الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي نور بشير- البيّض-

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم اقتصادية

الرؤية التنموية للسياحة في الجزائر في ظل الاستراتيجية الجديدة وآفاقها المستقبلية

مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

إعداد:

- بوسماحة مليكة
- لكحل خديجة

إشراف الأستاذ:

صكوشي حاسين

- **أعضاء لجنة المناقشة**

السيد (ة)	المؤسسة الجامعية	الصفة
د. فار عبد القادر	المركز الجامعي نور بشير –البيض–	رئيسا
د. صكوشي حاسين	المركز الجامعي نور بشير –البيض–	مشرفا ومقررا
د. موسي آسية	المركز الجامعي نور بشير –البيض–	ممتحنا

الموسم الجامعي: 2022-2023م

شكر وتقدير

الشكر لله أولا وآخرا، ابتداء وانتهاء

شكرا وحمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه

نشكره وقد أنار لنا درب العلم والمعرفة ووفقنا في انجاز هذا البحث

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الفاضل "صكوشي حاسين"

على إشرافه على هذا العمل

نشكر أعضاء المناقشة على قبولهم مناقشة مذكرتنا

نشكر كل من ساهم في هذا العمل المتواضع

من قريب أو من بعيد

الإهــداء

أهدي ثمرة جهدي

إلى الرجل الطاهر الكريم الذي صنع طفولتي بيديه الكريمتين بعد الله سبحانه وتعالى .... إلى من لم تمنحه الحياة عمرا طويلا، إلى روح لطالما أردتها بجانبي في هذه اللحظة، إلى ابي الذي كان حلمه هو دراستي لكن شاءت الأقدار أن نفارقه رحمك الله يا قطعة من قلبي

إلى أعز وأغلى انسانة في حياتي، التي أنارت دربي بنصائحها وكانت سببا في مواصلة دراستي إلى الغالية أمي حفظها الله ورعاها.

إلى كل إخواني وكل العائلة الكريمة وزملاء الدراسة متمنية لهم التوفيق إلى كل صديقاتي من أيام الطفولة إلى جدتي رحمها الله.

إلى كل الأشخاص الذين أحمل لهم المحبة والتقدير

إلى البراعم الصغار: إيمان –رحاب مريم – مروة– دلال– أسماء– ندى– عبد الحق – أسامة.

واخيرا إلى كل من ساعدني وكان له دور من قريب أو بعيد في إتمام هذه الدراسة إلى أستاذي الكريم صكوشي حاسين سائلة المولى أن يجزي الجميع خير الجزاء في الدنيا والآخرة.

خديجـــــــة

الإهــداء

إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى "وبالوالدين إحسانا"

إلى أمي نورة فرحة عمري وأبي الغالي الشيخ حفظهما الله.

إلى سندي في الحياة إخوتي محمد، عبد الباسط ومصطفى

إلى أحلى أخوات خديجة، فاطمة، سارة ، زهرة، خديجة، ربيعة

إلى هدية العمر يوسف حفظه الله ورعاه

إلى أحبائي وسام – بن عامر – مهدي– ريان– رميساء – أمجد ياسين– جوري

آلاء

إلى كل عائلتي بوسماحة وبلباء

إلى أستاذي الفاضل الدكتور صكوشي حاسين

مليكـــــــــة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
مـــقدمـــة عـــامـــة	أ
الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة	
تمهيد	2
المبحث الأول: ماهية السياحة	3
المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة	3
المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح	7
المطلب الثالث: السياحة أنواعها ودوافعها	12
المبحث الثاني: أسس السياحة	19
المطلب الأول: السوق السياحي	19
المطلب الثاني: العرض السياحي	21
المطلب الثالث: الطلب السياحي	29
المبحث الثالث: أهمية السياحة في الاقتصاد	35
المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للسياحة	35
المطلب الثاني: الأهمية الاجتماعية للسياحة	43
المطلب الثالث: الأهمية السياسية للسياحة	44
خلاصة الفصل	46

الفصل الثاني: التنمية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	
تمهيد	**48**
المبحث الأول: مفاهيم حول التنمية السياحية	**49**
المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية	**49**
المطلب الثاني: أشكال وأهداف التنمية السياحية	**50**
المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومعوقاتها	**53**
المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	**59**
المطلب الأول: نظرة عامة حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	**59**
المطلب الثاني: أجندة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030	**62**
المطلب الثالث: الأقطاب السياحية للامتياز	**67**
المبحث الثالث: معوقات وفرص التنمية السياحية في الجزائر	**86**
المطلب الأول: معوقات التنمية في الجزائر	**86**
المطلب الثاني: فرص التنمية السياحية في الجزائر	**89**
خلاصة الفصل	**91**
الفصل الثالث: دراسة تقييمية لمساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني في ظل الاستراتيجية السياحية	
تمهيد	**93**

المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر	94
المطلب الأول: الإمكانيات السياحية الطبيعية	94
المطلب الثاني: الموارد الثقافية والتاريخية والدينية	96
المطلب الثالث: إمكانية الاستغلال	98
المبحث الثاني: الطلب السياحي ونموه في الجزائر	110
المطلب الأول: تطور التدفق السياحي الدولي إلى الجزائر	110
المطلب الثاني: السياحة العكسية	117
المبحث الثالث: آثار السياحة على الاقتصاد الوطني	123
المطلب الأول: الآثار الاقتصادية	123
المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة في الجزائر	130
خلاصة الفصل	135
خاتمة	137
قائمة المراجع	141

قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	تصنيف المسافرين	11
2	دوافع السياحة	18
3	مراحل دورة حياة المنتج السياحي	28
4	أنواع الطلب السياحي	30
5	أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030	62
6	الجهاز الإداري المكلف بتنمية السياحة بالجزائر	67
7	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2022).	113
8	خروج السياح الجزائريين إلى الخارج خلال الفترة (2000-2022).	120
9	الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016.	122
10	تطور الإيرادات السياحية المحققة في الجزائر في الفترة (2000-2020)	125
11	تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي في الجزائر للفترة (2000-2020)	127
12	تطور ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2000-2020).	129
13	تطور عدد المستخدمين في الجزائر للفترة (2000-2019)	134

قائمة الجداول

قـائـمة الجـداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	مقومات العرض السياحي	22
02	تدفقات المداخيل السياحية في الاقتصاد الوطني قاعدة أثر المضاعف	36
03	نموذج عن الحساب الخارجي للسياحة	37
04	يبين عدد الفنادق وطاقات الاستيعاب القطب السياحي شمال –وسط	73
05	توزيع وكالات السياحة والأسفار حسب كل ولاية للقطب السياحي شمال – وسط	74
06	توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030)	84
07	توزيع عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب فئة المؤسسة للفترة (2000-2022).	101
08	توزيع الطاقة الفندقية حسب تصنيف الفنادق والمؤسسات المماثلة لها من خلال الفترة الممتدة ما بين 2000-2022	103
09	توزيع عدد الأسرة حسب نوع المنتج السياحي في الجزائر للفترة 2000-2022.	105
10	توزيع الطاقة الفندقية في الجزائر حسب الملكية القانونية للفترة (2000-2022).	107
11	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2022).	111

12	تطور نصيب الجزائر من التدفق السياحي الدولي خلال الفترة (2000-2022)	114
13	حركة السياح حسب الغرض خلال الفترة (2010-2016).	116
14	خروج السياح الجزائريين إلى الخارج خلال الفترة (2000-2022)	118
15	الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016	120
16	تطور حجم الإيرادات في الجزائر خلال الفترة (2000-2022).	123
17	يمثل تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي في الجزائر للفترة (2000-2020).	126
18	تطور ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2000-2020).	128
19	نصيب الفرد من الإيرادات السياحية المحققة بالجزائر خلال الفترة (2000-2014)	130
20	تطور عدد المستخدمين في الجزائر للفترة (2000-2019)	132

الملخص:

تعتبر السياحة صناعة قائمة بذاتها حيث تلعب دورا هاما في التنمية حيث يرتكز عليها القطاع الاقتصادي للعديد من دول العالم، نظرا لآثارها الإيجابية على مختلف القطاعات الأخرى .

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الاستراتيجية الجديدة للسياحة في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030، والتي حاولت من خلالها الجزائر تطوير قطاع السياحة ليكون مصدر دخل اقتصادي، وقد حققت نتائج ولكنها ضعيفة نوعا ما مقارنة بالإمكانيات الهائلة التي تزخر بها الجزائر وكذلك مقارنة بالدول المجاورة، لذا وجب على السلطات المعنية إعادة النظر في المشاكل التي تواجه القطاع ومحاولة النهوض به وتبني سياسات سياحية جديدة التي من شأنها أن تجعل الجزائر بلد سياحي بمعايير عالمية.

الكلمات المفتاحية: سياحة – مخطط توجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030– قطاع سياحي.

Summary

Tourism is considered a self-contained industry, as it plays an important role in development, as the economic sector of many countries of the world depends on it, due to its positive effects on various other sectors.

This study aims to evaluate the new strategy for tourism in Algeria in light of the SDAT2030 tourism development master plan, through which Algeria tried to develop the tourism sector to be a source of economic income, and it has achieved results, but it is somewhat weak compared to the enormous potential that Algeria abounds in, as well as compared to neighboring countries.

Therefore, the concerned authorities must reconsider the problems facing the sector, try and try to advance it, and adopt new tourism policies that would make Algeria a tourist country with international standards.

Keywords: tourism - SDAT2030 tourism development master plan - tourism sector.

Résumé

Le tourisme est considéré comme une industrie autonome, car il joue un rôle important dans le développement, car le secteur économique de nombreux pays du monde en dépend, en raison de ses effets positifs sur divers autres secteurs.

Cette étude vise à évaluer la nouvelle stratégie du tourisme en Algérie à la lumière du schéma directeur de développement touristique SDAT2030, à travers lequel l'Algérie a essayé de développer le secteur du tourisme pour qu'il soit une source de revenus économiques, et il a obtenu des résultats, mais il est quelque peu faible par rapport à l'énorme potentiel dont regorge l'Algérie, ainsi que par rapport aux pays voisins .

Par conséquent, les autorités concernées doivent reconsidérer les problèmes auxquels est confronté le secteur, essayer de le faire progresser et adopter de nouvelles politiques touristiques qui feraient de l'Algérie un pays touristique d'envergure internationale normes.

Mots clés : tourisme - schéma directeur d'aménagement touristique SDAT2030 - filière touristique.

مقدمـــة

عامـــــــــة

مقدمة:

إن السياحة ظاهرة بشرية ظهرت منذ القدم تطورت وازدادت مع تطور الحاجات الإنسانية وتعدد رغباته في التنقل والسفر من مكان إلى آخر لأسباب اقتصادية واجتماعية، حتى تحولت إلى حركة اجتماعية تنتمي لملايين الأفراد، على عكس ما اعتدت عليه، وتعد السياحة مجالا معقدا للدراسة، لأن دراستها تشمل تخصصات متنوعة تساعد بشكل مباشر أو غير مباشر في فهم السياحة.

وتعتبر صناعة السياحة من أهم الصناعات العالمية في الألفية الثالثة، حيث تؤثر على اقتصاديات الدول المصدرة للسياح والمستقبلة لهم وتساهم في التخفيف من حدة البطالة التي تؤرق حكومات الدول بخلقها لفرص عمل كثيرة باعتبارها صناعة كثيفة عنصر العمل كما تساهم أيضا في تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى.

تعد صناعة السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد للعديد من الدول العربية وتشكل أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، كما تمثل أهم الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات ومن الأنشطة المهمة التي تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي، وبالرغم من أن الجزائر تمتلك مقومات سياحية كبيرة يمكن أن تؤهلها لأن تكون من أكثر مناطق العالم جذبا للسياح إلا أن حصتها من السياحة العالمية دائما لا ترتقي للمستوى المطلوب، بحيث تسعى الدول دائما لاستخدام السياسات التنموية للقطاع السياحي وتعطيه أهمية بالغة لأنه أصبح يحتل أولوية في الحكومات للاستحواذ على حصص سوقية وتحقيق أكبر المكاسب من عائدات السياحة.

والجزائر كغيرها من الدول التي حاولت النهوض بقطاعها السياحي بعد استرجاع استقلالها انطلاقا من ميثاق السياحة لسنة 1966 وكذا المخططات التنموية طيلة فترة السبعينات والثمانينات، وذلك بإنشاء الهياكل القاعدية التي تقوم عليها السياحة، بغية تطوير المنتج السياحي لديها إلا رغم العديد من المحاولات تبقى هذه الانجازات محدودة مقارنة

ببقية الدول سواء دول العالم عامة والشقيقة خاصة بحيث تعتبر الاستثمارات التي خصصت لهذا القطاع ضعيفة جدا مع مؤهلات وكبر مساحة الجزائر، وإذا كانت السياحة الداخلية في بلدنا لم تحظى بالاهتمام الكبير بسبب تهاون السلطات العمومية على هذا القطاع والأمر نفسه مع السياحة الخارجية التي لم تحظى بالعناية هي الأخرى.

ولمعالجة القطاع السياحي ومواجهة المشاكل الأساسية التي تواجهه تطمح الجزائر بالدخول إلى السوق السياحية الدولية وتحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى، وذلك من خلال تطبيق استراتيجية حكيمة وطموحة وفعالة يمكنها تحقيق نتائج ايجابية وتمثلت هذه الاستراتيجية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) والجزائر تعلق عليها أمالا كبيرة لأنها أول استراتيجية شملت جميع الجوانب السياحية سواءا على المدى القريب أو المتوسط أو البعيد.

1-الإشكالية الرئيسية:

تتناول هذه الإشكالية محاولة فهم قطاع السياحة وكيفية النهوض به من أجل تحقيق تنمية شاملة، ومن أجل التعرف أكثر على هذا القطاع نطرح السؤال التالي: "في ظل الوضعية التي يمر بها القطاع السياحي في الجزائر، **ما هو واقع التنمية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؟**

2-الأسئلة الفرعية: تتفرع هذه الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

1- ماهية السياحة؟ وما هو تأثيرها على النشاط الاقتصادي؟

2- ماهي التنمية السياحية؟ وما هي آليات النهوض بالسياحة في الجزائر؟

3- هل لعب القطاع السياحي دورا هاما في الاقتصاد الجزائري؟

3-فرضيات الدراسة: وكإجابة على التساؤلات المطروحة يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- تعد السياحة صناعة قائمة بذاتها وهي إحدى ظواهر العصر ولها تأثير على النشاط الاقتصادي اجتماعيا واقتصاديا.

– التنمية السياحية هي التوسع والارتقاء بالقطاع السياحي، ولقد اعتمدت الجزائر استراتيجية جديدة لتنمية القطاع السياحي تمثلت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030.

– لم يلعب القطاع السياحي الدور المنوط منه في النشاط الاقتصادي لعدم الاهتمام الكافي من السلطات المعنية بالقطاع.

4– أهمية الدراسة:

– تكمن أهمية الموضوع في التعرف على أسس السياحة ومقوماتها وكذا التنمية السياحية والإجراءات التي اعتمدت عليها للنهوض بالقطاع وتطويره.

– كما تظهر أهمية الموضوع في تشجيع قطاع السياحة من أجل المساهمة في بناء اقتصاد وطني ونمو الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى الأجندة المتبعة من خلال وضع الاستراتيجية الجديدة والتي سميت بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030).

5–مبررات اختيار الموضوع: توجد جملة من الدوافع أهمها:

–الرغبة الشخصية في اختيار الموضوع.

– حاجة الجزائر إلى تطوير قطاع السياحة للنهوض بالاقتصاد الوطني.

–أهمية السياحة في الاقتصاد بحيث يمكن أن تكون بديلا لقطاع المحروقات.

–معالجة معوقات التنمية السياحية في الجزائر.

6– أهداف الدراسة: نهدف من خلال دراستنا إلى:

– التعريف بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة.

– مناقشة وتحليل البحوث والدراسات العلمية من أجل تطوير القطاع السياحي.

– دراسة السوق السياحية الجزائرية، ومحاولة إيجاد توافق بين الطلب السياحي والعرض السياحي وتشجيع السياحة الداخلية.

– تشجيع القطاع السياحي والوقوف عليه باستخدام الإستراتيجية الجديدة المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030)

– دراسة وتحليل مختلف الإمكانيات والمقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر واستغلالها بشكل جيد للمساهمة في التنمية الاقتصادية.

– إظهار مفاهيم حول التنمية السياحية وتحديد معوقاتها ومحاولة إيجاد حلول لها.

7– حدود الدراسة: وتتمثل هذه الحدود في الإطار الزماني والمكاني للدراسة فيما يلي:

أ–الحدود الزمانية: تتمثل في دراسة تقييمية للقطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من 2000 إلى 2022 على حسب الإحصائيات المتوفرة، بالإضافة إلى تقييم الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) والتي رأت الدولة أنها وسيلة لتطوير وتشجيع القطاع السياحي والنهوض به.

ب– الحدود المكانية: تناولت المفاهيم السياحية ككل في الجزائر لأن القطاع السياحي كان دائما في مستوى متأخر ومتدني لهذا أسقطنا الدراسة على الجزائر.

8– منهج الدراسة: لمعالجة هذا الموضوع استعملنا المنهج الوصفي لوصف ظاهرة السياحة وكل ما يتعلق بها بالإضافة إلى استخدام المنهج التحليلي لدراسة وتحليل جميع البيانات المتوفرة لهذه الظاهرة بالاستعانة بالإحصائيات المتوفرة لفترة الدراسة، كما قمنا بتحليل مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من كل الجوانب الاقتصادية (الناتج المحلي الإنتاجي، ميزان المدفوعات...).

9– الدراسات السابقة: يوجد عدة دراسات سابقة تناولت موضوع السياحة حسب أراء الباحثين، ومن هذا نتطرق لأهم الدراسات منها:

أ. **بعوط لزهر: (2017–2018)**، بعنوان: الترويج للمقومات السياحية ودوره في تحقيق التنمية المحلية حالة ولاية قالمة، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، هدفت الدراسة إلى إبراز أهم المقومات التي تزخر بها الجزائر ومناقشة أهم المعوقات التي تقف أمام التنمية المحلية وشخصت واقع المقومات السياحية في تحقيق التنمية المحلية لولاية قالمة وتوصلت الدراسة إلى هناك علاقة وطيدة بين التنمية والسياحة وبالتالي هي علاقة تأثير وتأثر بينهما، فالتنمية من

مؤشرات ازدهار السياحة واختلفت دراستنا عن الدراسة السابقة من حيث تركيزها على المؤهلات الطبيعية والتاريخية للمنطقة وإيجاد آفاق لتطوير النشاط السياحي في الجزائر إلا أن دراستنا كانت عبارة عن دراسة تقييمية للرؤية التنموية للسياسية السياحية الجديدة المعتمدة من طرف السلطات المعنية والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030.

ب. **دراسة حنان كسيس، شهيناز ربرب:** (2020-2021)، بعنوان مساهمة القطاع السياحي في النمو الاقتصادي لدراسة مقارنة بين الجزائر وتونس، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، هدفت الدراسة إلى تبيان أن القطاع السياحي يساهم بنسبة معتبرة في النمو الاقتصادي في الجزائر وتونس ومناقشة مختلف النظريات التي لها علاقة بالنمو الاقتصادي والسياحة وتوصلت الدراسة إلى أن الاستراتيجيات التي تضعها الدول من أجل التنمية السياحية ليس كفيل وحده لتحقيق الأهداف المرجوة، فلا بد من تفعيل هذه الاستراتيجيات ومن حيث هذه الدراسة ظهر أن للقطاع السياحي في الجزائر أثار اقتصادية تتعلق بتوفير فرص التنقل وتحسين ميزان المدفوعات ولو بنسب قليلة واختلفت دراستنا عن الدراسة السابقة من خلال تقييمنا لواقع السياحة في الجزائر في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030.

10- هيكل الدراسة: قسمت هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول تناولنا فيها:

الفصل الأول: كان هذا الفصل بعنوان الإطار النظري للسياحة وتطرقنا فيه إلى عدة جوانب أولها التطور التاريخي للسياحة وكذا المفاهيم المتعلقة بها، بالإضافة إلى أنواعها ودوافعها، وتناول الفصل الأول أيضا دراسة للسوق السياحي في الجزائر بشكل خاص بتحليل العوامل المأثرة بالعرض السياحي وتصنيفاته، وكذا الطلب السياحي وإجراءاته، وتطرقنا لأهمية السياحة في الاقتصاد منها الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

أما الفصل الثاني: فكان تحت عنوان التنمية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تناولنا في هذا الفصل المفاهيم الأساسية للتنمية السياحية بتحديد أشكالها وأهدافها وأهم المعوقات التي تؤثر عليها بالإضافة إلى دراسة هذه الإستراتيجية الجديدة المتمثلة في المخطط التوجيهي بصفة عامة ومراحل تنفيذه والتعريف بالأقطاب السياحية والقوى الحقيقية لكل قطب سياحي، وقمنا بتحليل جميع فرص ومعوقات التنمية السياحية ومحاولة إيجاد حلول لها.

وفي الأخير الفصل الثالث: كان هذا الفصل عبارة عن دراسة تقييمية لمساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني في ظل الإستراتيجية السياحية، ولقد عرضنا جميع المقومات والإمكانيات التي تزخر بها الجزائر وعلاقتها بالعرض السياحي والطلب السياحي وبينا في هذا الفصل تطور عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب فئة المؤسسة وطاقتها الاستيعابية بالإضافة إلى تطور ونمو الطلب السياحي في الجزائر من خلال تطور نصيب الجزائر من التدفق السياحي الدولي ومعرفة حركة السياح الجزائريين إلى الخارج مال يسمى بالسياحة العكسية وفي الأخير تطرقنا إلى جميع الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في الجزائر.

وفي الأخير تطرقنا في الخاتمة لأهم النتائج المتوصل إليها، واقترحنا جملة من التوصيات المتعلقة بالدراسة.

الفصـــــل الأول

الإطار النظري للسياحة

تمهيد

تعتبر السياحة نشاط اقتصادي بالغ الأهمية وتعتبر من ضمن الحاجات النفسية للإنسان، والتي أساسها الحاجة إلى الراحة والاستجمام بحيث تعتبر السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية وجسر تواصل بين الشعوب والحضارات، وتعتبر السياحة من الصناعات التي تدر دخلا كبيرا ولقد تطورت ظاهرة السياحة تطورا سريعا خلال القرن العشرين، نظرا لاستفادتها من التطورات العديدة التي مست جميع الجوانب الخدماتية كالنقل الجوي وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبهذا احتلت السياحة مكانة عالمية هامة لدى الحكومات والدول وبادرت الدول بالنهوض بقطاعاتها السياحية.

وانتقل مفهوم السياحة من مجرد إشباع رغبات الأفراد المؤقتة بالتمتع إلى صناعة توسعية للعمل على خلق طلب مستمر لجميع خدماتها وأصبحت في عصرنا الحالي غذاء الروح والترفيه عن النفس يتمتع بها كل إنسان.

وتناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: أسس السياحة

المبحث الثالث: أهمية السياحة في الاقتصاد.

المبحث الأول: ماهية السياحة

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها كالبحث عن المسكن أو الطعام أو الشرب أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي، وفي الوقت الحاضر أصبحت صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم لها أبعادها وأهدافها.

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة

لا يمكن دراسة أي علم أو صناعة أو ظاهرة بدون اخذ فكرة عامة عن تاريخ هذا العلم أو الصناعة.

لقد عرفت ظاهرة السياحة منذ القدم إلا أن حركة الانتقال في فجر التاريخ كانت بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها، ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في العصر الحديث صناعة لها أسس وقواعد واهتمت بها الدول وسعت إلى تفهم أسرارها واستقراء أثارها والعمل على تنميتها، ولقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة، وهي[1]:

1- مرحلة العصور القديمة: إنه من الصعب الإلمام بتاريخ السياحة في كافة العصور القديمة ولكننا سنحاول قدر المستطاع بتوضيح بعض الحقائق والأمور بصورة مختصرة، إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعيا إلى الظروف المعيشية ومن أجل حياة أفضل، فلم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر للإنسان احتياجاته الضرورية فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه ولم تكن هناك قوانين وأعراف تحد أو تحكم تصرفاته أو التزاماته سوى قوانين الطبيعة نفسها، طبعا لم تكن هناك وسائل نقل سريعة ومنظمة تستطيع أن توفر له التنقل المريح والمأمون وكانت وسيلة

[1]- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص13.

الحصول على الخدمات هي عن طريق المقايضة أو المبادلة أو أن الإنسان كان يحصل على خدماته بنفسه، ولم يكن عنصر الوقت ذو أهمية كبيرة للإنسان ولم تكن هناك طرق مأمونة معبدة، وثمة رحلات كان يقوم بها أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام واليمن كما ورد ذكرها في القرآن الكريم ﴿لإيلاف قريش إيلافهم رحلة الشتاء والصيف ﴾ والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات مثل رحلة سيدنا موسى وقصة خروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له[1].

وقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط وتعرف اليوم باسم "مرسيليا" حيث كانت تجارتهم بالتعامل مع الشعوب المتجاورة أما الفينيقيون وهموا شعب من التجار كانوا يرحلون في كل الاتجاهات.

بحيث عرف اليونانيون المزايا العلاجية لبعض عيون المياه المعدنية والكبريتية التي كانوا يقصدونها لأغراض العلاج، بحيث كانوا يقومون برحلات من أجل الصحة إلى المدن التي تقع بها المياه المعدنية وكذلك للهو والتسلية وهو ما نطلق عليه اليوم السياحة العلاجية أو السياحة الصحية.

2- مرحلة العصور الوسطى: تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية، وسادت هذه المرحلة من القرن الثامن والقرن الرابع عشر بحيث كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات، دراسة، وقد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة، فمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدما، بحيث اشتهرت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراءا فكانت تجارة العالم تجري إليها وكانت فيها التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة واعتبرت مركز للثقافة والحضارة حيث جذبت جميع العلماء والمثقفين من كل أنحاء العالم وبعد ذلك بدأت حركة ازدهار العلوم والفنون والآثار، وقد ترك الرحالة العرب وثائق سياحية فذة ومن أهمهم ابن بطوطة الذي وضع كتاب (تحفة الأنظار

[1]- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص ص: 14-16.

في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار) ومن ضمن رحلاته إلى آسيا وإفريقيا وكذلك أبو عبيدة البكري الذي قام بوضع كتاب (المسالك والممالك) عن غرب إفريقيا وليومنا هذا لا تزال تصلح هذه الكتب للإرشاد السياحي في تلك المناطق[1].

أما بالنسبة للأوروبيين فيمكن أن نذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي شارلمان إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 789هـ، قام بعدة ذلك الايطالي المشهور ماركو بولر برحلته إلى الصين بداية من فلسطين ثم أرمينيا ثم اتخذ بطريق أرض الجزيرة إلى الخليج العربي ثم اتجه إلى بكين.

وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة جديدة تسمى طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة وللتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى.

3- المرحلة الثالثة: مرحلة العصور الحديثة تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر الميلاديين، التي حدثت فيها تغييرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسعار، فقد شهدت هذه المرحلة اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف استراليا العام 1605م ونيوزلندا للعام 1769م، وقد عرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوروبية إلى إفريقيا وتطور الآلة ووسائل المواصلات والاتصالات، وظهور بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية وشملت هذه المرحلة كذلك الثورة الصناعية سيما في أوربا، وبالتالي عرف العالم أول تنظيم لرحلة سياحية من خلال Thomas cook العام 1841، في بريطانيا، حيث قام بنقل مجموعة من الأشخاص من

[1]- ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص17.

الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد، كما قام أيضا بنشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة والاحتياجات الضرورية خلال الترحال[1].

في نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين عرف رجال الاقتصاد والصناعة قيمة الرحلات والسفرات على المستوى الدولي وأثر هذه الرحلات على اقتصاديات الدول وفي تلك الفترة قامت دول عديدة بجذب السواح إليها، بحيث توقفت قبل الحرب العالمية الثاني حركة السياح العالمية وهذا لأن العديد من الدول مرت بمصائب شديدة نظرا للأزمة الاقتصادية.[2]

4- المرحلة المعاصرة: لقد تبلور مفهوم السياحة وتطور في هذه المرحلة كما تنوعت أهدافها وتزايد عدد السياح بشكل كبير، وامتازت حركة السفر بمختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية بكثافة كبيرة، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية وبداية الانتعاش الاقتصادي والاجتماعي، ويعتبر القرن العشرون بمثابة العصر الذهبي لصناعة السياحة، ويرجع الانفجار في المجال السياحي إلى ما يلي[3]:

- النمو الاقتصادي السريع وارتفاع القدرة الشرائية لدى الأفراد وارتفاع مستوى دخولهم؛
- استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية بانتهاء الحرب؛
- تطور المؤسسات والتجهيزات السياحية وتنوعها حيث أنشأت فنادق من مختلف الدرجات تناسب مختلف الأذواق والمداخيل، بالإضافة إلى تنوع وانتشار المطاعم وآلات السفر وغيرها؛

---

[1]- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر، الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية تخصص النقود والمالية، 2013، ص6.

[2]- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص19.

[3]- صكوشي حاسين، السياحة كرهان بديل لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، الجزائر، تخصص اقتصاديات مالية وبنوك، 2020-2021، ص ص: 6-7.

– الانفجار السكاني لا سيما النمو الكبير في عدد السكان المدن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة لديهم في الاطلاع والتعليم نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف شرائحهم؛

– ظهور منظمات دولية عديدة تهتم بتنمية السياحة كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم؛

– وبالتالي ينعكس كل هذا بالإيجاب على تطور الحركة السياحية في العالم بشكل عام وفي أوربا بشكل خاص، بحيث أصبحت السياحة ظاهرة إنسانية عالمية متعددة الأبعاد تشكل كل الطبقات وتعتبر السياحة أيضا نشاطا دوليا بعد الحرب العالمية الثانية ولهذا أصبحت منبع اقتصادي واستثماري في نفس الوقت.

المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح

ومن هذا نتطرق للمفاهيم الأساسية للسياحة والسائح.

1- تعريف السياحة: السياحة مفهوم حديث، لم يتبلور بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث وبعد أن أصبحت حركة السفر إحدى ظواهر العصر الاقتصادية والاجتماعية.

لفظ السياحة لغة: يعني التجوال، وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض وجاء من موضع آخر أن لفظة السياحة في اللغة العربية يعني الضرب في الأرض ومنها يسيح الماء، وسيحان الماء يعني جريانه، وقد ورد في القرآن الكريم لفظ ساح وبعض مشتقاتها في أكثر من موضع، ففي سورة التوبة في الآية الثانية ورد قوله تعالى: ﴿فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين﴾ كلمة فسيحوا معناها سيروا في الأرض أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد.

وفي نفس السورة في الآية (112) ورد قوله تعالى: ﴿التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله﴾.

– والسائحون تعني الصائمون استنادا لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: سياحة أمتي الصوم، ويقول المفسرون هم المسافرون للجهاد أو لطلب العلم.

– وفي سورة التحريم في الآية الخامسة، ورد قوله تعالى: ﴿عسى ربه إن طلقكن أن يبدله أزواجا خيرا منكن مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات﴾.

– والسائحات تعني الصائمات، وسمي الصائم سائحا لأنه يسيح في النهار بلا زاد، وقال بعض المفسرون أن معناها المهاجرات يضاف إلى ذلك أن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيلا، وهذا ما يدخل اليوم في باب السياحة الدينية وهكذا نرى أن اللفظات القريبة من لفظة السياحة عند العرب لم يكن يقصد بها السفر بهذه المتعة والترويج عن النفس ومن ذلك نستنتج أن لفظة السياحة بمعناها الحالي دخلت إلى اللغة العربية مؤخرا مقتبسة من اللغات الأخرى[1].

– أما في اللغة الانجليزية نجد أن Tour يعني يجول أو يدور أما كلمة Tourism أي السياحة معناها الانتقال والدوران.

وبهذا جرت عدة محاولات من قبل الباحثين لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة وكل باحث ركز على جانب معين أو على ظاهرة معينة من ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

– وقد عرفها العالم الالماني جوير فولر E-Guyer Freuller الألماني السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل.

– نلاحظ من هذا التعريف أنه اهتم فقط بالجوانب الإنسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي.

[1]- وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعها، وتحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة حمام ربي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، 2010–2011، ص ص: 6–7.

– بالنسبة للتعريف الذي أقامه العالم النمساوي هيرمان فون شوليرون Herman von sholleron فقد عرف السياحة في عام 1910 "الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة وركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي للسياحة وأهمل الجانب النفسي والثقافي[1].

– وتعتبر السياحة مجموعة من العلاقات المسلية والرياضية الناتجة عن الاتصال بين الأشخاص الذين يزورون مكان ما، وسكانه لأسباب غير الأسباب المتعلقة بالمهن.

ومن التعاريف السابقة نستخلص التعريف الشامل كالآتي:

– "السياح عبارة عن انتقال الناس بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم وأعمالهم ونشاطاتهم اليومية يعني من مكان إلى مكان سواء داخليا (سياحة داخلية) أو خارجيا (سياحة خارجية) لأسباب اجتماعية، ثقافية وترفيهية.

– كما عرفت المنظمة العالمية السياحة مع أنها " السياحة ينبغي أن تتضمن أربعة نقاط أساسية وهي[2]:

– تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع آخر خارج مجتمعهم المحلي.

– إن الجهات القصد السياحية توفر نطاق من النشاطات والخبرات والتسهيلات والخدمات.

– إن الحاجة والدوافع المختلفة للسائح تتطلبا إتباعا، وأن هذه الحاجات والدوافع بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا.

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

[1]– ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص22.

[2]– عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 10.

2- تعريف السائح:[1] السائح يشمل السواح الذين يمكثون مدة أكثر من 24 ساعة في الدول محل السياحة ويشمل هؤلاء ركاب الرحلات البحرية.

وعرف المجلس الاقتصادي التابع لهيئة الأمم المتحدة السائح أنه: "كل شخص يقيم خارج موطنه المعتمد خلال فترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن عام" ومن

هذا الأساس الشخص المسافر الذي ينطبق عليه تعريف السائح هو[2]:

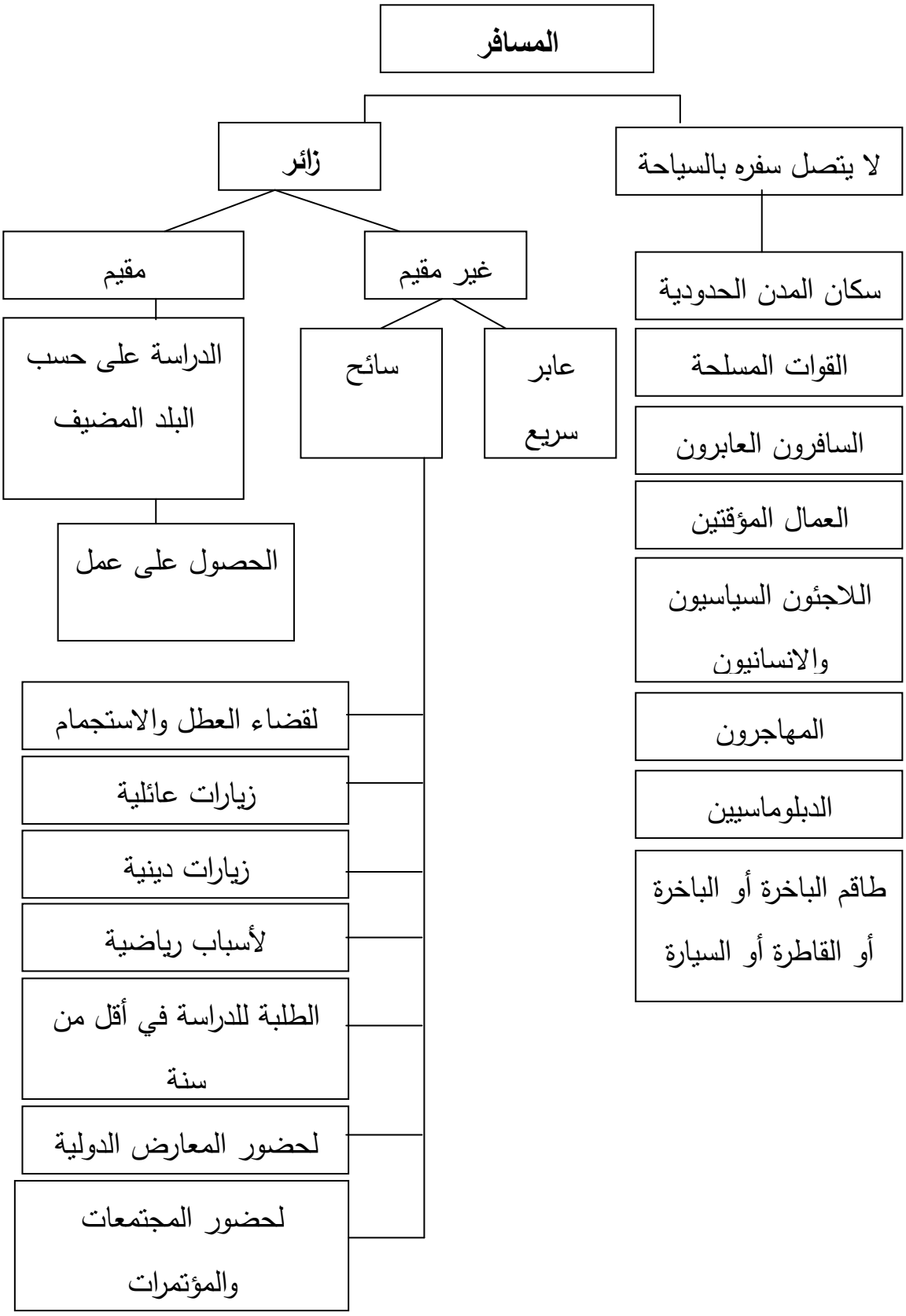
- الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد ما بغرض الحصول على وظيفة أو عمل بها؛
- الأشخاص الدارسون بمختلف الأطوار التعليمية؛
- الأشخاص المقيمون عند الحدود يعملون في أراضي دولة أخرى؛
- أفراد القوات المسلحة الأجنبية؛
- اللاجئون السياسيون أو أصحاب الإقامة الدائمة؛
- أعضاء عقود العمل.

ويمكن أن نستنتج تعريف شامل للسائح على أنه: هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي لسبب غير الأسباب المتاحة له والتي يبحث عنها دائما كالكسب المادي أو الدراسة سواءا داخل البلد أو خارجه ولمدة تزيد عن 24 ساعة أو تقل عن ذلك فهو بهذا يعتبر سائح قاصد للنزهة.

[1]- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص26.

[2]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص10.

الشكل رقم01: تصنيف المسافرين



المصدر: وزاني محمد، مرجع سبق ذكره، ص14 .

المطلب الثالث: السياحة أنواعها ودوافعها

أولا: أنواع السياحة: تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها ولقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة عناصر هي:

1- طبقا لعدد الأشخاص المسافرين: حسب هذا المعيار نجد[1]:

1-1- سياحة فردية: هي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه ورغباته الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها والتي تتوقف على مقدرته المادية.

1-2-سياحة جماعية: وهي عبارة عن سياحة منظمة ويطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل سفر أو رحلة لها برنامج خاص ومحدد وبسعر محدد وتعتمد على تحقيق رغبات المجموعة، إذا تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة.

2- طبقا لنوع وسيلة النقل المستعملة: وحسب هذا المعيار نجد[2]:

-سياحة برية: السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الحافلات العامة والخاصة ...

-سياحة بحرية أو نهرية: السفن والبواخر.

- سياحة جوية الطائرات المختلفة.

3- طبقا لمدة الإقامة:

3-1- سياحة طويلة الأجل: في هذا النوع يختار السائحون مكانا يتوافق مع رغباتهم، ويبقون فيه لمدة تزيد عن شهر، بغية العلاج مثلا أو العيش الهادئ ...الخ.

وغالبا ما يحمل هذا النوع من السياحة صفة الدورية أو التكرار، أي نفس السياح يزورون نفس المكان سنة بعد سنة.

---

[1]- ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة (الأسباب والمبادئ)، مطابع الولاء الحديثة، الإسكندرية، 2002، ص52.

[2]- يسرى دعبس، السياحة، الملتقى المصري للابداع والتنمية، القاهرة، مصر، 2001، ص ص: 113-128.

3-2- سياحة متوسطة الأجل: تمتد فترة هذا النوع من السياحة من يومين وقد تصل إلى أسبوع، يقضيه السائح في مكان ما وفق برنامج مسطر من قبل المحطات السياحية، ويمتاز هذا النوع بديمومته على مدار السنة، نظرا لتعلقه بعطلات نهاية الأسبوع أو مختلف المناسبات.

3-3- سياحة قصيرة الأجل: (العابرة) وهي التي تنتج عن انتقال السياح من بلد لآخر ويتطلب هذا التنقل الوقف عند بعض الدول، والبقاء فيها لمدة تتراوح بين يوم إلى يومين، هنا تقوم الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية قصيرة لزيارة الأماكن الأثرية والحضارية والأماكن المهمة لهؤلاء السياح في البلد محل الضيافة.

4- طبقا للحدود السياسية (المناطق الجغرافية): هناك 3 أنواع[1]:

4-1-سياحة داخلية: ومعناها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه أي انتقال مواطني الدولة نفسها في داخل بلدهم وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة وأسعار متنوعة وتشجيعه لمواطني البلد ويعتبر من أهم أنواع السياحة.

4-2- سياحة إقليمية: هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية، الدول الإفريقية، دول المغرب العربي، دول جنوب شرق آسيا، وتتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة.

4-3-سياحة خارجية (دولية): ومعناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم وتعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة

[1]- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة الحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2003-2004، ص 44.

ويتطلب هذا النوع من السياحة وتطورات البنية التحتية والفوقية كلما زاد عدد السياح الأجانب الذين يزورون البلد ويعتمد هذا النوع من السياحة على:

- توافر الخدمات السياحية؛
- تطور البنية التحتية؛
- تطور الأمن والاستقرار؛
- احترام السياح وتوفر الحرية؛
- سهولة الحصول على تأشيرة الدخول؛
- انخفاض الأسعار؛
- ثبات القوانين.

5- طبقا لأغراضها: وتتضمن الأنواع التالية[1]:

5-1- السياحة الثقافية: تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، ويهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية، وعموما تكون الزيارة فيها بهدف التعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام لذلك فهي تجذب نوعيات معينة من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية والتمتع بما هو متاح من التراث القديم للبشرية من خلال المتاحف والمعابد.

5-2- سياحة المتعة (الترفيه-الاستجمام): تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل (الانجازات) في الأماكن التي تشتهر باعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها، صحاريها...، ويعرفها المختصين على أنها تغيير مكان الإقامة لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر.

[1]- كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 45-47.

ويمكن أن يتخللها ممارسة الهوايات المختلفة كالصيد والغوص والتزحلق وهذا النوع من أقدم أنواع السياحة التي عرفها العالم وتمثل جزء ثابت من العرض السياحي.

5-3- السياحة العلاجية: (الاستشفائية) الزيارة تكون فيها بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص أو المصحات أو الأماكن الخاصة لعلاج حالات متميزة، وعرف هذا النوع من السياحة من قديم، حيث اهتم الرومان بهذا النوع من السياحة لأسباب صحية وعلاجية وقاموا ببناء الحمامات المخصصة للاستشفاء وتعتمد هذه السياحة على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة اعتمادا رئيسيا مثل المناخ الدافئ والرمال الدافئة ومصادر المياه الكبريتية والمعدنية وهي أحدث أنواع السياحة.

5-4- **السياحة الرياضية:** يقصد بالسياحة الرياضية هي الانتقال من مكان إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها كالمشاركة في دورات الألعاب الاولمبية وبطولات العالم المختلفة، وقد انتعشت هذه السياحة في دول معينة تتمتع بمميزات وتسهيلات وإمكانيات متعددة ومستوى معيشي مرتفع يسمح بإقامة المنشآت الرياضية الملائمة.

5-5- سياحة الأعمال (التجارية): تكون الزيارة فيها بقصد تجاري يصنعه السائح في اعتباره الأول، ويقوم بهذا النوع من السياحة رجال الأعمال والتجارة ويزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، القيام بعقد الصفقات التجارية، والوقوف على أسعار المنتجات الحديثة في دول أخرى.

5-6- السياحة الدينية: يمكن تعريف السياحة الدينية على أنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى بقصد القيام بزيارات ورحلات دينية داخل وخارج الدولة لفترة من الوقت، وتجري في بعضها شعائر دينية معينة، وزيارة أماكن خاصة ذات طابع تاريخي وديني كالحج والعمرة، والأساس في هذا النوع من السياحة

هو تلبية نداء الدين وإشباع العاطفة الدينية، وهناك مناطق لها قدسيتها ومكانتها كمكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والقدس بالنسبة للمسيحيين واليهود والمسلمين.

وبالتطرق لأنواع السياحة يوجد أنواع أخرى للسياحة نذكر منها:[1]

1-سياحة المؤتمرات والاجتماعات: ظهرت هذه السياحة في أواخر القرن العشرين نتيجة تطور العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين دول العالم، وهذه السياحة من المصادر الهامة للإيرادات السياحية.

2-ويقصد سياحة المعارض هنا تلك السياحة التي ترتبط بزيارة المعارض الصناعية والتجارية والفنية والتشكيلية ومعارض الكتاب، والتي من خلالها نتطلع إلى الانجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية لمختلف الدول.

3- سياحة المهرجانات: تعتبر من أنواع السياحة الحديثة، حيث تكون الزيارة فيها بغرض حضور أو المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية، الفنية، الرياضية، الخ والتي تهدف إلى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي، وتحظى سياحة المهرجانات باهتمام كبير الدول.

4-السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر: هي كل تنقل للأشخاص لأغراض علاجية طبيعية بواسطة مياه المنابع الحموية ذات المزايا العلاجية العالمية أو بواسطة مياه البحر (يتم بواسطة هذه المياه معالجة الكثير من الأمراض مثل: مرض الروماتيزم، أمراض الكلى...).

5- السياحة الصحراوية: كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.

ثانيا: دوافع السياحة هناك العديد من الدوافع التي تؤدي إلى النشاط السياحي والتي على ضوئها تتحدد أنواع السياحة، وتختلف دوافع السياحة من شخص لآخر، فقد تكون هذه

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص14.

الدوافع اقتصادية، اجتماعية، دينية أو صحية، فهناك العديد من الدوافع ليست على مستوى واحد من الأهمية، وعليه سنحاول تقديم أهم الدوافع التي تؤدي إلى قيام النشاط السياحي ومن بين هذه الدوافع ما يلي[1]:

1- الدوافع التاريخية والثقافية: وتكون هذه الدوافع بمشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية ومشاهدة بعض الأماكن المهمة في العالم وحضور المهرجانات والحفلات الثقافية أو المعارض ومختلف المواقع الفنية بالإضافة إلى الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم وطريقة حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف لغرض الثقافة والعلم والمعرفة ومشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة تمثال الحرية في نيويورك بأمريكا، برج إيفل في باريس والأهرام في مصر.

2- الدوافع الدينية: السفر بدافع الديانة والعبادة كالحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة مكرمة وزيارة الأماكن الدينية المشهورة كأضرحة الصحابة أو المساجد.

3- الدوافع العرفية: وتكون بزيارة البلد الأم لتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد وأماكن قضاء الطفولة وأماكن سكن الأهل والأقرباء...

4- الدوافع الصحية: وتكون فيها السياحة بالابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى والسفر لغرض العلاج والتداوي بالإضافة للسفر لغرض النقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية والتمتع بالجو الصافي والهواء النقي.

5- الدوافع الاقتصادية: وتتمثل في انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأقل سعر والسفر بغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال بالإضافة إلى فرق

[1]- خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص38.

العملة الناتج عن تحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.

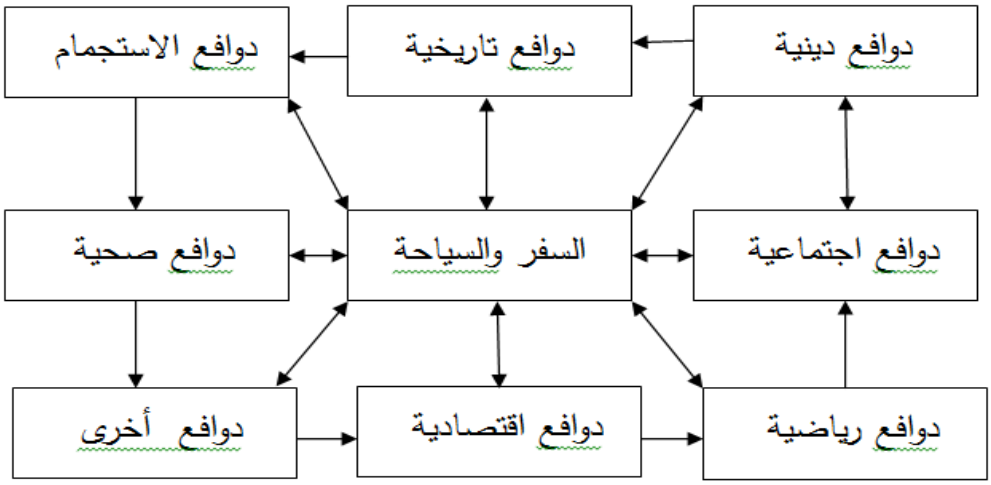
6- **الدوافع الرياضية:** وتكون فيها السياحة بالسفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين والمشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة العاب معينة مثل التزحلق على الجليد أو التزحلق على المياه أو ممارسة رياضة أخرى.

بالإضافة إلى وجود دوافع أخرى:

- كالمغامرة.
- التفاخر والمباهاة وخاصة لبعض المناطق في العالم.
- العلم كدراسة بعض الظواهر، أو دراسة صخور معينة...

7- دافع الراحة والاستجمام والترفيه: يندرج تحت هذا الدافع الرغبة في الاستجمام والراحة والتمتع بوقت الفراغ بعيدا عن ضغوطات العمل والهروب من الجو الروتيني للعمل.[1]

الشكل رقم 02: دوافع السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص51.

[1]- خالد كواش، السياحة: مفهومها- أركانها- أنواعها، دار التنوير للنشر والتوزيع 159شارع طرابلس، حسين داي، الجزائر، ط1، سبتمبر 2007، ص77.

المبحث الثاني: أسس السياحة

ترتكز السياحة على أسس وهي السوق السياحي والعرض السياحي والطلب السياحي، سنحاول في هذا المبحث التعرف عليها وتبيين كل منها.

المطلب الأول: السوق السياحي

أولا: تعريف السوق السياحي: هناك عدة تعاريف للسوق السياحي نذكر منها:

- ✓ يعرف السوق السياحي على أنه: "وجود عدد كبير من الأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر سواء داخليا من مدينة إلى أخرى (سياحة داخلية) أو من دولة إلى دولة أخرى (سياحة دولية)، وذلك من أجل الحصول على منتج (خدمات سياحية) تتوافر له كل مقومات الجذب السياحي، ويرتبط السوق السياحي كأي سوق بقوى العرض والطلب[1].
- ✓ السوق السياحي: "يمثل كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في أقطار أو أماكن سياحية تقدم عددا من المنتجات التي قد ترتبط بمواقع أثرية أو دينية أو ثقافية ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما يتضمن السوق السياحي مستويات مختلفة والتي تضم السياحة المحلية والإقليمية والدولية".

من خلال التعاريف السابقة يعرف السوق السياحي على أنه نقطة التقاء السياح والذين هم الطلب السياحي مع المؤسسات والمنظمات السياحية التي تمثل العرض السياحي.

[1]– أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 157.

ثانيا: أنواع السوق السياحي:

1-حسب الحركية السياحية: تنقسم إلى[1]:

1-1-الأسواق الرئيسية: يتمتع هذا النوع من الأسواق السياحية بأهمية كبيرة لدى الدول المستوردة للسائحين، حيث تمثل هذه الأسواق المصدر الرئيسي للطلب السياحي، الذي تعتمد عليه هذه الدول وتحظى هذه الأسواق باهتمام رجال التسويق والمنشآت السياحية من حيث دراستها وتركيز الجهود التنشيطية فيها لاستمرار حركة التدفق السياحي القادمة إليها.

1-2-الأسواق الثانوية: تقل حركة السياح من هذه الأسواق عن حركة الأسواق الرئيسية بحيث لا تحتل نفس المكانة والأهمية لذلك سميت بالأسواق الثانوية تعبيرا عن انخفاض أهميتها لدى الدول المستوردة للسائحين، ولا تعتبر المصدر الرئيسي للحركة السياحية بها.

1-3-الأسواق النشطة: يقصد بالأسواق النشطة درجة فعالية السوق وحجم التعاقدات التي تتم بها على بيع البرامج السياحية للسائحين، والشركات والوكالات السياحية خلال فترة زمنية معينة، وذلك من خلال درجة استجابة الطلب السياحي في هذه الأسواق، وتقاس درجة نشاط السوق السياحي بعدة عوامل أهمها:

-حجم التعاقدات التي تتم في السوق السياحية سنويا؛

- درجة استجابة الطلب السياحي للنشاط التسويقي؛

- معدل الزيادة في الحركة السياحية القادمة من هذه الأسواق في فترة معينة؛

- عدد الشركات والوكالات السياحية الموجودة في هذه الأسواق وحجم نشاطها.

1-4- الأسواق الكامنة: هي الأسواق التي لا تمثل في الوقت الحالي مصدرا رئيسيا للطلب السياحي، نتيجة لوجود بعض الظروف سواء أكانت اقتصادية أو اجتماعية، وفي الغالب ما تكون سياسية مرتبطة بالأمن، ولكنها تتحول إلى أسواق فعالة بمجرد زوال هذه الأسباب.

[1]- يوسف شرع، التخطيط لتنمية العرض على السياحة من خلال الطلب، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2016-2017، ص 107.

1-5-الأسواق المحتملة: هي الأسواق التي يمكن أن يصل فيها الطلب السياحي إلى أعلى مستوى ممكن، نتيجة الجهود التسويقية والتنشيطية المتزايدة، فكل جهد إضافي يترتب عليه زيادة محدودة في الطلب السياح.

2- حسب المناطق الجغرافية للسوق: تنقسم الأسواق السياحية، من حيث البعد الجغرافي إلى عدة أنواع منها ما يلي[1]:

2-1- الأسواق السياحية الداخلية: هي الأسواق التي تقدم فيها الدولة لمواطنيها خدمات سياحية بهدف تشجيعهم على ارتياد المناطق السياحية بها تنشيطا للسياحة الداخلية، وقد تقوم بعض الدول بتخفيض أسعار خدماتها السياحية لمواطنيها، لتسهيل الحصول على الخدمات والمنتجات السياحية، وذلك بهدف زيادة درجة الوعي والثقافة السياحية لديهم.

2-2- الأسواق السياحية الخارجية: وفقا لهذا النوع فإن السوق السياحية لا تشمل الخدمات فقط التي تقدمها دولة ما لمواطنيها، وإنما تشمل الخدمات التي تقدمها لأكثر من دولة في نفس المنطقة.

المطلب الثاني: العرض السياحي

إن العرض السياحي من أهم مقومات السياحة بحيث يؤثر على واقعها بشكل كبير، في هذا المطلب سنتناول تعريفه ومكوناته وخصائصه.

أولا: تعريف العرض السياحي

-العرض السياحي هو خليط من عناصر غير متجانسة والتي تؤخذ مستقلة بعضها عن البعض الأخر لتشكل العرض السياحي الوطني والدولي، وبعبارة أخرى أنه تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح أثناء تنقلهم إقامتهم وأثناء تجوالهم[2].

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص19.

[2]- علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص42.

-العرض السياحي هو "مجموعة الخدمات المقترحة للسواح أثناء تنقلهم وإقامتهم وتجوالهم، أي مجموعة المنتجات المادية (إيواء- نقل ...الخ) والمنتجات المعنوية (مناخ، ثقافة، العادات والتقاليد) التي بإمكانها إشباع رغبة المستهلك[1].

كما عرفت كما يلي: المنتوج السياحي هو مجموع العوامل والمقومات الطبيعية، الثقافية، التاريخية، المادية، مع مختلف الوسائل والإجراءات التي لها القدرة على جذب السياح إلى مكان معين[2].

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن العرض السياحي هو مجموعة الخدمات المقدمة للسياح أثناء تواجدهم بالمنطقة المستقبلة وهي كل ما يجذب السياح لهذه المنطقة وتكون مادية أو معنوية أي ملموسة وغير ملموسة.

ولنوضح أكثر العرض السياحي تطرقنا إلى مقوماته من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (01): مقومات العرض السياحي

المقومات	عوامل الجذب السياحية	الأنشطة السياحية
المقومات الطبيعية	العوامل الطبيعية: التضاريس، السلاسل الجبلية، الأنهار، الحمامات المعدنية، الشلالات، الغابات، السهول ، الكهوف، الصحاري، الثروة الحيوانية، المناخ، الخ	-السياحة العلاجية. - السياحة الصحراوية. - السياحة الرياضية. - السياحة الترفيهية. - السياحة الاستكشافية. - السياحة العلمية. - السياحة البيئية
المقومات	العوامل التاريخية: المتاحف، الآثار التاريخية والدينية،	السياحة الدينية

[1]- علي موفق، مرجع سبق ذكره، ص42.

[2]- ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1994، ص11.

التاريخية والثقافية	التراث الشعبي، العادات والتقاليد، الصناعة التقليدية والحرفية، الأعياد الوطنية والدينية، الحدائق، الخ	السياحة الأثرية سياحة المهرجانات سياحة الأعمال السياحة الترفيهية سياحة الاستحمام
المقومات البشرية	العوامل البشرية: الفنادق، الطرق، المؤسسات السياحية، لوحات الإرشاد، المراكز التجارية، المعارض، وسائل النقل (بري ، جوي، بحري) وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية	–المؤسسات السياحية – مؤسسات النقل – مؤسسات الاتصال – الوكالات السياحية – المرشدين السياحيين

المصدر: صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص21.

ثانيا: تصنيف الجذب السياحي:

1- صنف Robert lanquar العرض السياحي إلى ثلاث عناصر أساسية وهي[1]:

- ✓ مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية والتاريخية التي تجذب السائح للاستمتاع بها.
- ✓ مجموعة التجهيزات التي تعتبر العامل الأساسي في جذب السياح، غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر، كوسائل النقل المختلفة، ووسائل الإيواء والإطعام، والتجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية.
- ✓ مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج ذات العلاقة بوسائل النقل التي يستخدمها السائح للوصول إلى المنطقة المرغوب فيها.

[1] - Robert Lanquar, le tourisme international ; série que sois-je ; N1694 (France ; 1981) ; p 39.

2- أما تصنيف منظمة السياحة العالمية للمنتوج السياحي فكان اشمل من التصنيف السابق وتضمن سبعة عناصر وهي:[1]

- ✓ التراث الطبيعي وما يحتويه من مقومات سياحية طبيعية، كالبحار والأنهار والصحاري والجبال.
- ✓ التراث الطاقوي التقليدي مثل الطرق المستخدمة في استخراج المياه، وفي الطواحن.
- ✓ التراث البشري، وما يتضمنه من التنوع في أنماط الحياة كالعادات والتقاليد وغيرها.
- ✓ الجوانب التنظيمية والإدارية والسياسية.
- ✓ الجوانب الاجتماعية مثل بنية المجتمع، العرق، الدين واللغة.
- ✓ الأنشطة الاقتصادية والمالية.
- ✓ التسهيلات الخدمية كوسائل النقل، الإيواء والمطاعم.

ثالثا: خصائص العرض السياحي: يعرف العرض السياحي بمجموعة من المواصفات التي تميزه عن باقي العروض للمنتجات الأخرى، وتتمثل هذه الخصائص في ما يلي[2]:

- ➢ يعتمد العرض السياحي بشكل كبير على عنصر العمل حيث أن تنمية العرض السياحي يعني بالضرورة استخدامه للقوى العاملة فمن الصعب الاستغناء عن العنصر البشري واستخدام الآلة في القطاع السياحي.
- ➢ يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية مباشرة في الغالب ويتم تصنيع هذه الخدمات على مدار اليوم أو الساعة، وفي الغالب يتم تقديم الخدمات السياحية أمام مرأى السياح، وأن أي خطأ يقع فيه العامل سوف يكون ظاهرا للأعيان ومن الصعوبة تلافيه.

[1]- بديعة بوعقلين، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي دراسة حالة ولاية تيبازة، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر، 1996، ص111.

[2]- وسيلة سعود، واقع الطلب والعرض السياحي في الجزائر، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسة، المجلد4، العدد7، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة، ديسمبر 2019، ص5.

- العرض السياحي غير قابل للخزن، فطالما أنه عرض خدمي فلا يمكن خزن الخدمات، وبذلك يكون عرض آني ومباشر.
- العرض السياحي غير قابل للنقل، فالمعتاد غالبا أن المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك، ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة، إلا أن الحال يختلف تماما في العرض السياحي فالعرض السياحي هو الثابت والمستهلك (السائح) هو الذي يتنقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمات السياحية.
- العرض السياحي يخضع للمنافسة، فطالما أن الحاجة للسياحة حاجة كمالية فإنها تخضع للمنافسة من قبل السلع البديلة، وطالما أن العرض السياحي متوفر بشكل كبير في أرجاء العالم فهناك تنافس بين البلدان على تسويق العرض السياحي، هناك تنافس على صعيد المواقع السياحية داخل البلد الواحد.
- يمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له، فالمنتوج السياحي مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية، وعادة ما يصعب فصل هذه العناصر والمكونات عن بعضها، وقد يجمع السائح بين أنها سياحة متعددة في آن واحد.
- تعدد المنتجين الذين يشاركون بالعرض السياحي، فطالما أن العرض السياحي متعدد ومتنوع وواسع وشامل، فهذا يعني أن هناك عدد كبير من المنتجين الذين يساهمون في تصنيع المنتوج السياحي، ومنهم من يكون داخل حدود القطاع السياحي مثل محطة الكهرباء، الغاز، مشاريع البنى التحتية الأخرى، وهكذا فإن لكل منتج دوره في تصنيع العرض السياحي.
- العرض السياحي عرض غير مرن ففي النشاط السياحي درجة استجابة المنتج للتغير في أثمان الخدمات تكون منخفضة جدا، على الأقل في الأمد القصير نتيجة عوامل متعددة ككثافة رأس المال وعامل الوقت والقابلية عل الخزن والنقل وغيرها.

رابعا: العوامل المحددة للعرض السياحي: تتمثل أهم العوامل المحددة لنوع وأهمية وحجم العرض فيما يلي[1]:

1- العامل الطبيعي: العلاقة طردية فكلما توافر العامل الطبيعي وتنوع من خلال توفر مساحات خضراء وسواحل مطلة على البحار وجبال، حيث إن توفر مثل هذه المعطيات والعوامل الطبيعية تعني استقطاب أكثر لرؤوس الأموال وبالتالي ازدياد العرض السياحي وزيادة المنشآت السياحية.

2- أسعار المنتوج السياحي: كلما ارتفعت الأسعار الخاصة بالمنتوج السياحي زاد العرض السياحي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، فزيادة الأسعار تعني زيادة الأرباح، مما يعني بالضرورة استقطابا لرؤوس الأموال وبالتالي توسع العرض السياحي.

3- تكاليف عوامل الإنتاج: إن أي عملية إنتاجية لا تتحقق إلا بمزج عناصر الإنتاج (المادة الأولية ورأس المال والعمل والتنظيم)، والمنتج في النشاط السياحي يستخدم العناصر ذاتها، وهناك علاقة عكسية بين تكاليف عوامل الإنتاج والعرض السياحي فكلما انخفضت التكاليف زاد العرض والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

4- استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة: إذا كان المجتمع على درجة عالية من التطور ولديه الوسائل التكنولوجية ذات الكفاءة الإنتاجية العالية فمن الممكن أن يسخرها خدمة للنشاط السياحي، وبالتالي فإن هذا يعني تقليل التكاليف واقتصاد في الوقت، وهكذا تكون العلاقة طردية بين التكنولوجيا والعرض السياحي.

5- أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي: فكلما كانت القيادة العليا للبلد ميالة باتجاه النشاط السياحي زاد العرض السياحي وتنوع والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

[1]- زهير بوعكريف، ترقية القطاع السياحي كمورد بديل للثروة النفطية من أجل تحقيق تنمية مستدامة، دراسة حالة الجزائر، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، المدية، 2017-2018، ص 126.

خامسا: دورة حياة العرض السياحي: لكل منتج دورة حياة يمر بها وتتغير عبر الزمان، فالنسبة السياحية نلاحظ كيف نشأت ونمت وتوسعت وأصبحت تقدم خدمات متنوعة وكثيرة، وتعتبر عملية توجيه المنتج السياحي بما يتوافق مع حاجات ورغبات وتوقعات السياح التي تعد أحد المتطلبات الرئيسية لصناع القرار في المناطق السياحية للبلد المضيف.

وعموما فإن دورة حياة المنتج السياحي تمر بأربعة مراحل "مرحلة النمو المبكر– مرحلة النمو السريع– مرحلة النضج– مرحلة التدهور".

يمكن الإشارة إلى بعض المنتجات السياحية كالآثار، فإنها تستقى من دورة الحياة، حيث أن هذه المنتجات بمرور الوقت تزداد قيمتها وأهميتها للسياح، مع ضرورة العناية اللازمة والكافية بها.

لكل منتج دورة حياة معينة يمر بها وتتغير عبر الزمان، كما أن دورة حياة المنتج تمر بأربعة مراحل، وذلك من خلال الشكل رقم (03) نوجزها فيما يلي[1]:

1–مرحلة النمو المبكر: في هذه المرحلة تكون الخدمة في تطور مستمر وتصبح متيسرة للمستفيدين منها (السياح)، وتحتاج هذه المرحلة إلى ترويج كبير ومتنوع لإعطاء تفاصيل أكثر عن المكان السياحي للتعريف به، وتكون المنافسة ضعيفة في هذه المرحلة، وبالتالي ارتفاع الأرباح بصورة بطيئة.

2–مرحلة النمو السريع: في هذه المرحلة يصبح المكان مشهورا ومعروفا من قبل السياح، وحصة السوق من السياح تزداد بصورة سريعة، وتبدأ الخدمات بالتوسع أكثر وتتنوع وتزداد المنافسة، وبالتالي تتجه الأرباح بالصعود السريع، كما أن في هذه المرحلة تبدأ الأسعار بالاستقرار.

3– مرحلة النضج: تبدأ الأرباح في هذه المرحلة بالانخفاض في منتصفها، ويبدأ البيع بالانخفاض وكذا حصة السوق تبدأ بالانخفاض، وتقوم الشركات السياحية بتنفيذ خططها

[1]– صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص24.

وتنويع خدماتها للمحافظة على الأرباح، ولغرض المحافظة على حصة السوق يجب إدخال تعديلات على المنتج السياحي، وكذا الخدمات المقدمة وفي هذه المرحلة تزداد المنافسة وتصبح مؤثرة وفعالة وتزداد الإعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق.

4- مرحلة التدهور (الانحدار): في هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالهبوط السريع وتقل حصة السوق والمبيعات وإذا استمرت إلى فترة طويلة ترى أن المنطقة تنتهي نهائيا أي سوف لا يزورها أي سائح إلا إذا تم صرف مبالغ كبيرة على الإعلان والترويج وتحسين الخدمات، تحتاج هذه المرحلة إلى جهود كبيرة لبحوث السوق والتخطيط السياحي والتنفيذ وجعل المنتوج يبقى في مرحلة النضج.

ونلخص حياة العرض السياحي أو المنتج السياحي في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): مراحل دورة حياة المنتج السياحي

المصدر: صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص 24.

المطلب الثالث: الطلب السياحي

يعتبر الطلب اقتصاديا هو كل ما يطلبه الأفراد من سلع وخدمات بكميات مختلفة عند مستويات أسعار مختلفة، والطلب السياحي يختلف عن باقي المنتوجات المطلوبة.

أولا: تعريف الطلب السياحي يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه تعبير عن اتجاه السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيادة دولة ومنطقة سياحية بذاتها قوامه مزيج ومركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميولات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها السائحون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة سياحية معينة.

كما يعرف الطلب السياحي على أنه " الطلب الحالي والمحتمل على منتج سياحي معين من وجهة نظر الدوافع للسفر، وبمعنى آخر فإن الطلب السياحي يعني أولئك الذين يسافرون أو المحتمل أن يسافروا إلى منطقة معينة لإشباع رغباتهم في فترة معينة وبسعر معين.

ومن التعاريف السابقة نستنتج أن الطلب السياحي هو الأشخاص (السواح) الذي يتنقلون أو سيتنقلون من منطقة إقامتهم إلى منطقة أخرى لإشباع رغباتهم لمدة معينة ولاستخدام الخدمات السياحية والتسهيلات بسعر معين.

ثانيا: أنواع الطلب السياحي يمكن التميز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي كما يلي[1]:

1-الطلب السياحي العام: وهو الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن النوع والمدة، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.

2-الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع ببرنامج سياحي معين يريده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته ويختص هذا النوع بإشباع تلك الرغبات، ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح أو مجموعة من السائحين وليس كل السياح.

[1]- زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص127.

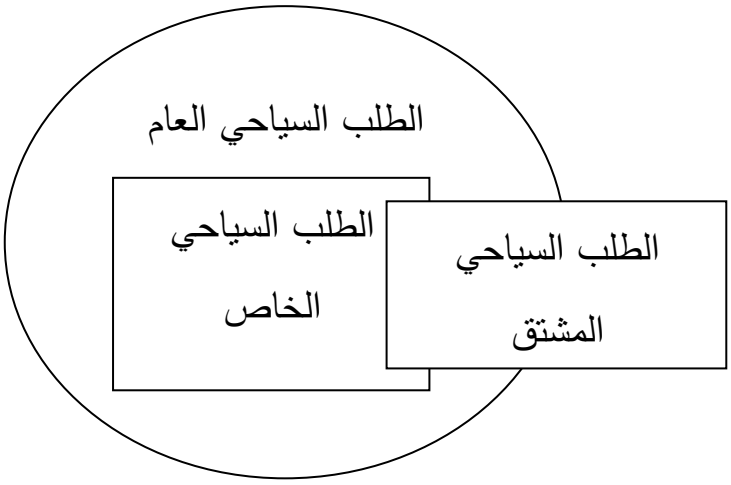
3-الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران، الطلب على المأكولات...الخ، وتسعى الدول السياحية لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة وبأسعار مختلفة، ومن جهة أخرى يوجد نوعين هما[1]:

أ-الطلب السياحي الفعال: هو ذلك الطلب الذي يجمع بين الرغبة في السفر إلى المناطق السياحية وقدرتهم على استخدام خدماتها.

ب-الطلب السياحي الكامن: هو الطلب الذي لم يخرج إلى حيز التنفيذ بسبب عقبات تحول دون تحقيق هذه الرغبة، بمعنى أنه الطلب الذي ينقصه أحد عناصره الأساسية.

العلاقة بين أنواع الطلب السياحي: وفي الشكل الموالي نبين العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي.

الشكل رقم (04): أنواع الطلب السياحي



المصدر: ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص155.

[1]- صليحة عيشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية، باتنة، الجزائر، 2010-2011، ص30.

ثالثا: خصائص الطلب السياحي يتميز الطلب السياحي بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

1-المرونة: تعني ضرورة الطلب بشكل عام درجة استجابة الطلب للتغيرات في هيكل الأسعار أو التغيرات في الأحوال الاقتصادية والاجتماعية ويعتبر الطلب السياحي عال المرونة اتجاه التغير في الأسعار، أي كلما انخفضت الأسعار في البلد المعني كلما زاد تدفق السياح إليه والعكس صحيح.

كما ترتبط هذه المرونة أيضا بالدخل أي كلما زاد دخل الفرد كلما زادت رغبته في القيام برحلات سياحية خاصة ذوي الدخل المتوسط ويختلف الأمر بالنسبة لذوي الدخول المرتفعة، حيث لا يتوقف الميل نحو السياحة على مستوى الدخل ولا مستوى الأسعار بل هناك اعتبارات أخرى كالتفاخر والتباهي سيما لدى رجال الأعمال.

2-الحساسية: يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغييرات الاجتماعية والسياسية والأمنية للمناطق المستقبلة للسياح، فالبلدان التي تعيش ظروف سياسية أو أمنية غير مستقرة، أو التي تتعرض لاضطرابات سياسية واجتماعية يقل الطلب السياحي عليها حتى وإن كانت أسعار منتجاتها وخدماتها السياحية منخفضة أو أقل من البلدان الأخرى المنافسة، إذ يعتبر استقرار المناخ الاقتصادي والسياسي للبلدان السياحية من عوامل تطور الطلب السياحي.

3-التوسع: يشهد الطلب السياحي عادة تزايدا من سنة لأخرى، نظرا لمساهمة عدة عوامل سواء في الدول المرسلة أو المستقبلة للسياح، وترجع أسباب التوسع في هذا الطلب إلى:

-أوقات الفراغ والعطل مدفوعة الأجر، إذ تعتبر صناعة السياحة جزءا من المجال الواسع لاستخدامات وقت الفراغ، إذ يمكن القول بأنه كلما زاد وقت الفراغ كلما وفر ذلك مجالا زمنيا واسعا للسياحة والاستجمام، وتقل قيود المسافات وتزيد الحرية في اختيار المكان المقصود للرحلة وتنمو السياحة وتتطور متى ساعدت العوامل الأخرى على ذلك.

– العوامل الاقتصادية أن السياحة لم تتولد نتيجة أوقات الفراغ المتزايدة فحسب، بل هناك مجموعة من العوامل الاقتصادية التي تؤثر في قيام التسهيلات المساعدة على قيام هذه الرحلات السياحية، ويعتبر ارتفاع الدخل الفردي، كلما ارتفع المستوى الاجتماعي وهذا ما يؤدي إلى زيادة عدد الرحلات.

– العوامل الاجتماعية، لهذه العوامل دور هام في تطور الطلب السياحي إذ يعتبر المجتمع ككل مسؤولا عن عادة قضاء وقت الفراغ والاستجمام، وينبع هذا التوجه من أصول عقائدية أو فكرية، على اعتبار أن قيم عادات المجتمع التي ينتمي إليها الفرد تؤثر في هذا التوجه، إضافة إلى مساهمة درجة الرفاه الاجتماعي وتطور المجتمع في توسع مستوى هذا الطلب.

4–عدم التكرارية: لا يتصف الطلب السياحي عادة بصفة التكرار، أي أن تحقيق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار الرحلة إلى نفس المنطقة، حيث أنه في مرحلة قادمة سوف يتم اختيار مناطق أو مواقع أخرى، كما أن إشباع رغبات السياح لا تكون بنفس المستويات السابقة، فقد تكون أكثر أو أقل تبعا للوضعية الاقتصادية و الاجتماعية والنفسية للسائح والبلد المقصد.

5–الموسمية: يتميز الطلب السياحي عادة بالموسمية إذ تشتد الحركة السياحية في مواسم معينة من السنة وتقل في مواسم أخرى تبعا لعدة عوامل، كالعطل والإجازات السنوية، والمناسبات الدينية والوطنية، والظروف الطبيعية وأيضا الأمنية.

رابعا: العوامل التي تساهم في زيادة الطلب السياحي يرتبط الطلب السياحي بعدة عوامل نذكر منها:[1]

1–توفر وقت الفراغ: يعني وقت الفراغ التحرر من أعباء العمل ومسؤولياته، مما يعني الحرية في اختيار الكيفية التي يتم بها شغل هذا الوقت، ولا يعني وقت الفراغ ضرورة السفر وإن كان يشجعها في معظم الأحوال وخاصة إذا توافرت عوامل أخرى مشجعة.

[1]– كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 72–73

وتحدد أهمية هذا العامل من خلال متغيرين رئيسيين هما طول وقت الفراغ، وطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان المالك لهذا الوقت.

2-توفر المال (مستوى الدخل): يعد ثاني أهم العوامل البشرية المؤثرة في صناعة السياحة لتأثيره المباشر على مستوى الطلب السياحي، إذا يعني ارتفاع مستوى الدخل تزايد الإقبال على السفر والسياحة وخاصة خلال العطل سعيا وراء الترويح عن النفس والمتعة والعكس صحيح في حالة انخفاض الدخل، ومن الطبيعي أنه كلما ارتفع مستوى الدخل كما زاد الإقبال على السياحة.

3- توفر وسائل النقل: يعد النقل سببا من أسباب قيام صناعة السياحة وازدهارها ونتيجة لها في نفس الوقت، بواسطة الطريق يتم توفير متطلبات أنشطة السياحة وفي المكان المقصود، وبواسطته أيضا يتم ربط المنطقة السياحية بأسواق الطلب السياحي، مما يعني أن النقل يشكل أساسا هاما من أسس قيام صناعة السياحة ورواجها سواء النقل البري أو السكك الحديدية أو النقل البحري والجوي.

4-العقيدة الدينية: تعد من العوامل البشرية الهامة في السياحة الدولية، حيث أن الرغبة في زيارة الأماكن الدينية تمثل دافعا لاتجاه أعداد من السياح إلى أماكن معينة من العالم خلال فترات محددة كما هو الحال لاتجاه المسلمين إلى مكة المكرمة لأداء فريضة الحج، زيارة الفاتيكان، زيارة فلسطين المحتلة من طرف المحسنين.

كما لا يمكن تجاهل المناطق التاريخية والأثرية كعامل بشري مؤثر في السياحة، كالآثار الرومانية وبرج بيزا في ايطاليا التي تجذب أعداد ضخمة من السياح كل عام، ونفس الشيء بالنسبة لتأثير كل من الآثار الإغريقية في اليونان والفرعونية والإسلامية في مصر...

وخلافا لهذه العوامل القاعدية هناك عوامل أو عناصر أخرى تدخل في تكوين فكرة السفر وهي مرتبطة بـ:[1]

[1]- خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص73.

1- **الديموغرافيا:** التزايد العالمي المستمر في عدد السكان يؤدي إلى ظهور أجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج إلى إشباع رغباتها من الخدمات السياحية، حيث إن الطلب السياحي متأرجح بين فئة الأعمار فهو مرتفع لدى الشباب ومنخفض لدى الكبار.

2- **درجة التعمير والمدن:** الهجرة من الريف إلى المدينة وخاصة في الدول النامية والتي تجعل ازدياد الطلب على الخدمات السياحية في المدينة فالأشخاص الذين يقطنون في المدن الكبرى هم الدين يقبلون على السياحة أكثر من الذين يقطنون الأرياف.

3- **الأسعار ومعدلات الصرف:** السائح يختار البلد الذي يوفر له منتجات (خدمات) سياحية جيدة وبأسعار معقولة.

4- **التطور المستمر في مستويات المعيشة:** وزيادة أوقات الفراغ وحق العمال في الحصول على العطل مدفوعة الأجر.

5-**الارتفاع المستمر في مستوى المداخيل:** حيث يشجع زيادة الدخل على الاستفادة من الخدمات السياحية والتجوال والترحال واكتساب المعارف والخبرات.

6-**التطور المستمر في وسائل النقل:** والمواصلات والاتصالات وما أتاحته من إمكانيات الانتقال السريع لأي مكان في العالم، وتطور وسائل الاتصالات السريعة والحديثة ساعد على انتقال المعلومات بسرعة وأصبح بإمكان السائح إدارة أعماله من أي منظمة في العالم.

المبحث الثالث: أهمية السياحة في الاقتصاد

تعتبر السياحة قطاع هاما اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا، وتلعب دورا هاما في تحقيق تنمية المجتمعات لما لها من فوائد تعود على المجتمع، ومن خلال هذا المبحث سنحاول أن نبين أهمية السياحة من جانبها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للسياحة

تلعب السياحة دورا اقتصاديا هاما في الدول، حيث يمكن اعتبارها دخلا اقتصاديا يمكنه النهوض باقتصادها، في هذا المطلب سنبين أهم الآثار الاقتصادية للسياحة.

أولا: الآثار المباشرة

1-**أثر السياحة على الإنفاق:** يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها، كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء، الإطعام، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثل انتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية.[1]

ويتفرع على هذا الإنفاق سلسة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص تجديد الأثاث، تجديد أدوات المطابخ، المغاسل، تكييف الهواء، ترميم الفنادق، هذا الإنفاق يمثل انتقال جزء من دخول القائمين على الصناعة الفندقية إلى عملائهم، الذين يمدونهم بالخدمات والسلع.

والجدول التالي يمثل النفقات السياحية:

[1]- كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 77-78.

الجدول رقم (02): تدفقات المداخيل السياحية في الاقتصاد الوطني قاعدة أثر المضاعف

نفقات السائح في قطاعات	نفقات قطاع السياحة	المستفيدين
الإيواء الوجبات المشروبات النقل المحلي الرحلات تذكرات وهدايا التصوير العلاج الطبي الشخصي الملبس أخرى	الأجور والرواتب الرسوم على الأجور العمولات نفقات إدارية وعامة خدمات ومهن حرة مشتريات غذائية مشتريات المعادن والتجهيزات صيانة وإصلاح الترفيه والإشهار كهرباء، غاز، ماء، النقل التصاريح والرخص التأمين كراء المعدات فوائد ونفقات مالية ضرائب على الدخل ضرائب على الأرباح امتلاك رؤوس الأموال مداخل رأس مال	محاسب، مشهر، معماري، محامي شركات السيارات الخباز، الجزار، الصيدلي تجارة مختلفة مزارعين نواحي التسلية تنظيمات "جمعيات ثقافية" طبيب أسنان كهربائي، مهندس تنظيف صياد الحدائقي محلات بيع التذاكر البقال المستورد شركات التأمين دور السنيما، المسارح بائع الجملة محطات البنزين

		طاكسي "سيارة الأجرة" النقابة وكالة عقارية صحافة، المطبعة

المصدر: كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص80.

2- أثر السياحة على ميزان المدفوعات: تتحدد أهمية أي قطاع في الاقتصاد الوطني بمدى قدرة هذا القطاع على جلب موارد النقد الأجنبي التي من شأنها أن تحدث فوائض في موازين المدفوعات، ومن ثم العمل على تدعيم قدرة الاقتصاد الوطني على مجابهة الأزمات، وبالنسبة للقطاع السياحي تشكل الصادرات السياحية صادرات غير منظورة في ميزان المدفوعات وهي لا تقل أهمية عن الصادرات الأخرى فيه، إذ أن حركة السياح أي دخول السياح لأي بلد تنعكس بصفة مباشرة على ميزان المدفوعات من خلال دخول العملة الصعبة ويعني ذلك ارتفاع الإيرادات السياحية وتحسن مستوى ميزان المدفوعات، كما أن خروج السياح من البلد يعني خروج العملة الصعبة من البلد إذ يؤدي ذلك إلى انخفاض مستوى ميزان المدفوعات.[1]

والجدول الموالي يوضح ميزان المدفوعات السياحي.

الجدول رقم (03): نموذج عن الحساب الخارجي للسياحة

النفقات		الإيرادات	
العناصر	القيمة	العناصر	القيمة
- النفقات السياحية (والإنفاق السياحي	.....	- الإيرادات السياحية (الإنفاق السياحي بواسطة المواطنين في	.....

[1]- مستوي عادل، أثر تطوير القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال "1990-2016" ، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018-2019، ص ص: 16-17.

بواسطة المواطنين في		الداخل).	
الخارج).	.....	– تحويلات العالمين الأجانب في	.....
– تحويلات العالمين	.....	السياحة للداخل.	
الأجانب في السياحة	.....	– الصادرات المنظورة (البضائع	.....
الخارجية.		الاستهلاكية الدائمة – السلع –	
– الاستردادات المنظورة	.....	إنتاج الصناعات التقليدية)	
(السلع الغذائية–سلم		– النقل (الحصة المدفوعة من	.....
التجهيز – الآلات	.....	قبل شركات النقل الأجنبية)	
والمعدات السياحية)		– الاستثمارات السياحية المنجزة	.....
– النقل (الحصة		في الخارج.	
المدفوعة لشركات النقل	.....	– مردودية الاستثمارات المنجزة	.....
الأجنبية)		في الخارج.	
– الاستثمارات السياحية	.....	–التكوين السياحي للعمال	.....
المنجزة من قبل		الأجانب.	
الأجانب			.....
– دفع (تسديد) فوائد	.....	– مداخيل اليد العاملة السياحية	
الاستثمارات الأجنبية		الوطنية في الخارج.	.....
وتعويض رأس المال.	.....	– الإشهار	.....
– مصاريف التكوين في		– الخدمات المختلفة	
الخارج.	.....		
– المداخيل المدفوعة	.....		
لليد العاملة	.....		

السياحة الأجنبية – الإشهار –الخدمات المختلفة			
مجموع النفقات		مجموع الإيرادات	
رصيد مدين (فائض)		رصيد دائن (عجز)	

المصدر: كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص35.

3-أثر السياحة على التشغيل: يختلف تأثير النشاط السياحي باختلاف أهميته في الدخل الوطني، وترتيبه ضمن التي يتم الاستثمار فيها، وخلصت دراسة أجريت حول مدى تأثير السياحة على التشغيل إلى أن[1]:

– بالنسبة للفنادق توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة؛

– بالنسبة لباقي نشاطات السياحة فإنها تستحدث وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي؛

– بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة فإنه تنشأ وظائف بنسبة تقارب 100% من الوظائف التي تستحدثها الفنادق؛

– وعليه فإن السياحة تنشأ وظيفة لكل غرفة فندقية.

وعليه فلا يقتصر دور السياحة على استحداث وظائف داخل المجالات المرتبطة بالعمل السياحي فقط كقطاع الفندقة، بل يتعدى ذلك إلى استحداث فرص عمل في القطاعات التي ترتبط بالأنشطة السياحية من الاستثمارات، كبناء القرى السياحية والمقاولات الصناعية والزراعية، ويذهب الاقتصادي الانجليزي رون دافنسون إلى اعتبار أن السياحة تنشأ نوعين من الوظائف:

[1]– محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974–2002، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2007–2008، ص23.

-**العمالة المباشرة:** والتي تشمل الوظائف ذات الصلة المباشرة بالسائح مثل عمال الفنادق والمطاعم، والمكاتب السياحية والرحلات والنقل، أي العمالة التي تشرف على سفر السائح وراحته وإيوائه وطعامه.

- **العمالة غير المباشرة:** والتي تشمل الوظائف داخل المؤسسات والتنظيمات التي تمد الأنشطة التي تخدم السائح مباشرة باحتياجاتها من السلع والخدمات مثل قطاع الخدمات والصناعات الحرفية والمزارع والصناعات الغذائية التي تمد الفنادق بالمواد الغذائية.

4-أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل: تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق السياحية التي تتوافر بها مزايا طبيعية ومناخية كالشواطئ والجبال ومنابع المياه والبحيرات وغالبا ما تكون هذه المناطق محرومة من الاعمار والسياحة بامتدادها إلى هذه المناطق البعيدة تعيد التوازن إليها نتيجة الاستثمارات التي تصطحب الدخول في المشاريع السياحية وبالتالي تزيد من دخل المنشآت والأفراد في هذه المناطق نتيجة نشوء نشاطات فرعية تقوم على السياحة ويترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل بين المدن ومراكز العمران والتنمية الرئيسية وبين المراكز السياحية الجديدة وينتج عن ذلك إيقاف النزوح الريفي.[1]

5- أثر السياحة على مستوى الأسعار العام: يؤدي رواج السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع والخدمات المتاحة في المنطقة مع تزايد إقبال السياح عليها وخاصة أن تجار التجزئة يسعون إلى تحقيق هامش ربح كبير أثناء فترات الذروة التي تتخلل الموسم السياحي لتعويض انخفاض حصيلة المبيعات خلال باقي أشهر السنة، ويعاني من مثل هذه الأسعار المرتفعة السكان المحليين للمنطقة السياحية، وتطبق نفس الحقيقة على سيارات الأجرة ووسائل النقل التقليدية وإيجار المساكن والمحلات وخاصة ذات الموقع المتميز وكذلك بالنسبة لأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياحية.

[1]- كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 86.

ثانيا: الآثار غير المباشرة للسياحة

للسياحة آثار غير مباشرة نذكر منها[1]:

1. **أثر المضاعف للسياحة:** الدخل السياحي لا تقتصر أثاره الاقتصادية على المبلغ المحدد به هذا الدخل فقط بل تتعدى إلى مضاعفته نتيجة الطبعة الخاصة بالإنفاق السياحي وتداخل المنشآت السياحية من فنادق وغيرها في معاملات ذات طبيعة متباينة في قطاعات أخرى حيث أن أثر المضاعف هو أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة، يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، يكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة السياحة والعملات التي تتحصل عليها الدولة السياحية تستخدم في استيراد بضائع ومواد، ويختلف تقدير حجم أثر المضاعف من دولة لأخرى بحسب حجم المعاملات التي تتم.
2. **أثر السياحة على سوق بعض السلع:** أبرزت الأبحاث والدراسات السياحية التي قامت بها المنظمة العالمية للسياحة أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانيتهم السياحية وهو حوالي الثلث لإنفاقها على المشتريات في الدولة التي يزورونها ليس لشراء الهدايا والتذاكر السياحية فقط بل شراء بعض المنتجات المحلية التي يجدونها مناسبة وبالتالي يتم التأثير على أسعار تلك السلع.
3. **أثر السياحة على تنمية المرافق الأساسية:** تحتاج المرافق الأساسية لمبالغ مرتفعة من أجل تشييدها، وتعتبر السياحة عامل جد مهم من أجل إنشاء هذه المرافق، حيث أن السياحة تقوم بزيادة الحركة السياحية بصورة منتظمة وما يترتب على ذلك من دخل سريع بالعملة الصعبة تزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية وينعكس ذلك على ارتفاع حقيقي لمستوى معيشة المواطنين.

[1]– كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص87.

4. **أثر السياحة في زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي:** تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني والأجنبي من خلال كونها صناعة ضمن الصناعات المتضمنة العديد من الأنشطة أو كصناعة مركبة فهي بذلك توفر مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المطاعم، الملاهي، ومراكز الرياضة والقرى السياحية، والشركات السياحية ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي بالإضافة للمشاريع الكبرى كتهيئة مناطق سياحية جديدة وبالتالي يتم استقطاب رؤوس أموال كبيرة.
5. **الإعلام عن نهضة البلد:** يعتبر الإعلام في عصرنا الحالي أحد أهم الوسائل المتعددة في تكوين شخصية الدولة على مستوى النطاق العالمي، وكسب التأييد المادي والمعنوي ولكنه يتطلب الكثير من الاعتمادات، والإنفاق بالعملة الصعبة (الإذاعات الموجهة، الصحافة العالمية، الاشتراك في المؤتمرات الدولية، إرسال البعثات والوفود ...)، لكن السياحة تستطيع تحقيق ذلك عن طريق المشاهدة المباشرة، فهي بذلك وسيلة أخرى للإقناع وكسب التأييد، كون الدولة السياحية تستطيع توجيه اهتمام السائح نحو ما تريد التركيز عليه في الإعلام فهي بذلك تعتبر وسيلة مجانية للإعلام والدعاية والإشهار.
6. **المساهمة في التهيئة العمرانية:** بقدر اهتمام البلد السياحي من الاستفادة من السياحة في الإعلام بقدر ما يدفعها ذلك دفعا إلى النهوض بالمناطق السياحية فيها بصفة خاصة بسائر بلادها بصفة عامة عمرانيا وحضريا، إن نشاط الحركة السياحية يكون مسبوق بالإعداد العمراني والحضاري، كما أن الدخل السياسي يساهم هو الأخر في تغطية نفقات هذا التعمير والتهيئة التي تساهم في دعم وتنشيط الحركة الاقتصادية، كإنشاء منشآت سياحية في مناطق معزولة تتطلب توفير شبكات النقل، شبكات صرف المياه ...

هذه الأخيرة يستفاد منها ليس فقط النشاط السياحي بل مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية.

7. دعم الصلات الاقتصادية بين الدول: من خلال تعريفنا للسياحة وأنواعها في المباحث السابقة تجلى لنا أن هناك أنواع عديدة للسياحة كسياحة الترفيه، سياحة العلاج، سياحة الأعمال، هذه الأخيرة تكون بغرض التجارة أو إنشاء العلاقات الاقتصادية وتوقيع الصفقات هذا من جهة، أما من جهة أخرى فإن مجموعة السياح على اختلاف أغراضهم، تتمكن من الاطلاع على مستويات الإنتاج المحلي وإمكانياته، فهي بذلك تستطيع أن تكون سببا في التعريف بهذا الإنتاج على المستوى الدولي.

المطلب الثاني: الأهمية الاجتماعية للسياحة

السياحة كنشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود مختلف المجتمعات وتتمتع بعناصر الجذب السياحية وتؤثر فيها سلبا وإيجابا لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاثة أطراف (السائح– البيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع) مما تخلف أثارا اجتماعية وثقافية والتي تؤثر على عادات وتقاليد المجتمع[1].

بحيث تكمن أهمية السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي[2]:

–توفر عادات السياحة ملاذ للكثير من الطبقات الكادحة، والتي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب الشغل؛

– زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي لدى المواطنين وزيادة ارتباطهم بأوطانهم وبمختلف العادات والتقاليد لديه؛

– التفاعل والاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة ومن جهة السياح، سواءا ينتمون إلى جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى، مما يؤدي إلى التبادل الاجتماعي؛

– تحسين نمط حياة الأفراد من خلال السياحة وذلك بالنهوض بالمستوى المعيشي والسلوكي؛

–زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات وشعوب وقيم أجدادها وآبائها والحفاظ عليها من الزوال والاضمحلال؛

[1]– صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص43.

[2]– عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص27.

– توفر السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة، والتي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي لما يوفره من مناصب شغل.

وتؤثر السياحة بالسلب والإيجاب ونذكر منها:

1/ الآثار الايجابية: وتتمثل في[1]:

–تأثير السياحة على السكان وذلك بتطور النشاط السياحي مما يؤدي إلى تزايد حجم السكان؛

– تأثير السياحة على الجوانب الثقافية وذلك بالتأثير على اللغات والثقافات والعادات والتقاليد؛

– تأثير السياحة على التطور الاجتماعي مما تغير في تركيب الطبقات الاجتماعية؛

–تأثير السياحة على العمران والخصائص العمرانية الناتجة عن الأنشطة السياحية؛

– وكما تؤثر السياحة بالإيجاب على بعض القطاعات تؤثر بالسب أيضا.

2/الآثار السلبية: تتمثل في:

–التحولات الاجتماعية وذلك بالاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وإعدادها لاستقبال السياح بما في ذلك فنادق القرى السياحية والمنتجعات ومراكز الترفيه؛

– انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي مما يؤدي إلى انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة؛

– التصادم الثقافي بحيث التصادم ومواجهة نتيجة التعارض والاختلاف بين الأفكار والأساليب.

المطلب الثالث: الأهمية السياسية للسياحة

للسياحة كذلك أهمية سياسية حيث تساهم في[2]:

– السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول؛

[1]– كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 90–91.

[2]– عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص27.

– النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية؛

– تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الأخر وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة، ونشر مبادئ السلام العالمي.

خلاصة الفصل:

تعد السياحة من النشاطات الاقتصادية بالغة الأهمية، التي تساهم في التنمية الاقتصادية خاصة بعد اهتمام أغلب الدول بها باعتبارها محركا ديناميكيا فعالا، وتعتبر السياحة صناعة فريدة من نوعها تتميز بخصائص تميزها عن القطاعات الأخرى.

وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية وجسر تواصل بين الشعوب والحضارات، تكمن أهمية السياحة في انعكاساتها على القطاع الاقتصادي لتأثيرها على الناتج الإجمالي المحلي وميزان المدفوعات وتوفير مناصب الشغل وتحسين مستوى المعيشة لدى الأفراد.

الفصـــــل الثانـي

التنمية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

تمهيد:

تعد السياحة من أهم القطاعات التي تسجل نمو كبير على المستوى العالمي، وذلك ما أثبتته من إضافات ايجابية ومحفزة للعديد من الاقتصاديات، مما يدفع الجزائر للتوجه نحو الاهتمام بالقطاع السياحي والنهوض به من أجل ضمان تنويع عائداتها مستقبلا خاصة أن الجزائر تمتلك مقومات طبيعية وتاريخية كبيرة والتي تجعلها وجهة سياحية ومقصد جدي للسياح.

لذلك انتهجت الجزائر سياسة جديدة فعالة لتطوير المنتوج السياحي والدخول إلى السوق السياحية الدولية وتحقيق تنمية سياحية مستدامة وتمثلت في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية (SDAT2030) وتنفيذ جميع الأجندة المتعلقة به والتي من شأنها تحقيق الأهداف المسطرة لدعم وترقية الاستثمار السياحي في الجزائر.

وقد سطرت الجزائر العديد من الأهداف المرجو تحقيقها من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتنمية العرض السياحي وكذا الطلب السياحي والاهتمام بمجال الفندقة ووكالات الأسفار لجذب السياح ولدراسة واقع السياحة في الجزائر مختلف الفرص والمعوقات التي تواجهها يجب علينا دراسة المخطط وتطبيق مراحله للوصول الى أفضل النتائج.

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى:

- المبحث الأول: مفاهيم حول التنمية السياحية .
- المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
- المبحث الثالث: معوقات وفرص التنمية السياحية في الجزائر.

المبحث الأول: مفاهيم حول التنمية السياحية

لقد زاد الوعي بأهمية السياحة كأحد الأنشطة الدائمة للتنمية الاقتصادية لذا وجب مواكبة كل التطورات في القطاعات وذلك من خلال ما يسمى بالتنمية السياحية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية

التعريف الأول: هي توفر التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل فرص عمل جديدة[1].

كما تشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب للسياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة، حيث أن التنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة، وفي أقرب مستطاع، ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة بمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

التعريف الثاني: التنمية السياحية عبارة عن خطوات وبرامج لتحقيق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية من خلال أحدث ما وصل إليه العلم من تقدم تكنولوجي مع العمل المتواصل على حماية البيئة.[2]

ومما سبق يمكن أن نعرف التنمية السياحية على أنها أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة تضع مقومات التنمية السياحية، فإذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، بحيث قدر أكبر

[1]– سمر رفقي الرجي، الإدارة السياحية الحديثة، دار الأكاديميون للنشر، عمان، الأردن، الطبعة 1، 2014، ص ص:113 –114.

[2]– ريهام سيوى السيد، أسس مناعة السياحة، دار عيداء للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة1، 2020، ص113.

عائد ويستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع. فان مفهوم التنمية السياحية يعني تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسن ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة، والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناصب جذب سياحية وسكانية في المناطق الثانية.

المطلب الثاني: أشكال وأهداف التنمية السياحية

أولا: أشكال التنمية السياحية: تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها[1]:

1- **تطوير المنتجعات السياحية:** وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

2- **القرى السياحية:** وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوي سكان المدن حباً في التغيير والبساطة ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى.

تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت المبيت والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام.

[1]- نور الدين هرمز، ثناء أبى زيد، ميساء أسير، مجلة تشيرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 28، العدد 3، سوريا، 2006، ص 22.

يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

3- **منتجعات المدن:** يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع(فنادق، استراحات، الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

4- **منتجعات العزلة:** أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله، وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

5- **السياحة الحضرية:** وهي نوع من السياحة المعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة، وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها، وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

6- **سياحة المغامرة:** وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية

والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة، ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.

7- **سياحة الرياضة البحرية**:يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب...الخ.

ثانيا: أهداف التنمية السياحية: تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي تمس عدة مجالات هي[1]:

1- المجال الاقتصادي:

- تحسين وضع ميزان المدفوعات؛
- زيادة مستوى الدخل؛
- زيادة إيرادات الدولة؛
- خلق فرص عمل جديدة.

2- المجال الاجتماعي:

- توفير تسهيلات الترفيه والاستحمام للسكان المحليين؛
- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

3- المجال البيئي:

- المحافظة على البيئة ومنع تهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

[1]- إسماعيل بوغاري، لمين نعلبسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف المركز الجامعي غرداية،27،26 فيفري 2013، ص ص: 8-9.

4- المجال السياسي والثقافي:

- نشر الثقافات وزيارة التواصل بين الشعوب؛

- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومعوقاتها

لإنجاح أي سياسة يجب الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من الإجراءات والاهتمام ببعض الجوانب وخاصة في الدول النامية، وهناك العديد من المحددات الأساسية للتنمية السياحية تتمثل أهمها فيما يلي:

أولا: محددات أساسية للنمو السياحي: تتمثل أهم المحددات فيما يلي[1]:

1- مستوى الدخل وتوزيعه: هناك علاقة مباشرة بين مستوى الدخل وطريقة الدافع للسفر السياحي، والدخل المرتفع يزيد الإنسان للسفر والترحال إلى أماكن غير موطنه، ويؤثر مستوى الدخل على الإنفاق السياحي.

2- مستويات التعليم: يؤثر مستوى التعليم على النمو السياحي سواء بالنسبة للزائر أو المضيف، فكلما زادت درجة وعي وثقافة كل من السائح والمضيف، كلما ساعد ذلك على زيادة التدفق السياحي وبالتالي نمو حقيقي في المقاصد السياحية.

3- درجة التحضر: تقاس درجة التحضر بالتسهيلات والإمكانيات الخدمية ومشروعات البنية الأساسية من طرق وكهرباء ووسائل النقل، وكذلك فهم وارتفاع مستوى ثقافة المضيف على ازدياد التدفق على المقصد السياحي.

4- الهيكل الاجتماعي: هناك علاقة بين اللوائح والقوانين الخاصة بالإجازات ودرجة النمو السياحي وزيادة عدد الرحلات السياحية الداخلية والدولية. فمع نظام سياحة الحوافز للعاملين المتميزين ازدادت حركة السياحة الداخلية والدولية فنظام الإجازات المدفوعة الأجر مع تنظيم

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص87.

المؤسسات للرحلات الجماعية للعاملين بها كل هذا يؤدي إلى النمو السياحي خصوصا في مجال السياحة الداخلية.

ثانيا: محددات أساسية للتنمية السياحية بالدول النامية: فضلا عن المحددات الأساسية للنمو السياحي، فإن هناك محددات تتعلق بأوضاع الدول النامية تتمثل فيما يلي[1]:

1- توفير التسهيلات السياحية: بغض النظر عن مشروعات البنية الأساسية والتي تعد ضرورة ملحة للقيام بأي نشاط سياحي، من شبكة طرقات وسائل اتصال وكذا خدمات ذات كفاءة وتوفير الأمن، الخ...، فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة والإطعام وخدمات النقل السياحي فيما يتعلق بالأسعار بحيث تكون جيدة من حيث النوعية والتنافسية بالمقارنة بالمناطق السياحية الأخرى.

2- الموقع الجغرافي: يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق السياحية المختلفة، يعتبر الموقع المناسب عاملا أساسيا في صناعة السياحة الناجحة، فإذا علمنا أن نفقات النقل إلى المنطقة السياحية تمثل أهمية نسبية كبيرة في نفقات الرحلة، فان الموقع بالنسبة للسائح يعتبر محددا هاما لنفقة الرحلة، إذ يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية ويتوقف نجاح الدول النامية لمواجهة مشكلة بعد المسافة على التعاون بينهما وبين شركات النقل الجوي من خلال إعطاء شركات النقل مزايا للتدخل في التسويق السياحي ووضع البرامج السياحية في مجال الرحلات الجوية أو القيام بدعم الأسعار.

3- طبيعة ومصدر الاستثمارات في السوق السياحي: نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية والمنشآت السياحية وغيرها من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي والفندقي وبالتالي تتطلب حجما كبيرا من التمويل.

ونظرا لطبيعة الاستثمارات في القطاع السياحي في الدول النامية تعتبر استثمارات ضخمة، فإن مستثمري القطاع الخاص في البلدان النامية يترددون لممارسة الاستثمار

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص88.

السياحي والفندقي، فإن بعض الدول حاولت التغلب على هذه المشكلة من خلال تقديم قروض طويلة الأجل كما أسهمت المؤسسات المالية الدولية في تقديم قروض لهذا الغرض في دول نامية كثيرة، ومن هنا فإنه يكون ملائما أن تتوخى الدول النامية تحقيق التوازن بين نوعين من الاستثمارات:

استثمارات القطاع العام واستثمارات القطاع الخاص من أجل تنمية صناعة السياحة وإنعاشها، ويمكن أن تلعب الحكومة دورا هاما في توجيه الاستثمار في القطاع السياحي وخصوصا إذا كانت السياحة تعتبر قطاعا أساسيا في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الاستثمارات المحلية والاستثمارات الأجنبية، وإذا كانت الاستثمارات الأجنبية تلقى ترحيبا من الدول النامية للحصول على رؤوس الأموال والتكنولوجيا الأجنبية فانه يجب أن يراعي في ذلك أن المشروعات السياحية الأجنبية تحصل على معظم المكاسب السياحية.

4- تقدير حوافز للمشروعات السياحية: من الضروري أن تستهدف سياسة تقدير الحوافز في الدول النامية تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية، وتتنوع صور المساعدات المالية للمستثمرين في القطاع السياحي والفندقي فيما يلي:

أ) **الإعانات:** وهي تنقسم إلى إعانات نقدية وإعانات عينية:

- **الإعانات النقدية:** وهي عبارة عن مبالغ نقدية تقدمها الحكومة للمستثمرين للمساعدة على اقامة المشروعات السياحية والفندقية في المناطق التي تستهدف تنميتها سياحيا، وتكون هذه الاعانات في شكل نسبة من التكاليف الاستثمارية.
- **الإعانات العينية:** تتمثل هذه بالنسبة للأراضي لإقامة المشروعات عليها، وتتخذ عدة أشكال، في شكل تقديم الأرض بدون مقابل أو تقديمها بأسعار منخفض، أو قد تكون في شكل حق الانتفاع لمدة معينة وبشروط مقبولة.

ب) **القروض طويلة الأجل:** يمثل هذا النوع من المساعدات أهمية خاصة في الدول النامية على اعتبار أن انشاء المشروعات السياحية يتطلب استثمارات كبيرة، وتتراوح آجال القروض من 20-25 سنة، كما يتراوح سعر الفائدة من 2% الى 3%.

ت) **الإعفاءات الضريبية والجمركية:** تقرر بعض الدول النامية إعفاءات ضريبة كاملة (ضرائب الدخل والضرائب العقارية) لمدة زمنية معينة 5-15 سنة، ومن جهة أخرى تقرر بعض الدول النامية إعفاءات جمركية على الواردات من المعدات اللازمة لإنشاء أو تجهيز المنشآت السياحية.

ث) **المساعدات الفنية:** تقوم بعض الحكومات بتقديم المساعدات الفنية إلى مستثمري القطاع الخاص من خلال مساعدتهم في دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات السياحية، وتدريب العاملين في المجال السياحي في المعاهد الخاصة من أجل رفع كفاءتهم المهنية.

5- تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية: تحاول الدول النامية جدب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المجالات السياحية وتقدم لهم حوافز متنوعة، لذلك يجب عليها أن توفر المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي وإرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي فيها.

6- الأماكن الأثرية والتاريخية: لها تأثير كبير على التطور السياحي وتعد جاذبة قوية للسياح، وتنقسم إلى نوعين:

- **مواقع أثرية تاريخية:** والتي هي مرتبطة بكل الثقافات الإنسانية كالجرش الروماني بالأردن والأهرامات بمصر....
- **مواقع أثرية خاصة:** هي ليست معروفة من طرف عامة الناس، يتجه إليها الباحثون والدارسون، تجذب في العادة نسبة متوسطة من السياح[1].

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص ص: 87-89.

ثانيا: معوقات التنمية السياحية

وتتباين المشاكل التي تتعرض السياحة وتنمية قطاع السياحة الدولية مستدام طالما أن لكل بلد مزاياه السياحية الخاصة به ومستواه التنموي وأولوياته وسياسته التنمية القومية ويكون من الممكن تلخيص هذه المشاكل من بين مشاكل أخرى على النحو التالي: [1]

- **نقص المهارة الفنية وضعف النشاط الترويجي:** على الرغم من توفر الوعي والدراية بالأهمية الاقتصادية التي تكسبها السياحية كصناعة ومالها من أثر ايجابي كمصدر لضخ العملات الأجنبية ولخلق فرص الاستخدام، فإنه في كثير من الحالات يوجد نقص في المعرفة السياحية والكوادر المتخصصة، ومما يعرقل الوضع هو غياب أو ضعف الدعاية والنشاط الترويجي للسياحة في مختلف وسائل الإعلام نتيجة لنقص نظم الاتصالات ومحدودية الخدمات التكنولوجية المتوفرة.
- **نقص البنى الأساسية السياحية:** يفتقر الكثير من بلدان المنظمة إلى البنى الأساسية اللازمة لإرساء وتطوير قطاع سياحي مستدام والتي من أهمها الفنادق وخدمات النقل والإيواء والاتصالات والاستعلامات، مما يصعب معه الإيفاء بالمعايير الدولية للمنشآت والخدمات التي يحتاجها السائح.
- **نقص الاستثمارات السياحية:** بينما يعتبر الاستثمار في الخدمات أحد النشاطات الاقتصادية الراسخة في البلدان المتقدمة، فهو لا يزال متأخر في البلدان النامية على أنه نشاط محفوف بالمخاطر. لذلك، فعلى الرغم من تمتعها بالمقومات السياحية الطبيعية، فإنه من الصعب على الكثير من البلدان الفقيرة وللبلدان الأقل نموا على أن تحصل على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية وحتى أن نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع.

[1]– نبيل دبور، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنطقة المؤتمر الإسلامي: الأفاق والتحديات مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، العدد الثالث، انقرة تركيا، 2006، ص ص:25-26.

- **غياب السياسات والاستراتيجيات السياحية المتنافسة:** لا يزال الكثير من البلدان تعاني من صعوبة في انتهاج سياسات سياحية متكاملة، ويرجع ذلك عموما إلى تضارب السياسات بين الإدارات الحكومية المعنية والوكالات السياحية الخاصة وتناقص مصالحهما، وكثيرا ما يكون هذا الوضع مصحوبا بنقص في مستوى الإدارة القوية والأطر التنظيمية والمؤسساتية في النشاط السياحي.
- **نقص التنوع السياحي:** يشهد النشاط السياحي العالمي الحديث اتجاها متزايد نحو التنوع والتغيير مما يصعب معه على الكثير من البلدان، بما فيها تلك التي لديها قطاع سياحي متقدم نسبيا، أن تواكب التغيرات السريعة والمعقدة في متطلبات السياح. ومما لاشك فيه أنه في ظل المنافسة الحادة التي تعيشها السوق السياحية العالمية وظهور مراكز سياحية جديدة، فان تهيئة الظروف من أجل قيام قطاع سياحي حديث ليس بالأمر السهل.
- **نقص الأمن السياحي:** يأتي أمن وسلامة السياح في مقدمة الأسس التي تتركز عليها أي صناعة سياحية ناجحة. لذا، فمن الواجب أن يشكل الأمن أحد الأهداف الأساسية للتخطيط والإدارة السياحية. فالمشاكل المتعلقة بأمن السائح، سواء كانت حاصلة أو متوقعة، تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف، وفي هذا السياق، فإن انتشار التوقعات السلبية وغياب الاستقرار السياسي يلعبان دورا سلبيا بالنسبة لأفاق السياحة لدى الكثير من البلدان.

المبحث الثاني: الاستراتيجية السياحية في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

تم اتباع سياسة جديدة من طرف السلطات العمومية لتحقيق مجموعة من الأهداف للقطاع السياحي المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر le schéma directeur d'aménagmement touristique (SDAT2030) سواء على المدى القريب والمتوسط والبعيد بحيث يعتبر هذا المخطط جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية (SDAT2030) وجاء هذا المخطط على ضوء تشجيع وترقية القطاع السياحي.

المطلب الأول: نظرة عامة حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحيةSDAT2030 الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية للجزائر وتعلن الدولة من خلاله:

- نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق على المدى القصير 2009 المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2030 في إطار التنمية المستدامة، قصد جعل الجزائر بلدا مستقبلا للسواح.
- تحديد أدوات انجازه وتوضيح شروط تحقيقه.

ويعتبر المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030 جزءا لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT2030 وهو العمل الذي تعلن الدولة من خلاله لجميع المتعاملين والقطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2030.[1]

أولا: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025: يمكن تعريف الاستراتيجية السياحية في الجزائر والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كالتالي:

[1] – وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم03، ص03.

- هو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين المقدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية لترقيتها إلى مصف الوجهات المميزة في المنطقة الأورو – متوسطية.
- هو حصيلة ناضجة لمسار طويل من الأبحاث، التحريات، الدراسات، المشاورات والخبرات، أنه حصيلة لتلاقح أفكار واستشارات موسعة، دارت مع المتعاملين الوطنيين والمحليين، العموميين والخواص طيلة انعقاد الجلسات

الجهوية وعملية الإثراء التي أسفرت عنها[1].

ثانيا: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030: تعتبر هذه الأهداف الركيزة الأساسية للمخطط وضمان نجاحه وهي خمسة[2]:

1) السياحة احد محركات النمو الاقتصادي:

- ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.
- تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.
- إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة امتياز ومنارة في حوض المتوسط قصد:
- المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.
- المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى (الميزات التجارية للمدفوعات وتوازنات الميزانية).

[1]– وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم04، ص02.

[2]– وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم01، ص22.

2) الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الصناعة التقليدية، الخدمات):

- النظر إلى السياحة في إطار مقاربة عرضية تشمل مختلف العوامل (النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي، التكوين) تأخذ بعين الاعتبار منطق جميع المتعاملين الخواص (الجزائريين وأيضا الأجانب) والعموميين.
- الانسجام مع إستراتيجية القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار م.و.ا (SDAT2030).

3) التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة:

يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية (اقتران الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئة).

4) تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: يقيم الاقتصاد السياحي علاقة متينة مع الإقليم، المكان المعبر عن التاريخ والتنوع الثقافي.

إنها العناصر التأسيسية للتراث الإقليمي (الإنساني، الطبيعي، المناخي، التاريخي، إلخ...) الذي يشكل صورتها، جاذبيتها، موقعها وإنتاجها.

إنه على أرض الإقليم يتحرك السائح، ينتج ويستهلك.

إنهم الفاعلون في الإقليم على تعددهم وتنوعهم (عموميين وخواص، جمعيات، إلخ...).

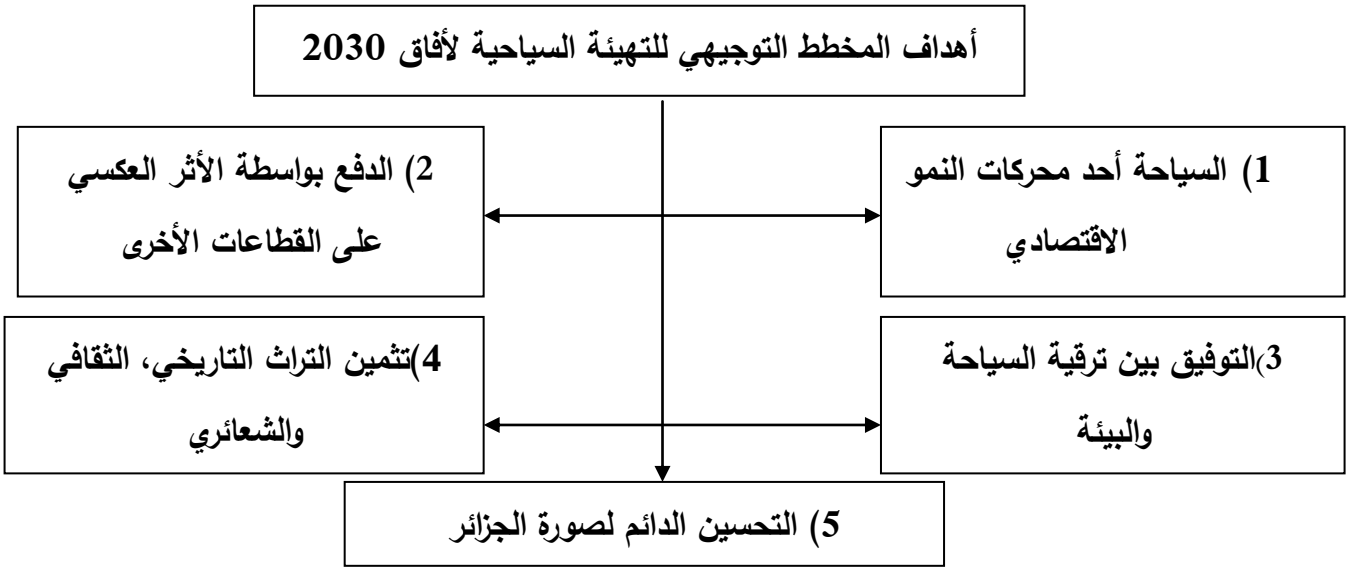
5) التحسين الدائم لصورة الجزائر:

وهي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق الجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية بما في ذلك مجموعة المواد والطاقات المتاحة والتي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.

الشكل التالي يوضح الأهداف الخمسة م.ن.ت.س SDAT2030[1].

[1]– الكتاب رقم01، مرجع سبق ذكره، ص24.

الشكل رقم (05): أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2030



المصدر: وزارة هيئة الإقليم البيئة والسياحة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، م.ت.ن.سSDAT2030 الكتاب رقم 01 ص 24.

المطلب الثاني: أجندة تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030

يمر تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030 عبر مجموعة من المراحل وتشكل ورقة الطريق، المرحلة من تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT، تحدد إطار تنفيذ، التركيبات التنظيمية، النشاطات التي يتعين القيام بها وكذلك المدة الزمنية[1].

المرحلة الأولى: وضع هيكل القيادة يتعلق الأمر بالمرحلة الأولى من المسار، ويتعين مدير الهيئة ومختلف رؤساء المهام والمكلفين المحليين بالمهام، ينظم اجتماع الانطلاق من أجل:

- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030، وتسرح أهدافه ومحتواه؛
- تنظيم المستفيدين من المتعاملين في السياحة (الجلسات الجهوية والوطنية لتنمية السياحة لأفاق 2030) ؛
- توضيح أدوار كل متدخل؛

[1]– الكتاب رقم 04، مرجع سبق ذكره، ص32.

- تحديد البرنامج التقديري لإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030؛
- تحديد طريقة سير الهيئة؛
- تخطيط اجتماعات العمل.

المرحلة الثانية: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل أعضاء الخلية للعمل حول مشروع محدد، وتحديد الطريقة العملية المناسبة.

- تعالج ضمن الورشات مختلف الإشكاليات الفروع العقارية، الهياكل المالية، فيها ما بين القطاعات، والمتعلقة بكل مشروع ذو أولوية...
- سيتم التطرق لكل مشروع، من مختلف أوجه موضوعاته والتي يمكن أن تكون، على سبيل المثال:
- "الإيواء– الإطعام".
- "تجهيزات سياحية وتسلية".
- "ترقية / اتصال".
- "طريقة التسيير".
- "مقاربة عمرانية".

اعتبار التنمية المستدامة.

قائمة غير شاملة يتعين تكييفها وفقا للمشروع.

يتوجب على الورشات أن تسمح بتحديد مخطط العمل وأولويات التدخل وكذلك الحصة العمومية في الميزانية التقديرية (طريقة الدخول، المنفعة التواصلية، الانترنت، الإضاءة العمومية، توسيع المطار...) لإنجاز المشروع.

المرحلة الثالثة: تعريف الاستراتيجية وفقا لكل قطب سياحي بناءا على ما تم تحديده في المرحلة الثانية، يتوجب على كل مكلف بمهمة محلية أن يحدد مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه، وهكذا سيبرر أولويات التدخل كما حددتها مختلف الورشات، لكل فقط تلك التي تخص القطب السياحي الذي يتولى التكفل به، وانطلاقا من هذا، يحدد المكلفون

بالمهمات، مخطط العمل لكل قطب، ويعدون رزنامة تقديرية، يرسمونها فيما بعد مع رؤساء المهمات، في إطار اجتماع عمل.

– وبهذه المناسبة، يتم تحديد مختلف الدراسات الضرورية لانجاز الأقطاب (دراسة السوق، دراسة قابلية الانجاز، دراسات التهيئة...).

المرحلة الرابعة: تتمثل في اجتماع اتصالي مع ممثلي القطاعات الأخرى، الفاعلين المحليين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع. الشروع في الدراسات، اختيار مقدمي الخدمات ومتابعة الدراسات، ووضع المرصد وأداة المتابعة وتقييم من طرف الأقطاب السبعة السياحية للامتياز "SPOET" وكذلك البحث عن المستثمرين، المراقبين والمطورين، تنظيم الفروع والمهنيين الاجتماعيين وبهذا الخصوص تمت برمجة جلسات وطنية للتنمية السياحية لأفاق 2030 مع نهاية 2007 وفي الثلاثي الأول لسنة 2008 بعنوان " إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2020 من أجل تحول الجزائر إلى بلد سياحي وتنظم على مرحلتين[1].

- جلسات جهوية في الأقطاب السياحية للامتياز SPOET، عقدت بعنابة، وهران، الجزائر العاصمة وبسكرة.
- جلسات وطنية بالجزائر العاصمة.

المرحلة الخامسة: انطلاق أول الورشات والمفاوضات الورشات الأولى، هي الورشات ذات الأولوية، لكنها الورشات التي لا تعترضها صعوبات خاصة كالعقار أو إعادة تأهيله، منها:

– تنظيم مسابقات التحكم في الأعمال؛

– اختيار مقدمي الخدمات؛

– دراسات تنفيذ؛

– انطلاق الورشات.

[1]– الكتاب رقم04، مرجع سبق ذكره، ص33.

كما يتعين على رؤساء المهام، بمجرد انطلاق الورشات الأولى، الشروع في المفاوضات الضرورية لتنفيذ المشاريع الأخرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030، (اشتراك القطاعات الأخرى، اقتناء العقار، البحث عن التمويل، دعم المرافقة، التعرف على الشركاء...).

المرحلة السادسة: وضع استراتيجية للترقية والاتصال في مرحلة أولى يتوجه الإعلام أولا إلى المغترفين (المتعامل السياحي، وكالات السعر) لاستعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر وإعطاء ضمانات بتنمية سياحية ذات نوعية، يجب أن تكون الإستراتيجية، على مراحل متتالية، (تحديد الأسواق المستهدفة، الأهداف حسب الأسواق، تعريف المنتجات الثنائية/ الأسواق/ تحديد وسائل وركائز الاتصال).

المرحلة السابعة: إطلاق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030 وذلك بضرورة دعم تجسيد مخطط نوعية السياحة، بمعرفة المؤسسات الفندقية (فنادق، مخيمات، اقامات...)، أصحاب المطاعم، الدواوين السياحية المحلية، وكالات السياحة والسفر والناقلين[1].

وتشمل عملين (مخطط نوعية السياحة) 20% من الحظيرة الفندقية (200 وحدة، مصنفة أو يعاد تصنيفها) بواسطة تنشيط الهيئات، النقابات المهنية (الاتحادية الوطنية للفندقيين، بمعية أصحاب المطاعم التي يجب إنشاؤها وتشجيعها). كما يجب أن تدعم أيضا بواسطة:

- عصرنة المؤسسات السياحية.
- التصنيف القانوني.
- مخطط التكوين.

[1]– الكتاب رقم 04، مرجع سبق ذكره، ص34.

المرحلة الثامنة: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 يجب على الحركية التي شرع فيها لانجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة، بارتكاز على مخططات العمل المحدد في المرحلتين الثانية والثالثة[1].

يتعين على هيئة القيادة عقد اجتماع كل ستة أشهر، للوقوف على درجة تقدم المشاريع وإحصاء الإختلالات، إعادة ضبط طريقة العمل الضرورية.

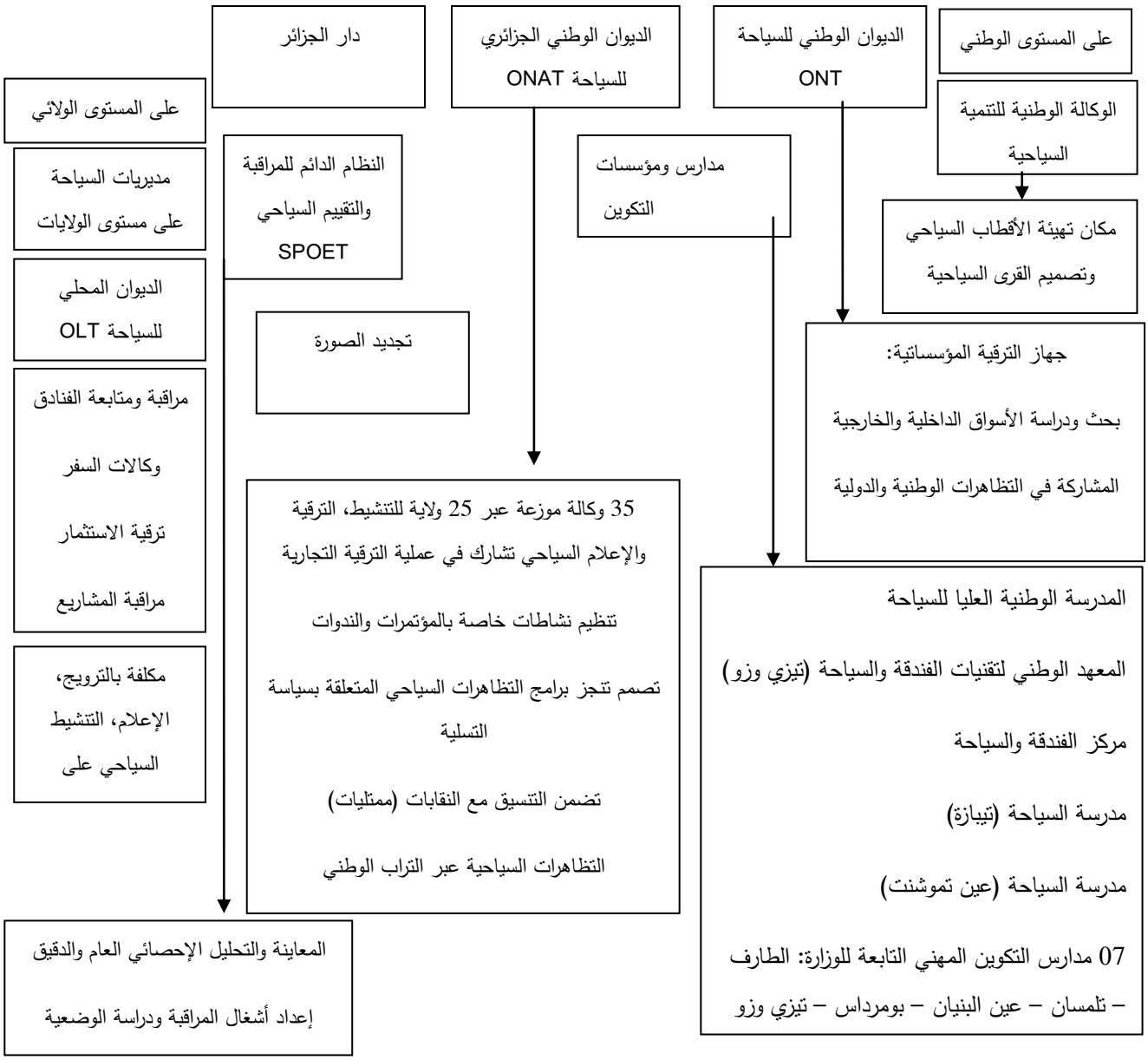
كل هذه السياسات السياحية تستدعي تنظيما وإدارة جديدة فالتنمية السياحية تمر بالفعل عبر ترقية وتأسيس إدارة سياحية جديدة تومي إلى تشجيع إقامة تفاعل يناء بين الفاعلين الرئيسيين للتنمية السياحية، وتتولى الدولة تصميم السياسة السياحية على المستوى الوطني وتقوم الجماعات المحلية بتنفيذها على المستوى الجهوي والمحلي.

هذه الإدارة مبينة في الشكل أدناه[2]:

[1]– الكتاب رقم 04، مرجع سبق ذكره، ص35.

[2]– صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص ص: 143–144.

الشكل (06): الجهاز الإداري المكلف بتنمية السياحة بالجزائر



المصدر: وزارة تهيئة الاقليم، البيئة والسياحة، الكتاب 04، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي، ص 07.

المطلب الثالث: الأقطاب السياحية للامتياز

تهدف الحركية الرامية إلى تحقيق تحول الجزائر إلى بلد سياحي إلى هيكلة أقطاب سياحية قوية للامتياز، معترف بها كنموذج من طرف السوق السياحية الدولية، ويتعين أن

تسمح هذه الأقطاب بهيكلة الإقليم الجزائري، والمساهمة بطريقة فعالة في تشكيل الصورة السياحية للجزائر، وبروز وجهة الجزائر.

فالقطب السياحي هو توليفة في فضاء جغرافي معين للقرى السياحية للامتياز (تجهيزات، إيواء، وترفيه) والأنشطة السياحية والمسارات السياحية، بالتنسيق مع مشروع للتنمية الإقليمية.

ولقد تم تقسيم سبعة أقطاب سياحية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية اعتمادا على معايير تنسيقية مع وضع مشاريع سياحية عبر مختلف هذه الأقطاب، وتتمثل في ما يلي[1]:

أولا: القطب السياحي للامتياز شمال – شرق: يتكون القطب السياحي من ستة ولايات هي: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة: ويحده من الشمال البحر المتوسط، ومن الشرق تونس، ومن الغرب ولايات سطيف وبجاية وباتنة، ومن الجنوب ولايتا أم البواقي وتونس، بحيث يمتد هذا القطب على مساحة قدرها 80347 كلم2ويحتضن عدد سكان يقدر بحوالي 3.612.000 ساكن ويشكل قطب الامتياز شمال شرق الذي يتميز بأكثر من 300 كلم من الشاطئ و 874.000 هكتار من الغابات، يعتبر نقطة الارتكاز وقاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي ذات الهيمنة الاستجمامية، وكذا قدرات كبيرة للتنمية السياحية الغابية.

1) القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال شرق:

- القدرات الاجتماعية الثقافية:
- التراث المادي والروحي.
- الصناعات التقليدية.
- القدرات الطبيعية:

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 05–10.

- الاستجمام.
- الغابات.
- الحيوانات.
- الحضائر الوطنية والمناطق المحمية.

2) أهداف القطب السياحي: يهدف إلى[1]:

- توفير لزبائن الجواز الدوليين والوطنيين منتجات استجمامية نوعية "علاج وصحة".
- الاستجابة لتطلعات زبائن الأعمال.
- اقتراح ترفيه جواري، منتجات علاج، راحة واغتراب ولهو في القطب شمال شرق.

3) المشاريع القائمة والجارية: يعرف القطب السياحي للامتياز شمال شرق حركية حضرية مر بها مختلف الأعمال التي شرع فيها في إطار برامج التنمية. ولقد تم انجاز تجهيزات هامة أو يجري انجازها:

3-1- الهياكل الكبرى القائمة:

- المطار الدولي رابح بيطاط عنابة.
- المطار الدولي العربي التبسي تبسة.
- ميناء للمسافرين (عنابة) مناءات للنزهة (سكيكدة وعنابة).
- شبكة سكك حديدية تغطي مجمل القطب:
- تتوفر المنطقة حاليا أكثر من 8500 سرير للإيواء وعلى عرض تقديري بـ 6000 سرير (فنادق خاصة في عنابة، سكيكدة، والطارف).
- تتكون الحضيرة الفندقية من 137 فندق من بينها 25 فندقا مصنفا من 1 إلى 5 درجات.
- 41 وكالة للسياحة والأسفار.

[1]- الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص17.

3-2- المشاريع الجارية:

- كهربة الخط الحديدي شرق- غرب.
- الطريق السيار شرق غرب.
- شبكة طرق مكثفة ومتنوعة.

4) الانطلاق والتحول إلى قطب سياحي للامتياز: وذلك بـ[1]:

- تفعيل الأثر الناجم عن السياحة بدفع المشاريع ذات الأولوية التي يعرفها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال انجاز:
- فنادق تابعة للشركة.
- قرى سياحية للامتياز مصممة لتلبية الطلب الدولي والوطني.

4-1- الفنادق الجديدة:

أ-الفنادق التي شرع فيها أو بصدد الانطلاق:

- فنادق الشبكة
- فنادق أكور – مهري قسنطينة ⟵ 640 سرير
- فنادق أكور – مهري قسنطينة ⟵ 320 سرير
- فنادق أكور –مهري سطيف ⟵ 320 سرير
- فنادق أكور –مهري عنابة ⟵ 320 سرير

4-2- الفنادق الفخمة:

- فندق سمارة – قسنطينة ⟵ 406 سرير
- فندق عناني – قسنطينة ⟵ 304 سرير

[1]- الكتاب رقم03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 20-21.

4-3- فنادق معيارية:

- 79 فندقا خاصا (سكيكدة، عنابة، قسنطينة، الطارف) 3566 سرير
- المجموع 5965 سرير.

5) القرى السياحية للامتياز: وذلك بجيل جديد من الفنادق خلال:

- مشروع حديقة بيئية وسياحية – حديقة دنيا – عنابة.
- مشروع القرية السياحية مسيدة– الطارف ⟵ 2240 سرير.
- مشروع القرية السياحية سيدي سالم – عنابة ⟵ 4938 سرير.

ثانيا: القطب السياحي للامتياز شمال – وسط[1]: يتميز إقليم منطقة شمال الوسط الذي يضم " الجزائر العاصمة" بموقعه المركزي وبواجهة متوسطية تمتد على مساحة 615 كلم، أي 51% من الساحل الجزائري. مساحة إجمالية تقدر بـ 33.877 كلم حيث يتمركز سكان يبلغ عددهم 11.131.000 ساكن يمثلون 31% من السكان الجزائريين بكثافة تقدر بـ 328 ساكن في الكلم2، يضاف اليهم تدفق السكان الموسميين الذي يتكونون أساسا من المصطافين بسبب الطبيعة السياحية للقطب.

ويتكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من 10 ولايات: الجزائر، تيبازة، البليدة، بومرداس، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية، ويحده من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق جيجل، سطيف وبرج بوعريريج ومن الغرب ولاية مستغانم، غليزان، تيسمسيلت ومن ولايتي المسيلة والجلفة.

ويتوفر القطب على هياكل قاعدية متطورة، تضم تجهيزات استثنائية ذات مستوى وطني ودولي.

[1]- الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص26.

1) القوى الحقيقية للقطب السياحي" شمال – وسط":[1]

أ- القدرات السياحية والطبيعية: وتتمثل في الأطلسي التلي الكبير والمهيب من الشرق إلى الغرب يصل علو قمته إلى 2.308م، (جبل جرجرة) بالإضافة إلى جبال الشريعة، ثامزغيدة، عين النسور، ثنال، ياما قوراية، تلادانا، تيكجدة، تالاغيلاف أزرو الناظور، الظهوة، زكار، الورسينس، بوزقرة، ولالا جديدة.

ب- ويشهد بعض المواقع التي تشهد على وجود الإنسان منذ الأزمنة البعيدة ويضاف إلى هذا التراث تعاقب الحضارات التي جاءت لتقيم في إقليم محلي متعدد الحقبات وذو قيمة لا تقدر. لإضافة أيضا إلى الفينيقيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون والمسلمون، العثمانيون والفرنسيون الذي تركوا أثار ومواقع ونصب تذكارية ومواقع ذات قيمة لا تقدر، وهناك أمثلة على مواقع ما قبل التاريخ والقديمة في:

- مشتى آفالو (بجاية).
- الممالك المغطاة في آيت رهونة (تيزي وزو).
- نقوش حجر في أزورا ايميازن (تيزي وزو).
- المقابر الفنيقية (المدية، تيبازة).

ويتميز إقليم القطب بثروة مؤكدة مرتبطة بالذات والعادات ويتم تثمين هذا الإرث المتعدد الأعراق بواسطة إنتاج فني في حركة أيدية، تقاليد شفافية، تكشف التاريخ والتقاليد والأساطير، تقف وراء إنتاج أدبي جد هام، وتراث موسيقي وفلكلوري غني وأصيل يبعث على الإعجاب وفيما يتعلق بالمعارف المحلية، الممثلة بإنتاج تقليدي محلي وكتنوع نوعي وأصيل. زيادة عن الزرابي ، الحلي، الفخار والخزف السلال، النحاسيات....

[1]- الكتاب رقم03، مرجع سبق ذكره، ص27.

2) الهياكل السياحية للقطب[1]: يتشكل العمود الفقري للنشاط السياحي وتتنوع الهياكل قيد الاستغلال على مستوى القطب على التالي:

-الفنادق:

الجدول رقم (04): يبين عدد الفنادق وطاقات الاستيعاب القطب السياحي شمال – وسط

الولاية	الدائمة		الفصيلة	
	العدد	طاقة الأسرة	العدد	طاقة الأسرة
الجزائر	140	17555	00	00
تيبازة	08	2654	14	6400
بومرداس	13	2645	14	6400
بجاية	69	3611	52	23553
الشلف	08	538	17	2638
تيزي وزو	43	2277	00	00
البويرة	07	580	00	00
المدية	11	531	00	00
البليدة	09	501	00	00
عين الدفلى	06	1012	00	00
المجموع	313	31952	93	41191

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم03، ص31.

ومنها فنادق شاطئية: عددها 81 مؤسسة فندقية تضم 1070 سرير لشاطئ، طوله يبلغ 615 كلم وتدفق بشري بلغ 56 مليون مصطاف في الموسم الاصطيافي 2007.

[1]- الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص31.

3) وكالات السياحة والأسفار: هناك 385 وكالة للسياحة والأسفار أي ثلث مجموع الحضيرة الحالية على المستوى الوطني، متخصصة أساسا في أنشطة الوكالات المرسلة، العاملة على مستوى القطب.

الجدول رقم (05): توزيع وكالات السياحة والأسفار حسب كل ولاية للقطب السياحي شمال – وسط

الولاية	الجزائر	تيبازة	بومرداس	بجاية	تيزي وزو	البويرة	المدية	البليدة	الشلف	عين الدفلى	المجموع
وكالات السفر	263	09	07	10	09	06	05	22	03	05	385
الدواوين المحلية للسياحة	00	06	04	01	01	01	01	00	01	07	22

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم03، ص32.

4) أهداف القطب السياحي[1]:

- تقديم لزبائن الجوار الوطنيين والدوليين منتجات (استجمامية) ذات نوعية.
- الاستجابة للتطلعات المتزايدة لزبائن الأعمال.
- اقتراح أنشطة ترفيهية جوارية للعاصميين.
- جعل تيبازة واجهة لمعرفة السياحة الجزائرية.
- الارتقاء بتيبازة الى مستوى عاصمة للهندسة السياحية المتوسطية ومخبر مفتوح.

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 34 –35.

5) المشاريع القائمة والجارية: يعرف القطب السياحي للامتياز شمال وسط حركية كبيرة تعود إلى مختلف أشكال التهيئة المينائية الجوية والحضرية الجديدة وبالفعل تم انجاز العديد من التجهيزات الهامة أو بصدد الانجاز:

أ) الهياكل الكبرى القائمة: ومنها:

- المطار الدولي الهواري بومدين، مطار بجاية والشلف.
- المحطات البحرية للجزائر، بجاية والسلف.
- طريق الجنوب.
- المحطة البرية للخروبة.
- الطريق السيار للشرق.
- عدة موانئ ومخابئ للصيد.
- تشغيل مقاطع من الطريق السريع.
- نوادي للرياضة المائية وحدائق للتسلية.
- العديد من الفنادق " سويفتا –الماركير، مؤسسة التسيير الفندقي الأوراس، نزل السفير، هيلتون".

ب) المشاريع الجارية: وتتمثل في:

- عدة مشاريع فنادق وتجهيزات للترفيه.
- طريق الساحل.
- انجاز الطريق السيار شرق غرب.
- كهربة خط السكة الحديدية شرق غرب.
- تهيئة ميناء الجزائر، الجميلة، زموري، رأس جنات، تيبازة، تنس.
- المشروع الضخم للمحطة الكهربائية بحجرة النوس في تيبازة، سيدي عبد الله، بورينان، العفرون...

6) الانطلاق والتحول الى قطب سياحي للامتياز شمال – وسط من خلال مشاريع أولية للاستثمار:

يتم تفعيل الأثر الناجم عن السياحة تحت دفع المشاريع ذات الأولوية التي يعرفها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT" من خلال انجاز[1]:

- فنادق الشبكة.
- قرى سياحية للامتياز مصممة وفقا للطلب الدولي والوطني.

6-1- الفنادق الجديدة: فنادق تم الشروع فيها أو بصدد الانطلاق.

أ) فنادق الشبكة:

- فنادق ماربوت بقصر الصنوبر ⟵ 394 سرير
- فنادق ايبيس مهري باب الزوار ⟵ 231 سرير
- فنادق هيلتون (توسعة) المحمدية ⟵ 322 سرير
- فنادق أكور مهري باب الزوار ⟵ 230 سرير
- نزل ايبليس مهر الجزائر آغا ⟵ 240 سرير
- فنادق نوفوتل مهري الجزائر آغا ⟵ 360 سرير

ب) الفنادق الفخمة:

- فندق لافيدر بئر خادم (LAFIDER) ⟵ 274 سرير
- فندق تروس (TRUST) باب الزوار ⟵ 250 سرير

ت) فنادق معيارية:

41 فندقا خاصا (الجزائر، بومرداس، البليدة، تيبازة): ⟵ 8655 سرير.

7) القرى السياحية للامتياز: وذلك من خلال:

- القرية السياحية فوروم بالجزائر، موريني1 – الجزائر ⟵ 2004 سرير.

[1]- الكتاب رقم03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 44-56.

- القرية السياحية الساحل – الجزائر ⟵ 460 سرير.
- القرية السياحية سيدي فرج – الجزائر ⟵ 360 سرير.
- القرية السياحية زرالدة غرب – الجزائر ⟵ 6885 سرير.
- القرية السياحية عين الشرب – عين طاية –الجزائر ⟵ 5985 سرير.
- القرية السياحية العقيد عباس – تيبازة ⟵ 1240 سرير.
- القرية السياحية واد بلاح يزاري– تيبازة ⟵ 1426 سرير.
- القرية السياحية الصغيرات – بومرداس ⟵ 2697 سرير.
- مشروع MEDISEAبودواو البحري – بومرداس ⟵ 17510 سرير.
- مشروع حدائق دنيا – الجزائر.

ثالثا: القطب السياحي للامتياز شمال – غرب[1]: يتكون القطب السياحي للامتياز شمال غرب من سبع ولايات: وهران، عين تموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر سيدي بلعباس وغليزان. ويحده من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولاية الشلف ومن الغرب المغرب ومن الجنوب ولاية تيارت، سعيدة والنعامة ويقع من حيث موقعه الاستراتيجي الهام على بعد أقل من ساعتين من السوق الرئيسية الموفدة للسواح أوروبا (اسبانيا) بحيث تبلغ مساحة هذا القطب 35.000 كلم2 (6.000.000 ساكن)، وهو قطب موجه أساسا لكي يصبح وجهة مفضلة في الخريطة السياحية لبلدنا وأداء دور كبير في ترقية وجهة "الجزائر".

1) **القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال غرب:** يتضمن:

الصناعة التقليدية: كاللباس التقليدي، الجلود، الفخار، صناعة السروج، الزرابي...

الهياكل السياحية للقطب: يتوفر هذا القطب على حظيرة فندقية من جميع الفئات بـ 269 فندقا بطاقة استيعاب في حدود 22000 سرير أي 26% من الحضيرة الفندقية الوطنية من

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 60–64.

بينها 196 بطاقة إيواء في حدود 18000 سرير تقع في منطقة الساحل. بينما يتواجد 5000 سرير من مجموع 22000 بإمكانها الاستجابة لحاجيات السياحة ذات نوعية عالية. ومن جهة أخرى تكتفي الـ 112 وكالة للسياحة والأسفار (ATV) التي يتواجد 54 منها على مستوى عاصمة القطب و13 ديوانا محليا للسياحة.

الطبعة الرئيسية: وذلك بسياسة الاستجمام موجهة للزبائن الدوليين وفقا لقدراتها بحيث يحتوي القطب السياحي شمال غرب على ساحل استثنائي يمتد على طول 400 كلم من الشواطئ.

2) **أهداف القطب السياحي للامتياز:** يهدف إلى:

- تمكين الزبائن من الجوار الدولي والوطني من منتجات "استجمامية" ذات نوعية.
- الاستجابة لتطلعات زبائن الأعمال في نمو متزايد.
- اقتراح ترفيه جواري، منتجات علاج وراحة واغتراب وتسلية في المنطقة شمال غرب.

3) **المشاريع القائمة والجارية بالقطب السياحي**[1]: يعرف قطب الامتياز شمال – غرب حركية حضرية من جراء مختلف أعمال التهيئة، بحيث تمحورت المشاريع الجارية على (كهربة خط السكة الحديدية شرق – غرب، الطريق العريض لوهران على مسافة 22 كلم والطريق السريع وهران، عين تموشنت) بالإضافة إلى العديد من المشاريع السياحية (كصيانة وترقية جزر حبيباس (وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، قرى الامتياز السياحي، مشاريع كبرى للاستثمارات السياحية قيد الإنضاج...).

4) الانطلاق والتحول إلى قطب سياحي للامتياز شمال – غرب خلال المشاريع استثمارات ذات الأولوية:

وذلك بتفعيل أثر السياحة بدفع المشاريع ذات الأولوية المتضمنة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال انجاز:

- انجاز فنادق الشبكة.

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 65–71.

- قرى سياحية للامتياز مصممة وفقا لمتطلبات الزبائن الدوليين والطلب الوطني.

5) القرى السياحية للامتياز "جيل جديد من الفنادق":

مشروع: حدائق ايكولوجية وسياحية، حديقة دنيا وهران.

مشروع: الحلم السياحي مداغ– وهران.

مشروع: قرية هيليوسكريشتل– وهران وذلك بـ ⟵ 220 سرير.

مشروع: القرية السياحية موسكادردا– تلمسان بـ ⟵ 720 سرير.

رابعا: القطب السياحي للامتياز [1]"جنوب– شرق الواحات": يتكون القطب السياحي للامتياز "جنوب شرق" "الواحات" من ثلاث ولايات هي: غرداية، بسكرة والواد، ويحده من الشمال: الأغواط، المسيلة، باتنة، خنشلة وتبسة ومن الشرق ليبيا ومن الغرب: أدرار والبيض ومن الجنوب ولايتا ايليزي وتمنراست، يمتد على مساحة 160000 كلم2، له مناخ من النوع القاري، بارد في الشتاء وحار في الصيف مع تماطر ضعيف ويحتضن سكان يقدر عددهم بـ 1.5 مليون ساكن ومن جهة أخرى تعتبر غرداية بمثابة قطب كبير وبوابة الدخول للصحراء.

1) القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز[2]: يعتبر القطب السياحي للامتياز جنوب – شرق قطب سياحي ذو بعد عالمي، كما له مجموعة من المناظر الصحراوية والواحات، فيما يلي بعض المؤهلات السياحية:

وادي مزاي (غرداية): عادات وتقاليد ميزابية، الهندسة المعمارية المحلية، المواقع التاريخية الدينية، محطات للحمامات المعدنية بالقرارة وبالريان.

الزيبان: تراث تاريخي روماني (بسكرة) وعربي إسلامي (ضريح الصحابي عقبة بن نافع)، محطات للحمامات المعدنية (حمام الصالحين).

واد سوف: نخيل الغوط، الصناعة التقليدية، مناظر طبيعية، مدينة الألف قبة "واد سوف".

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص76.

[2]– صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص152.

ويتوفر القطب على مؤهلات ثقافية وشعائر تعود إلى ألاف السنين ترسم تاريخ الإنسان الصحراوي من خلال النقوش والرسوم الحجرية وكذا طريقة الحياة الصحراوية.

2) أهداف القطب السياحي للامتياز[1]:

- تقديم لزبائن الجوار الدوليين والوطنيين مواد "العلاج".
- الاستجابة لتطلعات زبائن الأعمال.
- اقتراح ترفيه جواري، منتجات علاج، راحة واغتراب وتسلية في منطقة الجنوب الشرقي.

3) المشاريع القائمة والجارية بالقطب السياحي: يعرف قطب الامتياز السياحي "جنوب شرق" حركية حضرية بسبب مختلف أعمال التهيئة وتم انجاز تجهيزات هامة وأخرى بصدد الانجاز: التجهيزات الكبرى الموجودة، مطاران دوليان (بسكرة وغرداية) بالإضافة إلى مطار الواد وإقامة الطريق العابرة للصحراء وقصور ميزاب.

4) الانطلاق والتحول السياحي لقطب الامتياز السياحي "جنوب – شرق" من خلال مشاريع استثمارية ذات أولوية: وذلك بتفعيل الأثر الرجعي للسياحة بدفع مشاريع ذات أولوية محددة من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال انجاز فنادق الشبكة، والطلب الدولي والطلب الوطني.

- الفنادق الجديدة: 26 فندقا خاصا (غرداية، بسكرة، الواد) ⟵ 2092 سرير.

خامسا: القطب السياحي للامتياز "جنوب– غرب"[2] توات القرارة: يتكون القطب السياحي للامتياز "جنوب غرب" توات القرارة طريق القصور من ولايتين هما: أدرار، بشار ويحده من الشمال النعامة والبيض ومن الشرق تمنراست وغرداية ومن الغرب المغرب وتندوف ومن الجنوب النيجر وموريتانيا.

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص:81–84.

[2]– الكتاب رقم 03، مرجع نفسه، ص ص: 87–92.

ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر بـ 603.000 كلم2 ويضم سكان يقدر عددهم 900.000 ساكن وهو قطب ارثي ذو بعد عالمي وفضاء جديد نشيط يستدعي الدعم.

1) القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز "جنوب – غرب": يتكون من مؤهلات سياحية كالنقوش الحجرية في مناطق تاغيت وتوات وقصور وقرى محصنة في الأطلس الصحراوي بالإضافة إلى مواد حجرية وأضرحة لما قبل ظهور الإسلام، قبور وشواهد جنائزية بحيث ترك الحضارة الإسلامية تأثيرا في العمران ونمط الحياة والفنون الشعبية في الصحراء.

2) أهداف القطب السياحي: تتمثل في:

- منطقة تتميز بتجمعات جغرافية كبيرة مثل عرق الشاش، العرق الغربي الكبير وجرف تانزروفت.
- وضعية إستراتيجية جذابة "جنوب غرب".
- بوابة نحو إفريقيا.
- ربط بين إفريقيا السمراء وإفريقيا الشمالية.
- الطريق الوطني رقم 6 (محور مهيكل للجزائر... الخ).

3) المشاريع القائمة والجارية للقطب السياحي: وتتمثل فيما يلي:

- تعتبر توات القرارة قطب من القصور والقصبات بامتياز، هناك مالا يقل عن 300 موقع إنساني يشهد عن تاريخ قوي وقديم.
- ثلاثة مطارات: القرارة (تيميمون) شيع سيدي محمد بن لكبير (أدرار) وبرج باجي مختار.
- فنادق توات 120 سرير بأدرار والقرارة 192 سرير بتيميمون ومركب البستان (مرقان 60 غرفة على بعد 15 كلم من أدرار.

أما بخصوص المشاريع الجارية:

- مشروع برنامج الامم للتنمية (PNUD).
- شبكات سياحية وموضوعاتية.

- جرد التراث الروحي الصحراوي.
- هياكل قاعدية وإعادة الاعتبار للسكنات التقليدية.

4) الانطلاق والتحول إلى قطب سياحي "جنوب – غرب[1]" من خلال مشاريع ذات أولوية:

- تفعيل الأثر الناجم عن التحول السياحي بدفع من المشاريع ذات الأولوية التي تم تعريفها من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عبر انجاز:
- فنادق الشبكة.
- قرى سياحية للامتياز مصممة وفقا للطلب الدولي والطلب الوطني.

أ) الفنادق الجديدة الفخمة:

- فندق رياض ماسين أدرار ⟵ 100 سرير.
- فندق قصر ماسين أدرار ⟵ 96 سرير.

فنادق معيارية: 41 فندقا خاصا (أدرار، بشار، البيض، النعامة) ⟵ 1317 سرير.

5) القرى السياحية للامتياز:

مشروع: قرية قصر ماسين، تيميمون، أدرار ⟵ 912 سرير.

سادسا: القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (طاسيلي ناجر)[2]: يقع القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "طاسيلي الناجر" ولاية ايليزي ويحده شمالا ورقلة وغرداية ومن الشرق ليبيا وغربا تمنراست وجنوبا النيجر ومالي، وتمثل ثرواته الطبيعية، الثقافية والاثرية ثلاث مؤهلات يمكنها أن تتيح تنميته المستقبلية. وتتضمن الفضاءات الكبرى لقطب الامتياز هذا، ملاجئ للنقوش الصخرية ذات قيمة تاريخية عالية، ويمتد على مساحة تقدر بحوالي 284618 كلم2 ويحتضن حوالي 40.000 ساكن، ويعتبر الطاسيلي ناجر قطب تراثي ذو بعد عالمي.

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 93–95.

[2]– الكتاب رقم 03، مرجع نفسه، ص ص: 98– 99.

1) **القوى الحقيقية لقطب سياحي للامتياز الجنوب الكبير "طاسيلي ناجر"**: يعد بمثابة حضيرة صحراوية ومن بين هذه المواقع ذات الأهمية السياحية الغنية والمتنوعة (ثامريت، سفار، كسيوان، واد حرير الخ...) بالإضافة إلى التراث الروحي كالأعياد (عيد طاسيلي، عيد سيدي علي بن نوي، عيد تافسيت...) وتعتبر شبكة هامة من الهياكل المنائية الجوية (مطار جانت، ايليزي وعين أم ناس) وشبكة طرق موجودة وأخرى جاز انجازها أو مبرمجة.

2) **المشاريع الجارية**[1]: من المشاريع الذي أخذها قطب الجنوب الكبير "طاسيلي ناجر" بعين الاعتبار.

- سيقدم 1600 سرير المنتظر في منطقة التوسع السياحي رفاهية ذات درجة عالمية لكل في شكل خيم، أكواخ مخيمات وبنايات مشيدة بمواد بناء محلية تنسجم مع الهندسة المعمارية المحلية.
- بناء ثلاثة فنادق من نوع "موتيل" من 30 غرفة أي ما يعادل 300 سرير.
- انجاز خمسة مخيمات من نوع "زربية" اهرير، أهرهار، واد مهرو (250 سرير).
- إنشاء "دار الطاسيلي ناجر" شباك وحيد للسياحة والثقافة تجمع مصالح مديرية السياحة، الديوان الوطني لترقية السياحة والوكالة الوطنية لترقية السياحة، يجب بناؤها بصفة يمكن رؤيتها واستعمالها كاستقبال مركزي وبوابة للدخول.

3) **الانطلاق وبداية التحول السياحي للامتياز للجنوب الكبير "طاسيلي ناجر" من خلال مشاريع استثمار ذات أولوية:** شهدت فنادق قليلة:

أ) **فنادق فخمة:** فندق ملتقى الأجانب ⟵ 150 سرير

المجموع ⟵ 150 سرير

[1]– الكتاب رقم 03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 101–103.

سابعا: القطب السياحي المتميز للجنوب الكبير "الأهقار"[1]: يتمحور القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "الأهقار" حول تمنراست بحيث يمكن اعتباره قطب استراتيجي وذي قيمة عالية في ميدان التنمية السياحية. ويمتد على مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم2 من الاقليم الوطني ويقطن به حوالي 137.175 ساكن ويحده من الشمال ورقلة، غرداية وايليزي من الشرق، ومن الغرب أدرار والنيجر ومالي من الجنوب.

1) القوى الحقيقية للقطب السياحي للجنوب الكبير: يتميز القطب بمرتفعات جبلية حجرية "بازلتية" تنتمي إلى القاعدة الإفريقية وهضبة مغطاة بالبلاط الحجري، يتميز طاسيلي الأهقار في الجزء الجنوبي بمناخه المصغر (غطاء نباتي، قلتات وبقايا نبات).

ويوجد به مناطق كبرى كجبل الهقار، تفيدست أدرار، آهنت بالإضافة إلى مواقع للنقوش الحجرية والمناظر الطبيعية، حيوانات، نباتات والأعياد (عيد الأهقار).

2) الانطلاق والتحول إلى قطب سياحي للامتياز للجنوب الكبير: وفي هذا القطب أطلقت فنادق خاصة (تمنراست) ⟵ 255 سرير.

المجموع ⟵ 255 سرير.

الجدول رقم (06)[2]: توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق (2030):

القطب السياحي	عدد المشاريع
القطب السياحي المتميز شمال – شرق	23
القطب السياحي المتميز شمال – وسط	32
القطب السياحي المتميز شمال – غرب	18
القطب السياحي المتميز جنوب– شرق	4

[1]– الكتاب رقم03، مرجع سبق ذكره، ص ص: 107– 108.

[2]– صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص156.

القطب السياحي المتميز جنوب –غرب	2
القطب السياحي المتميز الكبير (الطاسيلي)	1
القطب السياحي المتميز الجنوب الكبير (الهقار)	0
المجموع	**80**

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم05، ص06.

من خلال المعطيات المدرجة في الجدول نلاحظ أن صناع القرار (الفاعلين) في المجال السياحي قد أهمل وبدرجة كبيرة التنمية السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 بالأقطاب السياحية التي تنتمي للقسم الجنوبي للبلاد، حيث نجد أن المشاريع التي خصصت في الأقاليم الأربعة للقسم الجنوبي 07 مشاريع فقط أي بنسبة 8.75% من مجموع المشاريع بالرغم مما تزخر به هذه الأخيرة من مؤهلات سياحية كبيرة لا تقل أهمية عن السياحة الساحلية، أما الأقطاب السياحية بالشمال نلاحظ أن الإستراتيجية السياحية بالجزائر ركزت بشكل كبير عليها، إذ نجد بها أغلب المشاريع 73 مشروع أي بنسبة 91.25%.

المبحث الثالث: معوقات وفرص التنمية السياحية في الجزائر

المطلب الأول: معوقات التنمية في الجزائر

إن التنمية السياحية في الجزائر تقف في استمرارها وتطورها عدة مشاكل، لذا وجب التعرف عليها من أجل العمل على حلها والحد منها، وأهم معوقات التنمية السياحية في الجزائر ما يلي[1]:

1- **الافتقاد إلى الوعي السياحي:** لما كان للسياحة دور هام في تطوير وتنمية الاقتصاد الوطني وجب أن تكون محل اهتمام من طرف جميع الأطراف في الدولة، سواء بالحومة أو الجمعيات والمجتمع المدني والمواطن على حد سواء، فعملية إيقاظ الوعي بحقيقة أهمية القطاع السياحي هي قضية وطنية غير أنها غائبة حاليا على مستوى صانع القرار السياسي والاقتصادي وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى النقاط التالية:

- عدم وجود دراسات على مستوى الوزارة المكلفة بالسياحة تبين بصفة دقيقة الأجهزة المسؤولة عن التوعية السياحية قصد تحميلها المسؤولية ومدها بالإمكانيات اللازمة لتأدية مهامها؛
- عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر، إذ أنه ليس هناك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية و المؤسسات السياحية الأخرى؛
- ويبقى أهم عنصر فاقد للوعي السياحي في الجزائر هو المواطن، حيث تفتقد حقيقة على إدراك الأهمية السياحية لبلدنا ومدى الإمكانيات المتوفرة التي تجعل السياحة مورد حقيقي يغنينا عن ارتفاع وانخفاض أسعار المحروقات، وهو ما يتطلب إنشاء مدارس ومعاهد خاصة بالسياحة فضلا على إبراز أهمية التنمية السياحية في المناهج الربوية قصد غرسها في وجدان مواطنينا منذ الصغر.

[1]- إسماعيل بوغاري، لمين نعلبسية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 15-16.

2- عدم الاستقرار على مستوى تسيير وهيكلة القطاع: وتقصد به عدم استقرار تسيير القطاع السياحي في الجزائر فهو يراوح مكانة منذ الاستقلال ما عدا الفترة الوجيزة التي استقلت فيها السياحة بوزارة خاصة فان اغلب الفترات كان تسيير قطاع السياحة موكل إلى قطاعات وزارية أخرى، وان كان ذلك من حيث المبدأ ليس عائقا أمام التنمية السياحية، غير أن عدم الاستقرار التنظيمي من شأنه أن يبعثر الجهود المبذولة لتنمية القطاع فضلا على الدلالة بأن السياحة قطاع ثانوي.

ويدخل ضمن عدم الاستقرار كذلك عدم تحديد مهام الوزارة المكلفة بالسياحة وتضاربها مع وزارات أخرى كوزارة الثقافة ووزارة الشؤون الدينية والأوقاف، إذ تسيير بعض المواقع الثقافية والدينية ذات الطابع يختلف نوع من التضارب بين الوزارات المذكورة.

3- نقص المرافق المنشآت القاعدية للقطاع السياحي: الاهتمام المتأخر بتنمية السياحة في الجزائر جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للسياحة سيما منها طاقة الإيواء، ويتجلى ذلك في النقاط التالية:

- عدم وجود طرق سريعة تربط الجهات الأربعة للجزائر ببعضها، ما عدا مشروع الطريق السيار شرق – غرب، فالطرق الأخرى ذات نوعية لا تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي؛
- نقص في وسائل الاتصال والمواصلات فالمطارات الجزائرية لازالت لمتواكب التطور العالمي في هذا المجال وأسعار النقل الجوي لا تشجع على السياحة سيما السياحة الداخلية؛
- افتقار تام لربط المواقع السياحية والأثرية ببعضها البعض مما يمكن السائح من زيارتها بسهولة؛
- التلوث الكبير الذي تعاني منه أغلب شواطئ الجزائر فضلا على الإهمال الذي تعرفه خلال فصل الاصطياف؛

- صعوبة الاستثمار في القطاع السياحي لما يتطلب من رؤوس أموال كبيرة فضلا على عدم مرونته بحيث لا يمكن تحويل النشاط السياحي في حالة الركود أو الإفلاس إلى نشاط آخر.

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

5- الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر: لا شك أن الظروف الأمنية للبلدان السياحية تلعب الدور الرئيسي في التنمية السياحية، إذا لا يمكن لبلد ما أن يكون محل استقطاب سياحي وفي نفس الوقت يعرف اضطرابات أمنية تعيق تحرك السياح داخله، والجزائر عرفت في عشرية التسعينات ظروف أمنية جعلت القطاع السياحي يدفع الثمن فقد كانت سنة 1995 أضعف سنة من حيث عدد السواح إذ بلغ 519.576 سائح وهو ثاني أضعف عدد منذ سنة 1967 حيث كان آنذاك 497.900 سائح.

6- الافتقاد إلى سياسة تسويقية فعالة: دون وضع تخطيط الإستراتيجية تسويقية فعالة تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي لا يمكن الإعتماد على العمل الإداري لتسويق المنتج السياحي الجزائري، إذ لا بد من استخدام الوسائل الحديثة ومنها التسويق السياحي بما يمكننا من إبراز المقومات السياحية الجزائرية واستقطاب جيد للسياح، غياب سياسة فعالة أعلق التنمية المستدامة للسياحة.

زيادة على هذه النقاط توجد عوائق أخرى أمام تنمية السياحة كالتلوث ونقص رؤوس الأموال المستثمرة في المجال السياحي.

المطلب الثاني: فرص التنمية السياحية في الجزائر

تمتلك الجزائر فرص سياحية ملموسة لمواجهة وبدون صعوبة صناعة تنمية صناعة سياحية مستدامة، وهذا ما يسعى إليه كل مستثمر إذا ما استعملت بصفة عقلانية ورشيدة ستصبح قطاعا عالميا من بينها[1]:

- تواجدها من مقربة كبير من الأسواق الأوروبية المصدرة، إفريقيا؛
- الانضمام لمنظمة التجارة العالمية واعتبارها منطقة تبادل مع الاتحاد الأوروبي في 2010؛
- ثروات طبيعية وتاريخية مميزة وكذلك تعدد وتنوع مناطق الجزائر ومناظرها المختلفة مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية خاصة المنتوج الصحراوي الذي يعتبر الأكثر جذبا للسواح الأجانب؛
- وجود نسيج صناعي كثيف قادر على إنشاء سياحة أعمال كبداية لسياحة استجمام واسترخاء على مستوى عال؛
- اعتبار قطاع السياحة من طرف الدولة قطاع له أولوية مما سيضمن مزايا وضمانات هامة؛
- وجود بنية تحتية سياحية، بالرغم من أنها ضعيفة إلا أنها سمحت بمعرفة العالم السياحي ومتطلباته؛
- إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحية التي تهتم بالتحكم والتسيير وتهيئة واقتناء العقار السياحي، وتخصيص الأراضي الموجهة للاستثمار السياحي داخل مناطق التوسع السياحي ومن اجل توجيه ومساعدة المستثمرين؛
- مجتمع لغات وقدر مع التواجد الوطني بالخارج مع المجتمعات الأخرى التي ساهمت في ماضينا وهو يظهر بذلك كعامل أساسي لاستقطاب النفقات السياحية العالمية، فقرب

[1]– سي محمد نادية، الاستثمار الاجنبي المباشر ودوره في تنمية القطاع السياحي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة الجزائر 03، 2012– 2013، ص ص: 198– 199.

الجزائريين من الأسواق واعتبارها مجتمع لغات هما عاملان أساسيان ومحددان للتدفقات السياحية ينبغي أن يكونا متكاملان من اجل إستراتيجية القطاع؛

- فرص الاستفادة من دروس التنمية السياحية التي قامت بها الدول الأخرى أو بالأحرى الدول المجاورة كتونس والمغرب في مجال الخوصصة، فمؤسسات القطاع السياحي معروضة للخوصصة لمستثمرين محليين وأجانب بأشكال مختلفة من خلال تسليم الإدارة للقطاع الخاص أو من خلال الشراكة مع مؤسسة أجنبية؛
- وجود موضوعات ثقافية تستقطب مجتمعات واسعة في العالم كمقابر وأضرحة الأولياء "**SAINTAUGUSTIN**" في عنابة للكاثوليكيين دول البحر الأبيض المتوسط، " سيدي تيجاني الأبيض سيد الشيخ" المجتمعات التيجانيين لدول غرب إفريقيا، "سيدي بومدين" في تلمسان للصوفيين، غرداية ومناشدتها بمجتمعات "ايادين" **(IBADITS)**ميغلي في تيموكين **(MEGHILLATIMOKIN)** في ولاية ادرار ومناشدتها بسياسات ومجتمعات في شمال إفريقيا.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق نرى أن الجزائر أولت أهمية إلى التنمية السياحية، والتي هي عبارة عن طرق وأساليب للنهوض بالقطاع السياحي من خلال عدة أشكال لها، ولا شك أن الجزائر واجهت في هذا عدة عراقيل ومشاكل مما دفعها لاتخاذ المخطط التوجيهي للسياحة لآفاق 2030 كاستراتيجية لتحقيق تنمية سياحية، حيث نص هذا المخطط على تقسيم الجزائر إلى سبعة أقطاب لكل قطب إجراءات خاصة حسب مقومات كل منهم.

وتطرقنا كذلك لأجندة تنفيذ هذا المخطط على أرض الواقع حيث أنه واجه معوقات عرقلت سير التنمية السياحية للجزائر، لذلك وجب على الجزائر الاهتمام بقطاع السياحة لأنه مورد اقتصادي هام وذلك باستغلال كل فرص التنمية السياحية أحسن استغلال.

الفصـــــل الثالث

دراسة تقييمية لمساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني في ظل الاستراتيجية السياحية

تمهيد

لقد تطور مفهوم السياحة من ظاهرة إنسانية وثقافية ونشاط اجتماعي إلى صناعة حقيقية قائمة بذاتها، وبذلك أصبح هذا القطاع يلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية من خلال خلق مناصب شغل، كما له دور في سد عجز ميزان المدفوعات، إضافة إلى دوره في تنشيط وتفعيل الاستثمار وبذلك تطوير وتنمية المناطق السياحية، وباعتبار الجزائر من الدول التي تتوفر على مجموعة من المقومات الطبيعية والجغرافية، التاريخية والأثرية الهامة، ومن هذا المنطق حرصت على إعداد استراتيجية وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف إلى تفعيل أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، ومحاولة الرفع من نسبة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وفي هذا الفصل سنتناول دراسة تقييمية لمساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني في ظل الاستراتيجية السياحية.

لقد تناولنا في هذا الفصل ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر.

المبحث الثاني: الطلب السياحي ونموه في الجزائر.

المبحث الثالث: آثار السياحة على الاقتصاد الوطني.

المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر

من المعروف أن الجزائر بلد يتمتع بالمساحة الشاسعة، ذلك ما أدى إلى تنوع المقومات السياحية فيها، نظرا لتنوع المناخ فيها وتنوع التضاريس وكذلك تنوع الثقافات والمقومات التاريخية والثقافية والطبيعية وكذلك إمكانيات الاستغلال السياحية في الجزائر.

المطلب الأول: الإمكانيات السياحية الطبيعية

يميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها ثلاثة أنواع من المناخ منها البحر الأبيض المتوسط ويشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية تقدر بـ: 18 درجة مئوية من أفريل إلى شهر أكتوبر، وتبلغ ذروتها خلال شهري جويلية وأوت حيث تصل إلى 30°، بالإضافة إلى المناخ الشبه الجاف الذي يشمل مناطق الهضاب العليا ويتميز بفصل بارد طويل وأحيانا رطب، إذ يمتد من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، حيث يسجل درجات حرارة معدومة وأحيانا تحت الصفر في بعض المناطق، أما بقية الأشهر فتتميز بالحرارة والجفاف بدرجات تتجاوز 30° مئوية، وفي الأخير المناخ الصحراوي الذي يغطي مناطق واسعة من الجزائر، يتميز بأمطار قليلة وغير منتظمة، تقل عن 200 ملم/سنة وجو جاف، وحرارة مرتفعة تصل أحيانا إلى أكثر من 40°م[1].

ومن جهة أخرى تمتلك الجزائر مقومات أخرى نذكر منها:

1- الشريط الساحلي: يمتد على 1200 كلم وهو عبارة عن شواطئ رملية تتوزع على المدن الرئيسية للجزائر ويصل عدد البلديات الساحلية إلى 420 بلدية، يمكن أن تعتبر لوحدها أساسا لقيام السياحة الشاطئية ومن أهمها:

الجزائر العاصمة، تيبازة، القالة، عنابة، سكيكدة، بجاية، جيجل، وهران ...الخ[2].

---

[1]- حبال سهيلة، نور الدين حاروش، مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة آفاق علمية، العدد2، المجلد11، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2019، ص ص: 277-279.

[2]- جغرافيا الجزائر متاح على الخط www.encyeducation.com تاريخ الاطلاع 15 أفريل 2023.

2- المناطق الجبلية: تتمثل أساسا في سلسلة الأطلس التلي التي تمتد من الشرق إلى الغرب، بحيث تمتاز بمناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف ومن أهمها: مغارات أوقاس بجاية والمغارات العجيبة بجيجل وغيرها.

3- الحظائر والمحميات الطبيعية: أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي وتعتبر مناطق جذب سياحي يوجد منها 8 في الشمال وهي: حظيرة جرجرة تتربع على مساحة 18850 هكتار، حظيرة القالة تتربع على حوالي 77 ألف هكتار، حظيرة ثنية الحد توجد بولاية تيسمسيلت تتربع على مساحة 3425 هكتار، حظيرة بلزمة توجد بولاية باتنة تتربع على مساحة 60 ألف هكتار، حظيرة تازا تمتد على مساحة 3807 هكتار، حظيرة الشريعة تتربع على مساحة 27 ألف هكتار، حظيرة قورايا ببجاية تحتوي على 75 نوعا نباتيا و220 نوعا حيوانيا توجد بها اعلى قمة تبلغ 1627، حظيرة تلمسان تتربع على مساحة 8225 هكتار، وواحدة في الهضاب وهي حظيرة الهضاب، أو حظيرة جبل عيسى تتربع على مساحة 24500 هكتار، وحظيرتين في الصحراء وهما حظيرة الهقار تقع في أقصى الجنوب بمساحة تقدر بـ: 450000كلم^2، حظيرة طاسيلي ناجر تمتد على مساحة 80000 كلم^2.[1]

4- الحمامات المعدنية: تشتهر الجزائر بمواقع حموية تتوزع على مختلف ولايات الوطن تصل شهرتها إلى الخارج إلا أنها تجلب السياح من الداخليين بدرجة اكبر، يصل عددها إلى 202 منبع حموي أغلبها يتم استغلالها بطرق تقليدية بينما شيدت محطات ومراكز علاج أمام بعضها الآخر ومن أهمها: محطة بوحنيفية في معسكر ومحطة حمام قرقور في سطيف

[1]- الحضائر الوطنية في الجزائر متاح على الخط www.al-hajer.com تاريخ الاطلاع 2023/04/15 .

وحمام المسخوطين في قالمة، ويمكن أن تعتبر هذه المنابع مصدرا الجذب وتطوير السياحة العلاجية[1].

المطلب الثاني: الموارد الثقافية والتاريخية والدينية

تتوفر الجزائر على إمكانيات طبيعية وثقافية وتاريخية هامة إذ اشتغلت بشكل عقلاني ومدروس تساهم على تحسين وتنمية السياحة في المستقبل بحيث تمتلك الجزائر:

– موارد ثقافية وتاريخية ودينية من بينها المعالم المصنفة من طرف منظمة اليونيسكو مثل قلعة بني حماد وقصبة الجزائر والمدن الميزابية والمدن الميزابية، وتمتلك الجزائر هياكل قاعدية خاصة بالنقل بكافة أنواعه.

وتزخر الجزائر بموارد سياحية متنوعة "من أهمها نجد المعالم المصنفة من طرف منظمة اليونيسكو والمتمثلة في[2]:

1- المدن الرومانية: مدينة تيمقاد التي تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 م وهي تقع بباتنة ويقام بها أهم المهرجانات الدولية ذات الطابع السياحي، ومدينة جميلة الرومانية التي تعد من أجمل المدن الرومانية القديمة في حوض المتوسط وصنفت من قبل منظمة اليونيسكو عام 19967م كتراث عالمي.

2- الهقار والطاسيلي: تحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات وتطور الحيوانات البشرية في الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد تعتبر هاتان المنطقتان متحفين طبيعيين، والهقار حيث ترتفع إلى 3000 متر مقصد رئيسي للسياح الباحثين عن متعة المغامرة، وتوجد الرسوم والنقوش الأثرية التي تنبئ عن طريق حياة إنسان تلك المنطقة قبل نحو خمسة آلاف سنة.

---

[1]– إيلاف كامل الشيرازي، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية متاحة على الخط www.djazairess.com تاريخ الاطلاع 2023/04/16.

[2]– مداخلة السياحة الثقافية في الجزائر، الإمكانيات والاستراتيجيات، بوجمعة خلف الله، جامعة عمروس تومية، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 6.

3- قلعة بني حماد: تقع بالقرب من المسيلة تأسست سنة 1007 م كعاصمة للدولة الحمادية.

4- **المدن الميزابية:** أنشأت من طرف الإباضيين تقع مدينة غرداية بعد مدينتي العطف ومليكة حيث أسسها الإباضة في القرن الحادي عشر ميلادي، وذلك في سنة 1053م ، وعلى غرار جميع قرى وادي ميزاب يحاط قصر مليكة وغرداية بسور يعلو كل واحد منهما مسجد يهيمن ويشرف على الحياة الروحية والاجتماعية في المدينة.

بالإضافة إلى قصبة الجزائر التي بنيت في العهد التركي.

5- القصور: هي الميزة الأساسية للصحراء الجزائرية حيث تنتشر القصور عبر كامل ترابها، وأشهرها قصور أدرار هي سفر إلى عالم التحف والروائع الهندسية التي أبدعتها يد الإنسان، وهي تشكيلة عبقرية من اللمسات العربية الإسلامية والمحلية والطراز السوداني الجديد[1].

من أجمل القصور أدرار: القصر العتيق بتيميمون، قصر ماسين، قصر ايغزير، قصر أدغا، قصر حامد، قصر تاسفوت، قصر نفيس ... الخ.

6- الصناعات التقليدية: تزخر الجزائر بالعديد من الصناعات والحرف اليدوية المرتبطة بخصوص كل منطقة من مناطق الجزائر نذكر منها: النسيج، صناعة الحلي، الحدادة التقليدية، اللباس التقليدي ... الخ

وتتوفر الجزائر على التراث الغير المادي نظرا لموروثها الثقافي المتنوع حيث أدرجت منظمة اليونيسكو أهليل قورارة ضمن القائمة التمثيلية للتراث الثقافي اللامادي للبشرية وهي تراث غنائي مهدد بالنسيان منتشرا في منطقة تيميمون.

[1]- بوجمعة خلف الله، مرجع سبق ذكره، ص7.

7- الزوايا والمتاحف: هنالك العديد من المتاحف والزوايا في الجزائر التي تعتبر شاهدا على الحراك الديني والثقافي والتي يمكن حصرها في[1]:

7-1-الزوايا: لقد كان للزوايا دور هام في الحفاظ على الهوية الدينية اللغوية، والثقافية خاصة في عهد الاستعمار الفرنسي، واعتبارها عاملا للجذب السياحي (السياحة الدينية) مثل: الزاوية العثمانية، الرحمانية، الزاوية التيجانية، الزاوية العيساوية.

7-2- المتاحف: توجد بالجزائر عدة متاحف تشهد على الحضارات المتعاقبة أهمها: المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الإسلامية، متحف سيرتا، المتحف الوطني للمتمتمات والزخرفة وفن الخط، المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر ... الخ.

8- التراث الثقافي والشعبي: تتمتع الجزائر بموروث ثقافي ثري ومتنوع يساهم مساهمة حقيقية في عملية الجذب السياحي مثل الرقم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي المعاصر، المألوف القسنطيني، الغناء الأندلسي الأصلي، الطابع القبائلي كل هذه الطبوع يمكن أن تكون أساسا للحزب السياحي من خلال المهرجانات والحفلات التي يتم تنظيمها، بالإضافة إلى الطبخ التقليدي يعتبر من العوامل التي يسعى السائح لاكتشافها في الدول التي يزورها نظرا لتنوع العادات الغذائية من منطقة إلى أخرى والجزائر في هذا المجال خاصة في نوعية الأطباق أو حتى في العادات والتقاليد.

المطلب الثالث: إمكانية الاستغلال

رغم المقومات التاريخية والطبيعية التي تمتلكها الجزائر والإرث الثقافي الضخم إلا أن هذا لا يكفي تنمية سياحة حقيقية، فعملية الاستقطاب السياحي لا تتحقق إلا إذا تأكد السائح خاصة الأجنبي بأن كافة الظروف مهيأة ليحظى بأحسن استقبال، من هياكل قاعدة وخدمات

[1]- شرفاوي عائشة، السياحة بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014-2015، ص142.

بمختلف أنواعها والتي تعتبر أساسا في الصناعة السياحية وهذا ما نحاول التطرق إليه من خلال[1]:

1- النقل: يعتبر النقل من وسائل استقطاب السياح، كونهم قبل التخطيط للسفر يختارون الوسائل الملائمة سواءا جوية، برية أو بحرية وذلك اعتمادا على جودة الخدمة وتكلفتها، لذا لا تسعى الجزائر لتطوير منظومتها الخدمية من خلال تهيئة البنية التحتية والمتمثلة في:

1-1- النقل البري: تمتلك الجزائر شبكة من الطرق يقدر طولها بـ: 109452 كلم تتوزع بين 28.275 طرق وطنية و23926 طرق ولائية و57291 طرق بلدية ورغم أن الأشغال متواصلة لانجاز الطريق السيار شرق غرب إلا أن ما زالت تعاني من نقص كبير كما أن وضعية طرقاتها لا تراعي معايير السلامة الدولية بالإضافة إلى أن أهم الطرق موجودة بالشمال بينما ما زال الجنوب معزولا، أما بالنسبة للسكك الحديدية يبلغ طرقها 4500 كلم منها 215 خطوط كهربائية ويشكل النقل عن طريقها 17% من إجمالي النقل البري.

1-2- النقل الجوي والبحري: تمتلك الجزائر 31 مطارا موزعة عبر كافة التراب الوطني توفر رحلات داخلية وخارجية من بينها 15 مطار دولي و16 داخلي، كما تتوفر المطارات الداخلية رحلات من وإلى ثلاثة عشر مدينة داخلية وساحلية وخاصة المدن الصحراوية، إلا أن هذا أيضا يبقى غير كافي مع ارتفاع الأسعار وتدني مستوى خدمات الخطوط الجوية الجزائرية.

كما تمتلك الجزائر 11 ميناء ثلاثة منها فقط رئيسية ومتعددة النشاطات وتتمثل في ميناء الجزائر، عنابة ووهران أما الباقي فهي موانئ تجارية فقط.

2- الاتصالات: تلعب الاتصالات اليوم دورا جد مهم في تدعيم وتنشيط قطاع السياحة فبالإضافة إلى كونها أداة لربط السائح ببلده واطلاعه على آخر المستجدات فهي أيضا توفر ما يحتاجه السائح في المكان والوقت المناسب، وقد عرف قطاع الاتصالات في الجزائر

[1]- شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص144.

تطورا كبيرا بعد انفتاح السوق ودخول متعاملين أجانب سواء من حيث الأسعار أو الخدمات المقدمة خصوصا مع انتشار خدمة الانترنت وظهور خدمة الجيل الثالث والرابع[1].

3- وكالات الأسفار: تلعب الوكالات دور هاما خاصة فيما يتعلق بالسياحة الدولية حيث توفر على السائح الوقت والجهد المبذولين في البحث عن الوجهات السياحية وكذا وسائل النقل الإيواء من خلال طرح برامج متكاملة وليس عليه إلا الاختيار، والجدير بالذكر أن الفترة الأخيرة عرفت ارتفاعا محسوسا في عدد هذه الوكالات نتيجة تنامي ثقافة السفر والسياحة لدى المجتمع الجزائري إلا أن أغلب أنشطتها موجهة نحو السياحة الموفدة 80% عمرة وأسفار نحو الخارج، 10% استقبال وكالات الجنوب و10% بيع التذاكر.

4- قدرات الاستقبال: تتنوع وسائل الإقامة في الجزائر بين الفنادق التي ملكيتها بين القطاعين العام والخاص والجماعات المحلية، والقرى السياحية الموزعة خاصة في المناطق الساحلية والمخيمات، وتتوزع حسب نوع المنتوج السياحي والصيغة القانونية للتصنيف.

إن من بين المؤشرات التي يمكن قياس مدى تقدم القطاع السياحي في بلد معين هو حجم الطاقة الفندقية بهذا البلد، إذ أنها تعبر عن القدرة الاستيعابية لمختلف المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة المضيفة وكذلك لكونها تمثل قدرة المنطقة على امتصاص السياح والتطورات السياحية المصاحبة لها[2].

4-1- تطور توزيع عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب فئة المؤسسة:

يبين الجدول رقم (07) قدرات الإيواء حسب فئة المؤسسة خلال الفترة (2000-2022) كما هو مبين في الجدول التالي:

[1] – شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص14..

[2] – صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص104.

الجدول رقم (07): توزيع عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب فئة المؤسسة للفترة (2000-2022).

الفئات / السنوات	فنادق 5 نجوم	فنادق 4نجوم	فنادق 3 نجوم	فنادق 2 نجوم	فنادق نجمة واحدة	فنادق غير مصنفة	فنادق بدون نجمة	فنادق أخرى مصنفة	فنادق قيد تصنيف	المجموع
2000	11	34	110	93	72	507	-	-	-	827
2001	11	20	67	62	43	724	-	-	-	927
2002	13	30	79	72	62	725	-	-	-	981
2003	13	34	74	68	53	850	-	-	-	1042
2004	13	22	67	62	42	851	-	-	-	1057
2005	13	23	76	69	57	867	-	-	-	1105
2006	13	54	145	155	97	670	-	-	-	1134
2007	13	54	145	157	97	674	-	-	-	1140
2008	13	53	142	160	99	680	-	-	-	1147
2009	13	57	152	148	101	680	-	-	-	1151
2010	13	39	77	72	58	893	-	-	-	1152
2011	13	64	60	74	58	893	-	-	-	1162
2012	8	5	38	46	116	-	-	-	-	1155
2013	8	5	38	46	149	-	127	157	658	1176
2014	8	6	39	46	149	-	156	225	549	1185
2015	8	6	39	46	158	-	156	226	555	1195
2016	12	12	51	46	158	-	160	226	552	1231
2017	13	23	59	48	159	-	160	226	566	1289
2018							-	-	601	
2019	14	29	65	55	182	-				1417

2020	15	35	69	64	185	-	-	-	655	1449
2021	-	-	-	-	-	-	-	-	664	1502
2022	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1576
							-	-	-	

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات ONS

يتضح من الجدول أعلاه:

1- **بالنسبة للفترة (2000-2011)**: من خلال الإحصائيات المتوفرة في الجدول الخاصة بعدد الفنادق وتطورها فإن عدد الفنادق في هذه السنوات بدأ في تزايد مستمر ولو كان هذا التزايد بوتيرة وبمعدلات ضعيفة ومتدنية جدا ولا حظنا فيما يخص فئة الفنادق وتصنيفها أن الفنادق من دون تصنيف تحتل المرتبة الأولى وتليها الفنادق ذات ثلاثة نجوم ثم الفنادق ذات نجمتان وبعدها الفنادق ذات نجمة واحدة ، مما نستنتج أن الجزائر أن الفئة الغالبة على العرض ذات الدخل المحدود بشكل كبير وبعدها ذوي الدخول المتوسطة، أما بالنسبة للدخول المرتفعة فتكون نسبتها قليلة جدا.

2- **بالنسبة للفترة (2012-2016)**: ونلاحظ في هذه الفترة أن عدد الفنادق شهد انخفاضا كبيرا خاصة في فئة الفنادق ذات 4 نجوم لأن في هذه الفترة وصل حتى 5 و6 فنادق مقارنة بالسنوات السابقة وتليها الفنادق ذات 5 نجوم هي الأخرى التي شهدت انخفاضا كبيرا، بحيث تم تسجيل 8 فنادق لحد أدنى في هذه الفئة وتليها الفنادق ذات ثلاثة نجوم وبعدها الفنادق ذات نجمتان، إلا الفنادق ذات نجمة واحدة التي سجلت ارتفاعا وتزايد خلال هذه الفترة مقارنة بسنة 2011، ولاحظت أيضا أن الفنادق قيد التصنيف سجلت ارتفاعا طفيفا وكان لها الحصة الأكبر وتليها الفنادق غير المصنفة والعلاقات الأخرى مثل الإقامات

والمراقد، ومن هذا التحليل يمكن القول أن الجزائر لا زالت تعاني من الضعف والنقص في الإمكانيات لاستقبال السياح وتوفير الخدمات المناسبة لهم.

3- بالنسبة للفترة (2017-2022): وفي هذه الفترة عادت أغلب الفنادق للارتفاع مجددا بنسبة جيدة على ما كانت عليه سنة 2016 ففي سنة 2017 تم تسجيل ارتفاع طفيف في عدد الفنادق بحيث وصل عدد الفنادق ذات نجمة واحدة إلى 159 فندق سنة 2017 تليها فنادق ذات نجمتان بـ: 48 فندق ثم الفنادق ذات ثلاثة نجوم وبعدها الفنادق ذات أربع نجوم هي الأخرى التي شهدت ارتفاعا من 12 إلى 23 خلال سنة.

وبعدها الفنادق ذات 5 نجوم ولاحظنا أيضا أن الفنادق قيد التصنيف في هذه الفترة سجلت ارتفاعا قليلا خاصة في سنتي 2019 و2020 وفي أخر سنة 2022 سجلنا 1576 فندق كمجموع عام لكل الفئات، ومن هذا نستنتج أن الفنادق في الجزائر لا تزال غير كافية لاستقبال السياح بشكل عام بسبب نقص الخدمات اللازمة وعدم قدرة السياحة الوطنية للتنمية الاقتصادية.

4-2- توزيع الطاقة الفندقية حسب تصنيف الفنادق والمؤسسات المماثلة لها من خلال الفترة الممتدة ما بين 2000-2022: يبين هذا الجدول رقم (08) توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب كل نوع ما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (08): توزيع الطاقة الفندقية حسب تصنيف الفنادق والمؤسسات المماثلة لها من خلال الفترة الممتدة ما بين 2000-2022

الفئات / السنوات	5 نجوم	4نجوم	3 نجوم	2 نجوم	1 نجمة	غير مصنفة	بدون نجمة	أخرى مصنفة	قيد التصنيف	المجموع
2000	4604	3222	21310	5519	12541	2989	-	-	-	67087
2001	4506	3187	19272	4482	2563	11332	-	-	-	45742
2002	4832	3592	14659	5454	2084	41946	-	-	-	72567
2003	4959	3757	14740	5424	4212	44381	-	-	-	77473
2004	4590	3383	14857	5415	2315	51474	-	-	-	82034
2005	4590	3383	14807	5800	2315	53000	-	-	-	83895
2006	4455	3743	11225	5843	2315	56226	-	-	-	84870
2007	5455	3743	11225	5843	2378	56356	-	-	-	85000

2008	5455	3743	11601	5843	2378	56856	–	–	–	85876
2009	5455	3950	11700	6044	2378	56856	–	–	–	86383
2010	3948	3560	14090	8070	3804	58905	–	–	–	92377
2011	4948	3750	13180	8070	3804	58985	–	–	–	92737
2012	4242	1600	5775	4605	8407	–	–	–	–	96898
2013	4242	1600	5775	4605	10639	–	6250	7536	58483	98804
2014	4242	1800	5829	4605	10639	–	8406	10924	52613	99605
2015	4242	1800	5829	4605	11295	–	8406	11198	52886	102244
2016	6734	2810	7045	4425	11295	–	8533	11198	547442	107420
2017	6734	4508	5678	4565	11335	–	8533	11198	55380	112264
2018	6734	4746	5886	5185	11684	8590	8533	11198	59713	119155
2019	7234	6161	6427	5385	12612	9456	–	–	64727	125676
2020	7345	6824	6824	5995	12724	9456	–	59242	66434	127614
2021	–	–	–	–	–	–	–	61176	66438	132266
2022	–	–	–	–	–	–	–	–	–	145526
							–	–	–	

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

من خلال الجدول أعلاه يتضح:

1-من الفترة (2000-2011): نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال البيانات المتوفر عليها نجد أن عدد الأسرة في هذه الفترة شهدت زيادة وهذا حسب تصنيف الفنادق وفي الفترة المدروسة ولكن كانت طاقة استيعاب الفنادق في سنة 2000 تبلغ 67087 سرير لترتفع إلى غاية سنة 2011 في حدود 92737 سرير، ولا حظنا أن نصيب الفنادق المصنفة منخفضا مقارنة مع الغير مصنفة ومن هذا نجد أيضا أن نصيب الفنادق ذات ثلاثة نجوم كان مرتفعا جدا على غرار الفنادق ذات نجمة ونجمتان وأربعة نجوم وخمسة نجوم.

2-من الفترة (2012-2022): بهذا الخصوص وبناءا على تصنيفات الفنادق في هذه الفترة نلاحظ أن هناك تراجع وانخفاض في عدد الأسرة خاصة بالفنادق ذات نجمتان وثلاثة نجوم وأربعة نجوم وحتى في الفنادق ذات 5 نجوم حيث شهدت تقريبا من 2012 حتى 2015 بقاء عدد الأسرة في وتيرة واحدة لكل فئة وصنف على حدى مثلا سجلت الفنادق

ذات نجمتان 4605 في 4 سنوات متتالية، ونلاحظ بالمقابل أن هناك زيادة في عدد الأسرة في الفنادق ذات نجمة واحدة في نفس الفترة المذكورة وهذا راجع إلى السلطات المعنية المتكلفة بهذا القطاع، ليعود الاستقرار والارتفاع في عدد الأسرة بداية من سنة 2016 تقريبا بحيث شهدت كل التصنيفات ارتفاعا حتى شملت الفنادق قيد التصنيف والطاقات الأخرى كالمراقد وغيرها من الإقامات كما لاحظنا أن توزيع الطاقة الإيوائية حسب تصنيفات الفنادق ابتداءا من 2012 أن نسبة الفنادق قيد التصنيف كان لها النصيب الأكبر من إجمالي الطاقة الإيوائية.

4-3- توزيع الطاقة الفندقية حسب نوع المنتج السياحي في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين (2000-2022): يبين الجدول رقم (09) توزيع قدرات الاستقبال حسب نوع المنتج السياحي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (09): توزيع عدد الأسرة حسب نوع المنتج السياحي في الجزائر للفترة 2000-2022.

الوحدة: سرير

السنوات	حضري	ساحلي	صحراوي	حمامات	جبلي	المجموع
2000	31506	19723	7679	6335	1844	67087
2001	33493	17531	7723	6530	1246	66523
2002	43424	19308	3214	5236	1385	72567
2003	35204	26034	8105	6905	1225	77473
2004	48680	21770	4431	5742	1411	82034
2005	42628	23148	11511	4608	913	82808
2006	44561	23148	11639	4608	913	84869
2007	44251	23148	11639	4608	913	84559
2008	56491	15427	10635	3757	332	86642
2009	57419	16551	10635	3757	332	88694

2010	52085	31322	3770	4111	1089	92377
2011	52445	31322	3770	4111	1089	92737
2012	54186	29886	5954	5467	1405	96898
2013	55988	29886	6058	5467	1405	98804
2014	61012	27962	4547	4259	1825	99605
2015	62479	30380	3636	3866	1883	102244
2016	66155	30500	4780	4266	1883	107420
2017	69861	31326	4928	4266	1883	112264
2018	74712	32581	5477	4502	1883	119155
2019	80470	32926	5895	4502	1883	125676
2020	81863	32971	6299	4598	1883	127614
2021	85577	33588	6620	4598	1883	132266
2022	93906	37586	6946	5189	1899	145526

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

يتضح من الجدول أعلاه ومن خلال البيانات المتوفرة فيه أن:

توزيع الطاقة الإيوائية للمؤسسات الفندقية في الجزائر حسب المنتوج السياحي خلال الفترة (2000-2022) نسبها متفاوتة بين جميع المنتوجات بينما المنتوج الحضري يمثل الحصة الكبرى من إجمالي الطاقة الاستيعابية لهذه الفنادق لأن هذا النوع يتركز بالمدن الرئيسية للبلاد كالجزائر، وهران .... وبعدها يكون المنتوج الساحلي، ثم يليه المنتوج الصحراوي إلا أن هذا الأخير شهد فترات ضعف خاصة في السنوات الأخيرة من فترة الدراسة بعدما كانت تشهد ارتفاعا في السنوات الأولى بداية من 2000 حتى سنة 2007 إلا أنه في السنتين الأخيرتين ارتفع عددها ارتفاعا طفيفا ليبلغ سنة 2022 حوالي 6946 سرير من إجمالي الطاقة الإيوائية ونسبة ضئيلة جدا خاصة أن الجزائر تتمتع بصحراء شاسعة تمتلك ثروات زاخرة وتحظى باهتمام السياح الأجانب والتي من المفروض أن تحتل مراتب أولى في الجانب

السياحي والذي يساهم في التنمية الاقتصادية والسياحية، وتبقى الحصص الصغرى للفنادق الجبلية والخدمات فيها، بالرغم من الثروات الجبلية المتواجدة في الجزائر والحموية أيضا إلا أنها لا تستغل بشكل عقلاني ومفيد مما يجعلها مكسبا ومقصدا للسياح ومنه التنمية السياحية.

4-4- توزيع الطاقة الفندقية في الجزائر حسب الإطار القانوني خلال الفترة الممتدة ما بين (2000-2022): يبين الجدول رقم (10) توزيع قدرات الاستقبال حسب نوعية الملكية القانونية كما هو موضح في الشكل التالي:

الجدول رقم (10): توزيع الطاقة الفندقية في الجزائر حسب الملكية القانونية للفترة (2000-2022).

السنوات	عمومي	خاص	الجماعات المحلية	المجموع
2000	28589	34761	3737	67087
2001	28589	34197	3737	66523
2002	23541	44393	4683	72567
2003	25650	47140	4683	77473
2004	20485	58475	3064	82024
2005	21453	58622	2733	82808
2006	21453	60683	2733	84869
2007	21453	60373	22733	104559
2008	17955	65511	3176	86642
2009	17955	67563	3176	88694
2010	15597	71184	5596	92377
2011	15795	72420	5878	94093

2012	18613	72407	5878	96898
2013	18613	74313	5878	98804
2014	18613	74744	6248	99605
2015	18613	77383	6248	102244
2016	18613	82301	6506	107420
2017	18613	87145	6506	112264
2018	18657	93992	6506	119155
2019	18657	99230	3134	4655
2020	19215	100610	3134	127614
2021	19557	104920	3134	132266
2022	19717	118020	3134	145526

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن:

– توزيع الطاقة الفندقية في الجزائر حسب الإطار القانوني خلال الفترة (2000–2022) متفاوتة النسب بحيث لاحظنا أن القطاع الخاص يشكل أعلى حصة بنسبة كبيرة من إجمالي هذه الطاقة الفندقية لهذه الفترة وشهد هذا القطاع تطور وارتفاع مستمر حتى سنة 2022، أما بالنسبة للقطاع العام فكانت نسبته منخفضة جدا بالنسبة للقطاع الخاص كما سجل انخفاضا مستمرا من سنة 2000 حتى سنة 2011، وعاد للارتفاع بنسبة قليلة ابتداء من سنة 2012 وحتى سنة 2022 وبقي هذا الوضع مستقر نوعا ما بحيث بلغ 19717 سرير من عدد الأسرة بهذه الفنادق خلال فترة الدراسة.

ليبقى قطاع الجماعات المحلية في أخر القطاعات بنسبة ضئيلة جدا من إجمالي الطاقة الاستيعابية للفنادق بحيث بلغ في السنة الأخيرة 3134 سرير، وأن هذا القطاع يسجل عائقا في التنمية السياحية في الجزائر ولا يخدمها أبدا.

المبحث الثاني: الطلب السياحي ونموه في الجزائر

يعد الطلب عاملا هاما في السياحة لتنشيطها والمساهمة في تنميتها بحيث يعتبر الطلب السياحي شديد التأثر والارتباط بالاقتصاد والسياسة باعتبارها عوامل مهمة بالنسبة للسياحة فكلما زاد الطلب في القطاع السياحي ارتفعت عائداته والعكس صحيح.

المطلب الأول: تطور التدفق السياحي الدولي إلى الجزائر

تعتمد صناعة السياحة على عامل رئيسي وهو جذب السياح، من خلال المقومات السياحية المختلفة، على غرار المقومات الطبيعية والحضارية والتاريخية للبلد، وكذا المقومات المادية من هياكل سياحية ومختلف الخدمات المتوفرة فيها، إضافة إلى الترويج السياحي وتوفر المعلومات اللازمة[1].

وبالرغم ما تشهده السياحة الدولية من تدفقات سياحية إلا أن نصيب الجزائر منها يبقى ضئيلا جدا ولا يرقى لحجم الإمكانات الطبيعية والتاريخية لهذا البلد.

أولا: العوامل التي ساهمت في تطور السياحة الدولية:

وفيما يلي نوجز أهم العوامل التي ساعدت على تطور السياحة[2]:

- زيادة أوقات الفراغ والعطل السنوية مدفوعة الأجر والناجمة من توفير الجهد الإنساني وتحسن ظروف العمل نتيجة استعمال التكنولوجيات الحديثة في طرق ووسائل الإنتاج، وهذا ما جعل الأفراد يتجهون نحو السياحة.
- انخفاض أسعار الرحلات الجماعية واستخدام الطيران العارض مع فتح أسواق جديدة.
- زيادة متوسط دخل الفرد خاصة في البلدان المتقدمة صناعيا، مما انعكس على زيادة الطلب السياحي الداخلي، وباقي دول العالم.

---

[1]– خالد مقابلة، فيصل الحاج الذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص20.

[2]– فؤاد عبد المنعم بكري، التنمية السياحية في مصر والعالم العربي (الاستراتيجيات، الأهداف، الأولويات)، علم الكتب، مصر، 2004، ص42.

- التطور الكبير في أنماط السياحة وظهور أنواع واتجاهات حديثة كسياحة المجموعات والأفواج مما أدى إلى التقليل من النفقات الخاصة بكل سائح وتشجيع ذوي الدخول المتوسطة على برمجة رحلات سياحية إلى الأماكن التي تقدم عروض خاصة بهذه الفئات.
- التقدم الحاصل في المواصلات بكافة أنواعها: البرية، البحرية، الجوية وانخفاض تكاليفها وما نتج عنها من سهولة وإمكانية القدرة على التنقل خاصة خدمات النقل الجوي وما حققته من تقليص حاجز الزمن والمسافات بين الدول مما جعل العالم قرية واحدة.

ثانيا: تطور نصيب الجزائر من التدفق السياحي الدولي للفترة 2000-2022

لقد عانت الجزائر خلال فترة الثمانينات والتسعينات من ظروف اقتصادية، سياسية وأمنية صعبة جدا، انعكست بشكل سلبي على قطاع السياحة ككل، يمكن ملاحظة هذا في العدد الضئيل والمحدود للسياح الوافدين إلى الجزائر خلال هذه الفترة لكن ومع بداية الألفية الجديدة تم تسجيل تحسن ملحوظ في عدد السياح الوافدين إليها، والجدول التالي يبين تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة من (2000-2022).[1]

الجدول رقم (11): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2022).

السنوات	عدد السياح	نسبة التغير %
2000	865984	-%
2001	901416	%4.09
2002	988061	%9.61
2003	1166287	%18.04
2004	1233719	%5.78

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص113.

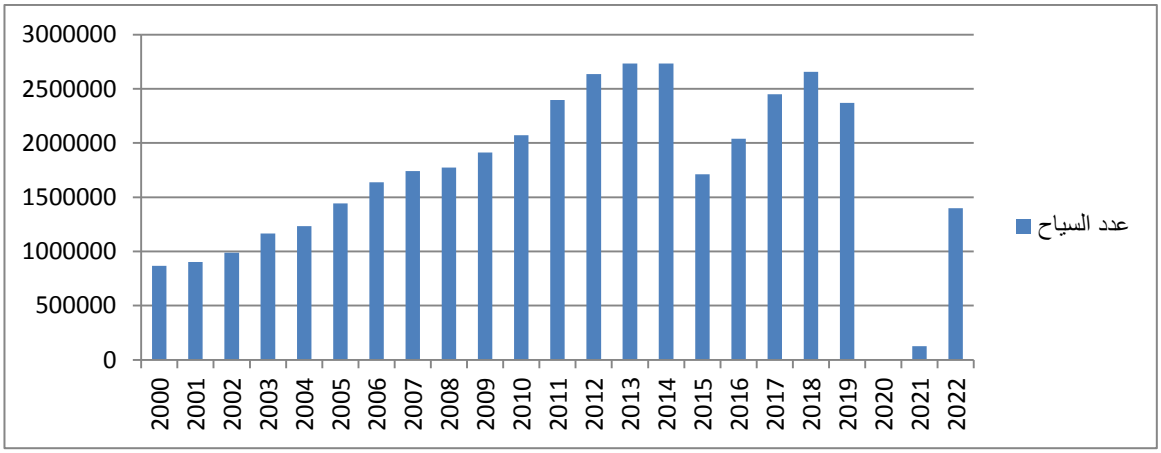
2005	1443090	%16.97
2006	1637582	%13.48
2007	1740000	%6.25
2008	1772000	%1.48
2009	1911506	%7.87
2010	2070496	%8.32
2011	2394887	%15.67
2012	2634056	%9.09
2013	2732731	%3.75
2014	2732731	%-15.78
2015	1709994	%-37.43
2016	2039444	%19.27
2017	2450785	%20.17
2018	2657113	%254.97
2019	237106	%-10.77
2020		
2021	125238	-
2022	1398048	-

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

نلاحظ من الجدول أعلاه المتوفر على البيانات التالية أن تدفق إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر يشهد تطورا مستمرا في فترة الدراسة، لكن شهد هذا التطور في عدد السياح تذبذب في معدلات النمو كما هو مبين في الجدول أعلاه، بحيث في السنوات الأولى بلغت نسبة التطور في سنة 2003 بنسبة 18.04%، ثم بدأت نسبة التطور بالتصاعد حتى سنة 2015 شهدت تناقصا وانخفاض حيث بلغت نسبة الانخفاض بنسبة 37.43%، إلا أن سنة 2016 سجلت ارتفاعا في عدد السياح بلغ عددهم 2.039.444 سائح وبقي على هذا الحال حتى سنة 2022 حيث بلغ عدد السياح في هذه السنة 1398048 سائح، ولقد لاحظنا أن أغلب السياح الوافدين إلى الجزائر هم جزائريون مقيمون بالخارج، بعد التحليل لعدة سنوات تبقى الحركة السياحية تجاه الجزائر ضعيفة وضئيلة جدا مقارنة بالدول المجاورة وأن قدرات الجزائر لا تزال ضعيفة لاستقطاب السياح وهذا يعود لضعف البنية التحتية إلى السلطات المعنية التي لا تستجيب للطلب السياحي خاصة الخارجي وهذا الشكل التالي يبين عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين (2000-2022).

غير أن عدد السياح لم يصل إلى الهدف المنشود حسب المخطط وهذا لعدم الاهتمام الكافي بقطاع السياحة في الجزائر.

الشكل رقم (07): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2022).



المصدر: من اعداد الطالبتين من خلال معطيات الجدول

ثالثا: تطور نصيب الجزائر من التدفق السياحي الدولي (2000-2022):

رغم ما شهدته السياحة الدولية في العالم من تدفقات سياحية كبيرة جدا إلا أن الجزائر دائما تبقى عاجزة أمام الامكانيات المتوفرة لهذا البلد، والجدول التالي يبين تطور الجزائر من التدفق السياحي سواء الجزائريين المقيمين بالخارج، وكذا السياح الأجانب.

الجدول رقم (12): تطور نصيب الجزائر من التدفق السياحي الدولي خلال الفترة (2000-2022).

السنوات	الأجانب	نسبة النمو %	الجزائريين المقيمين بالخارج	نسبة النمو %
2000	175.538	%24.62	690.446	%13.62
2001	196.229	%11.79	705.187	%2.13
2002	251.145	%27.99	736.915	%4.50
2003	304.914	%21.41	861.373	%16.89
2004	368.662	%20.87	865.157	%0.44
2005	441.206	%19.71	1.001.884	%15.80
2006	478.358	%8.42	1.159.224	%15.70
2007	511.000	%7	1.230.000	%6
2008	566.810	%8.9	1.215.000	%-1.37
2009	655.810	%17.80	1.255.696	%3.35
2010	654.987	%-0.12	1.415.509	%12.72
2011	901.642	%37.66	1.493.245	%5.49
2012	981.955	%8.91	1.652.101	%10.64
2013	964.153	%-1.81	1.768.578	%7.05
2014	940.125	%-2.49	1.361.248	%23.03
2015	1.083.121	%15.21	1.626.0873	%53.95
2016	1.322.712	%22.12	7.16.732	%14.33

2017	1708.375	%29.16	742410	%3.58
2018	2018753	%1333.15	638.360	%05.05
2019	1933778	-	437278	-
2020				
2021	66995	-	58243	-
2022	757380	-	640668	-

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

1-**السياح الأجانب:** ولقد لاحظنا من الجدول أن عدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر ضعيف نوعا ما مقارنة بالسياح الآخرين خاصة الجزائريين المقيمين بالخارج حيث شهد هذا النوع من السياح تطور ضعيف جدا حتى سنة 2011 حيث سجلت هذه السنة عودة النشاط لهذا القطاع وشهدت نموا ايجابيا مقارنة بالسنوات الأولى وكانت نسبتها 37.66% ولكن بعد هذا الارتفاع شهدت السنتين 2013 و2014 انخفاض آخر في عدد السياح بلغت نسبتهم 1.81% و2.49 % على التوالي مقارنة بسنة 2012 حيث بلغت 15.21% حتى سنة 2018 التي بلغت 1333.15 لعدد السياح 2018753 سائح، ليعود التذبذب والتراجع في نسبة السياح بداية من سنة 2019 ودام هذا الانخفاض حتى سنة 2022 لنقول أن هذه السنتين شهدت انخفاضا شديد ليبلغ عدد السياح 66995 سائح سنة 2021 و757380 سائح سنة 2022 بحيث تبين أن اغلب السياح القادمين إلى الجزائر كانوا من تونس وفرنسا والمغرب.

2-السياح الجزائريين المقيمين بالخارج: ونلاحظ أن تطور نصيب الجزائر من السياح الجزائريين المقيمين بالخارج شهد تطورا مستمرا من 2000 حتى 2013 إذ بلغ عدد السياح 1.768.578 سنة 2013 ما نسبته 7.05% إلا أن القطاع شهد انخفاضا مع بداية سنة

2014 في عدد السياح المقيمين بالخارج حيث شهدت 2015 انخفاضا مرتفعا ما نسبته 53.95% مقارنة بسنة 2014 والتي بلغت 23.03%، وبعد هذا الانخفاض لاحظنا ارتفاع طفيف في عدد السياح سنة 2016 و2017 بنسبة 14.33% و3.58% على التوالي، لتشهد 2019 انخفاضا شديدا سنة 2019 ليبلغ عدد السياح 437278 سائح، بحيث بقي هذا التذبذب في عدد السياح 640688.58243 سائح على التوالي، وهذا يدل على اتجاههم نحو وجهات سياحية أخرى.

رابعا: حركة السياحة حسب الغرض من الزيارة:

من هذا العنصر يتضح معرفة السبب الرئيسي أو الغرض للسائح من خلال رحلته السياحية، وتشكيل النقاط الأساسية التي يتم من خلالها معرفة وتحديد السوق السياحية، وبالتالي وضع الخطط والاستراتيجيات الاستثمارية التي تخدم وتنمي الطلب السياحي في ذلك السوق من خلال توفير العرض المناسب له كما ونوعا والجدول التالي يبين النقاط التالية[1]:

الجدول رقم (13): حركة السياح حسب الغرض خلال الفترة (2010-2016).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الراحة والاستجمام	376.497	692.912	702.226	672.353	611.568	227.098	942.281
الأعمال	268.674	267.789	276.404	288.756	327.218	358.758	378.296
المهمات	9.516	3.941	3.325	3.044	1.339	1.238	2.135

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

[1]- صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص115.

ومن خلا هذا الجدول أعلاه ومن خلال البيانات المتوفرة فيه لاحظنا الدوافع التي جذبت السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2010-2016.

1- الزيارة بدوافع الراحة والاستجمام: وبهذا الصدد شهدت الجزائر نموا متذبذبا خلال فترة الدراسة من قبل السياح الأجانب، حيث بلغت نسبة النمو من 2010 إلى 2016 ما تفوق 150ويرجع هذا إلى العوامل والمقومات والإمكانيات التي تزخر بها البلاد، وكذا تدخل السلطات المعنية وهذا القطاع لجعل السياح المقبلين أكثر راحة واستجمام حيث بلغ عدد السياح سنة 2016 ما يقدر بـ: 942.281 سائح أي بنسبة فاقت 71.23%.

2- الزيارة بدوافع الأعمال: بحيث تشير الإحصائيات المتعلقة بسياحة الأعمال في الجزائر أن عدد السياح في توافد إليها بصفة مستمرة وشهد تزايدا مع السنوات حتى سنة 2016 بلغ 378.296سائح وهذا الجانب من السياحة بلغ 28.60% من إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر سنة 2016.

3- الزيارة بدوافع المهمات: فإن هذا النوع من السياحة شهد تذبذب مستمر طيلة فترة الدراسة أي من 2010 حتى 2016 حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر بسبب أو بدوافع المهمات سنة 2010م 9.516سائح أي ما يعادل نسبة انخفاض تقدر بـ: 56.77% أي ما يمكن قوله في هذا النوع من السياحة أن ضعيف جدا حتى بلغ 0.16% من إجمالي السياح الأجانب سنة 2016.

المطلب الثاني: السياحة العكسية

يعتبر موضوع السياحة من أهم المواضيع التي شغلت ولا تزال تشغل المجتمع بمستوياته المختلفة (الاقتصادي، الإداري الجزائري ...) وعلى مستوى جميع القطاعات، ويعتبر القطاع السياحي قطاع أساسيا في بعض الدول على الصعيد الدولي سواء من ناحية السياح أو من خلال السياح أو من خلال المداخيل الناتجة عنها، وباعتبار الجزائر من

البلدان العربية التي تتوفر على مجموعة من المقومات الطبيعية والجغرافية التاريخية والأثرية وكذلك مؤسسات إيواء، ومن هذا المنطلق حرصت الجزائر على أن تتجه الجزائر في الوقت الحالي وبكل عزم وثبات نحو تنمية قطاع السياحة والنهوض به وجعله يقارع الدولة الرائدة في هذا المجال، من خلال تنظيم القطاع بوضع معايير استراتيجية تمثلت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مطلع عام 2030[1].

وحتى تستطيع الوقوف على واقع حركة السياح المحليين داخل الجزائر (السياحة الداخلية) لا بد من معرفة عدد السياح المحليين الذين يفضلون السياحة الخارجية أي يفضلون مقاصد سياحية أخرى غير المقاصد السياحية الموجودة في الجزائر.

والجدول التالي يبين خروج السياح الجزائريين نحو الخارج خلال الفترة (2000-2017).

الجدول رقم (14): خروج السياح الجزائريين إلى الخارج خلال الفترة (2000-2022).

السنوات	عدد السياح	نسبة النمو %
2000	1006382	%11.41
2001	11890910	%18.24
2002	1256515	%5.60
2003	1253901	%-0.21
2004	1416861	%-13.00
2005	1513491	%-6.82
2006	1349113	%-10.68
2007	1500000	%117
2008	1539000	%2.71
2009	1677000	%9

[1]- صحراوي محمد تاج الدين، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء الاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ديسمبر 2017.

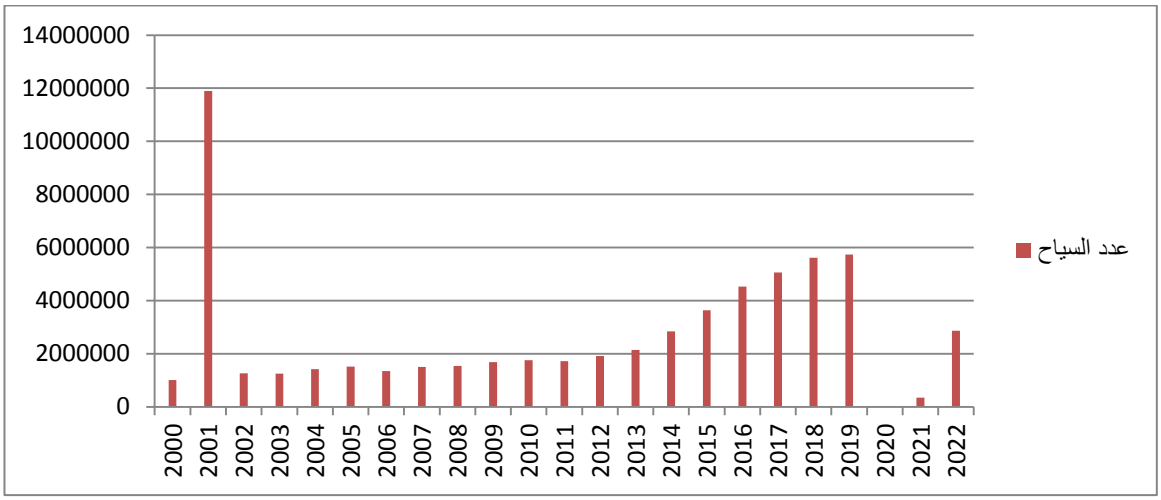
2010	1757471	%4.79
2011	1714654	%-2.43
2012	1910558	%11.42
2013	2135523	%11.77
2014	2839104	%32.95
2015	3638140	%28.95
2016	4529524	%24.50
2017	5058404	%11.67
2018	5609947	1333.521.60
2019	5731814	-
2020	-	-
2021	344162	-
2022	2864606	-

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات "ONS"

يتضح من الجدول أعلاه ومن خلال البيانات المتوفرة نجد أن تطور عدد السياح غادروا الجزائر نحو وجهات سياحية خارجية شهد تزايد وتطور مستمر خلال فترة الدراسة، حيث بلغ عددهم 100683 سائح سنة 2010 وفي سنة 2022 تم تسجيل خروج 2864606 سائح بحيث شهدت كل السنوات تقريبا تزايد مستمر في خروج عدد السياح للخارج وهذا كاف بأن السياح الجزائريين يفضلون مقاصد ووجهات سياحية خارجية للإمكانيات المتوفرة في هذه الوجهات أو البحث عن أماكن أكثر راحة.

والشكل التالي يوضح خروج الجزائريين إلى الخارج:

الشكل رقم (08): خروج السياح الجزائريين إلى الخارج خلال الفترة (2000-2022).



المصدر: من إعداد الطالبتين من خلال معطيات الجدول

ثانيا: الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016: يبين هذا الجدول الدول الخمس الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016.

الجدول رقم (15): الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
تونس	908365	693681	780506	953404	1235449	1389828	1847943
فرنسا	347551	462676	533530	560000	723992	1161162	1428149
المملكة العربية السعودية	147348	182863	210567	195197	212394	177188	234156
تركيا	55298	74116	95817	91765	152326	175870	211297
اسبانيا	72707	916553	77879	99655	177984	228330	276675

المصدر: صكوشي حاسين، مرجع سبق ذكره، ص 122.

من خلال الجدول السابق نلاحظ الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016 كما يلي:

تونس: نلاحظ أن تونس تمثل الوجهة الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال فترة الدراسة، حيث وصل عددهم 908365 سائح سنة 2010 لتشهد انخفاض سنة 2011 ليصل

693681 سائح أي نسبة نقصان تقدر بـ: 23.63% إلا أنها شهدت ارتفاع خلال السنوات اللاحقة ليصل عدد السياح إلى 1847943 سائح سنة 2016، والتي تشكل نسبة 40.79% من العدد الإجمالي للسياح الجزائريين المغادرين إلى خارج الوطن.

فرنسا: تأتي في المقام الثاني بعد تونس، كما أنها شهدت زيادة في عدد السياح خلال السنوات "2010-2016" حيث انتقل عدد السياح من 347551 سائح سنة 2010 ليصل إلى 1428149 سائح، وتمثل نسبة 31.52% من العدد الإجمالي للسياح الجزائريين إلى خارج الوطن.

المملكة العربية السعودية: بلغ عدد السياح المتوجهين إلى المملكة العربية السعودية بـ: 147348 سائح سنة 2010 ليصل عددهم إلى 234156 سائح سنة 2016، أي نسبة 5.16% من العدد الإجمالي للسياح الجزائريين المغادرين إلى خارج الوطن الدافع الحج والعمرة.

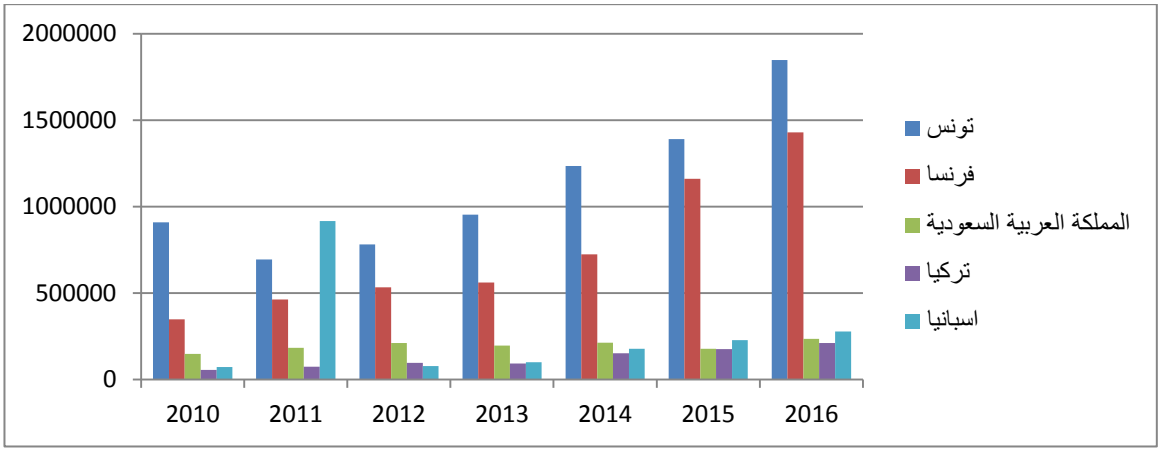
اسبانيا: نلاحظ من خلال الإحصائيات أن اسبانيا من الدول الخمسة الأكثر جذبا للسياح الجزائريين، حيث انتقل عدد السياح من 72707 سائح سنة 2010 ليصل عدد السياح إلى 276576 سائح سنة 2016 نسبة 6.10% من العدد الإجمالي للسياح الجزائريين المغادرين إلى الخارج، كما أنها أصبحت تحتل المرتبة الثالثة من حيث جذب السياح الجزائريين سنة 2016.

تركيا: تعتبر تركيا من الدول التي تحتل مكانة في الساحة السياحية الدولية حيث نلاحظ أن عدد كبير من السياح الجزائريين يتجهون إلى هذا البلد السياحي حيث انتقل عددهم في السنوات الأخيرة من 55298 سائح سنة 2010 إلى 211297 سنة 2016 أي نسبة زيادة تفوق بـ 280% أي ما يقارب أربعة أضعاف عما كانت عليه سنة 2010، وهذا راجع إلى الاستراتيجية السياحية المعتمدة في تركيا.

هناك دول أخرى لها قدرة لجذب السياح الجزائريين كالمغرب، قطر، ايطاليا، الإمارات العربية المتحدة، وكندا حيث بلغ عدد السياح المتجهين نحو هذه الدول مجتمعة 311983 سائح خلال 2016.

ومن خلال ما سبق فإن هذا الشكل يوضح أكثر لترتيب الدول الخمسة الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة (2010-2016) كما يلي:

الشكل رقم (09): الدول الأكثر جذبا للسياح الجزائريين خلال الفترة 2010-2016.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على معطيات الجدول

المبحث الثالث: آثار السياحة على الاقتصاد الوطني

مما لاشك فيه أن للسياحة عدة آثار على الاقتصاد الوطني، ونخص بالذكر فيما يلي الآثار الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية

يتوقف اثر السياحة في تنمية قطاعات الاقتصاد الوطني على تقدير مصروفات السائحين الإجمالية التي تتمثل في أرقام أعمال الفنادق والمطاعم ووسائل النقل ومحلات الهدايا والمقاهي، وقد ثبت أن هذه الموارد السياحية تعم جميع قطاعات الاقتصاد، ومن خلال الموارد يمكن أن نتخلى عن الاقتصاد الريعي نوعا ما وخلق دخل جديد للاقتصاد الوطني، من خلال هذا المطلب سنحاول دراسة أثر القطاع السياحي على بعض أصعدة الاقتصاد.

أولا : تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة (2000-2022)

تولي الدولة الجزائرية للقطاع السياحي اهتماما كبيرا بمختلف أنشطته، وتسعى لتطويرها لتكون عوضا عن قطاع المحروقات لكونه قطاع يمكن أن يدر إيرادات معتبرة للدولة، خاصة إذا كانت تشكل قدرا معتبرا من الناتج الوطني، بالإضافة إلى أنها مقياس يمكن الاعتماد عليه في قياس تطور القطاع السياحي، ومن خلال الجدول الآتي نبين تطور حجم الإيرادات في الجزائر خلال الفترة (2000-2022).

الجدول رقم (16): تطور حجم الإيرادات في الجزائر خلال الفترة (2000-2022).

الوحدة: مليون دولار

السنوات	قيمة الإيرادات السياحية	الإيرادات السياحية كنسبة من الصادرات%
2000	102	-
2001	100	-
2002	111	-

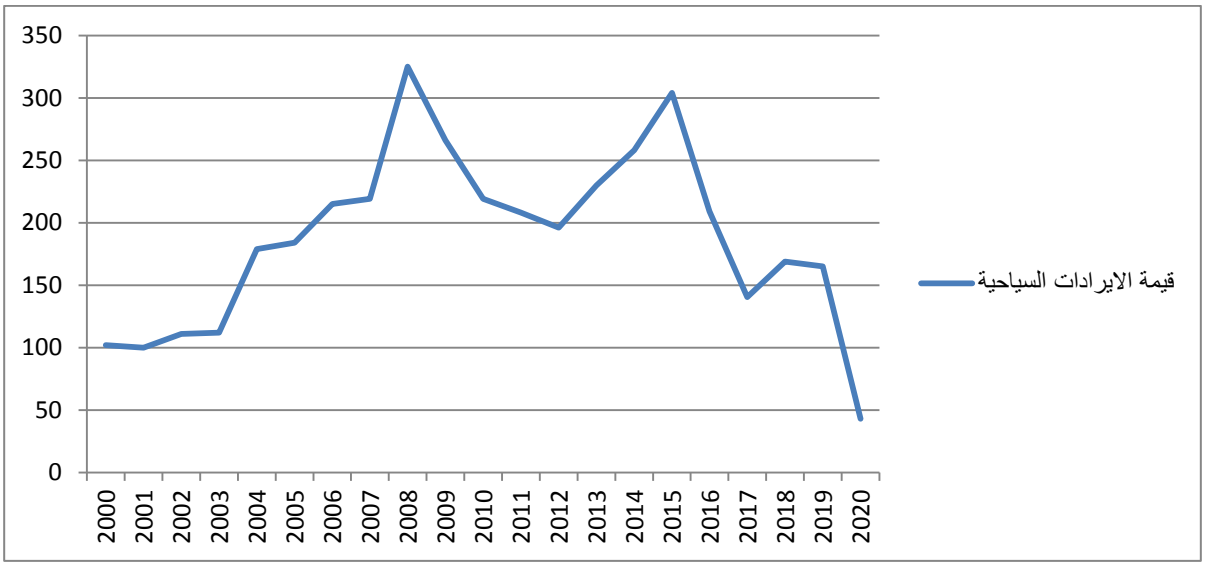
2003	112	-
2004	1479	-
2005	184	0.976
2006	215	0.685
2007	219	0.527
2008	325	0.580
2009	266	0.750
2010	219	0.534
2011	208	0.392
2012	196	0.392
2013	230	0.475
2014	258	0.495
2015	304	0.915
2016	209	0.751
2017	140.5	0.457
2018	169	0.40
2019	165	0.40
2022	42.9	0.20

المصدر: وزارة الساحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء.

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه، ارتفاع طفيف عموما في حجم الإيرادات السياحية المحققة في الجزائر، حيث ارتفعت بشكل مستمر من سنة 2000 الى غاية سنة 2008 حيث سجلت أعلى مستوى لها سنة 2008 قدر بـ: 325 مليون دولار، ما يمكن إرجاعه إلى استقرار الوضع الأمني في البلاد، لتتراجع بعدها من سنة 2009 إلى غاية 2012 لتسجل أدنى مستوى لها بقيمة 196 مليون دولار، وشهد بعد ذلك ارتفاعا سنتي 2013 و2014، لتتراجع تراجع كبيرا في باقي سنوات الدراسة إلى غاية 2020 حيث

سجلت أدنى مستوى لها على الإطلاق منذ سنة 2000 بقيمة 429 مليون دولار، وهذا راجع إلى تفشي جائحة كورونا (covid19) حيث فرضت كل دول العالم حجر صحي كلي، وتبقى هذه النسب ضعيفة مقارنة بدول الجوار، وفي الشكل البياني الآتي سنوضح تطور الإيرادات السياحية المحقق في الجزائر خلال الفترة (2000-2020).

الشكل رقم (10): تطور الإيرادات السياحية المحققة في الجزائر في الفترة (2000-2020)



المصدر: من إعداد الطالبتين من خلال معطيات الجدول

ثانيا: تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي، وبشكل يساهم هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي بالنسبة للجزائر حيث تساهم الإيرادات السياحية في الناتج المحلي بنسب وحتى وإن كانت ضعيفة[1].

[1]- فلاق علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المدية، العدد6، مارس 2012، ص78.

وفي الجدول الموالي سنوضح نسب مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (200-2020).

الجدول رقم (17): يمثل تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي في الجزائر للفترة (2000-2020).

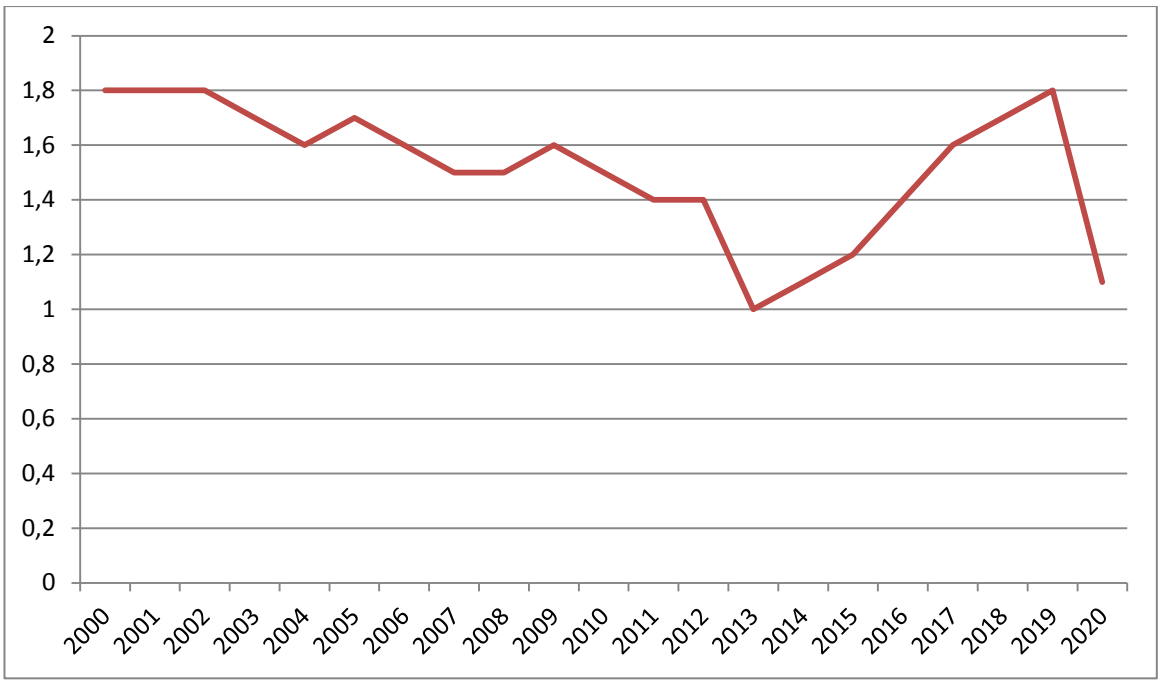
السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
نسبة PIB	1.8	1.8	1.8	1.7	1.6	1.7	1.6	1.5	1.5	1.6	1.5	1.4	1.4	1.0

السنوات	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
نسبة PIB	1.1	1.2	1.4	1.6	1.7	1.8	1.1

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء

من الجدول السابق يتضح لنا بأن قطاع السياحة يساهم بنسب ضئيلة جدا في الناتج المحلي الإجمالي مقارنة بالإمكانيات السياحية الهائلة (الثقافية والتاريخية والطبيعية في الجزائر التي هي بلد بحجم قارة، حيث نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة لم تجاوز 1.8% منذ سنة 2000 إلى غاية سنة 2020، وكذلك نلاحظ أنها سجلت أدنى مستوى سنة 2013 بنسبة 1% فقط، ويمكن أن نرجع عامل الاقتصاد الريعي سببا لذلك لأن قطاع المحروقات يساهم بشكل كبير جدا في الدخل الإجمالي نسبة لأسعار النفط، وكذلك يمكن القول بأن إهمال الجانب السياحي في الجزائر واعتمادها على قطاع المحروقات وكذلك كون القطاع السياحي غير مؤثر بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني يمكن كذلك أن تكون سببا في ضعفه ومحدوديته.

الشكل رقم (11): تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي في الجزائر للفترة (2000-2020).



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول.

ثالثا: أثر السياحة في ميزان المدفوعات

يعرف ميزان المدفوعات بأنه سجل منتظم تقيد فيه كافة المعاملات الاقتصادية التي تجري بين الأشخاص المقيمين على إقليم الدولة والأشخاص المقيمين على أقاليم أخرى، خلال فترة زمنية معينة (عادة ما تكون سنة)، ويتكون ميزان المدفوعات من جانبين جانب دائن تدرج فيه كافة العمليات التي تحصل فيها على متحصلات (حقوق) من العالم الخارجي وجانب مدين به كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مدفوعات (ديون) إلى العالم الخارجي[1].

تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة على ميزان المدفوعات في الدولة ومدى مساهمتها في جلب العملات الحرة في ظروف سريعة ومستمرة ومرنة، وتؤثر حركة السياحة على ميزان

[1]– شرفاوي عائشة، مرجع سبق ذكره، ص38.

المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تتحصل عليها الدولة المضيفة كما تؤثر على الحركة السياحية على جانب المدفوعات عن طريق تحويلات المواطنين إلى الخارج وذلك فضلا عن ما يستورده قطاع السياحة من الخارج من سلع في شكل صناعات غذائية ومفروشات، والجدول التالي يبين مساهمة الإيرادات السياحية في ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2000-2020).

الجدول رقم (18): تطور ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2000-2020).

السنوات	المداخيل	المصاريف	الرصيد
2000	102	193	-91
2001	100	194	-94
2002	111	248	-137
2003	112	255	-143
2004	178.5	340.9	-228.9
2005	184.5	370	-185.7
2006	215.3	380.7	-165.4
2007	218.9	376.7	-157.8
2008	325	469	-94
2009	266	457	-140
2010	219	574	-350
2011	208	505	-294
2012	196	428	-232
2013	230	410	-180
2014	285	611	-353
2015	304	677	-373
2016	209	475	-266
2017	140.5	580	-439.5

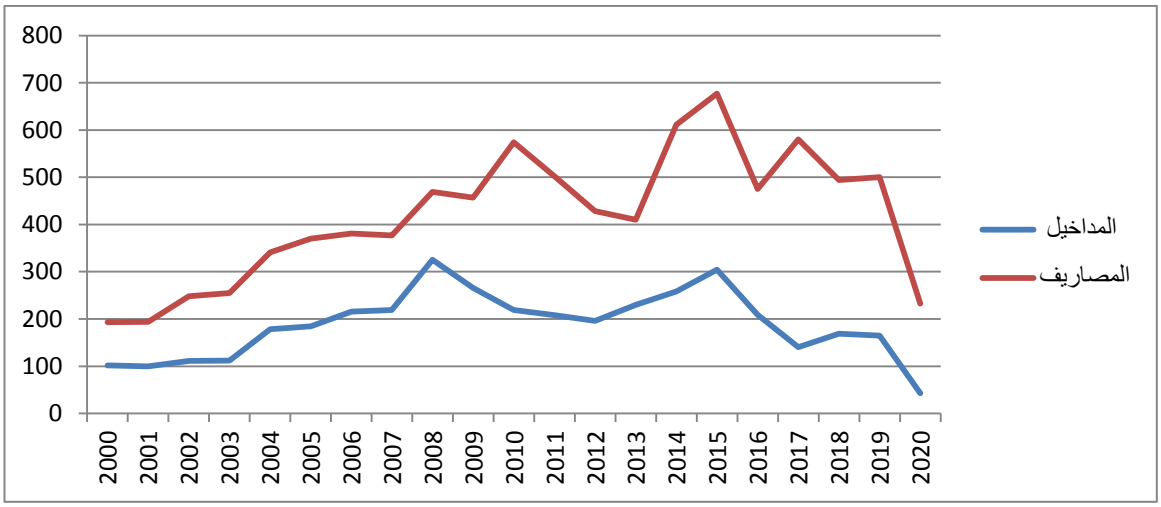
2018	169	494	-295
2019	165	500	-335
2020	42.9	232.6	-189.7

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء الجزائر.

من خلال الجدول يمكن ملاحظة عجز مستمر في ميزان المدفوعات للسياحة في الجزائر خلال الفترة (2000-2020)، حيث سجل عجز بقيمة 91 مليون دولار سنة 2000 كأدنى حد في فترة الدراسة و 439.5 مليون دولار سنة 2017 كأعلى حد، مما يؤكد تراجع حاد في ميزان المدفوعات خاصة في السنوات الأخيرة لأسباب عديدة نذكر منها:

- ميزان المدفوعات خاصة في السنوات الأخيرة لأسباب عديدة نذكر منها: السياحة العكسية مما تسبب في خروج العملة الصعبة وكذلك عدم وجود تسويق فعال للسياحة في الجزائر والأهم من هذا كله عدم وجود استراتيجية ناجحة لتطوير المقومات السياحية وعدم مطابقتها للمعايير الدولية مما يؤدي إلى تدني جودة خدمات السياحة في الجزائر، والشكل البياني التالي يوضح معطيات الميزان التجاري للسياحة خلال الفترة (2000-2020).

الشكل رقم (12): تطور ميزان المدفوعات بالجزائر خلال الفترة (2000-2020).



المصدر: من إعداد الطالبتين حسب معطيات الجدول

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة في الجزائر

تحتل صناعة السياحة أهمية قصوى في تنمية البلدان اجتماعيا لما لها من آثار اجتماعية، أهمها المساهمة في التقليل من البطالة وتحسين المستوى المعيشي للسكان.

أولا: مساهمة قطاع السياحة في تحسين المستوى المعيشي للسكان في الجزائر

تساهم السياحة في تحقيق الإرادات بالعملة الصعبة والتي تساهم بدورها في تكوين الدخل القومي إضافة إلى توفير مناصب الشغل وبالتالي فهي تساهم في تحسين المستوى المعيشي للسكان، وتساهم في القضاء على مشكلة البطالة والفقر، غير أن نسبة المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للسكان تختلف من بلد إلى آخر نتيجة لعدة عوامل منها عدد السكان، وفيما يلي سيتم دراسة مؤشر نصيب الناتج الداخلي المحقق من السياحة على عدد السكان[1]، ويمكن عرض تطور هذا المؤشر بواسطة الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): نصيب الفرد من الإيرادات السياحية المحققة بالجزائر خلال الفترة (2000-2014)

الوحدة: دولار أمريكي

السنوات	نصيب الفرد من الإيرادات السياحية
2000	3.27
2001	3.16
2002	3.16
2003	3.46
2004	5.42
2005	14.33
2006	11.64
2007	9.74
2008	13.58

[1] – نوفل بعلول، د. سماح طلحي، مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال الفترة (2000-2017) مه الإشارة إلى أفاق 2027، مجلة جديد الاقتصاد، العدد1، الصادرة يوم 2020/12/31، ص ص: 60-61.

2009	10.19
2010	8.99
2011	8.17
2012	7.87
2013	8.53
2014	8.91

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر

نلاحظ من الجدول السابق أن نصيب الفرد الجزائري من الإيرادات المحققة جد ضعيف مقارنة بدول مجاورة وكذلك مقارنة بما تمتلك الجزائر من مقومات سياحية تميزها عن غيرها، حيث سجلت أعلى قيمة سنة 2005 بقدر 14.33 دولار أمريكي وأدنى قيمة سنتي 2000و2001 بقيمة 3.16 دولار وهذا راجع لإهمال قطاع السياحة بصفة عامة في الجزائر وعدم استغلال الإمكانيات المتاحة بشكل صحيح يجعل من السياحة مصدر دخل يضاهي قطاع المحروقات ويجعل منه أداة لإنعاش الاقتصاد الجزائري.

ثانيا: مساهمة السياحة في التشغيل بالجزائر

يؤدي القطاع السياحي إلى تحقيق العديد من الفوائد للاقتصاد الوطني خاصة في مجال خلق مناصب الشغل باعتبار السياحة قطاع متعدد وله علاقة عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فهي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية (الفنادق مثلا) أو المرافق المكملة لها لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي يسع ل 200 سرير ومطعم ومقهى ب 300 مكان يتم بدورها خلق 60 منصب عمل دائم داخل هذه المرافق بهدف القيام بتقديم الخدمات الفندقية والقيام بالصيانة، التسيير، الحراسة والإدارة من جهة ومن جهة أخرى فإن عملية انجاز فندق مثلا بجميع مراحله تتطلب العديد من الموظفين الباحثين والمختصين والخبراء والعمال البسطاء وذلك من الدراسة الأولية إلى عملية الانجاز إلى عملية التهيئة وعملية التأثيث والتجهيز الداخلي للفندق، وهذا ما يؤدي إلى إتاحة فرص عمل غير مباشرة

عن طريق استعمال منتجات القطاعات الأخرى لقطاعي النقل والصناعة، وعليه فإن السياحة نشاط يعتمد على اليد العاملة بالدرجة الأولى التي تساهم في تخفيض نسبة البطالة في البلد السياحي كما تلعب الحرف والهوايات دورا هاما في السياحة حيث تجلب مداخيل معتبرة عن طريق بيع التحف والهدايا التذكارية التي يصنعها الحرفيون، أما الهوايات مثل المسرح، الغناء والرقص الشعبي ففي وسيلة فعالة لجلب السياح إلى البلد وكذلك خلق مناصب شغل جديدة.

مما سبق يمكن استنتاج أن للعمل السياحي نوعين هما[1]:

1-1-العمالة المباشرة: وهي مجمل مناصب العمل المحدثة من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل: الإيواء، المطاعم، الوكالات السياحية، النقل السياحي، والتنظيم السياحي.

1-2- العمالة غير مباشرة: وهي مجمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة بشكل أو بأخر من القطاع السياحي مثل: البناء، التأثيث والهياكل القاعدية.

وهي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (20): تطور عدد المستخدمين في الجزائر للفترة (2000-2019)

السنوات	عدد العمال
2000	82000
2001	95000
2002	98000
2003	103000
2004	165000
2005	172000
2006	180000

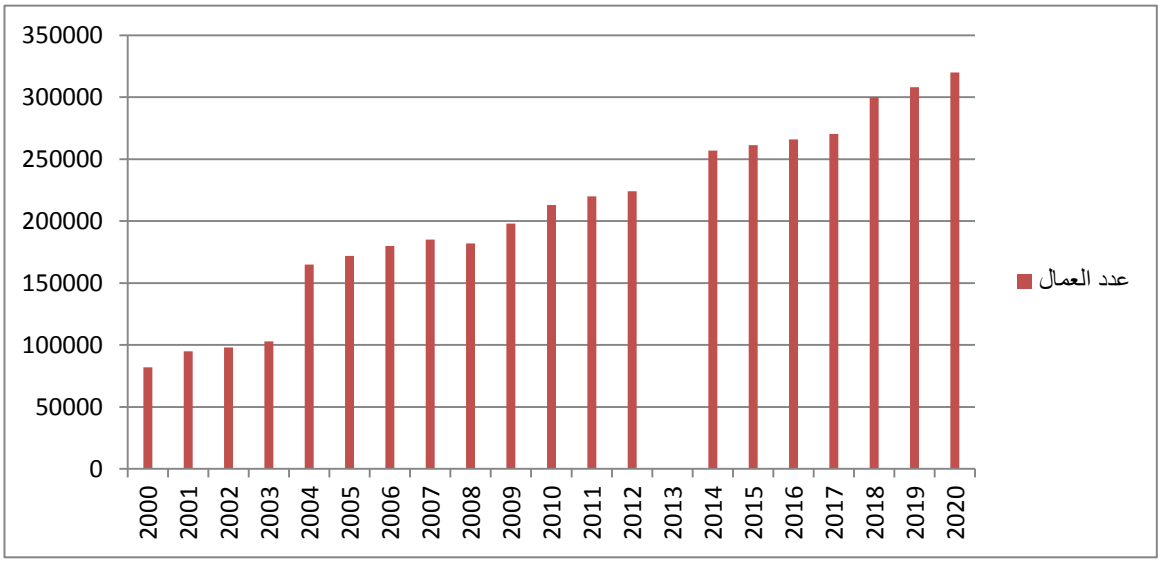
[1]- ابتسام سية، تحليل العلاقات بين الناتج المحلي وإيرادات القطاع السياحي، دراسة حالة الجزائر وتونس والمغرب خلال الفترة (1995-2017)، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020، ص25.

2007	185000
2008	182000
2009	198000
2010	213000
2011	220000
2012	224028
2013	256775
2014	261289
2015	265803
2016	270317
2017	300000
2018	308027
2019	320000

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر

من الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن قطاع السياحة شهد تطور في عدد العمال وذلك من خلال التزايد المستمر المسجل طيلة فترة الدراسة، حيث سجلت سنة 2000 82000 عاملا مقابل 320000 عاملا سنة 2019، ماعدا سنة 2008 شهدت تراجع في عدد العمال بالنسبة إلى السنة التي سبقتها 2007، ويمكن القول بأن هذا المؤشر ايجابيا في قطاع السياحة بصفة واقتصاد الوطن بصفة عامة، بحيث انه ساهم في القضاء على البطالة، وهذا بغض النظر على المناصب المؤقتة التي تخلقها السياحة الموسمية، ويمكن التعبير عن عدد العمال خلال الفترة (2000-2019) عن طريق الشكل البياني الموالي.

الشكل رقم (13): تطور عدد المستخدمين في الجزائر للفترة (2000-20



المصدر: من اعداد الطالبتين بناءا على معطيات الجدول

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق يمكن القول أن الجزائر رغم ما تمتلكه من خصائص ومقومات تجعل منها منطقة جذب سياحي فريدة ويمكنها أن تكون أفضل المقاصد السياحية، إلا أنها لا تحقق النتائج المطلوبة وذلك يجعلها في مكانة لا تليق في هذا المجال، كذلك السياحة في الجزائر لا تحظى بالاهتمام الكافي والمطلوب كونها ليست مصدر الدخل الوحيد بالنسبة للدولة، وهذا أثر سلبا على الاقتصاد الجزائري، ولأن الجزائر لن تجد بديلا أحسن من السياحة لتنويع وتعزيز اقتصادها وتلبية احتياجاتها المستقبلية وبالتالي تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

خاتمـــــــة

عامـــــــــــة

خاتمة:

تعتبر السياحة ظاهرة اقتصادية، اجتماعية وثقافية وهي نشاط إنساني ينبع من الحاجة إلى الراحة والاطلاع والمعرفة، وقد مرت هذه الظاهرة بعدة مراحل مع تطور واختلاف احتياجاته واليوم أصبحت من أهم صناعات العالم التي تقوم عنها اقتصاديات بعض الدول، يمكن الاعتماد عليها كبديل اقتصادي لما لها من دور في مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وذلك من خلال مساهمتها في دعم الاقتصاد الوطني وجلب العملة الصعبة والتقليل من البطالة وتحسين المستوى المعيشي للأفراد بالإضافة إلى خلق فرص الاتصال والتواصل بين مختلف الثقافات.

ورغم ما تملكه الجزائر من مقومات طبيعية وتاريخية وإمكانيات مادية ساحلية إلا أنها لا تتطلع للمستوى المطلوب، وذلك لأنها تولي أهمية كبيرة لقطاع المحروقات وأهملت قطاع السياحة الذي يمكن أن يكون مورد اقتصادي مهما يضاهي قطاع المحروقات، وذلك باستغلال المقومات استغلالا صحيحا وإعطاء القطاع أهمية تليق بقيمته الاقتصادية واتخاذ إجراءات ليرقى إلى المستوى المطلوب.

أولا: نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

والتي تحمل إجابات عن الأسئلة المطروحة في إشكالية البحث واختبار الفرضيات:

1- السياحة مجموعة من الأنشطة الحضارية الثقافية والاقتصادية التي يقوم بها الفرد الذي ينتقل من بلد إلى بلد أخر ويستمر وجوده بها إلى أكثر من يوم على الأقل، إن السياحة من الأنشطة الهامة والتي يقوم بها الكثير من الأفراد بكل أنحاء العالم فيسافرون وينتقلون من مكان إلى أخر بما يعود على أنفسهم بالبهجة والاستمتاع، والشعور بالراحة والاسترخاء، كما تساعدهم على التخلص من التوتر والقلق النفسي، والحصول على فرص للترفيه والترويح عن النفس، ويظهر تأثير السياحة على النشاط الاقتصادي فيما يلي:

– دخول العملة الصعبة إلى البلاد والتي تساعد تنمية الاقتصاد الوطني وسد ميزان المدفوعات ولو بنسبة ضعيفة.

– زيادة فرص العمل لدى الشباب وكل الفئات فحيثما يحل السائح بأي مكان فهو يحتاج إلى المزيد من الخدمات والتي من شأنها توفير فرص العمل المختلفة (مما يثبت تحقق الفرضية الأولى).

2– التنمية السياحية هي مجموعة الإجراءات والتدابير للنهوض بقطاع السياحة وترقية الخدمات السياحية إلى المستوى المطلوب وهي كذلك الاستغلال الصحيح للإمكانيات السياحية غير أنها تواجهه مشاكل وعراقيل الافتقار إلى الثقافة السياحية وكذلك عدم الاهتمام بالقطاع السياحي مما أدى إلى نقص فادح في المنشآت والتجهيزات السياحية، التفتت الجزائر إلى قطاع السياحة وحاولت تطويره والنهوض به وذلك من خلال المخطط التوجيهي الذي ينص على تقسيم الجزائر إلى سبعة أقطاب سياحية لكل قطب مشاريع سياحية ومنشآت وخدمات خاصة حسب ما يملك من مقومات تاريخية وطبيعية ومادية وكل هذا سعيا للوصول إلى الاستغلال المثالي للإمكانيات السياحية في الجزائر ليكون موردا اقتصاديا يمكن الاعتماد عليه، (مما يثبت تحقق الفرضية الثانية).

3– سجل قطاع السياحة أرقاما اقتصاديا ساهمت بنسبة ضئيلة في ميزان المدفوعات الجزائري بشكل خاص وفي الاقتصاد الجزائر بشكل عام ولكن قطاع السياحة لم يرق إلى المستوى المطلوب ولم يلعب الدور اللازم في الدفع بعجلة الاقتصاد للأمام بسبب إهمال الجزائر لقطاع السياحة واعتمادها على قطاع المحروقات في الاقتصاد واهتمامها به بالدرجة الأولى، (مما يثبت تحقق الفرضية الثالثة).

4– تتمتع الجزائر بمقومات سياحية تجعل منها من أهم الوجهات السياحية في العالم.

5– قطاع السياحة في الجزائر ضعيف نوعا ما مقارنة بالإمكانيات المتاحة في الجزائر ومقارنة ببعض الدول المجاورة.

ثانيا: التوصيات

من خلال دراستنا للموضوع وبهدف النهوض بقطاع السياحة في الجزائر اقترحنا ما يلي:

- إعطاء أهمية للقطاع السياحي كغيره من القطاعات الأخرى لأنه مصدر دخل هام.
- ضرورة التسويق للجزائر كوجهة سياحية وذلك عن طريق إبراز أهم المقومات الطبيعية السياحية في الجزائر.
- خلق منشآت قاعدية وهياكل سياحية ترقى لمستوى السياحة العالمية.
- تشجيع السياحة الداخلية.
- تشجيع الاستثمار السياحي في الجزائر.
- الاهتمام بالمناطق الأثرية وترميمها.
- الاعتماد على رقمنة القطاع السياحي.
- العمل على تعزيز الأمن والاستقرار الداخلي لأنه من أهم عوامل الجذب السياحي.
- السير على خطى الدول الرائدة في مجال السياحة والاستفادة من تجاربها.
- تسهيل دخول السياح الأجانب للجزائر.

ثالثا: آفاق الدراسة:

وختاما فإن دراستنا هذه فتحت لنا أفاق جديدة وتساؤلات لها صلة بموضوعنا حيث يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون مكملة لبحثنا نظريا وعلميا، ولخصنا أهمها في ما يلي:

- أثر السياحة في التنمية الاقتصادية.
- أثر الاستثمار السياحي في النهوض بالقطاع السياحي.
- السياحة كبديل لقطاع المحروقات في الاقتصاد الجزائر.
- إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر.

قائمة المصـــادر والمراجـــــــع

المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

1. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية ، مصر ، 2008.
2. خالد كواش، السياحة: مفهومها- أركانها- أنواعها، دار التنوير للنشر والتوزيع 159شارع طرابلس، حسين داي، الجزائر، ط1، سبتمبر 2007.
3. خالد مقابلة، فيصل الحاج الذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
4. -ريهام سيوى السيد، أسس مناعة السياحة، دار عيداء للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة1، 2020.
5. سمر رفقي الرجي، الإدارة السياحية الحديثة، دار الأكاديميون للنشر، عمان الأردن الطبعة 1، 2014.
6. فؤاد عبد المنعم بكري، التنمية السياحية في مصر والعالم العربي (الاستراتيجيات، الأهداف، الأولويات)، علم الكتب، مصر، 2004.
7. ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة (الأسباب والمبادئ)، مطابع الولاء الحديثة، الإسكندرية، 2002.
8. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
9. محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، قسم العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2007-2008.
10. وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم03.

11. وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم04.

12. وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الجزائر، م.ت.ن.سSDAT2030، الكتاب رقم01.

2- المذكرات الجامعية:

1. ابتسام سية، تحليل العلاقات بين الناتج المحلي وإيرادات القطاع السياحي، دراسة حالة الجزائر، تونس، المغرب، خلال الفترة 1995-2017، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2020.

2. بديعة بوعقلين، السياسات السياحية في الجزائر وانعكاساتها على العرض والطلب السياحي دراسة حالة ولاية تيبازة، جامعة الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر، 1996.

3. حاسين صكوشي، السياحة كرهان بديل لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، الجزائر، تخصص اقتصاديات مالية وبنوك، 2020-2021.

4. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة الحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2003-2004.

5. ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1994.

6. زهير بوعكريف، ترقية القطاع السياحي كمورد بديل للثروة النفطية من أجل تحقيق تنمية مستدامة، دراسة حالة الجزائر، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، المدية، 2017-2018.

7. صليحة عيشي، الأداء والأثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2018، 2019.

8. عائشة شرفاوي ، السياحة بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014-2015.

9. عادل مستوي ، أثر تطوير القطاع السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال "1990-2016" ، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018-2019.

10. عبد القادر عوينان ، السياحة في الجزائر، الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025)، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية تخصص النقود والمالية، 2013.

11. علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002.

12. محمد وزاني، السياحة المستدامة واقعها، وتحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة حمام ربي، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، 2010-2011.

13. نادية سي محمد، الاستثمار الاجنبي المباشر ودوره في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2012-2013.

14. يوسف شرع، التخطيط لتنمية العرض على السياحة من خلال الطلب، أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص اقتصاد وتنمية، جامعة يحيى فارس، المدية، الجزائر، 2016-2017.

3- المجلات:

1. سهيلة حبال ، نور الدين حاروش، مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، مجلة آفاق علمية، العدد2، المجلد11، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2019.

2. علي فلاق ، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة البحوث والدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المدية، العدد6، مارس 2012.

3. نبيل دبور، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنطقة المؤتمر الإسلامي: الأفاق والتحديات مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، العدد الثالث، انقرة تركيا، 2006.

4. نور الدين هرمز، ثناء أبي زيد، ميساء أسير، مجلة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد03، سوريا، 2006.

5. نوفل بعلول، د. سماح طلحي، مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال الفترة (2000-2017) مه الإشارة إلى أفاق 2027، مجلة جديد الاقتصاد، العدد1، الصادرة يوم 2020/12/31.

6. محمد تاج الدين صحراوي ، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء الاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ديسمبر 2017.

7. وسيلة سعود، واقع الطلب والعرض السياحي في الجزائر، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسة، المجلد4، العدد7، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة، ديسمبر 2019.

4- الملتقيات والمداخلات:

1. إسماعيل بوغاري، لمين نعلبسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف المركز الجامعي غرداية،26،27 فيفري 2013.
2. مداخلة السياحة الثقافية في الجزائر، الإمكانيات والاستراتيجيات، بوجمعة خلف الله، جامعة عمروس تومية، جامعة المسيلة، الجزائر.
3. يسرى دعبس، السياحة، الملتقى المصري للابداع والتنمية، القاهرة، مصر، 2001.

5- التقارير والنشرات الإحصائية:

1. الديوان الوطني للإحصائيات ONS
2. وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية الإعلام والإحصاء، الجزائر.

6- المواقع الإلكترونية:

1. جغرافيا الجزائر على الموقع www.encyeducation.com تاريخ الاطلاع 15 أفريل 2023.
2. الحضائر الوطنية في الجزائر على الموقع www.al-hajer.comتاريخ الاطلاع 2023/04/15

3. إيلاف كامل الشيرازي، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية على الموقع www.djazairess.com تاريخ الاطلاع 2023/04/16.

7- المراجع باللغة الأجنبية:

1. Robert Lanquar, le tourisme international ; série que sois-je ; N1694 (France ; 1981) .

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Centre Universitaire Nour Bachir -El-Bayadh-
Institut des Sciences Economiques et commerciales et Sciences du Gestions

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المركز الجامعي نور البشير -البيض-
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

البيض في: 2023/06/14

القسم: علوم اقتصادية

إذن بإيداع مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله: الأستاذ مركوشي حاسين

المشرف على مذكرة الماستر المقدمة من طرف الطلبة:

1: لكحل حديجة

2: بو سماحة مليكة

تحت عنوان: الرؤية الاستراتيجية للسياحة في الجزائر من خلال الاستراتيجية الجديدة وآفاقها المستقبلية

ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد تنمية وبيئي

أوافق أن المذكرة قد استوفت كل شروط المناقشة أو التقييم

إمضاء الأستاذ المشرف

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي نور البشير - البيض
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم .....

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique
Centre Universitaire Nour Bachir El Bayadh
Institut des Sciences Economiques et
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

استمارة إيداع مذكرة الماستر المصححة بعد المناقشة

تخصص: إقتصاد تجاري وبنكي

ينهد الأستاذ (ة) بوكرش حامين المشرف على تأطير مذكرة ماستر

شعبة علوم اقتصادية تخصص اقتصاد تجاري وبنكي

تحت عنوان دور وظيفة التسويق السياحة بالجزائر في ظل الاستراتيجية الجديدة واقع وآفاق دراسة حالة

من إعداد الطلبة:

ا. بوعامة ملكية

ة. لأجل خديجة.

أن المذكرة تم تصويبها وتعديل كل الملاحظات التي تم تسجيلها أثناء المناقشة وأصبحت جاهزة للإيداع النهائي بمصالح القسم

تاريخ 11/07/2023

إمضاء المشرف