كفيلة وفعالة لترقية القطاع السياحي وبالتالي المساهمة في القضايا الشاملة؟.

وفي هذا الشأن يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1 - ما مفهوم السياحة ؟ و ما هي مختلف أسسها؟.
- 2 - فيما تتمثل مقومات الجذب السياحي والمؤشرات السياحية في الجزائر؟.
- 3 - ما هي الخطوط العريضة التي اشتمل عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ؟.

ثانيا: فرضيات البحث

وللإجابة على التساؤلات السابقة الذكر ارتأينا إلى وضع مجموعة من الفرضيات التي تتمثل في:

- 1- تعدّ السياحة صناعة متكاملة بالغة الأهمية تؤثر على بعض المتغيرات الكلية للاقتصاد.
- 2- رغم تعاقب السياسات التنموية المختلفة لتنمية القطاع السياحي تبقى مساهمته ضعيفة في الاقتصاد الوطني.
- 3- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية منفصل عن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT 2025).

ثالثا: أهمية البحث

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على السياحة الجزائرية، فتعتبر عاملا مساعدا خصوصا في مجال البنية التحتية للاقتصاد، وذلك من خلال الآثار الايجابية التي تتركها على فرص العمل وميزان المدفوعات، بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية المرفوعة من قبل الدولة للنهوض بها، وهذا في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

رابعا: أهداف البحث

تهدف دراستنا إلى تحديد مفهوم السياحة والسائح وأهدافها وخصائصها، وتبيان أنواعها وأهدافها، وكذلك تهدف إلى معرفة ركائز صناعة السياحة، وآثارها الاقتصادية والبيئية، الاجتماعية والثقافية، إضافة إلى ذلك تسليط الضوء على أسس صناعة السياحة (السوق السياحي، الاستثمار والتسويق السياحي، الإيرادات والإنفاق السياحي)، مع تشخيص مؤشرات ومقومات السياحة وأهمية القطاع السياحي ومساهمته في التنمية، و معرفة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) والمعوقات التي تواجهها.

خامسا: حدود الدراسة

سنحاول من خلال دراستنا إلى تحديد ما يلي:

الحدود الموضوعية: وهي توضيح النظرة حول واقع القطاع السياحي في الجزائر بشكل مختصر، مركزين على أهم المقومات الأساسية بالاعتماد على تقارير مؤشرات السياحة العالمية، الإحصائيات والمخططات.

الحدود الزمنية: وقد تمّ تحديد فترة الدراسة من (2008 إلى 2017).

الحدود المكانية: بما أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال دون المستوى المطلوب، وفي نفس الوقت هو قطاع واعد، ارتأينا أن تكون بلدي الجزائر هو مكان الدراسة، و ذلك من خلال تقييم الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية.

سادسا: منهجية البحث

للإجابة عن تساؤلات البحث ونظرا لطبيعة الموضوع، تمّ الاعتماد على المنهجين الوصفي والتحليلي، فكان المنهج وصفيًا والذي يخصّ مختلف المفاهيم والتعاريف التي تمسّ الموضوع، والمنهج التحليلي الذي اعتمد عليه في التعليق على مختلف الجداول والأشكال، النسب المئوية وغيرها.

سابعا: الدراسات السابقة

من الرسائل والأطروحات التي تناولت موضوع السياحة تمكّنا من الإطلاع على مجموعة منها، ومن بينها:

1 - أطروحة دكتوراه لعامر عيساني بعنوان "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، (2009 - 2010)، خلفية عن السياحة وآثارها المختلفة كما تطرّق إلى التنمية السياحية المستدامة والسياحة الدولية وتطورها كما تطرّق إلى واقع السياحة في الجزائر أمّا الفصل الأخير وما قبل الأخير فتطرّق إلى التنمية السياحية لكل من مصر وتونس وتقييم هذه التجارب، وقد توصل إلى ضعف الأداء الاقتصادي للقطاع السياحي للجزائر مقارنة مع كل من مصر وتونس.

2 - دراسة الباحث عوينان عبد القادر بعنوان "السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000 - 2025)"، في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2025 SDAT)، (2012 - 2013) من خلالها قام الباحث بتعريف السياحة ومختلف آثارها بالإضافة إلى دافع السياحة الجزائرية ومقارنتها بتجارب دول شقيقة وهي مصر، تونس والمغرب مع تشخيص إمكانيات السياحة في الجزائر ومعوقاتهما.

3 - أطروحة الدكتوراه للباحثة سعاد دولي، بعنوان "آليات ترقية السياحة في الجزائر وآثارها على التنمية المستدامة"، (2013 - 2014)، تطرّقت إلى كيفية ترقية القطاع السياحي في الجزائر على النحو الذي يساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030.

أما دراستنا اختلفت عن الدراسات السابقة بحيث تعرضت إلى الرؤية الإستراتيجية للقطاع السياحي في ظل المتغيرات الحالية مع تقييم حصيلة الانجاز للفترة (2008 - 2017) من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025).

ثامنا: صعوبات البحث

رافقت مسيرة البحث في إعداد هذه المذكرة صعوبات جمّة من مختلف الجوانب، حيث تمثّلت أهم الصعوبات التي واجهتنا في تضارب الإحصائيات وقلّتها، والمتوفرة منها لا تعبر عن الفترة الحالية للقطاع السياحي الجزائري سواء من خلال المداخل أو الهياكل السياحية، ما أدّى إلى صعوبة مهمّة البحث والتحليل وعدم دقّة النتائج التي يتمّ الوصول إليها ومنها صعوبة وضع الحلول الممكنة لهذه المشاكل.

تاسعا: تقسيمات البحث

تمّ تقسيم هذا المبحث إلى ثلاث فصول حيث كل فصل يحتوي على ثلاث مباحث وكل مبحث يشمل ثلاث مطالب:

سنتناول في الفصل الأول الإطار النظري حول السياحة وذلك بالتطرق إلى مفهوم السياحة والسائح وأهدافها وخصائصها مع الحديث عن أنواعها وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية والسياسية، وبالتطرق إلى ركائز صناعة السياحة والمتمثلة في مكونات وأركان السياحة بالإضافة إلى الآثار الاقتصادية والبيئية والاجتماعية والثقافية.

وتمّ تخصيص الفصل الثاني لعرض المقومات السياحية بالحديث عن واقع مقومات السياحة في الجزائر مع مؤشرات السياحة وأهميّة القطاع السياحي ومساهمته في التنمية.

وكان الفصل الثالث يتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 بذكر إستراتيجية الترقية للقطاع السياحي في الجزائر وذلك يشمل تعريف وأهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 والمشاريع ذات الأولوية مع مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر.

مع التطرق إلى تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والحصيلة المنجزة بالحديث عن تطور الإنجازات من خلال الهياكل الفندقية وطاقات الإيواء ودخول نهاية جودة 2017، بالإضافة إلى ذلك تمّ التركيز عن معوقات السياحة في الجزائر والمتمثلة في المعوقات المتعلقة بالتسيير للقطاع السياحي والعقار وبأداء الجماعات المحلية والمعوقات الإدارية والقانونية والاقتصادية والمعوقات الأخرى للقطاع السياحي.

الفصل الأول

الإطار النظري لصناعة السياحة

تمهيد:

تعد السياحة أكثر القطاعات ديناميكية عبر العالم، كونها تؤثر وتتأثر بكافة العلوم والمجالات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، بحيث جعلت السياحة القطاع الذي يعتبر الحجر الأساس في بناء الاقتصاد الوطني.

وتعتبر السياحة غذاءاً روحياً كونها تساعد الإنسان على توسيع إدراكه وفهمه لما يحيط به من ظواهر كونية طبيعية خلقها الله عز وجل لنعم بها نحن البشر.

حيث للسياحة دور في تهذيب الشخصية الإنسانية من خلال الخروج إلى الطبيعة، والتمتع بمظاهرها، والاستمتاع بجوها، وتحرر الإنسان من مفهومه وإرهاقه جراء العمل الروتيني، فيتحرر الإنسان جسماً ونفسياً ويكون مهياً لإقامة علاقات ولقاءات مع أناس جدد ويشعر بالحرية والانطلاق البعيد إلى أحضان الطبيعة الذي هو إحساس فطري.

وللإحاطة بالمفاهيم والعناصر الأساسية للسياحة وصناعة السياحة سنتناول بالدراسة ما يلي:

المبحث الأول: عموميات حول صناعة السياحة.

المبحث الثاني: ركائز وآثار صناعة السياحة.

المبحث الثالث: أسس صناعة السياحة.

المبحث الأول: عموميات حول صناعة السياحة

سنتطرق في هذا المبحث إلى مختلف المفاهيم للسياحة مع ذكر أهدافها وخصائصها إضافة إلى ذلك سنتحدث عن أنواعها وكذا أهميتها.

المطلب الأول: ماهية صناعة السياحة

أولاً: مفهوم السياحة

1 - هي نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط، هي عملية انتقال وقيية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم أو إلى بلدان أخرى¹.

2 - عرفها الألماني (FROVILLEE JOWIEBER) عام 1905 بأنها "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيّر الجو، والإحساس بجمال الطبيعة، وتذوقها الشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدّم وسائل النقل².

3 - وتعرّف بأنها فن تعظيم الاستقرار وتقليل التوتر لدى السائح، وإشباع رغباته ودوافعه³.

4 - وعرفها هيرمان فون شوليرون (HERMEN VON SHOLLERRON) وهو عالم نمساوي سنة 1910 على أنّها "الإصلاح الذي يطلق على كل العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة، ويرتبط بهم ارتباطاً وثيقاً"⁴.

5 - كما عرفها النمساوي (H.V SCHULLERD) عام 1990 على أنّها "مجموع الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة أو دولة معينة وإقامتهم فيها ثم رحيلهم عنها"⁵.

¹ فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، دار صفاء، عمان، الأردن، ط1 - 2015، ص 35.

² طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 118.

³ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، دار البازوري العلمية، عمان - الأردن، 2014، ص 49.

⁴ الطيب داودي، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية - دراسة حالة ولاية جيجل، الملتقى الدولي العلمي حول: الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المنظم من قبل المركز الجامعي بتيبازة، الجزائر، يومي 26/27 نوفمبر 2014، ص 04.

⁵ علي هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2006، ص 126.

- 6 - وعرفها الباحث هونزكير (HUNZIKER) على أنها "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على السفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أنّ هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي"¹.
- 7 - السياحة ليست فرعاً تقليدياً للنشاط، إنّها متعددة الأشكال، ديناميكية، منتج مشارك المنتج مع المستهلكين الخارجيين، تعبئة العديد من الخدمات وحساسة لتقلبات السياقات المحلية والاتجاهات العالمية².
- ومن التعاريف السابقة نستنتج أن السياحة هي انتقال الفرد أو المجموعة خارج مقر الإقامة لمدة لا تقل على ليلة واحدة ولا تزيد عن سنة، وذلك لغرض الترويح والاستجمام ولأغراض أخرى.
- كما أنّها نشاط يقوم به الفرد أو مجموعة الأفراد يحدث عنه الانتقال من مكان لآخر أو من بلد لآخر من أجل أداء مهمة معيّنة أو زيارة أماكن معيّنة بغرض الترفيه.

ثانياً: مفهوم السائح

- 1- السائح هو ذلك الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي أو لأيّ سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وإن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للزيارة³.
- 2 - عرفه مؤتمر روما العالمي للسياحة سنة 1963 بأنه "من يزور دولة ما غير وطنه الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة لأيّ سبب من الأسباب، عدا قبول وظيفة بأجر في الدولة التي يزورها، أي تغيير مكان الإقامة لفترة مؤقتة، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأيّ غرض غير غرض العمل بأجر"⁴.

¹ عبد القادر بن عيسى، سليم جابو، دور السياحة الصحراوية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 01 / 2016، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، ص 23.

² Sellama sara , **le développement touristique et les préoccupations environnementales: Cas des lieux d'hébergement et des transporteurs écologiques français** , Spécialité: Management des organisations , Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion , Université Badji Mokhtar, Annaba , p 04 .

³ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، الأردن، بدون سنة، ص 27.

⁴ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 51.

3 - وعرفه أوجلفي (F.WOGILVIE) الإنجليزي بأنه "الشخص الذي يتوفر فيه شرطان هما: البعد عن الوطن الأصلي، والثاني هو قيام السائح بإنفاق الأموال التي يقيم فيها إقامة مؤقتة وليس من الأموال التي يكتسبها من منطقة الاستقبال، فالسائح هنا يعدّ مستهلكاً وليس منتجاً"¹.

4 - ويرى (A.J.NORWELL) السائح هو ذلك الشخص الذي يدخل أي بلد غير موطنه الأصلي لأي غرض ما عدا الإقامة الدائمة فيه، أو القيام بعملية التجارة المنتظمة عبر الحدود، كما أنه يقوم بإنفاق الأموال في الدولة التي يزورها بشرط أن يكون قد حصل على هذه الأموال من أماكن أخرى².

ومن هذه التعاريف نستنتج بأنّ السائح هو الفرد الذي يزور مكاناً ما غير المكان الذي يقيم فيه في مدة لا تقل عن 24 ساعة.

وبتعريف آخر هو الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه ويقيم بها لمدة تزيد على 24 ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يعدّ هذا موطناً له.

ثالثاً: أهداف صناعة السياحة

تهدف صناعة السياحة إلى:

1- تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، فإنّ أول محور في عملية التنمية هو الإنسان، حيث أن عملية تنمية وتطوير صناعة السياحة تكون بمجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي³.

2- العمل على تنمية صناعة السياحة في الدول العربية وجذب المزيد من حركة السياحة العالمية وتنمية حركة السياحة العربية البينية⁴.

3- إيجاد مناطق جديدة قد تكون صناعة تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية، وتنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون العناصر والإمكانات والجهود العاملة في الحقل السياحي كافة⁵.

¹ علي هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 128.

² نفس المرجع، ص 128.

³ صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، دار الأيام، الأردن، ط 1، 2015، ص 71.

⁴ المنظمة العربية للسياحة، أهداف السياحة، المملكة العربية السعودية، جدة، على الموقع: <http://www.arab-tourism.org/index.php/about/vision-and-goals>

تاريخ الإطلاع: 03 / 03 / 2019، على الساعة 18:10.

⁵ صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 71.

4 - كما تهدف إلى استثمار الموارد الطبيعية أو البشرية المتاحة في الإقليم أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل الدافئ أو المناطق الجبلية أو الغطاءات الجليدية أو المزارات الدينية والتاريخية والأثرية، وهي لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالمصايد والموارد المعدنية والمراعي والترب الخصبة¹.

رابعاً: خصائص صناعة السياحة

يمكن إيجاز الخصائص فيما يلي:

- 1- قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنه يمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع².
- 2 - مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بناءات أساسية وخدمات تكميلية³.
- 3 - قد تكون السياحة محدودة في الزمان والمكان، باعتبار أنها تتضمن الإقامة في مكان يختلف عن مكان الإقامة أو الشغل المعتاد، كما يجب أن لا تفوق مدة الإقامة السنة أي تكون لمدة زمنية قصيرة⁴.
- 4 - تعتمد السياحة بشكل كبير على مكونات البنية التحتية للبلد محل الزيارة، وتتمثل هذه البنية التحتية في المرافق المخصصة للاستقبال كالفنادق والنقل والمعالم الأثرية والحضارية والدينية وكذا المتاحف، إلى جانب المناظر الطبيعية والهياكل الرياضية والإستشفائية ... إلخ⁵.

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 112.

² رواحية عيسى، جمال كنزة، واقع صناعة السياحة بولاية عنابة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد الرابع ديسمبر 2017، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، ص 197.

³ هاني نوال، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية، مجلة الباحث، عدد 13 / 2013، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 74.

⁴ ساهل سيدي محمد، السياحة وأهمية التسويق السياحي، حالة السياحة في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 39/1994، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، ص 59.

⁵ نفس المرجع، ص 59.

5 - تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة بصورة مطردة خاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي، ويمكن تفسير ذلك بإقدام السياح على الإنفاق وتحويل أموالهم إلى عملات الدولة المستقبلية لهم من أجل سداد تكاليف الخدمات التي يحتاجونها¹.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعا لتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، حيث ساهم التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي في هذا التنوع، فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل، وقد صنفَت السياحة لعدة معايير وهي كالتالي:

أولا: حسب عدد الأشخاص

وهذا النوع من السياحة يتسم بما يلي:

1- **سياحة فردية:** تعني أن السائح يقوم بمفرده أو بصحبة أفراد عائلته أو بعض أصدقائه، بتنفيذ رحلة سياحية على حسابه الخاص²، ويتميز هذا النوع بأنه³:

✓ ذو تكلفة عالية تحتاج إلى إمكانيات سياحية عالمية.

✓ يقوم السائح بالاتصال المباشر مع المنشآت السياحية للحصول على خدمات.

✓ الحاجة إلى معرفة اللغات العالمية والاستغناء عن المترجم.

✓ الحاجة إلى الخبرة في مراجعة عدة جهات للحصول على تأشيرة الدخول وتصريف العملات وتذاكر

السفر والحجز والمعرفة بأمور الجمارك ما هو ممنوع وما هو مسموح .

✓ المعرفة بعادات وتقاليد الشعوب في البلدان المضييفة.

2- **سياحة جماعية:** وتسمى أيضا سياحة المجاميع أو الأفواج وفيها " تقوم الشركات السياحية أي

المتخصصة بتنظيم رحلات في مجموعات أو أفواج سياحية شاملة لكل عناصر السياحة "¹ ، ويتميز هذا النوع من السياحة بأنه²:

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 113.

² طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

³ بركات كامل النمر وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء، الأردن، ط1. 2011، ص 51.

- ✓ أوفر من حيث التكاليف.
- ✓ لا تستدعي خبرة كبيرة.
- ✓ مؤمنة في جميع العناصر الخاصة بالرحلة السياحية.
- ✓ يمكن أن تقوم بها مجموعة يرتبطوا فيما بينهم برابطة معينة مثل: رابطة العمل أو القرابة أو التنظيم.
- ✓ تتحمل شركات السياحة المنظمة كافة عناصر البرنامج السياحي.

ثانيا: حسب السنّ

طبقا لهذا المعيار نجد ما يلي³:

- 1 - **سياحة الطلائع**: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية 07 - 14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها اكتساب الأطفال مهارات ومعارف وسلوكيات معينة.
- 2 - **سياحة الشباب**: تتعلق بالمرحلة العمرية 15 - 21 سنة وتمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين والاعتماد على النفس وتكوين الصداقات.
- 3 - **سياحة الناضجين**: وكذلك تتعلق بالمرحلة العمرية 35 - 55 سنة، وهي عبارة عن سياحة استرخاء ومتعة والهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق من العمل.
- 4 - **سياحة المتقاعدين**: ويعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع التقليدية في الغرب وأمريكا وغالبا ما يشارك فيها المتقاعدون وكبار السن.

ثالثا: حسب مدة الإقامة

وهذا النوع يشمل ما يلي:

- 1 - **سياحة موسمية**: وهي السياحة التي تقع في موسم معين، يقضي فيها السائح عطلة لا تتجاوز مدّتها شهرا واحدا يقضونها دوما في نفس المكان⁴.

¹ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

² بركات كامل النمر وآخرون، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 52.

³ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 164 - 165.

⁴ العابد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، الملتقى الوطني: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، يومي 19 - 20 / نوفمبر 2012، ص 02.

2. سياحة عابرة: وتشمل نوعين وهما¹:

السياحة البرية: هي السياحة العابرة التي ينتقل فيها الأفراد باستخدام الطرق البرية، والحافلات المخصصة للسياحة.

السياحة بالطائرات: هي السياحة العابرة التي تعتمد على السفر بالطائرات، وتكون دون أي تخطيط مسبق، لأنها تعتمد على التوقف أو التعطل المفاجئ في الطائرة، مما يُرغم الشركات السياحية على توفير رحلات سياحية بديلة للمسافرين، حتى يتم إصلاح العطل.

رابعاً: حسب وسيلة النقل المستعملة

1 - النقل: هو توضيح طبيعة ارتباط وسائل النقل مع القطاع السياحي، فلا تستطيع السياحة تحقيق التطور والنجاح دون الاعتماد على تطور وسائل المواصلات وطرق النقل، ويشمل النقل الفئات الآتية²:

أ - وسائل النقل البري: وهي الدراجات، والسيارات، والقطارات، والحافلات.

ب - وسائل النقل البحري: وهي الزوارق، والسفن، والمراكب.

ج - وسائل النقل الجوي: وهي جميع أنواع الطائرات.

خامساً: طبقاً لمستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية

وتبعاً لهذا المعيار يمكن تقسيم السياحة إلى³:

1 - سياحة أصحاب الملايين: وهؤلاء يسافرون بوسائل المواصلات الخاصة بهم مثل الطائرات واليخوت الخاصة.

2 - سياحة الطبقات المتميزة: التي تستخدم المستويات الممتازة من الخدمات مثل فنادق خمس نجوم ومقاعد الدرجة الأولى في وسائل النقل المختلفة.

3 - السياحة الاجتماعية أو السياحة العامة لذوي الدخل المحدود: وهؤلاء غالباً ما يستخدمون الدرجات السياحية في وسائل المواصلات المختلفة، ويستخدمون الفنادق من فئة ثلاث نجوم فما دون.

سادساً: السياحة وفقاً للنظام الجغرافي

¹ باناً ضمراوي، تعريف السياحة، على الموقع: <https://mawdoo3.com>، بتاريخ 18 / 01 / 2018، على الساعة: 09:14.

² باناً ضمراوي، تعريف السياحة، مرجع سبق ذكره.

³ بركات كامل النمر، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 53.

حيث تشمل السياحة هنا نوعين أساسيين:

1- السياحة الداخلية: يقصد بها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه، أي انتقال مواطني الدولة نفسها داخل بلدهم، ورغم الاتفاق على هذا المفهوم إلا أنّ هناك اختلاف بين الدول في تعريف السائح الداخلي حيث يعرف في بعضها بناءً على المدة التي يقضيها بعيداً عن مقر إقامته الدائم أو المعتاد ولغير أغراض العمل¹، وهي التي تستدعي نقل السياح إلى أماكن سياحية داخل الحدود السياسية والجغرافية لوطنهم².

2 - السياحة الخارجية: مصطلح السياحة الخارجية يطلق على السياح الذين يقصدون أماكن سياحية خارج وطنهم الأم، فتشمل إذا حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية للدولة وفيما يجد السائح تغاير في أمور متعددة كاللغة والعادات والتقاليد، والنظم السياسية والاجتماعية، والاقتصادية، وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم، وتعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة³.

سابعاً: السياحة حسب الهدف

ويمكن تصنيفها إلى:

1 - سياحة المؤتمرات: والتي تتطلب إمكانيات هائلة من حيث توفير أماكن الإيواء ووسائل النقل السياحي والتسهيلات الأخرى وتوفير مستوى رفيع من حيث العدد المؤهل والمنظم لمدن المؤتمرات⁴.

2 - السياحة الرياضية: هي انتقال الفرد بصفة مؤقتة من البلد الذي يقيم فيه إلى بلد آخر بغرض المشاركة في المنافسات الرياضية أو حضورها وما يصاحبها من نشاطات مختلفة⁵.

3 - السياحة الدينية: هي السياحة التي تعتمد على زيارة السياح للمواقع المخصصة للشعائر الدينية سواء في الإسلام أو الديانات الأخرى، فنجد موسم الحج والعمرة بالنسبة للمسلمين، حيث هناك مكة المكرمة والمدينة المنورة والمواقع المرتبطة بها مثل عرفة ومنى ومزدلفة⁶.

¹ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي والمنشآت السياحية، دار أسامة، الأردن - عمان، ط 1، 2012، ص 27.

² طارق عبد الفتاح الشريعي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة حورس الدولية، القاهرة، مصر، 2011، ص 25.

³ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 168.

⁴ عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، دار الراية، الأردن - عمان، ط 1، 2009، ص 25.

⁵ قادري تقي الدين، النشاط البدني الترويحي ودوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر، دراسة ميدانية للمركبات السياحية بالجزائر، مجلة العلوم

الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، العدد 27 ديسمبر 2016، ص 401.

⁶ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي والمنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

4 - **السياحة الترفيهية:** وهي السفر إلى دولة ما لغرض التسلية والترفيه للتخلص من ضغوطات العمل والتوتر والاستجمام¹.

5 - **السياحة العلاجية:** وتعتمد على استخدام المراكز الطبية والمستشفيات الحديثة المجهزة طبيًا بالمعدات والكوادر البشرية المدربة والمؤهلة لاستقبال المرضى².

6 - **السياحة الثقافية:** يقصد بها السفر للإطلاع أو المشاركة أحياناً في نمط من أنماط الحياة التي تلاشت وليس لها وجود إلا في ذاكرة الإنسان، إنّ وجود مثل "الصورة الرائعة" أو "اللون المحلي" في المناطق التي تقصد للسياحة يعدّ من عناصر الجذب السياحي الرئيسية³، وهي أساساً ذات طبيعة ذهنية، تنشّد معرفة أشياء جديدة ليست معروفة لدى السائح، وتتم عبر زيارة السائح لبلاد أجنبية، ودراسة شعوبها والخصائص التي تميّز هذه الشعوب عن غيرها⁴.

7 - **سياحة المعارض:** وتشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة، من المعارض الصناعية والتجارية والفنية التشكيلية ومعارض الكتاب وغيرها، فمن خلالها يستطيع الزائر التعرف على آخر الإنجازات التكنولوجية والعلمية للبلدان المختلفة والتي تعتبر من عوامل الجذب السياحي وتنشيطه، وارتبط هذا النوع من السياحة بالتطور الصناعي الكبير الذي حدث في مختلف بلدان العالم⁵.

8 - **سياحة المهرجانات:** تعتمد هذه السياحة على النشاطات السياحية المرتبطة بالثقافة والفنون والرياضة، وغالباً ما يرتبط بموسم معين أو مناسبات معينة في بعض دول العالم، والتي تهدف إلى الترويج والجذب السياحي⁶.

¹ رزان صلاح، السياحة والآثار، لفيف، بتاريخ 26 أكتوبر 2018، على الساعة 14:45، على الموقع :

https://mawdoo3.com/السياحة_والآثار

² بركات كامل النمر، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي والمنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 23.

⁴ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 155.

⁵ محمد عرب الموسوي، مقال حول : السياحة ومقوماتها، مركز النور، بتاريخ 30 / 06 / 2010، على الموقع:

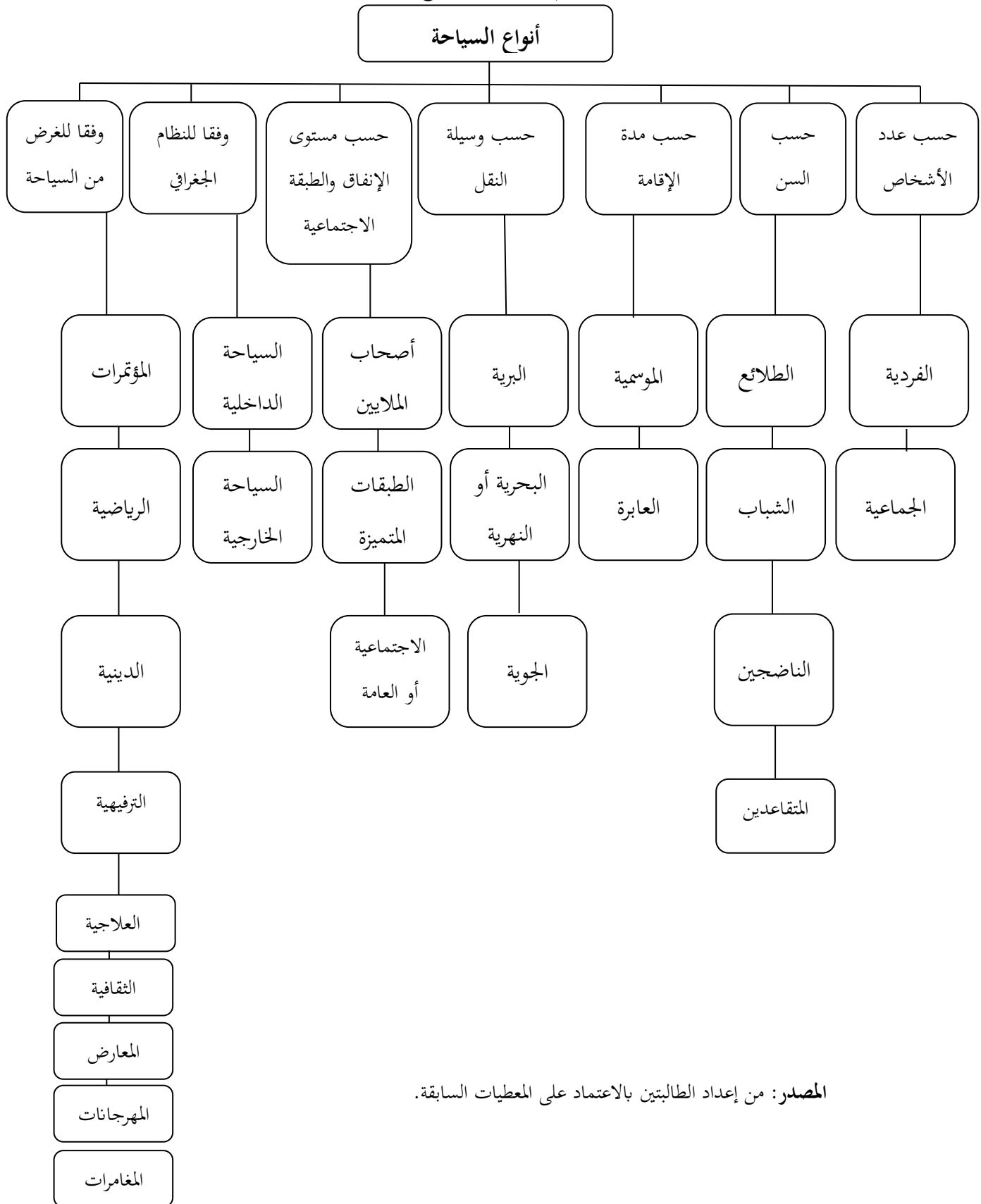
<http://www.alnoor.se/article.asp?id=82409>

⁶ بركات كامل النمر، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 65.

9- سياحة المغامرات: تساهم هذه السياحة في استقطاب السياح إلى المناطق الداخلية حتى في غياب مواسم التزلج والسباحة¹.

¹ فادي عبود، نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة، مسؤولية وتنافسية، الجمهورية اللبنانية، وزارة السياحة، لبنان - بيروت، برنامج عمل 2010 - 2014، على الموقع : <http://www.databank.com.lb/docs/Ministry%20of%20Tourism%20Business%20Plan%2C%202010-2014.pdf>، ص 12.

الشكل رقم (01 - 01): أنواع السياحة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

المطلب الثالث: أهمية صناعة السياحة

لصناعة السياحة دور مهم في بناء العلاقات الإنسانية بين الأمم وتقاربها، وتساهم في دعم الأمن والسلام بين الدول، فانتقال السائحين إلى مختلف الدول ومعرفة ظروفها ومشاكلها ومعايشة المجتمعات، يولد نوعاً من التفاهم والتعارف والإحساس بمعاناتهم ويخلق نوعاً من التعاطف، وتساهم في توثيق العلاقات الإنسانية بين المجتمعات، فصناعة السياحة تمثل الطريق الأقصر في النمو والتطور الحضاري، والدخول في المجتمعات المغلقة¹.

وقد أصبحت السياحة أهم ظاهرة في عصرنا الحاضر نظراً لما تتمتع به من أهمية في عدة جوانب أهمها:

أولاً: الأهمية الاقتصادية

✓ أصبحت السياحة في الكثير من دول العالم تمثل "قطاعاً اقتصادياً رئيسياً يعمل على ضخ العملات الصعبة وجذب الاستثمارات الأجنبية، ويوفر أعداداً لا يستهان بها من فرص العمل، حيث تعتبر السياحة بمجالاتها المختلفة أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة، وبالتالي تساهم في اقتصاديات الدول"².

✓ تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم والتي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي وينفق المستهلكون في الدول المتقدمة على السفر والسياحة أكثر مما ينفقون على الموارد الأخرى³.

✓ وترجع الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة في الولايات المتحدة إلى ما تجلبه من رؤوس أموال في الاستثمار بما يعادل مائتين وخمسين بليون دولار سنوياً بالإضافة إلى إيرادات الضرائب التي تقدر بـ 166 بليون دولار، وتعد صناعة السياحة العامل الرئيسي في البيئة الأساسية للاقتصاد من حيث أهميتها في مجال التسويق والمبيعات والإدارة والتخطيط، وتقوية الروابط الاقتصادية بين الدول⁴.

✓ تزداد أهمية السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة، وتحقيق صناعة سياحة صادرة وغير متطورة⁵.

¹ صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 71.

² طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 123.

³ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁴ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي والمنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

⁵ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، عمان، الأردن، ط 1. 2008، ص 16.

✓ تعمل السياحة على إعادة الدخل القومي وإعادة توزيع السكان جغرافيا ومهنيا وتحقيق التوازن بين القطاعات المختلفة¹.

ثانيا: الأهمية الحضارية والثقافية

✓ إنّ لصناعة السياحة دورا مهما في بناء العلاقات بين الأمم وتقاربها وذات إسهام فاعل في دعم الأمن والسلام بين الدول، فانتقال السائحين إلى مختلف الدول ومعرفة ظروفها ومشكلاتها ومعايشة تلك المجتمعات يؤلّد نوعا من التعارف والتفاهم والإحساس بمعاناتهم، وتخلق نوعا من التعاطف، وتسهم في توثيق العلاقات الإنسانية بين تلك المجتمعات فصناعة السياحة تمثل الطريق الأقصر في النمو والتطور الحضاري والدخول في المجتمعات المغلقة، وهي تسهم بشكل فاعل في الانفتاح الحضاري للإنسان وخلق أنماط حضارية وثقافية، وهي بذلك تعد عملية تأثير وتأثر بين شعوب دول العالم².

✓ تتمثل هذه الأهمية في انتشار ثقافات الشعوب والأمم بين أقاليم العالم المختلفة، كذلك زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضها البعض، وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم³.

ثالثا: الأهمية البيئية والعمرائية

✓ بالرغم من الاتهامات الموجهة للسياحة كأداة تخريب للبيئة، إلا أنّ من الإنصاف القول أنّه لولا السياحة في البلدان النامية خصوصا لما كان من الممكن بناء المجتمعات السياحية الراقية هناك، وحماية الغابات والبحيرات ومناطق جذب الطبيعة⁴.

✓ حيث تمكّن السياحة من استخدام أمثل للموارد والمعطيات الطبيعية، وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها على اعتبارها ثروة طبيعية، كذلك تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأراضي بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة ولا تسبب أي مشاكل أو آثار بيئية سالبة⁵.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2010، ص 06.

² صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 71 - 72.

³ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 125.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2009، ص 38.

⁵ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 126.

رابعاً: الأهمية الاجتماعية والسياسية

وتتمثل الأهميتان في ما يلي¹:

1 - الأهمية الاجتماعية:

✓ السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.

✓ تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين.

و تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي²:

✓ زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بمختلف عادات وشعوب الطرف الآخر (السياح).

✓ زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات وشعوب وقيم أجدادها وآبائها والحفاظ عليها من الزوال والاضمحلال.

✓ توفر عادات السياحة ملاذاً للكثير من الطبقات الكادحة، والتي تجد فرصة في العمل السياحي بما يوفره من مناصب شغل.

✓ رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي والحضاري.

✓ تحسين نمط حياة الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي.

✓ التفاعل والاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارعة من جهة ومن جهة السياح، سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي.

2 - الأهمية السياسية:

✓ إذا كانت السياحة الناجحة تؤثر في الميدانين الاقتصادي والاجتماعي، فإنها من ناحية أخرى قد تحقق

أهدافاً سياسية، إذا ما رغب صانعو القرار السياسي في ذلك، وإن تنقل الأشخاص ضمن البلد الواحد

يفسح مجالاً واسعاً للتعارف والتحاور، وبلورة التصورات الآنية، والمستقبلية في مختلف المجالات السياسية

¹ سماعني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر، السنة الجامعية : 2013 - 2014، ص 27.

² عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000 - 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، التخصص: نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم : العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية: 2012 - 2013، ص 27.

والاقتصادية و الاجتماعية، فضلا عن ذلك فإن الاحتكاك بين أشخاص من جنسيات مختلفة سيكسبهم لا محالة قدرا كبيرا من الفهم والإدراك، والوقوف على ثقافات الآخرين، ونمط حياتهم وهذه كلها تعمل على مد الجسور بين شعوب ذات ثقافات متباينة، وليس بين الأفراد فحسب إنما بين التنظيمات المختلفة، والحكومات أيضا، وهنا تتشكل تصورات تنطلق من معطيات أقرب إلى الحقيقة منها إلى التخمين¹.

✓ تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول، كما أنّ النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية².

¹ دولي سعاد، آليات ترقية السياحة في الجزائر وأثرها على التنمية المستدامة، مذكرة دكتوراه علوم، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، الجزائر، السنة الجامعية 2013 - 2014، ص 14.

² مريم آيت بارة، صناعة السياحة في الجزائر مؤهلات، الواقع وآفاق النهوض في مطلع 2030، الملتقى الدولي الثاني حول: تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم المالية، يومي 07 و08/10/2016، ص 07.

المبحث الثاني: ركائز صناعة السياحة

تتكون صناعة السياحة من مجموعة من العناصر بالرغم من تعددها وتشعبها إلا أنّها تكون فيما بينها وحدة واحدة تتميز بالتجانس.

المطلب الأول: مكونات صناعة السياحة

أولا - وسائل الإقامة

والتي تشمل الفنادق والشاليات والشقق الفندقية، المخيمات، المنتجعات السياحية والقرى...، وتخضع هذه الأخيرة إلى شروط عدة نذكر منها¹:

1 - معيار الموقع: يلعب الموقع دور هام في تصنيف الفنادق وتحديد درجتها ونوع زائريها وحسب هذا المعيار يمكن أن نجد التصنيفات التالية:

✓ فنادق وسط المدينة التي تستقبل رجال الأعمال وسائحي الإجازات.

✓ فنادق المطارات والتي تستقبل سائحي العبور وملاحي الطائرات وفي بعض الأحيان رجال الأعمال.

✓ فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تسير فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تسير إقامة سائحي الإجازات.

2 - معيار الخدمة: تبعا لهذا المعيار يمكن تقسيم وسائل الإقامة إلى:

✓ وحدات إقامة تقدم خدمات سياحية كالفنادق والموتيلات، بيوت الشباب، الفنادق العامة.

✓ وحدات إقامة تقوم على الخدمة الذاتية كالمخيمات، الفيلا والشاليات ويجب أن تشمل هذه الوحدات على تسهيلات الراحة.

3 - معيار التسهيلات المتاحة : تتعدد التسهيلات المتاحة التي تقدمها وحدات الإقامة السياحية، ولعلّ أهمها:

✓ تسهيلات خاصة بالحجز، كالحجز عن بعد أو الحجز الآلي.

¹ ماهر السيسي، مبادئ السياحة، تاريخ الإطلاع 2019/02/23، على الساعة : 16:01، على الموقع:

<https://books.google.dz/books?id=NDRDAAAQBAJ&pg=PA139&lpg=PA139&dq>، ص ص، 140،

✓ تسهيلات ترفيهية كتوفر العديد من المطاعم والنوادي وملاعب التنس والبوليف والمسابح والحمامات السياحية.

ثانيا - النقل السياحي

يعرف النقل السياحي على أنه أحد الدعامات الأساسية في عملية النشاط السياحي التي تخدم السائحين في تنقلاتهم سواء من خارج الحدود أو من داخلها فهو يعتبر أحد العناصر الأساسية للخدمات والتسهيلات السياحية، فالسياحة تؤثر في النقل لأن زيادة الحركة السياحية يقابلها نمو وتطور في وسائل النقل، والنقل يؤثر في العمل السياحي لأن التطور الكبير لوسائل النقل المختلفة أدى لنمو وازدهار السياحة¹، وتتمثل أنواعه في:

1 - النقل السياحي المائي: عندما نتحدث عن النقل المائي من الناحية السياحية، نجد أن شكل الدورة السياحية البحرية تنقسم إلى الخطوط الخارجية في المحيطات والخطوط البحرية في الداخل وهي الرحلات ذهابا وإيابا لأغراض سياحية تنظمها شركات الملاحة أو الشركات السياحية².

2 - النقل السياحي البري : يلعب هذا النوع من النقل دورا هاما في جذب السياح من الأماكن القريبة والمجاورة، وتزداد أهميته بشكل أكبر في الدول النامية، حيث يطغى عامل الكلفة على عامل الزمن نظرا لانخفاض مستوى الدخل الفردي³.

3 - النقل السياحي الجوي: يمكن تقسيم النقل السياحي إلى مجموعتين أساسيتين، تختص الأولى بعرضي خدمة النقل السياحي الجوي الدولي تنقسم إلى طيران منتظم وطيران غير منتظم (المؤجر أو العارض)، أما المجموعة الثانية فتخص مستخدمي هذه الخدمة سواء أفراد أو مجموعات سياحية⁴.

¹ عبد الصمد سعودي وآخرون، دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي بالجزائر لتحقيق التنمية، مجلة الأصيل، للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الأول / جوان 2017، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر، ص 190.

² نفس المرجع، ص 193.

³ موفق البقاعي، النقل السياحي والنشاطات التسويقية، الموسوعة الجغرافية، بتاريخ 02 / 09 / 2008، على الساعة 04:44، على الموقع : <http://www.arabgeographers.net/vb/threads/arab5856>.

⁴ عبد الصمد سعودي وآخرون، دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي بالجزائر لتحقيق التنمية، مرجع سبق ذكره، ص 190.

ثالثا - الشركات والوكالات السياحية

تقوم هذه الأخيرة بدور هام في مجال النشاط السياحي، فشرركات السياحة تقوم بنشر وكالاتها في مناطق البلد بغية التوسط بين السائح والبلد المضيف، فهاته الوكالات تعتبر مكاتب استشارة لزبائنهم من السياح، وتنقسم شركات السياحة إلى¹:

1 - منظمي الرحلات: تتولى جميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمها في شكل رحلة أو مجموعة من الخدمات السياحية في توقيتات ومناطق محددة مسبقا (PACKAGE TOUR) ومنظم الرحلات يمتلك أحيانا جانبا من مكونات الرحلة مثل (مركبات النقل، وأماكن الإقامة) ويتواجد منظمي الرحلات في البلاد المصدرة للسائحين، ويتحمل مسؤولية التسويق والدعاية للبرامج التي يعدها.

2 - وكالات الخدمات السياحية: وتكون مسؤولة عن تنفيذ البرامج السياحية المعدة سلفا بمعرفة منظمي الرحلات وحسب الاتفاق معها وتوجد في البلاد المستقبلة للسائحين والمستقبلة لهم.

رابعا - الإرشاد السياحي: يعتبر من الأنشطة المكملة للنشاط السياحي، ويتطلب كفاءة علمية وفنية عالية وخبرة كافية في مجال الإلمام بالجوانب التاريخية والجغرافية والطبيعية والحضارية، وإجادة اللغات الأجنبية المتعارف عليها عالميا (إنجليزية، فرنسية، إيطالية، ألمانية، إسبانية)².

خامسا - الترفيه: تعتبر المحال العامة السياحية من الأنشطة الهامة التي تلعب دورا هاما في الجذب السياحي، وتعتبر المحال العامة السياحية فرع من المنشآت السياحية التي يتصل نشاطها اتصالا مباشرا بالعمل السياحي حيث تشرف عليها الإدارة العامة للرقابة على المحال العامة السياحية بوزارة السياحة³.

سادسا - الأمن والاستعلام: هو الشعور بالأمان والأمن والسكينة من خلال الفرد والجماعة، وهو شعور الأفراد بالطمأنينة في أثناء سعيهم للرزق وأدائهم لواجباتهم الاجتماعية⁴.

سابعا - المشتريات السياحية: يدخل هذا النشاط ضمن الأنشطة المرتبطة بالعمل السياحي لما له من تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنفاق السياحي، حيث يزداد إقبال السائحين على شراء التذكارات السياحية

¹ ماهر عبد الخالق السبيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، ط2 - 2016، ص 91.

² نفس المرجع، ص 144.

³ نفس المرجع، ص 146.

⁴ نفس المرجع، ص 118.

والسلع والهدايا، ويعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة لأنه يمثل أحد أهم مصادر العملة الصعبة، ويدرج ضمن الأنشطة الدعائية والإعلامية القوية والمؤثرة في الخارج¹.

المطلب الثاني: آثار السياحة على الجانب الاقتصادي والبيئي

أولاً: الجانب الاقتصادي

احتلت السياحة مكانة هامة ضمن السياسة الاقتصادية للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حدّ سواء، حيث تشكل عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج الداخلي العام، وتعود أسباب الاهتمام بهذا القطاع في مختلف دول العالم للآثار التالية²:

1 - على ميزان المدفوعات: تمثل السياحة أحد مصادر العملات الصعبة في ميزان المدفوعات وتقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة من خلال حصيلة الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي الناجمة عن النشاط السياحي الدولي، ويؤثر الدخل على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيراً مباشراً، ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أم إيجابية وحتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلع المادية والخدمات المستوردة في الحالات التالية:

- ✓ أثناء بناء البنية التحتية للخدمات اللازمة للنشاط السياحي.
- ✓ عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية.
- ✓ عند بناء أو تشغيل الوحدات الإنتاجية المغذية للوحدات السياحية.
- ✓ عند إنفاق السائح الأجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلع مستوردة.
- ✓ عندما يزيد المواطنون من إنفاقهم على السلع المستوردة.

2 - خلق مناصب العمل: إنّ القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تم تجهزها بمستلزمات الإنتاج، فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب

¹ ماهر عبد الخالق السبسي، مبادئ السياحة، نفس المرجع، ص 95.

² حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، الجزائر، السنة الجامعية: 2011 - 2012، ص 36.

عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و10 مرات قطاع البناء، فمثل فندق بـ 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و10 عمال موسميّين و10 عمال مؤقتين، والمجموع يكون 12 منصب عمل دائم مباشر يضاف لها مناصب العمل غير المباشرة¹.

ومما سبق يمكن الاستنتاج أن للعمل السياحي أنواع هي²:

أ - العمل مباشر: وهو مجمل مناصب العمل المحدثّة من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل الإيواء، المطاعم، وكالات سياحية، النقل السياحي، والتنظيم السياحي... إلخ.

ب - العمل غير المباشر: وهو مجمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة بشكل أو بآخر مع القطاع السياحي مثل البناء، التأسيس، هياكل القاعدية... إلخ.

3 - في إعادة توزيع الدخل: يتوقف أثر السياحة في تنمية قطاعات الاقتصاد الوطني على تقدير مصروفات السائحين الإجمالية التي تتمثل في أرقام أعمال الفنادق والمطاعم ووسائل النقل ومحلات الهدايا والمقاهي و...، وقد ثبت أن هذه الموارد السياحية تعم جميع قطاعات الاقتصاد، من خلال حلقة توزيع الدخل على عناصر الإنتاج، فالسائح عندما يسدد ما عليه إلى صاحب الفندق فإن هذا الأخير بدوره يقوم بسداد مستحقات عوامل الإنتاج التي تتحول إلى طلب داخل الاقتصاد الوطني، ففي ظل قدرة الاقتصاد على تلبية هذا الطلب يزيد الإنتاج الوطني³.

4 - تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي⁴:

✓ مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق... إلخ).

¹ سماعني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 25 - 26.

² حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 37.

³ إلياس شاهين، عبد النعيم دفرور، السياحة كمقوم للتنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل تذبذبات أسعار النفط، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد: 6 جوان / 2017، الوادي، الجزائر، ص 115.

⁴ موسى سعداوي، زروق صدوقي، السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني / 2012، جامعة المدينة، الجزائر، ص 99 - 100.

✓ المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.
✓ فروق تحويل العملة.

✓ الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية والتكميلية) بالإضافة إلى الإنفاق على طلب السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.
✓ الإيرادات الأخرى للفنادق من السياحيين.

ثانيا: الجانب البيئي

1 - الآثار الإيجابية: ويمكن تلخيص الآثار الإيجابية للسياحة على البيئة فيما يلي¹:

✓ تعود السياحة بالمنفعة على البيئة من خلال التدابير المحفزة على حماية السمات المادية للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية.
✓ إنّ التراث التاريخي والثقافي يحدد جاذبية بلد ما للسياح كما يشجع الحكومات المحافظة على معالمه ولذا فإن كثير من الدول تبذل جهودا كبيرة لتوفير حماية منتظمة للمدن والقرى والمناطق الأثرية الجمالية وخاصة ذات الأهمية التاريخية والفنية.
✓ يعتبر النشاط السياحي وسيلة لرفع الوعي بأهمية الطبيعة ونشر التوعية بين السياح وأصحاب المشاريع والحكومة والسكان المحليين.
✓ توليد أموال تساهم في المحافظة على الطبيعة والبيئة وبذلك تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية.

2 - الآثار السلبية :

وتتمثل الآثار السلبية فيما يلي:

أ - استخدام الأرض والموارد : تدهور قيمة الموارد وتدمير أهم العناصر التي تقوم عليها السياحة، إذ أن الاستثمار السياحي في المناطق الخضراء يؤدي إلى فقدان مساحات خضراء واسعة ما يسبب في تغيير البيئة الطبيعية وفقدانها جزء من مقوماتها².

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² الآثار السلبية الناجمة من الحركة السياحية على مكونات البيئة، 27 يناير 2016، site admin، جامعة كربلاء، المدينة الجامعية، كلية العلوم

السياحية، مقالات كاتكري للأساتذة، سنة 2002، على الموقع :

<http://tourism.uokerbala.edu.iq/wp/blog/2016/01/27>

ب - التلوث والنفايات: بالإضافة إلى كون السياحة تؤدي إلى استهلاك كميات كبيرة من الموارد المحلية الطبيعية فهي نشاط يولد أيضا النفايات السائلة والصلبة والتي أصبحت مشكلة بالنسبة للعديد من البلدان التي تفتقر إلى القدرة على معالجتها¹.

ج - أثر السياحة على النظم الإيكولوجية: إنّ النشاط السياحي يتداخل مع الحياة النباتية والبرية وتسبب بذلك أضرار لا رجعة فيها على النظم الإيكولوجية خاصة إذا لم تكن البنية التحتية على استعداد كاف لاستيعاب هذا النشاط، كما يمكن للنشاط السياحي أن يؤدي إلى اضطراب في الحياة البرية وتزايد الضغوط على الأنواع المهددة بالانقراض فظاهرة التذكارات السياحية تؤدي إلى تدمير البيئة البرية².

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية والثقافية

تشكل الآثار الاجتماعية-الثقافية للسياحة آثار تلحق بالمجتمعات المضيفة نتيجة لعلاقتها المباشرة وغير المباشرة مع السائحين، ونتيجة للتعامل مع صناعة السياحة، ولأسباب متعددة عادة ما تعد المجتمعات المضيفة الطرف الأضعف في تعاملاتها مع الضيوف وموفري الخدمات، وتنشأ الآثار السلبية عندما تجلب السياحة التغيرات في نظم القيم والسلوكيات بما يهدد الهوية القومية، علاوة على هذا عادة ما تحدث التغيرات بالهياكل المجتمعية والعلاقات الأسرية وطرق الحياة الجماعية التقليدية والأخلاقيات³.

أولاً: الآثار الإيجابية

وتتمثل فيما يلي:

أ - التوازن الاجتماعي: إنّ الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل كالبطالة والركود الاقتصادي، ويؤدي إلى إعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات والعاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر⁴.

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 42.

² نفس المرجع، ص 41.

³ السياحة المستدامة، الآثار الاجتماعية - الثقافية، تاريخ الإطلاع 28 / 02 / 2019، على الساعة 18:01، على الموقع :

http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.html

⁴ نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، سلسلة السياحة والفندقة 1، دار المسيرة، عمان - الأردن، ط 1. 2001، ص 85.

ب - النمو الحضاري: تكثيف وتوسع النشاط السياحي يوجه الأنظار إلى الاهتمام الدائم والرقي بالقيم الحضارية والمعالم السياحية، وبذلك تعتبر السياحة من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية والطبيعية¹.

فالسياحة هي سفير الحضارات ونشاطاتها كالصناعة تحقق هدفا إنسانيا كبيرا ألا وهو تلاقي هذه الحضارات وتمازجها بشكل يخدم الإنسانية في هذا العالم الفسيح الذي تحول إلى قرية صغيرة بفضل صناعة السياحة أو باعتبارها السبابة على ذلك، وإلى ثورة المعلومات ثانيا باعتبارها جاءت متأخرة، فالحضارات عادات وتقاليد وإرث الأمم والشعوب، وهي حضارات راسخة ومتباينة زمنيا، ساهمت السياحة في التعريف بها².

ج - التبادل الثقافي: تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض، حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، ويعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب والذي أصبح الآن فرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات السائحين ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم وهذا بدوره يعمل على دعم التراث الإنساني واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم³.

د - الاهتمام بالتراث: تؤدي السياحة إلى انتقال التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة من خلال الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة، حيث تحيي بعض العادات الدينية وتهتم ببعض الفنون والمهارات كالرقص الشعبي وحفلات الزواج وغيرها من الاحتفالات والأنشطة في أوقات الفراغ وبالتالي تجذب السياح وتنقل التراث والثقافات عبر الزمن⁴.

ثانيا: الآثار السلبية

تتمثل هذه الآثار في:

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 40.

² حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 134.

³ نفس المرجع، ص 40.

⁴ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 22.

1 - التحولات الاجتماعية: النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشئوا وتربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات¹.

2 - التصادم الثقافي: قد يحدث تصادم بين الثقافات بسبب الاختلافات الثقافية والعرقية والدينية والقيمية واللغوية والاقتصادية للمجتمعات المحلية مع مختلف أجناس السياح، فقد لا يقبل المسلم رؤية سياح آخرين يسجدون لتمثال بوذا، كما لا يتقبل ممارسة بعضهم لسلوك عادة ما تتسبب في عدم احترام العادات والتقاليد والقيم الأخلاقية المحلية، هذا على غرار تفكك بنية الأسرة نتيجة التحولات الاجتماعية والثقافية العميقة التي عصفت بها وأفقدتها قدرتها في الاستمرار كمرجعية أخلاقية للنشئ بسبب تلك المصادر الجديدة لإنتاج القيم وتوزيعها، والنتيجة شباب ضائع، مدمن، بعيد عن قيم دينه بالإضافة إلى المحاكاة العمياء للباس الغربي وتسريحات الشعر ...، على اعتبار أن هذه السلوك والتصرفات هي من مظاهر التطور والتقدم (ما يعرف بالمودة)².

3 - انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي: تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة الذي توفد إلى الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل : التسلية والترفيه والمتعة³.

¹ قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر- دراسة حالة . ولاية مستغانم، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان .، الجزائر، المدرسة دكتوراه : التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: تسويق دولي، السنة الجامعية : 2011 - 2012، ص 121.

² دحمان داودي، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والثقافية، العلوم السياسية والعلاقات الدولية وعلوم الإعلام، الحوار، على الموقع: <http://elhiwardz.com/entertainment/50352>، بتاريخ 20 / 05 / 2016، على الساعة 17:08 .

³ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 40.

المبحث الثالث: أسس صناعة السياحة

عندما أصبحت السياحة شكل من أشكال التطور للعلاقات الاقتصادية بين الدول في العالم، وذلك في النصف الثاني من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين دراسة السوق السياحي كشكل مستقل من العلاقات الاقتصادية، كما سنتطرق إلى التسويق السياحي والاستثمار السياحي مع التطرق إلى الإيرادات والنفقات السياحية.

المطلب الأول: السوق السياحي

أولاً: مفهوم السوق السياحي

1. عرّف السوق السياحي بأنه مكان التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي، وحيث أن مكان الالتقاء قد يكون في دولة السائح المصدرة والتي تمثل الطلب السياحي وأيضاً في الدولة المستوردة لهم وتمثل العرض السياحي¹.

2. يمثل السوق السياحي كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار وأماكن سياحية تقدم عدد من المنتجات السياحية التي قد ترتبط بموقع أثري وديني وثقافي ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما يتضمن السوق السياحي مستويات السياحة المختلفة والتي تضم السياحة المحلية والإقليمية والدولية².

3. لنجاح عملية تقسيم السوق السياحي لابد أن تتوفر للمخطط التسويقي السياحي كافة المعلومات الدقيقة عن كافة أجزاء السوق الكلي في الموقع السياحي³.

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن السوق السياحي هو دراسة الطلب الحاضر والتنبؤ بالمستقبل بالإضافة إلى إعداد برامج تسويق تهدف إلى ترقية وتنمية المنتج السياحي مستقبلاً.

ثانياً: العرض السياحي

1. مفهوم العرض السياحي:

¹ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2013، ص 158.

² محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل، الأردن - عمان، ط 3 - 2008، ص 41.

³ محمد حسن النقاش، تخطيط المواقع السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط 1 - 2013، ص 143.

أ - يعرف بأنه رغبة المنتج بعرض السلع والخدمات للبيع في الأسواق مقابل ثمن معين وفي وقت معين، وعليه نجد أنّ العرض السياحي يعرف على أنّه كل المستلزمات التي يجب توفرها في أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين وكل الخدمات والبضائع التي قد يحتاجها الناس لزيارة دولة معينة¹.

ب - يعرف العرض السياحي على أنّه: "خليط من العناصر غير المتجانسة، التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكيل العرض السياحي الوطني أو الدولي"².

ج - يمثل العرض السياحي في أية دولة سياحية مختلف عناصر الجذب والمغريات السياحية الموجودة بها الطبيعية والصناعية بالإضافة إلى الخدمة العامة والسياحية التي تقدمها إلى السائحين القائمين إليها من مختلف دول العالم³.

من التعاريف السابقة فإنّ العرض السياحي هو قيام منتج بعرض سلع وخدمات للبيع في الأسواق بثمان معين ووقت معين لإغراء الناس بزيارة دولة معينة.

2. مكونات العرض السياحي:

تتمثل مكونات العرض السياحي في⁴:

أ - **العناصر الطبيعية** : وتشمل هذه العناصر كل من المناخ، التضاريس بمختلف أنواعها المختلفة : السهول، الوديان، البحيرات والأنهار والشواطئ والتكوينات الجغرافية والشلالات والغابات والطيور والأسماك والحياة البرية والمياه والعيون المعدنية إلى غير ذلك من العناصر الطبيعية الأخرى.

ب - **العنصر الرمزي**: والذي يعكس الموقع السياحي وما يرتبط به من الأمور الهامة التي يجب أن يوليها المخطط الإستراتيجي السياحي عنايته واهتمامه، ذلك أن الرمز المعنوي والذي يكون مكون من كلمة أو معنى أو إشارة يعتبر من الأمور الجاذبة للموقع.

¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

² صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 77.

³ علي فلاح الزعي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 212.

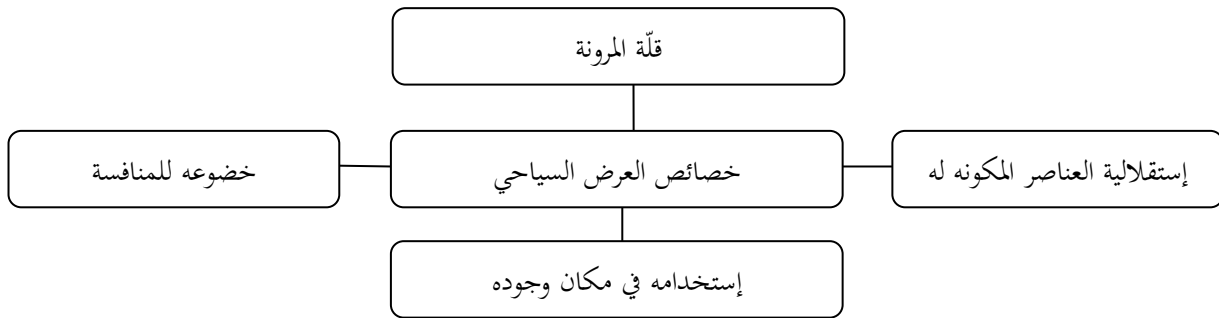
⁴ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، السنة الجامعية : 2003 - 2004، ص 55.

ج - **العنصر الشكلي:** وهي الخدمات المساعدة المكملة للمزيج التسويقي للمكان السياحي، وهنا يرتبط بخدمات النقل البري والجوي السياحي والشرطة السياحية والمرشدين والدلالة السياحية ووكالات وجمعيات السياحة والسفر¹.

3. خصائص العرض السياحي

ويمكننا عرض مختلف خصائص العرض السياحي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01 . 02): خصائص العرض السياحي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

1 - **قلة المرونة:** وذلك بتشديد منشآت سياحية مثل: فندق، مخيم، وكالة سياحية... إلخ، إلا أنها تحتاج إلى تخطيط مسبق حيث أنه من الصعب توفيرها في مدى قصير، لذا يتوجب تقديم عروض تتوافق مع الإمكانيات السياحية المتاحة لتحقيق المرونة اللازمة مع تزايد الطلب وتنوعه².

2 - **استقلالية العناصر المكونة له:** المنتج السياحي مزيج مركب ومعقد ويتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية وعادة يصعب فصل هذه العناصر عن بعض العوامل الطبيعية تتشابه مع العوامل التاريخية والدينية والتراثية لتشكيل مجموعها العرض السياحي³.

¹ عصام حسن الصبيدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية، عمان، الأردن، ط1 - 2009، ص 47.

² فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 98 - 99.

³ إسماعيل محمد الدباغ، وآخرون، العلاقة بين العرض السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، (بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأولى في محافظة النجف للمدة بين 05 - 06 / نيسان / 2008، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون / 2008، عمان، الأردن، ص 209.

3 - خضوعه للمنافسة: طالما أنّ الحاجة للسياحة حاجة كمالية بالغالب فإنّها تخضع للمنافسة من قبل السلع البديلة الأخرى¹.

4 - استخدامه في مكان وجوده: فالمعتاد عليه أنّ المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك ويتمّ نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين إلّا أنّ الحال في العرض السياحي ثابت والمستهلك هو الذي ينتقل لإقتناء الخدمات².

ثالثا : الطلب السياحي

1 - مفهوم الطلب السياحي:

أ - يعرّف الطلب من وجهة نظر اقتصادية بأنّه "رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع الثمن عنها في وقت ومكان معينين"³.

ب - ينحصر مفهوم الطالب السياحي فردا كان أو مجموعة، مواطنا كان أو أجنبيا، نمط سياحته، وإحتياجاته، مصدره، وسلوكه، انطباعه... إلخ، ويحدّد عدد السياح الذين يطلبون سلعا أو خدمات سياحية للدولة، حجم الطلب كما يحدّد مصادره تركيب الطلب، وتحدّد دوافع السفر فئاتهم وطبيعة الطلب⁴. ويمكن تعريف الطلب السياحي بأنّه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معيّن أو زيارة منطقة معينة⁵.

ويقاس الطلب السياحي بالنسب التالية⁶:

المعدّل الصافي للسفر = عدد المسافرين (المغادرين) / إجمالي عدد السكان * 100

المعدّل الخام للسفر = عدد السفريات (الرحلات) / إجمالي عدد السكان * 100

معدّل تكرار السفر = المعدّل الصافي للسفر / المعدّل الخام للسفر * 100

¹ شرفاوي عائشة، السياحة بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية : 2014 - 2015، ص 17.

² نفس المرجع، ص 17.

³ إسماعيل محمد الدتاغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط 1 - 2013، ص 25.

⁴ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 99.

⁵ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 202.

⁶ صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 83.

وبتعريف شامل فإنّ الطلب السياحي هو مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة وهو لا يمثل مجموعة متجانسة من الأفراد يقومون بدوافع متطابقة أو متشابهة وإنّما بدوافع مختلفة ومتنوعة في بعض الأحيان متناقضة، وهو يتمثل بكمية السلع والخدمات المستهلكة من قبل السائح في مكان وزمان معينين.

2. أنواع الطلب السياحي:

يمكن التمييز بين الأنواع التالية للطلب السياحي:

أ - الطلب العام: يطلق هذا النوع من الطلب السياحي على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن الوقت والمدة...، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية شكل وليس بنوع محدد أو برنامج خاص من برامجها وتتميز به الدول المتقدمة دولياً¹.

ب - الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع ببرنامج سياحي معين يحدده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته من خلال هذا البرنامج، ومن هنا فإنّ هذا الطلب على برنامج معين يعتبر خاصاً بسائح أو مجموعة سياح وليس كل السياح مثل: زيارة غابات إفريقيا المفتوحة (السفاري) أو السفر إلى الهند لنوع معين من سياحة تسلق الجبال، أو زيارة كندا لمشاهدة شلالات نياجارا، أو السفر إلى مصر لمشاهدة الأهرامات².

ج - الطلب الفعال: يمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين والقادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدون للقدوم إلى الدول المعنية³.

د - الطلب الكامن: المتمثل في الأشخاص الذين تشملهم القواعد الأساسية للسفر والسياحة، أي لديهم المال والوقت والقدرة على السفر، ومن الممكن تقدير حجم الطلب السياحي الكامن بعدّة أساليب منها مثلاً الاستدانة⁴.

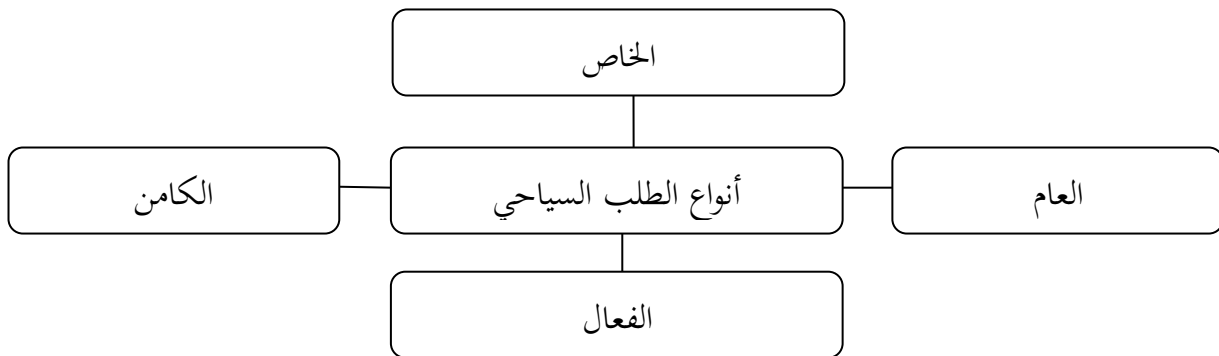
¹ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 103.

² نفس المرجع، ص 101.

³ فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 104.

⁴ إسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص 26.

الشكل رقم (01 - 03): أنواع الطلب السياحي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

3 - خصائص الطلب السياحي:

يتميز الطلب السياحي بالخصائص التالية:

أ - المرونة: تعني قابلية الطلب السياحي للتغير تبعاً للظروف السائدة في السوق السياحي، ويمكن إيجاد معامل المرونة باستخدام المعادلة التالية¹:

$$\text{معامل مرونة الطلب (السعرية)} = \frac{\text{معدل التغير النسبي في الطلب}}{\text{معدل التغير النسبي في السعر}}$$

ب - الحساسية: الطلب السياحي حساس للظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياحية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة².

¹ علي فلاح الزعي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 204.

² عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 118.

ج - الموسمية: فمن المعروف أن الطلب على المنتج السياحي يتميز بالموسمية وعدم الاستمرارية طول العام، وتختلف الموسمية من منطقة لأخرى داخل نفس الدولة، وكذلك تختلف من دولة إلى أخرى، وإن كانت بعض الدول مثل المملكة العربية السعودية في اتجاهها نحو استمرارية السياحة الدينية (العمرة) طول العام¹.

د - التوسع: يزداد توسع الطلب السياحي بتطور نوعية الخدمات السياحية المقدمة وهياكل الاستقبال المتاحة لكل المنشآت والبنى التحتية التي من شأنها أن تخدم راحة ورفاهية السياح².

المطلب الثاني: التسويق السياحي والاستثمار السياحي

أولاً: التسويق السياحي

1- مفهوم التسويق السياحي:

أ - إنّ المفهوم العام للتسويق السياحي ليس معناه التسويق السياحي علم مستقل عن التسويق وإنما يعتبر جزء من التسويق ككل ولكن ما يميز التسويق السياحي بأنه متشابه لتسويق الخدمات، والتسويق السياحي يجب أن يتبع نفس مبادئ التسويق بشكل عام وعليه يعتبر التسويق السياحي تخصصاً خاصاً في مجال التسويق³.

ب - يمكن تعريف التسويق السياحي بأنه كافة الجهود والأنشطة المنظمة والتي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها أو أجزائها المختلفة والتي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين أو الراغبين في السياحة بشتى صورها⁴.

ج - المقصود بالتسويق السياحي هو مكان إلقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي سواء بالدول المصدرة للسائحين أو الدول المستوردة لهم ومعنى ذلك أنّ التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي يتم في مكانين مختلفين⁵.

¹ عيساوي سهام، حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس - دراسة مقارنة -، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، العدد: جوان 2017، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر، ص 85.

² عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 119، 120.

³ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 144.

⁴ محمد عبيدات، التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

⁵ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 90.

د - ويتم التسويق السياحي عن طريق استخدام إستراتيجية تسويقية متكاملة خارجيا وداخليا، وما إذا كان يقوم بوضعها وتنفيذها جهاز السياحة الرسمي مباشرة وبصورة مركزية أو تقوم بها المكاتب السياحية والإعلامية الخارجية ويمكن في هذا الصدد الاستعانة بمكاتب أجنبية للعلاقات العامة لتساعد في برامج التسويق المتكامل في بعض الأسواق السياحية وخاصة الأسواق التقليدية¹.

هـ - هو ذلك النشاط الذي تقوم به مختلف المنظمات المهتمة بالسياحة، مشتركة أو منفصلة، من أجل تحديد الطلب السياحي، والتأثير فيه والعمل على إشباع رغباته، لتحقيق أهداف المنظمة مع المحافظة على ديمومة المورد السياحي².

وبتعريف شامل التسويق السياحي هو النشاط الفني والإداري الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها لتحديد مكان التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي.

2 - أهداف وأهمية التسويق السياحي:

تتبع أهمية التسويق السياحي من آثاره المباشرة في اقتصاديات العديد من الدول فضلا عن اعتبارها أحد الروافد الأساسية للدخل القومي، وذلك لما تتمتع به هذه الدول من مقومات الجذب السياحي على شكل فنادق ومطاعم وشركات نقل وغيرها، ويتوقف نجاح تلك الدول في جذب السياح على نشاط التسويق السياحي القادر على تصريف هذه الثروات وتكرار عملية بيعها³.

و فيما يلي أهداف وأهمية التسويق السياحي⁴:

- ✓ العمل على تطوير ونمو القطاع السياحي.
- ✓ بالإضافة إلى الدخل القومي تنشيط القطاعات الأخرى.
- ✓ التواصل بين الشعوب وفتحها نحو الرقي والازدهار.
- ✓ التعريف بمواقع ومناطق جامدة وكامنة.
- ✓ تسليط الضوء على ثقافات وعادات مناطق لم تعرف.

¹ منال شوقي عبد المعطى أحمد، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، ط 1 - 2011، ص 139.

² بلال بلحسن، التسويق السياحي آلية لصناعة السياحة في الجزائر - بالإشارة للتجربة الماليزية -، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، الجزائر، العدد 19 / ديسمبر 2018، ص 61.

³ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

⁴ مداحي محمد، زيرق سوسن، تسويق السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة، الملتقى الدولي الثاني : تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار. عنابة - الجزائر، يومي 2016 / 10 / 08 / 07.

✓ حب الإطلاع والاستكشاف لدى الزبون.

3 - خصائص التسويق السياحي:

وتتمثل الخصائص فيما يلي¹:

أ - يقوم التسويق السياحي على إثارة الدوافع والاتجاهات لدى السائحين المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة لغرض من أغراض السياحة المعروفة.

ب - التسويق السياحي في الدولة المستقبلية للسائحين (دولة الزيارة) يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بالجمود وعدم المرونة وعدم القابلية للتغير في المدى القصير.

ج - يهدف التسويق السياحي في الكثير من الأحيان إلى إبراز الصور السياحية للدولة والتركيز على معالم الدولة ومناطقها السياحية المتعددة وبالتالي زيادة الحركة السياحية سنويا وذلك باستخدام الوسائل المختلفة لتنشيط السياحة كالدعاية والإعلان والإعلام والعلاقات العامة هذا على مستوى التسويق السياحي للأجهزة والهيئات الرسمية في الدولة.

هـ - التسويق السياحي يعتمد على وجود علاقة مباشرة بين المنشأة السياحية التي تقدم الخدمة السياحية وبين العميل الذي يشتريها.

د - يقوم التسويق السياحي على إثارة الدوافع والاتجاهات لتحقيق غرض سياحي معروف، كما يعتمد على العرض السياحي (عدم المرونة) وأيضاً يهدف إلى زيادة معدل الحركة السياحية سنويا².

ثانياً: الاستثمار السياحي

1 - مفهوم الاستثمار السياحي

أ - يقصد بالاستثمار السياحي توظيف الأموال من أجل خلق رأس مال مادي ورأس مال بشري، من أجل تطوير قطاع السياحة كبناء الفنادق والمنتجعات السياحية وتحسين الخدمات السياحية وتدريب وتحسين مستوى العمال التابعين لقطاع السياحة³.

¹ طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 54 - 55.

² علي فلاح الزعي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 100.

³ هوام لمياء، الاستثمار السياحي في الجزائر : المقومات والتحديات، الملتقى الدولي الثاني : تسويق السياحة في الجزائر : بين الإمكانيات والتحديات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة - الجزائر، يومي 07 - 08 / 10 / 2016، ص 03.

ب - كما يعرف الاستثمار السياحي على أنه استغلال للموارد الطبيعية من مواقع مميزة ومناخ وإمكانيات مختلفة وخدمات مميزة لكل زائر أو سائح، وجعل هذه المواقع نقاط جذب وتأمين كافة المستلزمات لذلك بما فيها الترويج والإعلام لتأمين استدامة هذه المواقع واستمرار الحفاظ على أهميتها وتطويرها باستمرار¹.

وبتعريف شامل الاستثمار السياحي فهو يشمل مختلف النشاطات المرتبطة بقطاع السياحة، لما يتيح من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أنه يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة.

2 - مميزات الاستثمار السياحي

يمتاز الاستثمار في النشاط السياحي بالأمر التالية²:

- أ - تمثل الأصول الثابتة نسبة عالية في إجمالي الأصول (الأصول الثابتة مثل الأرض، المباني، الآلات، المعدات والأثاث).
- ب - ارتفاع نسبة المكون الأجنبي في الاستثمار السياحي لأنّ أغلب احتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة وغالية الثمن وبالعملة الصعبة، فالأطعمة والمشروبات وتأثيث وسائل الإيواء تتطلب الاستيراد لكي تتوافق مع حاجات الضيوف خاصة الأجانب.
- ✓ ارتفاع تكلفة التأسيس وهي التكاليف الاستثمارية أو الرأسمالية.
- ✓ فترة استرداد رأس مال المشروع تكون طويلة.
- ✓ مصادر التمويل تكون معظمها أجنبية وطويلة الأجل.
- ✓ التكامل مع أوجه الاستثمار الأخرى سواء مشروعات بنية أساسية أو غيرها، فلا بد من وجود تكامل بين القطاع السياحي والمشروعات الأخرى، فهو يعتمد اعتماد كلي وأساسي على القطاعات الأخرى مثل قطاع (الزراعة، الصناعة... إلخ).

3 - أهداف الاستثمار السياحي:

الهدف العام للسياسات الحكومية في السياحة هو مضاعفة مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني.

¹ خنفري خيضر، بورنيسة مرهم، واقع استثمارات السياحة الداخلية في الجزائر على ضوء الإحصائيات الوطنية، الملتقى الدولي العاشر حول السياحة في الجزائر واقعتها وسبل تطويرها، جامعة بومرداس، الجزائر، يومي 10 - 11 / 01 / 2018، ص 18.

² علي فلاح الزعبي، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 119.

ومن الأهداف الخاصة مضاعفة المساهمة في ميزان المدفوعات، المساهمة في التنمية الإقليمية بشكل متوازن، توفير فرص العمل، إعادة توزيع الدخل بين الأفراد، المساهمة في الخدمات الاجتماعية والاقتصادية، ومضاعفة الفرص للإيرادات المالية للدولة، وفي معظم الحالات، فإنّ الاستثمار في قطاع السياحة والسفر يعتمد على نفس المبادئ التجارية كما هو الحال في باقي القطاعات الاقتصادية¹.

ويهدف للحفاظ على مكانته وبغرض تحين علاقته مع مختلف الأعوان الاقتصاديين يسعى المستثمر في مجال السياحة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أهمها²:

أ - أهداف اقتصادية:

- ✓ توفير رأس المال اللازم لدفع عجلة النمو الاقتصادي وزيادة الطاقة الإنتاجية في أي دولة من الدول.
- ✓ خلق مشروعات تنموية تؤمّن عوائد اقتصادية للبلد وتنشط الدورة الاقتصادية.
- ✓ تنمية وتأهيل مناطق الجذب السياحي بهدف زيادة العائدات السياحية التي تساهم في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات.

ب - أهداف سياسية واجتماعية:

- ✓ رفع مكانة الدولة سياسيا من خلال القدرة الأمنية وأداء النظام السياسي بشكل قوي.
- ✓ تعزيز القدرات التفاوضية للدولة مع الدولة والمنظمات الأخرى.
- ✓ تغيير سلوك الأفراد وانتظامهم في المنظمات والمشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في المجتمع.
- ✓ رفع مستوى المعيشة.
- ✓ سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين أقاليم الدولة المتطورة وغير المتطورة من خلال الحد من الهجرة الداخلية وهذا عن طريق تطوير مناطق الجذب السياحي.
- ✓ القضاء على كافة أشكال الفساد الاجتماعي والأمراض الاجتماعية الخطيرة التي تفرزها البطالة من خلال خلق فرص عمل جديدة.

4 - خصائص الاستثمار السياحي:

يمكن تلخيصها فيما يلي³:

¹ نفس المرجع، ص 271.

² هوام لمياء، الاستثمار السياحي في الجزائر : المقومات والتحديات، مرجع سبق ذكره، ص 04.

³ نفس المرجع، ص ص، 03 - 04.

- ✓ الاستثمارات السياحية تتطلب أموال ضخمة وقروض طويلة الأجل.
- ✓ مرحلة إنجاز الاستثمار السياحي تكون طويلة الأجل تتراوح بين ثلاث وخمس سنوات.
- ✓ الدخول في مرحلة الاستغلال غالبا ما يكون بعد ثلاث سنوات أو أكثر ذلك بحسب حجم المشروع.
- ✓ توجد علاقة طردية بين حجم الاستثمارات السياحية والعوائد الاقتصادية للسياحة.
- ✓ تؤثر التشريعات والقوانين المنظمة للاستثمار في أي دولة على الاستثمار السياحي.
- ✓ تتمثل المشاريع السياحية بعدم المرونة ونظرا للطابع الموسمي للسياحة فإن ذلك يؤثر سلبا على الرغبة في الاستثمار السياحي من أصحاب رؤوس الأموال الصغيرة والمتوسطة، حيث لا يمكنهم أن يجمد بعض رؤوس أموالهم لمدة معينة عكس الدولة أو أصحاب رؤوس الأموال الذين يمكنهم تحملهم بعض المخاطر كالموسمية للنشاط السياحي.
- ✓ يحتاج الاستثمار إلى عدد كبير من اليد العاملة تتنوع بين اليد العاملة العادية والمتخصصة في الخدمات السياحية.

المطلب الثالث: الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي

أولا: الإيرادات السياحية

- 1 - هي كل ما تحققه الدولة من إيرادات للسائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي إلى جانب ما يحققه الأفراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران، الملاحة... إلخ، وتتأثر هذه الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها قوة المنتج السياحي للدولة، مستوى الخدمات السياحية المختلفة، أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة، طبيعة النظام السياسي والاقتصادي في الدولة المصدرة للسائحين إلى جانب العلاقة بين الدولتين وحجم الإمكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدول السياحية¹.
- 2 - تمثل الإيرادات السياحية مصدرا هاما للعمالات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية والتي أولت أهمية للقطاع السياحي، وتعرف الإيرادات على أنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما

¹ مريم آيت بارة، صناعة السياحة في الجزائر مؤهلات، الواقع وآفاق النهوض في مطلع 2030، مرجع سبق ذكره، ص 06.

تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، يتوقف تحقيق هذه الإيرادات على حجم وأهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية¹.

3 - تعتبر الإيرادات السياحية مصدرا هاما لجلب العملة الصعبة لكثير من الدول، خصوصا تلك التي تولي أهمية قصوى لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها ما تحصل عليه الدولة من الإيرادات المتأتية من السائحين وما يحققه قطاع السياحة كنشاط اقتصادي ووعاء ضريبي، وكذا ما يحققه الأفراد والشركات في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من خدمات سياحية مختلفة، وتتأثر الإيرادات السياحية بعدد من المتغيرات كقوة المنتج السياحي المعروض من الإغراء وجلب السواح، مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح، وكذا الأسعار وقدرة السائح على الإنفاق....².

4 - تعتبر الإيرادات السياحية من أهداف السياسة العامة المتعلقة بتنمية وتطوير هذا القطاع بمختلف أنشطته، وتعد أيضا من العناصر التي تستغلها الحكومات في تحسين الأداء الاقتصادي والاجتماعي، لاسيما إذا كانت هذه الإيرادات تشكل قدر معتبر من الناتج الوطني الإجمالي، إذا يصبح من الضروري التركيز على العوامل المؤثرة على الإنفاق الذي يتوقف عليه حجم الإيرادات السياحية، ومن البديهي يمكن القول أنّ هذه الإيرادات تتوقف على إنفاق السائحين في الدول السياحية المضيفة على مختلف المنتجات السياحية، وأيضاً من مختلف الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع، إذ كلما اتسع نطاق الخدمات السياحية كلما ازدادت الإيرادات المتأتية منها³.

ثانيا: الإنفاق السياحي

1 - يشير إلى المبالغ المدفوعة مقابل حيازة السلع والخدمات الاستهلاكية وكذلك الأشياء الثمينة لاستعمال الزائر أو التصرف فيها أثناء زيارته وهو يشمل إنفاق الزائر نفسه بالإضافة إلى الإنفاق النقدي على السلع والخدمات الاستهلاكية التي يدفعها الزوار مباشرة يشمل الإنفاق الاستهلاكي، والإنفاق يعد بمثابة عائدات

¹ قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر، - دراسة حالة - ولاية مستغانم، المجلة الجزائرية للعلوم والسياسات الاقتصادية، العدد: 2011/02، تلمسان، الجزائر، ص 106.

² بقاش وليد، التجربة التركية في تنمية القطاع السياحي كتجربة رائدة إقليميا، جهويا وعالميا، الملتقى الدولي العلمي الثاني حول : الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر، يومي 26 - 27 / 11 / 2014، ص 06.

³ علي جيش، السياحة في الجزائر، ذلك القطاع المنسي، الملقى الوطني الرابع : القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد محمد آكلي الحاج، البويرة، الجزائر، يومي 28/27 أكتوبر 2015، ص ص، 09، 10.

سياحية للدول المضيفة ويدون في جانب المتحصلات في ميزان المدفوعات وتتوقف حجم الإيرادات على حجم ما ينفق داخل الدول المضيفة وذلك حسب مجموعة متغيرات منها عدد الليالي التي يقضيها السائح ونوعية الإقامة... وغيرها¹.

2- لا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات السياحية، وبالتالي ارتفاع في معدلات الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، وينظر إلى الإنفاق السياحي الدولي من وجهة تقدير الدولة المعنية بهذا الإنفاق، فإذا كانت مستقبلية للسائح فإنّ هؤلاء يعدّ إنفاقهم بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات بميزان المدفوعات وهنا تعدّ صفقات دائنة، وفي الحالة العكسية فإنّ الإنفاق السياحي يعدّ بمثابة مدفوعات تتحمّلها الدولة المعنية، وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني².

3- الإنفاق السياحي هو تقييم اقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين، أي أنّه كل إنفاق من السائح تقابله خدمة يحصل عليها ويمثل هذا الإنفاق دخولا للأفراد العاملين بقطاع السياحة، وهؤلاء العاملين ينفقون جزء من دخلهم الذي زاد بفعل الإنفاق السياحي على السلع الاستهلاكية، فتتولد بذلك دخول أخرى ناتجة عن هذا الإنفاق، فيزيد الطلب على السلع الاستهلاكية، فيؤدي ذلك إلى التوسع في مشروعات السلع الاستهلاكية، وهؤلاء العاملين في قطاع السلع الاستهلاكية ينفقون جزء من دخلهم على شراء متعلّباتهم وهكذا سلسلة بين زيادة الدخل والإنفاق الناتج أصلا عن الإنفاق الأول لقطاع السياحة³.

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص 35.

² مريم آيت بارة، صناعة السياحة في الجزائر مؤهلات، الواقع وآفاق النهوض في مطلع 2030، مرجع سبق ذكره، ص 06.

³ أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، ط 1 - 2007 - 2008، ص 225.

خلاصة الفصل:

تلعب السياحة دوراً هاماً في اقتصاديات الدول وتحتل مكاناً مرموقاً واهتماماً عالمياً من جانب الحكومات والخبراء، حيث يتّضح لنا أنّ السياحة أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في عالم اليوم فبعد أن كانت السياحة نشاطاً يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء في مستهل القرن العشرين، أصبحت ظاهرة جماهيرية خاصة في البلدان الأكثر نمواً بحلول السبعينيات وغدت في متناول فئات أوسع من الناس في معظم البلدان بسبب تحسن ظروف المعيشة والعمل، وتطور وسائل النقل، وظهور الحاجة إلى الراحة والترفيه أثناء العطل والإجازات.

حيث احتلت السياحة المراتب الأولى بين الصناعات الأخرى فهي من القطاعات التي تلعب دوراً بارزاً في جلب العملات الصعبة، وبالتالي تحسين ميزان المدفوعات وهي من القطاعات الإنتاجية التي لها مكانة كبيرة في الاقتصاد، إضافة إلى ذلك يؤدي هذا القطاع إلى دفع عجلات التنمية إلى الأمام، فالنهوض بهذا القطاع عامل أساسي لدعم القطاعات الاقتصادية الأخرى، فتوفر إمكانيات ومقومات سياحية طبيعية وتراثية واستغلال هذه الموارد والمقومات والإمكانيات يؤدي إلى بناء صناعة سياحية متقدمة ومتطورة تؤدي دورها على أكمل وجه.

الفصل الثاني

مقومات الجذب السياحي في الجزائر

تمهيد:

شهد القطاع السياحي اهتماما متزايدا في المرحلة الأخيرة، باعتباره من القطاعات الخدماتية التي تعتمد عليه الكثير من الدول لما له من أهمية، سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع أو الاقتصاد ككل، ورغم الإمكانيات السياحية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر، إلا أنها لم تولي أهمية لهذا القطاع. وقد تناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث وهي:

المبحث الأول: مقومات السياحة في الجزائر.

المبحث الثاني: واقع المؤشرات السياحية في الجزائر.

المبحث الثالث: أهمية القطاع السياحي ومساهمته في التنمية.

المبحث الأول: واقع مقومات السياحة في الجزائر

تعتبر السياحة عنصر من العناصر الأساسية المكونة للعرض السياحي، فهي تعتمد اعتمادا كليا عليها وهي في واقع الأمر تمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والمادية والصناعية التي يتوفر عليها أي بلد مما يستلزم تأمينها وحمايتها للاستفادة منها، والجزائر من الدول التي أنعم الله عليها بموقع جغرافي هام يتنوع بين الجبال والبحر والصحراء ولهذا أردنا في هذا المبحث أن نعطي نظرة عن المقومات السياحية في الجزائر من خلال تطرقنا إلى أنماط السياحة والبنية التحتية الموجودة بها.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

إنّ التعدد والاختلاف الموجود في الموارد السياحية الخاصة منه الجانب الطبيعي يسمح بوجود عرض سياحي متنوع ومختلف قادر على تلبية كل طلبات السياح.

أولا: المقومات الطبيعية

يعتبر كل من الموقع الجغرافي المهم وتنوع التضاريس والمناخ السائد من المعطيات الأساسية للمقومات الطبيعية التي تلعب دورا هاما في تطوير السياحة وسوف نتطرق إليها من خلال:

1 - الموقع الجغرافي: تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط وتحتل مركزا محوريا فهي: "تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2.381.741 كلم² يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق تونس والجمهورية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية الصحراوية، فهي بذلك تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير، حيث يبلغ امتدادها الشمالي من البحر الأبيض المتوسط إلى أعماق الصحراء جنوبا 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي يتراوح ما بين 1200 كلم على خط الساحل و1800 كلم على خط تندوف غدامس"¹.

¹ كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا، العدد الأول /2004، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف - الجزائر، ص 215.

لموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين مميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم فهي جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا وإفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممر حيوي للعديد من طرق الإيصال برا وبحرا وجوا¹.

ثانيا: المناخ

تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاث أنواع من المناخ نذكرها²:

1 - المناخ الصحراوي: يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة وبجو جاف وارتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 40 درجة مئوية أو تفوق ذلك، كما تتميز بالموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر أما باقي الأشهر تتميز بمناخ متوسط ودافئ، وهذا ما ينشط حركة السواح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات.

2 - مناخ لاسيتيس: يغطي الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي، وهنا تبدأ ملامح المناخ المتوسطي في الانحدار تدريجيا من الشمال لتفسح المجال للمناخ الجاف، المتميز بالظروف القارية والفوارق الحرارية الشهرية، الهضاب العليا شبه جافة مناخها قاري يتميز بفصل بارد وأحيانا رطب إذ يمتد من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، حيث يسجل درجات حرارة معدومة وأحيانا سالبة في بعض المناطق، بقية الأشهر تتميز بالحرارة والجفاف بدرجات تتجاوز 30 درجة مئوية، أما الهضاب العليا الوسطى والغربية تحت الجافة، فالأمطار فيها أقل كمية وانتظاما فلا تزيد عن 400 ملم / السنة³.

3 - مناخ البحر الأبيض المتوسط: يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب، يتميز بدرجات حرارة متوسطة عموما هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى شهر أبريل وتقارب 18 درجة مئوية، أما في شهر جويلية وأوت فتصل درجة الحرارة إلى أكثر من 30 درجة⁴.

¹ موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم، نقلا عن الموقع : <http://achourziane.yoo7.com/t355-topic>، تاريخ الإطلاع 2019/02/25، على الساعة 20:08.

² محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2014، ص 12.

³ بلحمري خيرة، حفصي بونبعو ياسين، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والتنمية العدد 08 / جوان 2017، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة يحيى فارس، المدينة، الجزائر، ص 214.

⁴ فضيل رابح، حفصي بونبعو ياسين، تشخيص واقع وأهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في الجزائر، مجلة دولية علمية محكمة، العدد الاقتصادي، العدد 28، جانفي 2017، جامعة الأغواط، الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية، ص 138.

ثالثا: التضاريس

تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب وهي أقاليم مختلفة تتمثل في¹:

1 - الساحل الجزائري: تطل الجبال مباشرة على البحر لتغطي الدقة الصخرية التي ساعدت على ظهور الموانئ والخلجان مثل ميناء سيدي أفرج (الجزائر)، أرزيو (وهران)، بجاية، سكيكدة، عنابة، ... إلخ، حيث يمتد الساحل على طول 1200 كلم كما يتوفر على مناطق سياحية أهمها: تنس، الغزوات، عين الترك، مستغانم، ... إلخ.

2 - الأطلس التلي والهضاب العليا: يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعة السلاسل الجبلية فهناك سلسلة الأطلس التلي وسلسلة الأطلس الصحراوي بينها جيوب ساحلية أشهرها سهل متيجة، وهران، عنابة، وكذلك هناك سهول داخلية أشهرها سهل تلمسان وسيدي بلعباس، ونجد مجموعة من السلاسل الجبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس وقمة لالا خديجة بجرجرة والونشريس وغيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية بممارسة بعض الرياضات أما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و1000 متر تشمل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة.

3 - الصحراء: تغطي الصحراء 85 % من التراب الجزائري (2000 كلم من الغرب إلى الشرق و1500 كلم من الشمال إلى الجنوب) يتراوح الجنوب الكبير للجزائر بين مناظر بركانية (جبال الهقار) وجبال (طاسيلي نجار) سهوب حجرية وسهوب رملية حيث تظهر أحيانا واحات رائعة².

4 - الأطلس الصحراوي: هو عبارة عن منظومة جبلية طولها 700 كلم، من فجيج غربا إلى إقليم الزاب شرقا، باتجاه جنوب غرب، وتمثل بموقعها وارتفاعها حدًا طبيعيًا انتقاليًا بين الشمال والجنوب وحاجزا في وجه رمال الصحراء، وتضم هذه المنظومة الجبلية مرتفعات عديدة شبه متوازية، تتخللها فتوحات وخوانق

¹ الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية، الجزائر، 1989، ص 10.

² وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تعرف على الجزائر، على الموقع :

<https://www.mta.gov.dz/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%81-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1/?lang=ar> بتاريخ 11 / 04 / 2019، على الساعة : 18:50.

ودروب وتسلكها الأودية المنحدرة نحو الصحراء، كما تشكل ممرات طبيعية لشبكة المواصلات بين الصحراء وشمال الجزائر، سفوحها الجنوبية شديدة الانحدار بسبب الصدوع التي تفصلها عن القاعدة الصحراوية القديمة، خلافا السفوح الشمالية التي هي أقل انحدارا، أهم تشكيلاتها: جبال القصور وبها قمة سيدي عيسى 2238م، وجبال عمور وأولاد نايل والحضنة وجبال الأوراس حيث قمة الشلية 2380م وجبال النمامشة¹.

وهذا وتتمتع الجزائر بمجموعة من المحميات الطبيعية حيث نجد:

أ - **الحظيرة الوطنية للقالا:** القالة مدينة جزائرية تقع في الشمال بالقرب من الحدود التونسية وهي منطقة ساحلية تابعة إداريا لولاية الطارف، تعتبر مدينة القالة من أجمل بقاع العالم نظرا لتوفرها على أروع المناظر الطبيعية... تتوفر على ساحل مليء بالمرجان والأسماك كما أنها تعتبر قرية البحيرات ببحيراتها الأربع: طونغا، الطيور، الأويرا، المالح².

ب - **حظيرة جرجرة:** هي محمية طبيعية تتواجد في جبال جرجرة في شمال الجزائر، تقع في المنحدر الشمالي لولاية تيزي وزو وجزء من المنحدر الجنوبي لولاية البويرة، وهي على مقربة من الحديقة الوطنية قورايا في ولاية بجاية³.

ج - **الحظيرة الوطنية بلزمة:** تعدّ محمية "بلزمة" التي تقع على بعد نحو 420 كيلو مترا شرق الجزائر، من أجمل المناطق الطبيعية بالبلد، ويشعر أي زائر وهو يمرّ بهذه المنطقة بمركبته، بمتعة كبيرة وهو يتأمل المناظر الطبيعية الرائعة التي تحيط به من كل جانب فتنسيه مشقة الطريق الجبلي الوعر الذي يخترقها على مسافة

¹ بحث الجغرافيا عن التضاريس في الأقاليم الجزائرية، تضاريس الجزائر، على الموقع :

<https://www.djelfa.info/vb/archive/index.php/t-408844.html> بتاريخ 2010/10/26، على الساعة : 09:28.

² سفاري الدول العربية الإسلامية، سفاري الجزائر، محمية القالة العالمية، على الموقع:

<https://www.sfari.com/forums/sfari84/travel100300/> بتاريخ : 11 / 04 / 2019، على الساعة : 20:07،

³ وكيبيديا، الموسوعة الحرة، حظيرة جرجرة على الموقع :

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D9%82%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%AC%D8%B1%D8%AC%D8%B1%D8%A9 ، بتاريخ 2019 / 04 / 26، على الساعة : 20:27.

عشرات الكيلومترات، ومع ذلك لا تحظى المحمية الغاية لـ "بلزمة" بشهرة وصيت واسع يناسب جمالها، إذ لا يزال زوارها قليلين والكثير منهم يكتشفها بمحض الصدفة وهو يمرّ بها في طريقه إلى مناطق أخرى¹.

رابعاً: الثروة الحموية المعدنية

بحكم الطبيعة الساحرة للجزائر والقدرات السياحية الهائلة لها فهي تعتبر بلد غني يتوفر على حمامات معدنية يقدر عددها بـ 202 منبع للمياه الحموية الجوفية تتميز بالخصائص العلاجية المؤكدة، أشهرها: حمام بوغراة (تلمسان)، حمام بوحنيقية (معسكر)، وحمام بوحجر (عين تموشنت)، حمام الصالحين (خنشلة)، حمام زلفانة (غرداية)، وحمام قرقور (سطيف) وحمام ريغة إضافة إلى المركز الوحيد للعلاج بمياه البحر بسيدي فرج².

ويمكن إبراز المقومات الطبيعية الجزائرية من خلال الشكل التالي:

¹ محمية " بلزمة " الجزائرية تنعم بتنوع حيوي يجعلها قبيلة سياحية، البوابة الغربية لحضيرة بلزمة، صحيفة الاتحاد، على الموقع: <https://www.alittihad.ae/article/36096/2011>، بتاريخ : 16 / 04 / 2011، على الساعة : 08:23.

² الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية، مرجع سبق ذكره، ص 339.

الشكل رقم (01-02): المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع السياحية في الجزائر



المصدر: بن الشيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر، بين جاذبية المقومات السياحية وضعف الخدمات المكملية، المؤشر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بليدة، الجزائر، يومي 24 - 25 / 04 / 2012، ص 03.

المطلب الثاني: أنواع السياحة بالجزائر

تتمتع الجزائر بمنتوج سياحي مختلف ومتنوع قادر على تلبية رغبات كل طلبات السياح المحليين والدوليين وعليه يمكن التمييز بين أنواع مختلفة وعديدة للسياحة لكل نوع منها خصائص ومميزات خاصة نذكر منها ما يلي:

أولاً: السياحة الترفيهية الشاطئية

تزخر الجزائر بشريط ساحلي هام، يطل على البحر المتوسط، ويمتد على أكثر من 1200 كلم، يتميز بتنوع شواطئه فنجد الشواطئ الرملية والصخرية، بالإضافة إلى مناطق ساحلية قرب الغابات، منها مناطق غاية تجمع بين منطقة بيئية مناخية رطبة وسط نظام غابي وبحري محمي، تحتوي على ثروة حيوانية وغابية هامة ومتنوعة¹، وعليه يجب تفعيل هذا النوع من السياحة بتوفير ما يلي²:

- 1 - الحفاظ على نظافة الشواطئ، وإشعار السواح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشريات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.
- 2 - الحيلة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس.
- 3 - إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها.
- 4 - إنشاء ملاعب للرياضة بهدف جذب السياح.
- 5 - توفير محلات تجارية تعرض كل ما يحتاج إليه السائح.

ثانياً: السياحة الصحراوية

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن هذه المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها، ومبانيها المتميزة بهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار حيث تتجلى عظمة الطاسلي الشاهد على حضارة راقية ومجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور لا زالت تروي للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط العيش المتميزة للإنسان الشرقي في تلك الأزمنة

¹ فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، مرجع سابق، ص 229.

² عبد القادر عوينات، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000 - 2025) في ظل إستراتيجية السياحة الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، مرجع سابق، ص 147.

الضاربة في أعماق التاريخ وثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفن الصحراء (الجمال) التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته وركوبه¹.

كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات فإنّ هناك قضايا أكثر إلحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي، ولتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية كشف الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح، وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق².

تعتبر السياحة الصحراوية بإمكانياتها السياحية الكبيرة ركيزة التنمية السياحية في الوجهة السياحية للجزائر باعتبارها قبلة السياح الأجانب خاصة السوق السياحي الأوروبي باعتبارها بيئة تختلف عن بيئتهم وتقع قريبة من هذا السوق السياحي، وبالتالي تعتبر المصدر الأول للعملة الصعبة في القطاع السياحي³.

ثالثا: السياحة الجبلية

إذا كانت السياحة الساحلية قادرة علي جذب أعداد معتبرة من السياح، فإنّ الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية، خاصة في الظروف الأمنية الراهنة ومهما كان الأمر فإنّ الأمل في الاستقرار وعودة السلم قائمة، حيث تحتوي مناطقنا الجبلية علي ثروات هامة مثل: المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة غير أنّه للأسف أصبحت اليوم النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم لتقتصر فقط بالترحلق على الثلج فييلة المناطق تكيدة وتلاغيف وشرعية، في حين أنّ السياحة الجبلية لا تقتصر على الترحلق على الثلوج فقط فهناك مغارات وكهوف تمتد علي المسافات الطويلة ولا نعرف عنها شيء وهناك أيضا ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا والفتور شتاءا، فكلها تعتبر عوامل جذب للسياح إذ تثير

¹ طالب دليلا، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، الجزائر، يومي 11 - 12 / 05 / 2010.

² نفس المرجع.

³ إلياس شاهد، عبد النعيم دفرور، السياحة كمقوم للتنوع الاقتصادي في ظل تذبذبات أسعار النفط، مرجع سابق، ص 120.

فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي عليها مختلف مناطق الجزائر وهذا بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة الوثائقية حول هذه المواقع¹.

رابعاً: السياحة الحموية

هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي والأمراض الأخرى، تمارس من أجل الشفاء التام والتخفيف من الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر على 202 منبع مائي تم إحصاؤه على المستوى الوطني².

المطلب الثالث: البنية القاعدية للسياحة في الجزائر

وتتمثل البنية القاعدية للسياحة في العناصر التالية:

أولاً: المواصلات والاتصالات

تشكل طرق المواصلات دعماً أساسياً للعملية السياحية، فهناك علاقة وثيقة بين القطاع السياحي ووسائل النقل، وكلما كان هناك تطوير في البنية التحتية للنقل فهذا حتماً سوف يؤثر بالإيجاب على الحركة السياحية وتتمثل هذه المواصلات في³:

1 - النقل:

تم إنجاز عدد كبير من المشاريع وأخرى لازالت قيد الإنجاز ومن هذه المواصلات نجد:

أ - **النقل الجوي:** طورت الجزائر قطاع النقل الجوي بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقية للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، إذ أنه تم إنفاق ميزانية تقدر بـ 60 مليار دينار (600 مليون أورو) لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013 - 2014، كما ستقتني شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث

¹ صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء تحولات الاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد لخضر، باتنة، الجزائر، يومي 26 - 27 / 04 / 2003، ص 05.

² بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، يومي 22 - 23 / 04 / 2014، ص 05.

³ الوكالة الوطنية للاستثمار الوطني، قطاع النقل، نقلاً عن الموقع : <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport> بتاريخ : 12 / 04 / 2019، على الساعة : 19:08.

طائرات جديدة بسعة 150 مقعدا وستقوم بتجديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 والمتواجدة حاليا في الخدمة، كما ستتم عملية شراء طائرتي شحن لنقل البضائع، خلال الموسم الصيفي سجلت الخطوط الجوية الجزائرية معدل نمو إجمالي لحركة المرور قدر ب 15 % وفي عام 2011 بلغت إيراداتها 56 مليار دينار، تمتلك الجزائر 35 مطارا منها 13 دولية، إنّ مطار الجزائر هو الأكثر أهمية حيث يستقطب 6 ملايين مسافر سنويا، الخطوط الجوية الجزائرية هي شركة الطيران الوطنية التي تهيمن على سوق النقل الجوي، الذي سجل منذ افتتاحه للمنافسة 8 شركات خاصة أخرى، تتكفل الخطوط الجوية الجزائرية بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا، كندا، الصين والشرق الأوسط، وهناك عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر نذكر منها، التونسية للطيران، الخطوط الجوية للملكية المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية، الإيطالية للطيران، إيجل أزور، ليفتنزا، الخطوط الجوية التركية، الخطوط الجوية البريطانية.

ب - شبكة الطرق: تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها ب 112695 كلم من الطرق، منها 29280 كلم من الطريق الوطني وأكثر من 4910 هيكلا، كما سيتمّ إستكمال لهاته الشبكة بجزء هام مقدر ب 1216 كلم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب.

ج - السكك الحديدية: يبلغ طول شبكة السكك الحديدية 4500 كلم، منها أكثر من 300 كلم مكهرب، وتغطي خدمات النقل بالسكك الحديدية حوالي 45 % من خدمات نقل المسافرين، وحوالي 9,8 % من مجموع معاملات البضائع، وأصبحت هذه الشبكة اليوم تعيش مرحلة العصرية، وخاصة بالنسبة للخطوط المتوسطة، إضافة إلى الترامواي والميترو، رغم كل هذا تبقى خدمات السكك الحديدية غير كافية بالنسبة لمساحة الجزائر¹.

د - النقل البحري: العمل البحري في الجزائر يعتمد على 13 ميناء للعديد من الخدمات، كالتجارة والصيد البحري ونقل المسافرين، وميناءين متخصصين في المحروقات، بالإضافة إلى العديد من الموانئ الصغيرة التي

¹ حفصي بونبعو ياسين، إمكانيات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات ترقيته لتنمية الاقتصاد الوطني، دراسة تحليلية للفترة (2008 -

2016)، معهد العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، على الموقع: [file:///C:/Users/MSI/Documents/Downloads/%D8%A5%D9%85%D9%83%D8%B7%D9%86%D9%8A%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/MSI/Documents/Downloads/%D8%A5%D9%85%D9%83%D8%B7%D9%86%D9%8A%20(1).pdf)، بتاريخ: 12 / 04 / 2019، على الساعة: 16:29، ص 215.

تستعمل للصيد البحري والترفيه، كما تحتوي على حجرات للإشارة البحرية لأمن الملاحة ومحصات الدفاع الساحلي، للإشارة فإنّ التبادلات التجارية الدولية في الجزائر تعمل أساسا عن طريق البحر، تضمنها مؤسسات متخصصة في نقل السلع، وأهم الموانئ الجزائرية، عنابة¹.

2. الإتصالات السلكية واللاسلكية:

توجد بالجزائر نحو 20 مليون مشترك في خدمة الإنترنت الجوال من الجيل الرابع، وأكثر من 4 مليون خط للإنترنت الجيل الرابع (4G) الثابت للمشغل الحكومي اتصالات الجزائر، بحسب إحصائيات سلطة الضبط للبريد والمواصلات التي تتولى عملية مراقبة وتسيير القطاع في الجزائر، وكان المنتدى الاقتصادي العالمي والمعهد الأوروبي لإدارة الأعمال "إنسياد" قد صنفا الجزائر عام 2014، من ضمن "الدول المتخلفة" في مجال الاتصالات وانتشار الإنترنت وسرعة تدفقها، حيث حلت في المركز 129 من بين 148 دولة شملتها الدراسة، وبلغ حجم أعمال قطاع الاتصالات في الجزائر عام 2015 قرابة 4.5 مليار دولار، حسب إحصاءات رسمية لسلطة الضبط للبريد والمواصلات نشرت في سنة 2017، بزيادة قدرت بـ 7 بالمائة عن 2014، وتحصي الجزائر نحو 45.8 مليون مشترك في الهاتف النقال بنوعية "النظام العالمي للاتصالات المتنقلة" (جي.أس.أم) و الجيل الثالث، حسب إحصائيات رسمية².

¹ نفس المرجع، ص 215.

² وكيبيديا، الموسوعة الحرة، الاتصالات في الجزائر، على الموقع:

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1>، بتاريخ : 13 / 04 / 2019،

على الساعة : 19:18.

المبحث الثاني: المؤشرات السياحية بالجزائر

على الرغم من أنّ الجزائر من الدول المغاربية التي تتمتع بغناها الطبيعي والحضاري إلا أنّ المحاولات لاستغلال هذه الكنوز للنهوض بقطاعها السياحي تبدو متواضعة، وهذا ما سيتمّ التركيز عليه بالاعتماد على أهم المؤشرات السياحية خلال العناصر التالية:

المطلب الأول: الطاقة الفندقية في الجزائر

تمثل القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدول السياحية المضييفة، وتعدّ الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين.

أولا: الطاقة الفندقية بمعيّار عدد الأسرّة (2008 - 2017):

1 - تطور عدد الأسرّة للفترة (2008 - 2017):

عرفت الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية تسارع في تطوير القطاع السياحي بما في ذلك الجانب الفندقي فقد بلغ عدد الأسرّة قبل الاستقلال 5922 سريرا وبعد الاستقلال اعتمدت الجزائر المخططات التنموية ابتداء بالمخطط الثلاثي الأول والمخططين الرباعين الأول والثاني وصولا إلى المخططين الخماسيين، أما مرحلة التسعينات فتعتبر مرحلة تحوّل اقتصادي للجزائر نظرا للتطورات الحاصلة في العالم، والجدول التالي يوضح تطوّر الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2017)¹:

¹ Belcacek Kadar, role socio _ economique du tourisme en Algerie , edition EWAP / EWAL / OPU , alger ,1988 , p 48.

الجدول رقم (02 - 01): تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (2017/2008)

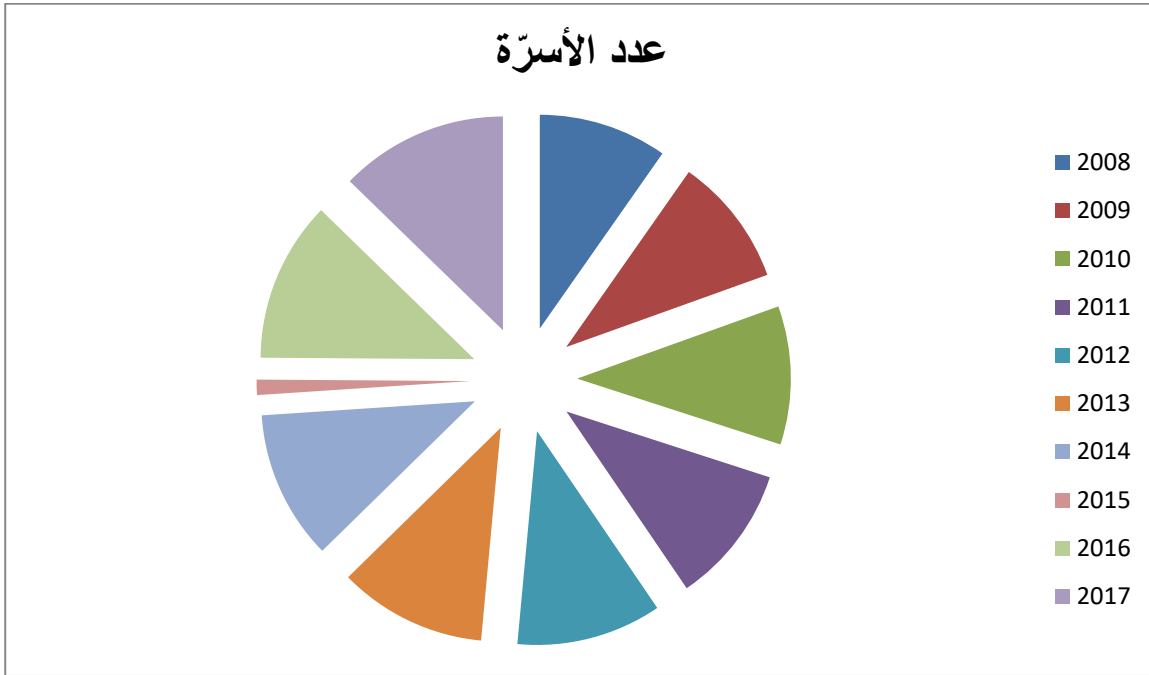
(الوحدة: عدد الأسيرة)

السنوات	عدد الأسيرة	نسبة التغير %
2008	85876	/
2009	86383	0,59
2010	92377	6,93
2011	92737	0,38
2012	96898	4,48
2013	98804	1,96
2014	99605	0,81
2015	10224	0,02
2016	107420	0,05
2017	112264	0,04

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية، على الموقع:

https://www.mta.gov.dz/?page_id=7287&lang=ar

الشكل رقم (02 - 02): تطور عدد الأسرّة للفترة (2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول.

❖ من خلال البيانات المقدمة في الجدول والشكل السابقين نلاحظ أنّ عدد الأسرّة في الفترة 2008 حتى سنة 2017 كان في تزايد مستمر ولكن بمعدل بطيء حيث بلغت طاقة الإيواء سنة 2008 من 85876 سرير لتصل سنة 2017 إلى 112264 ونلاحظ أنّ هذا العدد ضعيف لتلبية احتياجات الزبائن .

ثانيا: الهياكل الفندقية للفترة (2008 - 2017)

أما بالنسبة لطاقت الإيواء الموزعة بحسب الدرجات يمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (02.02): توزيع عدد الأسرّة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة

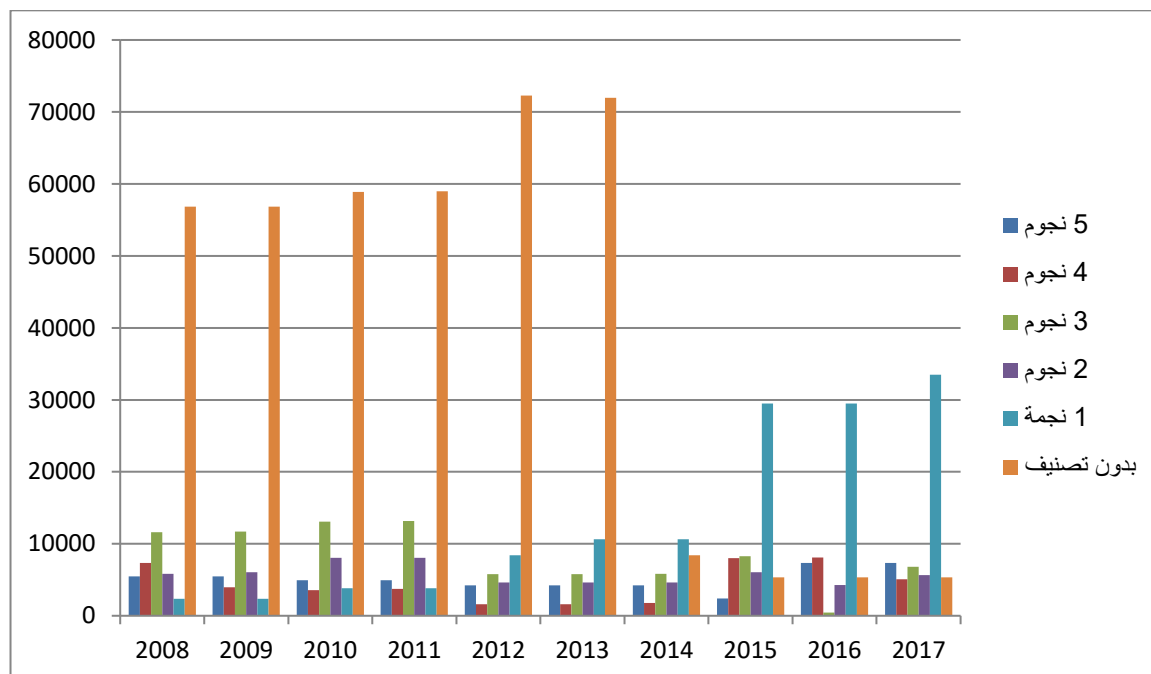
(2017/2008)

أصناف سنوات	5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	2 نجوم	1 نجمة	بدون تصنيف	الإجمالي
2008	5455	3743	11601	5843	2378	56856	85876
2009	5455	3950	11700	6044	2378	56856	86383
2010	4948	3560	13090	8070	3804	58905	92377
2011	4948	3750	13180	8070	3804	58985	92737
2012	4242	1600	5775	4605	8407	72296	96925
2013	4242	1600	5775	4605	10639	71943	98804
2014	4242	1800	5829	4605	10639	8406	99605
2015	2424	8001	8295	6054	29511	5338	10224
2016	7346	8102	0457	4254	29511	5338	107420
2017	7346	5084	6785	5645	33511	5388	112264

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

الشكل رقم (02 - 03): توزيع عدد الأسيرة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة

(2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على معطيات الجدول رقم (02 - 02).

❖ من خلال الجدول رقم (02 - 02) والشكل السابقين نلاحظ أنّ أعلى نسبة من إجمالي طاقة الإيواء (عدد الأسيرة) كانت من نصيب عدد الأسيرة في الفنادق غير المصنفة أي بدون نجمة، ثم في الفنادق ذات ثلاث نجوم (3 نجوم) غير أنّ هذا التطور كان ضعيفا خاصة في فترة التسعينات وحتى بعد تحسين الظروف الأمنية.

كما أنّ الشكل السابق يوضح أنّ عدد الأسيرة في تزايد مستمر ولكن بوتيرة ضعيفة، حيث يلاحظ تطور عدد الأسيرة ما بين (2017/2008) بحوالي 20000 سرير في سنة، كما يوضح الشكل أنّ عدد

الأسرة يقل كثيرا في فنادق 5 نجوم ويتمركز في الفنادق غير المصنفة ثم تليه فنادق 3 نجوم وقد يرجع ذلك لعدة عوامل أهمها¹:

✓ نقص استثمار القطاع العام في هذا الصنف من الفنادق لضخامة استثمارها وقلة عائدها.

✓ نقص الاستثمارات الكبيرة المتعلقة بالقطاع الخاص في الجزائر في هذا المجال.

ثالثا: توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 - 2017)

قامت الجزائر بتوفير طاقات إيواء من خلال المخططات التنموية بغية تلبية احتياجات السياح الوافدين والجدول التالي يبين طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية في الجزائر.

الجدول رقم (02 - 03): توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 - 2017)

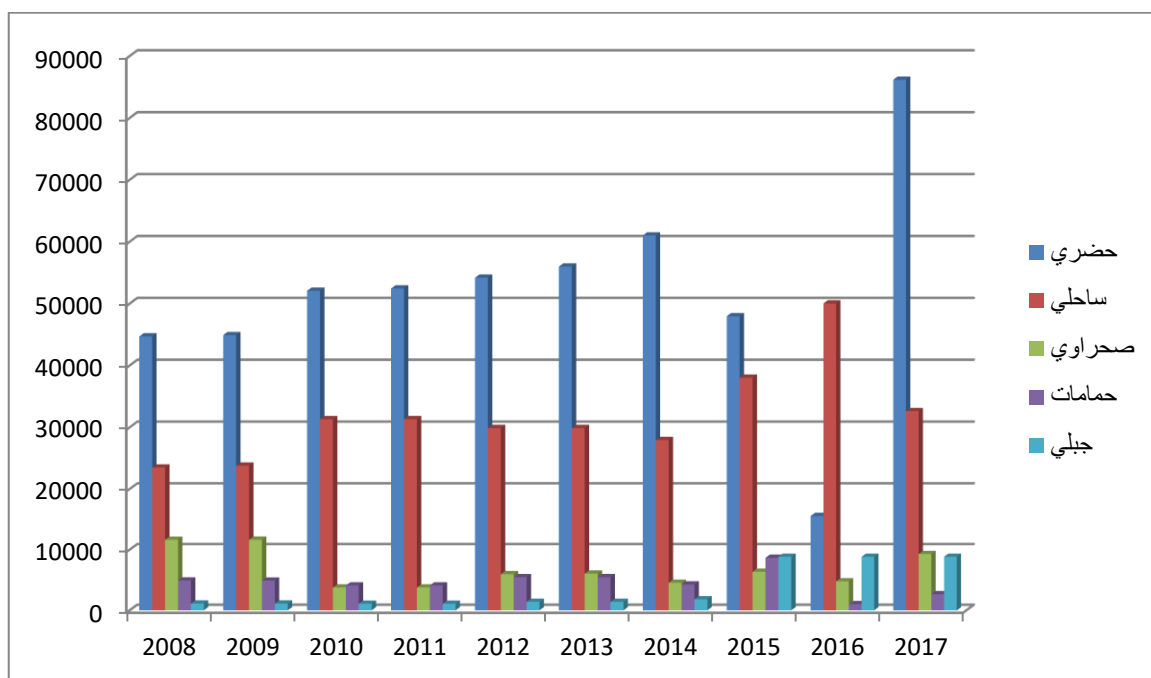
(الوحدة: سرير)

نوع المنتج السنوات	حضري	ساحلي	صحراوي	حمامات	جبلية	إجمالي عدد الأسرة
2008	44700	23500	11639	4918	1119	85876
2009	44905	23804	11649	4906	1119	86383
2010	52085	31322	3770	4111	1089	92377
2011	52445	31322	3770	4110	1089	92736
2012	54186	29886	5954	5467	1405	96898
2013	55988	29886	6058	5467	1405	98804
2014	61012	27962	4547	4259	1825	99605
2015	47962	38030	6363	8663	8831	10224
2016	15566	50030	4780	1024	8831	107420
2017	86169	32631	9284	2664	8831	112264

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

¹ صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، السنة الجامعية: 2010 - 2011، ص 112.

الشكل رقم (02 - 04): توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على معطيات الجدول رقم (02 - 03).

❖ ما يلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين أنه وبالرغم من الجهود المبذولة في ترقية أنواع السياحة المختلفة التي تزخر بها الجزائر لا يزال هناك تركز طاقات الإيواء في الفنادق الحضرية والساحلية وهذا دليل على أنّ الجهود المبذولة تبقى ضعيفة مقارنة بالأنواع الأخرى، وعليه يجب أن نعتّم أكثر بأنواع السياحة، فنجد المنتج الحضري يستحوذ على نسبة أكبر من إجمالي الطاقة الفندقية ثم تليها السياحة الصحراوية والتي بها طاقة إيواء ضعيفة بالرغم من تميزها بمقومات طبيعية وتاريخية واهتمام السياح الأجانب بها، ويأتي بعدها كل من السياحة الجبلية والسياحة الحموية، كما تمّ توضيحه في الشكل.

المطلب الثاني: الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية (2008 - 2017)

لما نتكلم عن الليالي السياحية فنحن بصدد دراسة مدة الإقامة التي يقضيها السياح في الفنادق في البلد المضيف طيلة رحلاتهم السياحية، وسنوضح التطور الذي حصل في الليالي السياحية بالجزائر من خلال الجدول والشكل البياني التالي:

1 - تطور الليالي السياحية

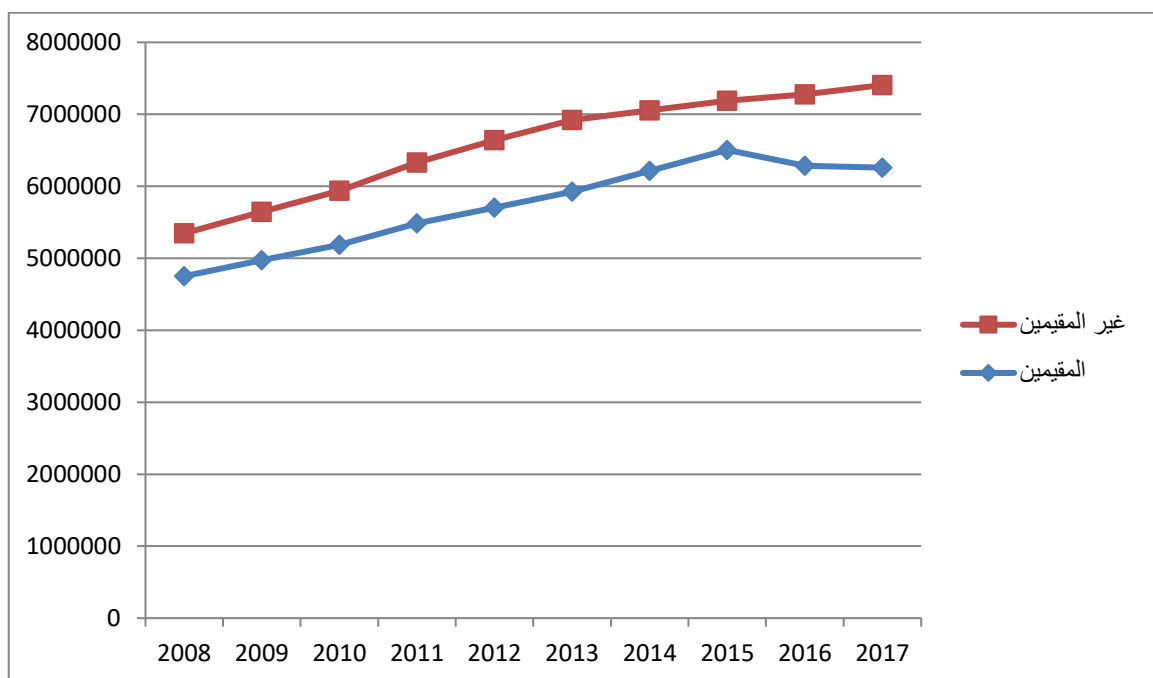
الجدول (02 - 04): تطوّر عدد الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 - 2017)

الوحدة: ليلة سياحية

السنوات	المقيمين	غير المقيمين	المجموع
2008	4750796	595747	5346543
2009	4971372	674456	5645828
2010	5185231	754103	5939334
2011	5484105	845367	6329472
2012	5703550	936631	6640181
2013	5926968	994266	6921234
2014	6215932	837812	7053744
2015	6504904	681350	4278200
2016	6283910	992611	9714828
2017	6260409	1146061	4704067

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

الشكل رقم (02 - 05): تطوّر عدد الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية للفترة (2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول

❖ يتضح من الجدول والشكل السابقين تطور بطيء لعدد الليالي السياحية بالفنادق الجزائرية، فارتفاع عدد الليالي السياحية في الجزائر يعود إلى ارتفاع التدفقات السياحية من جهة، بالإضافة إلى ارتفاع معدل الإقامة، وهذا ما انعكس على إجمالي عدد الليالي السياحية.

المطلب الثالث : التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر

تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها سواء كان من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، فالنسبة للأسواق التقليدية وقصد توسيع حجم الطلب بها نحو البلد يجب عرض منتجات سياحية جديدة، أمّا عن فتح أسواق جديدة فيتمّ من خلال مدّ النشاطات التسويقية للدولة السياحية إلى مختلف الأسواق السياحية الجديدة، وتهدف الجزائر من خلال برنامج تطوير قطاع السياحة إلى إعادة صورتها السياحية التي أصبحت غائبة عن الساحة الدولية،

بسبب الأحداث العاصفة التي مرّت بها البلاد¹، ويمكننا الوقوف على مستوى الأداء في إنجاز الأهداف من خلال الجدول الموالي الذي يحدّد تطوّر التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر المحققة:

الجدول رقم (02 - 05): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر (2008 - 2017)

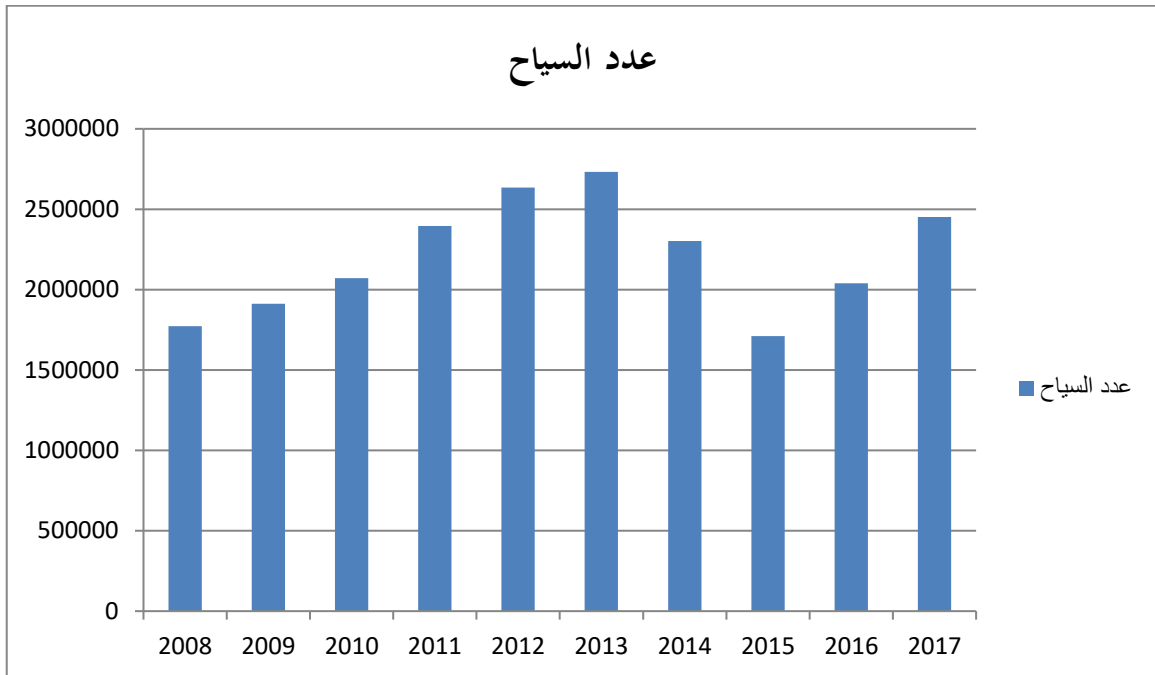
السنوات	عدد السياح	معدل التغير %
2008	1771749	-
2009	1911506	7,88 %
2010	2070496	8,31 %
2011	2394887	15,66 %
2012	2634056	9,98 %
2013	2732731	3,74 %
2014	2301373	15,78 - %
2015	1710000	21,20 %
2016	2039000	19,24 %
2017	2451000	25,68 - %

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ نلاحظ من الجدول رقم (02 - 05) أن الحركة السياحية الوافدة في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2017) عرفت تذبذبا بين صعود وهبوط من سنة لأخرى، لكن في الفترة الأخيرة (2015 إلى 2017) مرّ بمرحلة تميّزت بتطوّر جيّد وفي تحسّن مستمر في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر فقد ارتفع عددهم من 1710000 سنة 2015 ليصبح عددهم 2451000 سائح سنة 2017، وهو ما يبيّنه الشكل التالي:

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، السنة الجامعية: 2009 - 2010، ص 227.

الشكل رقم (02 - 06): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر (2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الجدول.

المبحث الثالث: أهمية القطاع السياحي ومساهمته في التنمية

تساهم السياحة بقدر وافر في الناتج الإجمالي للكثير من البلدان ومساهمة القطاع السياحي في التنمية وفي دعم ميزان المدفوعات مع مساهمته في التشغيل، وهذا ما سنتناوله فيما يلي:

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي (PIB)

تعكس مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي حجم الإيرادات السياحية الناتجة عن الإنفاق الداخلي للسياح على مختلف الخدمات السياحية والمتمثلة في (الإقامة والنقل، شراء السلع... إلخ)، فالسياحة اليوم تعد من أكبر القطاعات المساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي للدول السياحية، فقد ساهم القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) بحوالي 10 % حسب ما جاء به في الإحصائيات المنشورة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، غير أنّ مساهمته تبقى تتباين وتتغير في العديد من الدول.

أولاً: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي (PIB)

تختلف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي باختلاف كبير من بلد لآخر، حسب أهميته وحجم القطاع في الاقتصاد الوطني لذلك البلد، والجزائر من البلدان التي تتوفر على إمكانيات وقدرات كبيرة ولكنها غير مستغلة بكفاءة مقارنة بالفرص المتاحة، وهذا ما يتضح من خلال مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي والمبينة في الجدول التالي:

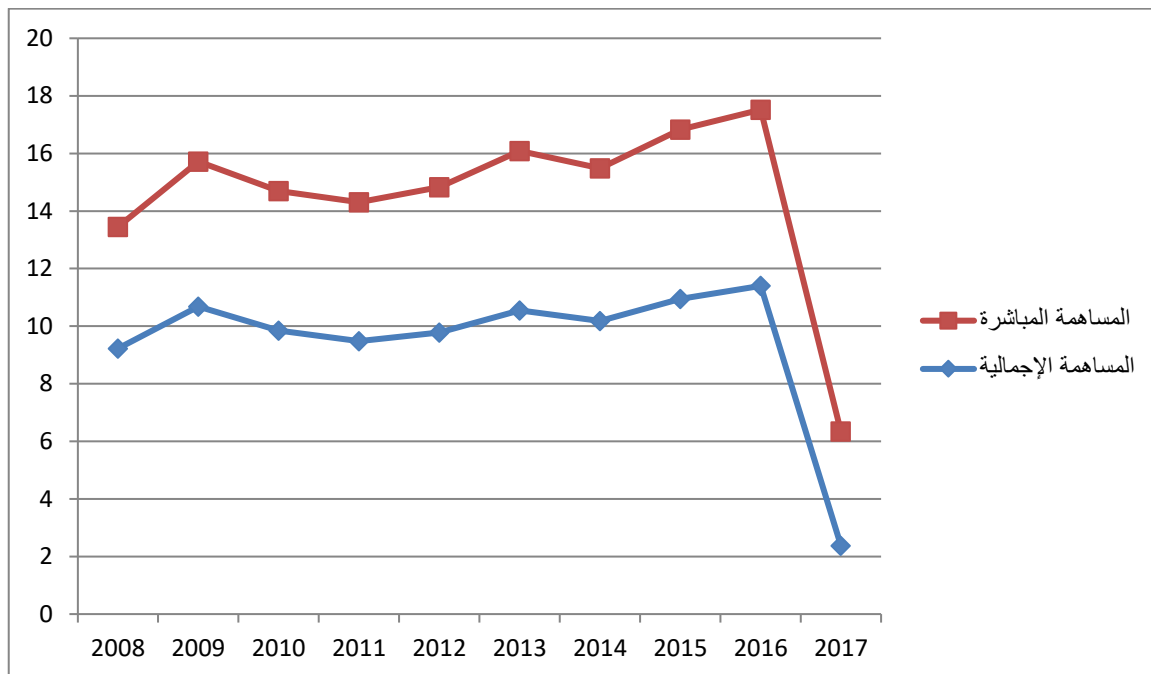
الجدول رقم (02 - 06): مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) الجزائري للفترة (2008 - 2017)

السنوات	المساهمة الإجمالية	نسبة المساهمة %	المساهمة المباشرة	نسبة المساهمة %
2008	9,23	6,80	4,22	3,11
2009	10,68	7,74	5,04	3,65
2010	9,85	6,89	4,85	3,39
2011	9,48	6,45	4,83	3,29
2012	9,78	6,44	5,05	3,32
2013	10,55	6,76	5,54	3,55
2014	10,18	6,26	5,30	3,26
2015	10,95	6,58	5,88	3,53
2016	11,40	6,68	6,12	3,54
2017	2,38	1,7	3,96	- 0,1

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ بالتطلع على بيانات الجدول أعلاه يتضح بأن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري الكلية والمباشرة عرفت استقرار من حين إلى آخر في السنوات الأولى مع وجود انخفاض طفيف خلال السنوات الأخيرة، إذ نجد أنّ المساهمة الإجمالية انتقلت من 6,80% سنة 2008 لتصل إلى نسبة 6,68% سنة 2016، ثمّ انخفضت إلى 1,7% سنة 2017، غير أنّ هذه المساهمة تبقى بعيدة كل البعد عن المتوسط العالمي لمساهمة السياحة والسفر في (PIB) البالغ 10 %، وتبقى مقنعة قورنت بالإمكانات والمؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر، وللتوضيح أكثر يمكن التعبير عن تطور نسب المساهمة للسياحة والسفر من خلال المنحنى البياني الممثل في الشكل الموالي:

الشكل رقم (02 - 06): تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للفترة (2008 - 2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (02 - 04).

❖ من خلال الشكل يتضح بأن مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) شهدت انخفاضا طفيفا ومتذبذبا خلال الفترة الممتدة من 2008 إلى 2017 بحيث نجد أنّ نسبة المساهمة انخفضت من 3,11% كحد أقصى في سنة 2008 إلى 0,1 - % في سنة 2017 وبالرغم من وجود تغيرات إيجابية ناجمة على بعض الجهود المبذولة، إلا أنّ النتائج المحققة تعكس مدى محدودية مساهمة القطاع السياحي في (PIB) ويرجع ذلك كون أنّ الدولة الجزائرية تعطيه اهتماما كبيرا ضمن إستراتيجيتها التنموية لأنها تعتمد على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى فهي تعدّ بلد منتج ومصدر للبتترول وهذا ما أدى إلى ظهور نتائج ضعيفة.

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات

ولاكتمال رؤية مدى مساهمة القطاع السياحي في تحقيق تنمية الاقتصاد، لا بدّ من التطرق إلى أثر السياحة على ميزان المدفوعات، وانطلاقاً من هنا علينا أن نتعرف على مفهوم ميزان المدفوعات، والذي يعرف على أنّه "سجل منظم لحقوق الدولة وديونها بالنسبة للدول الأخرى الناشئة على المبادلات المختلفة خلال فترة معينة"¹.

باعتبار القطاع السياحي من أهم المصادر الرئيسية لجلب العملة الأجنبية، والتي تلعب دوراً كبيراً بتأثيرها على موازين المدفوعات لمختلف الدول، فقد أشارت الإحصائيات أنّ عوائد النقد الأجنبية المتحصل عليها بالسياحة على المستوى العالمي تبلغ 476 بليون دولار عام 2008، بما يتجاوز العوائد الأخرى كالمنتجات البترولية، السيارات، وأدوات الاتصال والأقمشة وغيرها من السلع والخدمات².

أولاً: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في دعم ميزان المدفوعات

تسعى الكثير من الدول وراء تحقيق فائض في ميزان مدفوعاتها أو التوصل إلى التوازن بين الإيرادات السياحية والنفقات السياحية، فالجزائر حققت نتائج لا تدعو إلى التفاؤل تتطرق إليها في الجدول التالي:

¹ مثنى طه الحوري، اقتصاديات السفر والسياحة، دار الوراق، عمان، الأردن، ط 1 - 2013، ص 121.

² نفس المرجع، ص 121.

الجدول رقم (02 - 07): تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (2008 - 2017)

السنوات	الإيرادات السياحية	النفقات السياحية	الرصيد
2008	473000000	613000000	140000000
2009	361000000	574000000	213000000
2010	324000000	716000000	392000000
2011	300000000	595000000	295000000
2012	295000000	598000000	303000000
2013	362000000	532000000	206000000
2014	347000000	685000000	338000000
2015	304000000	677000000	373000000 -
2016	209000000	475000000	266000000 -
2017	140500000	580000000	439500000 -

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ يتضح من المعطيات المبينة في الجدول أعلاه أنّ الميزان التجاري خلال الفترة الممتدة 2008 إلى 2017 شهد عجز أطول فترة، بحيث سجل أكبر عجز سنة 2016 لارتفاع النفقات السياحية الجزائرية عن إيراداتها والذي ينعكس على ميزان المدفوعات إيجاباً بالمساهمة زيادة العجز لميزان المدفوعات أو التقليل من الفائض المحقق، وقد تعود هذه النتائج إلى ارتفاع النفقات السياحية نتيجة لارتفاع نسبة السياحة العكسية مقارنة بالإيرادات السياحية المحققة، فالجزائر تعدّ بلداً مصدراً للسياح لا مستقطباً.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل

السياحة قطاع كثيف بحيث يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى وهذا ما يجعله من القطاعات الأكثر تأمينا لفرص العمل سواء المباشرة والمتمثلة في المناصب المتوفرة في القطاع نفسه أو غير المباشرة والمتوفرة في القطاعات الأخرى ذات صلة بالنشاط السياحي، كما أنّ حجم العمل في السياحة يرتبط بدرجة كبيرة لمدى تطوير القطاع وترقيته.

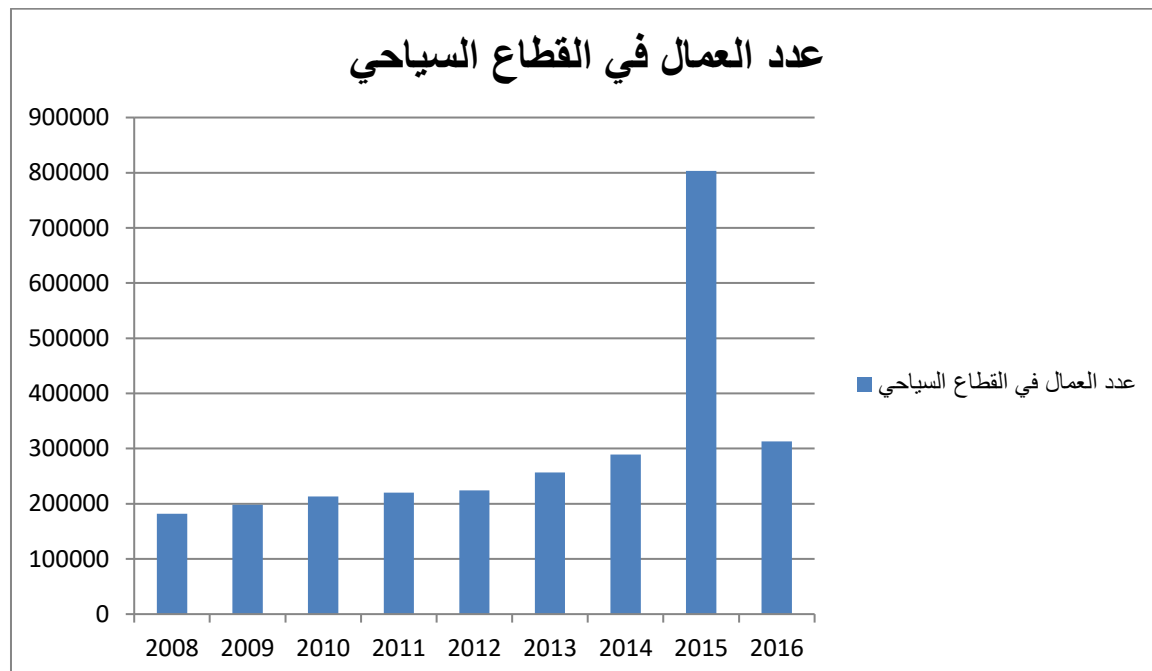
إذ يحمل هذا الموضوع نقطة اهتمام الكثير من المجتمعات وخاصة النامية منها، فالجزائر من بين هذه الدول بحيث نجد أنّ نسبة التشغيل في القطاع السياحي الجزائري تتطور بصفة ضعيفة مقارنة بما تمتلكه الجزائر من المقومات، إذ يمكن إبراز عدد المستخدمين في القطاع السياحي الجزائري وفق الجدول الموالي:

الجدول رقم (02 - 08): تطور مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2008 - 2017)

السنوات	عدد العمال في قطاع السياحة	معدل النمو
2008	182000	—
2009	198000	8,79 %
2010	213000	7,57 %
2011	220000	3,28 %
2012	224028	1,83 %
2013	256775	1,46 %
2014	289261	1,76 %
2015	803265	1,73 %
2016	317270	1,70 %
2017	—	—

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

الشكل رقم (02 - 07): تطور مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2008-2017)



المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول

❖ من خلال الجدول والشكل السابقين نلاحظ بأنّ العمالة في القطاع السياحي في الجزائر تتزايد أعدادها تدريجيا خلال الفترة (2008 - 2015) حيث بلغ عدد العمال 182000 سنة 2008 ليصل إلى 803265 سنة 2015، ثمّ تنخفض إلى 317270 سنة 2016 .

خلاصة الفصل

تميّزت الجزائر بمقومات طبيعية هامة وكبيرة، حيث أنّ الجزائر وبالرغم من الإمكانيات التي تزخر بها إلا أنّ السلطات لم تولي اهتماما واسعا بهذا القطاع الأمر الذي أثّر سلبا على تطوّر السياحة في البلد. ويستخلص من هذا الفصل المقومات المادية المتمثلة في الطاقة الإيوائية، الليالي السياحية، وحركة السياح الوافدة في الجزائر عرفت حركة قليلة وضيئلة نوعا ما، حيث قدر عدد الأسرّة في سنة 2017 إلى 112264، وقد وصل عدد السياح الوافدين في الجزائر خلال نفس السنة 2451000 سائح، ومن خلال ما سبق يمكن القول أنّ القطاع السياحي قطاع إستراتيجي يتطلب استغلال كل المقومات السياحية لتحقيق نتائج إيجابية.

الفصل الثالث

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

آفاق 2025

تمهيد:

جاء المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 كتجسيد وترجمة لإرادة الدولة الفعلية والحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية، وجسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية، والإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير والمتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة. فهو يعدّ بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2025.

وبناء على ما سبق نهدف في هذا الفصل للإطلاع على إستراتيجية الترقية في القطاع السياحي في الجزائر:

المبحث الأول: إستراتيجية الترقية في القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: تقديم المخطط والحصيلة المنجزة.

المبحث الثالث: معوقات السياحة في الجزائر.

المبحث الأول: إستراتيجية الترقية في القطاع السياحي في الجزائر

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر، على المدى القصير 2008، والمتوسط 2015، والبعيد 2025، حيث تعتمد الدولة من خلاله النهوض بالقطاع السياحي الجزائري.

المطلب الأول: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025):

1 - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو أداة تترجم إدارة الدولة في تهيئة القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل موردا بديلا¹.

2 - هذا المخطط جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وبالتالي تصبوا الدولة من خلال هذا المخطط إلى ما يلي²:

✓ تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2008، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط وذلك في آفاق 2015، والمحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد في آفاق 2025.

✓ تحديد وسائل وضعه حيّز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده.

✓ تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار).

✓ المساهمة في المبادلات والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي.

✓ تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة.

¹ حميد حملاوي، مجالات وآليات تنمية القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 04 / مارس 2026، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، ص 163.

² عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000 - 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، مرجع سابق، ص 281.

3- إنّ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تتويج ناضج لمسار طويل من البحث والتحقيقات، الدراسات، الخبرات والاستشارات، إنّّه نتيجة لعمل فكري كبير ولاستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين والعموميين والخواص على مدار اللقاءات الجهوية والإثراء الذي أسفر عنه¹.

4 - من أجل سياحة جزائرية رائجة تمّ وضع إطار إستراتيجي مرجعي لإعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2025، وترتكز هذه الإستراتيجية على تطوير أقطاب الامتياز والقرى السياحية، ووضع مخطط سياحي نوعي وكذا عبر إرساء شراكة بين القطاعين العمومي والخاص، لذا فقد بات من الضروري تطبيق مخطط تمويل عملي يهدف إلى جلب المستثمرين الوطنيين والدوليين الكبار، كما تمر هذه الإستراتيجية عبر تسيير سياحي قصد السهر على إنجاز مشاريع سياحية في إطار شفاف منسق مع قابلية الإنجاز من الناحية التقنية والاقتصادية وحسن التوزيع بين المستثمرين العموميين والخواص، تركز عملية تطوير وتنمية السياحة في الجزائر على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025².

المطلب الثاني: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والمشاريع ذات الأولوية

يرمي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي سطرت من أجل ترقية السياحة الجزائرية حيث يسعى إلى تحقيق جملة من الأهداف العامة على المدى البعيد والمادية والنقدية على المدى المتوسط كما يلي:

أولاً: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

1 - الأهداف العامة:

تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن هذا المخطط جملة من الأهداف العامة وهي³:

أ - تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثمار.

ب - توسيع الآثار المترتبة: من هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، الشغل).

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مرجع سابق، ص 132.

² أولاد الهدار فاتح بلقاسم، دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية - دراسة حالة ولاية غرداية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص: الإدارة السياحية والبيئية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية: 2012 - 2013، ص ص، 65 - 66.

³ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 128.

ج - المساعدة على مجموعة المبادلات والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

د - التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية (إقران الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئة).

هـ - تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإنّ إستراتيجيات السياحة المتواصلة (المستدامة) عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.

و- التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية، ضمن آفاق تجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية.

2 - الأهداف المادية والنقدية (2025):

يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة والسياحة تعريف الأهداف المادية وصيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (عدد الأسرّة، عدد السياح، المداخل، العمال الواجب تكوينهم...)، وبصيغة أخرى يتعلق الأمر بتحديد خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة والسياحة، كما يهدف إلى ضمان الانطلاق السريع للسياحة الجزائرية إذ يركز على "مخطط الأعمال" بأهداف مادية ونقدية للمرحلة (2008 - 2015) فخطة الأعمال ترمي إلى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في آفاق 2025¹.

أ - الأهداف المادية للمرحلة الأولى (2008 - 2015): بمعنى عدد الأسرّة المطلوب توفيرها

يقدر عدد الأسرّة المطلوب توفيره 75000 سرير من النوعية الجيدة، تم تحديد هذا الهدف اعتمادا على الأرقام المحققة من طرف دول الجوار الأولى، تنقسم إلى 40 ألف سرير وفق المقاييس الدولية منها 30 ألف من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا أو 10 آلاف سرير إضافي في المدى المتوسط على مستوى الأقطاب ذات الأولوية التي يتوقع أن تمثل نصف قدرة الاستقبال، يفترض أن توفر هذه الاستثمارات 400

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 132.

الفصل الثالث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر و 91600 مقعد بيداغوجي، وتتلخص الأهداف المادية للمرحلة (2008 - 2015) في الجدول التالي¹:

الشكل رقم (03 - 01): الأهداف المادية للمرحلة (2007 - 2015)

السنة	2007	2015	المضاعف
عدد السياح	1,7 مليون	2,5 مليون	1,47
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	159.869 منها 75000 سرير فخم	1,8
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7	3	3
إيرادات (مليون دولار)	250	2000 - 1500	07 إلى 09
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200000	400000	2
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600 جديد ليبلغ الإجمالي 142800	2,78

المصدر: بجاوي خديجة، قراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، مرجع سبق ذكره، ص 120.

❖ من خلال الجدول الأول نلاحظ أنّ مستوى التطور الخاص بعدد السياح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة، فإنّ مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1,8 ضعف ما هو محدد حاليا، أمّا مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر بـ 1,3 مرة مع نهاية الفترة 2015، في حين قدرت الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت خطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في النهاية لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142.800 مقعدا بيداغوجيا.

ب - الأهداف النقدية للمرحلة (2008 - 2015): تمّ تقديم الأموال الضرورية لتحقيق مختلف الاستثمارات التي تدمج الجزائر في السوق السياحية الدولية سواء كانت استثمارات عمومية أو خاصة بـ 2,5 مليار دولار أمريكي، كما يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي العمومي والخاص المادي وغير المادي

¹ بجاوي خديجة، قراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، معارف مجلة علمية دولية محكمة، العدد 22 / جوان 2017، قسم: العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة، الجزائر، ص 120.

الفصل الثالث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

التمثل في الهياكل القاعدية، تهيئة المناطق الطبيعية والاتصال ب 60000 دولار أمريكي منها 55000 دولار أمريكي على استثمارات مادية و 55000 دولار أمريكي على استثمارات غير مادية، ومن أجل توفير 40000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2,5 مليار دولار على مدى سبع سنوات لآفاق 2025، أي 350 مليون دولار أمريكي سنويا، كما يمكن أن يتجاوز هذا المبلغ 1 مليار دولار أمريكي¹.

ثانيا: المشاريع ذات الأولوية للمرحلة (2008 - 2015):

لقد تمّ تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، ويمكن تقسيم هذه المشاريع إلى الأنواع التالية²:

- ✓ فنادق تابعة لسلاسل عالمية مشهورة يصل عدد الأسرّة بها إلى 29386 سرير.
- ✓ أكثر من 20 قرية سياحية متميزة (Vet) بالإضافة إلى تخصيص عدة أراضي للتوسع السياحي من أجل تلبية الطلب الوطني والعالمي.
- ✓ حدائق تسلية سياحية (حديقة دنيا بعنابة، حديقة دنيا بقسنطينة، حديقة دنيا بالجزائر العاصمة ووهران، حدائق الواحات...).
- ✓ مراكز العلاج، الصحة والرفاهية (حمام قرقور، ملوان الشريعة).
- ✓ إطلاق 80 مشروع سياحي في أقطاب سياحية بالامتياز 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق.

¹ سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مرجع سابق، ص 138 - 139.

² عليان فتحي، توري شرراز، جهود ترقية المنتج السياحي ضمن المخطط السياحي للتهيئة (SDAT 2025)، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 سبتمبر 2015، ص 45.

الجدول رقم (03 - 02): عدد المشاريع الموزعة على الأقطاب السياحية

الأقطاب السياحية بامتياز	عدد المشاريع
الشمال الشرقي	23
شمال الوسط	32
الشمال الغربي	18
الجنوب الغربي "الواحات"	04
الجنوب الغربي "توات - قورارة"	02
الجنوب الكبير "الأهقار"	01
الجنوب الكبير "الطاسيلي"	00
المجموع	80

المصدر: عليان فتحي، توري شرزاز، جهود ترقية المنتج السياحي ضمن المخطط السياحي للتهيئة (SDAT 2025)، مرجع سبق ذكره، ص 46.

❖ من خلال الجدول يتضح لنا أنّ الأقطاب السياحية بامتياز الشمالية نالت الحصة الأكبر من حيث عدد المشاريع المبرمجة مقارنة بالمناطق الجنوبية، كما يعدّ شمال الوسط الأوفر حظا من حيث عدد المشاريع بحصة تقدر بـ 32 تليها كل من الشمال الشرقي والشمال الغربي على التوالي بحصة تقدر بـ 23 و 18، أما الجنوب الغربي "الواحات" والجنوب الغربي "توات - قورارة" والجنوب الكبير "الأهقار" بحصة أقل بكثير تقدر بـ 04 و 02 و 01، أما الجنوب الكبير "الطاسيلي" ولا مشروع مبرمج في حين يظم مناطق "الهقار" وتمنراست" مشهور بالمنتج السياحي الصحراوي الذي يعدّ من بين المنتجات الأكثر طلبا في عصرنا هذا، هنا يبقى السؤال مطروح ما سر عدم برمجة ولا مشروع في الجنوب الكبير بصفة خاصة وبرمجة عدد قليل من المشاريع في مناطق الجنوب بصفة عامة، هل لأنه هناك مشاريع سابقة لا داعي للمزيد منها أم أنّه من أولويات الدولة الجزائرية الاستثمار في المناطق السياحية الشمالية¹.

¹ نفس المرجع، ص 45.

المطلب الثالث: مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر.

حسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 المتضمن المخططات التالية:

أولا: تثمين الوجهة السياحية.

تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية من فوضى وانعدام الأمن والانغلاق وأيضا غياب الصورة والاستثمارات السياحية، لذلك يجب عليها الاعتماد على مميزات القوية من مناخ معتدل ومتنوع ومواقع جذابة وتنوعها الثقافي وسهولة الوصول إليها بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة، إنّ تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع إستراتيجيات ترقية واتصال لخلق وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار والنوعية، وبعبارة أخرى الأمر يتعلق بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية وقراءة لختم الجزائر، من أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج وتسجيله كمنتوج جزائري سياحي مزود من شعار يشكل قاعدة عمل لمخطط التسويق¹.

ثانيا: الأقطاب السياحية للامتياز.

القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزود بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية فالقطب يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان) الثقافية، الإقليمية (خاصيات، ميزان الإقليم) التجارية، فهو يركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية والصحية) من أجل التماسك في تموقعه، وتتمركز هذه الأقطاب في²:

¹ فارس فضيل، مرابط محمد، واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية وآليات تطويره في ظل برنامج (2025

SDAT)، الملتقى العلمي الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، يومي 09 - 10 نوفمبر 2016، ص ص، 13 - 14.

² حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 06.

✓ القطب السياحي للامتياز شمال شرق (POT NE): عنابة، الطارف، سكيكدة، قلمة، سوق أهراس، تبسة.

✓ القطب السياحي للامتياز شمال وسط (POT NC): الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.

✓ القطب السياحي للامتياز شمال غرب (POT NO): مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

✓ القطب السياحي للامتياز جنوب شرق (POT SE): الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعية.

✓ القطب السياحي للامتياز جنوب غرب (POT SO): القارة، طرق القصور، أدرار، تميمون وبشار.

✓ القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (POT GS): طاسيلي ناجر، إليزي، جانت.

✓ القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: الهقار وتمنراست.

ثالثا: مخطط النوعية السياحية.

لقد أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، إنها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، فالمخطط النوعي للسياحة يشمل¹:

✓ تحسين نوعية وتطوير العرض السياحي.

✓ منح رؤية جديدة للمحترفين.

✓ حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.

✓ ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.

رابعا: مخطط الشراكة العمومية - الخاصة.

لا يمكن تصور تنمية دائمة لسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العام والخاص، ويمكن الحديث عن الشراكة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي للمنتجات

¹ صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني / ديسمبر 2017، جامعة محمد خيضر بسكرة - الجزائر، ص 62.

السياحية، وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشراكة العمومية - الخاصة، إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية¹.

خامسا: مخطط تمويل السياحة.

أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة تتطلب استثمارات كبيرة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى فإنّ المخطط التوجيهي للتنمية السياحية جاء بألية مخطط تمويل التنمية السياحية لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم ومراقبة الشريك المرقى أو المطور للنشاط السياحي².

¹ نفس المرجع، ص 63.

² زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، السنة الجامعية: 2011 - 2012، ص 162.

المبحث الثاني: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والحصيلة المنجزة

رغم الاهتمام الكبير الذي أولته الجزائر للتنمية السياحية من خلال المخطط التوجيهي (2025 SDAT) إلا أنّ معدلات الإنجاز المحققة تبقى متواضعة وهو ما سوف نجيّزه فيما يلي¹:

المطلب الأول: تطور الإنجازات من خلال الهياكل الفندقية وطاقت الإيواء في الجزائر:

لقد كان مبرجما إنجاز ما مقداره 75000 سرير بغرض استقبال 2,5 مليون سائح بحدود 2015 إلا أنّ معدلات الإنجاز ظلت متأخرة من ضمن 713 مشروع تمت الموافقة عليه تمّ إنجاز 56 مشروع في حدود سنة 2012 أي 4699 سرير و 450 مشروع أي 49516 سرير قيد الإنجاز أي بمعدل 72% من مجموع ما كان مخططا لإنجازه (75000).

يمكن إجمال المشاريع المبرمجة ضمن برنامج التهيئة السياحية وحسب نسب تقدمها من خلال

الجدول التالية:

أولا: مشاريع في طور الإنجاز:

الجدول رقم (03 - 03): وضعية المشاريع السياحية للفترة 2015 - 2017

السنة	2015	2016	2017
عدد المشاريع	504	584	764
معدل النمو(%)	—	% 15,87	% 30,82
عدد الأسرة	13869	67076	772101
معدل النمو(%)	—	% 10,89	% 32,74
عدد العمال	83528	59232	84044
معدل النمو(%)	—	% 13,03	% 37,58

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سابق.

¹ فارسي فاطيمة الزهراء، شرفاوي عائشة، إستراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر، آفاق 2025، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 سبتمبر 2015، ص ص، 20 - 21.

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

الفصل الثالث

ثانيا: المشاريع المتوقفة:

الجدول رقم (03 - 04): المشاريع المتوقفة للفترة (2015 - 2017)

السنة	2015	2016	2017
عدد المشاريع	101	119	147
معدل النمو(%)	—	% 17,82	% 23,53
عدد الأسيرة	5918	39713	98516
معدل النمو(%)	—	% 55,94	% 26,78
عدد العمال	7323	0035	9786
معدل النمو(%)	—	% 34,06	% 39,48

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

ثالثا: مشاريع غير منطلقة:

الجدول رقم (03 - 05): المشاريع التي لم تنطلق بعد خلال الفترة (2015 - 2017)

السنة	2015	2016	2017
عدد المشاريع	607	106	928
معدل النمو(%)	—	% 30,64	% 17,02
عدد الأسرة	81378	979104	641129
معدل النمو(%)	—	% 33,20	% 23,49
عدد العمال	07429	50239	81247
معدل النمو(%)	—	% 35,87	% 21,04

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

رابعاً: المشاريع المنجزة

الجدول رقم (03 - 06): المشاريع المنجزة في الفترة (2015 - 2017)

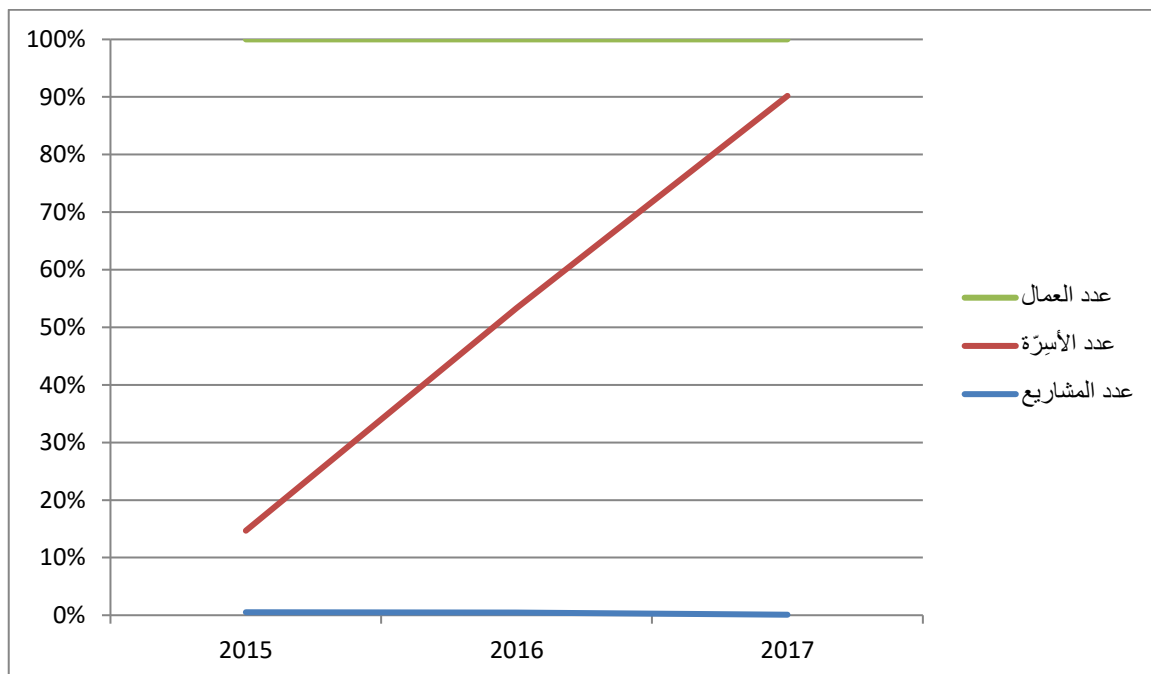
السنة	2015	2016	2017
عدد المشاريع	58	106	107
معدل النمو(%)	—	% 82,76	% 0,94
عدد الأسرة	2414	8439	16210
معدل النمو(%)	—	% 32,03	% 3,24
عدد العمال	9511	0495	4767
معدل النمو(%)	—	% 58,78	% 11,35

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ نلاحظ من خلال معطيات الجداول فيما يخص الاستثمارات في طور الإنجاز والمتوقفة أو غير المنطلقة أو المشاريع المنجزة أنّها عرفت تزايداً ملحوظاً سنة 2017 مقارنة بنسبة سنة 2015، وهذا راجع إلى زيادة إقبال المتعاملين الاقتصاديين على إنجاز مشاريع كبرى في القطاع السياحي ويأتي هذا من خلال سعي الدولة الجزائرية إلى عصنة وتهيئة القطاع الفعال الذي أصبح يساهم بشكل كبير في الناتج المحلي خام للدولة.

❖ ومن خلال تحليل معطيات الجدول فيما يخص المشاريع المتوقفة فنلاحظ أنّها زادت سنة 2017 مقارنة بـ 2015 وهذا المؤشر سلبي ويدلّ على سياسة التقشّف أو ترشيد النفقات التي أعلنتها الحكومة الجزائرية سابقاً بسبب انخفاض أسعار البترول كما يؤدّي إلى توقيف بعض المشاريع وهذا ما توضحه معطيات الجداول السابقة وفق الدليل الإحصائي الصادرة عن وزارة السياحة أمّا المشاريع المنجزة فشهدت ارتفاعاً بالمقارنة بـ سنة 2015، ويؤدّي ذلك إلى تزايد الاستثمارات الخواص في القطاع السياحي بسبب مرونة قانون الاستثمار الجزائري ومنحهم العديد من الامتيازات الجبائية سواء للخواص المحليين والأجبيين، وهذا مانلاحظه في الشكل التالي:

الشكل رقم (03 - 01): مشاريع سياحية في طور الإنجاز



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول

الفصل الثالث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

المطلب الثاني: السياحة الحموية في الجزائر

أولا : إحصائيات المعالجين بالمياه للفترة (2015-2017)

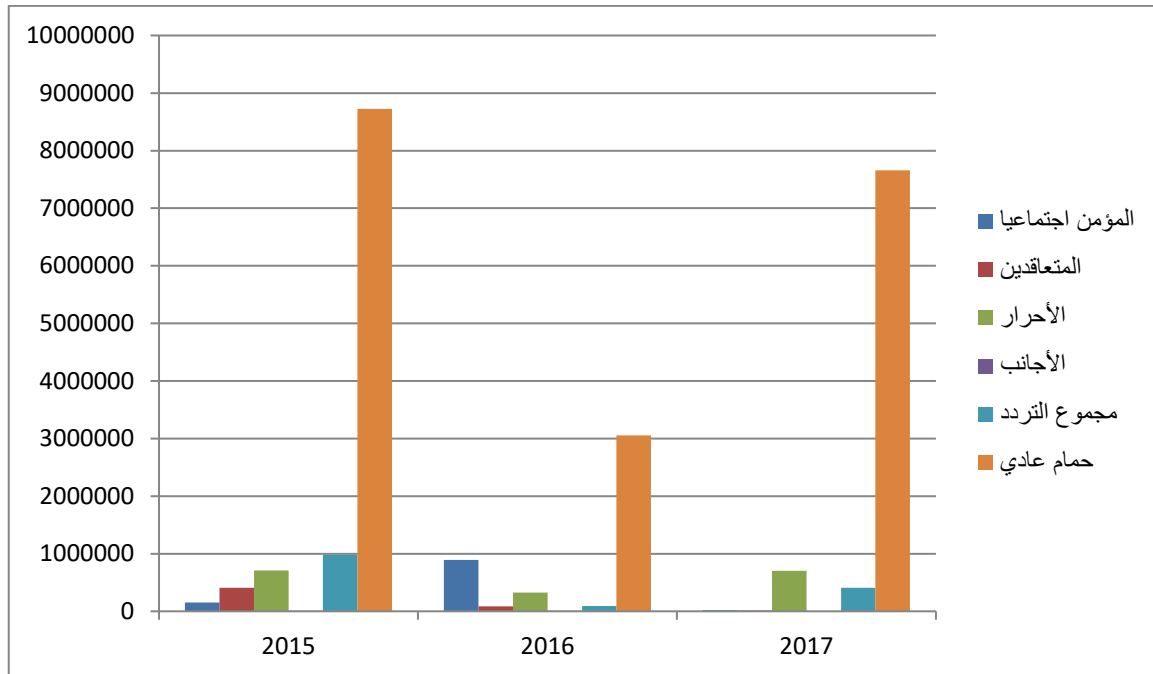
وتتمثل إحصائيات المعالجين بالمياه في الجدول التالي :

الجدول رقم (03 - 07): إحصائيات المعالجين بالمياه للفترة (2015-2017)

السنة	نوع العلاج	المؤمن إجتماعيا	المتعاقدين	الأحرار	الأجانب	مجموع التردد	حمام عادي	مجموع التردد الحموي
2015	العدد	151131	409121	706292	6713	979551	8723139	8513691
	نسبة التردد	%23,76	%22,00	%53,03	%1,22			
2016	العدد	894101	86773	325221	9005	091406	3054403	3963846
	نسبة التردد	%25,09	%18,19	%54,50	%2,22			
2017	العدد	21091	14165	701192	3557	407356	7658572	1723214
	التطور	%25,60	%18,27	%54,06	2,11			

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

الشكل رقم (03 - 01): إحصائيات المعالجين بالمياه للفترة (2015-2017)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول

❖ ومن الملاحظ من الجدول والشكل السابقين فإنّ مجموع التردد الحموي في انخفاض من سنة إلى أخرى ففي سنة 2015 كان 979551 ليصل إلى 407356 سنة 2017 .

ثانيا : الحمامات المعدنية في الفترة (2015-2017)

تعتبر الجزائر من البلدان التي تحتوي على عدد كبير من المنابع الحرارية على المستوى العالمي، فهي تزخر بعشرات الأحواض و الحمامات المعدنية الطبيعية يمكن الاعتماد عليها لبناء سياحة حموية و الجدول التالي التلخيصي يوضح ذلك:

الفصل الثالث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

الجدول رقم (03 - 08): جدول تلخيصي للسياحة الحموية للفترة (2015 - 2017)

السنة	العدد		المؤسسات الناشطة				مشاريع متوقفة	مشاريع في طور الانجاز
			مركز العلاج بمياه البحر		مركب حموي			
	عمومية	خاصة	عمومية	خاصة	عمومية	خاصة		
2015	282	55	8	10	1	1	25	10
2016	282	62	8	13	1	1	30	9
2017	282	74	08	13	02	01	34	16

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ من خلال الجدول أعلاه نجد أن هذه المحطات المعدنية، مجهزة بمرافق استقبال جد عالية، ومعدات كافية، وإشراف طبي على يد أطباء مؤهلين وفق الأساليب العلمية لتقديم الرعاية الطبية للأفراد الذين يقصدها ، ومن خلال الجدول يتبين أنه يوجد ثمانية مؤسسات حموية عمومية مسيرة من طرف مؤسسة التسيير السياحي، كما تمّ تحديد 34 مشروعا حمويا خاصا في طور الإنجاز سنة 2017 مقارنة ب 25 مشروعا سنة 2015.

الفصل الثالث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025

ثالثا: موسم الإصطياف

الجدول رقم (03-09): موسم الاصطياف للفترة (2015-2017)

السنة	2015	2016	2017
العدد الإجمالي للشواطئ	579	590	608
عدد الشواطئ المرخصة للسياحة	382	382	398
عدد الشواطئ غير المرخصة للسياحة	65	208	210
التردد على الشواطئ	121,5	119,3	132
إيرادات الامتيازات الخاصة بالشواطئ	84,9	340,7	642,8

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

❖ من خلال الجدول نلاحظ أنّ العدد الإجمالي للشواطئ في ارتفاع بطيء من سنة 2015 حتى سنة 2017، وكذلك بالنسبة للتغيرات الأخرى، فسنة 2015 كان العدد الإجمالي للشواطئ 579 أمّا سنة 2017 أصبح 608 لم يرتفع كثيرا وذلك لما تشهده السياحة الساحلية في الجزائر توافد العديد من السائحين المقيمين في المناطق الجزائرية، إلى جانب ارتفاع تكاليف الاصطياف في المدن الساحلية الجزائرية، الأمر الذي جعل بعض السياح من العزوف والتوجّه إلى مقاصد سياحية أخرى بأقلّ تكلفة.

المطلب الثالث: الدخول ضمن مخطط الجودة 2017.

إن تطبيق مخطط الجودة والانضمام إليه لاكتساب علامة السياحة الجزائرية التي تعبر عن ارتقاء المؤسسات الوطنية إلى مصاف المعايير الدولية المعمول بها في هذا المجال من أهم رهانات تطور القطاع السياحي والتي يعول عليها لنجاح إستراتيجية المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 لذلك سعت العديد من المؤسسات للدخول ضمنه والاستفادة من المزايا التي يوفرها حيث تم¹:

1 - تنصيب المجلس الوطني للجودة السياحية.

2 - اتخاذ التدابير اللازمة والقوانين المحفزة على الانضمام لمخطط الجودة واكتساب علامة "جودة السياحة الجزائرية" فقانون المالية التكميلي لسنة 2009 الذي يقضي بتخفيف الأعباء الضريبية وكذلك الرسوم الجمركية فيما يخص عتاد الاستغلال للمؤسسات التي تستغله في تحديث هياكلها، كما أن المؤسسات السياحية والفندقية التي تباشر عمليات تحديث تستفيد من تخفيضات على القروض بنسبة 3 % و 5.4 % من الفائدة على القروض البنكية حسب التوزيع الجغرافي (الشمال والجنوب على التوالي)."

3 - اعتمدت الحكومة في 19 أكتوبر 2011 خريطة وطنية لتعليم "المهن السياحية" تهدف إلى رفع مستوى التكوين بالمدارس القائمة والمبرمجة إلى مصاف المدارس الموجودة في كبريات الدول السياحية (دول الإتحاد الأوروبي) من حيث الأدوات المستعملة والبرامج المقررة...الخ)، من أجل تحسين مستوى أداء الخدمات وتحقيق الجودة لفائدة العملاء لتقديم سياحة عصرية من التسيير الفندقي إلى غاية أدق تفاصيل إقامة السائح في رحلته، لذلك تم تحديث مدرستي تيزي وزو وبوسعادة تماشيا مع كل ما سبق وأصبحت تكوّن تقنيين ساميين عوض تقنيين وتم إدخال فروع جديدة تبعا لما يوفره نظام LMD من تعدد في الاختصاصات بالجامعات الوطنية خاصة باختصاص الطبخ والحرف والصناعات التقليدية حتى تتمكن هذه الأخيرة من القيام بدورها الفعال في تشجيع السياحة.

4 - كان الدخول ضمن مخطط الجودة من العناصر الأساسية للإستراتيجية السياحية 2025 لذلك سعت العديد من المؤسسات السياحية للدخول ضمنه، وقد وصلت إلى 446 مؤسسة سياحية من بينها 222 مؤسسة فندقية و 199 وكالة سياحية وأسفار و 7 محطات معدنية، 18 مطعم².

¹ شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 213.

² وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

5 - من خلال ما سبق يمكن القول بأنّ الإنجازات ظلّت متأخرة كما تمّ تحديد من خلال الإستراتيجية المسطرة وحتى الوصول إلى الأهداف، فمن الناحية النظرية وحسب أرقام الوزارة السياحية، بلغ عددهم في نهاية 2017 حوالي 2451000 سائح غير أنّ أغلبهم من الجزائريين بين المقيمين في الخارج الذين يأتون لزيارة الأهل والأقارب وهذا لا يمكن اعتباره سياحة حقيقية لأنّها في تشغيل الطاقات الفندقية الجزائرية.

وترجع أسباب التأخر في إنجاز المشاريع إلى ما يلي¹:

أ - التأخر في مجال تكنولوجيا الاتصال ووسائل الدفع؛

ب - غياب الثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري؛

ج - غياب اليد العاملة المؤهلة والخبرة.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: معوقات النهوض بالقطاع السياحي الجزائري

من خلال العرض المقدم يتضح أنّ المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي ليست مرتبطة بالتسويق فقط بل هناك مشاكل أكبر وأعمق تتغلغل في شبكة من القطاعات المتداخلة، وفيما يلي نحصّر أهم هذه المشاكل التي حالت دون تطور القطاع السياحي الجزائري.

المطلب الأول: المعوقات المتعلقة بالتسيير للقطاع السياحي وبال عقار وبأداء الجماعات المحلية

تم إحصاء عدة نقائص تعيق تنمية القطاع السياحي في الجزائر وهي كالتالي¹:

أولا: المعوقات المتعلقة بالتسيير للقطاع السياحي

العراقيل المتعلقة بالتسيير للقطاع، تتمثل فيما يلي:

- ✓ عدم امتلاك مديريات السياحة للولايات لإستراتيجية التنمية السياحية على مستوى أقاليمها، ودور محدود في المراقبة والمتابعة لحاملي المشاريع.
- ✓ عدم تولي مديريات السياحة بتوزيع الخرائط السياحية والمطبوعات الإعلامية.
- ✓ عدم تحكم الوكالة الوطنية للتنمية السياحية في العقار.
- ✓ غياب رؤية للشركاء الفاعلين في ميدان تسيير الإستراتيجية السياحية.
- ✓ عدم وجود شبك وحيد بالنسبة لحاملي المشاريع، سواء كانوا متعاملين أو مستثمرين.

ثانيا: المعوقات المتعلقة بالعقار

يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام الاستثمار السياحي، لصعوبة الحصول عليه، نظرا لتعدد ملكية نفس الوعاء العقاري سواء كانت ملكية خاصة أو ملكية عامة، ضف إلى ذلك فالمستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا يعاني من غلاء العقار السياحي في الجزائر، مقارنة بما هو موجود في الدول المجاورة، إذ أنّ اقتناء عقار لأجل إقامة مشروع عادة ما تكلف من 20 % إلى 30 % من رأس المال المستثمر.

¹ بلحمري خيرة، حفصي بونبعوياسين، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 220.

إضافة إلى ذلك فإنّ العقار السياحي يواجه عدّة عقبات أهمها ما يلي:

- ✓ تراجع مساحات مناطق التوسع السياحي نظرا للتدهور الحاصل في المناطق السياحية.
 - ✓ تدهور الموارد الطبيعية من خلال نهب الأموال وغياب قواعد العمران، مما أدى إلى تغيير الموارد عن طبيعتها السياحية.
 - ✓ تعرض العقاري السياحي للمضاربة، وذلك بالأراضي الواقعة بمناطق التوسع السياحي.
 - ✓ الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي، وانتشار البناءات الفوضوية في المناطق السياحية.
- ثالثا: المعوقات المتعلقة بأداء الجماعات المحلية.

تواجه الجماعات المحلية عدة عراقيل، خاصة التي تقع في دائرتها مواقع سياحية هامة، ومن أهم هذه العراقيل نجد¹:

- ✓ محدودية الموارد البشرية: إذ أنّ تطبيق أي سياسة تنموية يستلزم توافر موارد مادية وبشرية كافية للتمكن من تجسيدها على أرض الواقع.
- ✓ ضعف مواقع التنمية السياحية في خطط التنمية المحلية، مما يقلل من أهمية السياحة في ظل نقص الموارد المالية المخصصة للسياحة.
- ✓ ضعف البنية التحتية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى المحلي، إذ تفتقر الجماعات المحلية (الولايات والبلديات) للمرافق الأساسية لتقديم الخدمات وغياب الطرق وغيرها من المرافق الأخرى التي تعمل على جلب السياح للمنطقة.
- ✓ غياب دور المجالس المنتخبة المحلية في لعب دورها كما ينبغي، والقيام بإدراج التنمية السياحية ضمن أولويات التنمية المحلية، خاصة لدى الجماعات المحلية التي تملك مؤهلات سياحية.

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000 - 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، مرجع سبق ذكره، ص 254.

المطلب الثاني: المعوقات الإدارية والقانونية والمعوقات الاقتصادية.

وهناك نقائص أخرى للقطاع السياحي وتتمثل في المعوقات القانونية والإدارية والمعوقات الاقتصادية وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب.

أولاً: المعوقات الإدارية والقانونية.

هناك عدّة عراقيل إدارية وقانونية تواجه القطاع السياحي نذكر منها ما يلي¹:

1 - كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية:

كالبطء في العمل الإداري وصعوبة فهم الموظف في الإدارة العمومية لتفاصيل طلب المستثمر والفساد الإداري، بالإضافة إلى تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات المتكررة في قوانين الاستثمار، كل هذا أثر سلباً على معدل تدفق الاستثمارات خاصة منها الأجنبية التي تحول جزء كبير منها للاستثمار في الدول المجاورة.

2 - معوقات متعلقة بالفساد الإداري وغياب الشفافية:

تنامي ظاهرة الفساد الإداري واستغلال الطرق غير القانونية في الحصول على المشاريع الاستثمارية وهذا ما يؤدي إلى عزوف المستثمرين على الاستثمار في ظل هذه التصرفات التي تقضي على التنافسية والمعاملة العادلة عند منح مشاريع الاستثمار السياحي.

ثانياً: المعوقات الاقتصادية

تتمثل المعوقات الاقتصادية وفقاً لما يلي:

أ - غياب تمويل المشاريع السياحية:

إنّ غياب المؤسسات المالية والبنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار السياحي، يعتبر عامل رئيسي في نقص الاستثمارات السياحية، إذ أنّ النظام البنكي الجزائري أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب كونه لا يستجيب لشروط ومتطلبات التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر، بحيث يفتقر إلى الخبرة المهنية لدى المشرفين على البنوك، من خلال الاعتماد على الطرق التقليدية

¹ عمر بوجمعة، بلال معوج، واقع وتحديات الاستثمار السياحي في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول، نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، يومي 10/09 نوفمبر 2016.

لتسيير البنوك، مع هيمنة القطاع العمومي على البنوك، بالإضافة إلى ذلك فإن الاستثمار السياحي يتميز بنوع من الخصوصية منها¹:

✓ تتعدد مجالات الاستثمار السياحي، بحيث تشمل البناء والفنادق والطرق والمطاعم ومراكز الاستشفاء، ومراكز الرياضة، والقرى السياحية، بالإضافة إلى المشاريع الكبرى مثل تخطيط المدن السياحية المتكاملة، وشركات السياحة، ووكالات السفر، ووسائل النقل السياحية.

✓ طول مدة تنفيذ المشاريع السياحية، بحيث تفوق في بعض الأحيان 05 سنوات.

✓ طول الآجال الخاصة بمردودية المشاريع، بحيث تمتد إلى 03 سنوات انطلاقا من سير المشروع.

ب - غياب الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية:

لا تعتمد الدولة في الكثير من الأحيان على تقديم الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية، وإنما تعتمد على سياسة تقديم الحوافز العامة، وبالتالي فهي تفتقر إلى التخصيص في القطاعات ومنها القطاع السياحي، في حين نجد بعض الدول المجاورة كتونس والمغرب يتم فيها توجيه الحوافز الضريبية إلى المشاريع الخاصة بالقطاع السياحي، ما أثر على الاستثمارات السياحية بها².

المطلب الثالث: المعوقات الأخرى للقطاع السياحي

لقد تم إحصاء مجموعة من المعوقات أو النقائص من خلال الزيارات للمواقع والمسح الذي قامت به مصالح وزارة السياحة، والمعوقات التي تناولناها في المطلبين الأولين، وهذه النقائص تم حصرها فيما يلي:

أولا: ضعف تغلغل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي

إنّ علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالسياح على مستوى الولاية ضعيفة في الوقت الذي أصبحت مطلبا أساسيا للتنمية السياحية تفرضها الأوضاع الراهنة³.

¹ بلحمري خيرة، حفصي بونعوياسين، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 221.

² نفس المرجع، ص 221.

³ سامية زواغي، زهوة خلوط، قطاع السياحة بين المؤهلات والمعوقات في ولاية البويرة، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أوالحاج، البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 / 09 / 2015، ص 14.

ثانيا: تدهور الوضع الأمني

إنّ المرحلة التي مرت بها التسعينات من تدني المستوى الأمني وتدهور الوضع السياسي أدّى إلى عزوف السياح عن القدوم إلى الجزائر، فرغم تحسن الوضع الأمني حاليا ليصبح أحسن من دول الجوار إلا أنّ عزوف السياح الأجانب لا يزال واضحا وذلك للأسباب سالفه الذكر¹.

ثالثا: تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية

وتتمثل فيما يلي²:

- ✓ غياب أدوات التقييم، ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي.
- ✓ المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات والدخول.
- ✓ طريقة تسيير غير متكيفة مع السياحة العصرية.

رابعا: عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر

وتشمل ما يلي³:

- ✓ ضعف الاتصال الداخلي والخارجي، وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات، والشركات في قطاع السياحة؛
- ✓ عدم وجود أدوات للإعلام للتسويق الإستراتيجي على النشاط السياحي.
- ✓ وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة (قديمة) لا تتماشى الاتصال الحديث.
- ✓ لوحات إشهارية غير كافية وعادية وغير متكيفة مع التسويق الجوّاري.
- ✓ ضعف تسويق الوجهة الجزائرية.

¹ بن خديجة منصف، رحابلية سيف الدين، تحديات تطوير قطاع السياحة في الجزائر - الاستفادة من التجربة التونسية -، الملتقى الدولي الثاني حول السياحة: تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، يومي 07 - 08 / 10 / 2016، ص 11.

² علمي فاطمة، دولي سعاد، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، إسنادا لمخطط التوجيهي للهيئة السياحية (2030)، جامعة بشار، على الموقع:

<http://e-biblio.univ-mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y> ، بتاريخ 27 / 03 / 2019، على الساعة 12:17، ص 16.

³ نفس المرجع، ص 16.

خامسا: نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين

من أهم أسباب ضعف الخدمات السياحية المقدمة هو النقص المسجل على مستوى تأهيل وتكوين المستخدمين في المؤسسات والهيكل السياحية¹.

سادسا: طاقات الإيواء غير كافية وذات نوعية سيئة

ما يميز السوق السياحي الجزائري هو العجز الواضح في الطاقة الاستيعابية لهياكل الإيواء، وهي غير قادرة على تغطية الطلب في حال ارتفاعه بشكل سريع ومفاجئ نتيجة بعض الظروف مثل حالة عدم الاستقرار السياسي التي شهدتها بعض الدول العربية، وهذا يعتبر ضعفا كبيرا في أحد أهم مكونات العرض السياحي الجزائري².

سابعا: غياب نظرة المنتجات السياحية الجزائرية

وتشمل ما يلي³:

- ✓ مواقع بلا صيانة وغير مثمرة بصورة كافية.
- ✓ غياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التمييز.
- ✓ غياب التشاور والتنسيق حول الأمور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.

ثامنا: غياب التحكم في التقنيات الحديثة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار

وتتكون من⁴:

- ✓ غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- ✓ عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني من حجز وخدمات.
- ✓ خضوع استقبال السياح بالجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.
- ✓ غياب مخطط للتكوين المستمر.

¹ سمير سالمي، عمر بوجيعة، السياحة في الجزائر: مشكل تسويق أم مشكل قطاعي عميق، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 / 09 / 2015، ص 16.

² نفس المرجع، ص 16.

³ سماعني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 118.

⁴ نفس المرجع، ص 119.

- ✓ عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.
- ✓ أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة إلى الخارج (80 % عمرة وأسفار نحو الخارج، 10 % استقبال لوكالات الجنوب و10 % حجز للتذاكر).

تاسعا: ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية.

انعدام النظافة والصيانة للفضاءات العامة والخاصة، غياب خدمات جذابة وأعمال لإبراز المنتجات المحلية¹.

عاشرا: ضعف نوعية النقل وتدني خدماتها.

عدم القدرة على خدمات نقل كمية ونوعية متكيفة مع الطلب، زادت حدة من خلال إضافة التسعيرة المبالغ فيها مقارنة مع الممارسات الدولية، سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب يضاف إليه عد التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة باتجاه الخارج².

¹ عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد 04 / جوان 2016، جامعة ورقلة، الجزائر، ص 77.

² نفس المرجع، ص 78.

خلاصة الفصل:

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا رياديا في الكثير من دول العالم بما يحققه من تدفقات مالية وخلق لفرص العمل وبديل للاستثمار الأجنبي... إلخ، إلا أنّ الأمر يتطلب توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع.

وحسب ما توفّر لنا من بيانات ومعلومات تخصّ السياحة في الجزائر فقد توصلنا في هذه الدراسة إلى أنّ الجزائر تتمتع بإمكانات سياحية كبيرة ومتنوعة قادرة على جعلها بلدا سياحيا.

اتخذت الدول العديد من الإجراءات بهدف تخفيف العراقيل التي تواجه تطوير القطاع ومن أهمها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، ولكن يبقى مشكل تسيير وتمويل المخطط أهم تحدي أو عائق يواجه نجاحه.

خاتمة

من خلال ما سبق تبين أنّ تنشيط الحركة السياحية يحتاج إلى ترسيم إستراتيجية فعالة واضحة وتطبيقها بكفاءة بهدف بلوغ المستوى الاقتصادي بالإمكانيات السياحية في الجزائر. واتضح بأنّ السياحة لها تأثير كبير في ميزان المدفوعات، وكذلك لما توفره من مناصب شغل جديدة ومساهماتها في زيادة الناتج الإجمالي المحلي، وقد ساهم في ذلك التطور الكبير في البنية القاعدية من خلال العقود الأخيرة.

ومن خلال ما تعرضنا له في الفصل الثاني حاولنا تشخيص مدى مساهمة المقومات السياحية في الجزائر في ترقية القطاع السياحي وهذا لما تمتلكه من مقومات طبيعية وحضارية وتاريخية هامة، تجعل منها دولة رائدة في المجال السياحي، كما بينت الدراسة وحسب ما تؤكدته النتائج المحققة فإنّ القطاع السياحي الجزائري لا يزال دون المستوى المطلوب، رغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات هامة تؤهلها لمنافسة الدول السياحية في العالم.

هذا ويستخدم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 لوضع حد من المشاكل البيئية والاقتصادية والاجتماعية، ووضع حدود مناسبة لها إلى أنّه يستعمل لتطوير المناطق السياحية المهجورة وخلق مناطق سياحية وأسواق جديدة، وتوفير يد عاملة لذلك فإنّ ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وتخطيطا إستراتيجيا فعالا يعمل علي رفع مكانة الجزائر السياحية.

أولا: اختبار الفرضيات.

حسب ما توفر لدينا من بيانات ومعلومات تخص السياحة في الجزائر فقد توصلنا في هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إدراجها على النحو التالي:

الفرضية الأولى: تعدّ السياحة صناعة متكاملة بالغة الأهمية تؤثر على بعض المتغيرات الكلية للاقتصاد.

السياحة نسيج صناعي متكامل يؤثر في مجمل القطاعات الاقتصادية وعلى المتغيرات الكلية من خلال آثارها على الدخل وميزان المدفوعات والتشغيل وبالتالي تؤدي إلى تنشيط الحركة التجارية بصفة خاصة، وتنمية الاقتصاد ككل بصفة عامة (الفرضية الأولى غير صحيحة).

الفرضية الثانية: رغم تعاقب السياسات التنموية المختلفة لتنمية القطاع السياحي تبقى مساهمته ضعيفة في الاقتصاد الوطني.

رغم الثراء الطبيعي وامتلاك الجزائر لمقومات الجذب السياحي إلا أنّ السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع ظلت عاجزة للنهوض بالقطاع السياحي رغم انتهاج التخطيط كأساس علمي، ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري دوليا وضعف مساهمة القطاع السياحي وعجزه في خلق مناصب الشغل (مما يثبت صحة الفرضية الثانية).

الفرضية الثالثة: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية منفصل عن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT 2025).

إنّ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية استراتيجية متكاملة الأبعاد لتنمية القطاع السياحي وفق معايير التنمية تحتاج إلى تجسيد على أرض الواقع وتفعيل كل الإجراءات التحفيزية لتشجيع وبناء شراكة حقيقية بين القطاع العام والخاص للنهوض بصناعة السياحة في الجزائر، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 جزء لا يتجزأ عن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT 2025)، (الفرضية الثالثة غير صحيحة).

ثانيا: نتائج الدراسة.

تمّ التوصل من الدراسة النظرية وكذا التطبيقية إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- 1 - تعتبر السياحة من أهمّ الظواهر المميّزة لعصرنا الحالي، وهي صناعة تصديرية قائمة بذاتها ولها مكوّناتها.
- 2 - تهدف السياحة إلى المساهمة في جلب وتنمية الاستثمارات.
- 3 - تتمتع الجزائر بإمكانيات سياحية كبيرة ومتنوعة قادرة على جعلها بلدا سياحيا.
- 4 - وضع المخطط التوجيهي للحدّ من المشاكل ووضع حدود لها.

ثالثا: التوصيات.

انطلاقا من النتائج التي تمّ التوصل إليها من خلال هذا البحث يمكن الخروج بجملة من التوصيات للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر:

- 1 - تحسين جودة الخدمات المقدمة والمتعلقة بالسياحة مثل الفنادق ووسائل النقل.

- 2 - نشر ثقافة السياحة لدى أفراد المجتمع وضرورة التأكيد بأهمية السياحة.
- 3 - الاهتمام بتنوع منتج سياحي يساعد على المزيد من الترويج السياحي، خاصة وأنّ الجزائر تمتلك مقوّمات عديدة ومتنوّعة.
- 4 - ضرورة احترام البرامج التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية باعتباره بداية فعلية للنهوض بالقطاع السياحي وترقيته وكذا الاستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي للمشاريع السياحية.
- 5 - المحافظة على سمعة الجزائر كوجهة سياحية وذلك بتوفير الأمن باعتباره من القطاعات الحساسة.
- 6 - مرافقة أصحاب المشاريع وتقديم ضمانات من القطاع العام من أجل دعم القطاع الخاص في مجال السياحة.

رابعاً: آفاق البحث.

- في الختام نشير إلى أن موضوع السياحة يطرح كثيراً من الاهتمامات التي تحتاج إلى دراسات كثيرة لتسليط الضوء عليها، ومن بينها على سبيل المثال لا الحصر:
- 1 - دور الثقافة السياحية في بناء صناعة السياحة في الجزائر.
 - 2 - تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الفندقية.
 - 3 - إدارة الأزمات السياحية في الجزائر.
- وفي الأخير نأمل أننا وفقنا ولو بقدر ضئيل وإعداد هذا البحث للمساهمة في إثراء مكتبة الطالب برصيد معرفي.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء ، الإسكندرية، مصر، ط 1 2007 - 2008.
- 2 - إسماعيل محمد الدبّاغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، ط 1 - 2013.
- 3 - بركات كامل النمر وآخرون، مبادئ السياحة، دار إثراء، الأردن ، ط 1. 2011.
- 4 - حمزة دراركة وآخرون، مبادئ السياحة، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، ط 1 - 2014.
- 5 - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2009.
- 6 - زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، عمان، الأردن، ط 1 - 2008.
- 7 - صفاء الجبار الموسوي، شذى كاضم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، دار الأيام، الأردن، ط 1. 2015.
- 8 - طارق عبد الفتاح الشريعي، اقتصاديات النقل السياحي، مؤسسة حورس الدولية، القاهرة، مصر، 2011.
- 9 - طه أحمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، سنة 2010.
- 10 - عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة، عمان - الأردن، ط 1. 2010.
- 11 - علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار المسيرة، عمان، سنة 2013.
- 12 - علي هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، مصر، القاهرة، 2006 .
- 13 - عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، دار الراية، الأردن - عمان، الأردن، ط 1 - 2009.
- 14 - عصام حسن الصعدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية، عمان، ط 1 - 2009.
- 15 - فؤاد بن غضبان، الجغرافية السياحية، دار اليازوري العلمية، عمان - الأردن، سنة 2014.
- 16 - فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، دار صفاء، عمان، ط 1 - 2015.
- 17 - ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، ط 2 - 2016.
- 18 - ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار وهران، عمان، الأردن، بدون سنة.

- 19 - مثنى طه الحوري، اقتصاديات السفر والسياحة، دار الوراق، عمان، الأردن، ط 1 - 2013.
- 20 - محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، عين مليلة، دار الهدى، سنة 2014.
- 21 - محمد حسن النقاش، تخطيط المواقع السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، ط 1 - 2013.
- 22 - محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل، الأردن - عمان، ط 3 - 2008.
- 23 - منال شوقي عبد المعطى أحمد، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، ط 1 - 2011.
- 24 - موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، عمان، 2010.
- 25 - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، سلسلة السياحة والفندقة 1، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط 1 - 2001.
- 26 - هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي والمنشآت السياحية، دار أسامة، الأردن - عمان، ط 1 - 2012.

الملتقيات:

1. الطيب داودي، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية - دراسة حالة ولاية جيجل، الملتقى الدولي العلمي حول: الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المنظم من قبل المركز الجامعي بتيبازة، الجزائر، يومي 26 / 27 نوفمبر 2014.
2. العابد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، الملتقى الوطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، يومي 19 - 20 / نوفمبر 2012.
3. بقاش وليد، التجربة التركية في تنمية القطاع السياحي كتجربة رائدة إقليميا، جهويا وعالميا، الملتقى الدولي العلمي الثاني حول: الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر، يومي 26 - 27 / 11 / 2014.
4. بن الشيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر، بين جاذبية المقومات السياحية وضعف الخدمات المكملية، الملتقى العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض

- الدول، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بليدة، الجزائر، يومي 24 - 25 / 04 / 2012.
5. بن خديجة منصف، رحايلية سيف الدين، تحديات تطوير قطاع السياحة في الجزائر - الاستفادة من التجربة التونسية -، الملتقى الدولي الثاني حول السياحة: تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، يومي 07 - 08 / 10 / 2016 .
6. بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتعجيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، يومي 22 - 23 / 04 / 2014.
7. خنفري خيضر، بورنيسة مريم، واقع استثمارات السياحة الداخلية في الجزائر على ضوء الإحصائيات الوطنية، الملتقى الدولي العاشر حول السياحة في الجزائر واقعها وسبل تطويرها، جامعة بومرداس، الجزائر، يومي 10 - 11 / 01 / 2018.
8. سامية زواغي، زهوة خلوط، قطاع السياحة بين المؤهلات والمعوقات في ولاية البويرة، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 / 09 / 2015 .
9. سمير سالمي، عمر بوجمعة، السياحة في الجزائر: مشكل تسويق أم مشكل قطاعي عميق، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 / 09 / 2015 .
10. صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء تحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد لخضر، باتنة، الجزائر، يومي 26 - 27 / 04 / 2003.
11. طالب دليلة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، الجزائر، يومي 11 - 12 / 05 / 2010 .
12. علي جيش، السياحة في الجزائر، ذلك القطاع المنسي، الملتقى الوطني الرابع: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد محند آكلي أولحاج، البويرة، يومي 27 - 28 سبتمبر 2015.

13. عليان فتحي، توري شرراز، جهود ترقية المنتج السياحي ضمن المخطط السياحي للتهيئة (SDAT 2025)، الملتقى الدولي الرابع حول: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، البويرة، الجزائر، يومي 27 - 28 سبتمبر 2015.
14. عمر بوجمعة، بلال معوج، واقع وتحديات الاستثمار السياحي في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول، نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، يومي 09 / 10 نوفمبر 2016 .
15. فارس فضيل، مرابط محمد، واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية وآليات تطويره في ظل برنامج (SDAT 2025)، الملتقى العلمي الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، يومي 09 - 10 نوفمبر 2016.
16. فارسي فاطيمة الزهراء، شرفاوي عائشة، إستراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر، آفاق 2025، الملتقى الوطني الرابع: القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد محمد آكلي اولحاج، البويرة، يومي 27 - 28 سبتمبر 2015.
17. مداحي محمد، زيرق سوسن، تسويق السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم المالية، جامعة باجي مختار - عنابة - الجزائر، يومي 07/08/10/2016 .
18. مريم آيت بارة، صناعة السياحة في الجزائر مؤهلات، الواقع وآفاق النهوض في مطلع 2030، الملتقى الدولي الثاني حول: تسويق السياحة في الجزائر بين الإمكانيات والتحديات، جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم المالية، يومي 07/08/10/2016.
18. هوام لمياء، الاستثمار السياحي في الجزائر: المقومات والتحديات، الملتقى الدولي الثاني حول تسويق السياحة في الجزائر: بين الإمكانيات والتحديات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة - الجزائر، يومي 07 - 08 / 10 / 2016.

رسائل الدكتوراه والمجستير:

- 1 - أولاد الهدار فاتح بلقاسم، دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية - دراسة حالة ولاية غرداية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص: الإدارة السياحية والبيئية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية: 2012 - 2013.
- 2 - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إقتصاد دولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، الجزائر، السنة الجامعية: 2011 - 2012.
- 3 - دولي سعاد، آليات ترقية السياحة في الجزائر وآثرها على التنمية المستدامة، مذكرة دكتوراه علوم، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، الجزائر، السنة الجامعية 2013 - 2014.
- 4 - زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، السنة الجامعية: 2011 - 2012.
- 5 - سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، الجزائر، السنة الجامعية: 2013 - 2014.
- 6 - شرفاوي عائشة، السياحة بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية: 2014 - 2015.
- 7 - صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد تنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، السنة الجامعية: 2010 - 2011.
- 8 - عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، السنة الجامعية: 2009 - 2010.

- 9 - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000 - 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، التخصص: نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم: العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، السنة الجامعية: 2012 - 2013.
- 10 - قارة إبتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر. دراسة حالة - ولاية مستغانم، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، الجزائر، مدرسة دكتوراه: التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص: تسويق دولي، السنة الجامعية: 2011 - 2012.
- 11 - كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، السنة الجامعية: 2003 - 2004.

المجلات:

- 1 - إسماعيل محمد الدباغ، وآخرون، العلاقة بين العرض السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، (بحث مقدم إلى مؤتمر السياحة الأولى في محافظة النجف للمدة بين 05 - 06 / نيسان / 2008، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون / 2008، عمان، الأردن.
- 2 - إلياس شاهين، عبد النعيم دفرور، السياحة كمقوم للتنوع الاقتصادي في الجزائر في ظل تذبذبات أسعار النفط، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6 - جوان / 2017، الوادي، الجزائر.
- 3 - بلال بلحسن، التسويق السياحي آلية لصناعة السياحة في الجزائر - بالإشارة للتجربة الماليزية -، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، العدد 19، ديسمبر 2018.
- 4 - بلحمري خيرة، حفصي بونبعو ياسين، مؤشرات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات تفعيله لتنمية الاقتصاد الوطني في ظل التحولات الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والتنمية، مخبر التنمية المحلية المستدامة، العدد 08 / جوان 2017، جامعة يحيى فارس، المديّة، الجزائر.
- 5 - رواجية عيسى، جمال كنزة، واقع صناعة السياحة بولاية عنابة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد الرابع ديسمبر 2017، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.

- 6 - ساهل سيدي محمد، السياحة وأهمية التسويق السياحي، حالة السياحة في الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 1994/39، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر.
- 7 - صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني / ديسمبر 2017، جامعة ورقلة، الجزائر.
- 8 - عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 04 / جوان 2016، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 9 - عبد الصمد سعودي وآخرون، دور النقل السياحي في تنشيط وتفعيل القطاع السياحي بالجزائر لتحقيق التنمية، مجلة الأصيل، للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الأول جوان 2017، جامعة عباس لغرور، خنشلة.
- 10 - عبد القادر بن عيسي، سليم جابو، دور السياحة الصحراوية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، مجلة التنمية الاقتصادية، العدد 01 / 2016، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر.
- 11 - عيساوي سهام، حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس - دراسة مقارنة -، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، جوان 2017، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر.
- 12 - فضيل رابح، حفصي بونبعو ياسين، تشخيص واقع وأهمية القطاع السياحي ومحاولة معالجة نقائصه في الجزائر، مجلة دولية علمية محكمة، العدد الاقتصادي، العدد 28، جانفي 2017، جامعة الأغواط، الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية.
- 13 - قادري تقي الدين، النشاط البدني الترويحي ودوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر، دراسة ميدانية للمركبات السياحية بالجزائر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 01 / 2016، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، العدد 01 / 2016.
- 14 - قارة إبتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر. دراسة حالة ولاية مستغانم، المجلة الجزائرية للعملة والسياسات الاقتصادية، العدد: 02 / 2011، تلمسان، الجزائر.
- 15 - كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة إقتصاد شمال إفريقيا، العدد الأول/2004، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف - الجزائر.

- 16 - موسى سعداوي، زروق صدوقي، السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني/2012، جامعة المدية، الجزائر .
- 17 - هاني نوال، تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية، مجلة الباحث، عدد 13 / 2013، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر .
- 18 - يحياوي خديجة، قراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، معارف مجلة علمية دولية محكمة، العدد 22 / جوان 2017، قسم: العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة، الجزائر.
- الحوليات:

- 1 - حميد حملاوي، مجالات وآليات تنمية القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 04 / مارس 2026، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر.

مواقع الانترنت:

- 1 - أحمد توفيق، منتدى السياحة العربية، على الموقع:
<http://www.startimes.com/f.aspx?t=34020393>، بتاريخ 11 / 04 / 2019، على الساعة: 20:27 .

- 2 - الآثار السلبية الناجمة من الحركة السياحية على مكونات البيئة، 27 يناير 2016، site admin ، جامعة كربلاء، المدينة الجامعية ، كلية العلوم السياحية، مقالات كاتكري للأساتذة، 2002، على الموقع:

<http://tourism.uokerbala.edu.iq/wp/blog/2016/01/27> .

- 3 - الدليل الاقتصادي والإجتماعي، المؤسسة الوطنية، الجزائر، سنة 1989.

- 4 - السياحة المستدامة، الآثار الإجتماعية - الثقافية، على الموقع:

http://www.coastlearn.org/eg/why_socioimpacts.html

تاريخ الإطلاع 28 / 02 / 2019، على الساعة 18:01 .

- 5 - المنظمة العربية للسياحة، أهداف السياحة، المملكة العربية السعودية، جدة، على الموقع :

<http://www.arab-tourismorg.org/index.php/about/vision-and-goals>

تاريخ الإطلاع: 03 / 03 / 2019، على الساعة 18:10 .

- 6 - الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار، قطاع النقل، نقلا عن الموقع الإلكتروني:
<http://WWW.andi.dz/index.php/or/secteur.de.transport>
تاريخ الاطلاع 2019 / 02/12 على الساعة 17:30 .
- 7 - الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار، قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، نقلا عن الموقع
<http://www.andi.dz/index.php/or/i>، تاريخ الإطلاع: 2019 / 02 / 12، على الساعة
18:00 .
- 8 - بانا ضمراوي، تعريف السياحة، على الموقع: <https://mawdoo3.com>، بتاريخ 18 / 01 /
2018، على الساعة: 09:14 .
- 9 - بحث الجغرافيا عن التضاريس في الأقاليم الجزائرية، تضاريس الجزائر، على الموقع:
<https://www.djelfa.info/vb/archive/index.php/t-408844.html> ، بتاريخ 26 / 10 /
2010، على الساعة: 09:28 .
- 10 - حفصي بونبعو ياسين، إمكانيات ومعوقات القطاع السياحي في الجزائر وآليات ترقيته لتنمية
الاقتصاد الوطني، دراسة تحليلية للفترة (2008 - 2016)، معهد العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية
وعلوم التسيير، المركز الجامعي تيبازة، الجزائر، على الموقع:
<file:///C:/Users/MSI/Documents/Downloads>، بتاريخ: 2019 / 04 / 12،
على الساعة: 16:29 .
- 11 - دحمان داودي، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والثقافية، العلوم السياسية والعلاقات الدولية
وعلوم الإعلام، الحوار، على الموقع: <http://elhiwardz.com/entertainment/50352>
، بتاريخ 20 / 05 / 2016، على الساعة 17:08 .
- 12 - رزان صلاح، السياحة والآثار، لفيف، بتاريخ 26 أكتوبر 2018، على الساعة 14:45، على
الموقع: <https://mawdoo3.com> _السياحة والآثار .
- 13 - سفاري الدول العربية الإسلامية، سفاري الجزائر، محمية القالة العالمية، على الموقع:
<https://www.sfari.com/forums/sfari84/travel100300/>، بتاريخ: 2019 / 04 / 11،
على الساعة: 20:07 .

قائمة المصادر والمراجع

- 14 - فادي عبود، نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة، مسؤولية وتنافسية، الجمهورية اللبنانية، وزارة السياحة، لبنان - بيروت، برنامج عمل 2010 - 2014، على الموقع: <http://www.databank.com.lb/docs/Ministry>
- 15 - لعلمي فاطمة، دولي سعاد، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، إسنادا مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، جامعة بشار، على الموقع: <http://e-biblio.univ>
- ، mosta.dz/bitstream/handle/123456789/7650/f4.pdf?sequence=1&isAllowed=y ، بتاريخ 27 / 03 / 2019، على الساعة 12:17، ص 16.
- 16 - ماهر السيسي، مبادئ السياحة، على الموقع: <https://books.google.dz/books?id=NDRDAAAQBAJ&pg=PA139&lpg=PA139> ، تاريخ الإطلاع 23 / 02 / 2019، على الساعة 16:01.
- 17 - محمد عرب الموسوي، مقال حول: السياحة ومقوماتها، مركز النور، بتاريخ 30 / 06 / 2010، على الموقع: <http://www.alnoor.se/article.asp?id=82409> .
- 18 - محمية " بلزمة " الجزائرية تنعم بتنوع حيوي يجعلها قبيلة سياحية، البوابة الغربية لحضيرة بلزمة، صحيفة الإتحاد، على الموقع:
- <https://www.alittihad.ae/article/36096/2011> ، بتاريخ: 16 / 04 / 2011، على الساعة: 08:23 .
- 19 - موفق البقاعي، النقل السياحي والنشاطات التسويقية، الموسوعة الجغرافية، على الموقع: <http://www.arabgeographers.net/vb/threads/arab5856> ، بتاريخ 02 / 09 / 2008، على الساعة 04:44.
- 20 - موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم، نقلا عن الموقع:
- <http://achourziane.yoo7.com/t355-topic> ، تاريخ الإطلاع 25 / 02 / 2019، على الساعة 20:08 .
- 21 - وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تعرف على الجزائر، على الموقع:

<https://www.mta.gov.dz> ، بتاريخ 11 / 04 / 2019 ، على الساعة: 18:50.

22 - وكيبيديا، الموسوعة الحرة، الإتصالات في الجزائر، على الموقع:

<https://ar.wikipedia.org/wiki>، بتاريخ: 13 / 04 / 2019 ، على الساعة: 19:18.

23 — وكيبيديا، الموسوعة الحرة، حظيرة جرجرة، على الموقع :

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D9%82%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B7%D9%86%D9%8A%D8%A9_%D8%AC%D8%B1%D8%AC%D8%B1%D8%A9

[8%B1%D8%A9](#) ، بتاريخ 26 / 04 / 2019 ، على الساعة : 20:27.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Belcacek Kadar, rôle socio _ économique du tourisme en Algérie, édition EWAP / EWAL / OPU , Alger ,1988.
2. Sellama Sara, le développement touristique et les préoccupations environnementales: Cas des lieux d'hébergement et des transporteurs écologiques français, Spécialité: Management des organisations, Faculté des Sciences Economiques et Sciences de Gestion , Université Badji Mokhtar, Annaba.