



الموضوع

إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية و دورها في
تحقيق التنمية السياحية

دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (2008-2018)

ملذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

الأستاذة المشرفة:

د. كرامة مروة

إعداد الطالبة:

نجاح بغدادي

الإهداء

جميل أن تحس أنك على مشارف الوصول، بل الأجل من ذلك أن تقطف ثمارها قد أينعت وتمهدها إلى من ساعدك على الصعود.

إلى نبع الحنان وهبة الرحمن التي رمتني في بحر الأمان إلى أمي التي تستحق " أن تكمل بتاج من اللؤلؤ والمرجان".

إلى منار دربي وواصل فكري ودربي وتربيتي، إلى مفتاح قلبي إلى من علمني التفاني والبساطة أبي " العزيز".

إلى مكارم الأخلاق و القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي إخوتي: نور الدين - رشدي - رياض - سليم - موسى .

إلى مبعث سروري إلى من كان عوناً للحب والوفاء إليكن أخواتي العزيزات: فطيمة - سميرة - وردة - سهام - نسرين - سامية. منال.

إلى معنى الصداقة والوفاء : صديقة - سميرة - مجدة - سارة - هدى - بسمة

إلى روح صغيرتي الغالية الحبيبة هبة الرحمن .

إلى كل من وسعهم قلبي ولم يسعهم قلبي.

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، على جزيل النعم ودوام العافية، له الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

الشكر لله واهب النعم الذي أنعم عليّ بنعمة العلم ووفّقني لإتمام هذا العمل وأطلي وأسلم على سيد الأولين والآخريين، وإمام المتقين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

كل التقدير والاحترام والامتنان إلى أستاذتي الفاضلة الدكتورة: كرامة مروة لتفويضها بالإشراف على هذه المذكرة.

كما أوجه شكري الجزيل إلى كل من كان له الفضل في إنجاز هذا البحث من بعيد أو حتى بأو قريب كما أوجه شكري إلى الأستاذة: جدي وناسة و الأستاذتين: سهام زروق وحسيبة بن عطية.

كما أتقدم بالشكر للأساتذة الأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم وتكرمهم لقراءة ومناقشة هذا العمل المتواضع .

كما أتقدم بخالص الامتنان والعرفان إلى مصدر قوتي والدي حفظهما لي، إلى كل من مد لي يد العون ولو بكلمة لإتمام هذا العمل.

نجاح بغداد دي

الصفحة	المحتويات
	البسمة
I	الإهداء
II	شكر وتقدير
III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
XI -IIV	ملخص البحث
أ- ز	المقدمة العامة
33 -1	الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة
2	مقدمة الفصل الأول
3	المبحث الأول: ماهية السياحة
3	المطلب الأول: نشأة ومفهوم السياحة
9	المطلب الثاني: أنواع ودوافع السياحة
12	المطلب الثالث: أركان وأسس السياحة وعناصر الجذب السياحي
13	المطلب الرابع: مقومات السياحة وعناصر الجذب السياحي
15	المبحث الثاني: السوق السياحية
15	المطلب الأول: ماهية ومضمون السوق السياحية
16	المطلب الثاني: الطلب السياحي
20	المطلب الثالث: العرض السياحي
25	المبحث الثالث: الآثار الناجمة على السياحة
25	المطلب الأول: الجانب الاقتصادي
29	المطلب الثاني: الجانب الاجتماعي و الثقافي
31	المطلب الثالث: الجانب البيئي
33	خاتمة الفصل الأول
67 -35	الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية
35	مقدمة الفصل الثاني
36	المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية

فهرس المحتويات

36	المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية
37	المطلب الثاني: أهداف التنمية السياحية
38	المطلب الثالث: مراحل التنمية السياحية
40	المطلب الرابع: مبادئ وأشكال التنمية السياحية
42	المبحث الثاني: التنمية السياحية المستدامة
42	المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة
43	المطلب الثاني: إستراتيجية التخطيط لتحقيق تنمية سياحية مستدامة
45	المطلب الثالث: مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة
45	المطلب الثالث: دور التخطيط الإستراتيجي في التنمية السياحية
47	المبحث الثالث: إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية
47	المطلب الأول: استراتيجيات الدول العربية في تطوير القطاع السياحي
50	المطلب الثاني: واقع وطموح السياحة العربية
50	المطلب الثالث: إستراتيجيات التنمية السياحية في بعض الدول العربية (تونس، المغرب)
67	خاتمة الفصل الثاني
118 - 69	الفصل الثالث: دراسة تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة 2008 - 2018
69	مقدمة الفصل الثالث
70	المبحث الأول: تحليل واقع وتنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية
70	المطلب الأول: مقومات السياحة في الدول العربية
72	المطلب الثاني: تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية
74	المطلب الثالث: معوقات تنشيط الساحة في الدول العربية
76	المبحث الثاني: المؤشرات السياحية في البلدان العربية
76	المطلب الأول: عدد السياح الوافدين والحصة السوقية للدول العربية
79	المطلب الثاني: الإيرادات السياحية في الدول العربية
79	المطلب الثالث: مساهمة السياحة العربية في بعض المؤشرات الاقتصادية
81	المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2018)
81	المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر
89	المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

فهرس المحتويات

92	المطلب الثالث: المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2018)
98	المطلب الرابع: آثار التنمية السياحية على الاقتصاد الجزائري (مباشرة وغير مباشرة)
103	المبحث الرابع: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر آفاق 2030
103	المطلب الأول: التعريف بإستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر آفاق 2030
104	المطلب الثاني: الأهداف العامة والمادية للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030
108	المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة في حدود 2030
112	المطلب الرابع: المعوقات الاقتصادية لتطوير القطاع السياحي والإجراءات والتدابير اللازمة للتنمية السياحية في الجزائر
118	خاتمة الفصل الثالث
120	الخاتمة العامة
125	قائمة المراجع

قائمة الجداول

و الأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
43	يوضح المقارنة بين التنمية السياحية التقليدية و التنمية السياحية الحديثة	(01)
58	الأهداف الكمية و النقدية لرؤية 2010 خلال الفترة (2001-2010).	(02)
60	مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية " رؤية 2010"	(03)
62	الأهداف الكمية و النقدية لرؤية 2020- خلال الفترة (2011_2020)	(04)
62	المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020	(05)
72	يبن تنافسية الدول العربية سياحيا(2015-2017).	(06)
80	:مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الإجمالي و العمالة سنة 2016	(07)
92	تطور عدد الفنادق حسب الدرجة في الجزائر خلال الفترة (2008-2018)	(08)
94	تطور عدد التدفقات البشرية الوافدة إلى الجزائر مابين الفترة (2008-2018)	(09)
95	تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2018).	(10)
95	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2015)	(11)
96	تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2008-2018)	(12)
97	تطور عدد العاملين في القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة(2008-2017)	13
106	خطة الأعمال بالأرقام لسنة 2015	(14)
107	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز للمخطط التوجيهي 2030	(15)
109	توزيع القرى للامتياز على الأقطاب السياحية لامتيار للمخطط التوجيهي 2030	(16)

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
13	أركان السياحة	(01)
18	أنواع الطلب السياحي	(02)
20	خصائص الطلب السياحي	(03)
23	مكونات العرض السياحي	(04)
24	خصائص العرض السياحي	(05)
39	نموذج بتلر لمراحل التنمية	(06)
98	الصادرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2018)	(07)
99	تطور حجم الاستثمار في القطاع السياحي الجزائري (2008-2018)	(08)
100	حجم و نسبة العمالة الإجمالية المولدة من القطاع السياحي خلال الفترة (2008-2018)	(09)
111	نموذج مخطط التشاور المحلي	(10)

ملخص الدراسة:

يشهد قطاع السياحة نمواً متواصلاً على مدى العقود الأخيرة سواء من حيث عدد السياح أو من حيث حجم العائدات السياحية بما كان له من آثار على جميع الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية طالت كل بلدان العالم على تنمية السياحة وعلى صعيد الدول العربية، نجد أنه بالنظر إلى الثراء الطبيعي والجغرافي والثقافي الهائل الذي تتمتع به هذه الدول والذي يعتبر كمقومات جذب سياحية متميزة إلى جانب توافر الإمكانيات والموارد اللازمة التي ساعدت على تحقيق معدلات نمو ولو كانت مضطربة في قطاع السياحة العربي الذي يفوق معدله على متوسط المعدل العالمي، وهذا ما يشكل دافعاً قوياً لوضع إستراتيجية لتطوير ذلك القطاع برؤية واضحة وأهداف محددة تمكنه من المساهمة بشكل أمثل في التنمية الشاملة بالدول العربية وهذا دون إغفال التفاوت القائم بين أوضاع القطاع السياحي في الدول العربية سواء بسبب تفاوت الإمكانيات أو اختلاف في درجات العراقة والحدثة لصناعة السياحة بين تلك الدول .

تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص واقع التنمية السياحية في الدول العربية من خلال تحليل بعض المؤشرات السياحية في هذه الدول، ثم البحث في المشكلات والمعوقات التي تقوض عملية التنمية في مجال صناعة السياحة في هذه الدول، ومن ثم نعرض إلى دراسة وتقييم تجربة الدولة الجزائرية في مجال التنمية السياحية من خلال استراتيجياتها وبرامجها التنموية للنهوض بالقطاع السياحي.(المخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT2030) وفي الأخير هدفت إلي تقديم بعض الحلول والاقترحات لمشكلات التنمية السياحية في الدول العربية والجزائر منها والتي من شأنها إرساء صناعة سياحية متطورة وتحسين جودة المنتج السياحي العربي المتميز بطابعه الذي لو حظي بال العناية والاهتمام اللازم سيكون قادراً على دخول الأسواق السياحية الدولية من بابها الواسع والمنافسة على الحصة السوقية وما يكون لذلك من تأثيرات ايجابية على عملية التطوير والنهوض باقتصاديات تلك الدول نظراً لأهمية السياحة في النشاط الاقتصادي وارتباطها الوثيق بمختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى. و قد توصلت الدراسة إلى رغم ما تتمتع به الدول العربية عامة من ميزات نسبية من حيث جذب السواح و ترقية قطاعها السياحي ما زال نصيبها أدنى بكثير من إمكانياتها لأن قطاع السياحة يواجه قيود وعراقيل كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية و الخدمات الأساسية و غياب إستراتيجية طويلة الأجل تكون جزء من عملية التنمية الاقتصادية

الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية السياحية، المؤشرات السياحية، إستراتيجيات تنمية.

Study Summary:

The tourism sector has witnessed continuous growth over the last few decades, both in terms of the number of tourists and in terms of the volume of tourism revenues, which have had effects on all economic, social, cultural, environmental and political aspects of the countries of the world on the development of tourism and in the Arab countries, As well as the geographical and cultural potential of these countries, which are considered as attractive tourist attractions, as well as the availability of resources and resources for the crisis which helped to achieve growth rates, even if it was forced in the Arab tourism sector, which exceeds the average rate of the world average, This is a strong motivation to develop a strategy for the development of that sector with a clear vision and specific objectives that enable it to contribute optimally to the comprehensive development of the Arab countries, without forgetting the disparity between the situation of the tourism sector in the Arab countries, whether due to the different possibilities or differences in degrees of modernization and modernization of the tourism industry between these countries.

This study seeks to diagnose the reality of tourism development in the Arab countries by analyzing some of the tourism indicators in these countries and then research the problems and obstacles that undermine the development process in the field of tourism industry in these countries and then review the Algerian experience of development (SDAT2030). Finally, the aim was to provide some solutions and suggestions for the problems of tourism development in the Arab countries and Algeria, which would establish an advanced tourist industry and improve the quality of tourism. The Arab tourism product is distinguished by its nature, which, if it received the attention and attention required, would be able to enter the international tourism markets by its wide scope and compete for market shares. This would have positive effects on the process of development and advancement of the economies of these countries due to the importance of tourism in economic activity and its close association with various other economic sectors The study found that despite the relative advantages enjoyed by Arab countries in terms of attracting tourists and upgrading their tourism sector, their share is still much lower than their potential because the tourism sector faces large restrictions and obstacles, Investments in infrastructure and basic services, and the absence of a long-term strategy to be part of the process of economic development

Keywords: tourism, tourism development, tourism indicators, development strategies.

Résumé de l'étude:

Le secteur du tourisme a connu une croissance continue au cours des dernières décennies, tant en termes de nombre de touristes que de volume de recettes touristiques, qui ont eu des effets sur tous les aspects économiques, sociaux, culturels, environnementaux et politiques du développement du tourisme et dans les pays arabes, Ainsi que le potentiel géographique et culturel de ces pays, considérés comme des attractions touristiques attrayantes, ainsi que la disponibilité des ressources et des ressources pour la crise qui a contribué à atteindre des taux de croissance, même si cela a été forcé dans le secteur du tourisme arabe, qui dépasse le taux moyen de la moyenne mondiale, C'est une motivation forte pour développer une stratégie de développement de ce secteur avec une vision claire et des objectifs spécifiques qui lui permettent de contribuer de manière optimale au développement global des pays arabes, sans oublier la disparité entre la situation du secteur du tourisme dans les pays arabes, que ce soit en raison des différences ou des différences de degré de modernisation et de modernisation de l'industrie du tourisme.

Cette étude cherche à diagnostiquer la réalité du développement du tourisme dans les pays arabes en analysant certains des indicateurs du tourisme dans ces pays, puis en recherchant les problèmes et obstacles qui entravent le processus de développement de l'industrie du tourisme dans ces pays, puis en passant en revue l'expérience de développement algérienne. (SDAT2030) Enfin, l'objectif était de proposer des solutions et des suggestions concernant les problèmes de développement du tourisme dans les pays arabes et en Algérie, qui créeraient une industrie du tourisme de pointe et amélioreraient la qualité du tourisme. Le produit touristique arabe se distingue par sa nature, qui, s'il recevait l'attention voulue, pourrait pénétrer sur les marchés internationaux du tourisme grâce à sa large portée et se disputer des parts de marché, ce qui aurait des effets positifs sur le processus de développement et de développement des économies de ces pays en raison de l'importance du tourisme dans l'activité économique et de son étroite association avec d'autres secteurs économiques. L'étude a révélé que, malgré les avantages relatifs dont bénéficient les pays arabes pour attirer les touristes et moderniser leur secteur du tourisme, leur part reste bien inférieure à leur potentiel, car le secteur du tourisme est confronté à de grandes restrictions et obstacles, Les investissements dans les infrastructures et les services de base, et l'absence d'une stratégie à long terme pour faire partie du processus de développement économique

Mots-clés: tourisme, développement du tourisme, indicateurs du tourisme, stratégies de développement.

المقدمة

العمامة

تعتبر السياحة عملاق القرن الواحد والعشرين فقد احتلت مكانا متميزا بالنسبة لمعظم دول العالم سواء كانت دول صناعية كبرى أو دول نامية و ذلك للأهمية الاقتصادية والاجتماعية التي تحققها لهذه الدول، فقد نجحت السياحة في إصلاح اقتصاديات العديد من الدول مثل إسبانيا و الصين.و مما لا شك فيه أن السياحة أصبحت أكبر الصناعات في العالم بل و تعتبر قاطرة التنمية في العديد من الدول.

فالسياحة أصبحت الآن مطلبا هاما من ضروريات الحياة فأصبح الإنسان يحب التنقل والتجوال بحثا عن الجديد ورغبة منه في الحصول على الترفيه والمتعة، وقد حققت السياحة نموا كبيرا بمعدلات متزايدة ومتواصلة نتيجة اهتمام العديد من الدول في العالم بمقومات السياحة وعناصر الجذب و الأساليب الحديثة في السوق و الإدارة.

ومع ظهور كثير من المتغيرات على السياحة تطورت من ظاهرة بسيطة إلي صناعة كبيرة وأصبح لها أسسها و أركانها و أجهزتها المتعددة، وبدأ الاهتمام بمقومات الجذب السياحي و تسابقت الدول في تقديم التسهيلات السياحية و تأمين البنية التحتية المناسبة لجذب أكبر عدد من السياح ، ما جعلها تحضي باهتمام العديد من دول العالم لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أصبحت الدول تضع الخطط والبرامج و الاستراتيجيات لتحسين أو تقديم أحسن عرض سياحي لها. وأصبح المجال السياحي يمثل ورقة جد رابحة علي كل المستويات وفي جميع المجالات من اقتصاد وثقافة ومجتمع ودين وكل مايمس الحياة البشرية تقريبا ففي ظل محاولة تحقيقها نجد في هذا السياق. نجد أن الدول وضعت خطط لتحقيقها وما يسمى بالتنمية السياحية وسخرت كل ما لديها من إمكانيات مادية وبشرية وعلمية لإعطاء الصيغة الحقيقية والناجحة لهذا التحدي الذي نعتبره متعدد الحدود والأوجه..وبناءا عليه نجد الدول العربية قامت بمجموعة من الإصلاحات والاستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي الذي له الدور الكبير في تحقيق ما يسمى ب التنمية السياحية خاصة في ظل ما تتميز به من كل المقومات الأساسية لصناعة السياحة وتتميتها من المواد الأولية و رأس المال و اليد العاملة و مختلف درجات التأهيل والخبرة و لا تحتاج لاستثمارات مالية مكثفة ومن الناحية الاجتماعية و الحضارية والثقافية و بوجود ثروات طبيعية ثقافية تاريخية التي تسمح لموقعها الجغرافي المتميز وجغرافيتها الطبيعية الخلابة، الذي سمح لها بتكوين مقصد جذب سياحي مهم مما جعلها المحرك الرئيسي للتنمية السياحية.

وتولت الجزائر القيام بأعمال تحسيس كبيرة حول رهان التنمية السياحية من جهة، و تطوير برامج إنجاز للنهوض بالسياحة الوطنية إلى مستوى المعايير الدولية من جهة أخرى، لذلك بات من الضروري اعتماد إطار إستراتيجي مرجعي، وبنظرة واضحة نحو أفاق (2030) بالاعتماد على أهداف رقمية واضحة، و تخطط الجزائر أن تصبح بلدا سياحيا من الدرجة الأولى بدلا من كونه بلدا مصدرا للسياح، و إلي استقبال 11 مليون سائح في أفاق

(2030)، و هذا ما تتطلب إستراتيجية حكيمة، و اختيار هذه الفترة الزمنية لم يحدد بالصدفة بل كان نتيجة جهود، و دراسات قامت بها الجهات الوصية، من أجل تحقيق الأهداف المرجوة، و بفضل ما جاءت به الترتيبات القانونية من آليات و برامج جد مغرية، و المعمول بها حاليا في الجزائر و محاولة الاسترشاد بإستراتيجيات بعض الدول العربية الرائدة في القطاع السياحي. ونظرا لأهمية التخطيط الإستراتيجي لتحقيق التنمية السياحية برزت ضرورة دراسة الإشكالية التالية :

أولا: الإشكالية

ماهي أهم الاستراتيجيات المتبعة في الدول العربية لتحقيق التنمية السياحية بصفة عامة والمطبقة في الجزائر بصفة خاصة خلال الفترة 2008-2018؟

وتتدرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية نوجزها كالتالي:

- ✓ هل نجحت الدول العربية في النهوض بالقطاع السياحي لتحقيق التنمية السياحية ؟
- ✓ ما هو واقع و أهمية القطاع السياحي في الجزائر؟
- ✓ هل تتوفر الجزائر فعلا على إمكانيات سياحية حقيقية، قادرة على جعل الجزائر و جهة سياحية من الدرجة الأولى،
- ✓ ماهي الإستراتيجيات و المخططات التي اعتمدها الجزائر لغرض تفعيل قطاع السياحة؟ وما فرص نجاحها؟
- ✓ ما المقصود بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالجزائر (SDAT 2030) وما هي أهم بنوده وأهدافه؟
- ✓ ما هي الآثار الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية للسياحة؟

ثانيا : فرضيات الدراسة

بعد صياغة إشكالية البحث ووضع الأسئلة الفرعية لها يمكننا صياغة بعض الفرضيات التي تعتبر إجابات مسبقة للأسئلة الفرعية.

الفرضية الأولى: تتمتع الدول العربية بميزات نسبية من حيث جذب السياح و الإيرادات السياحية ومقومتا طبيعية و تاريخية غيرها ساهمت في تحقيق التنمية السياحية . تعاني الدول العربية من عراقيل اقتصادية و اجتماعية و سياسية أثرت سلبا في أداء قطاعها السياحي وتنافسته عالميا.

- ✓ **الفرضية الثانية:** تعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي ومصدر مهم من مصادر الدخل الوطني، حيث تستطيع الدولة الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي.
- ✓ **الفرضية الثالثة:** إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة وقادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي.
- ✓ **الفرضية الرابعة:** تبنت الجزائر استراتيجيات لتشجيع السياحة التي تعمل على تحقيق تنمية القطاع السياحي والنهوض به و ترقية في الجزائر.
- ✓ **الفرضية الخامسة:** إعداد مخططات يكون للتهيئة السياحية يكون في ظل الاحترام الصارم للفضاءات الطبيعية و المواقع الثقافية و كذا المعالم التاريخية و منسق عن طريق الاسترشاد بالتجارب الرائدة في السياحة.
- ✓ **الفرضية السادسة:** للسياحة تأثير على الاقتصاد و خاصة اقتصاديات الدول النامية ولها آثار اجتماعية و بيئية للنشاط السياحي الذي يعمل على تحقيق التواصل و الارتباط الاجتماعي و الحضاري على المستوى المحلي الدولي.

ثالثا: مبررات اختيار الموضوع

- يدخل هذا الموضوع في ميول ورغبة الطالبة بدراسة مثل هذه المواضيع و التعمق فيه وإزالة الكثير من الغموض بشأنه .
- طبيعة التخصص التي ألزمتنا الخوض في مثل هذه المواضيع ذات الطابع الدولي .

رابعا: أهداف الدراسة

نسعى من خلال الدراسة إلي تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- ✓ تحديد الآثار الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية
- ✓ تحديد المكونات الأساسية للسياحة و التنمية السياحية و توضيح إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية
- ✓ التعرف على بعض المؤشرات السياحية في بعض الدول العربية و منها الجزائر.
- ✓ تحديد معوقات التنمية السياحية في الدول العربية

- ✓ دراسة أهم بنود المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالجزائر و إعطاء توصيات تتعلق بسبل تفعيل قطاع السياحة في الجزائر.
- ✓ تشخيص وضعية القطاع السياحي للدول العربية و مدى تنافسيته للتوصل إلى السبل اللازمة لتنميته وتطويره.
- ✓ الخروج بتوصيات تدعم مساعي الدول العربية للنهوض بالقطاع السياحي لديها.

خامسا: أهمية الدراسة

تكمّن أهمية هذه الدراسة في تبيان مكانم القوة و الضعف للقطاع السياحي في الدول العربية من خلال تحليل مكانة السياحة في اقتصاديات الدول العربية و مدى تأثيرها بالأوضاع السياسية التي يمر بها الوطن العربي .

محاولة إظهار المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر و ماهي الإستراتيجية المتبعة من طرف الدولة لتفعيله و مساهمته في التنمية السياحة و النشاط الاقتصادي ، من خلال بعض المؤشرات السياحية و الإقتصادية.

ترجع أهمية الدراسة لماتحضي به السياحة في كثير من دول العالم باهتمام كبير من قبل الحكومات و الدول في بيان مكانم القوة والضعف للقطاع السياحي للدول العربية النهوض بالقطاع السياحي للدول العربية ودور هذه الأخيرة في تحقيق تنمية سياحية وتطورها .

سادسا: حدود الدراسة

- الحدود المكانية: تتمثل في دراسة حالة الدول العربية مع التركيز في الفصل التطبيقي على دولة الجزائر.
- الحدود الزمنية: تم تحديدها بالفترة 2008-2018 لما عرفته الدول العربية بصفة عامة و دولة الجزائر بصفة خاصة من أحداث وتطورات اقتصادية وسياسية واجتماعية أثرت علي الأوضاع المختلفة لها.

سابعا: منهج الدراسة

من أجل محاولة الإحاطة أكثر بمعطيات ومتطلبات الموضوع من أجل الإجابة علي الإشكالية المطروحة تم اعتماد المناهج التالية :

-المنهج الوصفي: وذلك من خلال وصف وتفسير الأحداث والظواهر المتعلقة بالجانب المفاهيمي والإطار النظري للسياحة والتنمية السياحية المستدامة؟.

-المنهج التحليلي :والذي استخدمناه في تحليل إحصائيات المنظمة الإحصائيات المتعلقة بالقطاع السياحي في الدول العربية .

-منهج دراسة الحالة :تم استخدامه عند تحليل الإحصائيات المتعلقة بالقطاع السياحي للجزائر خلال الفترة (2008-2018).

ثامنا:الدراسات السابقة

1. أطروحة دكتوراه للباحث عامر عيساني بعنوان: الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر-التي تعرض فيها للمفاهيم الأساسية حول السياحة و التنمية المستدامة تم تحليل المخطط التوجيهي) للتهيئة السياحية لآفاق(2010)، حيث تمت الإشارة إلى تجارب بعض البلدان السياحية تمثل وجهات منافسة بحكم موقعها الجغرافي وتشابه قدراتها السياحية مع الجزائر، وأخيرا تعرض إلى دراسة تقييمية للتجارب السياحية مصر وتونس و تمت مقارنتها مع الجزائر .حيث توصل إلى ضعف الأداء الاقتصادي للقطاع السياحي للجزائر مقارنة مع كل من مصر وتونس.

بينما سوف أركز في الجزء النظري من بحثي على مفاهيم السياحة بهدف تحديد انواعها و دوافعها و أسسها و مقوماتها ومن ثم تحديد إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة ، دون مقارنة مع دول أخرى،

2. مقالة منشورة للدكتورة السبتي وسيلة ، و الأستاذ صحراوي محمد تاج الدين بعنوان : السياحة في الجزائر بين: الواقع و المأمول، في مجلة نماء للاقتصاد و التجارة العدد الثاني2017 . حيث تناول في المقال دراسة وتحليل مفهوم السياحة، وكيفية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر من خلال إظهار وإبراز الإمكانيات و المقومات السياحية، حيث قام الباحث بتوضيح الإستراتيجية السياحية الجديدة التي أتى بها المخطط الوطني للتهيئة السياحية في آفاق 2030، و وقد عمد الباحث إلى تحليل آثار السياحة على المؤشرات الاقتصادية للفترة(2008-2015) وأخيرا توصل الباحث إلى ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي لما له دور كبير في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وكل هذا يتجسد في صياغة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية2030.

و يتميز هذا البحث بدراسته لإستراتيجية التنمية السياحية للجزائر فقط بينما دراستي تم التركيز فيها أيضا على إستراتيجيات التنمية في الدول العربية عامة و خصصت بالذكر تجربة تونس والمغرب في القطاع السياحي

3. أطروحة دكتوراه للباحثة مليكة حفيظ شبايكي تحت عنوان : **السياحة وآثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر (2003)** ، حيث تناولت فيها الباحثة : مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري، كما تطرقت إلى الآثار الاجتماعية للسياحة، بالإضافة إلى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينيات حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة بينما دراستي كانت حول تنمية القطاع السياحي و آفاق تطويره في الجزائر حتى نصل مستوى تنمية سياحية في الجزائر.

4. أطروحة دكتوراه (غير منشورة) للباحثة بوزاهر نسرین بعنوان : **ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة - دراسة منطقة الزيبان -2017**، حيث أمت الباحثة بمجموعة مهمة من المفاهيم التي تخص العرض السياحي وتدرس التداخل بين الاستدامة والسياحة وهذا من أجل صياغة إستراتيجية عملية للتنمية السياحية المحلية المستدامة، كما تطرقت الباحثة إلى دراسة مسحية لوضعية السياحة في منطقة الزيبان و أخيرا إستراتيجية الاستثمار في العرض السياحي المستدام .فيها .حيث توصلت الباحثة إلى انه من اجل تطوير عرض في إقليم الواحات يتكامل مع البيئة المحلية من حيث خصائصها وشروطها، ويستجيب لمتطلبات التنمية المحلي، ويتطلب ذلك تكوين مختصين في المجال السياحي من حيث التخطيط و التسيير و إقامة ورشات فعلية ميدانية يتم فيها العمل على إنشاء الاستثمارات السياحية و متابعة عمله و البحث عن الحلول والأفكار التي تدعم استمرارها، و تطويرها .

بينما تختلف دراستي على التركيز على القطاع السياحي في الدول العربية عامة والجزائر خاصة و من حيث دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030. مع توضيح الأهداف المرجو لهذا المخطط بالأرقام بالإضافة إلى دراسة الآثار الاقتصادية المباشرة و الغير مباشرة في الجزائر خلال الفترة 2008-2018.

- أطروحة دكتوراه للباحثة صليحة عشي بعنوان " **الأداء والأثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر ، تونس والمغرب 2010-2011** ، تناولت الباحثة إلى المقاربات المفاهيمية حول موضوع السياحة وأنواعها وأسسها ، كما تطرقت إلى المقومات السياحية للبلدان المقارنة، و تناولت الباحثة المؤشرات السياحية ، والآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في البلدان الثلاث، بالإضافة إلى ظاهرة العولمة ودورها في توسع نطاق السياحة على المستوى العالمي ، جاءت الدراسة في شكل مقارنة، ولم تركز على إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المقاربة ، وقد توصلت الباحثة إلي ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر

بينما دراستي لم تكن مقارنة و ركزت على إستراتيجيات التنمية السياحية للدول العربية و في الجزائر بصفة خاصة.

تاسعا: صعوبات الدراسة

- من بين الصعوبات التي واجهت البحث ، نذكر أساسا النقص الفادح في الإحصائيات الرسمية الخاصة بالسياحة الجزائرية و خاصة الجديدة التي تخص السنوات الأخيرة.
- صعوبة في الحصول على الإحصائيات خاصة المتعلقة بالدول العربية.
- عدم تطابق الإحصائيات بين المصادر الدولية و الوطنية .

عاشرا: خطة وهيكل البحث

إن هذه الدراسة تتكون من ثلاث فصول أساسية، و يتمثل محتواها فيما يلي:

الفصل الأول : بعنوان الإطار النظري للسياحة، وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية، في المبحث الأول تم التطرق إلى الإطار المفاهيمي للسياحة، أما المبحث الثاني فقد تناولنا مفهوم السوق السياحية، في المبحث الثالث تم التطرق إلى الآثار الناجمة السياحة .، الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية.

الفصل الثاني: بعنوان واقع التنمية السياحية للدول العربية ، وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية، في المبحث الأول الإطار المفاهيمي للتنمية السياحية، أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه الإطار النظري للتنمية السياحية المستدامة ، في المبحث الثالث، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية

الفصل الثالث: تناولنا فيه دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة 2008-2018 ، متناولين فيه تحليل واقع وتنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية ، ثم تطرقنا إلي المؤشرات السياحية في البلدان العربية، وقنا أيضا بدراسة واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2008-2018 وإستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر أفاق 2030.

الفصل الأول

الإطار النظري للسياحة

(الماهية ، الآثار الناجمة

على السياحة)

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

مقدمة الفصل الأول

تعد السياحة من المواضيع الجديرة بالبحث والدراسة، حيث اعتمدت عليها العديد من الدول ونجحت في زيادة مواردها، وخاصة باعتبارها كمصدر هام للدخل الوطني، والسياحة توصف بأنها الصناعة الأسرع نموا في اقتصاديات الدول فلم تعد مفاهيمها تقتصر على مجرد انتقال الأفراد لإشباع رغبات معينة بل تطورت مفاهيمها و أهدافها لتشكل ظاهرة إنسانية تخضع للعديد من المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، وأصبحت السياحة حاليا صناعة قائمة بذاتها تبحث بدورها عن البقاء، النمو والاستمرارية .

وعليه فالسياحة نشاط يتعلق بالسفر والبقاء لفترة خارج المكان المعتاد لغرض التسلية و الترفيه، كما لها أركان و أسباب وأنواع منها الدينية، الرياضية...الخ وهي كأي نشاط له آثار وانعكاسات ايجابية أو سلبية سواء على الناحية الاقتصادية ، الاجتماعية أو البيئية .

لذلك فإن الفصل الأول من هذه الدراسة سيتضمن المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: السوق السياحية.

المبحث الثالث: الآثار الناجمة على السياحة.

المبحث الأول: ماهية السياحة.

لقد تطورت ظاهرة السياحة و مرت بعدة مراحل تاريخية مما استلزم ضرورة متابعة تاريخ تطوره، كما تنوعت التعاريف الواردة بشأن السياحة والسائح وفقا لاختلاف الزاوية التي ينظر منها الباحث للسياحة وكذا إبراز أنواع و دوافع السياحة و أركان وأسس السياحة، ومن هذا المنطلق نبين أهم التطورات للسياحة على النحو التالي:

المطلب الأول: نشأة السياحة ومفهومها .

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة ثم نستعرض المفهوم.

أولاً: نشأة السياحة.

مرت السياحة بثلاث عصور نوجزها كالتالي:

1-مرحلة العصور القديمة

إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولي سعيا لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له احتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلي توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد أو تحكم تصرفاته والتزاماته. وقد بدأت هذه المرحلة مع نشأة بلاد الرافدين والفرعنة في الألف الخامس قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع ومن خصائص هذه المرحلة هي¹:

- ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية في مصر والحضارة الفرعونية والحضارة الرومانية ؛
- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية.؛

أما عن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تتركز علي ما يلي:

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي و التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011-2012 ص 22.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

✓ **تحقيق الفائدة:** ونعني بها خلق علاقات متبادلة بين القبائل المختلفة والتي تكون أحيانا متجاورة، وقد تكون بعيدة، لقد أنشأ اليونانيون مستعمرات علي شاطئ البحر الأبيض المتوسط حيث كانت تجارهم مع الشعوب المجاورة، كما كانت هناك رحلات يقوم بها أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام واليمن كما ورد في القران الكريم "ليلا في قريش لإيلافهم رحلة الشتاء والصيف" والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات ؛

✓ **حب الاستطلاع:** أدى الدافع لمعرفة عادات وتقاليد الشعوب إلي القيام برحلات طويلة لغرض التعرف عليها وأهم الرحلات.؛

✓ **الدافع الديني:** دفع هذا الشعور إلي القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة مثل الصين الذين يعبدون "البوذا" يقطعون آلاف الكيلومترات، كما كان يقوم العرب بزيارة مكة لغرض العبادة والتجارة وهو ما يطلق عليه السياحة الدينية؛

2- مرحلة العصور الوسطى

وهي تمثل الفترة ما بين القرن الرابع عشر و بداية القرن التاسع عشر والتي شهدت قيام الثورة الصناعية وهي فترة اختراع المحركات التجارية، مثل السفن والقطارات وكان هذا دافعا كبيرا نحو السياحة وتشجيع الإنسان علي السفر

إن الإشارات الأولى للسياحة بدأت في العقود الأخيرة من هذه المرحلة حيث اعتادت الطبقة العليا من الإنجليز علي القيام برحلة عرفت باسم "الرحلة الكبرى" وكانت رحلة ذات طابع تثقيفي تشمل زيارة معالم فرنسا و إيطاليا و في كثير من الأحيان ألمانيا والنمسا، وقد اتسمت بطول المدة و إذ كانت أحيانا تمتد لما يزيد علي ثلاثة سنوات بما يسمح بدراسة تفاصيل المعالم المزارة وكذلك اكتساب اللغة.

وتطور عند العرب السفر بدافع حب الترحال و الاستكشاف حيث رافق ذلك تطور صناعة الورق، حتى قام الرحالة بإعداد مخطوطات دونوا فيها انطباعاتهم عن الأماكن التي وصلو إليها، وقاموا بوضع الخرائط الجغرافية للبلدان التي زاروها.¹

3- مرحلة العصر الحديث :

¹ أحمد فوزي ملوخية، مغل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 23.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

بداية العصر الحديث كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، كما أحدث الثورة الصناعية تغييرا واضحا في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت، وازدادت بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى مدنية وكذلك السيارات والقطارات.¹

ويري دوقلاس بيرس douglas Pearce ويرجع ذلك إلى²:

- ✓ التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق وسائل الإنتاج مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني وتحسين ظروف العمل وزيادة أوقات الفراغ والإجازات الممنوحة ؛
- ✓ تقدم وتطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات وبالتالي تقارب المسافات؛
- ✓ سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة ؛
- ✓ ارتفاع معدلات الدخول والثروات والنظرة للسياحة كضرورة حتمية؛
- ✓ اهتمام المنظمات والهيئات الدولية والمجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها اقتصاديا، اجتماعيا وسياسيا؛

وعليه لم يعد سفر اليوم كشأنه بالأمس، كما لم يعد رحالة اليوم مثل الرحالة القدامى لأن الثروة التكنولوجية وتقدم وسائل النقل وكثرة المسافرين لم تجعل من المسافر رحالة (بالمعنى التقليدي) حيث تدير المكاتب السياحية وتعلن عن موضوع الرحلة في عدة طرق عن طريق وضع العديد من الصور التي تنقل الحقيقة وتكشف مختلف الأماكن التي تكون كامنة؛

ثانيا: مفهوم السياحة.

لقد تنوعت التعاريف بشأن السياحة والسائح نظرا لاختلاف الباحثين واختلاف معايير التمييز بينهما وسوف نلقي الضوء علي بعض التعاريف :

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن، 2008، ص19.
² وفاء زكي، إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للفرى السياحية، مصر، 2006، ص ص 66-67.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

1- مفهوم السائح

هو الشخص الذي يسافر خارج محل أقامته الأصلي أو الاعتيادي ولأي سبب غير المكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أوفي داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) لفترة تزيد عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة¹.

2- مفهوم السياحة

إن تعدد الظروف التي ساهمت في اختلاف وظائف السياحة في حياة المجتمعات أدت إلى وجود عدة مفاهيم وتعريف لها.

إذ أن التطرق لمفهوم السياحة يقودنا إلى التعريف بأصل الكلمة اللغوي والاصطلاحي، من جهة وكذا إلى التطرق لخصائصها التي تميزها عن بقية المفاهيم من جهة أخرى.

أ- التعريف اللغوي للسياحة

يعود مفهوم السياحة لكلمة " TOUR " المشتقة من الكلمة اللاتينية "TORNO" . ففي عام 1963م ولأول مرة، تم استخدام المفهوم " TOURISM " ليبدل على السفر أو التجوال أو الانتقال أو والترحال من مكان لآخر حيث يتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين وهناك العديد من المفاهيم اللغوية للسياحة نذكر أهمها²:

✓ يعتبر السفر سياحة إذا كان مؤقتا وغير إجباري وبحيث لا يتم فيه البحث عن العمل أو أي نشاطات ربحية أخرى؛

✓ السياحة أو الحركة والتنقل غريزة إنسانية اجتماعية كغريزة المعرفة والدفاع عن النفس ، فهي إحدى الطبائع، البشرية والسياحة لغة تمثل الانتقال من المكان الأصلي و الرحيل والتجوال والعودة مرة أخرى إلى نفس المكان؛

¹ ماهر، عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 21.

² نفس المرجع، ص 22.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

كما أن لفظ السياحة كان معروفا في اللغة العربية كذلك ، حيث نجد انه يعني التجوال وعبارة سياحة في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع لقوله تعالى؛

✓ "فسبحو في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين"¹.

ومعني السياحة من هذه الآية الكريمة سياحة العبد إما للتقرب من خالقه بالصلاة والصوم، أو تجوالا في الأرض للتعبد والتأمل في ملكوت الخالق وآياته في خلقه²

✓ اعتبر ديننا الإسلامي السياحة من خلال ما ورد في القرآن الكريم من وسائل تقرب العبد إلي ربه عز وجل حين امتدح السائحين والسائحات³ في قوله تعالى: "التائبون العابدون السائحون الراكعون الساجدون الأمور بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين"⁴.

و مما سبق نستخلص أن السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط الإنساني أو الفعل البشري الذي ينبغي أن يتقيد بجملة من التعاليم والأدلة الشرعية، منها عدم ترك واجب ديني كالصلاة والصوم وغيرها وأخيرا فإن السياحة في الإسلام تتضمن إتباع آداب وسنن يستحسن مراعاتها من طرف السائحين تفاديا من الوقوع في محظورات نهي عنها الإسلام .

ب- تعريف السياحة حسب أهم الباحثين:

✓ تعريف هونكيز:هي مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلي إقامة دائمة ،وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بدر ربحا لهذا الأجنبي⁵.

✓ تعريف جوير فرول حيث يقول: السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول علي عمليات الاستجمام، وتغيير الجو و الوعي الثقافي لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة¹.

¹ سورة التوبة، الآية رقم(2).

² ماهر عبد لعزيز مرجع سابق ص 22.

³ عاطف أكرم رواشدة، السياحة البيئية" الأسس و المرتكزات"، دار الراجحة للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص 18.

⁴ سورة التوبة، الآية رقم(112).

⁵ مصطفى يوسف كافي و هبة كافي، جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 17.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

✓ تعريف الاقتصادي النمساوي فونش وليرن (Vaunch Wuller) للسياحة على أنها: "كل العمليات المتداخلة و خصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية معينة" نجد أنه من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية؛

ج- مفهوم السياحة لبعض المنظمات والمؤتمرات الدولية العالمية للسياحة:

❖ تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما 1993م: أقر أن السياحة "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية، والسياحة كالتأجير لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية².

❖ المنظمة العالمية للسياحة (O.T.W): "السياحة هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى³."

❖ تعريف هيئة الأمم المتحدة للسياحة: وفي اجتماع الأمم المتحدة 1963 تحت عنوان السياحة الدولية فقد تم تعريف السائح الدولي على أنه كل شخص يكون موجودا بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكناه الأصلي خلال أربع وعشرين ساعة⁴.

ونستخلص مما سبق أن:

- السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على السياحة مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية الاجتماعية والثقافية، فهي من جهة ظاهرة اجتماعية ثقافية تتمثل في إشباع رغبات الأفراد المتمثلة في الراحة والاستجمام والإطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، و ظاهرة اقتصادية من جهة أخرى، إذ تعتبر صناعة قائمة بذاتها، تختص بتقديم الخدمات وتساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

¹ سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران الجزائر، 2013-2014، ص5.

² حميدة بوموشة، مرجع سابق، ص19.

³ يحي سعيدي وسليم العمرأوى، مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة-العدد 2013/36، ص5.

⁴ عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسن الطلب السياحي الجزائري مع مستوي الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 2015-2016، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، الجزائر، 2015، ص21.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

- السياحة هي انتقال الأفراد من مكان الإقامة المألوف إلى أماكن أخرى لمدة لا تتعدى 12 شهرا.

المطلب الثاني: أنواع ودوافع السياحة.

أولا: أنواع السياحة:

يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في لدول الحديثة، وهناك عدة أنواع للسياحة طبقا للمعايير التي تؤخذ في تصنيف السياح وفيما يلي نذكر أهمها¹:

أ- أنواع السياحة علي أساس الموقع والحدود: هناك نوعان أساسيان هما: السياحة الدولية (الخارجية) وهناك

سياحة داخلية (محلية) وهناك نوع آخر يعرف بالسياحة الإقليمية: كإقليم أمريكا اللاتينية وشرق آسيا؛

ب- أنواع السياحة على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية.

✓ سياحة دائمة: وهي سياحة تتم على مدار السنة سياحة ثقافية، دينية؛

✓ سياحة موسمية: تقتصر علي فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية؛

ج- أنواع السياحة علي أساس مناطق الجذب السياحي: توجد ثلاث أنواع هي:

✓ السياحة ثقافية: وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه

السياحة غالبا ما تكون دائمة إذا ما توافرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتنقلاتهم ؛

✓ السياحة الطبيعية: وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض

(ترويحية، علمية، إستشفائية)، ولكن يعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال؛

✓ السياحة الاجتماعية: وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويح وترفيه

عن النفس وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة ؛

د- أنواع السياحة علي أساس الهدف: هناك سياحة ترويحية، وسياحة ثقافية، وسياحة علاجية، ودينية،

ورياضية، وسياحة المؤتمرات، وسياحة رجال الأعمال؛

¹ مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة (السياحة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة)، ألفا للوثائق ، الجزائر 2017، ص ص 27- 28.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

هـ- أنواع السياحة على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع لسياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية)؛

و- أنواع السياحة على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أنواع أيضا هي:

- سياحة الشباب بين (16-30) سنة، وسياحة الناضجين بين (30-60) سنة، وسياحة كبار السن (المسنين) أي سياحة من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان؛

ز- أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: هناك السياحة عن طريق الطيران، والسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يسمى سياحة الفضاء، وهناك السياحة المحصورة ببعض الأشخاص القلائل جدا حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات؛

ثانيا: دوافع السياحة

هناك عدد من المغريات جاذبة أو دافعة للسياحة، والمغريات هي: مجموعة من العناصر لها قوة التأثير على اتخاذ القرار في اختيار السائح جهة القصد السياحي، وهي تشكل العوامل الجاذبة التي تتواجد في جهة القصد السياحي بغض النظر عن حجمها والوظيفة التي تشتهر بها وتتنقسم تلك المغريات إلى¹:

أ- دوافع طبيعية: (بيئية) كالماء، اليايس، الفضاء. وهي تلعب دور بارز في إغراء السائح للذهاب إليها فعل سبيل المثال شلالات نياجرا (51متر) في الولايات المتحدة من المعالم السياحية الشهيرة في العالم وعلى تولد الرغبة في زيارتها..... الخ، كذلك شلالات فيكتوريا (ليفنغستون عام 1855) التي تقع على نهر الزمبيزي على الحدود بين زمبيا وزيمبابوي، يبلغ عرضها 1,7 كم، ارتفاعها 400م، كذلك شلالات انجل التي اكتشفت عام 1935 من الطيار جيمي انجل وهو يبحث عن الذهب، يبلغ إرتفاعها 979 مترا، وهي تقع جنوب شرق فنزويلا في منتزه كاننما الوطني. كذلك المغارات والكهوف والسفوح الجبلية كذلك الظهور المفاجئ الغير تقليدي كالبراكين يولد الرغبة في السفر؛

¹ مصطفى يوسف كافي و هبة كافي، جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، مرجع سابق، ص 30-31.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

أ- **دوافع اجتماعية وحضارية:** لا شك أن التوافق الإسلامي ولد الرغبة في القيام بالسياحة من جهة، والتوافق الاجتماعي والحضاري والثقافي في جهة القصد مكانا لي يتولد الرغبة والعكس، فمواقف الموظفين ودرجة الترحيب والود من جانب المواطنين في الدول المضيفة سيجعل الضيف يحس وكأنه بين أهله، من هذا المنطلق تسعى العديد من دول العالم إلى إنعاش فولكلورها الشعبي عن طريق إقامة المهرجانات والمعارض وإحياء التراث الشعبي. وتشمل المغريات الحضارية على المعالم التاريخية القديمة مثل الأهرامات وعواصم مصر القديمة، بمصر، والبتراء بالأردن، والقدس في فلسطين؛

ب- **دوافع دينية:** ترغب صاحبها بالسفر لزيارة المساجد القديمة والكنائس القديمة والأديرة والعتبات الدينية ومن المغريات الحضارية توفر الخدمات والتسهيلات السياحة تتمثل فيما يلي:

- ✓ سهولة الوصول لمناطق الجذب السياحي.....الخ؛
- ✓ توفر الخدمات مثل المياه والنقل والمواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية والمطاعم، والمبيت والصحة؛
- ✓ سهولة الحصول علي التأشيرات الدخول visa؛

ج- دوافع أخرى تتمثل في¹:

- دوافع صحية: الابتعاد عن الجو البارد والتلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه لأماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضي ,وأیضا العلاج والمداواة؛
- دوافع اقتصادية: مثل السفر لغرض الأعمال والحصول علي صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال، وفرق العملة في التحويل يؤدي إلي تدفق السياح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل؛
- دوافع رياضية: مثل السفر لغرض مشاهدة مباريات رياضية أو تشجيع فريق معين أو المشاركة في دورة رياضة ومشاركة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد.....الخ؛

¹ ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص 51.

المطلب الثالث: أركان السياحة

يمكن تقسيم أركان السياحة إلي¹:

أولاً: النقل

إن النشاط السياحي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بقطاع النقل، إذ أنه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق الواصلات وخدماتها، ويشمل كل من ؛

- النقل البري: السيارات القطارات، الدراجات النارية.....الخ ؛
- النقل الجوي: الطائرات بأنواعها؛
- النقل البحري: المراكب الزوارق ؛

ثانياً: الإيواء

هو جميع الأماكن التي يستخدمها السائح للإقامة بشكل مؤقت عند وصوله إلى المكان أو الدولة التي سافر لها ومن أشكال الإيواء المخيمات والفنادق، والشقق السياحية ؛

ثالثاً: البرامج

هي اعتماد الرحلة السياحية على تطبيق برنامج مُحدّدٍ وخاص بالسائح، ومن الأمثلة على نشاطات البرامج السياحية زيارة المناطق الرياضية، والدينية، والطبيعية، والعلاجية، والترفيهية، والأثرية، والتاريخية، كما تشمل زيارة الحدائق والأسواق والمحلات التجارية؛

وتعتمد أركان السياحة على بنية تحتية وفوقية سياحية كما يلي²:

- البنية التحتية للسياحة: وتكون في الخدمات الأولية الواجب توافرها لقيام بأي مشروع أو منطقة سياحية مثل شبكات المياه الثقيلة والمياه العذبة والكهرباء والغاز والهواتف والخدمات الصحية والطرق والبنوك، وأي مشروع

¹ نفس المرجع ص ص، 44 51.

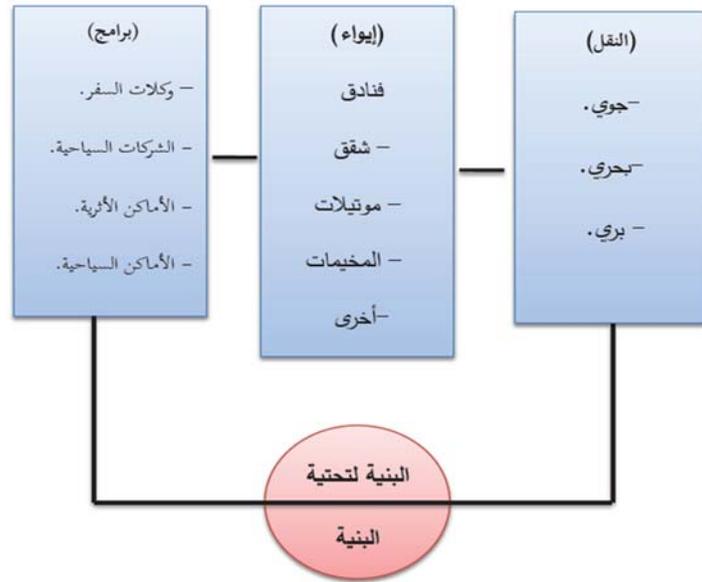
² أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص ص، 28، 30.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات وتعتمد صناعة السياحة أساسا علي البنية التحتية ؛

- البنية الفوقية للسياحة: وهي منشآت الإقامة للفنادق والمخيماتالخ، وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر والشركات السياحية، ومكاتب إيجار السيارات والمترجمين والأدلاء السياحيين والمنظمات السياحية والمسارح والملاعب والسينما.....الخ، وهذه الخدمات تختلف من بلد إلى آخر وحسب مستوى تقدم البلد؛

الشكل رقم (01):أركان السياحة



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على المعلومات السابقة.

المطلب الرابع: مقومات السياحة وعناصر الجذب السياحي

تعتبر السياحة أهم مصدر من المصادر الاقتصادية التي تعتمد عليها الدولة في تنمية وزيادة دخلها القومي وبالتالي تحسن مستوى المعيشة لأفرادها، كما أن للسياحة دوافع و مقومات تمنحها التفرد والامتياز عن بقية الدول.

أولا: مقومات السياحة.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

تركز السياحة على مقومات بعضها طبيعي والآخر بشري ومادي¹:

✓ **المقومات الطبيعية:** وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول. مناطق دافئة، حمامات معدنية... الخ، أي كل مظاهر جذب السياح ؛

✓ **المقومات البشرية:** وتمثل في مدى توافر البنى التحتية، كالمطارات والنقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران... الخ، ومدى توفر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسليّة.... الخ؛

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة لما تقدمه من تسهيلات للأسعار وقدرة دعائية على مختلف وسائل الإعلام على جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن و استقرار، رعاية صحية كاملة وحسن المعاملة والقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهتم السائحين بمختلف فئاتهم ورغباتهم؛

ثانيا: عناصر الجذب السياحي

تتمثل عناصر الجذب السياحي في ما يلي²:

- ✓ الاهتمام بالمساجد والمقامات الإسلامية التاريخية وإبراز معالمها الحضارية.
- ✓ دعم أنشطتها السياحية بكافة أنواعها؛
- ✓ الاهتمام بالمواقع الأثرية التراثية والسياحية ؛
- ✓ تعبئة الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية والعناية بها ونظافتها؛
- ✓ مشاركة المواطنين والمؤسسات الأهلية والحكومية من خلال توفير السكن المناسب و الطعام والتنقل اللائق للسياح الزائرين ؛
- ✓ فتح أبواب البلد للسياح الزائرين وتقديم الوسائل الضرورية لهم؛

بهذه النقاط وغيرها سيحقق مستقبل النهضة السياحية لكل بلد ينشدها وإذا تم تطبيقها بالخطوات الصحيحة والجيدة ؛

¹ هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث العدد01، 2004 ص ص22-23.

² أحمد محمود مقابلة، نفس المرجع السابق، ص ص23-24 .

المبحث الثاني: السوق السياحية

عندما أصبحت السياحة شكل من أشكال التطور للعلاقات الاقتصادية بين الدول في العالم وذلك في النصف الثاني من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين ظهرت أهمية دراسة السوق السياحي كشكل مستقل من العلاقات الاقتصادية. وفي بعض المراجع الاقتصادية تعرف السوق على مقابلة بين البائع والمشتري وآخرون يعرفونه على أنه العرض والطلب على السلع والخدمات في السوق أو عبارة عن بيع وشراء الخدمات السياحية، وغيرها من التعاريف وسنعرض هنا بنوع من التفصيل بتعريف السوق السياحي مع نظرة فاحصة لكل من العرض السياحي والطلب السياحي.

المطلب الأول: ماهية ومضمون السوق السياحية.

أولاً: تعريف السوق السياحية

هو: عبارة عن مجموعة من الأبحاث والتحليل، وعملية التنبؤ بالطلب المستقبلي وكذا إعداد دراسة وإعطاء اقتراحات خاصة بالبرامج التسويقية السياحية، فالسوق ومهما كانت طبيعته لا بد أن يلم عادة بمجموعة من الأفراد والذين هم¹:

- ✓ يحتاجون ويريدون خدمة معينة ؛
- ✓ لديهم القدرة (القوة الشرائية) لشراء الخدمات الفندقية والسياحية؛
- ✓ لهم الرغبة على ما لديهم للحصول على الخدمة ؛
- ✓ لديهم الصلاحية لشراء الخدمة؛

ونستخلص أن السوق السياحي هو دراسة الطلب الحاضر والتنبؤ بالمستقبل، بالإضافة إلى إعداد برامج تسويق هدفها ترقية وتنمية المنتج السياحي ويتم قياس الطلب بعدد الزوار الذين يقضون ولو ليلة واحدة في البلد المستقبل .

¹ إيمان العلمي، واقع التسويق السياحي في الجزائر و آفاق تطوره دراسة حالة ولاية قسنطينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر ص 65.

ثانيا:أنواع الأسواق السياحية

من أهم أنواع السوق السياحي مايلي¹:

سوق سياحي داخلي: عندما تلبية السياحة حاجة المستهلكين المحليين المواطنين من السياحة ضمن حدود بلدهم الإقليمية؛

سوق سياحي خارجي: التي تدخل من خلال عملياتها، وتقوم الشركات السياحة فيها بتلبية الحاجة من السياحة المواطنين الأجانب؛.

سوق سياحي ملحوظ الطلب: عندما لا يكون البائع في حالة من تقديم الخدمات لمواطنيهم ويكون الطلب أكبر على الخدمات ؛

سوق سياحي ملحوظ العرض: عندما توفر الدولة إمكانية تقديم الخدمات ليس فقط لمواطنيها بل للسياح الأجانب أيضا؛

المطلب الثاني: الطلب السياحي.

أ-تعريف الطلب السياحي:

يعرف الطلب من وجهة نظر اقتصادية بأنه: رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع ثمن عنها في وقت ومكان معينين². ويمكن مستوى الطلب أو حجمه في أسعار مختلفة من خلال افتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة علي الطلب على حالها، أن عوامل المركبة التي تؤثر أو تحكم السائح بالسفر إلى منطقة ما هي مختلفة إلى الدرجة التي تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفا³.

ب-أنواع الطلب السياحي: تتمثل أنواع الطلب السياحي فيما يلي⁴:

¹إيمان العلمي مرجع سابق، ص 68.

² مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد على الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2013،ص 45.

³ أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 56.

⁴ مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد و المخيمات السياحية، مرجع سابق، ص ص 173 174.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

1- الطلب السياحي العام: يقصد بهذا النوع من الطلب السياحي العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن النوع والوقت والمدة.....الخ؛

ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد أو ببرنامج خاص من برامجها وتتميز الدول المتقدمة سياحيا إذ يوجد لديها خدمات سياحية متنوعة وعديدة ومقومات سياحية مختلفة مثلا الطلب السياحي على زيارة فرنسا أو إسبانيا أو أمريكا ككل.....الخ؛

2- الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يحدده السائح بإشباع رغباته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح أو مجموعة سياح وليس كل السياح مثل زيارة غابات إفريقيا المفتوحة (السفاري) أو السفر إلى الهند لنوع معين من سياحة تسلق الجبال، أو زيارة كندا، شلالات نياجرا أو السفر إلى أمريكا لزيارة ديزني لاند؛

3- الطلب السياحي المشتق: يرتبط بالخدمات السياحية الممكنة أو المكون للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي الوكالات. مثل السفر إلى بريطانيا لغرض ركوب طائرات الكونكورد أو العبور إلى فرنسا عن طريق النفق؛

4- الطلب السياحي الفعال (الحالي): وهو طلب صريح من جانب السياح لتوافر أهمها الرغبة والفرغ والقدرة على الدفع فضلا عن الظروف المناسبة الأقوى. ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين أو القادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للقدوم إلى البلد المعني؛

5- الطلب السياحي الكامل.

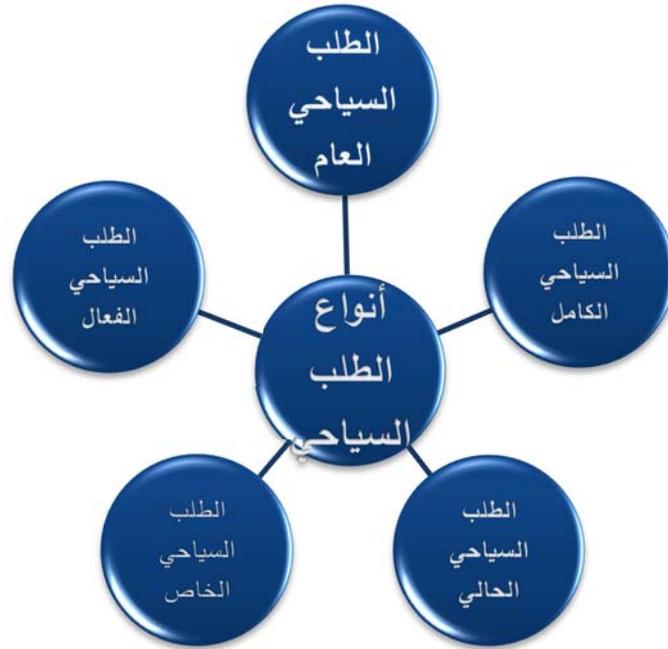
وهو طلب ينقصه أحد العناصر الأساسية بمعنى لا تتوفر حاليا لدى السائح أحد هذه العناصر؛

- القدرة على دفع تكاليف الرحلة؛
- عدم توفر الظروف المناسبة؛
- عدم حصول السياح على الظروف المناسبة؛
- ضعف وسائل الإعلام والترويج.....الخ؛

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنوع برامج السياحة و تخطيط أسعارها و تثقيف السياح وزيادة وسائل الإعلام والترويج وزيادة أنواعها وتوفير كافة وسائل المواصلات الممكنة وكذلك توفير مختلف الخدمات بمختلف الأسعار والدرجات؛

الشكل رقم (2): أنواع الطلب السياحي .



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد علي المعلومات السابقة.

ج- العوامل المحددة للطلب السياحي

تتمثل هذه العوامل في: الأسعار- الدخل - السكان - وقت الفراغ - التكنولوجيا - الوسائل التسويقية - المستوي التعليمي والإنفاقي - الاستقرار السياسي والأمني- سعر صرف العملة - إجراءات الرحلة السياسية¹.

¹ مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، مرجع سابق، ص 175.

د- خصائص الطلب السياحي:

الحساسية: يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه التغيرات الاجتماعية

والسياسية والأمنية والتغير من أنماط السفر، البلدان الغير مستقرة سياسيا و أمنيا والتي تتعرض للإضرابات سياسية أو اجتماعية لا يستطيع جذب سواح كثيرون حتى وإن كانت أسعارها منخفضة أو أقل من البلدان المنافسة¹.

❖ المرونة: هي درجة استجابة الطلب للتغيرات في هيكل الأسعار أو التغيرات في الأحوال الاقتصادية أو السياحية.

❖ الموسمية: أن السياحة موسم الذروة وتدفق السواح يطلق عليه موسم الذروة، أما موسم الكساد يقل فيه عدد السواح ويطلق عليه موسم الكساد؛

❖ المنافسة: عدم سيادة المنافسة الصافية أو حتى احتكار القلة في السياحة، وخاصة التي تمتلك آثار قديمة يصعب منافستها في هذا المجال. أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق .؛

❖ التوسع: يتسع الطلب السياحي في السنوات الحالية لتعدد جهات الإنتاج، ومازال يتوسع ومن بين أسباب التوسع:

- التطور التكنولوجي السريع وخاصة في وسائل النقل ؛

- التطور الاقتصادي وخاصة زيادة الدخل للدول الغنية والمتقدمة صناعيا .؛

- زيادة أوقات الفراغ , ملكية السيارة الخاصة وفرت وسيلة للنقل السريع والمرونة ؛

- عوامل المناخ والطقس وهطول الأمطار في منطقة ما بكثرة يساعد علي سفر الناس إلى مناطق أخرى يتوفر فيها الشمس .؛

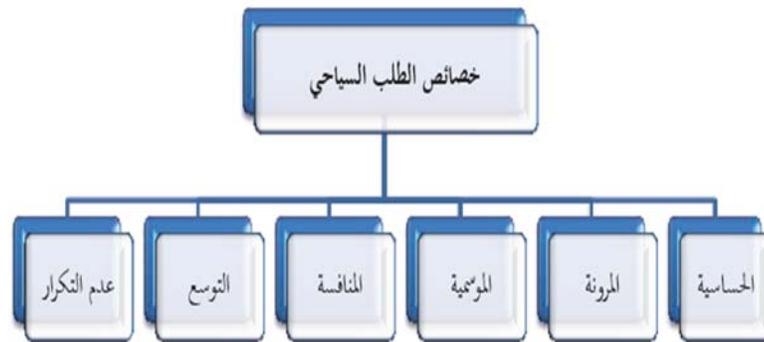
- تطور وسائل الاتصالات ونقل المعلومات والتي شجعت السفر للتعرف علي مناطق وشعوب جديدة؛

¹ أحمد محمود، مقابلة، مرجع سابق، ص 57-58.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

عدم التكرار: لا يتصف الطلب السياحي عادة بالتكرار، أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع والرضي لدي السواح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة إلى نفس المنطقة. فقد عند توفر المال والوقت في مرحلة قادمة فإنه سوف يقل زيارة منطقة لم يشاهدها من قبل ؛

الشكل رقم (3): خصائص الطلب السياحي:



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على المعلومات السابقة

و- قياس الطلب السياحي:

ويُقاس الطلب السياحي ويتم تحليله والتنبؤ بطرق مختلفة. وأهمها ما يعرف بطريقة **الطلب الفعال Effective Demande** والذي يعني عدد الأشخاص الذين يشاركون في النشاطات السياحية أو يقومون بزيارة منطقة معينة كما يمكن أن يقاس بعدد المسافرين الذين يستخدمون وسائل نقل معينة أو عدد أسرة النوم المتاحة في نوع معين من منشآت النوم أو الأشخاص الذين يستخدمون تسهيلات سياحية معينة أو عدد الأشخاص الذين يمارسون نشاطا معيناً مثل: التزلج على الجليد أو الماء أو غيرها..... الخ؛

المطلب الثالث: العرض السياحي

يعتبر العرض السياحي ظاهرة معقدة لتعدد و تداخل عناصره وتعدد طبيعة المنتج السياحي، وسوف نحاول هنا التعرف علي العرض السياحي وخصائصه.

أولاً: تعريف العرض السياحي

هو: خليط من عناصر غير متجانسة والتي تؤخذ مستقلة بعضها عن البعض الآخر تتشكل العرض السياحي الوطني والدولي، وبعبارة أخرى أنه تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح أثناء تنقلهم، إقامتهم و أثناء تجوالهم¹.

وللتبسيط فالعرض السياحي هو مجموعة المقومات (المغريات والجاذب) القادرة على جلب السياح إلى منطقة ما و إبقائهم فيها لمدة من الزمن؛

ثانياً: مكونات العرض السياحي

يمكن تقسيم مركبات العرض السياحي للإقليم معين إلى أربع فئات أساسية².

(1) **الموارد الطبيعية:** تشكل الموارد الطبيعية للإقليم السياحي، المتاحة للاستثمار السياحي أساس العرض. تضم العناصر الأساسية لهذه الفئة كلا من الهواء، والخصائص الطبيعية للمكان، والنبات والحيوان، والمناظر الطبيعية... الخ.؛

(2) **البنية التحتية:** هي عبارة عن منشآت الخدمية الواقعة فوق الأرض وتحتها، التي تضم: تمديدات المياه، والصرف الصحي، والغاز ونظام المواصلات، وكذلك وسائل الخدمات الأخرى مثل الطرق، والمطارات، وطرق السيارات، والخطوط الحديدية، ومواقف السيارات فاصلة، ومجمعات وسائل النقل،... الخ. البنية التحتية مهمة جداً للتنمية الناجحة للسياحة. يجب أن تلبى هذه المنشآت احتياجات الاستثمار الكثيف مثل: مهبط الطائرات الذي يجب بناؤه آخذين بالحسبان استخدام أنواع جديدة من الطائرات النفاثة في المستقبل وذلك من أجل عدم الاضطرار لإجراء إصلاحات مكلفة؛

(3) القاعدة المادية التقنية للسياحة:

تعد الأساس في تطور السياحة المنظمة إذ تؤمن كل الظروف الملائمة من أجل تقديم مجموعة متكاملة من الخدمات للسياح (الإنزال، الإطعام، التنقل، الرحلات... الخ)؛

¹ زهير بوكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2001-2012 ص 99.

² مصطفى يوسف كافي وهبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية، مرجع سابق، ص 183-185.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

وتتضمن الشركات السياحية، الوكلاء السياحيين، ومؤسسات الإقامة والمبيت، ومؤسسات الإطعام والتجارة ومؤسسات النقل، قسم الرحلات ؛

إن التطور المناسب للقاعدة المادية التقنية لن يكون مثمرا فيما لو لم يشعر السائح أنه ضيف مرغوب فيه ؛

4) الموارد الثقافية للضيافة:

يعد تطور الموارد الثقافية للضيافة عاملا بالغ الأهمية في السياحة. هذه الموارد هي كل الثروات الثقافية للإقليم السياحي التي تتيح إمكانية الترخيم النوعي للسياح؛

تتضمن موارد ثقافة الضيافة: اللباقة في المعاملة، الاحترام، المحبة، الرغبة الصادقة، الرغبة في الخدمة، وغيرها من طرق إظهار الدفء و حب الضيافة لدي العاملين في السياحة والسكان المحليين في الإقليم المستقبل. كما تتضمن أيضا الفنون الجميلة، الثقافة، التاريخ الموسيقى الرقص الرياضة.... وغيرها ؛

- يمكن تكوين العلاقات الطيبة نحو السياح، من خلال برامج الدعاية الاجتماعية والمعلومات المعدة لنوعية السكان المحليين؛
- تؤدي زيادة العرض السياحي إلي توسيع صناعة السياحة أي زيادة ونوعية الخدمات التي تقدم إلي السياح، والتي تعتبر نتيجة لزيادة الطلب السياحي في منطقة ما ؛
- ويكون التوسع بزيادة عدد الفنادق والمنتجعات ، الأسرة ، المخيمات، وسائل الإيواء الأخرى. و يعود توسع صناعة السياحة إلي العديد نذكر أهمها:
- ازدياد عدد السكان، والانتقال من الريف إلي المدينة الذي أدى إلي زيادة الطلب على الخدمات في المدينة؛
- زيادة مستوي الدخل وتقليل ساعات العمل أدى إلي زيادة وقت الفراغ، وأصبحت فرص السفر متوفر؛
- التمتع بإجازات مدفوعة الثمن ؛
- تطور وسائل النقل والمواصلات ؛
- تلوث البيئة وخاصة في أجواء المدن ؛
- تحسن مستوي التعليم العام وزيادة الوعي الثقافي ؛
- التقدم العلمي والتقني؛

الشكل رقم (4): مكونات العرض السياحي



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على المعلومات السابقة،

ثالثاً: خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي بمجموعة من الخصائص نذكر منها¹:

- **استقلالية العناصر المكونة له:** من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة، عن المقومات الصناعية و عن الخدمات و التسهيلات السياحية ، بحيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر و تحديد معاملته الرئيسية بدون تداخل بينهم؛

استخدامه في مكان وجوده: فإن المستهلكين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم، فيشتررون منتجاً سياحياً أو خدمة ليستهلكونها مقابل ما يدفعونه من مبالغ مالية؛

خضوع العرض السياحي للمنافسة: نظراً لأن السوق العالمي يتميز بكثرة السائحين وكثرة عدد الدول السياحية في العالم المصدرة و المستقبلية للحركة السياحية و التجانس الشديد في طبيعة ومكونات المنتج السياحي في هذا السوق و عدم تأثير المشتريين و البائعين للخدمات السياحية لأن السعر يتم تحديده بناء على الطلب من جانب ملايين

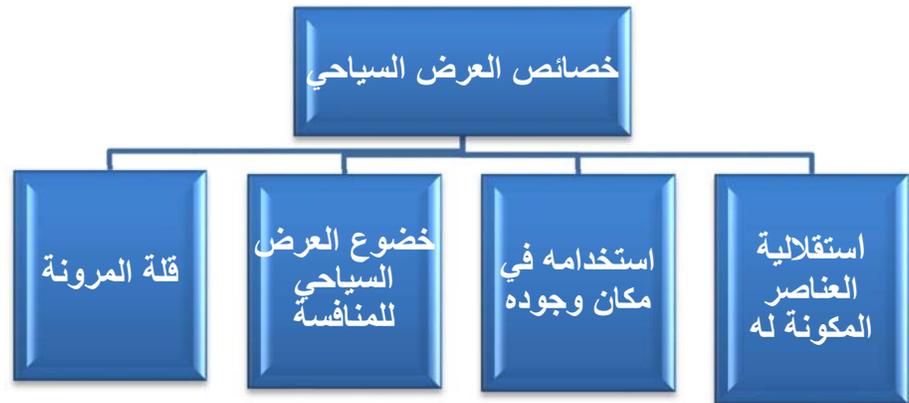
¹ شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني و المتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، كلية ، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014-2015، ص17.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

المشتريين السياحيين و أما العرض فإنه يتم بواسطة عدد كبير من البائعين وتشتد المنافسة بين الدول التي تمتلك نفس عناصر الجذب السياحي؛

قلة المرونة: تعرف مرونة العرض بشكل عام على أنها مدى استجابة المنتج للتغيير في أسعار الخدمات وتكون منخفضة جدا على الأقل في الأمد القصير نتيجة عوامل متعددة ككثافة رأس المال وعامل الوقت، القابلية على التخزين والنقل وغيرها¹.

الشكل (5): خصائص العرض السياحي



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على المعطيات السابقة

¹ بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة- منطقة الزيبان- (غير منشورة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016-2017، ص ص 94 95.

المبحث الثالث: الآثار الناجمة على السياحة

أصبحت السياحة من الصناعات التصديرية الأولى في العالم مع نهاية القرن العشرين ولا يوجد هناك أدنى شك فيما للسياحة من تأثير على الاقتصاد وخاصة اقتصاديات الدول النامية لأن السياحة تعتمد على اليد العاملة البشرية في نجاحها مما يتيح فرص عمل كبيرة مباشرة وغير مباشرة، وتعتبر مصدر مميز لجلب العملة الصعبة، كما لا ننفل الآثار الاجتماعية والبيئية للنشاط السياحي الذي يعمل على تحقيق التواصل والارتباط الاجتماعي و الحضاري على المستوى المحلي والدولي. خاصة في ظل العولمة التي أدت إلى خلق منافسة شديدة بين الدول السياحية في جلب أكبر عدد ممكن من السياح من مختلف دول العالم. ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى مختلف الآثار الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية للسياحة، إضافة إلى العلاقة بين العولمة والنشاط السياحي .

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل بصفة عامة وموردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة، كما يعد عنصر مؤثرا في تنشيط الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة والمساهمة في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان، أي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة.

أولا : الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي:

يمكن إبراز الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي في النقاط التالية:

1 أثر السياحة على ميزان المدفوعات: يقصد بميزان المدفوعات لبلد ما ذلك السجل الذي يوضح قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد وبقية العالم خلال فترة زمنية عادة سنة، و السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في البلد، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الاموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وزيادة موارد النقد الأجنبي، والمنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى¹.

¹ يحي سعيد و سليم عمر اوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية (حالة الجزائر) ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 36 لسنة 2013، ص 102.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

2- خلق مناصب شغل أو العمالة: إن القطاع السياحي قطاع كثيف العمالة، كما يتميز بالتشابك والترابط من العديد من القطاعات الأخرى، حيث تفيد التقديرات إلا أن النشاط السياحي يمكن أن يؤثر في أكثر من خمسين نشاطا آخر، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزها بمستلزمات الإنتاج¹.

وتقدر المنظمة العالمية للسياحة أن عدد الوظائف المستحدثة في القطاع السياحي بلغ 277 مليون وظيفة عام 2014 وهذا مايمثل حوالي نسبة 10% من مجموع العمالة العالمية وقد أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على العمالة وخلصت إلي ما يلي:

- بالنسبة إلى الفنادق توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة ؛
- بالنسبة لباقي النشاطات السياحية توفر وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي؛
- بالنسبة لباقي القطاع الأخرى مجتمعة، نشأ وظائف بنسبة 100% من الوظائف التي توفرها الفنادق، والمحصلة النهائية، أن السياحة تخلق 2,75 لكل غرفة، فإذا خطط لإنجاز 100 غرفة فندقية جديدة، فإن عدد الوظائف المترتبة على ذلك يكون في حدود 275 وظيفة جديدة مباشرة وغير مباشرة ؛

3- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية، ويمكن تلخيص بعض أنواع تدفقات النقد الأجنبي الناتج عن السياحة².

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة ؛
- المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات للبلاد ؛
- فروق تحويل العملة؛
- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية وخدمات القطاعات الأخرى ؛

¹ براوي ساعد، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة باتنة، الجزائر، 2016-2017 ص 33 34..

² بوعموشة حميدة، مرجع سابق، ص 38.

- الإيرادات الأخرى للفنادق والسائحين؛

4- إعادة توزيع الدخل: تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية مناطق جديدة، فهي تتجه نحو مناطق جديدة نسبية طبيعية، وبهذا الاتجاه فإن السياحة تخلق فرص عمل جديدة، تترتب عنها مداخيل جديدة، وبالتالي فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركزه في المراكز الحضرية الرئيسية، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة بهذه المناطق تقوي الأرباح والمداخيل المحققة لمالكي المشاريع وحتى منتجي السلع التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها، وبالتالي إعادة توزيع بين هذه المدن والمراكز السياحية الجديدة، كما أن إعادة توزيع الدخل تؤدي إلى الحد من عملية النزوح الريفي والقضاء على البطالة في هذه المناطق¹.

ثانيا: الآثار الاقتصادية الغير مباشرة للسياحة

1- مضاعف الإنفاق السياحي: إن الفكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تعدد بحسب بقوة هذا الاقتصاد و يكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السياح في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة ودفع المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة من الاستيراد مما يؤدي إلى دورات من الشراء جديدة داخل الدولة. إلا أن الدخل الأولي غالبا ينقسم إلى شريحتين، الأولى تخرج نهائيا عن مجرى التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صورة استيراد السلع اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات، أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية أو كأرباح للمستثمرين الأجانب، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى داخل الاقتصاد ويتكرر الإنفاق عدة مرات ولذلك يسمى مضاعف الإنفاق، وقد دلت دراسات على ارتفاع المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل خمس مرات. في حين يكون في الدول النامية من 1,2 إلى 2 مرة ويرجع السبب في

¹ براوي ساعد، مرجع سابق، ص 24.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

ذلك إلى مدي اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدولة السياحية التكامل في قطاعاتها قلت التسرب وارتفع أثر المضاعف¹.

2-أثر السياحة علي تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى: يؤدي التوسع في إنشاء المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى و القطاع السياحي فالتوسع في إنشاء مشروع سياحي يتبعه قد يتبعه توسيع أو ظهور مشاريع جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدماتي أخرى مرتبطة بالنشاط السياحي لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلبا، بمعنى آخر فإن زيادة عدد الفنادق مع زيادة عدد السائحين يتبعه زيادة في الطلب على المواد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات هذا سوف يؤدي إلى تنشيط الصناعات الغذائية والزراعية إضافة إلى زيادة الطلب على مختلف التجهيزات اللازمة للفنادق كما يؤدي وضع الدولة لبرامج خاصة بتنمية وتطوير القطاع السياحي سوف يؤدي إلى تنشيط ورشات البناء و إقامة مشاريع البنية التحتية الأساسية وكل هذه التشابكات بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى تسمى آثار الدفع الأمامية والخلفية².

3-أثر السياحة على تسويق بعض السلع: غالبا ما يقدم السواح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلية، و طبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير للمنتجات الوطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي، فكلما زاد عدد السياح القادمين الخارج كلما زادت الصادرات³.

4-أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني و الأجنبي. تتضمن السياحة مجالات مختلفة للاستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة ، الغري السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر و وسائل النقل، وبالتالي ترفع الاستثمارات في هذا المجال، كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة و الصناعة والخدمات و ذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية و الصناعية والاستثمارات فيها؛

ونستخلص من هنا أهم النقاط لآثار السياحة في النقاط التالية:

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة،- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير،شعبة تسيير مؤسسات،جامعة باتنة،الجزائر،2009-2010، ص 37.

² محمد صبحي عبد الحكيم و حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، مكتبة أنجلو المصرية ، مصر 2001،ص160

³ مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية ، إفا للوثائق الجزائر ، 2017، ص 101.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

- 1- السياحة تحدث توازن بفضل ما تحققه من فائض في ميزان المدفوعات نتيجة إيراداتها من العملات الأجنبية نتيجة لما ينفقه السياح .
- 2- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بما تحدثه من آثار إيجابية على مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني من خلال التشابكات الأمامية والخلفية للنشاط السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى وتؤدي إلى زيادة الإنتاج الوطني الخام.
- 3- تحقق السياحة فرصا للعمل مباشرة وغير مباشرة بما تنشأ من مشاريع سياحية تهدف إلى خدمة السياح ومشاريع مكمله لها أو، كما تجذب الاستثمارات سواء ماكان منها محليا أو أجنبيا لما تحققه من عائد سريع .
- 4- تعتبر السياحة وعاءا ضريبيا لما يترتب عن النشاط السياحي من رسوم وضرائب سواء كانت على شكل تراخيص أو ضرائب على الدخول أو الأرباح التجارية أو رسوم غير مباشرة .
- 5- تزيد السياحة من الطلب على الصناعات والخدمات المتصلة بنشاطاتها مثل البناء والآلات والتجهيزات وكذلك صادرات الإنتاج الحرفي ومنتجات الصناعات الصغيرة من خلال إنفاق السياح .
- 6- يساعد النشاط السياحي علي تسويق بعض السلع الخاصة بالدولة السياحية من خلال طلب السياح محليا دون الحاجة إلى تصديرها من خلال شحنها ونقلها إلى الأسواق العالمية

المطلب الثاني: آثار السياحة على الجانب الاجتماعي والثقافي

قد يؤدي التطور الاقتصادي و التقدم التكنولوجي و احتكاك و اختلاط السكان بالسائحين ذوي اللغات و الثقافات والعادات والتقاليد و الديانات المختلفة إلى انعكاسات ايجابية كما قد تكون لها آثار سلبية .

أولا: الآثار الايجابية ونذكر منها¹:

- ❖ التوازن الاجتماعي : حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الأفراد و العاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر؛
- ❖ النمو الحضاري : نتيجة للحركة السياحية تتجه الأنظار إلي الاهتمام الدائم و الارتقاء بالقيم الحضارية و المعالم السياحية ، وبذلك تعتبر السياحة سببا رئيسيا من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية والطبيعية ؛

¹ وفاء زكي، إبراهيم، مرجع سابق، ص184.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

كما تمثل وسيلة حضارية اجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم المختلفة فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية حيث تنتقل اللغات و المعتقدات الفكرية و الفنون والآداب ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها فتؤثر فيها ثقافيا و تتأثر هي أيضا بما في الدول السياحية من ثقافة وحضارة و بذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محورا هاما من محاور التنمية في المجتمع؛

❖ **التبادل الثقافي:** يعد الوعي بالتبادل الثقافي احد أهم التأثيرات الايجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب، والذي أصبح الآن فرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات زائرين ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم، وهذا بدوره يعمل علي دعم التراث الإنساني و ارتفاع الحلقة الحضارية على مستوي العالم، ولم تصبح إشباعا للفضول وحسب وإنما تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل المعارف والقيم الثقافية ؛

❖ **الاهتمام بالتراث:** تؤدي السياحة إلي الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة ويكون ذلك من خلال الفنون والمهارات الخاصة بهم مثل الرقص الشعبي، والاحتفالات الخاصة بالأعياد و لمشاهدة ذلك حيث ينتقل التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة فالسمات الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال عبر الزمن ؛

ثانيا: الآثار السلبية

علي الرغم من وجود آثار ايجابية للسياحة على الناحية الاجتماعية والثقافية فهي لها آثار سلبية على البلد المضيف وهي كالتالي¹:

تأثر الثقافات المحلية في البلد المضيف بالأنماط الثقافية للسياح الأمر الذي يؤدي إلى ضياع الهوية الثقافية المحلية خصوصا عند عنصر الشباب الذين يندفعون إلى تقليد السياح في أنماطهم السلوكية دون فهم واضح و حقيقي لها مع عدم إمكانية مسايرة مثل هذه الأنماط نظرا لغياب القدرة المالية، حيث أنه من المعروف أن معظم السياح يأتون من دول غنية و ذات مستويات معيشة عالية في الوقت الذي يغلب فيه طابع الدول الفقيرة على الدول المستقبلية للسياح، وهذا الوضع يعمل أحيانا على خلق حالة من الاستياء لدى السكان في دول الهدف اتجاه السياحة نتيجة مثل هذه الفروق؛

¹ عثمان محمد غنيم و بنينا نبيل سعد، تخطيط التنمية السياحية، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2017، ص 200.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

تعمل السياحة بشكل مباشر و غير مباشر على نشر الكثير من الأنماط السلوكية السلبية في البلد المضيف مثل: تعاطي المخدرات و المسكرات العديد من السلوكيات الأخرى التي تتعارض مع ثقافة السكان المحليين غالبا؛ يميل السكان في مناطق الهدف السياحي الفقيرة إلى تطويع فنونهم وصناعاتهم التقليدية بما ينسجم و أذواق السياح من أجل تسويقها لديهم و هذا يعمل بمرور الزمن على طمس و تحريف الثقافة المحلية؛

المطلب الثالث: أثر السياحة على الجانب البيئي.

السياحة تتطوي على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة، حيث كلما كانت البيئة نظيفة كلما ازدهرت السياحة و انتعشت أكثر و يبدو للوهلة الأولى أن السياحة هي أدى الوسائل للمحافظة على البيئة، لكن على العكس فالبرغم من من الآثار الإيجابية للسياحة ، كما يمكن أيضا أن يكون للنشاط السياحي آثار سلبية على البيئة.

أولا: الآثار الإيجابية

كأي قطاع اقتصادي آخر فإن قطاع السياحة يعتمد في إنتاج الخدمات السياحية على الموارد الطبيعية ومن الملاحظ أن غالبية عناصر السياحة ترتبط بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالموارد البيئية و يمكن تلخيص الآثار الإيجابية للسياحة فيما يلي¹:

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

ثانيا: الآثار السلبية

¹ بوعموشة حميدة، مرجع سابق، ص 41.

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة (الماهية، و الآثار الناجمة على السياحة)

إن النمو السياحي السريع غير المخطط نتج عنه الكثير من الآثار السلبية المحيطة بمختلف المقاصد السياحية، نذكرها كما يلي¹:

- الإضرار بالمواقع التاريخية و الأثرية نتيجة غياب الرقابة مما يؤدي إلى ظهور الممارسات الضارة بهذه المواقع، ومنها على الخصوص السرقات والتخريب؛
- الاستعمال الغير العقلاني للأرض، فالتوسع في تشييد البنى التحتية والبنى الفوقية للأنشطة السياحية أدى إلى امتداد المشاريع إلى الأراضي الزراعية وإلى مناطق ذات تنوع نباتي وحيواني نادر؛
- إبادة الكثير من الحيوانات البرية (كما هو الحال في الإبادة الوحشية الكبرى من حيوانات إفريقيا بفعل سياحة السفاري)؛
- تلوث الهواء، تلوث مصادر المياه، التلوث الضوضائي وتركز السائحين داخل المدن الكبرى مثل القاهرة؛

¹ براوي ساع، مرجع سابق د ص 39.

خاتمة الفصل الأول

السياحة هي عبارة عن حركة و نشاط اجتماعي ثقافي و اقتصادي يقوم به العديد من الأفراد باختلاف جنسياتهم و أعمارهم ومستوياتهم المادية، شرط أن تكون لمدة تزيد على 24 ساعة و تقل عن سنة، ويكون الهدف من وراء ذلك مجرد الترفيه والاستجمام كما أن محاولات العديد من المتخصصين الى تعريف دقيق للسياحة ، تشير الى أن جميعها أن هناك عنصرين أساسيين يحددان السياحة هما "الانتقال والغاية.

وتنقسم السياحة إلى عدة أنواع وفقا لعدة معايير مختلفة، منها معايير الهدف من الرحلة، حيث تنقسم الى سياحة ترفيهية، و سياحة ثقافية، و سياحة دينية، و سياحة علاجية و سياحة رياضية، و حسب الموقع الجغرافي حيث تنقسم الى سياحة داخلية و سياحة خارجية و سياحة إقليمية، كما ظهرت أنواع سياحية حديثة منها منها سياحة الحوافز ، السياحة الطبيعية، السياحة البيئية.

ونظرا لأهمية السياحة أدي هذا إلي ظهور ما يعرف بالسوق السياحية التي تختلف عن سوق السلع و الخدمات فالسياحة في موضعها ليست سلعة كما أنها ليست خدمة بل هي مركب من عمليات كثيرة بعضها خدمي والبعض الأخر سلعي.

وقد أصبحت السياحة من أكبر الصناعات و أسرعها نموا في العالم ، مما زاد أهميتها آثارها الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية،لما تدر من عملات أجنبية ، أثر الإنفاق السياحيالخ.بالإضافة إلى ذلك تتميز السياحة بونها قطاعات كثيفة العمالة وذات تشابكات قوية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية الأخرى.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية
للدول العربية (ماهية التنمية السياحية و
التنمية السياحية المستدامة، إستراتيجية
النهوض بالقطاع السياحي في الدول
العربية)

مقدمة الفصل الثاني

أضحت السياحة في الوقت الحاضر صناعة قائمة بذاتها، و نظرا لتزايد أهميتها الاقتصادية والاجتماعية و البيئية، هذا ما أدى إلى ظهور الحاجة الملحة إلى تطبيق مفهوم الطاقة الاستيعابية، التي تهدف إلى الحفاظ على المقاصد السياحية من الآثار البيئية المدمرة، و احترام الحدود القصوى لأعداد الزائرين لها، بما يحفظ الأجيال القادمة الحق في استغلال الموارد الطبيعية و الثقافية والتاريخية بنفس الحالة التي تستغله الأجيال الحاضرة، فهو ما تتبناه الدول في إعداد خطط التنمية السياحية المستدامة التي أصبحت في الوقت الحاضر منهاجاً و أسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية حيث يقوم تطبيق مفهوم التنمية السياحية على العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية، والبعد الاجتماعي ، نجد الدول العربية قد اتخذت إستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحية وتنميته.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: ماهية التنمية السياحية .

المبحث الثاني : التنمية السياحية المستدامة .

المبحث الثالث: إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية .

المبحث الأول: التنمية السياحية

يعتبر موضوع التنمية السياحية من المواضيع الحديثة نسبياً، والتي لم يتم التطرق إليها إلا في الآونة الأخيرة كما أن كثير من الكتاب لم يتناولوا موضوع التنمية السياحية بالدراسة الكافية، وركز بعضهم على دراسة موضوع التنمية السياحية من منظور التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ودورها في اقتصاديات الدول.

المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة نظراً للدور الهام والبارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم من خلال خلق فرص تنموية ذات قيمة حقيقية على مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية.

بعض التعريفات للتنمية السياحية:

التعريف الأول: هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب التنمية السياحية دخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع و تشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين ، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية ، التدفق و الحركة السياحية ، تأثيرات سياحية مختلفة¹.

التعريف الثاني: هي الإمداد بالتسهيلات والخدمات أو الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين، كما يري الاهتمام بالنشاط السياحي في منطقة ما هو إعطاء الأولوية للاستثمارات السياحية فحسب وإغفال الأنشطة الاقتصادية الأخرى ، بل على العكس يجب أن تحظى الموارد المتاحة جميعاً بالاهتمام والرعاية التي تحقق التجانس الإنمائي بنفس السرعة².

التعريف الثالث: التنمية السياحية هي تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية أو عند زيادة الإنتاجية في القطاع السياحي، بالاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية³.

ومن هنا نستخلص أن التنمية السياحية هي مدى أتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين وبذلك فإن مصطلح التنمية السياحية يعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى

¹ كافي مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات - نينار للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص ص 107-106.

² خديجة عزوزي، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق - دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، قسم العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية وتنمية مستدامة جامعة قالمة ، الجزائر 2014-2015 ص 52.

³ جلييلة حسن حسين، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية رمل الإسكندرية، 2000، ص 9.

تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال إيجاد توازن بين المطالب التنافسية والمتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم النتائج والآثار الايجابية للتنمية السياحية مع التقليل من الآثار السلبية.

المطلب الثاني: أهداف التنمية السياحية

إن التنمية السياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية نذكر أهمها¹.

1- الأهداف الاقتصادية وتشمل .

- ✓ تحسين وضع ميزان المدفوعات ؛
- ✓ تحقيق التنمية الإقليمية خصوصا إيجاد فرص عمل جديدة في مناطق الريفية؛
- ✓ توفير خدمات البني التحتية؛
- ✓ زيادة مستويات الدخل؛
- ✓ -زيادة إيرادات الدولة من الضرائب في النشاط السياحي؛
- ✓ -خلق فرص عمل جديدة وخفض معدلات البطالة؛

2-الأهداف الاجتماعية:

وهي توفير تسهيلات ترفيه واستخدام للسكان المحلي؛

3-الأهداف البيئية وتتمثل في :

- المحافظة علي البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية دائمة لها؛

4-الأهداف السياسية والثقافية و أهمها:

-نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب؛

-تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية ؛

¹ عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد، تخطيط التنمية السياحية، دار الإعمار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن 2016 ص ص 51 53.

المطلب الثالث : مراحل التنمية السياحية

هناك العديد من الدراسات تناولت مراحل التنمية السياحية، من أهمها مايلي¹:

تنقسم مراحل التنمية وفق نموذج Moissec موسك إلي مايلي.

- ❖ مرحلة الاكتشاف : حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمنطقة بشكل السياحية؛
- ❖ مرحلة النمو: وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي؛
- ❖ مرحلة الانطلاق: وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط و التوسع السياحي؛
- ❖ مرحلة النضوج : حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفي تلك المرحلة يتكامل النشاط السياحي في منطقة من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات ؛

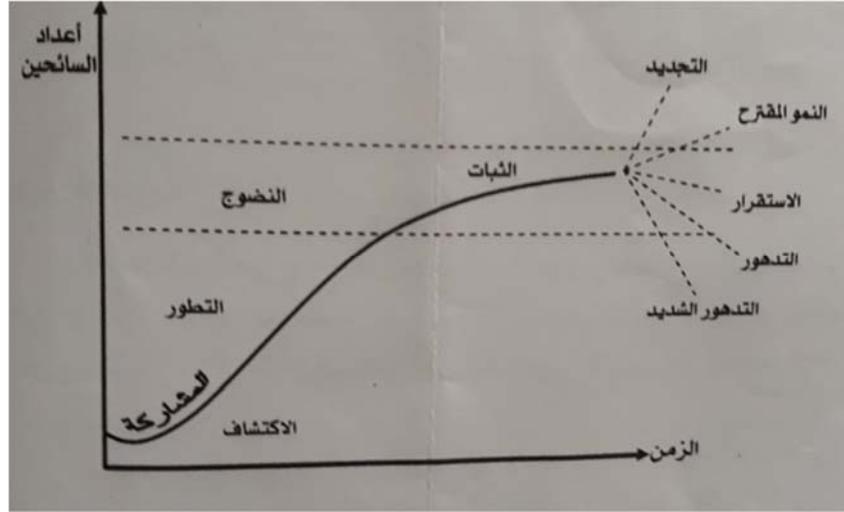
وقد حدد موسك تلك المراحل بناء على دراسات لمناطق سياحية متعددة أهمها منطقة بروفنس . Langue do لومنطقة ليونج يدو langue do province، ويؤخذ على هذا النموذج عدم اهتمامه بالجانب الاجتماعي المصاحب للنمو السياحي والذي يستلزم وجود مرحلة تتناول التكيف الاجتماعي للمنطقة السياحية كذلك يؤخذ عليه توقفه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو؛

عوامل بتلر (1980):حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية ؛

- الاكتشاف exploration
- المشاركة involovement
- التطور development
- النضوج consolidation
- الثبات أو الركود stagnation
- التجديد أو التطور innovation or decline

¹ مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية ،مرجع سابق، 2017، ص 28 31.

- الشكل (05): نموذج بلتر لمراحل التنمية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية، ألفا للوثائق، الجزائر، 2017، ص30.

و تشابهه مراحل التنمية السياحية نموذج بلتر مع دورة حياة المنتج، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين لمنطقة سياحية جديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم بعد ذلك تبدأ مرحلة الانطلاق حيث يتم توفير الخدمات والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة أعدادهم المتزايدة ويطلق على هذه المرحلة مرحلة النمو، وتعتبر أخطر المراحل منة حيث تأثير السياحة على المنطقة وخاصة التأثير البيئي وما يمكن أن ينتج عنه من تدمير لعناصر الجذب السياحي بالمنطقة سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان أو أن يصيب التدهور المرافق الأساسية أو السياحية، وإذا استمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن تصل المنطقة لمرحلة النضوج، ويلي هذه المرحلة مرحلة التجمد، وهي المرحلة التي لا تشهد فيها المنطقة أعدادا متزايدة من السائحين، حيث يتوقف النمو و التدفق السياحي إليها عند حد معين لا يزيد عنه؛

وفي هذا النموذج هناك احتمال لما أسماه مرحلة الانحدار وهذا ما أغفله نموذج موسك وتبدأ حينما تدخل المنطقة في مرحلة التدهور الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة يتوافر فيها كافة المقومات السياحية التي تشبع رغباتهم، ودافعهم ومع ذلك قد يظهر اتجاه آخر نحو التجديد في هذه المرحلة بمعنى أن تقوم بالمنطقة مقومات سياحية جديدة تشبع الحاجات والرغبات المتجددة للسائحين؛

وهكذا يلفت النموذج النظر إلى أن توافر سياسة تسويقية ناجحة ، تمنع المنطقة من الوصول لمرحلة الانحدار، فالتعرف على السوق واحتياجاته يؤدي لإعادة اكتشاف وتجديد النشاط بالمنطقة السياحية .

وفي تحليل لـ

martin and uysal (1990) لمرحلة التنمية السياحية السابقة نجد كل مرحلة يكون لها مستوى إشباع و طاقة مختلفة بمعنى أنه في مرحلة الاكتشاف يكون المجتمع متقبلاً لنشاط السياحة، ولكن الطاقة السياحية من بنية أساسية وسياحية لا تستطيع استيعاب أعداد كبيرة من السائحين هذا بينما تتوافر التسهيلات والخدمات السياحية في مرحلة الثبات، إلا أن المشكلات الاجتماعية قد تؤدي إلى رفض السكان حينذاك للتنمية السياحية، مما يؤدي إلى التدهور. وهكذا أدخل هذا التحليل مفهوم نسبي للطاقة يأخذ في الاعتبار الجانب الاجتماعي في هذه المرحلة؛

لذلك فالإرادة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل تنمية يمكن أن تساعد على منع الوصول لمرحلة الانحدار، بل وتسمح للمنطقة في دخول مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة والمتواصلة؛

المطلب الرابع: مبادئ و أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً ومبادئ عديدة و مختلفة نأخذ منها.

أولاً: المبادئ

تقوم التنمية السياحية على مجموعة من المبادئ الرئيسية هي¹:

يجب أن تهدف التنمية السياحية إلى تطور واستمرار المجتمع المحلي؛

- يجب أن تحقق التنمية السياحية توازن بين رغبات وحاجات السكان المحليين وحاجات ورغبات السياح وذلك - على أساس المساواة؛

- يجب أن تتم عملية التنمية السياحية من خلال تخطيط علمي و بمشاركة السكان المحليين بجميع فئاتهم .

- يجيب أن تنفذ التنمية السياحية ليس فقط على أساس تحقيق أكبر عائد اقتصادي بل أيضا على أساس تحسين نوعية حياة السكان في المجتمع؛

ثانياً: أشكال التنمية السياحية.

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً عديدة منها²:

¹ عثمان محمد غنيم و بنينا نبيل سعد، مرجع سابق، ص ص 52-53.

² مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية، مرجع سابق، ص ص 37-39.

- **تطوير المنتجعات السياحية:** حيث يركز هذا النوع على من التنمية على سياحة الإجازات والعطل والمنتجعات هي الأماكن التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه، الاستراحة والاستجمام ؛
- **منتجعات المدن:** يحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود سياحي مميز كالتزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية ، ومواقع أثرية أو دينية؛
- **منتجعات العزلة:** يعتبر من أفضل المنتجعات السياحية المفضلة في العالم ، حيث تتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشمولها، وعادة ما تكون في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة كالجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة. تكون النشاط الاقتصادي الوحيد؛
- **القرى السياحية :** هذا الشكل منتشر في أوروبا بشكل كبير جدا كما أنه بدأ في الظهور والانتشار في العديد من الدول، فالحياة في قرية يستهوي سكان المدن حبا في التغيير والبساطة وتقام هذه القرى عادة على الشواطئ، الجبال، الحدائق العامة، المواقع التاريخية والأثرية وغيرها.
- **سياحة الرياضة البحرية:** يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود ماء البحار أو البحيرات و تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب....الخ.

المبحث الثاني: مفهوم التنمية السياحية المستدامة.

تكتسب التنمية السياحة المستدامة أهمية متزايدة، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان و تعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى المصادر الهامة غير المنظورة، وعنصر أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي، مما جعل لها أهداف و مبادئ و إستراتيجية، و منه يترتب علي التنمية السياحية المستدامة مجموعة من الأهداف في المقصد السياحي للدول المستقبلية ويمكننا تسليط الضوء بإيجاز كما يلي :

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة

تعريف1: على أنها تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة عملية كاملة ومخطط داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئة داخل الوطن ككل أو داخل أي إقليم من الدولة، تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو كلاهما¹.

تعريف2: هي التي تلبي احتياجات السائح والمواقع المضييفة إلي جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل ، وأنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية².

تعريف3: هي نقطة التلاقي في ما بين احتياجات الزوار و المنطقة المضييفة لهم ،ما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية ، والاجتماعية،والروحية ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري ، والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي ، وجميع مستلزمات الحياة أنظمتها³.

ومن هنا نستخلص أن جميع التعريفات تصب في مصب واحد وهو أن التنمية السياحية المستدامة هي كيفية استغلال المواقع السياحية استغلالا اقتصاديا أمثل مع الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية، باعتماد إدارة مثلى، تتطلع إلى رضا السائح على أن يتم التوازن بين هذه الأهداف بغية الديمومة والاستمرارية.

¹ ليلي قطاف، فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة 19 -20 نوفمبر 2012 ص4
² مصطفى يوسف ،كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي ، دار رسلان للنشر والتوزيع، سوريا 2009 ص 20.
³ أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق ص 90.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

الجدول رقم (01) : يوضح المقارنة بين التنمية السياحية التقليدية و التنمية السياحية الحديثة

التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية الحديثة
مفاهيم عامة	
تنمية سريعة	تنمية تقسم على مراحل
ليس لها حدود	لها حدود وطاقة استيعابية معينة
قصيرة الأجل	طويلة الأجل
سياحة الكم	سياحة الكيف
إدراج عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية عن طريق السكان المحليين
استراتيجيات التنمية	
تنمية بدون تخطيط	تخطيط أولاً ثم تنمية بعد ذلك
تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط كامل متكامل
التركيز على إنشاء وحدات لقضاء الإجازات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض
مباني حضرية تقليدية	أنماط معمارية محلية
برامج خطط المشروعات	برامج خطط مبنية على مفهوم الاستدامة
مواصفات السائح	
مجموعات وأعداد كثيفة من السياح	حركة أفراد ومجموعات صغيرة
فترات الإقامة قصيرة	فترات إقامة طويلة
ضوضاء وأصوات مزعجة	رزانة وهدوء في الأداء
في الغالب زيارة واحدة للمكان	احتمال تكرار الزيارة مرة أخرى للمكان

المصدر: عطا الله فاروق عبد النبي حسانين، دراسة تقييمية لبعض معايير التخطيط لقطاع الغردقة، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة القاهرة، 2003، ص62.

المطلب الثاني: إستراتيجية التخطيط لتحقيق التنمية السياحية المستدامة.

تتمثل إستراتيجية التخطيط لتحقيق التنمية السياحية في مجموعة من خطوات مهمة تتمثل في ما يلي¹:

أولاً: تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات التخصصية واستكمال إصدار وتحديث منظومة التشريعات السياحية وذلك ب: تعزيز وتطوير قدرات الإدارة السياحية وبناء القدرات والمهارات للعاملين في الإدارة السياحية ؛

¹ سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس- إسقاط على الجزائر- ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص الإدارة التسويقية ، جامعة بومرداس، الجزائر، الموسم الجامعي 2014/2015. ص120

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

ثانيا: تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية جديدة واعدة لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة للنشاط السياحي؛

ثالثا: تحفيز وزيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق وزيادة أعداد السياح؛

رابعا: الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية، وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في الجزائر من خلال؛

- تطوير القدرة التنافسية على أساس توزيع عناصر المنتج السياحي وجودة الخدمات والأنشطة السياحية لتحقيق زيادة في الطلب السياحي للبلاد؛

- تحسين مستوى الجودة الخدماتية للمنشآت السياحية الإيوائية وغيرها من الخدمات السياحية مما يتماشى مع المستوى الدولي؛

- توفير وسائل النقل وتحسين كافة التسهيلات اللازمة لتحقيق رضا السياح؛

- تحسين بيئة الأعمال للمنشآت والأنشطة السياحية؛

خامسا: زيادة عدد الموارد البشرية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي مما يتوافق والزيادة في حركة الاستثمار من خلال؛

- تأهيل الكوادر البشرية العاملة في المرافق والخدمات السياحية؛

- تطوير مناهج التعليم والتدريب السياحي بما يواكب متطلبات السياحة الحالية؛

- دعم إنشاء مدارس ومعاهد سياحية لمختلف المهن السياحية؛

سادسا: تعزيز الأمن والاستقرار السياحي وتنمية الوعي السياحي لدى الأفراد من خلال:

- تحقيق و تعزيز الأمن والاستقرار السياحي كأساس لتحقيق التنمية السياحية وتفعيل نمو حركة السياح؛

- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة بما يحقق تغيير المفاهيم والممارسات الخاطئة تجاه السياحة وخلق بيئة صديقة للسياحة؛

- إيجاد إعلام سياحي فعال يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفأ الوسائل وأكثرها تقدما لتقديم إعلام توعوي ومعرفي ومقنع يساهم في نشر الثقافة السياحية الجزائرية؛

المطلب الثالث: مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة:

إن الاهتمام التزايد بالسياحة دفع إلى تعاضد دورها في التنمية من حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما تتوفر فرصا مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع للبنى التحتية، خاصة في ضل مفهوم الاستدامة وتتمثل مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة في النقاط الآتية¹:

- أ- حماية البيئة وزيادة التقدير و الاهتمام بالموارد الطبيعية بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات؛
- ب- تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية؛
- ج- تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية والدخول؛
- د- خلق فرص جديدة للاستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد؛
- هـ- زيادة مدا خيل الدولة مكن خلال فرض الضرائب على مختلف النشاطات السياحية؛
- و- تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة؛
- ز- الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء؛
- ح- الارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح العاملين والمجتمعات المحلية؛
- ط- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع؛
- ي- التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياح
- ل- الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.
- ك- إيجاد معايير للمحاسبة والبيئة والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة².

¹ أحمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية في جمهورية مصر العربية، دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية ، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي القاهرة ص4.

² مصطفى يوسف كافي، السياحة المستدامة الخضراء ودورها في معالجة البطالة، مرجع سابق، ص102.

المطلب الرابع: دور التخطيط الإستراتيجي في التنمية السياحية

التنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي (إستراتيجية) باعتباره أسلوباً علمياً يهدف إلى تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع، لذا من الضروري أن ترتبط التنمية السياحية بخطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة بهدف التصدي لخطة تنمية سياحية متكاملة في الخطة الشاملة للدول.¹

والتنمية السياحية بمعناها الواسع هي سياسة تطويع القوانين والتشريعات وتعظيم الاستفادة من كل الموارد المتاحة وذلك بهدف خلق أكبر حجم من الطلب السياحي سواء على المستوى المحلي أو الدولي، هذا بالإضافة إلى الجهد المبذول لرسم الخريطة السياحية بما تتضمنه من عناصر ومقومات وإمكانات قادرة على تلبية احتياجات الفئات المختلفة من راغبي السفر والسياحة ومحاولة جذبهم لاستهلاك هذا الغرض لإشباع بعض أو معظم حاجاتهم، أي الانطلاق من إطار طبيعي وإطار حضاري و المرافق الأساسية العامة والسياحية من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط كل ذلك باستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المخطط لها في برامج التنمية وتحقيق التوسع في المرونة الواجب توافرها في التنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية. الأخرى؛

ومن هنا التخطيط السياحي (إستراتيجيات) تعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية، ويساهم في المحافظة على البيئة للأجيال القادمة و مراعاة استدامة المقومات السياحية التي تزخر بها كل بلد . وعليه لابد من وجود تخطيط علمي للتنمية السياحية لتحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات، إذ أن التخطيط يساعد على تعظيم النتائج الإيجابية للتنمية السياحية مع تخفيف الآثار السلبية، وما من شك أن التدابير التوجيهية والوقائية تكون أقل تكلفة من التدابير التصحيحية على الأقل في الأجل المتوسط والطويل، مع الأخذ بعين الاعتبار أن مصلحة الأفراد في المقام الأول؛

كما يساهم التخطيط السياحي في يساهم في تحديد مناطق الجذب الرئيسية بالإضافة إلى مناطق الطلب الرئيسية المولدة لحركة السياحة داخل البلاد ومن ثم يمكن تحديد إستراتيجية التنمية السياحية وفقاً لهذه المقومات لجذب السياح من مناطق الطلب. كنتيجة لآبد من تخطيط سياحي وفقاً لمتطلبات التنمية السياحية مع مراعاة استدامة المقومات السياحية والحفاظ على البيئة للأجيال القادمة؛

¹ سهام بجاوية. مرجع سابق، ص 78.

المبحث الثالث: إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الدول العربية

تحتوي الدول العربية على ثروات ومقومات طبيعية وحضارية مختلفة ما يؤهلها لأن تكون قبلة سياحية هامة لذلك فقد أدركت أهمية القطاع السياحي في النمو الاقتصادي وتخفيض نسبة البطالة وبذلك زيادة الاهتمام من أجل تنمية هذا القطاع الذي يعد مصدر هام في تمويل الاقتصاديات الوطنية وسنحاول التطرق في إعطاء حركة تنمية سياحية لبعض البلدان العربية الناجحة في المجال السياحي (تونس، المغرب) من حيث الإستراتيجيات المتبعة لهذه الدول وعدد الوافدين إلي هذه الدول.... الخ.

المطلب الأول: إستراتيجية الدول العربية في تطوير القطاع السياحي

إن الدول العربية مدعوة للنهوض بالقطاع السياحي وتطويره والارتقاء بقدراته التنافسية و ذلك من خلال أتباع هذه الخطوات نوجزها التالي¹.

1- إستراتيجية تنفيذ الهيئات الوصية على قطاع السياحة لمشاريع تطوير قطاع السياحة وتطبيق إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة.

✓ لتأهيل القطاع السياحي من خلال استغلال الإمكانيات السياحية الضخمة و المتنوعة والتصدي في الوقت نفسه للمنافسة و أدواتها الاقتصادية و التقنية القادمة نتيجة للعولمة، مما يتطلب توجيه السياسات الحكومية لتحسين بيئة الاستثمار السياحي، وتنمية الموارد البشرية السياحية، وفتح المجال للقطاع الخاص، حيث أن صناعة السياحة تقع على عاتقه أكثر من قطاع الحكومة خاصة في تهيئة المناخ المطلوب لاجتذاب السياح وفي تجويد نوعية المنشآت والخدمات إلى جانب تطوير الكفاءات العاملة في القطاع السياحي وتحسين مهاراتهم؛

✓ الاتجاه إلي تطبيق السياحة الإلكترونية حيث يؤدي توسع استخدامها إلى تمكين الشركات السياحية مهما كان حجمها من التنافس في السوق وفي حدود متساوية، وتسهيل الاتصال بين الشركات وربائتها في السوق من خلال تسيير وتسهيل طرق جديدة للبيع والتسويق دون دخول الوسطاء؛

2- وضع خطة لتنوع وتطوير المنتجات والخدمات السياحية تتوافق مع المعايير الدولية

إن تنوع المنتجات السياحية وتوفير الخدمات السياحية الميزة تجعل من البلد مقصدا سياحيا وذلك من خلال إقامة المناطق السياحية، وتنوع أنماط الإيواء والإقامة ضمنها وإقامة الملاعب الرياضية وإبراز السياحة البيئية ؛

¹ مصطفى يوسف كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة، ألفا للوثائق، الجزائر 2017، ص159.

التزام الدول العربية باتفاقيات تحرير تجارة الخدمات السياحية المعمول بها من قبل منظمة التجارة العالمية والتي تساعد الدول العربية للتعامل مع الأسواق والتكتلات السياحية الكبرى كما أن تلك الاتفاقيات تشكل منظومة وإطار للسياسات السياحية وتساهم وتشجع على وضع أسس للتواصل إلى معاملة متكافئة وأفضلية في مجال التنمية السياحية والعمل بهذه الاتفاقيات تقيد فيه الدول في منح التراخيص للفنادق والمطاعم وفقا لمعايير احتياجات السوق، وعرض خدمات الكازينوهات حصرا على فنادق الخمس نجوم، وتحديد مساهمة رأس المال الأجنبي في المشروعات السياحية المقامة بما لا يتجاوز 49%، أما منح التراخيص لمكاتب السفر ومنظومة الرحلات فهو محدد بحجم عمليات الخدمة وفقا للاحتياجات الاقتصادية وتدريب العاملين في هذا القطاع بواسطة أخصائيين وشهادات خبرة وتدريب معترف بها، أما موردو الخدمات فيجب أن يكونوا من الهيئات المتخصصة، على أن يكون المدير من جنسية البلد المعني؛

أما الخدمات السياحية مثل إدارة الممتلكات السياحية وإيجارها وخدمات النقل السياحي ومنشآت التدريب السياحي والمؤتمرات المتعلقة بالسياحة وخدمات التزويد بالأطعمة فيجب أن تكون متوافقة مع التزامات (جولة الأرغواي)، أما الخدمات المتعلقة بالمتاحف والنشطة الترفيهية وتجارة التحف وخدمات تأجير السيارات فإنها خاضعة لتصنيف الأمم المتحدة ؛

3- وضع خطة لتطوير وتحسين الجودة السياحية

إن نجاح الصناعة السياحية العربية مرهون بتطوير مستمر وتحسين دائم للمنشآت والخدمات السياحية، والتي يجب أن تخضع بصورة دائمة ومستمرة للمواصفات والمعايير الخاصة بالجودة والتقييم، والتي على أساسها تمنح شهادات الجودة والتي هي عبارة عن التميز والنجاح. ومن هنا تظهر أهمية إلزامية خضوع أي مؤسسة سياحية في العالم العربي للمنظمة العالمية للمواصفات ISO أو أي منظمة عربية تعني بالجودة وذلك من أجل إستمراريتها وتطورها في سوق تنافسي لايسمح بالبقاء إلا للأفضل بالجودة والتميز. وحصول السائح علي الخدمة والنتج السياحي بشكل متناسق مع رغباته في الزمان والمكان الذي يريده وبالتالي تكون جودة المنتج السياحي هي الشكل الأمثل في القدرة على جذب السياح¹.

4- إستراتيجية التسويق السياحي:

يأتي دور التسويق السياحي بعد نجاح الترويج الذي يبرز عناصر الجذب السياحي وإيصال معلومات عنها إلى الأسواق السياحية المختلفة بالشكل الذي ينجح في لفت الأنظار إلي المنتج السياحي الذي يتم الترويج له، ويتم خلال التسويق والتفاوض والاتفاق على إعداد الرحلات و إعداد مجموعات السائحين، ويعد التسويق مجالا هاما للتكامل بين المقاصد والمدن والأقاليم السياحية بها بحيث يمكن التعاون في دراسة

¹ محمود محمود هويدي، المدخل لدراسة السياحة، دار الأفاق العربية، القاهرة، 2006، ص ص 188-189.

مختلف الأسواق، كما تزداد القوة التفاوضية للمقاصد العربية بتكثفها والتسويق فيما بينها وعلى الأخص في إيجاد منتجات سياحية مشتركة، ونجاح التسويق السياحي العربي المشترك يتطلب عقد تحالفات في ما بين مختلف المؤسسات السياحية فيها أو اندماج عدد من تلك المؤسسات والشركات لإيجاد كيانات سياحية كبيرة قادرة على الاستمرار في الصناعة السياحية وقادرة على المنافسة القوية الناشئة عن تحرير الخدمات على المستوى الدولي (جولة ارغواي و معايير الأمم المتحدة) ويقع العبء الأكبر بالطبع في هذا المجال على عاتق القطاع الخاص السياحي العربي¹.

5- وجود تشريعات حديثة و قوانين سياحية واستثمارية عصرية:

يعتبر التشريع السياحي أحد أهم أدوار ومهام الدولة تجاه حقوق المستثمرين والعاملين في القطاع السياحي. ووضع التشريعات التي ترعي إنشاء استثمار المؤسسات السياحية وتستريرها وتصنيفها، وتشجيع ضمان الاستثمار السياحي، ووضع الأطر القانونية التي تحافظ على التراث الوطني وأصول الدخول إلى المواقع الأثرية، ووضع الأنظمة التي ترعي الأبنية السياحية بحيث فنون العمارة والتراث الوطني².

كما يجب وضع التشريعات التي توصي بها المنظمات العالمية للسياحة الدولية والعربية، وتكريس المفاهيم والقواعد التي أقرتها المنظمة العالمية للسياحة حول أخلاقيات السياحة؛

كما يجب وضع التشريعات المشجعة للاستثمار في مجالات الإعفاءات الجمركية وزيادة عامل الاستثمار في المناطق الغير مصنفة تراثيا، وبعض الإعفاءات من الضرائب والرسوم ؛

6- استحداث مجلس أعلى للتوازن الاقتصادي والسياحي العربي من القطاعين الخاص والعام.

وهي تهدف إلى وضع استراتيجيات للسياحة العربية الناجحة، والإشراف علي مراحل المسح والتخطيط والتنفيذ للمشاريع السياحية والعمل على التنسيق مع المنظمات والمجالس السياحية العربية القائمة (مجلس وزراء السياحة العرب، ومنظمة السياحة العربية) وإن بقيت إلى حد بعيد دون تنفيذ الآمال المعقودة عليها عربيا، وكذلك الاستفادة من الإمكانيات المتاحة في الأمم المتحدة وخاصة الاسكوا واليونسكو لتطوير وتحفيز الاقتصاد السياحي العربي وكذلك العمل علي الترويج والتسويق السياحي والتعاون العربي في الأقاليم السياحية المجاورة أو بين الأقاليم العربية الأخرى بهدف تشجيع الاستثمار في القطاعات السياحية العربية، وتنمية وتطوير السياحة البيئية والخارجية إلى أقاليم السياحة العربية، وإقامة رزنامة سنوية للمهرجانات

¹ عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراجة للنشر والتوزيع، الأردن 2009، ص9.

² زيد سلمان عيودي، السياحة، السياحة في الوطن العربي، دار الراجة للنشر والتوزيع الأردن 2009، ص، 24.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

والنشاطات السياحية العربية ورسم السياسات السياحي والاقتصادية العامة للمستقبل مع الأخذ بعين الاعتبار الحفاظ علي البيئة المستدامة والثروات والآثار والتراث الوطني¹.

المطلب الثاني: واقع وطموح السياحة العربية:

تتوزع السياحة في العالم بين 82% سياحة بعيدة وتزداد هذه السياحة في أوروبا لتصل إلي 88% بينية و بالمقارنة تبلغ هذه النسبة في الوطن العربي 42% من هنا طالب العديد من الخبراء العرب تنشيط السياحة لدعم اقتصاديات الدول العربية، وإذا نظرنا إلى نصيب العرب من السياحة لا يزال ضئيل جدا حيث لو يتجاوز 3% من حجم السياحة العالمية وهذا أثر على عائدات السياحة العالمية مازالت أقل بكثير مما يجب أن تكون عليه حيث بلغت 12% مليار دولار في حين ينطق السياح العرب 40 مليار دولار سنويا خارج الوطن العربي وهم يشكلون 20% من ضيوف الفنادق الممتازة في بريطانيا فضلا عن تصنيف منظمة السياحة العالمية للوطن الخليجي بأنه الأكثر اتفاقا في العالم حيث ينفق في الليلة الواحدة ما يعادل 1200 دولار بين الأوربي ينفق 880 دولار².

المطلب الثالث: إستراتيجيات التنمية السياحية في بعض الدول العربية(تونس، المغرب):

تعد تونس من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية، إذ راهنت منذ البداية على السياحة الدولية وباشرت أعمال التنمية السياحية في منتصف الستينيات بوضع مشروع طموح وحققت نجاحا كبيرا تؤكد الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الوافدة إليها 6 ملايين سائح تونس عام 2018 مسجلة ارتفاعا بنسبة 16,9%³. ونجد أيضا المغرب حققت 11.3 ملايين سائح زاروا المغرب، 2018 بارتفاع نسبته 8.5 في المائة مقارنة مع الفترة نفسها من السنة الماضية⁴، وتعمل على منافسة البلدان السياحية خاصة و أن لديه مميزات سياحية كبيرة ولقد تبنت كل من تونس والمغرب استراتيجيات من أجل النهوض بالقطاع السياحي.

أولا: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس

1-الأهداف العامة للتنمية السياحية:لقد تم اعتماد ثلاث أهداف رئيسية ضمن المخطط الوطني للتنمية السياحية تتمثل في (التنافسية، المردودية، الاستدامة) وذلك بالاعتماد على مصفوفة SWOT والتي تعني (الإمكانات، الفرص، التهديدات...القوة والضعف).⁵

¹ عصام حسن السعيدني نفس المرجع ،ص 187.

² مصطفى يوسف كافي،التنمية السياحية، مرجع سابق،ص214

³ متاح علي <https://arabic.rt.com/business> /2019/06/06 ، سا 19:01.

⁴ متاح علي <https://www.maghrebvoices.com> /2019/06/06 ، سا 19:30.

⁵ تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016)ص ص 75-77.

http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf يوم 2019/06/07 ، سا 22:39 .

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

إن الأهداف المذكورة سابقا تشكل فيما بينها وحدة واحدة لا يمكن فصلها عن بعضها، وفيما يلي نستعرض هذه الأهداف؛

أ- **التنافسية** : هذا الهدف يسمح بزيادة تنافسية السياحة التونسية كمنطقة جذب سياحي من الطراز الدولي وتكوين صورة سياحية حقيقية عن طريق العمال الفعلية التي تؤدي إلى تنمية منتج الأصفار الذي يتمتع بقيمة عالية ، مع تخفيض أسعار النقل حيث أن المنافسة على السوق الأوروبي أصبحت تتوسع باتجاه جهات أخرى (الكاريب ، جنوب آسيا...الخ)، كوجهات منافسة للبحر البيض المتوسط باستخدام خطة تحفيظ أسعار النقل الجوي، وهي عملية تتطلب مجهودات على كل الجبهات، ومن بينها العمل على التحسين المستمر لعوامل الجذب الثقافي والطبيعي والتي عادة مات ستهوي وتحفز السواح على طلب هذا النوع من المنتج السياحي؛

إن السياحة ليست فقط الفندقية ولكن هي توفيقية بين الخدمات، الإيواء، الإطعام، الترفيه، التراث الثقافي، الرياضة، الأحداث المهنية، التسوق، التنوع ولتدعيم التنافسية، على المهنيين بقطاع الأسفار في تونس التحكم في الأدوات التي توفر منتوجا قابلا للمتاجرة ويتمتع بخبرة عالية الجودة ؛

ب- **الربحية**: الهدف الثاني من السياسة التنموية للسياحة التونسية رفع جذري لمستوى الفعالية التي تضمن مستوى عاليا من الرضا من جانب سياح البلدان المستهدفة، وعرض ما يبحث عنه سائحو هذه البلدان، بمستوى جودة يبرر أسعار هذه الخدمات، وهذا مايجعل القطاع السياحي أكثر مردودية ؛

إن هذه النتائج قابلة للقياس من خلال إجراء الدراسات المتكررة التي تمس السواح وتقيس مستوى رضاهم، إن مدخل تحسين النوعية يشمل عددا متنوعا من المؤسسات في القطاعين (العام، والخاص)، كما أن السوق الدولي للسياحة يجزئ ويكافئ النوعية الجيدة للمنتج السياحي، وتونس قادرة بالتأكيد على عرض منتج سياحي ذي مستوى عال من الجودة إذا ما اتخذت للإجراءات المناسبة لذلك، ومن بينها الإستراتيجيات الآتية:

- جودة عالية للمواقع السياحية الثقافية ورحلات ذات قيمة ترفيهية و تثقيفية عالية و بأسعار مرتفعة

- نوعية جيدة للمؤسسات الإيواء مقابل أسعار مرتفعة للغرف الفندقية ؛

- العمل على تقليل النقد الهدام، والعمل على تحسين صورة تونس السياحية لدى الأسواق المستهدفة؛

- توفير اليد العاملة الكفاء في الفنادق مع تخفيض العمالة الموسمية و جعلها دائمة طوال السنة؛

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

- إمكانيات استهداف شرائح أكثر إنفاقا من السياح المهتمين بالمنتوج السياحي الثقافي وسياحة المؤتمرات، أي حث السائح على الانفاق وتشجيعه على الدفع أكثر؛

ج- الاستدامة : إن الهدف الثالث من السياسة التنموية للسياحة التونسية حدد إجمالاً في الاستخدام الكفء للموارد والبحث في إمكانية استدامتها بالاستعمال الأمثل دون إحداث أي تأثيرات سلبية تؤدي إلى الانخفاض الدائم من قدراتها؛

- إن الكفاءات في مجال تسيير الموارد المالية، والعمالة المؤهلة والمزايا البيئية والثقافية كونها موارد نادرة تعد الضمانة لتحقيق التواصل والديمومة على المدى الطويل؛

- إن هدف الاستدامة تتطلب القيام بمجموعة من الأنشطة المرتبطة بالبيئة الطبيعية المتواجدة في المناطق الساحلية التي تمت تهيئتها، وكذا المناطق الداخلية مثل المدن القديمة، والفضاءات القاحلة والبحيرات المالحة - - في أقصى الجنوب التونسي، كما توجد مناطق مطلوب ترقيتها و تتطلب تسييرا لمواردها من قبل هيئات الوصاية الحكومية؛

2 - الأهداف الكمية :

أ- تقديرات التدفقات البشرية (السياح الأجانب):

لقد ارتكزت عملية تقدير تدفقات البشرية المستهدفة خلال مرحلة الخطة (2001-2016) على تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة للتدفقات الصادرة و الأسواق المستقطبة لأفاق 2020 بالإضافة إلى اعتبارات أخرى تؤثر على الطلب السياحي المستقبلي منها:

_ تحسين البنى التحتية المحلية، الإنشاءات والخدمات ، كثافة التسويق وترقية المنتج...الخ ؛

_ الأوضاع الاقتصادية بالدول الرئيسية المصدرة للسواح نحو تونس؛

_ الاستقرار السياسي في المنطقة ؛

لقد تم اعتماد جملة من الفرضيات في التنبؤ بالطلب السياحي على المنتج التونسي منها¹ :

_ ارتفاع وتيرة الدخل السياحي كنتيجة لمجهودات التسويق السياحي الذي تقوم به تونس اتجاه السوق الأوربي، حيث أن معدل النمو المتوقع سيكون مستقرا على المدى الطويل ومحصورا بين 3%-3.5% سنويا وهو ما يتقارب مع معدل تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لنمو السياحة الأوروبية خارج حدود أوروبا؛

¹ تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016) ص 11.
http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf 2019/06/07. سا: 22:51.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

- ارتفاع عدد سياح القادمين من أوروبا الشرقية بوتيرة متسارعة بما يتوافق مع النمو الاقتصادي الحاصل في هذه البلدان؛

- معدل نمو التدفق السياحي من بلدان المغرب العربي سيبقى محافظا على نفس الوتيرة قبل 2001 رغم التغيير في المناخ السياسي مثال ليبيا بعد رفع الحظر الجوي سيؤثر بالسلب على التدفقات البشرية من ليبيا نحو تونس وذلك باختيار وجهات سياحية أخرى من قبل السواح الليبيين لكن مع المجهودات التسويقية من قبل السلطات التونسية سوف يكون هذا التأثير محدودا على المدى الطويل؛

_ على الرغم من أن عدد السياح القادمين من أمريكا، اليابان، استراليا قليل العدد فإنه يتوقع أن يكون معدل نمو التدفقات من هذه البلدان نحو تونس في تزايد مستمر بسبب الجهود المبذولة في مجال ترقية المنتج السياحي التونسية بهذه المناطق؛

بناء على ما سبق، فقد اعتمدت سياسة التنمية السياحية في تونس في تقدير التدفقات المستهدفة على اثنين من السيناريوهات ؛

السيناريو A : يفترض هذا السيناريو وجود مخطط وطني للتنمية السياحية ، تظهر ملامحه من خلال اعتماده على معدل نمو مرتفع على أساس أن المحددات الخارجية سوف لن تشهد تغيرا على المدى القصير، وأن المنشآت السياحية والخدمات المقدمة وهياكل الاستقبال القاعدية الأخرى سيتم تحسينها بصورة قوية حتى تستطيع تلبية احتياجات السواح ، هذا ما يؤدي في نفس الوقت إلي بذل جهد من أجل تنمية السوق السياحي؛

السيناريو B: حيث يفترض هذا السيناريو عدم وجود مخطط وطني للتنمية السياحية ، مع تبني معدل نمو منخفض على أساس المحددات الخارجية لن تتغير بشكل جذري على المدى الطويل، كما أن المنشآت السياحية الوطنية،الخدمات المقدمة والهياكل السياحية المختلفة للدعم والإسناد ستبقى في مستوى يلبي الحد الأدنى لاحتياجات السياح، وأن المجهودات التنموية لقطاع السياحة ستبقى في نفس المستوى الحالي طيلة مدة الإستراتيجية؛

ثالثا: أدوات تنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية :

لقد حددت ثلاث أهداف رئيسية (التنافسية، المرودية،الاستدامة)، وأخذت بعين الاعتبار تحليل SWOT وكل هدف مبني مباشرة على ثلاث أو أربعة إستراتيجيات وكل إستراتيجية تعتمد على سلسلة من الأنشطة تهدف إلى التغلب على نقاط الضعف .

1- إستراتيجية تحقيق التنافسية:

لقد إستدعي العمل من أجل تحقيق هدف التنافسية للوجهة السياحية لتونس إدراج ثلاث إستراتيجيات أساسية و هي¹.

أ_ إستراتيجية إنشاء قطب جذاب و إطلاق مواضيع أقوى عن السياحة التونسية.

هذه الإستراتيجية تهدف إلى إنشاء اتجاهات سياحية من الطراز العالي، تساهم في جعل الوجهة التونسية من أهم النقاط السياحية في السوق العالمية وتحفز السائح على أن يتجه نحو تونس للاستفادة من هذه المنتجات المتميزة مثل ماهو معروف في بعض الوجهات السياحية المنافسة (أهرامات الجيزة بمصر، مدينة مراكش المغرب، البتراء بالأردن)؛

ب- إستراتيجية تنوع المنتجات السياحية المعروضة:

العمل على توفير منتجات سياحية متنوعة وذات نوعية رفيعة مطابقة للمواصفات العالمية، مع الاستجابة لما يطمح إليه السائح القادم إلى تونس؛

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى القضاء على نقاط الضعف التي يعاني منها القطاع السياحي التونسي والمرصودة من خلال تحليل SWOT وهي؛

-ارتباط كبير بسوق واحد وهي السوق الأوروبية؛

- مردودية ضعيفة بالنسبة للصناعة السياحية ؛

ج- إستراتيجية إدخال نظرة تسويقية جديدة:

أي العمل على تقديم نظرة تسويقية جديدة وتكون متجددة تماشيا و التطور التكنولوجي فالأساليب القديمة التي كانت معتمدة في تسويق الوجهة التونسية وهي بلد ببلد يجب أن تكون أكثر هجومية وترتكز على المنتجات المتنوعة، كسياحة المؤتمرات أو السياحة ذات الطابع الثقافي الاكتشاف وما إلى ذلك؛

2- إستراتيجية تحقيق المردودية:

تم اعتماد ثلاثة إستراتيجيات فرعية لتحقيق هدف المردودية ، وقد جاءت على النحو التالي¹:

¹ تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016) ص 79. متاح على http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf 2019/06/07. سا:25:23.

² تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016) ص82. متاح على http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf 2019/06/07. سا:19:00.

أ- إستراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية :

لقد عرفت المناطق التونسية للمحطات الإصطيفافية الشاطئية تطورا منذ خمسينيات القرن الماضي ، وكانت تمثل أهم المنتوجات السياحية التونسية، وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تحسين هذه المحطات وجعلها أكثر جذبا للسواح من خلال ما توفره من خدمات نوعية ووسائل للترفيه والراحة، كما تهدف إلى تحسين أسلوب التسيير ومن ثم الرفع من مستوى النوعية المردودية للخدمات الفندقية؛

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة النقائص التالية :

- مستوى رضى ضعيف لدى السائحين ونتائج محدودة لتكرار الزيارة؛
- نوعية المنتج السياحي والخدمات المعروضة دون مستوى المعايير الدولية؛
- ضعف مردودية الصناعة السياحية؛

ب- إستراتيجية تحسين جذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية.

أغلبية السواح القادمين إلى تونس يتجهون إنشاء إقامتهم إلى أماكن سياحية متعددة ثقافيا، سواء كانت في زيارت منظمة أو اسطيفافية تخص السياحة الشاطئية، ولأجل استفادة هؤلاء السياح من هذا التنوع السياحي أي زيارة أماكن مختلفة فإن العمل المطلوب هو الإسراع في إدخال الكثير من التحسينات الجذرية، منها تهيئة هذه الأماكن بتجهيزات إضافية تسمح بتوجيه وإعلام زائري هذه المقاصد السياحية، وتحسين المنتج السياحي بصفة دائمة، كما تساهم في رفع الأسعار تماشيا ونوعية الخدمات المقدمة والتي بدورها تعمل على تحسين مردودية القطاع، هذه الإستراتيجية يمكنها أيضا معالجة النقائص المسجلة المشار إليها في النقطة أ أعلاه بالإضافة إلى معالجة النقص في هياكل التكفل،الإعلام والتهيئة في الأماكن الثقافية، المتاحف والمدن الأثرية؛

ج- إستراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية؛

السياحة مجموعة من الخدمات مقدمة من شخص إلى آخر، فالنوعية الجيدة للخدمات أمر مهم للنهوض بالقطاع السياحي في أي بلد كان، فبالنسبة لتونس وبغية جعل العنصر البشري في مستوى أداء جيد للخدمة السياحية وذي دور ايجابي في تنمية القطاع حضرت برامج تكوينية لتحسين وتنمية الموارد البشرية يمكنها ان تخفض الاحتياجات من طرف الزبائن وتبرر مستوى الأسعار المرتفعة؛

3- استراتيجيات تحقيق الاستدامة.

تتضمن موارد السياحة التونسية، كامل شواطئ سواحل البحر الأبيض المتوسط المحاذية لإقليم تونس، الصحراء، الواحات، المحميات الطبيعية، المواقع الأثرية، المدن التاريخية، وموارد أخرى ملموسة وغير ملموسة، وتشهد هذه الموارد المتنوعة والمختلفة علامات التدهور والاندثار لبعضها، لذا كان الانشغال

الجوهري صيانة هذه الموارد، حتى تتحمل عبئ السواح الذي يزداد من سنة إلى أخرى، وهذا من خلال ماتضمنته جملة الإستراتيجيات المرسومة للنهوض بالقطاع السياحي والتي تم ضبطها ضمن أربع استراتيجيات نذكرها كالاتي¹.

أ- إستراتيجية تسيير جدي للمحيط :

فالموروث التونسي يحتاج إلى تسيير حذر سواء على مستوى المحيط العمراني او الطبيعي وذلك للحد من التدهور والانقراض، وقد جاء المخطط الوطني بجملة من التوصيات كفيلة بتحقيق هذه الغايات ومنها على سبيل المثال ؛

- تهيئة المناطق السياحية وجعلها متجانسة مع المحيط؛
 - تحسين برامج معالجة النفايات الصلبة داخل المدينة الأثرية؛
 - جرد آلي للهياكل المتواجدة في المناطق العمرانية الهشة وخاصة في المدن والإحياء القديمة؛
 - تعزيز القدرات المؤسسية لتسيير المحيط في الفنادق السياحية كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة جملة من النقائص أهمها تخفيف الأضرار على البيئة الطبيعية والثقافية؛
- ب- إستراتيجية تعزيز قدرات الهيئات والمتعاملين في القطاع السياحي :

تدعيم الأداء المؤسسي والتنسيق بين الهيئات الحكومية المعنية، القطاعات العامة والخاصة مما يسمح بتحقيق مردود ايجابي لكل المتعاملين في القطاع وهذه العملية تتأتى من خلال النشاطات التالية :

- تسيير محكم للخدمات المعلوماتية للسواح مكن طرف الديوان الوطني للسياحة التونسي؛
- تطوير بنك معلوماتي للصناعة طبقا للمقاييس العالمية ؛
- تكفل الهيئة المستقبلية بالسواح والزوار في الأماكن الأثرية والمتاحف، فالديوان الوطني للسياحة التونسي لاستطيع لوحده التكفل والمراقبة لكافة الموارد التي توفر المنتج السياحي التونسي، إذ لابد من التنسيق بين جميع القطاعات والمتعاملين في قطاع السياحة، هذه الإستراتيجية سوف تساهم في حل المشاكل والنقائص المرصودة في هذا مجال؛

ج- إستراتيجية تحسين الهياكل القاعدية : فالخطة تضمنت الكثير من العمليات المتعلقة بالهياكل نظرا لأهميتها منها وسائل النقل خاصة الموصلة إلى المناطق السياحية والثقافية وأهم العمليات المدرجة وهي :

- تحسين الإشارات للوصول إلى المناطق السياحية؛
- تحسين الاتصالات والربط الكامل للزوار؛
- تحسين الطرق المحيطة بالمناطق السياحية؛

¹ تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016) ص ص 85-86.
http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf 2019/06/07 .سا:10:02 .

د- إستراتيجية إدخال برامج ومنتجات تكميلية متجددة.

فهناك مجموعة من البرامج والخطط التكميلية مقترحة لتقليص موسمية النشاط والرفع من المردودية، و بصفة عامة تحسين محيط العمل لكافة الأنشطة المرتبطة بالسياحة من خلال التنوع الذي يسمح في النهاية بتمديد الموسم السياحي؛

ثانيا : إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب

تعتبر السياحة أحد أهم العناصر الداعمة لاقتصاد المملكة والتي تكتسب أهمية متزايدة. لقد ساهمت منذ وقت بعيد في إعطاء دفعة قوية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية باعتبارها مصدراً مهماً لجلب العملة الصعبة ومصدراً كبيراً لخلق فرص الشغل، ولهذا أولى المغرب للنشاط السياحي خلال العقدين الأخيرين مكانة هامة في سياسته التنموية حيث بدأت الإستراتيجية السياحية الأولى المعروفة برؤية 2010 في سنة 2001 والتي غطت العشرية 2001-2010 ثم تلتها الرؤية الجديدة المعروفة برؤية 2020 في سنة 2011 والتي تمتد خلال العشرية الموالية، أي من 2011 إلى غاية نهاية 2020.

I- إستراتيجية التنمية السياحية 2010

1- الأهداف العامة لرؤية 2010

تم الإعلان عن الإستراتيجية المغربية للتنمية السياحية رؤية 2010 خلال الجلسات الأولى للسياحة في المغرب المنعقدة بمراكش بتاريخ 10 جانفي 2001.¹

وقد جاءت هذه الرؤية بعد التراجعات التي عرفها قطاع السياحة في المغرب، تمثل في انخفاض عدد الوافدين و الليلي السياحية والإيرادات السياحية، خصوصا في عقد التسعينات من القرن الماضي، و قد أسفر ذلك الوضع عن صعوبات وتداعيات مست الكثیر من المستثمرين و المهنيين السياحيين؛

وخلال منتصف عام 2000 قامت الفيدرالية المغربية للسياحة بتقديم مشروع البرنامج تحت شعار "رؤية وتحديات و إدارة" و ذلك بهدف إعطاء نفس جديد للسياحة و تحويل المغرب من أهم الوجهات السياحية العالمية، باستغلال ما يتمتع به من مقدرات طبيعية و إمكانات مخزنة في الجانب التاريخي و الحضاري؛

ويمكن تلخيص الأهداف و التوجهات العامة لرؤية 2010 فيما يلي:

- جعل المغرب من بين 25 وجهة سياحية الأولى في العالم ؛

- التمتع الجيد للسياحة الشاطئية مع تطوير منتجات سياحية أخرى؛

¹وزارة السياحة المغربية، متاح على <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/56> 2019/06/09، سا، 15:30.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

- تحسين التنافسية من خلال النوعية و السعر؛
- تكوين يد عاملة متدربة في القطاع السياحي ؛
- تقوية الترويج للمنتج السياحي؛
- بعث ديناميكية للمناخ الاستثماري السياحي من خلال العقار السياحي، الجباية والتمويل؛
- التنمية الجهوية لكافة مناطق التراب المغربي بإقامة أقطاب للتنمية المندمجة ؛

2-الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010.

تعتبر الأهداف المسطرة الأهداف المسطرة في رؤية 2010 جد طموحة، بالمقارنة مع السنة المرجعية، وبالنظر إلى الأرقام المستهدفة في الخطة العشرية، والجدول الموالي يوضح أهم المؤشرات السياحية المستهدفة خلال الفترة الممتدة من 2001 الى غاية 2010؛

جدول رقم(02) :الأهداف الكمية و النقدية لرؤية2010خلال الفترة 2001-2010.

الهدف	القيمة المرجعية في 2001	القيمة المستهدفة في 2010
عدد الوافدين	4.4مليون سائح	10ملايين سائح
الإيرادات السياحية	30مليار درهم	80 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	97 ألف سرير	230 الف سرير
عدد الليالي السياحية(المبيتات)	12.7 مليون ليلة	50 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة	450الف منصب عمل	600الف منصب
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي(GDP)	6.2%	20%
التكوين	2000 شاب	72000 شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme2011 : bilan d'étape et analyse prospectiveK FNTKCasablanca. Maroc le 09/06/2019.:21h

نلاحظ من خلال المعطيات الواردة في الجدول، أن الأهداف الكمية و النقدية في رؤية 2010 طموحة، تستهدف تحقيق نسب نمو مرتفعة في المؤشرات السياحية الرئيسية ومنها مضاعفة حجم الوافدين للوصول الى 10 ملايين سائح في نهاية 2010 ،كما تهدف الخطة إلى أنجاز 160 ألف سرير إضافي أي ما يعادل 3 أضعاف الحظيرة الفندقية لسنة 2001، بالإضافة إلى مضاعفة ليالي المبيت لتصل الى 50 مليون ليلة وهو يمثل 4 أضعاف القيمة المرجعية لسنة 2001.

كما تسعى هذه الخطة الى الرفع من مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي و الإجمالي الى 20% مقارنة بنسبة 6.2% في السنة المرجعية.

3_أدوات واليات تنفيذ رؤية 2010.

من أجل تنفيذ الأهداف العامة والكمية والواردة في رؤية 2010 قامت السلطات المغربية بتقسيم الرؤية إلى ست ورش متكاملة فيما بينها، وهذه الورش هي¹:

الورشة الأولى: ورشة المنتج. تختص هذه الورشة البنية التحتية للإيواء، ففي عام 2001 كانت الطاقة الإيوائية في المغرب تحصي 97000 سرير على المستوى الوطني، وقد كان هدف هذه الورشة إنجاز ما مجموعه 160000 سرير. حيث استحوذ برنامج المخطط الأزرق الخاص بالسياحة الشاطئية على مايقارب 70% بحصة تقدر ب110000 سرير؛

الورشة الثانية: ورشة النقل تهدف هذه الورشة ضمن " رؤية 2010" إلى زيادة تدفقات النقل البري الدولي لوجهة المغرب من خلال تحرير النقل البري بهدف تخفيض تكلفة الطيران وكان الهدف الكمي الانتقال من 5.5 مليون مسافر دولي سنة 2000 إلى 15.6 مليون مسافر بنهاية 2010، و الرفع من عدد الرحلات الدولية من 600 رحلة أسبوعية إلى 1300 رحلة؛

الورشة الثالثة: ورشة الترويج.الاتصال والتسويق كان هدف هذه الورشة إعادة هيكلة الديوان الوطني المغربي للسياحة (ONMT) بطريقة تجعل منه أداة فعالة في الترويج السياحة المغربية في الخارج ؛

الورشة الرابعة: ورشة التنظيم المؤسساتي. تهدف هذه الورشة إلي إعادة توزيع الأدوار والمهام للمؤسسات السياحية العاملة في القطاع السياحي (القطاع العمومي والخاص) مع تحسين التنسيق فيما بينها، وقد تمخضت هذه الورشة عن إنشاء المجالس الجهوية للسياحة (CRT)؛

الورشة الخامسة : ورشة التكوين. ترمي هذه الورشة إلى إنشاء هياكل المرافقة التي تسمح بتكوين 72000 فدردا مؤهلا للعمل في المؤسسات الفندقية السياحية وخاصة وضائف الاستقبال والضيافة، وهذا للوصول إلى جعل السياحة المغربية أكثر مهنية؛

الورشة السادسة: ورشة البيئة السياحية. وهي ورشة تعتمد على تطبيق أحسن الممارسات في الضيافة والتسيير الخاص بإدارة التدفقات السياحية . كما عملت هذه الورشة على تحسين البيئة القانونية التشريعية لقطاع السياحة المغربي؛

¹ براوي ساعد، مرجع سابق،ص 93.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

جدول رقم(03): مشاريع المخطط الأزرق للسياحة النشطة: " رؤية 2010"

البيان	المناطق	السعيدية	قلمين	تاغازوت	ميناء لكسوس	مازقان	موكادور	المجموع
عدد الأسرة المراد إنجازها	28000	30000	21000	12000	8000	10500	109500	
مناصب شغل مباشرة	8000	10000	8000	3750	2000	3300	35050	
مناصب شغل غير مباشرة	40000	50000	40000	18750	10000	16500	175250	
قيمة الاستثمارات بالملايين	12	10	10	5.60	3.6	5.2	49.10	
المساحة المخصصة بالهكتار	614	700	615	461	500	500	3390	

المصدر: مكتب المفوض السامي للتخطيط 2007 - الاتحاد الوطني للسياحة 2008.

نلاحظ من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، الأهمية المعطاة للسياحة الشاطئية في رؤية 2010، حيث أن الأسرة المتوقع توفيرها في المخطط الأزرق المقدر عددها ب: 109.500 سريرا إضافيا تمثل نسبة تقارب: 70% من الطاقة الإيوائية الإجمالية المستهدفة (160000) سريرا جديد.

كما أن مناصب الشغل الواجب إحداثها في هذا المخطط تمثل نسبة: 35% من المجموع المستهدف في رؤية 2010. وهكذا فإن المخطط الأزرق يعتبر عصب السياحة المغربية خلال العشرية 2001-2010.

II- إستراتيجية التنمية السياحية للمغرب 2020

1- الأهداف العامة لرؤية 2020

تم صياغة الأهداف العامة لرؤية 2020 بعد مراجعة وتقييم الأهداف المخططة و المحققة في رؤية 2010 وتم الإعلان عنها في 30 نوفمبر 2010 بمراكش، وترمي رؤية 2020 إلى ضمان استمرارية و تعزيز إنجازات رؤية 2010 و تحديد أهداف جديدة مع التركيز على محورين أساسيين بالنسبة للعشرية 2011_2020 يتمثلان في دعم الشراكة بين القطاعين العام والخاص و إدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة.

ويمكن تلخيص أهداف رؤية 2020 فيما يلي:¹

_ جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي ومن بين أفضل 20 وجهة سياحية أولى في العالم ؛

¹ http://www.tourisme.gov.ma/ar وزارة السياحة المغربية

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

_ جعل المغرب مرجعا في السياحة المستدامة ولا سيما بحوض البحر المتوسط؛

_ تحسين البنية التحتية في السياحة بما يتماشى مع المعايير الدولية؛

_ مضاعفة حجم القطاع السياحي ؛

_ مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجلب حصة من السياح في الأسواق الصاعدة؛

_ مضاعفة عدد الرحلات الداخلية 3 مرات بهدف تشجيع السياحة الداخلية؛

2- الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020.

إن التحولات العميقة والسريعة التي عرفها المغرب خلال السنوات العشر الأخيرة ، و الأسس المتينة التي وضعتها رؤية 2010 بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها التوجهات الجديدة للسياحة العالمية، تسمح للمغرب بوضع طموحات لتنمية السياحة السياحية في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية؛

وترتكز خطة السياحة رؤية 2020 على تعزيز المكتسبات المحققة في رؤية 2010 ومضاعفة حجم القطاع السياحي، بالإضافة إلى العمل على جعل المغرب ضمن الوجهات السياحية العشرين المفضلة لدى السياح الأجانب، وجعله مرجعا للتنمية المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط؛

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (04)، أن هدف رؤية 2020 هو مضاعفة حجم القطاع السياحي و جعل المغرب من بين 20 وجهة سياحية عالمية مفضلة لدى السياح، حيث تعتم هذه الرؤية تهيئة 200 ألف سرير إضافي للحظيرة الفندقية للوصول إلى 375 ألف سرير في نهاية العشرية ، ومضاعفة عدد السياح الوافدين من الأسواق الأوروبية الرئيسية، وجذب مليون سائح من الأسواق الناشئة، كما يسعى المغرب الى مضاعفة حجم السياحة الداخلية ثلاث أضعاف مما كانت عليه في السنة المرجعية، والرفع من العائدات السياحية لبلوغ 140 مليار درهم مقابل 60 مليار درهم في سنة 2010، و يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية خلال العشرية مقابل 440 مليار درهم محققة في العشرية السابقة، وزيادة نقطتين للناتج المحلي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي GDP ليصل إلى 8.6%، بالإضافة إلى توفير 470 منصب شغل مباشر جديد؛

والجدول الموالي يقدم الأهداف الكمية والنقدية التي يسعى المغرب إلى تحقيقها لنهاية سنة 2020.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

جدول رقم(04): الأهداف الكمية و النقدية لرؤية 2020، خلال الفترة (2011_2020)

الهدف	القيمة المحققة في 2010	القيمة المستهدفة في 2020
عدد الوافدين	9.3 مليون سائح	20 مليون سائح
الإيرادات السياحية السنوية	56.10 مليار درهم	140 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	174.180 سري	200 ألف سرير جديد
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	10 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة	450 ألف منصب عمل	915 ألف منصب عمل
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)	6.6%	8.6%
التكوين	12300 شاب	130 ألف شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme 2011 : bilan d'étape et analyse prospective, FNT, Casablanca. Maroc .

من أجل تقييم أهم الأهداف النقدية والكمية في رؤية 2020 فقد قامت وزارة السياحة المغربية لتجزئة الخطة لمحطات زمنية كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم (05): المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020

الأهداف	2010	2015	2020
الطاقة الإيوائية(عدد الأسرة)	178000	256400	372300
عدد السياح الوافدين (بالآلاف)	9200	13711	20000
الإيرادات السياحية (بمليون درهم)	56000	85000	138000
الناتج السياحي الإجمالي (بمليون درهم)	59900	93493	148518
الوظائف المباشرة المستحدثة من النشاط السياحي	449283	645147	914706

المصدر: تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي البيئي لدولة المغرب 2016 ص 13

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول، أن النسب المتوقعة لتحقيق الأهداف المرحلية خلال الخمس سنوات الأولى (2010-2015) أقل منها في الخمس سنوات الموالية (2015_2020) فعلى سبيل المثال يتوقع أن يتم إنجاز 78400 سرير إلى غاية 2015 و 115900 سرير في 2020 ويرجع السبب في ذلك إلى التأخر الملحوظ في تسليم بعض المشاريع الهامة في المخطط الأزرق 2010، وتوقف البعض الآخر منها (المحطة السياحية مقدور و محطة لكسوس)

بسبب مشاكل تمويلية، حسب ما صرح به رئيس الفيدرالية الوطنية للسياحة و رئيس الجمعية الوطنية للمستثمرين السياحيين . كما تطالب بعض الجمعيات المهنية العاملة في الميدان السياحي في المغرب بضرورة تعديل رؤية 2020، و ذلك بالنظر إلى الظرفية الاقتصادية العالمية غير المواتية، وخاصة تداعيات الربيع العربي و أثر موجة الإرهاب، والأزمة الاقتصادية في بعض البلدان الأوروبية التي تعتبر مصدرا لتصدير السياحة إلى المغرب .

ونشير إلى أن معدل نمو عدد السياح العالمي المتوقع من منظمة السياحة العالمية لمنطقة شمال إفريقيا هو 5.2% سنويا، للفترة من 2010_2010، (أي معدل تراكمي يقارب 52% خلال الفترة) في حين أن المعدل التراكمي المتوقع في رؤية 2020 هو 100% (أي الضعف) وهو معدل مبالغ فيه كثيرا يستعصى على المملكة تحقيقه.

3- أدوات وآليات تنفيذ رؤية 2020

من أجل تحقيق التوجهات الكبرى التي جاءت بها الإستراتيجية السياحية الجديدة رؤية 2020، فقد عمل المغرب على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص، و إعادة تهيئة الأقاليم الترابية و تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، وخاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية و تطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي كما ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في مقلب طموحها وذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد باستغلال الإمكانيات المتوفرة التي تسمح له بالتموقع و التميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

وبناء على ما سبق، تركز الإستراتيجية الجديدة على أربع محاور رئيسية هي¹:

1 التقسيم الجهوي للمناطق السياحية : يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثماني مناطق سياحية كبرى:

✓ **المنطقة الشمالية:** يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية و الشاطئية حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 43000 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 2.7 مليون سائح وبذلك ستساهم الجهة بـ 20.7 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام وخلق 128020 منصب عمل؛

✓ **منطقة المغرب المتوسطي:** " يتمحور هذا العرض حول مواقع السعيدية و مرشيك و كالايريس. ووفق التوقعات الإستراتيجية، يرتقب تطوير الطاقة الاستيعابية بحوالي 27300 سرير لتغطية 921000

¹ -وزارة الاقتصاد والمالية المغربية، القطاع السياحي، رؤية إستراتيجية متجددة، مجلة المالية، العدد 15 يونيو 2011، ص ص 4-6.

الفصل الثاني: واقع التنمية السياحية للدول العربية

سائح كما يتوقع الحصول على مداخيل تقدر بحوالي 6 مليارات درهم، وبذلك ستساهم الجهة ب7.2مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام؛

✓ **المنطقة الأطلسية الوسطي:** تشمل هذه الجهة الدار البيضاء والرباط والجديدة حيث تتمحور عرضوها حول سياحة الأعمال والترفيه و يرتقب تحقيق طاقة استيعابية تصل إلى 39300 سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 3.8 مليون سائح كما يتوقع تحقيق مداخيل تقدر بحوالي 24.1مليار درهم مما سيمكن الجهة من تساهم ب 29.1مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام ؛

✓ **منطقة المغرب الوسطي:**تم تشكيل هذا المجال من منطلق التكامل بين مواقع مكناس و فاس و إفران حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 36 إلف سرير بحلول عام 2020 فيما سيسجل عدد السياح 2.7 مليون سائح إضافة إلى 707000 مسافر محلي و بذلك ستراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 19 مليار درهم لتساهم بحوالي 30 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام ؛

✓ **منطقة مراكش و لأطلسي:** تغطي هذه المنطقة كلا من مراكش وتوقال و الصويرة ويستهدف تحقيق طاقة استيعابية تقدر بحوالي 86000 سرير بحوالي عام 2020 فيما سيصل عدد السياح 3.6 مليون سائح إضافة إلى 1.4 مليون مسافر محلي وهذا من شأنه تحقيق مداخيل تصل إلى 26.2 مليار درهم؛

✓ **منطقة الأطلس والأودية:** تتركز هذه الجهة على القطب السياحي المتمثل في الوزارات والذي يشمل الوديان و الواحات والأطلس الكبير ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية و التنمية المستدامة ويرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 26000 سرير جديد لتلبية طلب حوالي 1.9 مليون سائح إضافة إلى 388000 مسافر محلي وبذلك تراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 13 مليار درهم؛

✓ **المنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى:** ستركز هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندمجة للسياحة الطبيعية والرياضية وبالتالي سيتم إنشاء 3800 سرير جديد ما من شأنه خلق عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم وبذلك ستساهم الجهة حوالي 924 مليون درهم كنتاج سياحي داخلي خام ويخلق 5.600 منصب شغل.؛

✓ **منطقة سوس والصحراء الأطلسية:** ابتداء من اكادير, يغطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عبر كلميم وسيتم إنشاء ما يقارب من 110.000 سرير لاستيعاب ما يقرب من 4 ملايين سائح ومليون مسافر محلي وهذا من شأن تحقيق مداخيل تقدر ب 28 مليار درهم. وبذلك ستساهم الجهة ب 29.4 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام وتوفير 181000 منصب شغل ؛

2 **التنوع و الاستدامة:** يتضمن هذا المحور تسريع الأوراش الإستراتيجية الموجودة (برنامجي 2020RUZA و بلادي) و تدعيم الاستثمارات الهادفة إلى تثمين التراث والثقافة (برنامج التراث و الموروث) وتنويع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي (برنامج التراث و الموروث) و تنويع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي و (برنامج التنشيط و الترفيه) و تثمين مجمل الموارد الطبيعية و الثقافية (برنامج البيئة و الخضرة) و أخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية (برنامج السياحات ذات الطابع المحلي التي لها قيمة مضافة)؛

3- **تمويل الاستثمارات السياحية:** يتضمن هذا المحور نشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأس ماله المستهدف حوالي 100 مليار درهم و رصد إعانات لدعم الاستثمار و توجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفا في مؤشرات التنمية و كذا تعبئة 24 مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في إطار رؤية 2020؛

4- **التكوين :** يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للامتياز في مجال التدبير الفندقي بشراكة مع المدرسة الفندقية بلوزان و إنشاء مركز للبحث و التنمية السياحية المستدامة و ذلك بشراكة مع جامعتي "هارفرد" و: تروننو "و قد تم تخصيص غلاف مالي قدره 2 مليار درهم لتغطية نفقات تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي بصفة عامة حسبما هو مخطط في رؤية 2020 ؛

4- البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020.

في إطار تنفيذ أهداف الرؤية الإستراتيجية للسياحة المغربية افاق 2020، تم تحديد ستة برامج هيكلية تتمحور حول الثقافة والشواطئ و الطبيعة. و تركز هذه البرامج على السياحة المستدامة و على تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلي تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل وتتمثل هذه البرامج كما يلي¹:

❖ **برنامج المخطط الأزرق 2020:** وهو امتداد للمخطط الأزرق الذي أعلن عنه في رؤية السياحة

2010، و يتمحور هذا البرنامج حول السياحة الشاطئية، بهدف إنشاء عرض سياحي شاطئ تنافسي على المستوى الدولي، والمحطات التي شرع في إنجازها ابتداء من 2001؛

❖ **برنامج التراث والموروث :** يهدف هذا البرنامج إلى إبراز الهوية الثقافية المغربية من خلال هيكلية

وتثمين التراث المادي وغير المادي، كما يهدف إلى إعادة تأهيل المآثر التاريخية للمغرب بالحفاظ على هويتها المعمارية و خلق مدارات سياحية بالمدن العتيقة للمدن الكبرى للمملكة؛

¹وزارة السياحة المغربية، الأوراش السياحية الكبرى في رؤية 2020 ، متاح على <https://www.tourisme.gov.ma/ar> 2019/06/09 ، سا 22:08

- ❖ **برنامج البيئة والطبيعة:** يهدف هذا البرنامج إلى تثمين الموارد الطبيعية و القروية مع الحفاظ عليها، والسهر على احترام الأصالة الثقافية للجماعات المضيفة، كما يرمي البرنامج الي توفير مرافق سياحية راقية بالمناطق السياحية الثمانية تحافظ على البيئة.
- ❖ **برنامج المآوي السياحية ذات القيمة العالية :** يهدف هذا البرنامج إلى جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية و الترفيهية، و ذلك باستقطاب سياح الأعمال و تمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والرفاهية و الثقافة .
- ❖ **برنامج بلادي:** يهدف هذا البرنامج إلى الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتج يتلاءم مع عاداتهم و أنماط استهلاكهم و أساليب سفرهم ، بحيث سيبدأ هذا البرنامج بتعزيز و إتمام المبادرات المندرجة في إطار مخطط بلادي ، المنطلق في العقد الأخير، ويهدف أيضا مخطط بلادي إلى خلق ثماني محطات سياحية متجانسة المنتج والأسعار تستجيب لتطلعات السياح المحليين وتتواجد بالمناطق التي يرتادها السياح المحليون بكثرة، كما ستنتم إضافة محطة جديدة بمنطقة " الوسط الأطلسي" والتي تضم حديقة للترفيه.

خاتمة الفصل الثاني

تعد التنمية السياحية من أحدث ما ظهر من أنواع متعددة للتنمية وهي بدورها تشمل مجالات تنمية كثيرة كاللتنمية الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية وغيرها ، ويعبر هذا المصطلح عن مختلف البرامج التي تهدف الي تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية و تعميق و ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي .

ولتحقيق التنمية السياحية تتباين الاستراتيجيات المعتمدة للتنمية السياحية بين بنين الدول العربية ونجد تونس والمغرب يضع كل إستراتيجية تناسب تنوع المقومات السياحية، الطبيعية والجغرافية والتاريخية وتبعا لموقف الدولة من دور السياحة في الاقتصاد الوطني وهو ما تأكد لنا من خلال دراسة الأهداف النوعية والكمية التي ترمي تلك الخطط إلى تحقيقها بالإضافة إلى تنوع الآليات والبرامج التي ترافق تنفيذ الخطة السياحية في كل من تونس والمغرب ،

و في الأخير فإن الطموحات التي تترجمها الأهداف الموضوعية، تبقى رهنا للظرفية الداخلية و المعطيات الخارجية ، على اعتبار أن قطاع السياحة قطاع حساس للأوضاع الأمنية و الجيوستراتيجية التي تمر بها الدول العربية ، وخاصة بالنسبة لتونس التي عاني القطاع السياحي فيها من موجة الربيع العربي و ما نتج عنه من عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية و الأمنية.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع
السياحي في الدول العربية بالتركيز على الجزائر
خلال الفترة 2008-2018 (تحليل واقع و تنافسية
القطاع السياحي في بعض الدول) العربية، المؤشرات
السياحية في البلدان العربية، دراسة تحليلية تقييمية
لدولة الجزائر خلال الفترة(2008-2018)

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

مقدمة الفصل الثالث

يستدعي قيام التنمية السياحية لأي بلد على توفر بعض المقومات ، و تزداد الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في دول الوطن العربي لما تتوفر عليه من موارد سياحية و عوامل جذب للسياح، حيث تمتلك الدول العربية في الغالب مقومات سياحية مهمة كالآثار و المواقع الدينية و السواحل و المناطق الجبلية وغيرها و تتنوع السياحة العربية حسب الدول.

و الجزائر هي كذلك إحدى الدول العربية التي حاولت بعد استقلالها النهوض بقطاعها السياحي، لما تتوفر عليه من موارد سياحية وعوامل جذب للسياح، إذ تمتلك الجزائر طبيعة خلابة وشريط ساحلي يمتد علي مسافة 1600 كلم و تنوع المناخ الذي يجعل من السياحة في الجزائر تستمر على مدار السنة و كذا الصحراء الواسعة التي صنفت من أجمل الصحاري في العالم.

وفي هذا السياق أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف بـ "SDAT 2030 والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030، وقد حدد هذا المخطط خمسة أهداف يعمل على تحقيقها، منها ترقية اقتصاد بديل للمحروقات وتنشيط صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز، تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الأخرى

بالإضافة إلى تثمين التراث التاريخي والثقافي مع مراعاة العلاقة الدائمة بين ترقية السياحة والبيئة •

المبحث الأول: تحليل واقع وتنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية

المبحث الثاني: المؤشرات السياحية في البلدان العربية.

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2008-2018.

المبحث الرابع: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر آفاق 2030.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المبحث الأول: تحليل واقع وتنافسية القطاع السياحي في بعض الدول العربية .

تتوفر في الوطن العربي إمكانيات سياحية فريدة لا تتوفر لغيره من الأقاليم السياحية في العالم، و تمتلك معظم الدول العربية المقومات الأساسية لتطوير السياحة فيها وصولاً إلى العروض السياحية الذي من شأنه إن يزيد نصيب الدول العربية من السياحة العالمية، وله أداء وتنافسية في القطاع السياحي كما له معوقات في تنشيط هذه الأخيرة وفيما يلي مقومات السياحة في الدول العربية.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الدول العربية

يتمثل الهدف الأساسي لصناعة السياحة، وهذا يعتمد بدرجة كبيرة على مدى وجود مقومات و إمكانيات، من مواقع سياحية و وجود شواطئ التي تمتد على طول البحر المتوسط و المحيط الأطلسي و الخليج العربي، وجود مخزون ثقافي حضاري هائل، وجود جميع الفصول في السنة في الوطن العربي الأمر الذي أدى إلى طبيعة خلابة وساحرة على مدار العام، البنية التحتية اللازمة للسياحة تكون متطورة تشمل على خدمات سياحية ذات جودة عالية قادرة على إستيعاب المزيد من السياح¹.

وعموما يمتلك العالم العربي مقومات سياحية كبيرة تؤهله ليكون مقصدا سياحيا بامتياز ففي سنة 2006 أدرجت اليونسكو 64 معلما و موقعا تراثيا عربيا؛

أما فيما يخص الحظيرة الفندقية وطاقت الإيواء لبعض الدول العربية فإن الإحصائيات المتوفرة لكل دولة تشير إلى أن الطاقة الفندقية المتاحة في الدول العربية تتباين بشكل كبير حيث تصل الي 6580 منشأة فندقية في المملكة العربية السعودية (421943سرير)، 3690 منشأة فندقية في المغرب (112432غرفة)، مصر 1031 منشأة فندقية (108265غرفة)، المملكة المغربية 3690 منشأة فندقية (112432غرفة)، الجزائر 1231 منشأة فندقية (107420غرفة). الإمارات العربية المتحدة 677 منشأة فندقية (98333غرفة).²

وتجدر الإشارة إلى أن توزيع الطاقة الفندقية حسب فئاتها تختلف حسب طبيعة السياح الوافدين و وفقا للوضع الاقتصادي للدولة، حيث أن أهم المنشآت الفندقية في المملكة العربية السعودية هي وحدات سكنية مفروشة قدرت عددها ب4463 وحدة، بالإضافة إلى الفنادق التي قدرت عددها ب1746 بنسبة 26.5% من الإجمالي، و التي

¹ مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية، مرجع سابق، ص 213.

² مركز المعلومات و الأبحاث السياحية، مؤشرات متاح على <http://www.mas.gov.sa>، 2019/06/11: سا 22:00.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

تتناسب مع طبيعة السياح القادمين من أجل السياحة الدينية الحج والعمرة، و تشكل الفنادق من 3 و4 و5 نجوم، والنوادي الفندقية في المملكة المغربية حوالي 58% من إجمالي مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة، وهذا ما يدل على جودة و نوعية الخدمات السياحية المقدمة.¹

كشف تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار الأجنبي المباشر سنة 2016 عن ارتفاع جاذبية الدول العربية للاستثمارات الأجنبية، وقد احتلت المرتبة الرابعة على المستوى العالمي بين 7 مجموعات جغرافية، حيث تصدرت دول الخليج بشكل عام الأداء عربيا، تليها دول المشرق العربي، ثم دول المغرب العربي، حيث يعد جذب الاستثمار الأجنبي المباشر أحد أهم المحاور التي تهتم بها الدول العربية، نظرا لأهميته الكبيرة في دعم عملية التنمية و استدامتها، لا سيما في المجال السياحي الذي يحتاج موارد مالية كبيرة بحيث تتنوع مجالات الاستثمار السياحي و تتعدد أشكالها لتشمل الاستثمار في بناء وتطوير الفنادق والمطاعم و مراكز الترفيه و التسلية و الملاعب الرياضية، بالإضافة إلى إنشاء القرى والمدن السياحية الكبيرة التي تحتاج إلى أموال ضخمة لتمويلها.²

ويشير تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة أن قطاع السياحة قد أجتذب استثمارات رأسمالية سنة 2016 بقيمة 28.6 مليار دولار في السعودية، وبلغ حجم الاستثمارات السياحية في الإمارات 7.1 مليار دولار، مصر 4.6 مليار دولار، المغرب 4.1 مليار دولار، حيث ارتفعت نسبة مساهمة الاستثمار السياحي إلى مجموع الاستثمار المحلي للدول العربية لتتفوق المتوسط العالمي البالغ 4.4% في كل من السعودية 14.7%، المغرب 12.8%، مصر 11.9%، لبنان 10.4%، تونس 9.9%، الأردن 8.8%، الإمارات 7%، البحرين 5.5%، وفيما يخص معدل نمو الاستثمارات السياحية في الدول العربية فتختلف من دولة إلى أخرى، حيث نجد معدلات نمو مرتفعة بما يتجاوز المتوسط المحقق عالميا البالغ 4.1% ، في كل من قطر، سلطنة عمان، السعودية، مصر، البحرين، الأردن، لبنان.³

و يشير نفس التقرير توقع نمو في حجم الاستثمار السياحي خلال العشر سنوات المقبلة (2017-2027) في الإمارات ب 11%، و في قطر بحوالي 9.2%، حيث تعдан من أهم الدول العربية الجاذبة للاستثمار في المشاريع السياحية الضخمة، فقد أشار تقرير تنافسية القطاع السياحي في المنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس"

¹ مركز دبي للإحصاء متاح على <https://www.dsc.gov.ae/ar-ae/Pages/default.aspx>، 2011/06/11، سا 23:00.

² مركز المعلومات و الأبحاث السياحية ، مؤشرات إحصائية متاح على <http://www.mas.gov.sa> 2019/06/11، 23:30.

³ تقرير المجلس العالمي للسفر و السياحة، التأثير الاقتصادي ر 2017، متاح على <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>، 2019/06/12، سا 09:12.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

سنة 2017 على تمركز الإمارات و قطر في المرتبة 05 و 06 دوليا على التوالي من حيث بيئة الأعمال، و هذا يدل على أنها مواتية للشركات للقيام بالاستثمار السياحي، مما يفسر بنية تحتية متطورة و جاذبة للاستثمار السياحي و استقطاب عدد كبير من السياح؛

المطلب الثاني: تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية.

1- مفهوم التنافسية السياحية: تعرف تنافسية القطاع السياحي على أنها: مقدرة المؤسسات المنتمة لقطاع السياحي في دولة ما علي تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية....و يعد القطاع تنافسيا لما تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة، سواء المحلية أم الدولية ، من خلال المحافظة على حصتها السوقية والعمل على تنميتها باستمرار، وتحقيق الأرباح¹.

ويصدر تقرير تنافسية السفر و السياحة العالمي (TTCR) من قبل المنتدى الاقتصادي العالمي "دافوس" كل عامين منذ سنة 2007، وقد جاء سنة 2017 تحت عنوان "تمهيد طريق نحو مزيد من الاستدامة ومستقبل شامل" ضمن 14 مؤشرا منفصلا وتضمن 136 دولة، حيث تصدر إسبانيا قائمة مؤشر التنافسية السياحية تليها كل من فرنسا، ألمانيا، اليابان، بريطانيا ثم الولايات المتحدة؛

جدول رقم (06): تنافسية الدول العربية سياحيا خلال الفترة (2015-2017)

أسماء الدول العربية	سنة 2015		سنة 2017	
	عربيا (14 دولة)	دوليا (141 دولة)	عربيا (14 دولة)	دوليا (136 دولة)
الإمارات	1	24	1	29
قطر	2	43	2	47
البحرين	3	60	3	60
السعودية	4	64	4	63
المغرب	5	62	5	65
سلطنة عمان	6	65	6	66

¹ وزارة السياحة و الآثار الأردنية، النشرة الإحصائية السياحية، متاح على <https://hotels.mota.gov.jo/LoginPage/Login> /12 /06 /2019، سا، 12:14،

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

74	7	83	7	مصر
75	8	77	8	الأردن
87	9	79	9	تونس
96	10	94	10	لبنان
100	11	103	11	الكويت
118	12	123	12	الجزائر
132	13	137	13	موريتانيا
136	14	138	14	اليمن

المصدر: تقرير التنافسية للسفر والسياحة لسنة، 2015-2017.

نلاحظ من الجدول أعلاه ترتيب تنافسية الدول العربية سياحيا، فإن التقرير يشير الي تصدر الإمارات العربية المتحدة الترتيب بحصولها على المركز الأول عربيا محافظة بذلك على مكانتها لسنة 2015 رغم تراجعها دوليا بخمس مراتب لتحتل المرتبة 29، سنة 2017 واستطاعت السعودية تحسين تنافسية قطاعها السياحي و تتفوق علي المغرب لتحتل المرتبة الرابعة عربيا و 63 دوليا، وحققت مصر أداء جيدا لتقدمها في الترتيب بتسعة مراتب دوليا لتحتل المرتبة 74 دوليا و 07 عربيا، و تتفوق على كل من تونس والأردن، وعموما أظهر التقرير تطورا في الأداء في الملتقي العربية، إلا أن هناك تباينا واختلافا في مستوى هذا الأداء بين دول المنطقة في شمال إفريقيا والشرق الأوسط، فقد نجحت هذه الأخيرة في إيجاد بيئة مناسبة للسفر والسياحة في تحسين سياساتها السياحية وتوفير الظروف الملائمة لاستقبال السياح الوافدين إليها، بالإضافة إلى تعزيز تراثها الثقافي و مواردها الطبيعية

حيث احتلت الإمارات و سلطنة عمان و قطر المراتب 10 الأولى دوليا فيما يخص الأمن والأمان، بينما حققت المملكة العربية السعودية أكبر تطور في المنطقة في مجال الصحة و النظافة(المرتبة60)، بالإضافة إلى توافرها على بيئة مواتية للأعمال (المرتبة26) تساعد على جذب الاستثمارات السياحية، كما حققت مصر ترتيبا متقدما (20دوليا) من حيث تنافسية الأسعار نتيجة لانخفاض أسعارها وقد عرفت كل من تونس و البحرين تطورا ملحوظا فيما يخص الانفتاح الدولي بسرعة أكبر من باقي الدول العربية (المرتبة76و84 على التوالي)، أما الكويت فما تزال في الترتيب الأخير خليجيا و 11 عربيا، حيث لم تظهر أي تحسن في أدائها في المؤشرات الفرعية، لا سيما

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

فيما يخص أولية السفر و السياحة (المرتبة 125 دوليا)، وينطبق ذلك أيضا على الجزائر باحتلالها المرتبة 131، وهذا نتيجة غياب رؤية إستراتيجية واضحة للنهوض بالقطاع وعدم انفتاح الدولة على السياحة.

المطلب الثالث: معوقات السياحة في الدول العربية.

تعتبر السياحة في البلاد العربية أحد الموارد المهمة في تنمية الدخل الوطني، والتحول نحو موارد بديلة و دائمة عن الثروة البترولية الناضبة فإن السياحة ستكون نفط العالم العربي، لهذا تتجه معظم البلدان العربية الاهتمام لهذا القطاع وبحث السبل الكفيلة لتنشيطه وتسريع نموه فمن هذه المعوقات التي تؤثر تأثيرا سلبيا على السياحة في الدول العربية ما يأتي¹:

1- العامل السياسي حيث يتشكل هذا العامل أحد المحاور الرئيسية التي حرمت الشرق الأوسط من الظهور بشكل يليق بقدراتها و إمكانيتها على خارطة السياحة العالمية وتمثلت هذه الأحداث، سبتمبر 2003 و الاعتداءات المستمرة على السياح الأجانب؛

2- ضعف البنية التحتية الخاصة بالقطاع السياحي: تشكل البنية التحتية من كهرباء و مياه وصرف صحي وطرق نقل بكافة أنواعه (البري والبحري والجوي) عنصر أساسي في تنشيط حركة السياحة، حيث تشير الإحصائيات و الأرقام بأن الوطن العربي بحاجة إلى استثمارات كبيرة للنهوض بالبنية التحتية؛

3- ضعف القدرات الاقتصادية على مستوى الوطن العربي: حيث انتشار الفقر وانخفاض نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي. وتشير الإحصائيات إلى أن نسبة سكان الوطن العربي الذين يبلغ متوسط دخلهم الشهري 60 دولار يشكلون حوالي 22% من مجموع السكان الكلي، بواقع 80.7 مليون نسمة، بينما بلغ نسبة المواطنين الذين تراوح دخلهم الشهري ما بين 60-150 دولار حوالي 52% من سكان الوطن العربي بواقع 190.8 مليون نسمة. (يبلغ عدد السكان الوطن العربي 367 مليون نسمة حسب إحصاءات 2012؛

4- ضعف تسويق المنتج السياحي العربي: لا زالت العديد من الدول العربية تسوق منتجها السياحي بصيغة التنافس وليس التكامل، وتشير الإحصاءات والأرقام بأن الوطن العربي ينفق على الترويج 45 مليون دولار و هو مبلغ قليل ومتواضع مقارنة بأستراليا التي تنفق لوحدها 88 مليون دولار، و إسبانيا و بريطانيا 79 مليون دولار لكل منهما وفرنسا 73 مليون دولار؛

¹ مصطفى يوسف كافي، التنمية السياحية، مرجع سابق، ص 214.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

5- عدم ظهور العرب على الخارطة العالمية كتكتل اقتصادي: فالوطن الذي تبلغ مساحته 14 مليون كلم مربع والذي يشكل 11% من مساحة العالم وتجاوز عدد سكانه 380 مليون نسمة ويحتوي على أكثر من 100 ألف موقع أثري لم يستطع أن يحصل علي حصته و مكانته السياحية العالمية¹.

6- الإجراءات المعقدة و الروتينية: والتي تتمثل بالحواجز والتعقيدات التي توضح أمام السائح العربي من المساءلة والانتظار لفترات طويلة وصولا إلى الإجراءات المشددة لمنح تأشيرات الدخول.²

7- سوء إدارة المؤسسات السياحية العربية من الفنادق و مطاعم و منتجعات و ضعف مستوى خدماتها مقارنة من المؤسسات السياحية الأخرى في الأسواق الدولية فلا زالت أكثر من 70% من المشاريع السياحية العربية هي مشاريع صغيرة ؛

¹ مصطفى يوسف كافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات و الاتصالات وعولمة السياحة، مرجع سابق، ص310.
² موفق عدنان عبد الجبار الحميري و رامي فلاح طويل، التسويق السياحي لخدمات الفنادق و السياحة دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2016، ص39.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المبحث الثاني: المؤشرات السياحية في البلدان العربية

تعد الصناعة عالمية تتميز بحركية سريعة على المستوى الوطني والعالمي، ما جعلها تحظى باهتمام العديد من بلدان العالم لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومن بين هذه الدول نجد الدول العربية تهتم بالقطاع السياحي و حاولنا في هذا المبحث تحليل المؤشرات السياحية في البلدان العربية من خلال عدد السياح الوافدين والحصة السوقية و الإيرادات السياحية و بعض المؤشرات الاقتصادية.

المطلب الأول : عدد السياح الوافدين والحصة السوقية للدول العربية

بلغ عدد السياح في الوطن العربي حوالي 84.59 سنة 2010 ثم إلى 81.17 مليون سائح 2015، و هذا يدل على تراجع الأهمية النسبية للمنطقة العربية دوليا سنة 2015 نتيجة ما تعاني منه بعض الدول العربية من مشاكل و عدم استقرار سياسي في الآونة الأخيرة ، ونظرا لأن أهم العوامل التي تؤثر في تدفق السياح إلى بلد ما هي الأوضاع الأمنية فقد صرح رئيس المنظمة العربية للسياحة أن خسائر الدول العربية بلغ حوالي 40 مليار دولار سنة 2015 تحملها القطاع السياحي نتيجة العمليات الإرهابية.¹

وقد أظهر تقرير منظمة السياحة العالمية أن عدد السياح القادمين إلى الشرق الأوسط بلغ 53.3 مليون سائح بحصة سوقية بلغت 4.5% من إجمالي السياحة الدوليين، في حين بلغ عددهم 18 مليون سائح في شمال إفريقيا بنسبة قدرت بحوالي 1.5% من الإجمالي في سنة 2015.²

و قد أشارت لجنة منظمة السياحة العالمية للشرق الأوسط و شمال إفريقيا 80 مليون سائح في العالم 2017، وهو أعلى معدل منذ انتفاضة الربيع العربي سنة 2011، و ارتفع عدد السياح الدوليين الوافدين إلى منطقة الشرق الأوسط بنسبة قدرت بـ 5% ليصل مجموعهم إلى 58 مليون سائح، فسجل بالتالي 3 ملايين سائح زائد إضافي العالم 2017 مقارنة مع العام الفائت، مع نمو مستمر في بعض المقاصد و انتعاش قوي في مقاصد أخرى.³

¹ دليل إحصاءات السياحة بالمغرب، بانوراما للاداء السياحي لعام 2015 متاح على <http://www.observatoiredutourisme.ma> 2019/06/12، سا 13:00.

² جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء و قواعد المعلومات، متاح على <https://data.worldbank.org/indicator> 2019/06/13، سا 09:15.

³ تقرير لجنة منظمة السياحة العالمية للشرق الأوسط متاح على: . سا 1314:45 2019/06/ 3_report cf.cdn.unwto.org/

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

وغالبا ما يشار إلى القدرات الإستيعابية للدول في المجال السياحي بمؤشر هو: نسبة عدد السياح الى عدد السكان، ففي الدول ذات الصدارة العالمية نجد أن هذا المؤشر يفوق 100%، ففي فرنسا تبلغ هذه النسبة 126%، و إسبانيا 129%، بمعنى أن الدولة قادرة على إستيعاب سياح و استقبالهم في سائر فترات العام أكثر من تعداد سكانها، مع توافر كل الخدمات لهم من إقامة وسائل النقل و غيرها من دون تأثير معيشته المواطن المحلي وحياته، حيث بين الشكل رقم 3 التباين الكبير في مؤشر نسبة العدد السياح نسبة عدد السكان في الدولة العربية، إذ يختلف من دولة إلى أخرى نتيجة لاختلافها سواء من حيث المقومات السياحية ودرجت الاهتمام بالقطاع السياحي، أو من حيث عدد سكان الدولة، حيث تجاوزت هذه النسبة 100% سنة 2015 في كل من البحرين 48.25%، الإمارات العربية المتحدة 165.19%، قطر 120.18%. وهذا ما يدل على الاهتمام الكبير الذي توليه هذه الدول بقطاعها السياحي، فامتلاكها لمقومات سياحية جذابة وقيامها باستثمارات سياحية كبيرة في البنية التحتية المتطورة التي تسمح لها بتقديم خدمات سياحية لعدد أكبر بكثير من عدد سكانها؛

و عموما بالنسبة لباقي الدول العربية، ومنها السعودية ، تونس، سلطنة عمان، فقد هذه النسبة مستويات مرتفعة نسبيا إذا ما قورنت بالمتوسط العالمي الذي يبلغ 16.11%، وكانت علي التوالي 58.01%، 48.04%، 45.61%، 39.45%، في حين بلغت نسبة عدد السياح إلى عدد السكان مستويات منخفضة عن المتوسط العالمي في كل من مصر 10.27%، الجزائر 4.28%، اليمن 1.37% ؛

و تجدر الإشارة أن أسباب انخفاض هذه النسبة يختلف من دولة إلى أخرى، حيث ساهم العدد الكبير للسكان في مصر الذي يمثل حوالي 89 مليون نسمة علي خفض هذه النسبة رغم ما تملكه هذه الأخيرة من عناصر جذب سياحي فريد وطاقة فندقية ضخمة ، أما بالنسبة للجزائر و اليمن فإن نقص و تدني مستوي الخدمات المقدمة و رداءة المنتج السياحي يعد السبب الرئيس لانخفاضها نتيجة الضعف في التخطيط السياحي والبنية الأساسية، كما أن القطاع السياحي في اليمن متدهور نتيجة تداعيات الأزمة السياسية، وعدم استقرار الحالة الأمنية في الدولة؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

ونجد أن الدول العربية التي تحتل كمجموعة صدارة المقاصد السياحية العربية سنة 2015 تتمثل في خمس دول رئيسية ، وهي: السعودية، الإمارات، المغرب، البحرين، مصر، حيث تشكل في مجموعها حوالي 78% من مجموع أعداد السياح القادمين إلى الدول العربية، وتختلف الأهمية النسبية لكل دولة من سنة إلى أخرى حسب حجم التدفقات السياحية الوافدة وحصتها السوقية، حيث تراجعت الأهمية النسبية لكل من مصر وتونس والأردن خلال السنوات الأخيرة نتيجة للأوضاع السياسية والتوترات الأمنية التي شهدتها هذه الدول، فقد انخفض عدد السياح في مصر من 11.2 مليون سائح سنة 2012 إلى 9.14 مليون سائح سنة 2015، في حين نجد دولة الإمارات العربية المتحدة كمقصد سياحي عربي مهم بحصة سوقية بلغت 17.7% سنة 2015 مقابل 11.8% سنة 2012 ، ويمكن إرجاع ذلك لبعد منطقة الخليج العربي نسبيا عن الاضطرابات والتوترات السياحية التي حدثت في الدول العربية الأخرى¹

و عموما عرفت السياحة في بعض الدول العربية انتعاشا سنة 2016، حيث ارتفع عدد السياح في المملكة العربية السعودية ب 6% ليصل إلى 19.1 مليون سائح، و بعد الانتكاسة القوية سنة 2015 بتونس إثر الهجمات الإرهابية بدأت السياحة تتعافى ليلعب عدد السياح الوافدين إليها حوالي 6 مليون سائح أغلبهم من الجزائر و روسيا بنسبة ارتفاع بلغت 6.8%، وزارة المغرب أكثر من 10.3 مليون سائح سنة 2016 بنسبة ارتفاع بلغت 1.5%، مقارنة بالسنة السابقة و استقبلت الإمارات العربية المتحدة حوالي 18 مليون سائح، حيث زار 15 مليون سائح إمارة دبي، فقد استعادت هذه الأخيرة من تبعيات الاضطرابات السياسية والأمنية التي حلت بالدولة العربية من خلال استقبالها فئات غنية من تلك الدول كسياح ورجال أعمال²

في حين انخفض عدد السياح في مصر ليصل إلى 5.3 مليون سائح أي بحوالي 40% نتيجة لعدم الاستقرار السياسي الذي تعرفه مصر إقليميا، بالإضافة إلى سقوط الطائرة الروسية سنة 2015 مما تسبب في إلغاء الرحلات الجوية إليها من باقي الدول الأوروبية، حيث أنعكس ذلك إلى إيراداتها السياحية بنسبة 44.3% بين 2015 و 2016؛

¹ تقرير تنافسية السفر والسياحة سنة 2017، 2015، متاح على <http://data.worldbank.org/indicator>، 2019/06/13، سا:17:19.
² الهيئة العامة للسياحة في قطر، التقرير السنوي لأداء 2015، ص7، جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء و قواعد المعلومات الدول العربية، أرقام ومؤشرات، العدد السادس، 2017، ص93

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المطلب الثاني: الإيرادات السياحية في الدول العربية

إن ارتفاع الإيرادات السياحية يعود أساسا إلى نمو حجم الحركة السياحية و ذلك نتيجة لارتفاع مستويات دخول الأفراد و تحسين مستوى الخدمات السياحية بأسعار منخفضة و بني تحتية متطورة، بالإضافة إلى أن ارتفاع مدة إقامة السائح تسمح بتحقيق إيرادات سياحية أعلى، و إذا ما أردنا تحليل وضعية الإيرادات السياحية في الدول العربية فإن التقرير السنوي لمنظمة السياحة العالمية لسنة 2016 يشير إلى أن الإيرادات السياحية في منطقة الشرق الأوسط بلغت 54.4 مليار دولار سنة 2015، بما يمثل 4.3% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية التي بلغت 1260 مليار دولار، وقد تصدرت الإمارات العربية قائمة الدول العربية في إجمالي العائدات السياحية بالمنطقة بقيمة إجمالية تصل إلى 16.038 مليار دولار بنسبة 29.5% من إجمالي الإيرادات السياحية في الشرق الأوسط، تليها المملكة العربية السعودية بحوالي 10.13 مليار دولار و بحصة سوقية قدرت بـ 18.6%، ثم كل من لبنان ومصر بـ 6.857 مليار دولار (12.6%)، 6.065 مليار دولار (11.2%) على التوالي¹.

ويشير نفس التقرير إلى أن الإيرادات السياحية في شمال إفريقيا بلغت 8.6 مليار دولار بنسبة 0.7% من إجمالي إيرادات السياحة العالمية، ويعود النصيب الأكبر على مستوى هذه المنطقة للمغرب بـ 6.003 مليار دولار (70.2%)، ثم تونس فرغم تراجع السياحة في الموسمين الماضيين بسبب الهجمات الإرهابية إلا أنها لا تزال تحافظ على مكانتها كأبرز وجهات السياحة العربية والإفريقية، لما تتميز به تونس من مساحات خضراء وشواطئ سياحية خلابة، بالإضافة إلى المرافق و الخدمات السياحية ذات جودة تناسب مختلف احتياجات السياح، كما أن زيادة أعداد السياح القادمين من الجزائر وليبيا ساهما في تغطية غياب السياح الأجانب. حيث بلغت إيراداتها السياحية حوالي 10354 مليار دولار (15.8%)، في حين لم يتعدى نصيب الجزائر من هذه الإيرادات 304 مليون دولار، أي بحوالي 3.5% من إجمالي الإيرادات السياحية للمنطقة؛

المطلب الرابع: مساهمة السياحة العربية في بعض المؤشرات الاقتصادية

تعد السياحة من أهم القطاعات السياحية المساهمة في التنمية الاقتصادية، حيث يشير تقرير للمجلس العالمي للسفر و السياحة أن مساهمتها قدرت بـ 7.6 تريليون دولار في الناتج المحلي الإجمالي بحوالي 10.2% من إجمالي الناتج عالميا، بما يسمح بتوفير ما يمثل 292 مليون منصب عمل، أي توفر وظيفة من كل 10 وظائف

¹ تقرير تنافسية السفر والسياحة سنة 2017، 2015، متاح على <http://data.worldbank.org/indicator>، 2019/06/11، سا: 18:20.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

في العالم سنة 2016. وسنحاول تحليل مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الإجمالي وفرص العمالة لبعض الدول لسنة 2016. في الجدول رقم (08).

جدول رقم (07): مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الإجمالي و العمالة سنة 2016

الدولة	مساهمة السفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي		مساهمة السفر و السياحة في العمالة	
	القيمة (مليار دولار)	النسبة من إجمالي GDP	المرتبة دوليا	عدد المناصب (ألف منصب)
لبنان	9.2	%19.4	39	338.6
الأردن	7.6	%19.4	38	287.5
المغرب	19.0	%18.5	41	1902.4
تونس	5.7	%13.7	58	429.9
الإمارات	43.3	%%12.1	70	617.4
السعودية	65.2	%10.2	84	1141.7
قطر	15.4	%10.1	87	193.9
البحرين	3.2	%9.9	91	54
مصر	19.4	%7.2	129	1763.1
الكويت	6.7	%5.4	158	

المصدر: المجلس العالمي للسفر و السياحة. تقرير التأثير الاقتصادي 2017.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الدور الكبير التي تؤديه السياحة في التنمية الاقتصادية لمختلف الدول العربية والقضاء على البطالة ، ففي لبنان والأردن يساهم القطاع السياحي بنسبة 19.4 في الناتج المحلي الإجمالي بحوالي 9.2 مليار دولار و 7.6 مليار دولار، ويوفر أكثر من 338 ألف منصب عمل و 287 ألف منصب على التوالي، حيث احتلت مراتب متقدمة من حيث نسبة المساهمة الكلية للسياحة في الناتج والعمالة من بين 185 دولة عالميا، وفي المغرب بلغت نسبة مساهمة القطاع السياحي 18.5% من الناتج بما يسمح بتوفير أكثر من 1902 ألف منصب عمل بحوالي 16.6% من إجمالي العمالة، ويمكن إرجاع ذلك إلى المقومات السياحية الفريدة التي تتمتع بها هذه الدول من مواقع أثرية وتاريخية، بالإضافة إلى نوعية الخدمات السياحية المتوافرة بجودة عالية.

في حين نجد مصر بمساحة كبيرة وتوافر مقومات جذب سياحي رائعة حققت مستوى أقل من مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 7.2% (129 دوليا)، بلغ عدد العاملين في القطاع حوالي 1763 ألف عامل (130

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

دوليا) لسنة 2016 حيث تزامن هذا الأداء المحدود مع الانخفاض الكبير للسياح الوافدين هذه السنة نتيجة للأوضاع المحلية والإقليمية التي تعرفها المنطقة وعموما يتوقع أن تنتعش الحركة السياحية في الدول العربية حيث تشير التوقعات أن المساهمة الكلية للسفر والسياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الشرق الأوسط سيعرف نموا بلغ 5.2 % وفي شمال إفريقيا يتوقع نمو بحوالي 2% مقارنة بسنة 2016

المبحث الثالث: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2008-2018.

أدركت العديد من الدول باختلاف درجة نموها الاقتصادي، أهمية قطاع السياحة كمنشط اقتصادي لما له من آثار اقتصادية و اجتماعية و ثقافية على المجتمعات في عصرنا الحديث، و الجزائر واحدة من دول العالم التي تزخر بمقومات سياحية هائلة ، وسنتطرق في هذا المبحث ألا ما تمتلكه من مقومات م مؤهلات أساسية للجذب السياحي نلخصها فيما يلي:

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

تجمع الطبيعة و التاريخ في الجزائر لتعطي للمنطقة أصولا سياحية لأغلب الوجهات السياحية العالمية، يمكن لأغلب هذه الموارد و خاصة الطبيعية منها إن تم استغلالها استغلالا عقلانيا مشيدا إن ترقى بالبلاد لتصبح من بين وأهم و أروع المقاصد السياحية في العالم.

1- الإمكانيات الطبيعية للجزائر إمكانيات ومقومات طبيعية تساعد على تقديم المنتج السياحي الجيد والمنافس لغيره وذلك يرجع إلى التنوع البيئي و المناخي الفريد من نوعه بالعالم بالمناطق السياحية و في مايلي عرض لتلك المقومات التي تتوفر عليها الجزائر

- **الموقع الجغرافي:** تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الإفريقية بين خطي طول 9 غرب غرينتش و 12 شرق، و بين دائرتي عرض 19 و 37 شمالا، تبلغ مساحتها 2.381.791 كلم أكبر بلد إفريقي و عربي من حيث المساحة ، والعاشرة عالميا، تحتل مركز محوري في المغرب العربي.

المناخ: تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ نذكرها كالآتي¹:

¹ بودريالة رفيف ، الوعي السياحي و دوره في تنمية القطاع السياحية ،مجلة العلوم الإنسانية العدد 06 لسنة 2016،جامعة أم البواقي الجزائر ص 20.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

مناخ البحر الأبيض المتوسط : يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر إلى شهر أبريل تتميز بفصلين الأول : ممطر دافئ و طويل هو الشتاء و الثاني هو الصيف يكون جار و حار و قصير؛

مناخ شبه قاري: يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا و هو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي و المناخ الصحراوي و يتميز بموسم طويل بارد و رطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي و الأمطار فيه أقل كمية لا تتجاوز 400ملم/السنة؛

ج المناخ الصحراوي: يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة ووجو جاف و ارتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 40 درجة مئوية أو تفوق ذلك، كما تتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط و دافئ، هذا ما ينشط حركة السواح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب و الواحات؛

-**التضاريس:** تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب و هي أقاليم مختلفة تتمثل في :

✓ **الشريط الساحلي:** يمتد من " واد كيس" ببلدية مرسى بن مهدي ولاية تلمسان في الحدود الجزائرية - المغربية غربا إلى واد سواني السبع" ببلدية الطارف في الحدود الجزائرية - التونسية شرقا، مارا على 420 بلدية ساحلية، وهو مكون من حزام أرضي عرضه الأدنى 800 متر، و من مجموعة من الجزر، والجزر الصغيرة و الأجراف القارية. وقد اكتشف أن طول الشريط الساحلي 1622.48 كلم. على امتداد خطي يقارب 2198.44 كلم، من مساحته الأرضية 3929.41 كلم، الجزء البحري منه يقدر ب 31927.41كلم،

✓ **الأطلس التلي و الهضاب العليا:** يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعة من السلاسل الجبلية فهناك سلسلة الأطلس التلي و سلسلة الأطلس الصحراوي بينهما سهول ساحلية أشهرها سهل متيجة ، وهران، و عنابة وكذلك سهول ساحلية أشهرها سهل تلمسان و سيدي بلعباس و نجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الاوراس لالة خديجة و والونشريس و غيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية بممارسة بعض الرياضيات أما الهضاب العليا

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- فيتراوح علوها ما بين 900 و 1000 متر، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية و الغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف و تبسة¹.
- ✓ **الصحراء والأطلس الصحراوي:** تعتبر الصحراء أكبر منتج سياحي تتوفر عليه الجزائر، تتربع على مساحة شاسعة 80% من المساحة الكلية للبلاد وهي من أكبر الصحاري في العالم مما يجعلها القبلة الأولى للسياح الأجانب خاصة في فترة جانفي و أفريل. فتتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف و ذات التكوين البركاني و رمالها الذهبية و واحاتها الخلابة المتنوعة عبر مناطقها إلى جانب غابات النخيل و تربتها الخصبة و كثبانها الرملية ، أما الأطلس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطلس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب جبال الحضنة ؛
- ✓ **الحظائر و المحميات الطبيعية:**أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي و تعتبر مناطق جذب سياحي يوجد منها 8 في الشمال و هي حظيرة جرجرة تتربع على مساحة 18850 هكتار ، حظيرة القالة تتربع على حوالي 77 ألف هكتار ، تقع شمال غرب الجزائر بالمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط و تظم 3 شواطئ و 3 محميات تحتوي على 50 نوع من الطيور و أنواع من الحيوانات الأخرى ؛
- ✓ حظيرة غابات الأرز (ثنية الحد 616.3 هكتار) تبعد 3 كلم عن مدينة ثنية الحد و تقع إلى حافلة سلسلة والونشريس في الأطلس التلي
- ✓ حظيرة والطاسيلي (100 هكتار) : و تشمل الطابع الأثري ، تتميز بمختلف النقوش و الرسومات الصخرية و هي مصنفة كتراث عالمي منذ سنة 1982؛
- ✓ **الحظيرة الوطنية الهقار :** انشأت عام 1987 و المعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو و هي تظم هضبتي الاتاكور ، الحظيرة النباتية و الحيوانية بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 120 ألف سنة ؛
- ✓ هناك مجموعة من الحظائر الوطنية مثل بلزمت (600هكتار) ، باتنة واتازا (300 هكتار) ، جيجل قورارة (100هكتار) ؛
- ✓ حديقة التسلية و الترفيه بن عكنون (304 هكتار) ؛
- ✓ تشمل على منطقة نباتية و حيوانية منها الأنواع المحلية و الإفريقية ؛

¹ جغرافيا الجزائر، متاح على <https://ar.wikipedia.org/wiki>، 2019/11/19، سا : 00:12

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

✓ حديقة التجارب " الحامة " . موجودة في قلب العاصمة ، تعد متحف فعليا لطبيعة تظم 2500 نوع من نباتات و أشجار عمرها مئات السنين و أكثر من 25 نوع من أشجار النخيل تتربع على مساحة (32هكتار) ، تظم حديقة الحامة ، حديقة الحيوانات ن و مدرسة تعليم الجنائن و مركز مخصص للاختبارات؛

-الحمامات المعدنية : تعتبر الجزائر من البلدان التي تحتوي على عدد كبير من المنابع الحرارية على المستوى العالمي ، فهي تزخر بعشرات الأحواض و الحمامات المعدنية الطبيعية يمكن الاعتماد عليها لبناء سياحة حموية . و من بين هذه المحطات الوطنية و المحلية نذكر مها¹ :

- حمام بو غراره في ولاية تلمسان (500كلم غرب العاصمة) ؛

- حمام بو حجر بولاية عين تيموشنت (400 كلم غرب العاصمة) ؛

- حمام بوحنيفة بولاية معسكر (361كلم غرب العاصمة) .

- حمام ريغة بولاية عين الدفلة (170كلم غرب العاصمة) ؛

- حمام سيدي سليمان بولاية تسمسيلت في الغرب؛

- حمام ربي بولاية سعيدة في الغرب ؛

- حمام شلالة أو الدباغ بولاية قالمة (500كلم شرق العاصمة)؛

. حمام قرقور بولاية سطيف (300كلم شرق العاصمة)؛

- حمام الصالحين بولاية بسكرة (450كلم شرق العاصمة) ؛

- حمام الصالحين بولاية خنشلة شرق العاصمة .

- حمام ملوان بولاية البليدة (50كلم جنوب العاصمة) ؛

2-المقومات التاريخية و الثقافية و الدينية : إن المعالم التاريخية و الحضارية التي تنفرد بها الجزائر جعلها مهدا للحضارة الإنسانية و شاهدا حيا على انتمائها للقضاء الإسلامي ، المتوسطي و الإفريقي . فالمعالم الأثرية و المتاحف و الوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة و عظمت الحضارات المتعاقبة. من الامازغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية إلى الرومانية و أخيرا الإسلامية التي فرضت نفسها على التاريخ و من تلك المعالم نذكر ما قد صنف من طرف منظمة اليونسكو و هي² :

¹ الحمامات المعدنية في الجزائر، متاح علي، www.algeria.com، 2019/06/11، سا: 00:14

² هدي ن، مدن أثرية جزائرية مصنفة عالميا متاح علي <https://www.djazair.com/elmassa/23982> /06/11 2019

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

تمقاد : تقع على بعد 37 كلم من مدينة باتنة ، ثم تم إنشائها من طرف الإمبراطور " ترجان " عام 100م على طريق روماني يصل بين مدينتي لامازا و تبسة ؛

جميلة: تقع بسطيف و هي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر تتشابه في تصميمها مع تصميم تمقاد ؛ قلعة بني حماد : تعتبر من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر ، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار و القبور القديمة ، و على آثار إسلامية ، و آثار لدولة الحمادية و دولة الموحدين في فترة تواجدهم في هذه المنطقة ؛

قصر ميزاب: بغرداية يعو تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي و هو ما يميز هذا الموقع و قيمته الجمالية، إذ تحيط به خمس قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عم قري ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في المنطقة.

تيبازة: وهي من المدن الرومانية العتيقة.؛

القصبة: تقع بالجزائر العاصمة شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى أجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطة، تطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد.

كما يشمل التراث الحضاري و الثقافي للجزائر رصيذا هاما من المتاحف ، نذكر منها¹:

- المتحف الوطني سيرتا: بقسنطينة و يعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، أنشأ لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بالمدينة خاصة، و علي مستوي منطقة الشرق الجزائري ككل؛

- متحف بادروا الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة تعرض به حفريات عن أصل الشعوب وأخري تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة ألي قطع إفريقية ؛

المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ و عن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب؛

المتحف الوطني للمجاهد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية؛

- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة (الجزائر العاصمة)، تعرض به ألوان من الفن العصري كالرسم التصوير، النحت و النقش؛

- **متحف هييون**: يوجد بمدينة عنابة، يحتوي آثار قديمة تعبر عن تاريخ المدينة الرومانية؛

¹ خروف منيرو فريحه لندة، مداخلة بعنوان ، المتاحف في الجزائر و دورها في السياحة، جامعة 8 ماي قالمة ، الجزائر، ص ص 8 -9.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

كما تعتبر الصناعة التقليدية والحرف جزءا هاما من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري، لتكون همزة وصل حضارية تنقل من خلالها المعالم الثقافية للجزائر، بالإضافة في تحسين صورة السياحة للبلد. فهذه الأخيرة تنتوع من منطقة لأخرى لاعتمادها على مواد الإبداعات والابتكارات المحلية كصناعة الفخار والفضة والحلي وصناعة الزرابي، التطريز على القماش.

الزاوية الدينية: تشتهر الجزائر بأنها إحدى البلدان العربية التي تعرف انتشارا واسعا للزوايا والمدارس الدينية الصوفية، ويزيد عددها عن 1600 زاوية، أشهرها زاوية سيدي أحمد التيجاني، الزاوية البلقادية و الطريقة القادرية، والزاوية العيساوية، الزاوية العثمانية... الخ

3-الصناعات التقليدية : تعتبر الصناعات التقليدية نتاجا حضاريا لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات بما تحمله من رؤى و قيم حضارية و بيئتها الطبيعية وبينها وبين المجتمعات الأخرى، وهي مكون أصيل للذاكرة الحضارية خاصة في شقها التقني و رصيد مخزون للخبرات الحياتية والإمكانيات الإنتاجية الذاتية المتاحة داخل كل مجتمع. والحرف التقليدية في المجتمع الجزائري تعطي صورة صادقة عن مجهود الإنسان للتكيف مع بيئته وحسن استغلال مواردها الطبيعية وتطويرها لصالحه. و تدل على عظمة الأجداد ونباهة الأبناء لما تحمله من إتجاهات متميزة للتفكير والخيال، و بالتالي الإبداع المنطلق و المرتكز على خصوصيتها الحضارية. و قد بدأت الجزائر مؤخرا تولي اهتماما كبيرا في الصناعات و الحرف التقليدية لما تشكله من فرص حقيقية أمام مواطنها لتشجيع السياحة الداخلية وترقية صناعاتها، وكذلك لتعميق الوعي بأهميتها في النهوض بالمجتمع و الحفاظ على أصالته وهويته، وقد تجلي هذا الاهتمام أيضا من خلال ورشات للصناعات التقليدية المتخصصة، لا سيما في غرداية، تمنراست، أدرار و بشار، كما قامت في إطار برنامج ترقية المقصر الجزائري الصحراوي -تشجيع السياحة الداخلية بالجنوب الكبير- و من أهم الصناعات والحرف التقليدية في الجزائر: صناعة المساكن كالخيم من الوبر والقماش، الأفرشة بأنواعها كالحصائر و أفرشة الصوف المتنوعة، وسائل التجميل و الزينة و تتضمن الفضة والذهب، الأحجار الكريمة، مجسمات أو تحف للديكور مصنوعة من جلود حيوانات برية أو بيض النعام، صناعة الزرابي التي اشتهرت كثيرا دوليا خاصة من أهمها زربية غرداية زربية مسعد، الأواني المنزلية المصنوعة من الخشب أو النحاس... الخ.¹

4-الإمكانيات والبنى القاعدية: تملك الجزائر هياكل قاعدية هامة تتمثل في ما يلي²:

¹ جعيل جمال إسماعيل و زحوط ، مداخلة بعنوان، الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر ، الملئقي العلمي الوطني بعنوان، فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012، ص 13 14.
² الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار متاح على <http://www.andi.dz/index>، 2019/06/11، ص 18:12.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

النقل: عرف قطاع النقل في الجزائر تحولا حقيقيا، حيث تم إنجاز عدد كبير من المشاريع و أخرى في طور الإنجاز لجعل هذا القطاع أكثر كفاءة و فعالية للمساهمة في التنمية الاقتصادية و السياحية للبلاد، ومن أهم هذه الشبكات :

شبكة الطرقات: تعتبر شبكة الطرقات الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها بـ 112696 كلم من الطريق الوطني و أكثر من 4910 هيكلم. كما سيتم استكمال هاته الشبكة بجزء هام مقدر بـ 1216 كلم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب؛ شبكة السكة الحديدية: تقدر شبكة السكة الحديدية في الجزائر بـ 2.150 كلم، إذ شهدت في الآونة الأخيرة بعض المقاطع لوضع قطارات ذات سرعة فائقة قريبا من شأنها أنها تربط المدن الرئيسية للبلاد. تسيير شبكة السكك الحديدية من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (SNTE) هذه الشبكة مجهزة بـ أكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد منها:

299 كلم سكك مكهربة و 205 سكك مزدوجة، 1085 سكك ضعيفة؛

ومن بين مشاريع السكك الحديدية في طور الإنجاز نذكر مشروع كهربية 1000 كلم من السكك الحديدية و إنجاز 3000 كلم من السكك الحديدية؛

النقل الجوي:

طورت الجزائر قطاع النقل الجوي بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقية للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي. إذ انه سيتم إنفاق ميزانية تقدر بـ 60 مليار دينار (600 مليون أورو) لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013-2017. كما ستقتني شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث طائرات جديدة بسعة 150 مقعد و ستقوم بتجديد 3 طائرات من نوع يونغ 767 و المتواجدة حاليا في الخدمة كما ستتم عملية شراء طائرتي شحن لنقل البضائع؛

تمتلك الجزائر 35 مطارا منها 13 دولية. إن مطار الجزائر هو الأكثر أهمية حيث سيسقطب 6 ملايين مسافر سنويا. تتكفل الخطوط الجزائرية بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا، كندا، الصين والشرق الأوسط، وهناك عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر نذكر منها: التونسية للطيران، الخطوط الجوية للملكية المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية، الإيطالية للطيران، الخطوط الجوية التركية، الخطوط الجوية البريطانية ؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

النقل البحري:

تعتبر الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة (CNAN) و المؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين ممثلي قطاع النقل البحري في الجزائر معظم العبارات (السفينة العابرة) تعمل على إيصال الركاب إلى الشواطئ الأوروبية، ونقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم. معظم الأنشطة التجارية الدولية تتم عن طريق النقل البحري، عبر 11 ميناء تجاري نذكر منها: الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة، أرزيو، مستغانم بجاية، غروات، جيجل، تنس ودلس. أما فيما يتعلق بأعمال ترميم الهياكل الأساسية للموانئ فإن عدد قليل منها استعادة من هته العملية باستثناء محطات النقط والغاز؛

5 ميترو الجزائر:

شهدت الجزائر افتتاح مترو الجزائر العاصمة بتاريخ 31 أكتوبر 2012، والذي بلغ طوله 9 كلم و 10 محطات، و هو ما جعل من الجزائر أول مدينة في المغرب مجهزة بمترو الأنفاق. و أسندت مهمة تسيير و استغلاله للشركة (RATP) و لمدة 8 سنوات.

6 الترامواي: يعتبر ترامواي الجزائر نظام نقل جماعي يخدم مدينة الجزائر العاصمة، و في سنة 2012 شمل 16.2 كلم و 28 محطة وقد تم توسيعه ليصل إلى 23 كلم و 38 محطات. كما يعتبر ترامواي قسنطينة مشروع للنقل الجماعي الذي يخدم مدينة قسنطينة، فهو قيد الإنجاز منذ سنة 2008، أجريت أول الاختبارات التقنية ترامواي قسنطينة في عام 2012 وسيشمل مساره خط يقدر بـ 9 كلم و 1 محطات، وقد تم افتتاحه في سنة 2015. أما ترامواي وهران هو مشروع آخر للنقل الجماعي والذي يخدم مدينة وهران إذ شرع في انجازه و أواخر عام 2008، ويعتبر أطول ترامواي في الوطن على مسافة مقدر بـ 48 كلم وقد أجريت التجارب التقنية الأولى الترامواي وهران في عام 2012 ودخل حيز الخدمة في 1 ماي 2013.

وسنعرز العديد من المدن الجزائرية الترامواي منها: سيدي بلعباس، باتنة، ورقلة، مستغانم، عنابة، سطيف، إذ تم الانتهاء من الدراسات التقنية لمشاريع الترامواي الخاصة بهذه المدن 06 للوطن وتعتبر جلها في نهاية الإنجاز إذ من المنتظر دخولها للخدمة الفعلية في أواخر سنة 2017، كما تم إجراء دراسات أخرى متناسبة لمشاريع الترامواي المقرر إنجازها في 08 ولايات أخرى ولكن تم إيقاف تنفيذ هذه المشاريع للحالة الاقتصادية الصعبة للميزانية.¹

¹ سمير بوختالة، محمد زرقون، نوال بن عمار، واقع و افاق تطوير قطاع النقل في الجزائر و دوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، 30 جوان، ص 53.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

بفضل تنوع الثروات الطبيعية من حيث تضاريسها ومناخها من منطقة إلى أخرى، ينبغي التمييز بين ثلاثة أصناف من السياحة في الجزائر وهي: السياحة الساحلية، السياحة الجبلية، والسياحة الصحراوية. فضلا عن هذه الأصناف الثلاثة يمكن الإشارة إلى صنف رابع وهو سياحة الحمامات المعدنية حيث يوجد أزيد من 202 منبعا تتميز غالبيتها بالخاصية العلاجية.

ولكل نوع من هذه الأنواع خصائصه ونكهته التي لن يجدها السائح في الأنواع الأخرى. وفيما يلي سيتم عرض الأنواع الثلاثة الأولى بإيجاز:

1-:-السياحة الساحلية

من المعروف أن الساحل الجزائري يمتد على طول 1200 كلم، تتخلله شواطئ بديعة، وغابات أخاذة، وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة على طول الشريط الساحلي. وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق السياحية، إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، وذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة تجاه السياحة في الجزائر، وغياب المنافسة، وتهميش القطاع الخاص وقلة الاعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع. ولكي تحقق هذه الأخيرة الأهداف المرجوة منها لابد من توفير وتحسين الظروف التي تتلاءم مع طبيعة المنطقة، منها¹:

- الحفاظ على نظافة الشواطئ وإشعار السياح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشرات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.
- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها.
- إنشاء ملاعب للرياضيات الأكثر جذبا للسائح وتوفير القوارب الفردية والجماعية والتجهيزات الخاصة بالسياحة والغوص كأدوات للتسلية ومصادر للدخل .
- توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفقا للمقاييس المعمول بها دوليا وذلك بالتنسيق مع منظمة السياحة العالمية والمنظمات القارية والجهوية المتخصصة.

¹ صالح فلاح، و رقة بحثية مقدمة بعنوان: النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، كلية العلوم الاقتصادية، و علوم التسيير، جامعة العقيد الحاج لخضر-باتنة، ص4.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- توفير محلات تجارية تعرض كل ما قد يحتاج إليه السائح خاصة الصناعات التقليدية. وعموما إذا ما تم توفير مثل هذه الأشياء سيجد كل سائح وطني أو أجنبي ضالته وهوايته المفضلة، وفي نفس الوقت نجد الملل طريقا إليه.

2- السياحة الجبلية

تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة. وللأسف نقف اليوم غير مباليين بها، وأصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم و تقتصر فقط على الترحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلاغيف (ولاية تيزي وزو) والشريعة(ولاية البليدة)، وهذا تقزيم للسياحة الجبلية لسببين أساسين: أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر حيث أن كميات الثلوج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظرفي، ومن ثم أصبح لزاما علينا أن نركز على المعالم الدائمة. وثانيهما أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية في الترحلق فقط، فهناك كهوف ومغارات طبيعية تمتد على مسافات طويلة لا نعرف عنها شيئا بالرغم من استفادة أجدادنا القدامى منها واستغلالها المكثف من طرف مجاهدي الثورة التحريرية باستعمالها كمستشفيات لعلاج المرضى وأماكن للراحة وإنتاج وتخزين السلع كالملايس والأحذية والأسلحة.

إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المغارات والكهوف فحسب وإنما هناك ثروات أخرى لها لأهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتورة شتاء، وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح إذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

وفي الواقع لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة وهيكل مكلفة، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية، وإنما يكفي أن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السياح ومن غير المعقول أن نجد السياح المحليين يعرفون الكثير عن المرتفعات البيرو وجبال الألب وقمم هماليا، بينما نجدهم يجهلون ما في جبال الاوراس وجرجرة والونشريس الهقار¹.

¹ دليلة طالب عبد الكريم وهراني، مداخلة مقدمة بعنوان، السياحة كأحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، مجمع مداخلات الملنقى الدولي الثاني، حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، الطبعة الثانية، نحو المؤسسات و الإقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي و تحديات الأداء البيئى، جامعة ورقلة ، يومي 22 و 23 نوفمبر 2011، ص 11.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

3- السياحة الصحراوية

تمثل الصحراء جنوب الجزائر، وهي أكبر منتج سياحي في البلاد، إذ تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ2 مليون كلم²، أي ما يربو على 80% من المساحة الإجمالية للبلاد. وتتميز الصحراء برمالها المتناهية وجبالها الغرانيتية والبركانية، ووحداتها الخلابة المتناثرة عبر مناطقها، وبغابات النخيل وتربتها الخصبة وكثبانها الرملية، ولا سيما واحات وادي سوف، ووادي ميزاب، والساورة، والقرارة، والزيبان وتعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، وفيها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، موزعة على 14 منطقة صحراوية متمثلة في: تمنراست، تندوف، ورقلة، وغرداية، وأدرار، والبيض، بشار، عين صالح، توقرت، واليزي، والأغواط، والوادي وبسكرة والنعام.

وتزخر الصحراء الجزائرية بوحدات منتشرة عبر أرجائها، وبمبانيها المتميزة وبهندستها، وسلاسلها الجبلية الشاهقة ذات الطبيعة البركانية في الهقار والطاسيلي، وتكتسب صحراء الجزائر إلى ما تتوافر عليه من كنوز وشواهد تحمل الكثير من خصوصيات الجزائر أهمية كبيرة نظرا لهذه المنطقة المميزة بتنوع تضاريسها ومناخها، كما تحتوي صخورها بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة في هذه المنطقة من العصور الجيولوجية القديمة التي تعود إلى أكثر من عشرة آلاف سنة، حيث تتميز الطبيعة الصحراوية بالسّمات الآتية¹:

- النسيج الواسع للأراضي التي تسمى الحمادى مع الغير والذراع؛

- ثلاثة أحواض محاطة بالكثبان الرملية، العرق الشرقي والعرق الغربي والعرق الشاش؛

- طبيعة الهقار الجبارة التي توجد فيها أكبر قمة في الجزائر المتمثلة بقمة تاهات؛

وتعتبر الصحراء الجزائرية من الصحاري التي تمتلك إرثا تاريخيا وحضاريا تمتد جذوره إلى أعماق

التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية، ومن أهم المواقع الأثرية والحضارية والسياحية التي تتوافر عليها

الصحراء الجزائرية : موقع الهقار أو الأهقار؛ موقع التاسيلي. جبل الإسكرام واحات الصحراء

، منطقة الصحراء، الهقار والطاسيلي؛

لقد اعتبرنا تأخر الجزائر في ميدان السياحة، فرصة مواتية بشكل متناقض، حيث أن معظم بلدان البحر المتوسط بلغت حد قدرتها في الاستقبال، في حين تتمتع الجزائر بمواقع سياحية شبه عذراء، ومن الممكن أن تستفيد من تجارب البلدان الرائدة، وخاصة فيما يخص الحفاظ على البيئة غير أن المورد الاقتصادي شبه البكر لا يمكن إقحامه في قنوات السياحة الدولية، بشكل مباشر فهذه العملية تتطلب عمل ذكي، وجهد كبير في ظل خطة

¹ بوزاهر نسرين، مرجع سابق، ص 152.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

إستراتيجية تحقق نتائجها في الآجال المتوسطة والطويلة، بالتركيز على تحسين صورة الجزائر لدى المستهلك العالمي؛

4_ السياحة الحموية : هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي و أمراض أخرى ، تمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام و الأوجاع ، و تستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستخدام أو الشرب و تلعب المياه المعدنية أهمية في بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم إحصاءه على المستوي الوطني¹،

المطلب الثالث: المؤشرات السياحية في الجزائر خلال الفترة: 2008-2018

1- تطور الطاقات الفندقية(الإيواء) خلال الفترة 2008_2018.

تعتبر طاقات الإيواء و القدرة الإستيعابية للفنادق، مورد من موارد الربح و الحصول على العملات الأجنبية و تعتبر أحد المقومات و الإمكانيات التي تساعد على جذب السياح و إيوائهم و تقديم لهم العديد من الخدمات لراحتهم، وتعتبر كذلك احد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، فقد عرفت طاقات الإيواء تطور ملحوظ و هذا مايبينه الجدول أدناه (09) التالي:

جدول رقم (08): تطور عدد الفنادق حسب الدرجة في الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

فئة التصنيف	سنة 2013		2014		2016		2017	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة						
الفنادق 5 نجوم	08	4242	08	4242	13	6734	13	6734
الفنادق 4 نجوم	05	1600	06	1800	12	2810	23	4508
الفنادق 3 نجوم	38	5775	39	5829	51	7045	59	5678
الفنادق 2 نجوم	46	4605	46	4605	46	4425	48	4565
الفنادق 1 نجمة	149	10639	149	10639	158	11295	159	11335
الفنادق بدون نجوم	156	8406	156	8406	160	8533	160	8533
إقامة سياحية 2 نجمة	02	384	2	384	02	384	02	384
إقامة سياحية 1 نجمة	01	313	01	313	01	313	01	313
موتيل/نزل طريق 2 نجوم	02	93	02	93	02	93	02	93
موتيل/نزل طريق 1 نجوم	01	30	01	30	01	30	1	30
نزل ريفي 2 نجوم	01	16	01	16	01	16	1	16

¹ بختي فريد و مولاي بوعلام، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي حول : الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الاستفادة من التجارب الرائدة ، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016 ص.6.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

20	1	20	01	20	01	20	01	نزل ريفي 1 نجمة
274	01	274	01	274	01	-	-	قري العطل 3 نجوم
91	05	91	05	91	05	91	03	نزل مفروش "وحيد الصنف"
426	10	426	10	426	10	426	10	نزل عائلي وحيد الصنف
170	06	170	06	170	06	170	06	محطة استراحة وحيد الصنف
9381	196	9381	196	9381	196	9381	196	هياكل أخرى موجهة للفندقة
59713	601	55380	566	52886	555	52613	549	في طريق التصنيف
112264	1289	7420	1231	99605	1185	98804	1176	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على وزارة السياحة والصناعات التقليدية و الديوان الوطني

للإحصائيات السياحية من سنة 2013-2017

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 ، كما أن طاقات الإيواء عرفت إرتفاع سنة 2014 مقارنة بـ 2013 بزيادة قدرها 9 فندق ، و تزايد عدد مؤسسات الإيواء السياحي بمختلف أصنافها من سنة 2014 الي 2017 ولكن كانت نسبة الزيادة ضعيفة أواخر كما نلاحظ تزايد هائل تزايد للأسر على التوالي لتصل إلى أرقام جد هائلة 98804 سنة 2013 لتصل إلى 112264 سنة 2017. ونلاحظ أيضا أن نسبة الزيادة في عدد الفنادق كانت مركزة في الفنادق الغير مصنفة، وعليه يمكن القول أن الفنادق الأقل درجة الغير مصنفة هي التي تحتل النسبة الأكبر و المعروف عن هذه الفنادق أنها تكون رديئة أو غير تنافسية كما و أن هذا النوع تكون أسعاره رديئة و معقولة مقابل خدمة رديئة أيضا.

2- تطور التدفقات البشرية السياحية في الجزائر خلال الفترة 2008-2018

يعد مؤشر عدد السياح مؤشرا حقيقيا يبرز مكانة القطاع السياحي في العالم ، فحصة الجزائر من السياحة العالمية ضعيفة جدا، حيث نالت الجزائر الترتيب 92 عالميا لسنة 2018 من 140 دولة شملها التقرير في مؤشر السياحة العالمي وهذا حسب تصنيف تقرير حديث للمنتدى الاقتصادي العالمي لدافوس.¹

¹جريدة الخبر الجزائر متاح على، <https://www.elkhabar.com/press/article> 2019/06/21 سا :20:03

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

جدول رقم (09)- تطور عدد التدفقات البشرية الوافدة إلى الجزائر ما بين الفترة (2008-2018).

السنوات	الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2008	577000	1215000	1772000
2009	655810	1255696	1911506
2010	654987	1415509	2070496
2011	901642	1493245	2394887
2012	981955	1652101	2634056
2013	964153	1768578	2732731
2014	940125	1361248	2301373
2015	1083121	626873	1709994
2016	1322712	732716	2039444
2017	1708375	742410	2450785

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، ملخص التدفقات السياحية في الجزائر من سنة 2008-2017.

نلاحظ من الجدول أن التدفقات البشرية خلال الفترة الممتدة من 2008-2013 شهدت زيادة معتبرة تقارب 55% إجمالي القادمين إلى الجزائر و نسبة تطور تساوي 67% بالنسبة للسياح الأجانب، ونسبة نمو 45.55% بالنسبة الجزائريين المقيمين بالخارج، و قد حققت الجزائر أحسن أداء في التدفقات البشرية في 2013 حصلت على المرتبة الخامسة إفريقيا في استقطاب السياح الأجانب الذين زاروا هذه القارة و عددهم 55.7 مليون سائح دولي، قدر عدد السياح الذين زاروا الجزائر بـ 1709994 مع تسجيل انخفاض تدفقات الجزائريين المقيمين في الخارج بنسبة 53.95% ، وزيادة دخول الأجانب بنسبة 15.21% مقارنة بنتائج سنة 2014، مع تسجيل تزايد منخفض في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر بين سنتي 2016 و 2017 بنسبة قدرت بـ 19.27%، 20.17% على التوالي، ويرجع السبب في ذلك إلى زيادة التنافسية للمقاصد السياحية الجديدة، (تونس، المغرب)، قدمت عروض مغرية لهذه الفئة ولا سيما الوجهة التونسية، بهدف تعويض الخسائر الحاصلة في الفنادق و انخفاض الإيرادات السياحية بوجه عام.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

3_ تطور الليالي السياحية للفترة (2008-2018)

جدول رقم(10): تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ليالي سياحية للمقيمين	4750796	4971372	1035000	1500000	5703550	5926968	62153932	411637	910283	4092606
ليالي سياحية لغير المقيمين	5957747	674456	700000	953500	936631	994266	837812	161839	611992	611461
المجموع	5346543	5645828	2000000	3000000	6640181	6921234	7053744	7186254	7239400	7406470

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على إحصائيات وزارة تهيئة الإقليم و السياحة و الصناعات التقليدية الجزائرية، إحصائيات 2008 - 2017.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الليالي السياحية بقي ثابتا تقريبا من سنة 2008 إلى 2009 ثم اتجه نحو الانخفاض في سنتي 2010-2011، ومن سنة 2012 إلى 2017 عدد الليالي السياحية للمقيمين وغير المقيمين في ارتفاع متواصل حيث بلغت سنة 2012 (6640181 ليلة سياحية) لتصل بعد ذلك إلى (7406470 ليلة سياحية) سنة 2017 وهذا راجع لاهتمام السكان المحليين بالسياحة الداخلية بعد تحسن الوضع الأمني وزيادة الثقافة السياحية لدى الوطن الجزائري هذا من جهة ومن جهة أخرى تحسن المستوى المعيشي من جهة أخرى وكذلك الجهود المبذولة خلال هذه الفترة والفترة السابقة من أجل تحسين صورة الجزائر في الخارج .

4- تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة(2008-2018)

الجدول رقم(11) : تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2015)

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الإيرادات السياحية (مليون دولار)	325	266	219	208	196	230	258	304	209	140.5
معدل التغير %	-	-18.55	-17.66	-5.02	-5.02	17.34	12.17	17.82	12.25	8.03_

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 2008-2015 أن أعلى قيمة أي الذروة التي وصلت إليها الإيرادات السياحية هي 325 مليون دولار سنة 2008 ، كذلك عرفت هذه الفترة تقلبات حادة حيث تراجعت بحوالي 59 مليون دولار بين سنتي 2008 و 2009 أي بنسبة 18.15- %، وفي سنة 2010 بلغت الإيرادات السياحية 219 مليون دولار، وفي سنة 2011 بلغت 208 مليون دولار، أما في سنة 2012 بلغت 196 مليون دولار أي 5.76- % مقارنة بنسبة 2011 وهو في تناقص أيضا إلى غاية 2017 حيث بلغت الإيرادات السياحية 140.5 مليون دولار ويعود ذلك إلى تهميش القطاع السياحي بشكل رهيب وعدم الاهتمام به من طرف الوزارة الوصية بالرغم من صياغتها لمخطط توجيهي للتهيئة السياحية 2030 واعتباره قطاعا غير حيوي أو ثانوي من حيث الإيرادات وذلك بحكم وجود قطاع المحروقات ويمكن اعتباره الشجرة التي تغطي الغابة حيث حقق مداخيل خيالية في تلك الفترة جراء الارتفاع الهيب في أسعار البترول في الأسواق العالمية، أما في سنة 2013 نلاحظ تحسن ملحوظ على مستوى الإيرادات السياحية في الجزائر لتبلغ قيمتها 230 مليون دولار ولترتفع تدريجيا لتصل إلى 304 مليون دولار سنة 2015 ويعود هذا التحول إلى تجسيد بعض من مشاريع والسياسات على أرض الواقع التي جاء بها المخطط التوجيهي للسياحة 2030 التي بدأت في إعطاء أكلها وتحسن طفيف في الوجهة السياحية الجزائرية من خلال تغيير صورتها.

5- تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي في الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي، وبشكل ملحوظ في عدد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط المساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%.

الجدول رقم (12): تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2008-2018)

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مساهمة الإيرادات السياحية في ناتج المحلي الإجمالي %	1.5	1.6	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.4	1.4	1.6

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية من سنة 2008-2018.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

ومن خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر جد ضعيفة خلال الفترة (2008-2015)، حيث لم تتجاوز نسبته في المتوسط 1.5% حيث أعلى نسبة سجلت 2009 بـ 1.6% و أدنى قيمة 1.4% سجلت سنتي 2011 و 2012 و 2015، وإذا عدنا إلى مجريات سير تفسير إحصائيات الجدول رقم (1) يعود السبب إلى انخفاض حجم الإيرادات السياحية للبلاد والاعتماد على إيرادات قطاع المحروقات بشكل كلي، وهذا لم يمنع من تسجيل تحسن في أداء القطاع السياحي.

6- مساهمة الساحة في التشغيل:

جدول رقم (13): تطور عدد العاملين في القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2008-2017)

سنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد العاملين في قطاع السياحة	182000	198000	213000	220000	224028	256775	261289	803265	317270	347000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يظهر في الجدول أعلاه بأن العمالة في في القطاع السياحي في الجزائر تزايد أعداده تدريجيا خلال الفترة (2008-2017) حيث بلغ عدد العمال 182000 سنة 2008 ليصل إلى 261289 سنة 2014، وبطريقة حسابية نلاحظ تزايد عدد العمال في القطاع السياحي خلال هذه الفترة بـ 79289 عامل أي بنسبة 30.34%، ثم بلغ 803265 عامل سنة 2015، ليصل إلى 347000 عامل سنة 2017، وهذا الأخير يعتبر رقم ضئيل و ضعيف جدا إذا ما قورن بالمقومات السياحية في الجزائر، والإمكانات الضخمة المخصصة لتطوير هذا القطاع واعتباره أحسن بديل لقطاع الريعي، وهو ما تضافوا إليه الحكومة والقائمين على القطاع، من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية عن طريق إنشاء العديد من المدارس والمعاهد لتكوين وتأهيل الموارد البشرية لما لها دور في تسيير الفنادق والمركبات السياحية وتحسين جودة الخدمات... الخ، ودمجهم في سوق العمل السياحي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وإعطاء القطاع السياحي في الجزائر صيغة جديدة.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المطلب الرابع: أثار السياحة على الاقتصاد الجزائري (مباشرة و غير مباشرة)

1- أثر السياحة على الصادرات في الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

الشكل (06): الصادرات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008-2018) .

ALGERIA:VISITOR EXPORTS AND INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS



Source : WTTC, World Travel and Tourism Council Economic Impact, 2018,Algeria.

نلاحظ من الشكل (07) أن صادرات السياح تشكل عنصرا أساسيا في المساهمة المباشرة للسياحة و السفر . ففي عام 2017، حققت الجزائر 27.6 مليار دينار جزائري في صادرات السياح و في عام 2018، من المتوقع أن تنمو نسبة الصادرات 6.6%، ومن المتوقع أن يصل عدد السياح إلى 2.293.000 سائح دولي سنة 2018 و في سنة 2028 من المتوقع أن يصل إجمال السياح الدوليين إلى 4.159.000 سائح مما يولد نفقات تبلغ 52.7 مليار دينار جزائري، بزيادة قدرها 6% سنويا.

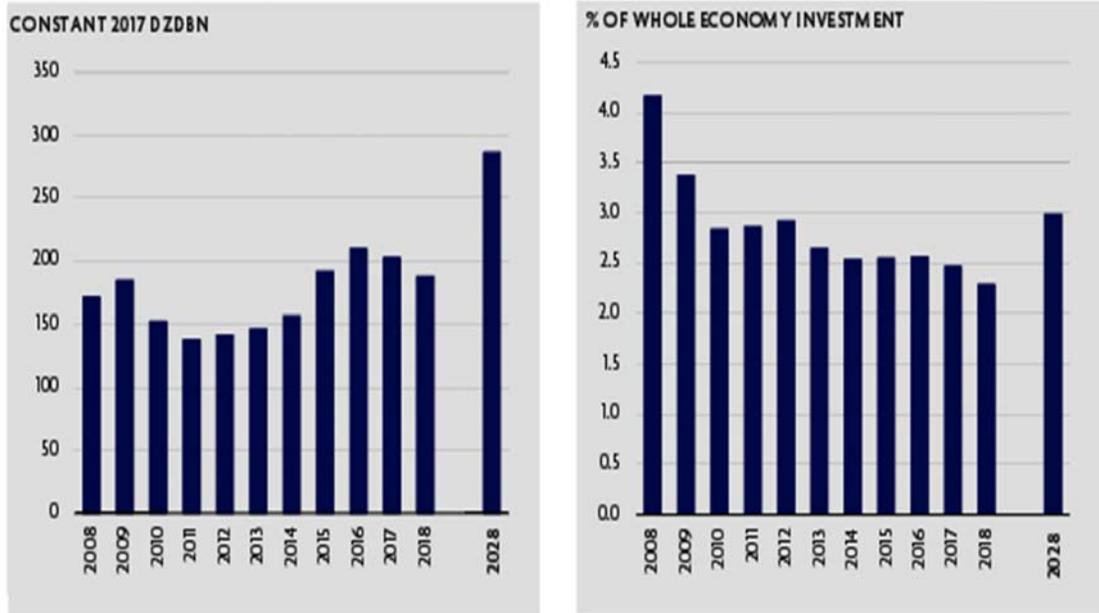
2- أثر السياحة على حجم الاستثمار خلال الفترة (2008-2018).

ترتبط الأهمية لأي قطاع اقتصادي بحجم تدفقات رؤوس الأموال باتجاهه مما يعكس مباشرة حجم الاستثمارات فيه و موقعه من الإستراتيجية التنموية الوطنية إذا عبر عن حجم التدفقات بنسبها من الناتج المحلي الإجمالي .

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

الشكل (07): تطور حجم الاستثمار في القطاع السياحي الجزائري (2008-2018)

ALGERIA: CAPITAL INVESTMENT IN TRAVEL & TOURISM



¹All values are in constant 2017 prices & exchange rates

Source : WTTC, World Travel and Tourism Council Economic Impact, 2017, Algeria p 05.

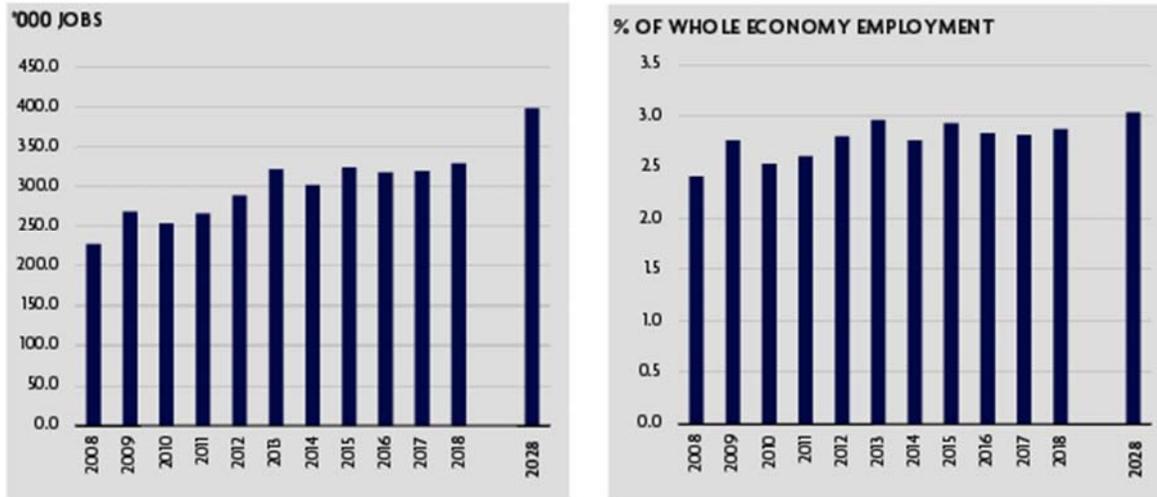
نلاحظ من خلال الشكل تدفق استثمارات رأسمالية بقيمة 202.2 مليار دينار جزائري في عام 2017 . ومن المتوقع أن ينخفض هذا الرقم إلى 7.3% في عام 2018، و أن يرتفع بنسبة 4.3% على مدار الأعوام العشرة المقبلة ليصل إلى 286.3 مليار دينار في عام 2028 .

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

3- أثر السياحة على حجم العمالة خلال الفترة (2008-2018).

الشكل (08): حجم و نسبة العمالة الإجمالية المولدة من القطاع السياحي خلال الفترة (2008-2018)

ALGERIA: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO EMPLOYMENT



Source : WTTC, World Travel and Tourism Council Economic Impact, 2018, Algeria p 4

ساهمت السياحة والسفر بـ 320.000 وظيفة مباشرة في عام 2017 (2.8% من إجمالي العمالة)، ومن المتوقع أن ينمو هذا بنسبة 3.0% في 2018 إلى 329.500 من 2.9% من مجموع العمالة و يشمل ذلك التوظيف في الفنادق و ووكلاء السفر و شركات الطيران و غيرها من خدمات نقل الركاب باستثناء خدمات نقل الركاب) و يشمل أيضا على سبيل المثال أنشطة المطاعم و الصناعات الترفيهية التي يدعمها السياح مباشرة .

و بحلول عام 2028 ستشكل 399000 فرصة عمل مباشرة، بزيادة قدرها 1.9% سنويا على مدى السنوات العشر القادمة.¹

الآثار الاقتصادية الغير مباشرة

أولا تحقيق التكامل الاقتصادية إن تحقيق التكامل بين القطاعات الاقتصادية يعني التوسع في إنشاء المشاريع السياحية، و الذي يرتبط به ظهور مشاريع أخرى جديدة حيث تمارس نشاطات اقتصادية معينة يزداد عليها الطلب

WTTC, World Travel and Tourism Council Economic Impact ; 2018; Algeria. P 4¹

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

نتيجة نشاط الحركة السياحية وزيادة الطلب السياحي، كما يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة، وينجم عن ممارسة مختلفة الأنشطة السياحية تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة مثل¹:

- زيادة إيرادات الدولة وبالتالي القدرة على تمويل المشاريع التنموية.

- تشجيع رأس المال الوطني على الاستثمار في مشاريع جديدة.

- استغلال الموارد الطبيعية والبشرية للدولة.

- جذب الاستثمارات الأجنبية.

ثانياً زيادة الرواج الاقتصادي

لأن المبالغ التي تدخل قطاع السياحة تدور في حركة الاقتصاد الوطني، فالاستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة.

ومن جهة أخرى فإن الأموال التي تدخل للدولة من السياحة تستخدم في غالب الأحيان لتنمية هذا القطاع، وبالتالي تدخل ضمن الدورة الاقتصادية للدولة إضافة إلى أن الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وكذا المدخول من إعادة بيع المنتج السياحي إلى المستهلكين وأصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة، وبالتالي تؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي؛

ثالثاً: تسويق بعض السلع الأخرى

غالبا مايقدم السواح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلية، وطبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير المنتوجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي فكلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زادت الصادرات لمثل هذه السلع؛

¹ سميرة عميش، مرجع سابق، ص ص 141-143.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

رابعاً: تطوير البنى التحتية

يحتاج القطاع السياحي الجزائري إلى بنية تحتية متنوعة كالطرق ومشروعات الصرف الصحي، ومياه الشرب ووسائل النقل المختلفة بالإضافة إلى مطارات وموانئ مناسبة، وأنظمة التخلص من النفايات والاتصالات، إضافة إلى التطور العمراني للمناطق الرئيسية من أجل الجذب السياحي، وبالتالي فإن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصاً مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة،

خامساً: زيادة الاستثمار الوطني الأجنبي

تتضمن السياحة مجالات مختلفة للاستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، القرى السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل وبالتالي ترفع الاستثمارات في هذا المجال. كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية والاستثمارات فيها؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المبحث الثالث: : إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر أفاق 2030 (SDAT)

أصبح الاهتمام بالقطاع السياحي ضرورة وطنية، لهذا تولت الجزائر القيام بأعمال تحسيس كبيرة حول رهان التنمية السياحية من جهة و تطوير برامج إنجاز للنهوض بالسياحة الوطنية إلى مستوى المعايير الدولية من جهة أخرى لذلك بات من الضروري اعتماد إطار إستراتيجي مرجعي، و بنظرية واضحة نحو أفاق 2030.

المطلب الأول : التعريف بإستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر أفاق 2030

1_تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030):

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SADT2030) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر و يعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين و جميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لأفاق 2030، وهو أداة تترجم إيرادات الدولة في تامين القدرات الطبيعية، الثقافية، والتاريخية للبلاد، و وضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق الفعزة المطلوبة و جعل السياحة أولوية وطنية للدولة يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات.¹

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة و يعد جزءا من المخطط الوطني للتهيئة الإقليم في أفاق 2030 (SNAT)، وقد تم إعداده سنة 2007 من قبل وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة (MATET) بالتعاون مع اللجنة الفرنسية (ODIT-France)، التي قامت بكتابة تقرير الخبرة حول النقاط و المحاور المرجعية لهذا المخطط ويتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة لسياحة نظرة الجزائر للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق(على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، والمدى الطويل 230) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغي الدولة فيما يخص التنمية المستدامة، وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة.²

2 سيورة إعداد مخطط التهيئة السياحية (SDAT2030)

¹ الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، متاح على <http://www.andt-dz.net> /2019/06/14، سا:1930
² بوفاس الشريف و بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الأول حول، المقاولاتية و تفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير، جامعة قالمة. الجزائر، يومي 22-23 أفريل 2014، ص 08.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

يعتمد إعداد المخطط SDAT 2030 على تشخيص معمق بمساهمة نقاش الملتقيات المحلية، الجمهورية والوطنية، وقد سمح هذا النقاش بإبراز وشرح الرهانات الكبرى و اتجاهاتها على الصعيدين الوطني والدولي، و يمكن عرض مراحل من خلال التقرير العام المخطط من ستة كتب¹:

الكتاب الأول: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية؛

الكتاب الثاني: المخطط الإستراتيجي- الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية؛

الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية السبة للامتياز (pot) ؛

الكتاب الرابع: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية - المخطط العملي؛

الكتاب الخامس: المشاريع ذات الأولوية السياحية ؛

الكتاب السادس: الخلاصة العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛

المطلب الثاني: الأهداف العامة والمادية للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030

1- الأهداف العامة:

تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن هذا المخطط جملة من الأهداف العامة وهي²:

تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري و المالي والاستثمار؛

-توسيع الآثار المرتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعات، الشغل) ؛

-المساعدة على مجمعة المبادلات و الانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي ؛

-التوقيع بين الترقية السياحية والبيئة : ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية السياحة (اقران الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئة) ؛

¹ وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب رقم 5 ، المشاريع ذات الأولوية السياحية، جانفي 2008، ص03

² وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة، المخطط الإتراتيبي، الحركيات الخمسة و برنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص 17

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

-تتمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فان استراتيجيات السياحة المتواصلة (المستدامة) عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية؛
-التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في الصورة التي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية ، ضمن آفاق تجعل منها سوقا هاما وليست ثانوية؛

2: الأهداف المادية 2008-2015:

- عدد الأسرة المطلوب توفيرها¹:

- إن هدف الجزائر في نهاية العام 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، وباحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75.000 سرير من النوعين الجديدة.

- هدف الأقطاب ذات الأولوية هو التحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال الموقع، أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط.

- وقد حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية سنتطرق لها لاحقا.

- توفير 400.000 منصب شغل (مباشر، وغير مباشر)

3: الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015 :

إن خطة الأعمال لوضع الجزائر على مسار يخدم السياحة، يتطلب تعبئة الاستثمار العمومي والخاص

الضروري بين 2008-2015 ب 2.5 مليار دولار أمريكي². ص 286

يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي و الخاص ، المادي وغير المادي (الهياكل الطبيعية والاتصال) ب60.000 دولار لكل سرير بوضع بكل الترتيبات، 55.000 دولار في استثمارات مادية و 5000 دولار في استثمارات غير مادة.

¹ وزارة تهيئة الإقليم البنينة والسياحة، المخطط الإستراتيجي، مرجع سابق، ص17.
² مجاهدي فاتح و عبد الرحيم زيدوي، تبني التخطيط التسويقي الإستراتيجي كأداة لتفعيل قطاع السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال JFBE لسنة 2017، ص286.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يحترم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوق أن نزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 5.2 مليار على مدى 7 سنوات إلى غاية 2015 أي 350 مليون دولار سنويا

أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة، وإذا احتفظنا بالنسب الاعتبارية المقدرة ب 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي)، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل ب 375 مليون دولار على مدى 7 سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54 مليون دولار سنويا.

جدول رقم(14): خطة الأعمال بالأرقام لسنة 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
إيراد ات(مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل المباشرة و غير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT2030)، الكتاب رقم 02: المخطط الإستراتيجي - الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية - جانفي 2008، ص 18.

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1.47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد ب 108 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية ل 159868 سريرا.

ونلاحظ أيضا من خلال الجدول أن مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل التطور قدر ب 1.3 مرة مع نهاية الفترة 2015، في حين قدرت الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 موات أضاف

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود في سنة 2007، كما وضعت الخطة لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي :

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في :

- ✓ فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29.286 سريرا .
- ✓ قرية سياحية متميزة و أراضي جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي
- ✓ إطلاق 80 مشروعا سياحيا في 6 أقطاب سياحية بامتياز .

و الجدول التالي يوضح أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز المنتشرة على المستوى الوطني

الجدول رقم(15) : المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز للمخطط التوجيهي 2030.

الأقطاب السياحية بامتياز	عدد المشاريع
شمال شرق	23
شمال وسط	32
شمال غرب	18
الجنوب الغربي للواحات	04
الجنوب الغربي توات قورارة	02
الجنوب الكبير الهقار	01
المجموع	80

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة و السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية ص 19.

نلاحظ من الجدول أنه ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية الستة طاقة إيواء جديدة تقدر ب 5986 سريرا و توفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة في حدود 2030.

تشكل الحركيات الطريق السريع، والمستدام لإنعاش السياحة، مدعومة بعودة الجزائر الي الساحة الدولية، وتتمين موقعها الإستراتيجي مما يدعو إلى إعادة الاعتبار للمكان، والدور الذي يتعين على السياحة أن تلعبه ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة و تمثل الحركيات الخمس للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتطوير السياحة آفاق 2030 فيما يلي¹:

الآلية الأولى : مخطط "وجهة الجزائر"؛

الآلية الثانية: تطوير أقطاب الامتياز السياحي؛

الآلية الثالثة: مخطط النوعية السياحية ؛(plan qualité du tourisme)

الآلية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص ؛

الآلية الخامسة: مخطط تمويل السياحة؛ (plan financement de tourisme)

1- مخطط وجه الجزائر: لتحسين صور الجزائر كبلد سياحي، تبنت السلطات العمومية مخططا يقوم على ثلاث إجراءات هي²:

وضع إستراتيجية لتسويق المنتج السياحي الجزائري (دراسة العرض والطلب السياحي ، تحديد الأسواق المستهدفة، تحديد الإستراتيجية التجارية)؛

ترقية وسائل الاتصال لخدمة السياحة الجزائرية؛

وضع نضام دائم القطاع السياحي؛

2- تطوير أقطاب الامتياز السياحي (POLES TOURISTIQUES D' EXCELLENCE)؛

¹وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثاني الحركيات الخمس ص،22
² مغازي عبد الرحمان، تطورات سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر خلال الفترة 1992-2012، ملتقى الدولي الأول ، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد و الآفاق، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر يومي، 3-4 مارس 2015، ص 15،

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

لتحسين صورة الجزائر السياحية وجعلها وجهة سياحية ممتازة ومستدامة وتنافسية ومتجددة وأصلية، عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 على النهوض بأقطاب الامتياز السياحي التي تتوفر على مؤهلات أخرى والتي تسمح لها باستقطاب السياح الداخليين والخارجيين. وتتمثل أقطاب الامتياز السياحي في عدد من القرى السياحية للامتياز؛

الجدول رقم (16): توزيع القرى للامتياز على الأقطاب السياحية للامتياز للمخطط التوجيهي 2030.

الأقطاب السياحية للامتياز	القرى السياحية للامتياز
قطب الامتياز السياحي الشمالي الشرقي	عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة
قطب الامتياز السياحي شمال الوسط	الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشف، عين دقلة، المدينة، البويرة، تيزي وزو، بجاية .
قطب الامتياز السياحي الشمالي الغربي	مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، بلعباس، غليزان.
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الشرقي (لوحات)	غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه.
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الغربي	توات، القرارة، القصور، أدرار، تميمون، بشار.
قطب الامتياز السياحي الجنوب الكبير	طاسيلي ناجر، إليزي، جانيت، الهقار، تمنراست.

المصدر: وزارة الإقليم والبيئة والسياحة .

3-مخطط النوعية السياحية (PQT).

الهدف من مخطط نوعية السياحة هو تحسين نوعية العرض السياحي الجزائري و تطويره ، و حتى المتعاملين السياحيين على المساهمة في ذلك، وبالتالي تحسين صورة السياحة الجزائرية محليا و دوليا، و يكون ذلك من خلال التكوين و إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال السياحي والتنسيق مع الشركاء السياحيين (الفنادق، الإطعام الفاخر، وكالات السياحة والسفر، الغرف السياحي المحلية الرئيسية) كما يعتمد المخطط في تنفيذه على وسائل الإعلام والاتصال، الاستقبال الشخصي، كفاءة العمل مراقبة الأماكن والنظافة والصيانة، وقد أعطى المخطط اهتماما بليغ بالعنصر البشري كونه الحجر الأساسي في عملية التطوير السياحي، من خلال تعزيز

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

الكفاءات والتأطير الجيد لعمال القطاع والعمل على تأهيل المؤطرين البيداغوجيين في المدارس، حيث سيتم إنشاء مدرستين للتكوين السياحي وهما؛¹

المدرسة السياحية بتيبازة، المدرسة السياحية بعين تيموشنت، كما سيتم تحديث المدارس الثلاثة الموجودة وهي: المدرسة الوطنية العليا للسياحة (INIHT)، المعهد الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة (INTHT)، وكذا إطلاق سبع مؤسسات تكوين مهني مخصصة للسياحة، تابعة لوزارة التكوين المهني (الطارف، تلمسان، عين البنيان، بومرداس، تيزي وزو، تمنراست وغرداية) ؛

4مخطط الشراكة العمومية- الخاصة:

للدولة والجماعات المحلية دور مهم في عملية التطوير السياحي، من خلال تهيئة الإقليم وحماية المناظر السياحية، وإقامة المشاريع الأساسية كالبنى التحتية والفوقية، وتوفير الأمن وتسيير النظام العام، وغيرها من الأدوار المهمة التي توفر السائح الراحة والأمان، كما للقطاع الخاص أيضا دور ريادي وضروري في هذه العملية، عن طريق الاستثمار والاستغلال السياحي، إذا ما تم توفير جو ملائم لذلك (تنظيم مشجع، تشريع ضريبي)، لذلك يجب وجوب علاقة وتواصل بين القطاعات والشركة العمومية والخاصة، ويتعلق الأمر²:

- ✓ تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية (النظافة، الطاقة، المياه... الخ) ؛
- ✓ تسهيل الوصول إلي المواقع السياحية ؛
- ✓ صيانة الثرة الطبيعية و البيئية؛
- ✓ تعميم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة؛
- ✓ تحسين النوعية بالتكوين الدائم والمستمر؛

ويتم تحقق هذا المخطط بتنظيم الشراكة و التشاور محليا، عن طريق المديريات الولائية للسياحة التي تبقى الوسيط الرئيسي وطنيا والمساعدة على تنفيذ مخطط النوعية والترقية الاستثمار السياحي، ويكون أيضا المجلس الولائي للتنمية السياحية فضاء للحوار والاستثمار، يجمع المحترفين في الميدان، و أصحاب الفنادق ووكالات السفر، ويرأس هذا المجلس الوالي وتكون اجتماعاته دورية؛

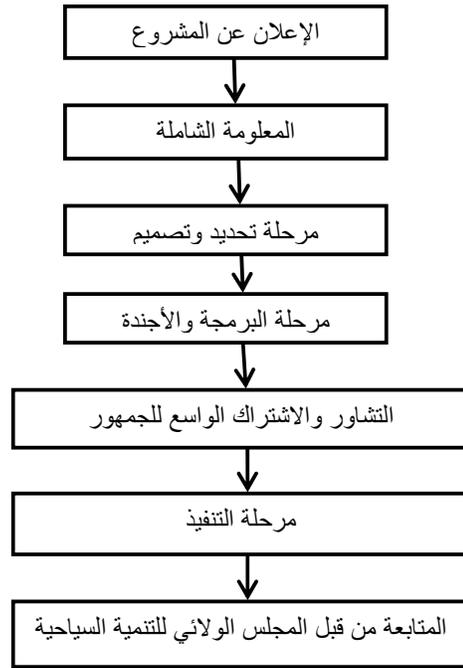
¹ مغازي عبد الرحمان، مرجع سابق²⁶.

² لحسين عبد القادر، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد02، سنة 2013، ص 197.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

كما يجب تعزيز دور الدواوين المحمية وتقديم النصائح، الاستقبال و الإعلام حول العرض السياحي والخدمات المتوفرة ، وفيما يلي مخطط جهاز التشاور المحلي الذي يركز على أن يكون التنفيذ من المحلي إلى الوطني:

الشكل رقم(09): نموذج مخطط التشاور المحلي



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط الاستراتيجي، مرجع سابق، ص56

5_مخطط تمويل السياحة(PFT)

يهدف هذا المخطط إلى ضمان ديمومة المشاريع السياحية والمساعدة على تنفيذها من خلال¹:

- حماية ومرافقة المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة ؛

¹ عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2005-200) في ظل إستراتيجية السياسة الجديدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود ومالية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3 الجزائر، 2013، ص 346.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- السير على استمرارية المشاريع الاستثمارية؛

- جذب المستثمرين المحليين والأجانب وحمايتهم ؛

- تشجيع الاستثمار السياحي عن طريق التحفيز الضريبي و المالي؛

تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية(الاستثمار في إطار بنك الاستثمار)؛

- وفق هذا المخطط سيتم تقديم الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات، كالنشاط السياحي الصحراوي، و النشاط العلاجي، الصحي والترفيهي من خلال تسيير و تكييف القروض، و إعفاءات ضريبية من ضريبة القيمة المضافة، كما ينشأ صندوق تعاوني للضمان المالي (الكفالات) المفروض على وكالات السياحة و السفر، وأيضا قيمة التمويل بـ 80% لدراسة سقفها (500الف دينار)، و بـ50% لدراسة سقفها (5000000دينار)، والمساعدة أيضا لتمويل عتاد الاستغلال الجديد (النقل مثلا)؛

المطلب الرابع: المعوقات الاقتصادية لتطوير القطاع السياحي و الإجراءات والتدابير اللازمة للتنمية السياحية

الجزائر كغيرها من الدول واجهتها بعش المشاكل وبناء عليه سنحاول أن نسلط الضوء على أهم المشاكل التي يواجهها القطاع السياحي في الجزائر¹:

أولا : المعوقات الاقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر

تم إحصاء إحدى عشر مشكل يعيق التنمية السياحية كالتالي :

1-غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية,بحيث نجد :

-غياب التشاور حول الأمور الأساسية وتجاوب ضعيف مع حقائق الميدان؛

-مواقع بلا صيانة وغير مثمنا بصورة كافية ؛

2-طاقات إيواء غير كافية , وذات نوعية سيئة

-هياكل الإيواء ذات نوعية رديئة وبأسعار باهظة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين؛

¹ وزارة السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب1 ص 53.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

-عجز في طاقات الاستقبال ,والهياكل الفندقية والإطعام ذات نوعية؛

- %10 فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية ؛

3- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار

- أنشطة موجهة نحو السياحة المفيدة 80% عمرة وأسفار نحو الخارج 10% استقبال(وكالات الجنوب) و 10% تذاكر ؛

-عدم التكيف مع الطريقة العصرية للتسيير الالكتروني للنقل قصد تنظيم عمليات الحجز و الخدمات؛

-غياب التحكم في التقنيات الجديدة لسوق السياحة الدولية، و الذي هو في تحول مستمر؛

-خضوع استقبال السياح في الجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم ؛

- عدم وجود تنظيم لوكالات الأسفار وميثاق يحكم المهنة؛

- نقص في تأهيل و مهنية المستخدمين؛

- غياب مخطط للتكوين المستمر ؛

4- نقص في تأهيل و مهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق الخاصة ؛

- نوعية تكوين غير ملائمة، مع متطلبات عرض سياحي بامتياز؛

- نقص التأهيل والكفاءة لدي المستخدمين في القطاع السياحي؛

5- ضعف نوعية المنتج وخدمات السياحة الجزائرية

- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة لسكان المحليين وذات نوعية أقل للمنافسة الدولية (التونسية و المغربية)؛

6- توغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة¹ ص 77

¹ مولاي لخضر عبد الرزاق و خالد بورحلي ، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية العدد 04 جوان 2016، ص 77.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- عدم كفاية مواقع الانترنت مع التركيز على ترقية الصحراء، والاكتشاف الثقافي ؛

- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة؛

- عدم وجود سند تفاعلي و اتصالي؛

7- ضعف نوعية النقل

- عدم القدرة على خدمات النقل متكيفة مع الطلب، و زادت حدة من خلال التسعير المبالغ فيه ؛

- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب بالإضافة ألي انعدام التنسيق في رحلات الربط عند المغادرة باتجاه الخارج؛

8- بنوك وخدمات مالية غير متكيفة

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع العصرية، على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح؛

- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج؛

- تعارض طريقة تمويل الاستثمار و النشاط السياحي مع طبيعة الاستثمار السياحي ؛

9- مشاكل الأمن

مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي،

9- مشاكل الأمن ؛

مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، اضطرابات) وعدم وجود حماية للسياح والزوار وعدم

اتخاذ التدابير التي من شأنها منع وقوع الجرائم في المرافق السياحية، أو تعرض السياح للمخاطر الصحية

والأخلاقية، ومراقبة العناصر المشبوهة التي تستغل السياح والزوار، ومطاردتهم ؛

10- تسيير و تنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية

- غياب أدوات التقييم، ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي؛

- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات والدخول؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- طريقة تسيير غير متكيفة مع السياحة العصرية؛

11- عجز في تسويق وجهة الجزائر¹

- ضعف الاتصال الداخلي والخارجي، وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات، والشركات في قطاع السياحة؛

- عدم وجود أدوات للإعلام للتسويق الإستراتيجي على النشاط السياحي؛

- وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة (قديمة) لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث؛

- لوحات اشهارية غير كافية وعادية وغير متكيفة مع التسويق الجوّاري؛

- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية ؛

ثانيا: الإجراءات و التدابير اللازمة للتنمية السياحية في الجزائر.

إن نمو السياحة واستدامة مواردها و زيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية، يفرض توسيع وتعميق الاهتمام و

الرعاية الحكومية و المجتمع بهذا القطاع وفقا لأسس و معايير واضحة ومحددة في إطار المخططات التي

تتوافق و الرؤية الإستراتيجية للدولة وبرنامج الحكومة و ذلك من خلال²:

✓ **ترقية الاستثمار السياحي:** وذلك من خلال إعداد تحفيزات و تشجيع للمستثمرين (تمويلية ، وإدارية)

بهدف توسيع الدائرة الاستثمارية السياحية وجعله اجتماعيا إلى جانب الاستثمارات الاقتصادية و بالتالي

القضاء على التعقيدات الإدارية المختلفة التي تعوق الاستثمار و يكون ذلك من خلال النقاط التالية:

✓ **بيئة العقار السياحي:** فقد جاء في المادة 20 من القانون 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003

المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية أنه "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي

المحددة لهذا الغرض من مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن العمومية والخاصة

وتلك التابعة للخواص"؛

¹ مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي-حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011-2012، ص 146.
² عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير القطاع السياحي في الجزائر-حالة الديوان الوطني للسياحة -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2009-2010، ص 113، 114.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

- ✓ تمويل المشاريع السياحية : ويتم ذلك عن طريق التمويل مع مراعاة خصوصية الاستثمار في القطاع السياحي وما يتطلبه من جهد كبير و رؤوس أموال كثيرة فضلا عن استغراقه لوقت طويل، كل هذه الخصائص تجعل تمويل المشاريع السياحية لا بد أن تستفيد من نقاط المزايا التالية :
- منح قروض بمبالغ كبيرة و لمدة طويلة تبعا لحاجة المشاريع السياحية لأموال طائلة قصد إنشائها في مواقع إستراتيجية وبتصميمات ذات صبغة جمالية تمكنها من استقطاب السواح؛
- تخفيض فوائد القروض إلي أدنى مستوياتها مما من شأنه أن يشجع الاستثمار في المجال السياحي.
- تنوع عملية دعم الاستثمار في المشاريع السياحية لا سيما تخفيضات الرسوم والضرائب؛
- رفع وتحسين قدرات الإيواء السياحية ، إذ يتطلب من السلطات العمومية إعادة تأهيل المنشآت السياحية سواء على مستوى القطاع العام أو القطاع الخاص الذي يجب أن تعطي له الأولوية في إنشاء منشآت سياحية مقابل دعم يتلقاه الخاص و فق الطرق المشار إليها في ترقية الاستثمار السياحي؛
- دعم التكوين في ميدان السياحة: من الوسائل الواجب الاهتمام بها قصد تنمية السياحة، التكوين السياحي و ذلك من خلال إنشاء مدارس تكوين الإطارات السياحية تعنى بتسيير الهياكل السياحية مما يجعلها تستغل بطرق علمية فضلا على مساهمتها في إبراز السوق السياحي الجزائري؛
- المحافظة على التراث الثقافي والديني لتفادي انهياره، كما حدث ذلك حيث أنه في ظرف 5 سنوات (200-2014) تمت سرقة 1067 قطعة أثرية و هذا تبعا لتقرير الفرقة المركزية لمكافحة الإنجاز الغير مشروع للممتلكات الثقافية و سرقة التحف الفنية . وذلك وفق ما نشرته جريدة الشروق الصادرة في 19 ماي 2005؛
- تكامل و تنسيق الجهود المبذولة من طرف الهيئات السياحية و جعلها تسيير وفق خطة إستراتيجية مشتركة و جعلها منصبة في أهداف مشتركة تطور و ترقى القطاع السياحي إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- تسخير وسائل الإعلام و الإعلان للتعرف بالكنوز السياحة المتنوعة التي تسخر بها بلادنا، وتشجيع السياحة الداخلية والخارجية من خلال إعداد أنشطة ترقية محفزة ومقنعة تجعل السائح يفضل السياحة الجزائرية عن غيرها ؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

-تعاون كل الأجهزة المعنية بتحقيق سياسة سياحية شاملة تهتم بتغيير سلوكيات المواطنين المتعلقة برفع مستوى وعهم السياحي وتحسين اهتمامهم نحو حسن التعامل مع السياح تعزيز السلوكيات الإيجابية لخلق مجتمع غير طارد للسياحة ، وذلك أن تنمية السياحة هي مسؤولية أفراد المجتمع¹

- الارتقاء بأساليب و وسائل الترويج و التسويق السياحي بسبب الحاجة إلى تنوع المنتجات السياحية و تنوعها و توسيعها ؛

-التخطيط للسياحة بالاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية و زيادة الوعي في المجتمع الجزائري بأهمية السياحة اقتصاديا كيفية التعامل و الاهتمام بالسائح وخدمته، وكذلك من أجل تعزيز الاندماج الوطني والتعريف القطر الجزائري على كل الأصعدة؛

-خلق خلية تواصل مباشرة بين مسؤولي القطاع السياحي سواء في الوزارة أو في المديریات المحلية و الناشطين في القطاع السياحي عن طريق لغة حوار مباشرة من خلال طرح المشاكل أولا ثم التجاوزات و التهاون الحاصل في القطاع السياحي بهدف وضع اليد على موضع الخلل، والمساعدة على العمل أكثر بهدف تحسين وتطوير القطاع بكل شفافية²

- إيجاد قاعدة للشراكة الوطنية بين القطاع العام والقطاع الخاص و المؤسسات العادية للمجتمع المحلي و تطوير أكثر للوكالات السياحية و الأسفار عن طريق رفع مستوى التنسيق و التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى؛

¹ [12/06/11/https://platform.almanhal.com](https://platform.almanhal.com) سا:19:33،

² مكتبة المنهل متاح على، <https://platform.almanhal.com> / 14 / 06 2019 سا، 14:17.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية تقييمية لواقع القطاع السياحي في الدول العربية بالتركيز على دولة الجزائر خلال الفترة (2008-2018).

خاتمة الفصل الثالث

يعزز الاهتمام بالقطاع السياحي نصيب الدول العربية من السياحة العالمية بالنسبة لمؤشراتها المختلفة من حيث عدد السياح و الإيرادات السياحية... الخ .

من خلال الدراسة السابقة تبين لنا أن القطاع السياحي يعاني من تهميش وضعف مؤشراتته السياحية ضمن الإستراتيجية التنموية و أثره واضح من خلال قيمة عائدات هذا القطاع، و بالتالي تدني مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي ، بالرغم من تمتع الدول العربية بميزة نسبية من حيث جذب السواح لا سيما من حيث المقومات السياحية (ثروات طبيعية ومواقع سياحية و ثقافية وحضارية، و أسعارها المنخفضة إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، و يمكن القول أن القطاع السياح في البلدان العربية لم يلقى الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملة الأجنبية.

أما فيما يتعلق بالقطاع السياحي في الجزائر فنلاحظ و من خلال ما تطرقنا إليه فإن الجزائر تمتلك مقومات سياحية كبيرة يؤهلها لأن تكون من الدول الرائدة في مجال السياحة إذا استغلت هذه المقومات أحسن استغلال وبعقلانية ، أي استغلال يحقق تنمية سياحية للأجيال الحالية و يضمن في نفس الوقت حق الأجيال القادمة في استغلالها ، و هذا يكون عن طريق توفير الدولة للإمكانيات المادية و البشرية اللازمة للنهوض بالقطاع السياحي و مواكبة التطور الحاصل في حركة السياحة في العالم.

الذاتمة

العامّة

بعد تطرقنا لأهم المفاهيم المرتبطة بالسياحة والتنمية السياحية تبين لنا أن تنمية السياحة أصبحت صناعة عالمية تحظى بأهمية كبيرة و متميزة في الكثير من البلدان العالم باختلاف أنظمتها السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية، و بهذا كانت وما تزال السياحة و احده من أهم القطاعات الاقتصادية الموفرة للدخل في اقتصاديات العديد من الدول، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية، و محركا للنمو الاقتصادي من خلال مساهمتها في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى مساهمتها الفعالة في التشغيل و مصادر النقد الأجنبي ، باعتبارها من أكبر القطاعات الاقتصادية ذات الكثافة العالية في العمالة.

رغم الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي عن طريق رسم تصور عام لهذا القطاع في ظل الإستراتيجية الجديدة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، إلا أن القطاع السياحي الجزائري مزال يعاني نفس المشاكل التي كانت سبب في تخلفه . و يبدو أن الاعتماد على القطاع السياحي لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر لا يزال بعيد المنال لأن الإستراتيجية الحالية غير كافية لتطوير القطاع ، ولم تراعي العديد من الجوانب و لا يزال الأمر يتطلب الكثير من الجهود و التفكير أكثر في الإستراتيجية المتبعة، و التي يجب أن تكون واضحة و لا تتغير بتغير المشرفين عليها.

إختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: صحة الفرضية، رغم ما تتمتع به الدول العربية من ميزات نسبية من حيث جذب السواح، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية ما زال أدنى بكثير من إمكاناتها لأن قطاع السياحة في هذه يواجه قيود كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية و الخدمات الأساسية . و يحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزء من عملية التنمية الاقتصادية.

✓ **الفرضية الثانية:** نفي الفرضية، السياحة لم تكن أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي ومصدر مهم من مصادر الدخل الوطني، حيث تستطيع الدولة الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي و دليل ذلك النقص المسجل في طاقات الإستيعاب و ضعف خدماتها، بالإضافة الى نقص التدفقات السياحية المسجلة في عدد السياح و خاصة الأجانب منهم و هذا راجع الي تهميش القطاع السياحي ضمن الإستراتيجيات التنموية الذي كان له الأثر الواضح في قيمة عائدات هذا القطاع.

✓ **الفرضية الثالثة:** صحة الفرضية، تمتلك الجزائر إمكانات سياحية كبيرة قادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي، نظرا لإمتلاك الجزائر على مؤهلات و مقومات سياحية كبيرة سواء ما يتعلق بالمقومات الطبيعية أو التاريخية و الثقافية و دينية وكذا

البنية القاعدية و الإمكانيات المؤسساتية و المالية ، إذ تمكنها هذه الإمكانيات بديلا تنمويا إذ أحسن إستغلالها.

✓ **الفرضية الرابعة:** صحة الفرضية، تتبني الجزائر إستراتيجيات لتشجيع السياحة تعمل على تحقيق تنمية القطاع السياحي و النهوض به و ترقيته في الجزائر و جعله في مواصفات القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة مثل تونس والمغرب، و هذا بوضع إستراتيجية جديدة في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق 2030 الذي هو بمثابة الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، والذي يعتبر تنويفا لمسار طويل ، و بمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي كما يعبر عن الرغبة و النية الحسنة للدولة بنهوض وتطوير قطاعها السياحي. و جعله كبديل لقطاع المحروقات في المسابقات.

✓ **الفرضية الخامسة:** صحة الفرضية: إعداد مخططات يكون للهيئة السياحية يكون في ظل الاحترام الصارم للفضاءات الطبيعية و المواقع الثقافية و كذا المعالم التاريخية و منسق عن طريق الاسترشاد بالتجارب الرائدة في السياحة و الاستفادة من تجارب السياحة للدول المجاورة، والدول التي تتشابه ظروفها الاقتصادية والاجتماعية مع الجزائر و محاولة الاسترشاد بإستراتيجيات بعض الدول العربية الرائدة في القطاع السياحي.مثل تونس ، الإمارات المغرب،

✓ **الفرضية السادسة:** : صحة الفرضية، للسياحة لها تأثير على الاقتصاد إذ تساهم السياحة في إنعاش العديد من المؤشرات الاقتصادية على غرار الناتج المحلي الإجمالي، مستوى البطالة الصناعة التقليدية وغيرها إذ أن المنتج السياحي بطبيعته مركب من العديد من الخدمات و المنتجات الأخرى مما يبرز أهمية تثمين و تنوع مصادر الجذب فيه و خاصة اقتصاديات الدول النامية ولها آثار اجتماعية و بيئية للنشاط السياحي الذي يعمل على تحقيق التواصل و الارتباط الاجتماعي و الحضاري على المستوى المحلي الدولي، و تبادل المعرفة والأفكار بين الشعوب ،

نتائج الدراسة.

وقد توصلنا في دراستنا إلى:

- النتيجة الأولى:** تمثل السياحة وسيلة مهمة لتعريف الآخرين بتراث المنطقة الحضاري وعادات وقيم أهلها المستمدة من الشريعة الإسلامية، خلق ثقافة متجددة بين كافة الشعوب العربية.
- النتيجة الثانية:** عملية تطوير السياحة و تنميتها لا ينبغي أن يهمل البعد البيئي و الاجتماعي مع البعد الاقتصادي ، و ذلك حفاظا على تلك الموارد و صيانتها من التدهور و الاندثار حتى تتمكن الأجيال الحاضرة و القادمة من حق الاستفادة منها.

النتيجة الثالثة: أدركت الدول العربية و منها الجزائر أهمية و ضرورة القطاع السياحي الذي أغفل عنه لسنين طويلة مما جعل الدول العربية تقوم بمجموعة من الإصلاحات والإستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي الذي له الدور الكبير في تحقيق ما يسمى ب التنمية السياحية، كما تشكل السياحة في العديد من الدول العربية أحد قواعد إرساء التنمية الاقتصادية باعتبارها مصدرا مهما للدخل والتوظيف.

-النتيجة الرابعة: يعد قطاع السياحة في الجزائر مورد اقتصاديا هائلا غير يمكنه التنوع في هيكل الاقتصاد و مصدر للدخل الوطني إذ تم استغلاله بخطط إستراتيجية ممتازة مثل مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، فعلى المستثمرين والمتعاملين الاقتصاديين و رجال الأعمال التفكير جليا في الاستثمار في هذا المجال نظرا لما يفوره من فرص تسويقية و اقتصادية معتبرة.

-النتيجة الخامسة: رغم تمتع الجزائر بمؤهلات كبيرة وموارد طبيعية و ايكولوجية هائلة ومتنوعة، ألا أنها لا تزال بعيدة عن استغلال قطاع السياحة الذي يعد طاقة كامنة مهدورة و غير مستغلة إذ أن نصيب الجزائر من السياحة العالمية لا يتعدى نسبة 2%

-النتيجة السادسة: يرجع عدم استغلال الجزائر للقطاع السياحي الي غياب إستراتيجيات واضحة سواء تنموية أو تسويقية مما يحول دون تسويق المنتج السياحي الجزائري و دون إبراز عناصر الجذب الأساسية التي بإمكانها جذب المستهلكين و إثارتهم. من خلال دراسة الأسواق السياحية و تحديد الفرص التسويقية المتاحة في كل سوق ثم تكييف عروض و برامج تتماشى مع خصائص كل سوق لجذب أكبر عدد ممكن من السياح إضافة ألي هذا لابد من المتابعة الدائمة لتقدم البرامج المسطرة للعمل على التحسين النوعي والمستمر للعرض السياحي الجزائري ككل .

-النتيجة السابعة: رغم أن الجزائر اعتمدت منذ 2008 ما يسمى بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إلا أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لا تزال جد ضعيفة رغم الإمكانيات المتوفرة ولا تتعدى نسبة 3% كمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وهذا راجع لعدة أسباب منها، غياب ثقافة سياحية حديثة لدي المتعاملين الاقتصاديين في المجال وحتى لدي نسبة كبيرة من المواطنين الجزائريين، غياب إرادة سياسية واضحة لتطوير هذا القطاع و عدم تسخير الموارد الضرورية لذلك

-النتيجة الثامنة: لتفعيل قطاع السياحة في الجزائر لابد من تسطير إستراتيجية تسويقية قصيرة ، متوسطة و طويلة الأجل تهدف إلى تثمين المنتج السياحي الجزائري و آثاره و اهتمام المستهلكين المحليين والأجانب ،

-النتيجة العاشرة: إضافة إلى الأهمية الاقتصادية للسياحة، فإن هذه الأخيرة تساهم في النمو الحضاري و الاجتماعي للدول من خلال الاحتكاك بثقافات و حضارات وديانات مختلفة، إضافة إلى أنها تساهم في تعلم لغات مختلفة من خلال الاحتكاك بشعوب أخرى و كل هذا يساهم في رقيها.

النتيجة الحادية عشر: تطمح الجزائر الي تحقيق تنمية سياحية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

النتيجة الثانية عشر: تعاني بعض دول العربية من عراقيل اقتصادية و اجتماعية وسياسية أثرت سلبا في أداء قطاعها السياحي وتنافسيته العالمية لعدم تتبعه الخطوات اللازمة لوضع إستراتيجية لتنمية القطاع السياحي.

التوصيات:

بعد عرض جملة نتائج الدراسة سوف نستعرض عدة وسائل وطرق وتوصيات واقتراحات لتطوير صناعة السياحة وتنميته للدول العربية عامة و للجزائر خاصة ا وفيما يلي بعض هذه التوصيات :

✓ توجيه رؤوس الأموال العربية المخصصة للمشاريع السياحية بصفة أولية إلى المستثمرين من البلدان العربية

✓ تدعيم القطاعات الاقتصادية غير المباشرة المرتبطة بصناعة السياحة (الاستشفاء، السياحة الثقافية، سياحة المؤتمرات،) وهذا يحقق التغلب على الموسمية في النشاط السياحي

✓ إنشاء مؤسسات تمويلية مدعومة الحكومات العربية لدعم وتنشيط السياحة العربية

✓ تنمية و تطوير و دعم منظمي الرحلات السياحية المستدامة من خلال شركات التنمية

✓ العمل على تشجيع إقامة السواح في بلد ما لفترة أطول .

✓ القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة الصعبة

✓ تبسيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السواح وكذلك حاجاتهم

✓ تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق

✓ تطوير المصادر البشرية العاملة في صناعة السياحة والفنادق

✓ تطوير قطاع النقل وتنشيط السياحة نشر الوعي السياحي وتشريع قانون خاص بالسياحة

✓ تطوير وسائل السلامة والأمن وتسهيل إجراءات الحصول على سمة الدخول

- ✓ تحسين وتوسيع الهيكل الأساسي للخدمات السياحية عن طريق زيادة استيعاب المطارات والموانئ ومراكز الحدود البرية وتحسين أجهزة السيطرة على الحركة الجوية والبرية والبحرية
- ✓ الاهتمام بالتسويق والإحصاء السياحي
- ✓ إنشاء مراكز سياحية وطنية
- ✓ -تأسيس جهاز متكامل لتشجيع ومساندة صناعة السياحة بما يلاءم متطلبات البيئة
- ✓ تخصيص جزء من إيرادات السواح لتنمية الموارد السياحية
- ✓ الانفتاح على الأسواق التجارية
- ✓ ينبغي على الدولة الجزائرية تسهيل إجراءات الدخول على الأراضي الوطنية من طرف السياح الأجانب وعدم جعلها عائقا في سبيل زيارتهم للجزائر، إذ نجد أن كل الدول الناجحة سياحيا تسهل هذه الإجراءات وتبسيطها.
- ✓ يعد قطاع السياحة في الجزائر موردا اقتصاديا هائلا غير مستغل، فعلي المستثمرين و المتعاملين الاقتصاديين و رجال الأعمال التفكير جديا في الاستثمار في هذا المجال نظرا لما يوفره من فرص تسويقية و اقتصادية معبرة

آفاق الدراسة

- إستراتيجيات التنويع الاقتصادي في الجزائر -السياحة نموذجا-.
- أهمية الاستثمارات السياحية و دورها في تنمية السياحة بالجزائر.

أولاً: الكتب

1. أحمد فوزي ملوخية، **مخل إلى علم السياحة**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
2. أحمد محمود مقابلة، **صناعة السياحة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
3. جلييلة حسن حسين، **دراسات في التنمية السياحية**، الدار الجامعية رمل الإسكندرية، 2000.
4. عصام حسن السعيد، **التسويق والترويج السياحي والفندقي**، دار الـراية للنشر والتوزيع، الأردن 2009.
5. عثمان محمد غنيم و بنيتا نبيل سعد، **تخطيط التنمية السياحية**، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2017.
6. عاطف أكرم رواشدة، **السياحة البيئية" الأسس و المرتكزات"**، دار الـراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.
7. محمود محمود هويدي، **المدخل لدراسة السياحة**، دار الآفاق العربية، القاهرة، 2006،
8. مصطفى يوسف كافي وهبة كافي، **جغرافيا السياحة وإدارة المقاصد والمخيمات السياحية**، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
9. مصطفى يوسف كافي، **السياحة المستدامة (السياحة الخضراء ودورها في معالجة ظاهرة البطالة)**، ألفا للوثائق ، الجزائر 2017.
10. مصطفى يوسف كافي، **التنمية السياحية** ، إلفا للوثائق الجزائر ، 2017، ص 101.
11. مصطفى يوسف ،كافي، **صناعة السياحة والأمن السياحي** ، دار رسلان للنشر والتوزيع، سوريا 2009
12. مصطفى كافي مصطفى يوسف، **صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية**، دار الفرات - نينار للنشر والتوزيع،بيروت، 2006
13. مصطفى يوسف كافي، **السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة**، ألفا للوثائق، الجزائر 2017.
14. موفق عدنان عبد الجبار الحميري و رامي فلاح طويل، **التسويق السياحي لخدمات الفنادق و السياحة** دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2016.
15. محمد صبحي عبد الحكيم و حمدي أحمد الديب، **جغرافيا السياحة**، مكتبة أنجلو المصرية ، مصر 2001.
16. مثني طه الحوري وإسماعيل محمد على الدباغ، **اقتصاديات السفر والسياحة**،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2013.
17. ماهر عبد لعزیز توفيق، **صناعة السياحة**، دار زهران، الأردن، 2008.
18. زيد سلمان عبودي، **السياحة، السياحة في الوطن العربي**، دار الـراية للنشر والتوزيع الأردن 2009.

رسائل الدكتوراه و الماجستير .

1. العلمي إيمان، واقع التسويق السياحي في الجزائر و آفاق تطوره دراسة حالة ولاية قسنطينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر ص 65.
2. بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة- منطقة الزيبان- (غير منشورة)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2016-2017.
3. براوي ساعد، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة باتنة، الجزائر، 2016-2017.
4. بوعكريف زوهير، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2001-2012 .
5. بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي و التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011-2102.
6. بجاوية سهام، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة استرشادية بتجربة تونس- إسقاط على الجزائر - ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص الإدارة التسويقية ، جامعة بومرداس، الجزائر، الموسم الجامعي 2014/2015.
7. خديجة عزوزي، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق - دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، قسم العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية وتنمية مستدامة جامعة قالمة ، الجزائر 2014 - 2015.
8. سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران الجزائر، 2013-2014.
9. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة،- حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير،شعبة تسيير مؤسسات،جامعة باتنة،الجزائر، 2009-2010.
10. مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي-حالة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011-2010.

11. عميش سميرة، دور إستراتيجية الترويج في تكييف وتحسن الطلب السياحي الجزائري مع مستوي الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 2015-2016 ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، الجزائر، 2015.
12. عطا الله فاروق عبد النبي حسانين، دراسة تقويمية لبعض معايير التخطيط لقطاع الغردقة، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة القاهرة، 2003.
13. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (200-2005) في ظل إستراتيجية السياسة الجديدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود ومالية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3 الجزائر، 2013.
14. عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير القطاع السياحي في الجزائر-حالة الديوان الوطني للسياحة -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2009-2010، ص ص 113،
15. شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني و المتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ،تخصص تسيير، كلية ، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014-2015 .
- الملتقيات و المداخلات**
1. بختي فريد و مولاي بوعلام، مداخله مقدمة ضمن فعاليات الملتقي الدولي حول : الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الاستعادة من التجارب الرائدة ، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016.
2. بوفاس الشريف و بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، مداخله مقدمة إلى الملتقي الأول حول، المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قالمه. الجزائر، يومي 22-23 أفريل 2014.
3. خروف منيرو فريحه لندة، مداخله بعنوان ، المتاحف في الجزائر و دورها في السياحة، جامعة 8 ماي قالمه ، الجزائر .
- . جليل جمال إسماعيل و زحوط ، مداخله بعنوان، الحرف والصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقي العلمي الوطني بعنوان، فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج لخضر باتنة 2012
- . دليلة طالب عبد الكريم وهراني، مداخله مقدمة بعنوان، السياحة كأحد محركات التنمية المستدامة: نحو تنمية سياحية مستدامة، مجمع مداخلات الملتقي الدولي الثاني، حول الأداء المتميز للمنظمات و الحكومات، الطبعة

الثانية، نحو المؤسسات و الاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي و تحديات الأداء البيئي، جامعة ورقلة ، يومي 22 و 23 نوفمبر 2011.

المجلات العلمية و الجرائد

1. أحمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية في جمهورية مصر العربية، دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية ، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي القاهرة .

2. بودربالة رفيق ، الوعي السياحي و دوره في تنمية القطاع السياحية ،مجلة العلوم الإنسانية العدد 06 لسنة 2016، جامعة أم البواقي الجزائر .

3. بمختالة سمير، محمد زرقون، نوال بن عمارة، واقع و آفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر و دوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 06، 30 جوان .

4. صالح فلاحي، و رقة بحثية مقدمة بعنوان: النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، كلية العلوم الاقتصادية، و علوم التسيير، جامعة العقيد الحاج لخضر-باتنة-،

5. لحسين عبد القادر، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتنمية السياحية ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، سنة 2013.

6. مجاهدي فاتح و عبد الرحيم زيديوي، تبني التخطيط التسويقي الإستراتيجي كأداة لتفعيل قطاع السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال JFBE لسنة 2017 .

7. مغازي عبد الرحمان، تطورات سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر خلال الفترة 1992-2012، ملتقى الدولي الأول ، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد و الأفاق، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر يومي، 3-4 مارس 2015،

8. مولاي لخضر عبد الرزاق و خالد بورحلي ، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية العدد 04 جوان 2016.

9. هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث العدد 01، 2004 .

10. وفاء زكي، إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقييمية للقرى السياحية، مصر، 2006.

11. ليلي قطاف، فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر ،جامعة باتنة 19 -20 نوفمبر 2012 .
-وزارة الاقتصاد والمالية المغربية ، القطاع السياحي :رؤية إستراتيجية متجددة، مجلة المالية ، العدد 15 يونيو 2011.

12. يحي سعيدي وسليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية(حالة الجزائر)، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة-العدد 36/2013.

fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme 2011 : bilan d'étape et analyse prospective K FNTK Casablanca. Maroc.

WTTC, World Travel and Tourism Council Economic Impact, 2017, Algeria

مواقع الانترنت:

1. تقرير صادر عن وزارة السياحة التونسية (الأهداف والاستراتيجيات للتنمية السياحية 2016) http://open_jicareport.jica.go.jp/pdf/11652385_01.pdf يوم 2019/06/07

2. تقرير، وزارة السياحة المغربية، متاح على <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/56> 2019/06/09

3. <https://arabic.rt.com/business> 2019/06/06

<https://www.maghrebvoices.com> 2019/06/06

4. <https://platform.almanhal.com> 12/06/11

5. وزارة السياحة المغربية، الأوراش السياحية الكبرى في رؤية 2020 ، متاح على

<https://www.tourisme.gov.ma/ar> 2019/06/09

6. مركز المعلومات و الأبحاث السياحية، مؤشرات متاح على <http://www.mas.gov.sa>، 2019/06/11

7. مركز دبي للإحصاء متاح على <https://www.dsc.gov.ae/ar-ae/Pages/default.aspx>، 2011/06/11

8. مركز المعلومات و الأبحاث السياحية ، مؤشرات إحصائية متاح على <http://www.mas.gov.sa>، 2019/06/11

8. تقرير المجلس العالمي للسفر و السياحة، التأثير الاقتصادي ر 2017، متاح على

<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>، 2019/06/12، سا 09:12

قائمة المراجع

9. وزارة السياحة و الأثار الأردنية، النشرة الإحصائية السياحية، متاح على <https://hotels.mota.gov.jo/LoginPage/Login> /12 /2019/06 .
10. دليل إحصاءات السياحة بالمغرب، بانوراما للأداء السياحي لعام 2015 متاح على <http://www.observatoiredu tourisme.ma> /12 /2019/06..
11. جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء و قواعد المعلومات، متاح على <https://data.worldbank.org/indicator> /13 /2019/06.
12. تقرير لجنة منظمة السياحة العالمية للشرق الأوسط متاح على: 13. /2019/06/ cf.cdn.unwto.org/_3_report
13. تقرير تنافسية السفر والسياحة سنة 2017،2015، متاح على <http://data.worldbank.org/indicator> /13 /2019/06.
15. تقرير تنافسية السفر والسياحة سنة 2017،2015، متاح على <http://data.worldbank.org/indicator> /11 /2019/06.
16. جغرافيا الجزائر، متاح على <https://ar.wikipedia.org/wiki> /19 /2019/11.
17. وزارة السياحة المغربية متاح على <http://www.tourisme.gov.ma/aljhp>
18. الحمامات المعدنية في الجزائر، متاح علي www.algeria.com /11 /2019/06.
- هدى ن، مدن أثرية جزائرية مصنفة عالميا متاح علي <https://www.djazairiss.com/elmassa/23982> /11 /2019 .
- الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار متاح على <http://www.andi.dz/index> /11 /2019/06.
- جريدة الخبر الجزائر متاح على، <https://www.elkhabar.com/press/article> /21 /2019/06 .
- ¹ الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، متاح على <http://www.andt-dz.net> /14 /2019/06 .
- ¹ مكتبة المنهل متاح على، <https://platform.almanhal.com> /14 /2019/06 .

القرارات و المراسيم التنظيمية.

1. مكتب المفوض السامي للتخطيط 2007 - الاتحاد الوطني للسياحة 2008.

2. تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي البيئي لدولة المغرب 2016
3. تقرير المجلس العالمي للسفر و السياحة. تقرير التأثير الاقتصادي 2017.
4. الهيئة العامة للسياحة في قطر، التقرير السنوي لأداء 2015، جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء و قواعد المعلومات الدول العربية، أرقام ومؤشرات، العدد السادس، 2017.
5. تقرير إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، ملخص التدفقات السياحية في الجزائر من سنة 2008-2017.
6. إحصائيات وزارة تهيئة الإقليم و السياحة و الصناعات التقليدية الجزائرية، إحصائيات 2008 - 2017.
7. وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب رقم 5 ، المشاريع ذات الأولوية السياحية، جانفي 2008.
8. وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة، المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمسة و برنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.
9. وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT2030)، الكتاب رقم 02: المخطط الإستراتيجي - الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية - جانفي 2008.
10. وزارة السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب 1 .
11. الديوان الوطني للإحصائيات.