



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
شعبة: العلوم تجارية  
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

تقييم أداء القطاع السياحي في إطار مخططات  
التنمية السياحية في الجزائر

تحت إشراف الدكتور:  
د. عياشي عبد الله

إعداد الطلبة:

- رحال محمد  
- بن عمر الجيلاني

لجنة المناقشة:

رئيساً  
مشرفاً ومقرراً  
ممتحناً

أستاذ محاضر -أ- بجامعة الوادي  
أستاذ محاضر -أ- بجامعة الوادي  
أستاذ محاضر -أ- بجامعة الوادي

د. بن بردي حنان  
د. عياشي عبد الله  
د. دربال سميرة

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرfan

يقول تعالى في محكم كتابه ﴿لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

فالحمد لله الذي يقل مع جلاله حمد الحامدين، والشكر له على ما تفضل وأنعم والصلاة والسلام على خير المرسلين، نبي الله الأكرم.

ونتقدم بالشكر إلى من رسم لنا طريق النجاح ورعى هذه الثمرة منذ أن كانت فكرة في الأذهان إلى غاية اخراجها في هذه الصورة.

إلى الأستاذ: د. عياشي عبد الله.

وإلى الأستاذ: د. دفور نعيم.

محمد رحال – الجيلاني بن عمر

## اهراء

الحمد لله الذي أنار لي طريقي وكان لي خير عون. ما اجمل ان يجود المرء بالأغلى  
ما لديه والأجمل ان يهدي الغالي للأغلى، هي ذي ثمرة جهدي اجنيها اليوم  
هي هدية اهديها الي:

الى الأغلى ما أملك في هذه الدنيا، إلى من كان سبب لوجودي على هذه  
الأرض، إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها، إلى التي أنحني لها بكل إجلال  
وتقدير، إل التي أرجو قد أكون نلت رضاها أمي الغالية ” مريم ” أطال الله في  
عمرها

إلى من أدين له بحياتي، إلى من ساندني وكان شمعة تحترق لتضيء طريقي. إلى  
من أكن له مشاعر التقدير والاحترام والعرفان أبي ” عبد ناصر ” أطال الله في  
عمره

وإلى كل أفراد العائلي عماد وهناء وشيماء واسحاق وعبد رحمان الذين كانوا  
سندا لي طوال مسيرتي دراسية وإلى كل أصدقائي بدون إستثناء وبالأخص  
جيلاني ين عمر وإلى كل الأساتذة الذين قدموا لنا يد المساعدة، إلى كل هؤلاء  
أهديهم هذا العمل المتواضع؛ سائلاً الله العلي القدير أن ينفعنا به ويمدنا  
بتوفيقه وأن يجعله نبراسا لكل طالب علم.

محمد رحال

## اهراء

إلى القلب الحنون الى امي الغالية التي طالما انتظرت لحظات نجاحي الغالية جباريه  
بن عمر التي كانت ولا زالت عوناً وسنداً لي في كل شيء

ولرضاها عني اثراً كبيراً في حياتي

الى ابي العزيز جباري بن عمر

الذي طالما غمرني بالحب والتشجيع

إلى اخواتي و اخوتي كل باسمه .الذين كانوا سنداً لي طول مسيرتي الدراسية  
والشخصية

إلى كل الاساتذة الكرام أهل الفضل علي الذين غمروني بالحب والتقدير والنصيحة  
والتوجيه والإرشاد .

الى كل أصدقائي الأعراء أذكر من بينهم بدر

عبد الرحمان .. محمد .. عمر .. هشام

والى "بابا" الذي كان له الفضل في تألقي وتحقيق العديد من الإنجازات

شكراً لك ربي يحفظك لنا انت فعلاً قدوتي و سندي وكل شيء

اليكم جميعاً أهديهم هذا العمل المتواضع؛ سائلاً الله العلي التقدير أن ينفعنا به  
ويمدنا بتوفيقه.

الجيلاني بن عمر

## ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا حول تقييم أداء القطاع السياحي في إطار مخططات التنمية السياحية في الجزائر، حيث عرضنا جانبين الأول نظري حيث عرضنا مفاهيم المتعلقة بالسياحة والثاني تطبيقي درسنا فيه واقع القطاع السياحي في الجزائر من خلال تحليلنا لمؤشرات السياحة في الجزائر، ولقد خلصنا في هذه الدراسة وعلى ضوء هذه المعطيات والأرقام إلى بعض النتائج كإجابة على فرضيات الدراسة والتي تراها مهمة للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري أهمها:

- تمتلك الجزائر العديد من الإمكانيات والمقومات السياحية الطبيعية والتاريخية.
- اجتهاد السلطات في تطوير القطاع من خلال القرارات المناسبة.
- لا تتناسب البنى التحتية الفندقية بالجزائر مع ما تمتلكها من المقومات الطبيعية والأثرية.
- جميع المؤشرات السياحية على المستوى الجزئي غير مرضية خاصة عند السياح الأجانب.

**الكلمات المفتاحية:** القطاع السياحي، التنمية السياحية، التهيئة السياحية.

### Abstract:

Our study dealt with assessing the performance of the tourism sector within the framework of tourism development plans in Algeria. The data and figures refer to some results as an answer to the study's hypotheses, which it considers important for the advancement of the Algerian tourism sector, the most important of which are:

- Algeria has many natural and historical tourism potentials and components.
- The authorities' diligence in developing the sector through appropriate decisions.
- The hotel infrastructure in Algeria is not commensurate with its natural and archaeological components.
- All tourism indicators at the micro level are unsatisfactory, especially for foreign tourists.

**Keywords:** The tourism sector, Tourism development, Tourism development.

فهرس المحتويات

شكر وعران

اهاء

ملخص الاءارة

I ..... فهرس المحتويات

III ..... قائمة الجداول

IV ..... قائمة الأشكال

2 ..... مقءمة

الفصل الأول: الجانب النظري للاءارة

6 ..... تمهيد:

6 ..... المبحث الأول: ماهية السياحة.

6 ..... المبحث الثاني: التأصيل النظري للاءارة السياحية.

6 ..... المبحث الثالث: عرض وءليل الاءارات السابقة.

7 ..... المبحث الأول: ماهية السياحة.

7 ..... المطلب الأول: الاءور المفاهيمي للسياحة.

7 ..... الفرع الأول: تعريف السياحة.

10 ..... الفرع الثاني: نشأة السياحة وءورها الاءاريخي.

14 ..... الفرع الثالث: مكونات السياحة.

15 ..... المطلب الثاني: أشكال السياحة.

18 ..... المطلب الثالث: المقومات الجغرافية للسياحة.

18 ..... الفرع الأول: المقومات الطبيعية وءورها في الاءذب السياحي.

20 ..... الفرع الثاني: المقومات البشرية وءورها في الاءذب السياحي.

23 ..... المطلب الأول: مفهوم الاءارة السياحية.

23 ..... الفرع الأول: تعريف الاءارة السياحية.

24 ..... الفرع الثاني: أهءاف الاءارة السياحة.

27	المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة
27	الفرع الأول: عناصر التنمية السياحية
32	المبحث الثالث: عرض وتحليل الدراسات السابقة
32	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة
37	المطلب الثاني: تحليل الدراسات السابقة
39	خلاصة الفصل:

### الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

41	تمهيد:
42	المبحث الأول: تقديم عام لقطاع السياحة
42	المطلب الأول: الامكانيات الطبيعية وامكانيات الاستغلال للسياحة في الجزائر
48	المطلب الثاني: انواع السياحة في الجزائر
50	المبحث الثاني: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030
50	المطلب الأول: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية
55	المطلب الثاني: الاطار الاستراتيجي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر
61	المطلب الثالث: الحركيات الخمس للتنقيح السياحي في الجزائر
64	المطلب الرابع: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -المخطط العملي-
67	المبحث الثالث: تقييم أداء القطاع السياحي ومساهمته في التنمية السياحية
67	المطلب الأول: عرض وتحليل المؤشرات السياحية للجزائر
76	المطلب الثاني: مناقشة أسباب تدهور القطاع السياحي بالجزائر
80	المطلب الثالث: معوقات السياحة في الجزائر
83	خلاصة الفصل:
85	الخاتمة
89	قائمة المراجع

قائمة الجداول

- الجدول رقم 1: بيان خطة الاعمال بالأرقام.....58
- الجدول رقم 2: توزيع المشاريع السياحية حسب الاقطاب السياحية للامتياز .60
- الجدول رقم 3: توقع قدرة الايواء الفندقية في الاقطاب السياحية للامتياز 2010-2020 .64
- الجدول رقم 4: تطور عدد السياح في الجزائر للفترة 2011-2021(الوحدة: 1000) ..68
- الجدول رقم 5: تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام: فرع الفنادق، المقاهي، المطاعم.....69
- الجدول رقم 6: تطور عدد الوكالات السياحية على مستوى الوطن من 2017 الى 2020 .71
- الجدول رقم 7: تطور ميزان المدفوعات عند السفر للفترة 2008-2020 .72
- الجدول رقم 8: تطور مساهمة قطاع السياحة في التوظيف 2010-2020 .74

قائمة الأشكال

- الشكل رقم 1: مكانة المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية.....54
- الشكل رقم 2: الاهداف الخمسة للمخطط التوجيهي لتهيئة الاقليم 2030.....56
- الشكل رقم 3: الحركيات الخمس للتفعيل السياحي.....61
- الشكل رقم 4: التمثيل البياني بالأعمدة المركبة التطور عدد السياح في الجزائر للفترة 2011-2021.....68
- الشكل رقم 5: التمثيل البياني بالأعمدة يمثل تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام: فرع الفنادق، المقاهي، المطاعم.....70
- الشكل رقم 6: التمثيل البياني بالأعمدة يمثل تطور عدد الوكالات السياحية على مستوى الوطن من 2017 الى 2020.....71
- الشكل رقم 7: التمثيل البياتي بالأعمدة المركبة التطور ميزان المدفوعات سند السفر للفترة 2008-2020 (الوحدة: مليون دولار).....73
- الشكل رقم 8: رسم بياني يوضح تطور مساهمة قطاع السياحة في التوظيف 2010-2020.....75
- الشكل رقم 9: مؤشرات التنافسية العالمية للسفر والسياحة لسنة 2020 - حالة الجزائر -.....76

مقدمة

## مقدمة

تعد السياحة أحد المجالات التي شهدت في الآونة الأخيرة اهتماماً متزايداً باعتبارها أصبحت تشكل أحد الموارد للتنمية الشاملة والمعول عليها للمساهمة في رفع النمو الإقتصادي، فهي تمثل مورداً مهماً وأساسياً للدول، فالسياحة ليست هدفاً، بل وسيلة للمساهمة في التنمية الوطنية الشاملة، وهي بطبيعتها صناعة معقدة متعددة الأطراف ومترابطة الجوانب، فلم يعد ينظر إليها على أنها من القطاعات الثانوية في إقتصاديات الدول، لما لها من أهمية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، وهي في الوقت الحاضر تُعد أكبر الظواهر الإقتصادية والإجتماعية في القرن الحادي والعشرون، بل هي من أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات الإقتصادية نمواً، وهذا ما دفع الكثير من الدول إلى الإهتمام بالقطاع السياحي، وذلك لما تسهم به في دعم وتعزيز الإقتصاد الوطني، وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، وتنويع مصادر الدخل، وتوفير النقد الأجنبي، وتعمل على حل بعض المشكلات الإقتصادية، فعلى سبيل المثال فإن مشكلتي الفقر والبطالة تجد حلولاً لها في التنمية السياحية، إذ تساعد على تخفيضهما عن طريق إيجاد فرص عمل جديدة، وكذلك دورها في توفير البنية الأساسية للمناطق والمدن التي تتمتع بإمكانيات سياحية، وهذه البنى الأساسية تخدم كل من السائحين والمواطنين على حدٍ سواء، مما يحفز الإقتصاد للنمو.

## 1. الإشكالية:

ولمحاولة دراسة تقييم الأداء السياحي في الجزائر نطرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع قطاع السياحة في الجزائر؟

## 2. الأسئلة الفرعية:

انطلاقاً من هذه الإشكالية يمكن أن نستخلص الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بأداء القطاع السياحي؟

- ما دور المخطط الوطني التوجيهي 2030 في تطوير قطاع السياحة في الجزائر؟

- فيما تتمثل أبرز مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر؟

#### 4. الفرضيات:

محاولة منا الإجابة على الأسئلة الفرعية المطروحة، قمنا بطرح جملة من الفرضيات

كما يلي:

- ساهم المخطط الوطني التوجيهي 2030 في تطوير قطاع السياحة بالجزائر.

- الاستثمار السياحي وسيلة ضرورية للنهوض بالاقتصاد خارج المحروقات.

- يعتبر الاستثمار السياحي العقلاني أداة لزيادة الدخل القومي في الجزائر.

#### 5. أهداف البحث:

من بين الأهداف الأكثر أهمية لدراسة بحثنا:

- التعرف على واقع قطاع السياحة بالجزائر.
- معرفة مدى اهتمام الدولة الجزائرية بقطاع السياحة
- التعرف على المخطط الوطني التوجيهي 2030.
- معرفة مدى تطور قطاع السياحة في الجزائر خلال الأعوام الماضية.

#### 6. أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لهذا الموضوع ناتج عن الاعتبارات التالية:


- الرغبة الذاتية للبحث في موضوع قطاع السياحة، كنموذج حديث عن طريق الاستثمار السياحي.
- التعرف على المخطط الوطني التوجيهي 2030 وكيفية مساهمته في قطاع السياحة في الجزائر.
- التعرف على أبرز المؤشرات المساهمة في قطاع السياحة في الجزائر.

7. منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة، اتبعنا المنهج الوصفي عند استعراض الإطار النظري للسياحة، واعتمدنا عند دراسة تخطيط السياحة وواقعها في الجزائر على المنهج التحليلي، والوصفي الإحصائي ودراسة المؤشرات والإحصائيات المتاحة حول قطاع السياحة في الجزائر.

8. أهمية الدراسة:

يكتسي موضوع قطاع السياحة أهمية بالغة على الصعيد الدولي والوطني وحتى الإقليمي، ويحاول من خلاله تسليط الضوء على كيفية تطوير هذا القطاع، خاصة في الجزائر وذلك في إطار البرنامج التوجيهي 2030 والسبل الكفيلة التي تسعى لتحقيق بيئة سياحية تتماشى مع الظروف العالمية الراهنة في ظل تحديات التي تواجهها الجزائر واعتمادا على تطوير هذا لقطاع.



**الفصل الأول:**  
**الجانب النظري للدراسة**

**تمهيد:**

يشهد النشاط السياحي نمواً وتطوراً كبيراً في الوقت الراهن، حيث أصبحت السياحة من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية وهي تحتل موقعاً مهماً في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، فهي تعد أحد الركائز في معظم اقتصادياتها نظراً لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني وفي مستوى الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية، وكذا العديد من الآثار على المستويين الجزئي والكلي.

ونحن ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على مفاهيم السياحة من خلال عرضنا

لثلاث مباحث وهي:

**المبحث الأول: ماهية السياحة.**

**المبحث الثاني: التأصيل النظري للتنمية السياحية.**

**المبحث الثالث: عرض وتحليل الدراسات السابقة.**

## المبحث الأول: ماهية السياحة

تعد السياحة بصفة عامة والسياحة الرياضية بصفة خاصة أحد المجالات التي نالت الاهتمام في الآونة الأخيرة لما لها من تأثير فعال على العديد من جوانب المجتمع ومنها الجانب الاقتصادي الذي ما زال يشغل بال الحكومات المختلفة، وفي الوقت الراهن غدت السياحة واحدة من أهم صناعات العالم الرئيسية إذا نجد أن معدلات نموها قد فاقت معدلات نمو الزراعة والصناعة هذا بالإضافة إلى أن أهميتها قد تجاوزت كل الصناعات التقليدية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملات الصعبة كما فاقت إيراداتها العالمية الناتج المحلي الإجمالي لبعض دول العالم<sup>1</sup>.

### المطلب الأول: التطور المفاهيمي للسياحة

#### الفرع الأول: تعريف السياحة

تعتبر السياحة نشاطا أساسيا نظرا لآثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية فبفضل السياحة تتلاقى الثقافات وبالتالي يحصل تعارف وتمنح فرصة لإقامة علاقات صداقة بين الشعوب أو تشكيل جو من التسامح بين الشعوب. في الحقيقة لقد اختلفت وتتنوع التعاريف المتعلقة بالسياحة وجهات نظر مختلفة كل على حدا فنذكر منها<sup>2</sup>:

#### أولا: من الناحية اللغوية

يعرف لفظ السياحة في اللغة العربية يعني الضرب في الأرض ومنها ساح الماء ويعني الجريان ولقد ورد هذا اللفظ في الآية الثانية من سورة التوبة ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ

<sup>1</sup> أدهم وهيب مطر، التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة. دمشق: مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، 2014، ص53.

<sup>2</sup> هوارى معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية- حالة الاقتصادية الجزائرية- مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر، العدد: 01، 2004، ص 21.

أَرْبَعَةً أَشْهُرٍ} بمعنى سيروا في الأرض. أما اللفة الفرنسية فقد تم استبدال مصطلح الرحلة الكبيرة إلى السياحة الكبيرة في القرن الثامن عشر ثم انتقل المصطلح إلى اللغة الانجليزية للتعبير عن الرحلة التي يقوم بها الشباب أي السياح (Tourist) ثم استخدم المصطلح نفسه في فرنسا للتعبير عن كل شخص كان يقوم برحلة ما لتحقيق متعة شخصية فمثلا في اللغة الانجليزية نجد أن (Tour) تعني يتجول أو يقوم برحلة أما كلمة (Tourisim) فتعني السياحة<sup>1</sup>.

### ثانيا: من الناحية الاصطلاحية

ترى الأكاديمية الدولية للسياحة أن السياحة هي: اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح، ففي تعريف لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لهيئة الأمم المتحدة سنة 1937م، فقد أوصت بعدة إصلاحات لتعريف السائح حيث يقصد به كمبدأ عام أي شخص يسافر لفترة زمنية من 06 ساعة أو أكثر غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة. فحين تعريف الجمعية البريطانية للسياحة الذي ظهر عام 1981م، فمفاده أن السياحة هي مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة والبقاء بعيدا عن المنزل<sup>2</sup>.

وللسياحة أكثر من تعريف، وكل منها يختلف عن الآخر بقدر اختلاف الزاوية التي ينظر من خلالها الباحث إلى السياحة، فبعضهم يتأثر بوصفها ظاهرة اجتماعية وآخرون يرونها ظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية أو يرونها عاملا من عوامل العلاقات الإنسانية أو الثقافية، وفيما يلي استعراض لعدة تعريفات مهمة:

<sup>1</sup> زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة: دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011، ص 9-10.

<sup>2</sup> عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014-2015، ص 21.

يعرفها **نعيم الظاهر**، و**سراب إلياس** (2007م) بأنها "ظاهرة انتقال الأفراد بطريقة مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامتهم الدائمة لفترة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة ولا تزيد على سنة لأي قصد كان عدا الحصول على عمل، وما يترتب على ذلك من آثار اقتصادية، واجتماعية، وحضارية، وثقافية، وإعلامية<sup>1</sup>.

ويرى **عصام حسن** (2009م) أن السياحة عبارة عن "مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال والدول والمجتمعات المضيفة بهدف استقطاب هؤلاء السياح والزائرين"<sup>2</sup>.

ويعرفها **عبد القادر إبراهيم وناصر محمود عيد** (2013م) السياحة بأنها ظاهرة بشرية يقوم بها الفرد أو الجماعة وتعتمد هذه الظاهرة على الحركة والملاحظة والخبرة والتجربة والتفاعل والعلاقات ورأس المال والنقل والصناعة والتجارة<sup>3</sup>.

ويرى **كلا من مدحت قاسم، أحمد عبد الفتاح** (2013م) أن السياحة هي وسيلة جيدة للانتقال لمكان آخر للمتعة والترفيه والتخلص من العديد من المشكلات الصحية والبدنية والنفسية<sup>4</sup>.

وتعرفها **منال رحال** (2015م) بأنها "نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط"، كما يرى **ماهر السيسي** (2016م) أن السياحة تعني "الحركة والتنقل الذي يضم مجموعة من الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر وليس بغرض الإقامة"<sup>5</sup>.  
ويقدم **خليل محمد سعد** (2017م) عددا من تعريفات السياحة والتي منها:

<sup>1</sup> هباس رجائي الحربي. التسويق السياحي في المنشآت السياحية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص53.

<sup>2</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. (ط 2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008، ص23.

<sup>3</sup> عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر الأردن: دار الولاية للنشر والتوزيع، 2009، ص63.

<sup>4</sup> أشرف سمير الميداني، السياحة الرياضية في مصر. الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطباعة، 2000، ص41.

<sup>5</sup> منال محمد رحال، الإدارة السياحية، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2010، ص52.

- ما تبناه الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية عام 1968م ويعني حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن أربعة وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد.
- هي ظاهرة طبيعية بالمفهوم الحديث، أوجدها العصر لحاجة الإنسان إليها ورغبته في الاستجمام وتغيير الجو المحيط به.
- هي مجموعة العلاقات البشرية والطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين (حب المكان) طالما هذه الإقامة لا تكون دائمة.
- هي ظاهرة الانتقال المؤقتة التي يقوم بها عدد كبير من الناس فيتركون مكان إقامتهم والتوجه إلى دول أخرى (السياحة الخارجية) أو ينتقلون إلى مدن داخل بلادهم (السياحة الداخلية) ولاشك أن المدة التي يستغرقها هذا الانتقال تختلف بحسب رغبة السائح وتتوقف على مقدرة السائح المالية على الإنفاق في الخارج مدة طويلة أو قصيرة، وقوانين النقد في البلد التي يخرج منها ومدى تأثير المحفزات السياحية في البلد الذي يزوره ومدى رخص تكاليف المعيشة فيها<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: نشأة السياحة وتطورها التاريخي<sup>2</sup>

تزامنت نشأة السياحة مع ظهور الإنسان، وكانت بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها كما أن الغرض منها يتناسب مع النشاطات والتطلعات الإنسانية في بداية تقدمها التي كانت تتصف مظهرها بضروريات الحياة، مثل البحث عن الطعام والشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن مجتمعات بشرية أخرى لأغراض اجتماعية أو اقتصادية أو

<sup>1</sup> خليل محمد سعد، مبادئ علم السياحة القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2017، ص 89.

<sup>2</sup> حمزة العراقي، إيمان نواره، التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، الجزائر، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 208-210.

لزيادة المعرفة بأساليب الحياة عندهم. ومع التطور أو التقدم الحضاري أو التكنولوجي للإنسانية لم تعد السياحة نشاط ترفيهي ووسيلة للتسلية، بل أصبحت صناعة قائمة لها أبعادها وأهدافها ومساهماتها في المداخل القومية للاقتصاد الوطني في كثير من دول العالم وأداة للثقافة بين الشعوب. وتعتبر صناعة السياحة إحدى الظواهر الهامة التي شهدها القرن العشرين، ومن هنا سمي القرن العشرون " قرن السياحة" كما ويعتبر القرن الحادي والعشرون هو " قرن صناعة السياحة" لأنه من المتوقع لهذه الصناعة أن تكون أكبر صناعة في هذا القرن وذلك لحجم العوائد التي ستتحقق جراء الإنفاق السياحي ولأهمية هذه الظاهرة في حياة الأفراد والمجتمعات البشرية في مختلف أنحاء العالم.

مما سبق تبين أن السياحة تعتبر:

- ظاهرة قديمة نشأت متزامنة مع بداية الإنسان على سطح الأرض وتحولت من ظاهرة تحقق رغبات الإنسان وحاجته إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والاستجمام.

- تغيرت النظرة إلى السياحة من مجرد ظاهرة إنسانية إلى أنها صناعة مركبة تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العصر الحالي.

مرت السياحة في تطورها التاريخي بعدة مراحل نوجزها فيما يلي:

**1 مرحلة العصور القديمة:** إن غريزة التنقل والترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعياً لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له احتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد وتحكم تصرفاته والتزاماته وقد بدأت هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفرعنة في القرن الخامس قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع عشر ومن خصائص هذه المرحلة هي:

- ظهور الحضارات بالدول مثل الحضارة في مصر والحضارة الرومانية.

- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات خاصة السفن الشراعية.

أما عن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على تحقيق الفائدة، حب الاستطلاع والدافع الديني:

أ- **تحقيق الفائدة:** نعني بها خلق علاقات متبادلة بين القبائل المختلفة والتي تكون أحيانا متجاورة وقد تكون بعيدة، ولقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شاطئ البحر المتوسط حيث كانت تجارتهم مع الشعوب المجاورة، كما كانت هناك رحلات يقوم بها. أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم وبلاد الشام واليمن كما ورد في القرآن الكريم " لإيلاف قريش إيلافهم رحلة الشتاء والصيف" والكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات.

ب- **حب الاستطلاع:** أدى الدافع إلى معرفة عادات وشعوب القبائل إلى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف عليها وأهم الرحالة (هيرودت المؤلف الإغريقي) من أوائل الرواد في العصور القديمة.

ج- **الدافع الديني:** دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة مثل الصينيين 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:** تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر والمعروف أن الإمبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور القديمة، حيث كانت مركز الإشعاع الفكري والحضاري والتجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسعار عبر العالم، وقد كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات الدراسة، حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للقرن الرابع عشر والثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى، وكانت البلاد الإسلامية أكثر تقدما من أوروبا وقرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية

وقد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم ومن أشهرهم ابن بطوطة، ابن جبير البيروني... وغيرهم وقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى حيث كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة وكثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.

**3 مرحلة العصر الحديث:** بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدث فيها تغييرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيارة الأسفار، كما أحدثت الثورة الصناعية تغييرا واضحا في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت وازدادت بعد الحرب العالمية الثانية ويرجع ذلك إلى:

- التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق ووسائل 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 واجتماعيا وسياسيا، وعليه لم يعد السفر اليوم كشأنه الأمس، كما لم يعد رحالة اليوم مثل الرحالة القدامى لأن الثروة التكنولوجية وتقدم النقل وكثرة عدد المسافرين لم يجعل من المسافر رحالة بالمعنى التقليدي حيث تدير المكاتب السياحية وتعلن عن موضوع الرحلة في

عدة طرق عن طرق عن طرق وضع العديد من الصور التي تنقل الحقيقة وتكتشف مختلف الأماكن التي تكون كامنة.

### الفرع الثالث: مكونات السياحة

تتكون السياحة من ثلاثة مكونات هي:

– **السائحون:** وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضيئة صاحبة المعالم السياحية وفقا لمتطلبات كل سائح.

– **المعرضون:** وهي الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بغرض كل ما لديهم من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

– **المعالم السياحية:** والتي تختلف باختلاف أنواعها تبعاً لاختلاف أنواع السياحة.

تنقسم عناصر الجذب السياحي إلى<sup>1</sup>.

– **عناصر جذب طبيعية:** وتضم جميع القيم الجمالية من طبيعة الأرض، امتداد البحار والبحيرات والنهار والسهول والصحراء.

– **عناصر جذب من صنع الإنسان:** كالأثار التاريخية، طريقة معيشة الشعوب وعاداتها وتقاليدها، كما تضم هذه العناصر أيضا الكنوز الأثرية والمادية.

– **عناصر جذب طبقا للدافع:** تصنف عناصر الجذب تبعاً للدافع أو الهدف إلى عدة تقسيمات يمكن إيجازها فيما يلي: مرغبات تاريخية، مرغبات ثقافية، مرغبات علاجية، مرغبات دينية، مرغبات الأعمال.

– **الأحداث الخاصة:** وقد ظهرت الأحداث الخاصة في السنوات الأخيرة كمرغب سياحي له أهميته ودوره في جذب أعداد متزايدة من الحركة السياحية إلى الدول التي تقع بها

<sup>1</sup> جمال محمد على، مؤمن عبد العزيز، بسام صلاح، دراسة تقييمية للسياحة الرياضية في محافظات صعيد مصر"، مؤتمر علوم الرياضة في قلب الربيع العربي 2، الغردقة، نوفمبر، 2013، ص53.

الأحداث الخاصة، وتتنوع هذه الأحداث سواء أكانت أحداثا خاصة ضخمة مثل تنظيم الأولمبياد أو المعارض الدولية أو تنظيم المهرجانات إلى غير ذلك<sup>1</sup>.

#### أ- دوافع السياحة:

هناك مجموعة من الدوافع الجاذبة للسياحة لها قوة التأثير على اتخاذ القرار في اختيار السائح جهة القصد السياحي، وهي تشكل العوامل الجاذبة التي تتواجد في جهة القصد السياحي بغض النظر من حجمها والوظيفة التي تشتهر بها، وتنقسم تلك الدوافع إلى:

1. دوافع طبيعية أو (بيئية): كالماء - اليابس - الفضاء، وهي تلعب دور بارز - في إغراء السائح للذهاب إليها.

2. دوافع اجتماعية وحضارية: 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.

3. دوافع الثقافية: يتمثل في رغبة السائح للتعرف على مجموعة من المعتقدات والسلوكيات وأسلوب الحياة في البلدان التي سيزورها، فالسفر إلى باريس مثلا يتعرف السائح على الثقافة الفرنسية، أو إلى أفريقيا وقبائلها، أو إلى الأحياء القديمة في المدن الإسلامية.

4. دوافع دينية: يرغب صاحبها بالسفر لزيارة المساجد والكنائس القديمة والأديرة والعتبات الدينية<sup>2</sup>.

#### المطلب الثاني: أشكال السياحة

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها، فهناك السياحة الثقافية والترفيه والعلاجية والدينية والرياضية بالإضافة إلى أنواع

<sup>1</sup> ماهر السيسي، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ). القاهرة: دار الولاة الحديثة، 2012، ص23.

<sup>2</sup> بيومي محمد سعيد، "إستراتيجية مقترحة لتفعيل دور السياحة الرياضية بمحافظة الأقصر وأسوان" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة جنوب الوادي، 2016، ص53.

أخرى جديدة ساعد على ظهورها وانتشارها التقدم والتطور العلمي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي وما صاحب ذلك من تطلعات ومتطلبات ذات نوعية خاصة لم تكن معروفة من قبل - مثل سياحة المؤتمرات والمعارض والحوافز وغيرها، وهو ما ترتب عليه الاتجاه إلى توفير خدمات وتسهيلات وتجهيزات وعناصر جذب تختلف إلى حد كبير في خصائصها وصفاتها عما تحتاجه الأشكال الأخرى من السياحة التقليدية أو غير المتخصصة ولقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة وفقا لعدة عناصر هي:

- **وفقا للغرض:** سياحة مؤتمرات، سياحة أثرية تاريخية، سياحة رياضية، سياحة صحة وعلاج (علاجية)، سياحة ترفيه واستجمام، سياحة ثقافية، سياحة دينية.
- **وفقا للعدد:** سياحة فردية، سياحة جماعية.
- **وفقا للعمر:** سياحة طلائع، سياحة شباب، سياحة ناضجين، سياحة متقاعدين.
- **وفقا لمدة الإقامة:** سياحة أيام، سياحة موسمية، سياحة عابرة.
- **وفقا للنطاق الجغرافي:** سياحة داخلية، سياحة خارجية.
- **وفقا للجنس:** سياحة عالمية، سياحة مغتربين، سياحة داخلية.

لكل تقسيم من هذه التقسيمات خصائصه ومميزاته، ولكن أهميته من الجانب الاحصائي للسياحة لمعرفة أنواع السياح الداخلين للبلد، وكذلك دوافعهم ورغباتهم، وبالتالي تهيئة الطاقة الاستيعابية من حيث الإقامة والخدمات والنقل لإشباع حاجاتهم في البلد المضيف<sup>1</sup>.

ويرى البعض أنه يمكن تصنيف السياحة وفقا للغرض إلى:

<sup>1</sup> عبد القادر إبراهيم، ناصر محمود عيد، مدخل إلى جغرافية السياحة. (ط 2). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2013، ص 61.

### 1. السياحة الثقافية:

وتهدف إلى إشباع رغبة المعرفة والثقافة وتنمية المعارف والمعلومات والتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات التاريخ.

### 2. السياحة الترفيهية:

هي الانتقال من مكان السكن خلال فترة زمنية؛ بهدف الترفيه والاستمتاع وتطبيق العديد من الهوايات، مثل صيد الأسماك.

### 3. سياحة الاستجمام:

و تهدف إلى المتعة وقضاء الإجازات وفي هذا النوع من السياحة يرحل السائحون إلى مناطق اشتهرت باعتدال طقسها وجمال مناظرها الطبيعية.

### 4. سياحة الحوافز:

وتعد هذه السياحة إحدى الوسائل الإدارية الحديثة ويكون الغرض منها هو تحفيز العاملين بالشركات والمؤسسات الإنتاجية والحرفية أو المهنية على زيادة وتحسين الكفاءة الإنتاجية، حيث يتم مكافأتهم بتقديم رحلة سياحية متميزة لهم.

### 5. سياحة المؤتمرات:

ويعتمد هذا النوع على استجلاب رجال الأعمال والعلماء من جميع أنحاء العالم من خلال عقد لقاءات علمية وإقامة معارض دولية في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والعلمية.

### 6. السياحة الدينية:

هي السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود الدولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة لأنها سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي والسفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

## 7. السياحة الرياضية:

عبارة عن الانتقال من محل الإقامة الدائمة إلى مكان آخر أو دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة النشاط الرياضي أو أنشطة رياضية مختلفة أو الاستمتاع بمشاهدة الألعاب الرياضية أو المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وكأس العالم<sup>1</sup>. وهناك من يضيف إلى ما سبق التصنيفات التالية:

## 8. السياحة الطبية:

فالسياحة الطبية قديمة ولكنها أصبحت مهمة فقط في القرن الـ 18م ففي إنجلترا ارتبطت السياحة الطبية بالأماكن المليئة بالمياه الحارّة المعدنية وذلك لعلاج الأمراض المختلفة كالنقرس والكبد أو الرئة كما ترتبط اليوم السياحة الطبية بمنتجات العلاج بالمياه المعدنية والعلاج بمياه البحر أو علاجات طبية محددة<sup>2</sup>.

## 9. سياحة الأعمال:

وتتمثل في السفر للعمل ويرتبط هذا النوع بسفر رجال الأعمال والمشاركة في برامج التدريب والحلقات الدراسية<sup>3</sup>.

## المطلب الثالث: المقومات الجغرافية للسياحة

### الفرع الأول: المقومات الطبيعية ودورها في الجذب السياحي

#### 1. الموقع الجغرافي:

هو الاختيار الموفق للموقع المراد عمل مشاريع سياحية فيه، ويعد الموقع الجغرافي أحد أهم مراحل الدراسات الأولية لنجاح النشاط السياحي وعمل تنمية سياحية مستدامة فيه.

<sup>1</sup> أماني رضا، الإعلام والسياحة. القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج العلمي، 2017، ص 41.

<sup>2</sup> منال محمد رجال، مرجع سابق، ص 43.

<sup>3</sup> Marian, D. (2013). Sports Tourism, Leisure Method. Annals Of The Constantin Brâncuși University Of TârguJiu, Economy Series, 5، 103-109.

**2. توزيع اليابس والماء :**

تتباين المسطحات المائية من حيث الموقع والذي يؤثر على الخصائص الطبيعية للمياه من حرارة ولون وصفاء وكثافتها وتجاه تياراتها البحرية التي يمكن استثمارها سياحياً.

**3. مظاهر المياه الجوفية:**

تشكل المياه الجوفية عاملاً مهماً للجذب السياحي وخاصة إذا كانت تلك الينابيع أو العيون مياه تستخدم في العلاج الإنساني أو مياه ساخنة والتي انتشر كثير منها في الوطن العربي.

**4. الأشكال الجيولوجية:**

اهتم الباحثين مؤخراً بالأشكال الجيولوجية لما لها من جاذبية تجذب السياح مثل الصخور جميلة المنظر والحفريات غريبة التكوين التي تعمل على جذب أعداد كبيرة من السياح الوافدين<sup>1</sup>.

**5. مظاهر السطح:**

تتباين مظاهر السطح المؤثرة في صناعة السياحة بشكل كبير تبعاً لخصائصها وتضم المرتفعات الجبلية، والخوانق، والأودية، والهضاب، والجزر، وتعتبر الجبال التي تشكل 10% من مساحة اليابسة من أهم مناطق الجذب السياحي لارتباطها بظواهر أخرى متنوعة.

**6. الأحوال المناخية:**

يمثل المناخ مجال استثماري كبير إذا أحسن استغلاله من أجل تنشيط السياحة، لما له من تأثير مزدوج على صناعة السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة على أنشطة السياحة والترويج لها بما توفره من جذب سياحي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> فتحي أبو عيانة، عبير أحمد عطية، قواعد الجغرافيا العامة ودورها في السياحة. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2016، ص36.

<sup>2</sup> محمد نصر الدين رضوان، جغرافيا الرياضة. القاهرة: مركز الكتاب الحديث، 2016، ص34.

الفرع الثاني: المقومات البشرية ودورها في الجذب السياحي<sup>1</sup>

### 1.1. الإنسان:

يعتبر الإنسان أهم مكون من مكونات السياحة البشرية حيث سعى الإنسان من وراء القيام بالسياحة إلى تحقيق مكاسب سياحية منها تحقيق الراحة والانتعاش للجسد والذهن وتحقيق المتعة والإثارة بالأشياء الجديدة وممارسة الأنشطة الرياضية.

### 2. النقل والمواصلات:

يرتبط تطور السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات، حيث يصبح المواقع أكثر جذبا للسائحين طالما تتوفر فيها إمكانية الوصول، بصرف النظر عما تقدم من تسهيلات.

### 3. النقل الجوي:

مع بداية استخدام الطيران في أعقاب الحرب العالمية الثانية أصبح من الممكن الانتقال لمسافات طويلة وسرعة وسهولة.

### 4. تسهيلات الإقامة أو الضيافة:

تمثل الضيافة والإقامة أحد عوامل الجذب السياحي، حيث يزداد الإقبال على السياحة إذا توافرت فيها التسهيلات الأساسية التي يتطلبها السائح.

### 5. تسهيلات الإمداد:

حيث تتطلب خدمات الإقامة والضيافة إلى تسهيل عملية الإمداد بالمواد اللازمة للسياح وخاصة تلك المحلات التي توجه نشاطها إلى الحركة السياحية على وجه الخصوص.

<sup>1</sup> عمر محمد على، الجغرافيا البشرية "الأسس والاتجاهات الحديثة والمعاصرة". الإسكندرية دار الوفاء لنشر، 2010، ص68.

## 6. خدمات البنية الأساسية:

تمثل هذه الخدمات درجة كبيرة من الأهمية فهي تخدم جملة التسهيلات والعوامل البشرية السابقة وتشمل كل أشكال البناء التي يتطلبها السكان.

## 7. المنتجات السياحية:

هي وحدة جغرافية معينة تتجمع فيها عناصر جذب طبيعية للسياحة، حيث يتوافر فيها خدمات متعددة من مرافق أساسية وانشاءات وخدمات ترفيهية ورياضية.

## 8. المنشأة السياحية:

تعرف المنشأة السياحية بأنها عبارة عن حشد للموارد المالية والبشرية وتجميعها بحيث تشكل فيما بينها وحدة مترابطة تهدف إلى إنتاج الخدمات وعرضها للاستهلاك في السوق السياحي.<sup>1</sup>

## 9. القرى السياحية:

تحتوي القرية عادة على مجموعة من الشاليهات وبها مراكز لتعليم جميع الرياضات البحرية من سباحة وغوص ويخوت شرعية وانزلاق مائي وتجديف وصيد الأسماك إلى غير ذلك وتشتمل القرى السياحية على الأماكن التي يتوجه إليها السياح لقضاء إجازاتهم. نظرية المكان المركزي:

تعد نظرية المكان المركزي **central place theory** أحد أكثر النظريات الجغرافية شهرة وأكثرها شعبية منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، والتي ما تزال من الأهمية بمكان كمفهوم أساسي في كل من الجغرافيا النظرية والجغرافيا التطبيقية، ويمكن القول بأن هذه النظرية كانت إحدى مساهمات الجغرافيا الأكثر شهرة بالنسبة للموقع في الألعاب الرياضية وكيفية تخطيط وتنظيم وإدارة هذه المواقع. وقد أمكن الاستفادة من نظرية المكان

<sup>1</sup> عمر محمد على، مرجع سابق، ص45.

المركزي كنموذج لتحديد الموقع بالنسبة لعدد كبير من الأنشطة الرياضية بما في ذلك أنشطة الرياضة والأنشطة الترويحية وذلك على النحو التالي:

- أن الوظيفة الرئيسية لأماكن الألعاب الرياضية هو أن تزود البيئة (المحيطة بهذه الأماكن) بالألعاب الرياضية المختلفة وبما تحتاجه من آليات الممارسة الرياضية كمتنفسات للبيئة المحيطة، وعليه يجب أن تحدد مركزيا في أي مدينة أو منطقة أماكن الألعاب الرياضية بشرط أن تكون هذه الأماكن مركزية بالنسبة للأماكن المحيطة بها.

- يتوقف تنظيم وإدارة الأماكن المركزية على عدد الألعاب الرياضية فكلما زاد عدد هذه الألعاب زاد الاهتمام بترتيب وتنظيم الأماكن المركزية.

- تحدد سعة الأماكن المركزية ويتم ترتيبها وتنظيمها وتزويدها بالأدوات والتسهيلات على أساس عدد السكان الذين تخدمهم هذه المراكز.

- الأماكن ذات التنظيم والترتيب الأكثر تقدما تكون قليلة في العدد، ولكنها ذات مساحات أكثر اتساعا، ومن ثم فهي تخدم أكبر عدد من السكان.

- يراعى عند تخطيط الأماكن التي تخدم عددا قليلا نسبيا من السكان، أن تكون قابلة للنمو والاتساع في المستقبل.

- أن التنظيم الهرمي لأماكن الألعاب الرياضية وجد لكي يعمل بكفاءة قدر ما هو ممكن، وذلك من حيث التنظيم، ومن حيث إعطاء الخدمة للأعضاء (المستفيدين) والموظفين والإداريين وذلك بألا يعانون من مشقة الانتقال لمسافات طويلة للحصول على تلك الخدمة.<sup>1</sup>

### المبحث الثاني: التأصيل النظري للتنمية السياحية

يرتبط فهم التخطيط السياحي بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات التنمية السياحية وطبيعة العلاقات بين هذه المكونات. إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة

<sup>1</sup> عمر محمد على، مرجع سابق، ص 87.

مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية<sup>1</sup>. لذلك تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

### المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية

#### الفرع الأول: تعريف التنمية السياحية

تعرف التنمية السياحة على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة. وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع. ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> كافي ، حسين. رؤية عصرية للتنمية السياحية ، النهضة المصرية ، القاهرة، 1987، 37.

<sup>2</sup> كافي، مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات . نينار للنشر والتوزيع 2006، 106-107 .

## الفرع الثاني: أهداف التنمية السياحية

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية. وإن أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أدواتها الرئيسية. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه.

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة. والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارنة مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم[9].

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانيات والجهود العاملة في الحقل السياحي. لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة. لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي. إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> كافي، مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات . نينار للنشر والتوزيع 2006، 106-107 .

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيدير أرباحاً أم لا.
- دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.
- ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
- تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، وخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحددة، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.

• رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

نخلص إلى القول مما تقدم إن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية في قطاع السياحة، وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظراً لارتباط السياحة مع مختلف تلك الأنشطة الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة.

وباختصار تحدد أهداف التنمية السياحية عادة في المراحل الأولى من عميلة التخطيط السياحي، في مجموعة من الأهداف كالتالي<sup>1</sup>:

○ على الصعيد الاقتصادي:

- تحسين وضع ميزان المدفوعات.
- تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
- توفير خدمات البنية التحتية.
- زيادة مستويات الدخل.
- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.
- خلق فرص عمل جديدة.

○ على الصعيد الاجتماعي:

- توفير تسهيلات ترفيه واستجمام للسكان المحليين.
- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

○ على الصعيد البيئي:

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

<sup>1</sup> توفيق، ماهر عبد العزيز. صناعة السياحة، دار وهران عمان، 198.

○ على الصعيد السياسي والثقافي:

- نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.
- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة

الفرع الأول: عناصر التنمية السياحية

تتكون من عناصر عدة أهمها:

- عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features
- مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man-made- objects، كالممتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
- النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....
- خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والكهرباء والاتصالات ....

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ

عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

الفرع الثاني: أنواع التنمية السياحية

يمكن تقسيم أنواع التنمية السياحية إلى عدة أقسام أهمها:

**1. التنمية السياحية الشاملة:**

يُقصد بالتنمية السياحية الشاملة هي التنمية في جميع الجوانب السياحية والإقتصادية والإجتماعية والثقافية والبيئية والحضارية والسكانية الموجودة في الدولة وهذه التنمية تتطلب الكثير من الأموال والجهود البشرية.

**2. التنمية السياحية المستدامة:**

يقصد بالتنمية السياحية المستدامة العمل على إستخدام الموارد البيئية السياحية، البيئة الطبيعية والثقافية والإجتماعية، وصيانتها والمحافظة على فطرية كل هذه الموارد لأنها ليست ملكاً للجيل الحاضر وإنما هي ملكاً للأجيال المتعاقبة القادمة.

**3. التنمية السياحية المحلية:**

يُقصد بالتنمية السياحية المحلية هو الإرتقاء بخدمات البنية الأساسية التحتية من حيث شبكات الطرق والإتصالات والنقل، وتطوير مناطق الجذب السياحي والمساعدة في جذب العمالة من الريف إلى مناطق المقاصد السياحية.

**4. التنمية السياحية الإقليمية:**

تركز التنمية السياحية الإقليمية على تطوير الطرق والمعايير الإقليمية والدولية وتأمين هذه الطرق ومدّها بكافة الخدمات مثل محطات البنزين والمطاعم والكافيتريات وتوفير خدمات الإتصالات، وتبني سياسات سياحية وتشريعات من شأنها تفعيل السياحة بين دول المقاصد السياحية كما هو الحال في الدول العربية والإتحاد الأوربي.

## 5. التنمية السياحية الدولية:

يقصد بالتنمية السياحية الدولية تطوير وتفعيل البرامج والإتفاقيات الدولية بين العديد من الدول المتجاورة بتقديم تسهيلات في النقل والتنقل، وتيسير إجراءات الدخول والخروج للسائحين والمشاركة في التنظيمات والهيئات والإتحادات السياحية الدولية للإستفادة من التسهيلات المعرفية والإدارية والتبادلات السياحية<sup>1</sup>.

## الفرع الثالث: أشكال التنمية السياحية

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها<sup>2</sup>:

## أ- تطوير المنتجات السياحية:

وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

## ب - القرى السياحية:

وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوئ سكان المدن حياً في التغيير والبساطة.

ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء ( الشاطئ )، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى.

<sup>1</sup> غضبان، فؤاد، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن، 2014، ص - ص:140 - 141.

<sup>2</sup> عبد القادر، مصطفى - دور الإعلان في التسويق السياحي، الحواسب الجامعية للندوات ط1 ، بيروت، 2003، 197.

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

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

### ج- منتجعات المدن:

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

### د- منتجعات العزلة Retreat Resorts:

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

### هـ - السياحة الحضرية:

وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها. وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على

عانتها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

#### و- سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

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

#### ز- سياحة الرياضة البحرية:

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

## المبحث الثالث: عرض وتحليل الدراسات السابقة

## المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

من خلال التتبع والاستقراء النظري تبين أن هناك مجموعة من الدراسات التي اهتمت بموضوع السياحة والتنمية السياحية، نوجز بعضها فيما يلي:

1- دراسة الباحث عامر عيسائي (جامعة الحاج لخضر باتنة - كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -2009/2010) أطروحة دكتوراه علوم في علوم الشهير بعنوان "الأهمية الاقتصادية التنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، فهدف هذه الدراسة إلى تحديد مفهوم السياحة وآثارها المختلفة مع إبراز الدور المستقبلي للقطاع السياحي في تنويع قاعدة الإقتصاد الوطني ودراسة الإستراتيجيات السياحية بكل من تونس ومصر ومقارنتها مع الإستراتيجية السياحية بالجزائر.

وكان من بين أهم نتائجها ما يلي:

ضرورة بناء ثقافة مشجعة على ترويج السياحة؛

تكثيف العمل لإستقطاب السائح العربي؛

الإهتمام بتنويع المنتج السياحي؛

العمل على تفعيل وتسهيل الحركة السياحية؛

العمل على تعزيز جودة صناعة السياحة؛

ضرورة إنشاء بنك للإستثمار السياحي؛

ضرورة التنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي.

2- دراسة الباحثة عميش سميرة (جامعة فرحات عباس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015) أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية بعنوان "دور إستراتيجية الترويج في تكيف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات

السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015" بهدف تحليل الإشكالية التالية: ما هو دور إستراتيجية

الترويج في تكيف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة الزمنية 1995-2015 وبناء على هذه الإشكالية الرئيسية لهذا البحث، ثم تقسيمه لخمسة فصول: إستهدلت الباحثة الفصل الأول بأساسيات الإقتصاد السياحي، وتطرقت للمفاهيم الأساسية الإستراتيجية الترويج السياحي من خلال الفصل الثاني، أما الفصل الثالث فخصصته الباحثة للتعريف بالقطاع السياحي الجزائري، وقامت بتحليل وتقييم السوق السياحي الجزائري من خلال الفصل الرابع، وأخيرا من خلال الفصل الخامس ثم التطرق لكيفية تطبيق إستراتيجية الترويج السياحي لتنشيط الطلب السياحي الجزائري.

لهذا إستخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل السوق السياحي الجزائري وإستعملت المنهج الإستنباطي لإستنتاج كيفية تطبيق الإستراتيجية الترويجية لسد الفجوة السياحية في السوق السياحي الجزائري. وكان من أبرز نتائج البحث:

إن إنخفاض الطلب السياحي الجزائري مقارنة بالعرض السياحي الجزائري يدل على أن هناك فجوة في السوق السياحي الجزائري تعمقت بسبب تدني الخدمات السياحية المتاحة وهذا ما أدى إلى تدني مستوى السياحة الجزائرية؛

إن الوكالات السياحية من أهم المنشآت القاعدية الداعمة للسياحة لما تلعبه من أدوار مباشرة في الرحلات السياحية إلا أن عددها على مستوى التراب الجزائري ضليل وتوزيعها غير منتظم؛

هناك العديد من الإستراتيجيات المحتملة لتنشيط السياحة والتي قد تركز على جوانب محددة لكن هدفها في النهاية هو إبراز أهمية السياحة ومدى مساهمة القطاع السياحي في الإقتصاد والمجتمع؛

3- دراسة الباحث بوراوي مساعد (جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الإقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2017) أطروحة دكتوراه علوم تخصص إقتصاد دولي بعنوان: "تأثير الإستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي - دراسة مقارنة-" بهدف تحليل الإشكالية التالية: ما هو تأثير الإستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي؟ وللإجابة عن إشكالية البحث الرئيسية تم تقسيم البحث لخمسة فصول، تناول من خلال الفصل الأول الإطار النظري للإستثمار الأجنبي والتنمية السياحية، في حين خصص الفصل الثاني لإستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ومن خلال الفصل الثالث تطرق لواقع السياحة والإستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر، بينما خصص الفصل الرابع الواقع السياحي والإستثمارات الأجنبية في تونس والمغرب، وأخيرا من خلال الفصل الخامس قام الباحث بتقييم ومقارنة إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي.

وقد استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن للإجابة عن الإشكالية، وقد تمحور عن ذلك النتائج التالي ذكرها:

تباين الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة في بلدان المغرب العربي ويرجع ذلك التباين إلى درجة ومستوى إهتمام كل دولة بالقطاع السياحي فيها؛

باعتبار العامل الأمني من المحددات الرئيسية للنشاط السياحي كما أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل؛

عدم مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان السياحي لاسيما في جانب اليد العاملة حيث يلاحظ ضعف مستوى ونوعية التكوين؟

عدم فعالية السياسة الترويجية للقطاع السياحي في الجزائر.

4- دراسة الباحثة سهام بجاوية (جامعة أحمد بوقرة بومرداس، كلية العلوم الإقتصادية التجارية وعلوم التسيير، تخصص الإدارة التسويقية، 2015) أطروحة دكتوراه علوم في

العلوم الإقتصادية بعنوان "التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية دراسة إستراتيجية بشجرية تونس" بحدف تحليل الإشكالية التالية: ما مدى أهمية التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر؟

وقد حاولت الباحثة الإجابة عن الإشكالية الرئيسية من خلال تقسيم البحث إلى أربعة فصول: الفصل الأول تطرق المفاهيم عامة حول السياحة والتخطيط، بينما الفصل الثاني خصصته الباحثة لدراسة التعليط السياحي من منظور التنمية المستدامة، في حين تطرف الفصل الثالث لواقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر، وأخيرا من خلال الفصل الرابع ثم دراسة تحية تونس في السياحة، وقد إستخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي من خلال تشخيص القطاع السياحي الجزائري وإعطاء صورة واضحة عنه. وكان من أبرز نتائج البحث:

تطوير وتنوع المنتج السياحي بما يتناسب مع الطلب؛  
تطوير البناء المؤسسي للسياحة؛

دمج الأفراد في مشاريع التنمية السياحية؛

تحفيز الاستثمارات السياحية وتطوير منشآت الخادمت السياحية؛

تنمية الوعي السياحي المجتمعي.

5- دراسة الباحثة سباعي صارة بكلية الآداب والعلوم الإنسانية ( Université de

2012 Perpignan Via Domitia) أطروحة دكتوراه في علوم التسيير بعنوان:

### "l'industrie touristique dans le territoire marocain"

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الجانب النظري للسياحة، وكذا إيضاح السياسة السياحية المغربية بعد تبيان مكونات المقصد السياحي مع تشخيص لإستراتيجية القطاع بحثا عن الميزة التنافسية التي تصنع جاذبية السياحة المغربية، ومن ضمن اقتراحات الأطروحة تحليل وتشخيص فعالية الأعوان السياحيين بما فيهم الفنادق ووكالات السفر.

6- تقرير الوكالة الفرنسية للتطوير Agence Francaise de Developpement في

سبتمبر 2015 بعنوان: " La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du

### "tourisme

والذي تطرق لمكانة الصناعة السياحية ضمن الاقتصاد التونسي والتركيز على موقع السياحة التونسية في المنافسة المتوسطة ومن أهم الإقتراحات التي تناولها التقرير التركيز على السياحة الصحية كمنتج يمنح المقصد السياحي التونسي ميزة تنافسية في جنوب المتوسط باعتبار أن ميزة السياحة التونسية ظلت مرتبطة لزمن بعيد بإستراتيجية الأسعار المنخفضة.

وبغية الإلمام بجوانب الموضوع ومحاولة الوصول لدراسة شاملة تستوفي الشروط العلمية، إستعنا للنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، حيث تم إستخدام المنهج الوصفي لتقديم صورة واضحة عن الصناعة السياحية بالإعتماد على مجموعة من الكتب الأساسية وكذا البحوث والتقارير الرسمية الصادرة عن الهيئات الدولية المعنية بشؤون السياحة العالمية، كما تم الإعتماد على المنهج التحليلي المقارن من خلال تحليل المعطيات المتوفرة والصادرة عن الهيئات الرسمية في البلدان المغاربية الثلاث، وكذا الإستعانة بأدوات جمع البيانات من خلال المقابلات مع مسؤولي أعوان القطاع السياحي الجزائري.

وبغية الإلمام بجميع جوانب الموضوع وقصد الوصول لإجابة علمية للإشكالية الرئيسية للبحث تضمنت هيكلة الدراسة أربعة فصول موضحة كالآتي:

لا يتناول الفصل الأول "الإطار النظري للصناعة السياحية" من خلال التطرق لمختلف المفاهيم المتعلقة بالسياحة والسائح وخصائص المنتج السياحي، مع التركيز على مكونات الصناعة السياحية نظريا بما فيها الأسواق السياحية وعناصر التسويق السياحي، والإشارة للأثار المختلفة للصناعة السياحية بما فيها الإقتصادية والإجتماعية والبيئية وكذا الثقافية ومن خلال الفصل الثاني حاولنا التركيز على "مكانة الصناعة السياحية ضمن الإقتصاد العالمي" من خلال تبيان دورها وأهميتها كصناعة تصديرية والإشارة للمؤشرات الاقتصادية

الخاصة بالسياحة العالمية، وكذلك التطرق لأهمية السياحة ضمن تسمية الإقتصاد العربي وتبيان أهمية التنمية السياحية المستدامة؛

أما الفصل الثالث بعنوان " تجارب سياحية ناجحة بالمغرب العربي خصصناه لدراسة وتحليل التجربة السياحية بكل من تونس والمغرب من خلال عرض مختلف المؤشرات السياحية وكذا التطرق للإستراتيجيات السياحية المتبناة من طرف دول الجوار.

الفصل الرابع والأخير خصصناه لـ "مقومات التأسيس لصناعة سياحية بالجزائر في ظل مقارنتها بدول الجوار" حيث تطرقنا بالتفصيل الواقع السياحي بالجزائر مع تحليل المؤشرات الإقتصادية للقطاع وتقييم الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية SDAT2030 وفي الأخير قمنا بمقارنة القطاع السياحي بين الدول المغاربية الثلاث سواء من حيث المؤشرات الأساسية للإقتصاد السياحي أو من حيث الإستراتيجيات المتبناة.

### المطلب الثاني: تحليل الدراسات السابقة

من خلال عرضنا في المطلب السابق للدراسات السابقة المتشابهة بموضوع دراستنا حول تقييم الاداء السياحي فقد وجدنا التشابه بين الدراسة ودراستنا حيث نجد:

في دراسة الباحث عامر عيسائي التي تتناول موضوع الأهمية الإقتصادية للتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، فهذه الدراسة إلى تحديد مفهوم السياحة وآثارها المختلفة مع إبراز الدور المستقبلي للقطاع السياحي في تنويع قاعدة الإقتصاد الوطني ودراسة الإستراتيجيات السياحية بكل من تونس ومصر ومقارنتها مع الإستراتيجية السياحية بالجزائر.

وإلى جانب ذلك، فإن دراسة الباحثة عميش سميرة والتي تهدف تحليل الإشكالية التالية: ما هو دور إستراتيجية ودراسة الباحث بوراوي مساعد بهدف تحليل الإشكالية التالية: ما هو تأثير الإستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي؟ وللإجابة عن


إشكالية البحث الرئيسية تم تقسيم البحث لخمس فصول، تناول من خلال الفصل الأول الإطار النظري للإستثمار الأجنبي والتنمية السياحية، في حين خصص الفصل الثاني لإستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ومن خلال الفصل الثالث تطرق لواقع السياحة والإستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر، بينما حصص الفصل الرابع الواقع السياحة والإستثمارات الأجنبية في تونس والمغرب، وأخيرا من خلال الفصل الخامس قام الباحث بتقييم ومقارنة إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

ثم دراسة الباحثة سهام بجاوية وقد حاولت الباحثة الإجابة عن الإشكالية الرئيسية من خلال تقسيم البحث إلى أربعة فصول: الفصل الأول تطرق المفاهيم عامة حول السياحة والتخطيط، بينما الفصل الثاني خصصته الباحثة لدراسة التعليط السياحي من منظور التنمية المستدامة، في حين تطرف الفصل الثالث لواقع وآفاق القطاع السياحي في الجزائر، وأخيرا من خلال الفصل الرابع ثم دراسة تقرير الوكالة الفرنسية للتطوير والذي تطرق لمكانة الصناعة السياحية ضمن الاقتصاد التونسي والتركيز على موقع السياحة التونسية في المنافسة المتوسطة ومن أهم الإقتراحات التي تناولها التقرير التركيز على السياحة الصحية كمنتج يمنح المقصد السياحي التونسي ميزة تنافسية في جنوب المتوسط باعتبار أن ميزة السياحة التونسية ظلت مرتبطة لزمان بعيد بإستراتيجية الأسعار المنخفضة.

## خلاصة الفصل:

يتبين لنا من خلال ما تقدم، أن السياحة ظاهرة إنسانية ونشاط إقتصادي - إجتماعي يمثل قوى فاعلة ومؤثرة في حياة المجتمعات، حيث أنها أصبحت تحتل حيزا لا يستهان به في حياة الأفراد والدولة ككل على حد سواء، وهي مثل أي نشاط إقتصادي وإنساني آخر لها آثارها ونتائجها الإيجابية والسلبية، لذلك كانت الحاجة ماسة وملحة لتخطيط وتفعيل هذا القطاع من أجل ضمان تحقيق أقصى منفعة ممكنة منه.

والسياحة لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بنيان وأداء الإقتصاد الوطني، ويمكن النظر إليها على أنها نشاط ديناميكي ذو تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الأنشطة الإقتصادية في الدولة وخارجها، فهي تتأثر وتتؤثر على نشاط الإنتاج، الإستهلاك، الرحلات، الإتصالات، الموانئ، الفنادق، البنوك، عمليات التجارة الداخلية والخارجية... الخ. بالإضافة إلى أن توزيع المشاريع السياحية على المناطق السياحية المختلفة يعمل على تطويرها وتحسين مستويات المعيشة فيها.



**الفصل الثاني:**  
**الجانب التطبيقي للدراسة**

**تمهيد:**

عانت الجزائر في العشرية الأخيرة من القرن الماضي من الوضع الأمني المتدهور وما نتج عنه من الآثار الاقتصادية والاجتماعية أثرت سلبا على نموها في جميع القطاعات بما فيها القطاع السياحي، هذا الأخير وبالرغم من تحسن الوضع الأمني وعودة الاستقرار بكامل التراب الجزائري بداية هذا القرن؛ إلا أن تداعيات هذه الآثار على صورة الوجهة السياحية خلفت آثارا سلبية كبيرة يصعب محوها على المدى القصير؛ مما أدى إلى تدرج الجزائر للمراتب الأخيرة في المؤشرات السياحية العالمية، ومن أجل تدارك هذا الوضع قامت الحكومة الجزائرية بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030؛ والذي تم تمديده الى 2030 في محاولة منها لتحقيق سبل التنمية السياحية على المديين المتوسط والطويل، ومن خلال هذا الفصل سنحاول القيام بتقديم عام لقطاع السياحة بالجزائر من خلال المبحث الأول ومن ثما تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 في المبحث الثاني، وفي المبحث الثالث سنقوم بتقييم أداء القطاع السياحي ومساهمته في التنمية السياحية من خلال تحليل بعض المؤشرات المتعلقة بالسياحة في الجزائر.

## المبحث الأول: تقديم عام لقطاع السياحة

تزخر الجزائر بإمكانيات سياحية عظيمة وتنوع كبير في المناخ، فهي بمثابة قارة في دولة، وفيما يلي ابراز لمقوماتها:

**المطلب الأول: الامكانيات الطبيعية وامكانيات الاستغلال للسياحة في الجزائر**

### اولا: الموقع الجغرافي والمناخ

تقع الجزائر شمال القارة الافريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الاقصى وموريتانيا ومن الجنوب نيجر ومالي، وتتربع الجزائر على مساحة تقدر بـ 2381741 ان هذه المساحة تتراوح في المسافات من الشمال الى الجنوب ومن الشرق الى الغرب 2000 و1500 تجعل من الجزائر اوسع بلد إفريقي ويبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر 38.7 مليون نسمة وهذا في آخر تقرير كشف عنه الديوان الوطني،<sup>1</sup> وتتميز والجزائر من شمالها الى جنوبها بثلاث أنواع من المناخ؛<sup>2</sup>

1- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق الى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أفريل وتقارب 18 درجة اما في شهر جويلية فتصل إلى أكثر من 30 درجة ويكون الجو حار ورطبا.

2- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب يتميز بموسم طويل وبارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا الي 5 درجات أو اقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فنتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.

<sup>1</sup> خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 01، ص 216.

<sup>2</sup> عيسى مرازقة، ترقية أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، مارس 2012، ص ص 8-9.

3- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة إلى أكثر من 40 درجة أحيانا، أما باقي الأشهر فيتميز بمناخ متوسطي ودافئ هذا ما يساعد نشاط السياح في الشتاء.

### ثانيا: الحظائر السياحية الوطنية

تمتلك الجزائر عديد من الحظائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي كالتالي<sup>1</sup>:

1- الحظيرة الوطنية للقالبة 78000 هكتار تقع شمال الجزائر بمحاذاة مع البحر الأبيض المتوسط تضم ثلاث شواطئ وثلاث محميات وخمسين نوعا للطيور وأنواع كثيرة من الحيوانات الأخر.

2- حظيرة جرجرة 50018 هكتار وتقع في قلب الأطلس التلي تبعد 50 عن الجزائر العاصمة تستقر فيها الثلوج لمدة ثلاثة أشهر ديسمبر، جانفي، فيفري.

3- حظيرة غابات الأرز ثنية الحد 6163 هكتار تبعد بـ3 كلم عن مدينة ثنية الحد وتقع إلى حافة سلسلة الونشريسي في الأطلس التلي.

4- حظيرة الطاسيلي 100 هكتار وتشمل الطابع الأثري والايكولوجي تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية، وهي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982.

5- الحظيرة الوطنية للهقار التي أنشئت عام 1987 والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو، وهي تضم هضبتي التاهات والاتاكور، الحظيرة النباتية والحظيرة الحيوانية بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12000 سنة.

<sup>1</sup> محمد وزاني، مرجع سبق ذكره، ص ص 118-121.

وهناك مجموعة من الحظائر الوطنية:

أ- حظيرة البلازما 609 هكتار بباتنة وتأزا بجيجل وقورارة.

ب- رياض الفتح وتتكون من مناطق متعددة مثل مقام الشهيد وغابة الاركاد.

ج- حديقة التسلية بين عكنون 304 هكتار تشمل علي منطقة نباتية وحيوانية منها الأنواع المحلية والإفريقية.

د- حديقة التسلية بينام تقع شمال غرب الجزائر العاصمة وتحتل مساحة 500 هكتار فيها نشاطات رياضية متنوعة.

### ثالثا: الإمكانات التاريخية والحضرية<sup>1</sup>

تعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقعه الأثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت علي الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت آثار ثقافية واجتماعية متنوعة في الوسط الاجتماعي من بينها الحضارة الرومانية البربرية والعربية الإسلامية، والتي تعكس غني هذا الإرث الثمين.

واهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر موقع الطاسيلي الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ويعود تاريخ هذا الموقع إلى 6000 سنة قبل الميلاد وتجلي عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة.

<sup>1</sup> محمد وزاني، مرجع سبق ذكره، ص ص 118-121.

وأيضاً هناك حي القصبة العريق في الجزائر العاصمة سجل كتراث عالمي سنة 1992 والتي شيدها العثمانيين في القرن السادس عشر، تمثل احد أجمل وأروع المعالم الأثرية في البحر الأبيض المتوسط وتطل علي جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين.

وكذلك واد ميزاب بغرداية سجل كتراث عالمي سنة 1982 الذي يعود بناءه إلي القرن العاشر ميلادي وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية إذ يحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي.

إضافة إلى موقع تيمقاد بباتنة الذي كان يعرف باسم ثاموقاديو يؤكد علي بعد 37 من مدينة باتنة علي طريق روماني يصل مدينتي لامبارد وتبسة.

كما تعتبر قلعة بني حمّاد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر فهي تتوفر علي آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة ، علي آثار إسلامية وآثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم في بجاية وسجل في التراث العالمي سنة 1980.

ويوجد بسطيف موقع جميلة الذي كان يعرف قديما باسم كويكول وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية ويتشابه تصميم هذه المدينة مع نظيره لمدينة تيمقاد وسجل في التراث العالمي سنة 1982.

اما الجزائر العاصمة فهي تتوفر علي العديد من المعالم التاريخية التي تشهد تاريخ هذه المنطقة، ومن اهم مواقع هذه المنطقة دار عزيزة وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر وثمة مسجد كتشاوة الذي تم بناءه في عهد الباي لأرباي التركي في العاصمة.

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي الجزائري رصيذا هاما من المتاحف:

- متحف سيرتا بقسنطينة ويعتبر من اقدم المتاحف في الجزائر جاءت فكرت إنشاءه لجمع الحفريات التي وجدت في قسنطينة والشرق ككل سنة 1852 م.
- متحف بارود بالعاصمة وتعرض به حفريات عن أصل الشعوب اثنوغرافيا وتعود لعصور مقابل التاريخ اضافة الى قطع اثرية أفريقية
- المتحف الوطني زبانة يوجد بمدينة وهران يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب
- المتحف الوطني للجهاد يوجد بالجزائر العاصمة تتمثل معروضاته في اثار عن الثورة التحريرية
- المتحف الوطني للفنون الجميلة يوجد بالحامة الجزائر العاصمة تعرض به ألوان من الفن العصري، كالرسم، التصوير، النحت، والنقش.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية يوجد بالقصبة الجزائر العاصمة يضم هذا المتحف عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد، وفنون الشعبية.
- متحف تيمقاد يوجد بمدينة تيمقاد باتنة يضم قطعاً من الفسيفساء و آثار قديمة منها النقود، أسلحة قديمة للشعوب وتماثيل
- متحف هيون يوجد بمدينة عنابة يحتوي علي اثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية الي جانب هذا التراث الثقافي الحضاري للجزائر فانه تتوفر علي تراث شعبي، يتمثل في إرث من العادات والتقاليد والأعياد المحلية ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية، مثل زراعة الزرابي التي تشتهر بها بعض المناطق مثل ،الجلفة غرداية،

الأوراس، وصناعة النحاس في قسنطينة، وصناعة الفخار في منطقة القبائل ويليهم التونسيون بإجمالي

#### رابعاً: إمكانيات الاستغلال

من خلال ما سبق قمنا بإبراز اهم الموارد السياحية في الجزائر وقد تبين لنا مدى كثرة وتنوع هذه الموارد فانه يلزم توفر الإمكانيات المتمثلة في خدمات النقل والاتصالات وقدرات الاستقبال.

**1. خدمات النقل:** ان التطور الحاصل في وسائل النقل بمختلف أنواعه ساهم في ترقية السياحة بالنسبة للجزائر ورغم الجهود المبذولة والتي مازالت تبذل في تحسين شبكة المواصلات الا انها تبقى غير كافية وهذا نظرا لكبر مساحة الجزائر ويمكن تصنيف وسائل النقل المستعملة في السياحة الي أربعة انواع هي:

**أ. النقل البري:** يقدر طول الطرقات البرية بالجزائر 100000 كلم، ورق وطنية ولاية وطرق ثانوية.

**ب. النقل البحري:** يتواجد على طول الساحل الجزائري 13 ميناء متعدد الاختصاصات بالإضافة إلى عدد كبير من الموانئ المخصص للصيد والترفيه السائح.

**ج. النقل الجوي:** يعتبر اهم وسيلة نقل في تنشيط الحركة السياحية الدولية نحو الجزائر، ويتواجد بالجزائر 31 مطار موزعة عبر كامل التراب الوطني ويتواجد منها 13مطار دولي.

**د. النقل بالسكك الحديدية:** يبلغ طول شبكة السكك الحديدية بالجزائر 4200 كيلومتر مزودة بي 200 محطة وهي تتركز بشمال البلاد وهي تتكون من 1435 كيلو متر سكة عادية و1055 سكة ضيقة و305كلم سكة مزدوجة و299 كلم كهربائية.

2. قدرات الاستقبال ورثت الجزائر مباشرة بعد الاستقلال طاقات إيواء تقدر ب 5922 سرير موزعة حسب نوعية المنتج ويمكن تلخيصها في الجدول التالي ومن خلال الجدول نلاحظ بأن الاستثمارات خصصت لإنجاز وحدات من النوع الشاطئ ومن النوع الحضاري وقد ارتفعت لتبلغ 81000 سرير نهاية السنة.

### المطلب الثاني: انواع السياحة في الجزائر

تتصف الجزائر من جنوبها الى شملها ومن شرقها إلى غربها بطاقات سياحية كبيرة ومتنوعة ومتميزة وتصنف السياحة الجزائرية الى عدة أنواع مختلفة من أهمها<sup>1</sup>:

#### أولاً: السياحة الساحلية

يقدر طول الشريط الساحلي الجزائري المطل على البحر الأبيض المتوسط بـ 200 كيلومتر حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية كما يحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكثبان رملية ومناطق ساحلية قرب الغابات تمتد من الشرق الى الغرب وتحتوي الجهة الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان بالإضافة إلى حظيرة قورايا التي تتوفر على مناظر رائعة وحظيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحظيرة الوطنية للشناوة، إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر جليس وجزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة، وقد استفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية بمياه البحر.

#### ثانياً: السياحة الصحراوية

تبلغ مساحة المناطق الصحراوية بالجزائر حوالي 2.000.000 كيلومتر موزعة علي 5 مناطق كبرى في الجنوب هي تندوف وإدرار تمنراست إليزي واد ميزاب وهذه

<sup>1</sup> دليلة طالب، عبد الكريم الوهراني، السياحة احد محددات التنمية المستدامة، مداخلة في الملتقى الدولي الثاني حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، ورقلة 22-22 نوفمبر 2011. ص 581.

المناطق تملك. مواقع ومناظر رائعة الاكتشاف لذا أصبحت السياحة الصحراوية تكتسي أهمية بالغة وتميز العشر السنوات الأخيرة بتزايد عدد السياح المتجهين نحو الجنوب للاستمتاع بالسياحة الصحراوية خاصة في شهر جانفي وأفريل تكون السياحة هناك بقوى

### ثالثا: السياحة الحموية

هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى وتمارس من اجل الشفاء التام اوالتخفيف من الالم والأوجاع وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة اساسية للعلاج عن طريق الاستحمام او الشرب ، وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع يتم إحصاؤها علي المستوى الوطني وهذه المنابع وهي مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية وصنفت هذه الحمامات كما يلي:

-136 منبع طبيعي: معدني ذو بعد محلي.

- 55 منبع .طبيعي :معدني ذو بعد جهوي.

-11 منبع طبيعية :معدني ذو بعد وطني.

### رابعا. السياحة التراثية:

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور كالحضارة الفينيقية ثم حكم قرطاج ثم احتلها الرومان تم بداية العصر العربي والإسلامي هذا التاريخ والحضارات المتعاقبة ظلت اثار مختلفة من مسارح مدن قديمة مثل تيمقاد تيبازة الجميلة قالمة قصور إدرار في الجنوب نجد الطاسيلي والهقار.

- السياحة المناخية تتمتع الجزائر بتنوع ميزاتها المناخية الامر الذي ساعدها علي تنوع

خدماتها السياحية وعموما نميز وجود ثلاث اناع من المناخ

- المناخ المتوسطي شمالا.

-المناخ الشبه الجاف بالنسبة للمرتفعات والهضاب العليا.

-المناخ الجاف الصحراوي جنوبا.

يستفاد من السياحة المناخية في بعض الاحيان العلاج عن طريق المناخ وذلك مثال بعض الامراض التي تعالج في الجبال والبعض الاخر قرب البحار، ونوع في الصحراء حيث عادة ما يكون للسياحة الجبلية الا في بعض الجبال التي يكون لها فصل سياعي شتوي من اجل التزلج وفصل صيفي للراحة والترفيه في حين تتم السياحة المائية بالقرب في الانهار والبحار والبحيرات السياحية اضافة الي السياحة القراوية، حيث يفضل عدد كبير من السياح الاقامة في القرى لأنها توفر لهم الهدوء والسكينة والطبيعة الجميلة

### المبحث الثاني: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الاستراتيجية الجديدة والكفيلة للسياحة الجزائرية، حيث تعتمد الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، وجعله في مص القطاعات الاخرى.

المطلب الأول: مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية.

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الاطار الاستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر، والذي يعلن عن نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الافاق، على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، المدى الطويل 2030، في اطار التنمية المستدامة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>الموقع الالكتروني: [WWW.MTA.GOV.DZ](http://WWW.MTA.GOV.DZ) وزارة السياحة والصناعات التقليدية وتهيئة الاقليم.

## اولا: تعريف المخطط التوجيهي للتنمية السياحية

يعتبر هذا المخطط التوجيهي جزء من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية، الذي تقرر اعداده وتحديد معالمه بالقانون 01-02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الاقليم والتنمية المستدامة، ويتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2025SDAT من ستة مجلدات، هي<sup>1</sup>:

- 1- تشخيص السياحة الجزائرية.
- 2- الحركيات الخمس وبرامج العمل السياحي ذات الاولوية، المخطط الاستراتيجي.
- 3- اقطاب الامتياز السياحية POT وقرى الامتياز السياحية VOT
- 4- تنفيذ المخطط التوجيهي للتنمية السياحية.
- 5- المشاريع السياحية ذات الاولوية.
- 6- خلاصة عامة للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية.

## ثانيا: مضمون المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية SDAT

تسعي الدولة من خلال المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية الي تحقيق تجسيد ثلاثة محاور كبرى وهي

- تحقيق العدالة الاجتماعية.
- تحقيق الفعالية الاقتصادية.
- القيام بعملية الدعم الايكولوجي.

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, livre01, le diagnostique audit, janvier 2008, p p 4-5.

وسيتم تجسيد هذه المحاور في اطار التنمية المستدامة وتشمل كل مناطق الوطن خلال العشرين سنة القادمة.

يهدف المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية الي الانجاز العملي بالخطوط الخمسة الرئيسية والتي تتمثل في مجموعة من البرامج لتهيئة الاقليم كما يلي<sup>1</sup>:

**1. الخط التوجيهي الأول:** ويهدف الى اقليم مستدام، وذلك من خلال خمسة برامج للعمل الاقليمي وهي:

- برنامج عمل اقليمي اول: يهدف الي ديمومة المورد المائي.
- برنامج عمل اقليمي ثاني: يهدف الى المحافظة على التربة.
- برنامج عمل اقليمي ثالث: ويخص الانظمة البيئية.
- برنامج عمل اقليمي رابع: خاص بالمخاطر الكبرى.
- برنامج عمل اقليمي خامس: يهدف الي حماية التراث الثقافي.

**2. الخط التوجيهي الثاني:** ويهدف الى خلق حركية اعادة التوازن الاقليمي من خلال:

- برنامج عمل اقليمي سادس: فرملة التوسع نحو الساحل وتوازنه.
- برنامج عمل اقليمي سابع: خيار الهضاب العليا.
- برنامج عمل اقليمي ثامن: خيار تنمية الجنوب.
- برنامج عمل اقليمي تاسع: اعادة الموقعة الصناعية والادارية .

<sup>1</sup> عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025، مجلة معارف، العدد 12، جوان 2002، ص 142.

- برنامج عمل اقليمي عاشر: نظام حضري متسلسل وممفصل.

### 3. الخط التوجيهي الثالث:

ويهدف الى ضمان جاذبية وتنافسية الاقاليم من خلال:

- برنامج عمل اقليمي حادي عشر: عصرنة وتشبيك هياكل الاشغال العمومية، النقل، الامدادات والاتصالات.

- برنامج عمل اقليمي ثاني عشر: نحو عواصم المدن.

- برنامج عمل اقليمي ثالث عشر: اقطاب التنافسية والامتياز.

- برنامج عمل اقليمي رابع عشر: الفضاءات الجديدة.

- برنامج عمل اقليمي خامس عشر: التنمية المحلية.

- برنامج عمل اقليمي سادس عشر: الانفتاح الدولي للاقاليم.

### 4. الخط التوجيهي الرابع: تحقيق العدالة الاقليمية من خلال:

-برنامج عمل اقليمي ثامن عشر: التجديد الحضري وسياسة المدينة.

-برنامج عمل اقليمي تاسع عشر: التجديد الريفي.

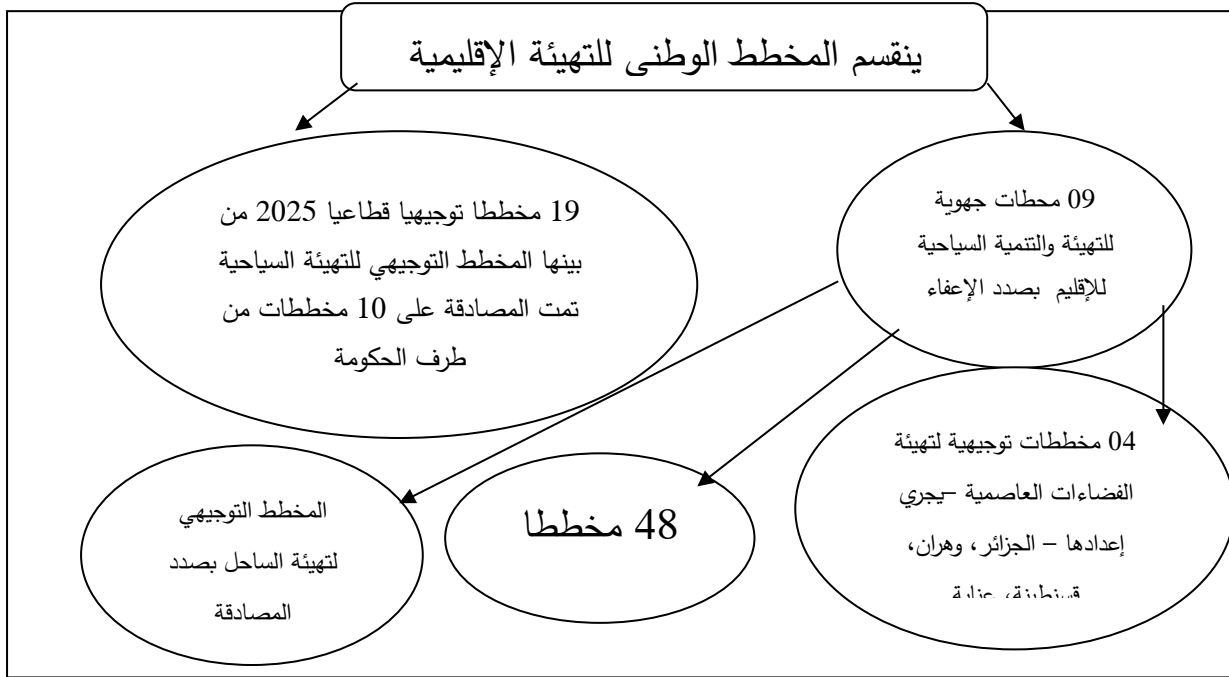
-برنامج عمل اقليمي العشرون: استدراك وتأهيل المناطق ذات العوائق.

### 5. الخط التوجيهي الخامس:

ضمان حكم اقليمي راشد يندرج هذا الخط التوجيهي في اطار المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية افاق 2030، وذلك من منطلق الشراكة بالإضافة الي وظائف التحكم والضبط حيث تضطلع الدولة بسياسات عمومية قوية، قادرة علي ضمان مستوي عالي من

التضامن الفضائي والاقليمي ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزء من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية كما يوضح المخطط التالي:

الشكل رقم 1: مكانة المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية.



Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 12.

يتضح من خلال الشكل ان المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية ينقسم من جهة الى:

\* 9 مخططات جهوية للتهيئة والتنمية المستدامة للإقليم sdat من بينها:

\* 4 مخططات توجيهية لتهيئة الفضاءات العاصمية وهي مراكز في اربع ولايات ساحلية

بالدرجة الاولى: الجزائر، وهران، قسنطينة، وعنابة.

\* 48 مخططا لتهيئة الولاية وهي بصدد الانطلاق فيها.

\* المخطط التوجيهي لتهيئة الساحل وهي بصدد المصادقة عليها.

\* 19 مخططا توجيهيا قطاعيا من جهة اخرى ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من بين هذه المخططات والتي تم المصادقة عليها من قبل الحكومة ودخلت حيز التنفيذ.

**المطلب الثاني: الاطار الاستراتيجي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر**  
يتضمن الاطار الاستراتيجي لهذا المخطط الاهداف الواجب تحقيقها من حجم استثمارات مادية ومالية للوصول الي استعاب عدد السياح المخطط الوصول له.

### اولا: الاهداف الخمسة للمخطط<sup>1</sup>

يهدف هذا المخطط الى تحقيق الاهداف الخمسة التالية:

1. جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي وذلك من خلال:

أ. ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات؛

ب. تنظيم العرض السياحي بتجاه السوق الوطنية؛

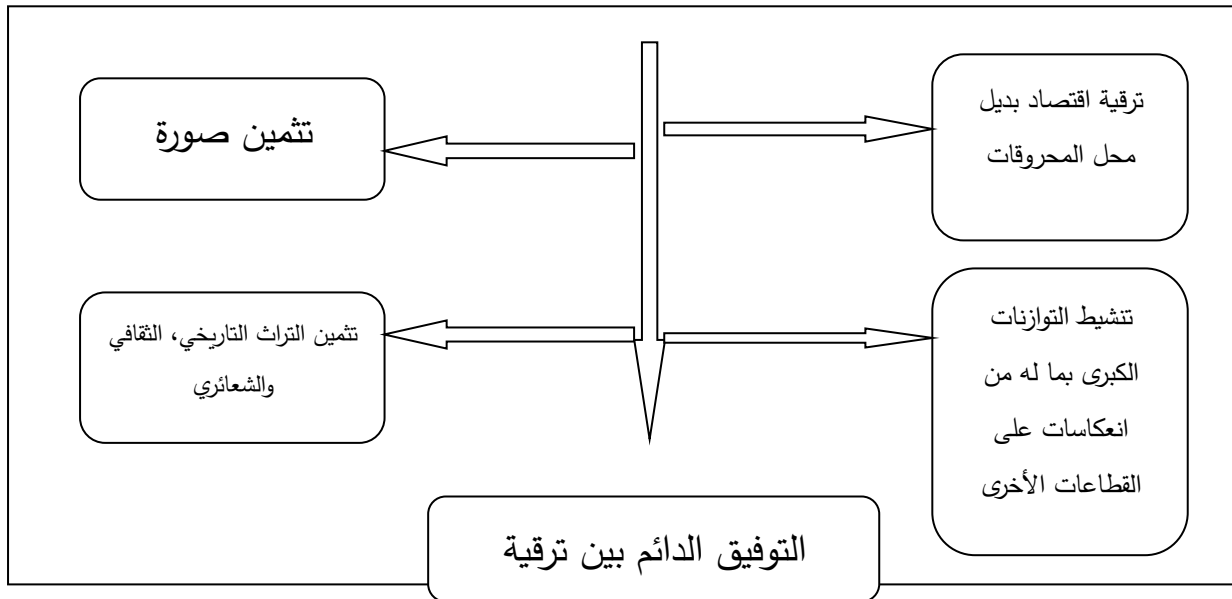
ج. اعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دولي وجعلها امتياز ومنازة في حوض البحر الابيض المتوسط قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة اساسية في الاقتصاد العام للبلاد؛

د. المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى الميزان التجاري، وميزان المدفوعات، توازنات الميزانية؛

2. الدفع بواسطة الاثر العكسي على القطاعات الاخرى الفلاحة، البناء، والاشغال العمومية الصناعة، والصناعة التقليدية، والخدمات من خلال:

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 22.

- أ. النظر الي السياحة في اطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل - النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي والتكوين- تأخذ في عين الاعتبار منطوق جميع المتعاملين العموميين والخواص - الجزائريين وايضا الاجانب.
- ب. الانسجام مع القطاعات الاخرى واحداث حركية شاملة على مستوى الاقليم الوطني في اطار المخطط الوطني لتهيئة الاقليم.
3. التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة، ويتعلق الامر بإدماج مفهوم الديمومة في مجال حلقة التنمية السياحية - اقتران الاجتماعي بالاقتصادي والبيئة.
4. تامين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري.
5. التحسين الدائم لصورة الجزائر: حيث يرمي هذا البرنامج الى احداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون في السوق الجزائرية ضمن آفاق الجعل منها سوقا هاما وليس ثانويا.
- بما في ذلك مجموعة المواد والطاقات المتاحة التي تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين.
- الشكل رقم 2: الاهداف الخمسة للمخطط التوجيهي لتهيئة الاقليم 2030.



Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 24.

### ثالثا: خطة الاعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يفرض المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2025 تعريف الاهداف المادية وصيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك - عدد الاسرة، عدد السياح، المداخل، العمال الواجب تكوينهم....-، وبصيغة أخرى يتعلق الامر بتحديد خطة الاعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، يرمي هذا المخطط ايضا الى ضمان الانطلاق السريع للسياحة الجزائرية اذ يركز على مخطط الاعمال بأهداف مادية ونقدية ترمي الى تلبية الطلب الدولي والطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائحا في آفاق 2025.

#### 1. الاهداف المادية للمرحلة الأولى 2008-2015:

ان هدف الجزائر في آفاق 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، وباحترام نفس نسب الدول المجاورة كتونس التي تستقبل على سبيل المثال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك اليوم 220.000 سرير تجاري، ومنه فالجزائر تحتاج الى 750.000 سرير من نوع جيد.

اما هدف الاقطاب ذات الاولوية فهو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي حوالي 40.000 منصب شغل- بشكل مباشر وغير مباشر - و91.600 مقعد بيداغوجي للتكوين السياحي.

#### 2. الاهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008-2015:

يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار امريكي، ويمكن تقدير الاستثمار الاجمالي العمومي والخاص، المادي وغير المادي - الهياكل الطبيعية والاتصالات...- بـ 60.000 دولار امريكي، لكل سرير يوضع بكل الترتيبات منها 55.000 دولار امريكي من الاستثمارات مادية و5000 دولار امريكي في

استثمارات غير مادية. ومن اجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الاقطاب السياحية السبعة للامتياز، يتوقع ان يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار دولار على مدى 7 سنوات لآفاق 2015، أي 350 مليون دولار سنويا، وبالنسبة لأقطاب الامتياز يمكن تصور جهدا اضافيا بمبلغ 1 مليار دولار لكل البلاد يمكن توظيفه لازالة العجز البنيوي الحالي. اما بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي فالنسبة الاعتبارية المقدرة له هي 15 في المائة بما فيها المادي وغير المادي لهذا يجب على السلطات العمومية التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى السبع سنوات أي حوالي 54 مليون دولار امريكي للسنة، والجدول الموالي يوضح بيان خطة الاعمال بالأرقام:

الجدول رقم 1: بيان خطة الاعمال بالأرقام.

السنة	2007	2015	مضروب في
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون	في 1.47
عدد الاسرة	84.869 يعاد تاهيلها	75.000 سرير فخم	1.8 ضرب 159.869
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 في المائة	3 بالمائة مقدرة	في 1.3
ايرادات - مليون دولار -	2.5 مليون	1500 الى 2000	7 ضرب 9
مناصب الشغل	200.000	400.000 مباشر وغير مباشر	ضرب 2
التكوين بالمقاعد البيداغوجية	51.200	91.600	142.800

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 18.

نلاحظ من الجدول ان اهتمام السلطات العمومية في الجزائر كان كبيرا بالتكوين من خلال عدد المقاعد البيداغوجية المقرر الوصول لها حوالي 142.800 مقعد زناصب الشغل التي من المتوقع ان يحدثها القطاع وهي حوالي 400.000 منصب عمل مباشر او غير مباشر، اما من حيث الايرادات المتوقع الحصول عليها من جراء هذه السياسة التنموية فمن المتوقع ان تتضاعف ب 7 الى 9 مرات فترتفع من 2.5 مليون دولار في سنة 2007 الى ما يتجاوز 1500 مليون دولار.

### 3. المشاريع ذات الاولوية في هذه المرحلة:

لقد تم تحديد المشاريع ذات الاولوية في اطار م ت ت س 2025 فيم ايلي:

- فنادق السلسلة: عدد الاسرة من كل الانواع يقدر ب 29.386 سرير.
- ثلاثة وعشرون قرية سياحية متميزة وارضيات جديدة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والوطني.
- خمس حظائر بيئية وسياحية. وثلاثة مراكز للعلاج والصحة والرفاهية.
- انطلاق 80 مشروعا سياحيا في 7 اقطاب سياحية بامتياز: 5986 سرير و8000 منصب شغل في الافق موزعة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 2: توزيع المشاريع السياحية حسب الاقطاب السياحية للامتياز.

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

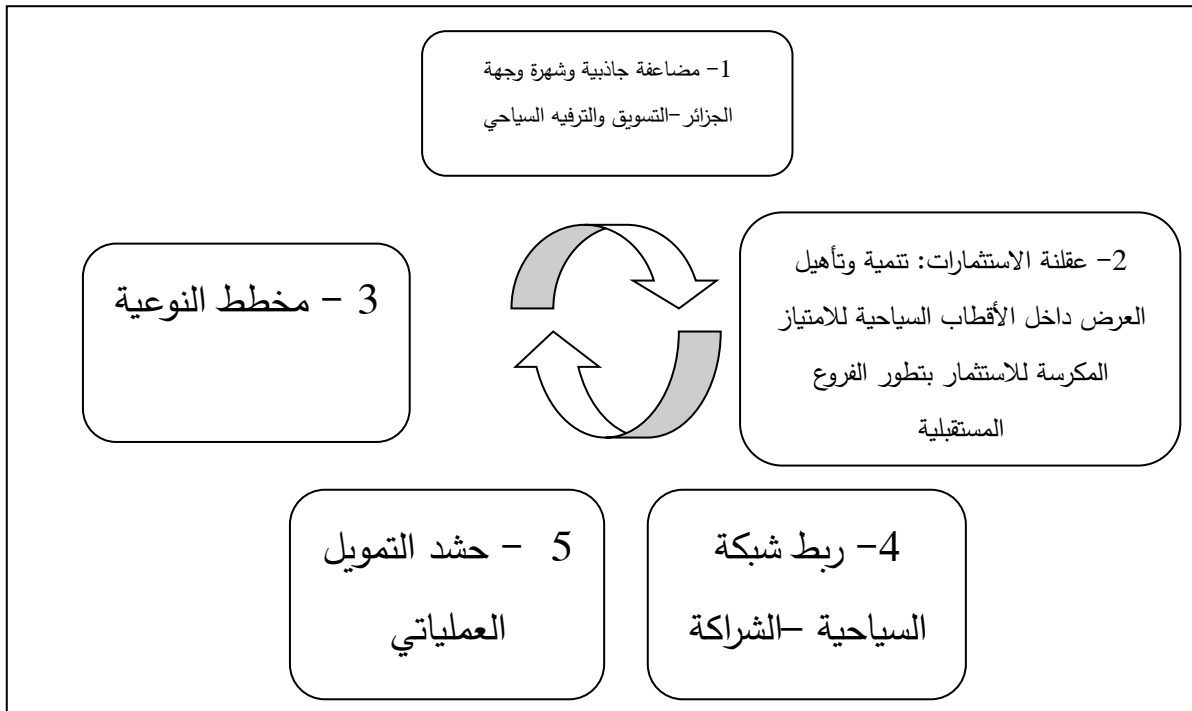
Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 19.

من هذا الجدول نلاحظ مدى اهتمام الجزائر بالتنمية السياحية والانطلاق فيها من الشمال حيث نسجل من اصل 80 مشروعا استثماريا حوالي 73 منها مرتكزة في الشمال الجزائري خاصة للوسط الذي استفاد من 32 مشروع نظرا للطلب المتزايد على المنتجات السياحية لهذه المنطقة، في حين وان التنمية في الغرب تكون اقل بحوالي 18 مشروعا والشرق ب 23 مشروعا، اما الجنوب فبالرغم من شساعة مساحته وغناه بالمواقع السياحية والمصنفة كتراث عالمي فلم يعطى الاهمية اللازمة لجعلها قائدا للتنمية السياحية في الجزائر وهذا يظهر من خلال عدد المشاريع المسطرة والتي لم تتجاوز السبعة في كل الاقطاب السياحية الاربعة.

### المطلب الثالث: الحركات الخمس للتفعيل السياحي في الجزائر

يقصد بالحركات الخمس الاسس والمبادئ والتي يجب ان يقوم عليها التفعيل السياحي في الجزائر وهي موضحة في الشكل التالي:

#### الشكل رقم 3: الحركات الخمس للتفعيل السياحي.



Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 21.

#### أولاً: استراتيجية مخطط الجزائر الوجيهة<sup>1</sup>

على غرار الدول السياحية الكبرى في العالم، يتوجب على السياحة الجزائرية ان تكون ممثلة في المواقع الرئيسية الموفدة للزبائن من جهة، وجمع واحداث توازن بين كل الطاقات الاجتماعية والمهنية على اساس استراتيجية تسويق خطة عمل من جهة اخرى، حيث عاني الجزائر اليوم من بعض الذهنيات السلبية فيما يتعلق بصورتها كصور الفوضى وانعدام الامن

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 32.

والانغلاق بسبب غياب الاشهار السياحي لديها لهذا فان ترقية هذه الصورة مسالة اساسية للوصول الى وجهة سياحية كاملة وزيادة شهرة الجزائر واعطاءها صورة جذابة.

### ثانيا: الحركية الثانية؛ الاقطاب السياحية للامتياز

ترمي هذه الحركية الى ابراز الاقطاب السياحية المهمة المعترف بها كنماذج من قبل السوق السياحي الدوليين والتي تساهم بطريقة فعالة في صناعة الصورة السياحية في الجزائر، حيث يقصد بالقطب السياحي للامتياز تلك الرقعة الجغرافية المزودة بتجهيزات الاقامة، التسلية والانشطة السياحية التي تستجيب لطلب السوق وتتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الاشعاع على المستوى الوطني والدولي وهو متعدد الابعاد يدمج المنطق الاجتماعي - الاحتياجات الاولية للسكان - مع الثقافي والاقليمي - خاصيات الاولية للسكان - ومع المنطق التجاري بالاخذ بالاعتبار التوقعات ومتطلبات السوق، كما يمكن ان تدمج منطقة او عدة مناطق للتوسع السياحي، اذ يركز على موضوع رئيسي-السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية والصحية.

### ثالثا: الحركية الثالثة؛ مخطط نوعية السياحة

اصبحت نوعية السياحة اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبرى، لهذا تبنت الجزائر مخطط السياحة فيها على هذا المفهوم يهدف تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، فهو يركز على التكوين وتعليم الامتياز، كما يدرج تكنولوجيات الاعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في الجزائر، وتهدف هذه الحركية الى:

1. اطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لماركة موحدة \*النوعية السياحية\* وهي حصيلة كل مسعى نوعي.

2. التوقع ضمن منظر تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر والخارج.

3. بعث ديناميكية تقويم وترقية الوجهة السياحية للجزائر.

4. احتلال موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.

رابعا: الحركة الرابعة؛ مخطط الشراكة العمومية الخاصة

تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الاقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما انها تسهر على النظام العام والامن، تدير المتاحف والاماكن التاريخية، وتصور الصورة الرفيعة للبلاد والمواقع بواسطة سياسات وعمليات الاتصال.

اما القطاع الخاص فيضمن اساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، اذ يثمن ويسوق الاملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه، فهو يحتاج الى حرية كبيرة لمباشرة الانتاج وتسويق الخدمات داخل البلدان الموفدة، اضافة الى اطار تنظيمي مشجع وتشريع ضريبي واجتماعي مكيف مع طبيعة نشاطه، وبالتالي تجد الممارسة السياحية مهما كان نوعها حيزها الارض وهي مرتبطة بشكل وثيق بتنظيم هذا الاقليم.

خامسا: الحركة الخامسة؛ مخطط تمويل السياحة

بحكم ان السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء فان عملية تحسين الربح الداخلي لها تتطلب ايجاد دعم ومرافقة من الدولة في العمليات الخمس، وهذا هو دور مخطط التمويل:

1. حماية ومرافقة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

2. السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان.

3. جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والاجانب.
4. تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة باللجوء الى الحوافز الضريبية.
5. تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية وبخاصة الاستثمار في اطار بنك الاستثمار.

#### المطلب الرابع: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية -المخطط العملي-

يتم الشروع في تفعيل الاثر السياحي بدفع المشاريع ذات الاولوية في المخطط الاستراتيجي من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

\* الاستثمارات السياحية الوطنية.

\* فنادق الشبكة: عدد الاسرة بجميع انواعها: 29.386 سرير.

\* القرى السياحية للامتياز والارضيات الجديدة المتكاملة والمخصصة للتوسع السياحي.

والجدول التالي يوضح قدرة الايواء الفندقية المسطر في هذا البرنامج:

#### الجدول رقم 3: توقع قدرة الايواء الفندقية في الاقطاب السياحية للامتياز 2010-2020.

القطب السياحي للامتياز	عدد الاسرة بالفنادق	عدد القرى السياحية	اجمالي عدد الاسرة
شمال وسط	9.295	11	39.848
شمال شرق	5.965	3	7.378
شمال غرب	10.146	40	6.852
جنوب شرق الواحات	2.092	1	92
جنوب غرب توات قرارة	1.513	/	/
الجنوب الكبير اهقار	150	/	/
اجمالي الاسرة	225	/	54.171
مجموع الاسرة	29.386	83.557	/

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, op cit, p 16.

نلاحظ من خلال الجدول ان الحكومة الجزائرية مازالت تولي الاهمية الكبرى للسياحة في الشمال من خلال عدد الاسرة المتوقع انجازها في الاقطاب الثلاثة الشمالية حيث تصل الى 54.070 سرير في 18 قرية سياحية على حساب السياحة الصحراوية التي لم تتجاوز عدد الاسرة المبرمجة فيها 4000 سرير في الاقطاب الاربعة.

### 1. شروط الانطلاق في هذه المرحلة<sup>1</sup>:

تشكل مسالة العقار السياحي التي يكمن جزء كبير منها في التبنى العاجل لمقاربة جديدة لإعادة وتهيئة وتسيير الوعاء العقاري في مناطق التوسع السياحي والقرى السياحية للامتياز، عامل امتياز في حركية السياحة، كما يشكل تنوع وضعيات الملكيات المدمجة في هذه المناطق عقبات كبيرة في تسيير العقار السياحي، ومن اجل ازالة هذه العقبات تم اقتراح اقامة تشاور وصيد وحيوي مع الدوائر الوزارية المعنية بغية تحديد ملموس للطريقة العملية الأكثر ملاءمة عن طريق تغيير النصوص التشريعية والنظامية التي تسمح بالمعالجة المرنة والناجعة لمسالة العقار السياحي.

### 2- مراحل تنفيذ المخطط<sup>2</sup>:

**المرحلة الأولى: وضع هيكل القيادة؛** يتعلق الامر بالمرحلة الاولى من المسار، بتعيين مدير الهيئة ومختلف رؤساء المهام والمكلفين المحليين بالمهام، ينظم اجتماع الانطلاق من اجل تقديم المخطط التوجيهي للهيئة السياحية وشرح اهدافه ومحتواه، تنظيم المستفيدين من المتعاملين في السياحة، وتحديد البرنامج التقديري لإنجازه اضافة الى توضيح ادوار كل متدخل وطريقة سير الهيئة وتخطيط اجتماعات العمل.

livre 04, op cit, pp 15-17. <sup>1</sup> : Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement,

<sup>2</sup> Ibid, pp 32-35.

**المرحلة الثانية: تنظيم ورشات العمل لكل مشروع؛** يتمثل هدف ورشات العمل في جمع كل اعضاء الخلية لعمل حول مشروع محدد وتحديد الطريقة العملية المناسبة التي تعالج مختلف الاشكاليات: الفروع العقارية والهياكل المالية والمتعلقة بكل مشروع ذو اولوية.

**المرحلة الثالثة:** بناء على ما تم تحديده في المرحلة الثانية يتوجب على كل مكلف بمهمة محلية ان يحدد مراحل تنفيذ المخطط على مستوى قطبه، وهكذا تبرز اولويات التدخل كما حددتها الورشات وانطلاقا من هذا، يحدد المكلفون بدراسات المهمات، مخطط العمل لكل قطب ويعدون رزنامة تقديرية يرسمونها فيما بعد مع رؤساء المهمات. من اجل دراسة السوق ودراسة قابلية الانجاز ودراسات التهيئة.

**المرحلة الرابعة: انطلاق المرحلة قبل العملية للمخطط؛** تتمثل هذه المرحلة في اجراء اجتماع اتصالي مع ممثلي القطاعات الاقتصادية الفاعلين المحليين المعنيين بكل مشروع وممثلي مختلف الفروع للشروع في الدراسات، اختيار مقدمي الخدمات ومتابعة الدراسات، والبحث عن المستثمرين، المرقيين والمطورين.

**المرحلة الخامسة: انطلاق اول الورشات؛** الورشات الاولى هي الورشات ذات الاولوية والتي لا تعترضها صعوبات خاصة بالعقار او اعادة تأهيل الموجود منه.

**المرحلة السادسة: وضع استراتيجية للترفيه والاتصال؛** يتوجه الاعلام اولا الى المحترفين - المتعامل السياحي ووكالات السفر - لاستعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر واعطاء ضمانات بتتمية سياحية ذات نوعية، حيث تكون هذه الاستراتيجية على مراحل متتالية.

**المرحلة السابعة: اطلاق مخطط نوعية السياحة؛** تشمل هذه العملية 20 في المائة من الحاضرة الفندقية-200 وحدة مصنفة او يعاد تصنيفها- بواسطة تنشيط الهيئات والنقابات المهنية.

### المرحلة الثامنة: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

يجب على الحركة التي شرع فيها لإنجاز المشاريع المدعومة بمختلف الإجراءات المرافقة بارتكاز على مخططات العمل المحددة في المرحلتين الثانية والثالثة، يتعين على هيئة القيادة عقد اجتماع كل ستة اشهر، للوقوف على درجة التقدم.

### المبحث الثالث: تقييم أداء القطاع السياحي ومساهمته في التنمية السياحية

#### المطلب الاول: عرض وتحليل المؤشرات السياحية للجزائر

من أجل الوقوف على تشخيص واقع السياحة بالجزائر، لا بد من استعراض أهم المؤشرات السياحية الجزئية والكلية وفق آخر احصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي من جهة واحصائيات المنظمة العالمية للسياحة من جهة أخرى.

#### أولاً: المؤشرات السياحية الجزئية

يمكن عرض أهم المؤشرات على المستوى الجزئي للمعطيات السياحية الداخلية والخارجية من خلال النقاط التالية ،  
Ministres du Tourisme de rArtisanat et du (Travail) familial 2020

#### 1. دخول السواح عبر الحدود الجزائرية:

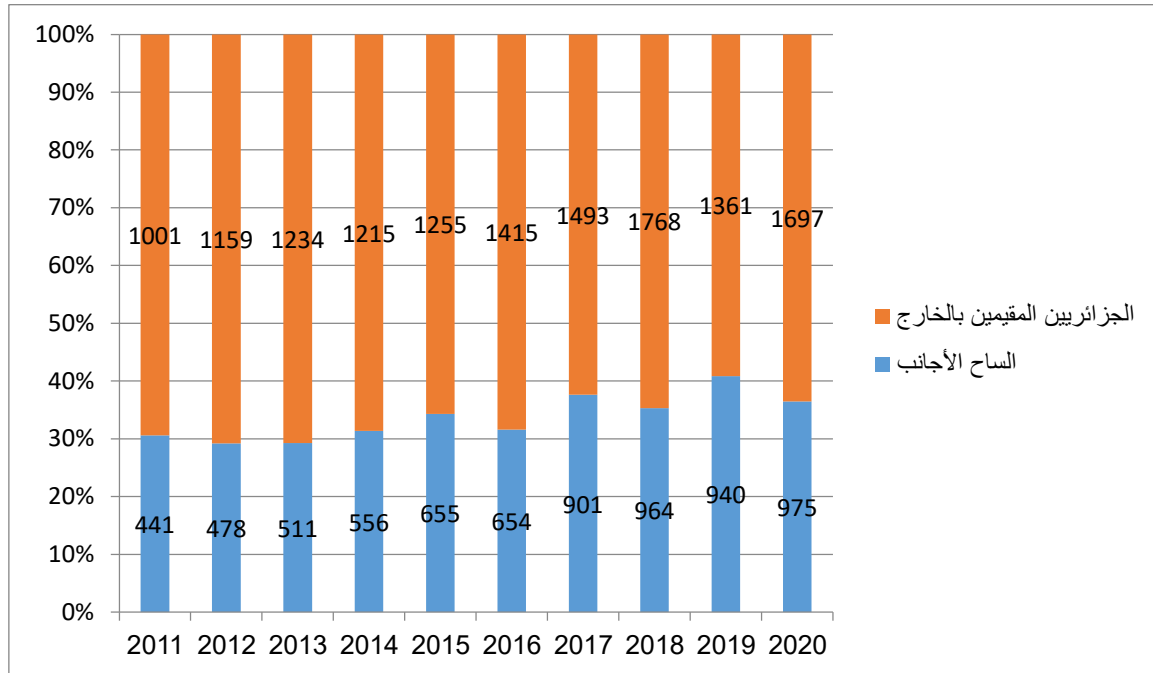
يمثل دخول الأجانب والجزائريين المقيمين بالخارج عبر الحدود البرية، البحرية والجوية كما هو موضح في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم 4: تطور عدد السياح في الجزائر للفترة 2011-2021(الوحدة: 1000)

السنة	السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع	نسبة التغير
2010	441	1001	1442	/
2011	478	1159	1637	13.52
2012	511	1234	1745	6.60
2013	556	1215	1771	1.49
2014	655	1255	1910	7.91
2015	654	1415	2069	8.32
2016	901	1493	2394	15.62
2017	981	1652	2634	10.03
2018	940	1361	2301	15.78 -
2019	975	1697	2672	16.12
2020	742	1708	2450	8.30 -

Sources: Ministère du Tourisme (2021).

الشكل رقم 4: التمثيل البياني بالأعمدة المركبة التطور عدد السياح في الجزائر للفترة 2011-2021



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على معطيات الجدول السابق.

وفق الأرقام والبيانات السابقة، وجدنا صعوبة في تحليلها حيث هناك عدم الاستقرار في تعداد السياح من السنة الى الأخرى لكل من السياح الأجانب والجزائريين المقيمين بالخارج، حيث سجلت سنة 2016 أقصى تعداد في السياح حيث بلغ 2.732.731 سائح منهم 964.153 سائح أجنبي، ليتراجع في سنة 2019 بمقدار 400 مئة ألف سائح، لترتفع سنة 2017 بما نسبته 16.12%، وثم ملاحظة التراجع المسجل في أعداد السياح الأجانب سنة 2020 إذ لم يتعدى عددهم 742.410 سائح أجنبي مع زيادة طفيفة في عدد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج بواقع 1.708.375 سائح مقارنة مع السنة السابقة، وهذه الأرقام العشوائية لا تساعد في تحديد معالم إعداد الخطة السياحية.

## 2. عدد الليالي:

بلغ عدد الليالي التي قضاها السياح الأجانب والجزائريين المقيمين بالخارج بالمؤسسات الفندقية المتواجدة عبر التراب الجزائري حوالي 1.7 مليون ليلة. (Ministere du Tourisme 2021)

## 3. مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (خارج المحروقات)

يمثل قطاع المحروقات المصدر الأساسي لمداخيل الجزائر من العملة الصعبة ما يمثل 95% الناتج المحلي الخام.

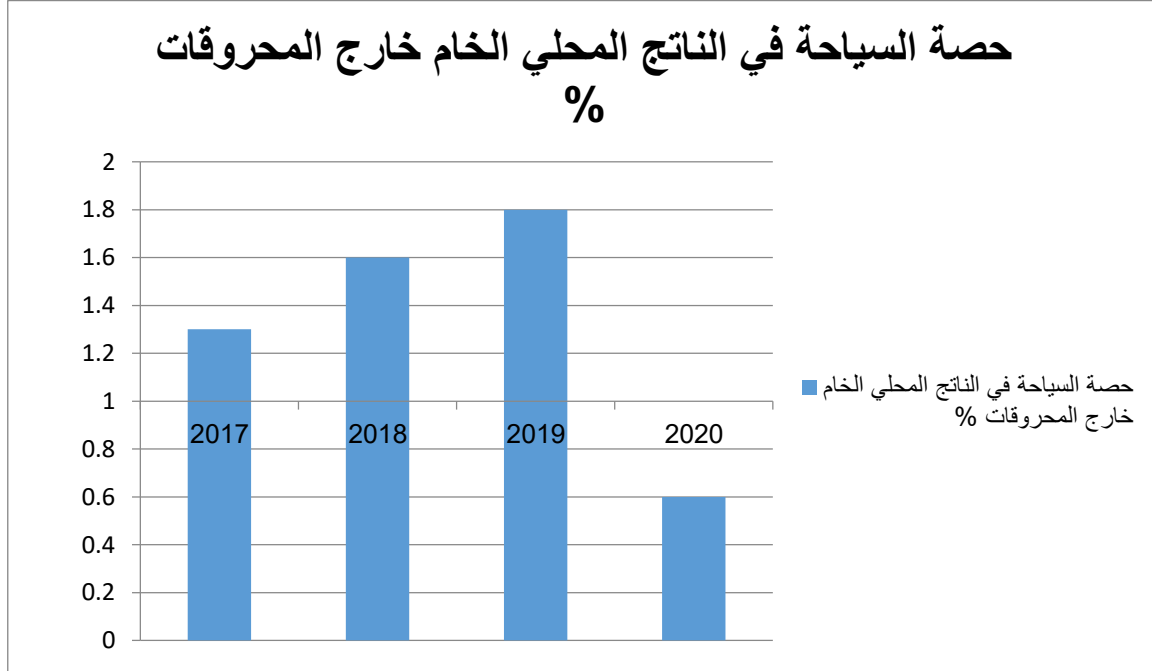
الجدول رقم 5: تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام: فرع الفنادق،

المقاهي، المطاعم

السنة	2017	2018	2019	2020
حصة السياحة في الناتج المحلي الخام خارج المحروقات %	1.3	1.6	1.8	0.6

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات (2020 Ministère du Tourisme)

الشكل رقم 5: التمثيل البياني بالأعمدة يمثل تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام: فرع الفنادق، المقاهي، المطاعم.



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال البيانات السابقة، تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام خارج المحروقات (فرع الفنادق، المقاهي، المطاعم، ...) من سنة إلى أخرى من 1.3% سنة 2017 لينتقل تدريجياً إلى 1.8% سنة 2018، لكنها في عام 2020 تأثر بجائحة كورونا لينزل نزولاً كبيراً ليصل إلى 0.6%.

#### 4. عدد الوكالات السياحية الناشطة بالجزائر

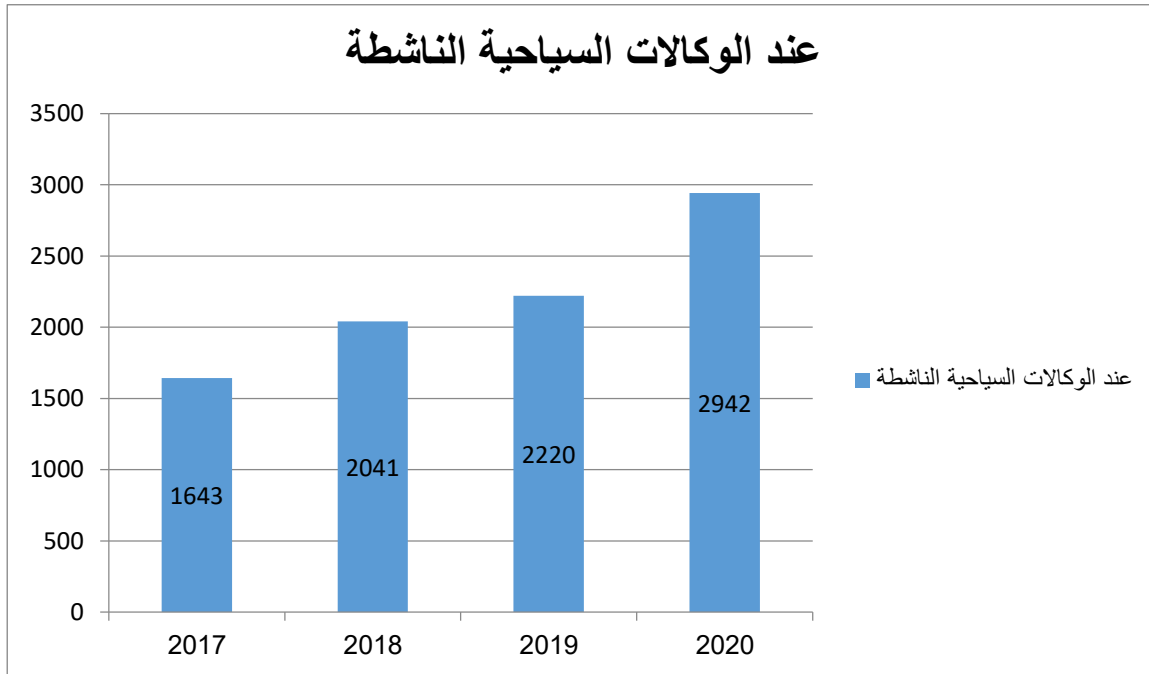
شهدت الوكالات السياحية في السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً في أعدادها، حيث قدرت اللجنة الوطنية لاعتماد الوكالات السياحية ATV وهي هيئة وطنية تحت وصاية وزارة السياحة والصناعة التقليدية والمكلفة بدراسة الملفات الخاصة بطلبات الاعتماد للوكالات الجديدة حيث تقوم بمنح الاعتماد للوكالة التي تتوفر فيها الشروط أو سحبها في حالة إخلالها، عدد الوكالات الناشطة سنة 2020 بـ 2942 وكالة على المستوى الوطني.

الجدول رقم 6: تطور عدد الوكالات السياحية على مستوى الوطن من 2017 الى 2020.

السنة	2017	2018	2019	2020
عدد الوكالات السياحية الناشطة	1643	2041	2220	2942

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات (2020 Ministere du Tourisme).

الشكل رقم 6: التمثيل البياني بالأعمدة يمثل تطور عدد الوكالات السياحية على مستوى الوطن من 2017 الى 2020.



المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على معطيات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الجدول والرسم البياني السابقين زيادات معتبرة في تعداد الوكالات السياحية الناشطة بالوطن، حيث بلغ سنة 2017 تعدادها 1643 وكالة سياحية لينظر إلى 2942 سنة 2020 بفارق 1299 وكالة في ظرف 3 سنوات وهذا راجع الى مرونة معالجة الملفات الخاصة بطلبات الاعتماد والشروط سهلة وميسرة لفتح الوكالة السياحية.

## 5. وضعية ميزان المدفوعات بند السفر:

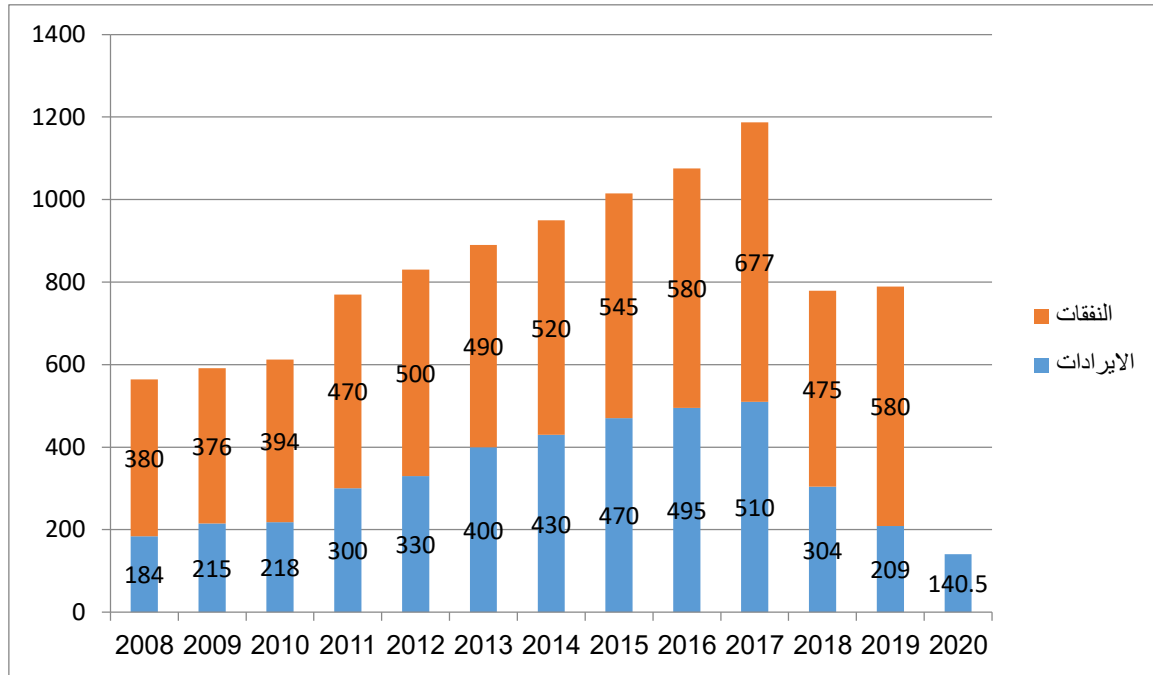
يمثل ميزان المدفوعات من السفر من المعاملات المنظورة التي تحظى باهتمام بالغ لدى الدول التي تعتمد على السياحة كمصدر أساسي لمداخيلها من العملة الصعبة، ويمكن تقديم إيضاحات حول تطور ميزان المدفوعات الجزائري من خلال الغرق أو الرصيد بين الإيرادات والنفقات السياحية كما هو مبين في الجدول الموالي.

## الجدول رقم 7: تطور ميزان المدفوعات عند السفر للفترة 2008-2020.

السنة	ايرادات	نفقات	الرصيد
2008	184	370	186-
2009	215	380	165-
2010	218	376	158-
2011	300	394	94-
2012	330	470	140-
2013	400	500	100-
2014	430	490	60-
2015	470	520	50-
2016	495	545	50-
2017	510	580	70-
2018	304	677	373-
2019	209	475	266-
2020	140.5	580	439.5-

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات (2020 Ministère du Tourisme)

الشكل رقم 7: التمثيل البياني بالأعمدة المركبة التطور ميزان المدفوعات سند السفر للفترة 2008-2020 (الوحدة: مليون دولار)



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على عمليات الجدول السابق.

أن وضعية بنك السفر في ميزان المدفوعات لا تعكس كفاءة التطور السياحي في الجزائر بل دليل وجود عجز فيه من 2008 إلى غاية 2020، ولا توجد مؤشرات لتحسن وضعية ميزان المدفوعات، بل يزداد الأمر تعقيدا في سنة 2020 حيث بلغ رصيده 439.5 (سالبا) وهذا راجع إلى توجه الجزائريين من أجل السياحة نحو الخارج وفشل الدولة في استقطاب السياح الأجانب وجمود المشاريع الاستثمارية الناتجة عن انخفاض أسعار المحروقات التي تعتمد عليها كلفة في تمويل استثماراتها.

#### 6. التوظيف في قطاع السياحة فرع فنادق، مقاهي ومطاعم:

يعد التوظيف أحد المعايير الهامة لقياس مدى فعالية القطاع السياحي، إذ يوفر القطاع السياحي فرص كبيرة لتوظيف وتشغيل اليد العاملة المحلية بما يساهم في خفض معدلات البطالة وزيادة الدخل لاسيما للطبقات محدودة الدخل، فقطاع السياحة قطاع خدمي يتصف بكثافة العمالة وهو من أكثر القطاعات المشغلة للأفراد مقارنة مع القطاعات الإنتاجية الأخرى، وتشير الإحصائيات إلى أن كل غرفة في فندق تساهم في خلق 20 فرصة عمل

مباشرة وغير مباشرة، وهذا ما يوضح مدى القدرة الفائقة للقطاع السياحي على توليد فرص العمل ليس فقط على صعيد قطاع السياحة فحسب وإنما على صعيد القطاعات الأخرى الاقتصاد الجزائري ككل.

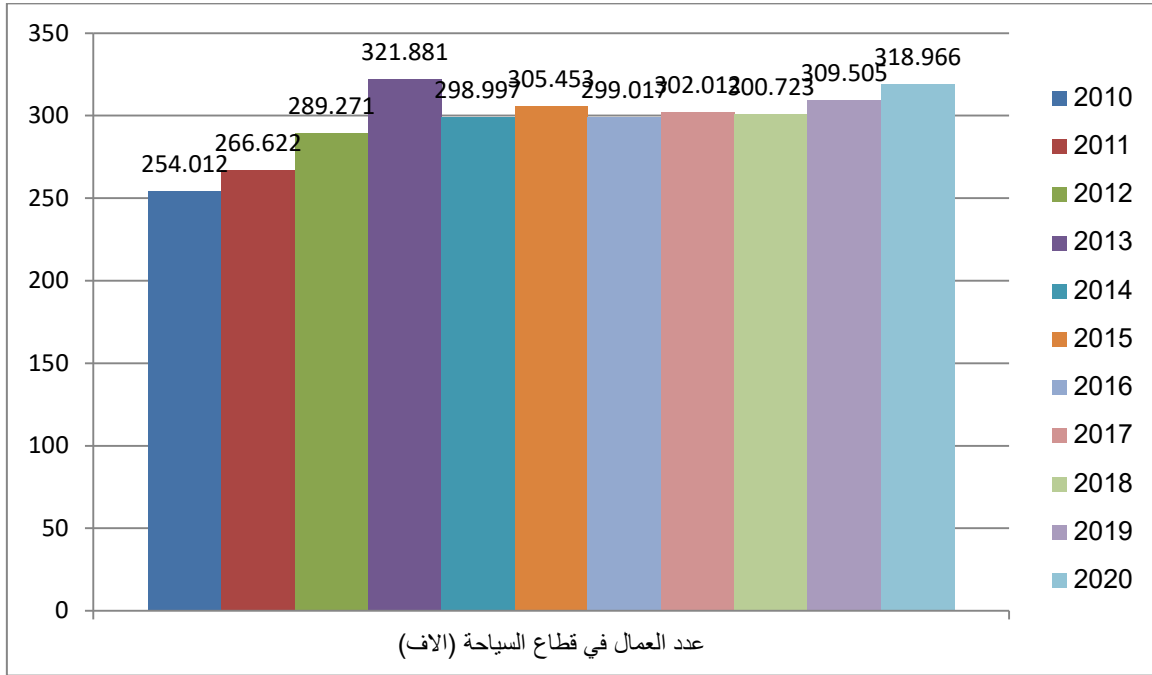
جدول رقم 8: تطور مساهمة قطاع السياحة في التوظيف 2010-2020.

السنوات	عدد العمال في قطاع السياحة (الاف)
2010	254.012
2011	266.622
2012	289.271
2013	321.881
2014	298.997
2015	305.453
2016	299.017
2017	302.012
2018	300.723
2019	309.505
2020	318.966

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات مجلس السفر والسياحة العالمي.

(<http://www.wttc.org>,2020)

الشكل رقم 8: رسم بياني يوضح تطور مساهمة قطاع السياحة في التوظيف 2010-2020.



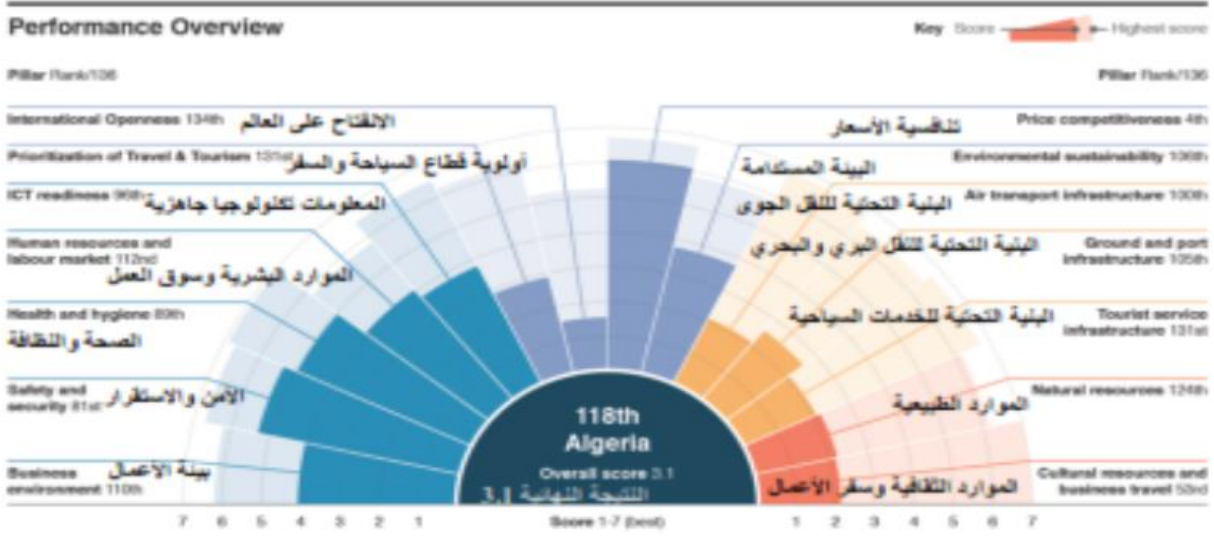
المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول السابق.

### ثانيا: المؤشرات السياحية الكلية

وذلك من خلال المؤشرات العالمية لمنظمة العالمية للسياحة والسفر، وهذه المعطيات تستخدمها الحكومات والهيئات الرسمية السياحية كمرجع أساسي لقياس مدى تطور الوضعية السياحية لكل دولة، وتصدر تقريرها كل سنتين أو كل 3 سنوات لأهم المؤشرات السياحية لكل دولة عضوة في الأمم المتحدة ويبلغ عددها 254 دولة بالإضافة إلى 07 أقاليم لا تتمتع بالسيادة في علاقاتها الخارجية.

ومن أجل دراسة هذه المعطيات الدولة الجزائر محل الدراسة ونظرا للجائحة 19-COVID وتضارب الإحصائيات، ارتأينا تقديم هذه المؤشرات اعتمادا على تقرير هذه المنظمة لسنة 2020 كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم 9: مؤشرات التنافسية العالمية للسفر والسياحة لسنة 2020 - حالة الجزائر -.



Source : (Crotti & Misrahi, 2020)

وفق لهذه المعطيات المبينة في الشكل أعلاه، وباستثناء مؤشر تنافسية الأسعار والتي احتلت فيها الجزائر المرتبة الرابعة عالميا نظرا لسياسات الدعم الحكومي للمواد الأساسية حماية للقدرة الشرائية خاصة أسعار الوقود وبعض من المواد الغذائية، نلاحظ بان جميع مؤشرات الجزائر في مجال السياحة والسفر كانت متأخرة ولا تعكس المقومات السياحية التي تزخر بها، خاصة مواردها الطبيعية والثقافية بسبب الإهمال والتهميش، والضعف الحاد في البنية التحتية للخدمات السياحية، حيث يشير مؤشر أولوية قطاع السياحة والسفر في سياسة الحكومة كان في المراتب الأخيرة وهذا راجع الى ضعف النرويج السياحي على المستوى العالمي وضعف الانفاق الحكومي على السياحة، دون إغفال مؤشر الانفتاح الدولي في المرئية ما قبل دولتين أخيرتين بسبب القوانين والتشريعات المعرقلة للاستثمار السياحي خاصة قاعدة 51/49 والنصوص القانونية المتعلقة بحركة تحويل الأموال ومتطلبات الحصول على التأشيرة، وكل هذه المعطيات جعلت الجزائر في مرتبة 118 من 138 دولة مع نقطة اجمالية 3.1 على 7.

### المطلب الثاني: مناقشة أسباب تدهور القطاع السياحي بالجزائر

إن تدني جميع المؤشرات السياحية في الجزائر على المستويين الجزئي أو الكلي وما ينتج عن ذلك من تأثير سلبي على التنمية السياحية؛ يرجع أساسا إلى الاعتماد الكبير للدولة

على عائدات المحروقات والتي تمثل 95% من الناتج المحلي الخام، يشكل القطاع السياحي من آخر اهتمامات الحكومة الجزائرية بالرغم من تبنيها للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والذي تم تمديده الى 2030 كجزء من استراتيجية وطنية شاملة لتهيئة الإقليم من أجل تحقيق التنمية المستدامة في جميع القطاعات، ويمكن حصر أسباب تدهور القطاع السياحي في الجزائر الى النقاط التالية:

### 1. غياب تنافسية المنتجات السياحية:

- تحتاج الفنادق لإعادة التأهيل كوادرها السياحية والخضوع لشروط التصنيف العالمية وتحسين تصميمات المنشآت الفندقية والمنتجعية لمواكبة المعايير العالمية مما يعد تعبيراً عن الاهتمام الجاد بعنصر الجودة السياحية.

- غياب منتجات سياحية وخدماتية مميزة جاذبة Produits phares قادرة على إحداث الفارق.

- عدم وجود علامة سياحية مميزة قادرة على جذب عوائد مالية للخرينة العامة أو للخدمات التجارية المرافقة.

### 2. هياكل استقبال وفندقة غير كافية وذات نوعية رديئة:

- عجز فيما يخص هياكل الاستقبال، الفنادق والمطاعم ذات جودة وأصالة من خلال معايير السعر والإطعام والأنشطة وباقي الخدمات المصاحبة

- الفنادق وهياكل الاستقبال مهملة، بدون تأهيل ومرتفعة الثمن نسبياً بالنسبة للسائح الوطنية  
- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.

### 3. ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة:

- عدم كفاية المواقع الإلكترونية للدعاية والجذب السياحي خاصة للجنوب رغم ما يضمه من معالم وأثار كما أشرنا في بداية هذه الورقة البحثية.

- السياحة الإلكترونية غير مفعلة أو غائبة باعتبار أن المواقع الإلكترونية المتوفرة لا تتيح الحجز على الخط أو الدفع لضعف البنية التحتية في التعاملات المالية وأساليب النفع الإلكتروني.

- انعدام القنوات التفاعلية الاتصالية بين المعارضين وطالبي الخدمات السياحية.

- عدم القدرة على التكيف مع متطلبات عصر المعلومات.

#### 4. ضعف أداء البنوك وتم تكيفها مع المستجدات:

- عدم الاعتماد على وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة على مستوى البنوك وكذا الفنادق

- عدم وجود مكاتب الصرف وتعد المعاملات المالية في هذا الجانب.

- عدم التركيز على دعم وتمويل الاستثمارات السياحية من طرف البنوك.

- ضعف البنى التحتية لوسائل الدفع الإلكترونية رغم ترسانة القوانين الموجودة في هذا المجال.

#### 5. نقص الكفاءات الاحترافية والسياحية:

- نقص الكفاءة والاحترافية فيما يخص الخدمات المقدمة للسياح

- نوعية التكوين لا تتماشى مع متطلبات العرض السياحي المتميز.

- نقص المراكز والمعاهد المتخصصة في التكوين السياحي المتميز باستثناء المدرسة

الوطنية للفندقة بالعاصمة، المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية بتيزي وزو، المعهد

الوطني للفندقة والسياحة ببوسعادة وسبع مدارس للتكوين المهني.

#### 6. تدني مستوى المنتجات والخدمات السياحية:

- مشاكل النظافة والصحة العمومية

- خدمات سياحية ذات نوعية متدنية وبأسعار مرتفعة مقارنة بتونس مثلا، التي تعتبر ملة

أساسية للسائح الجزائري.

- انعدام برامج التهيئة والنهوض بالمنتج التقليدي المحلي.

**7. نوعية مبدئية للنقل وعدم إتاحتها وغلاءه:**

- عدم القدرة على توفير وسائل النقل بالكمية والنوعية المطلوبة والتنوع المرغوب فيه من طرف السياح
- خدمات النقل الجوي رديئة خاصة الوجهة الصحراوية، مع عدم وجود التنسيق الكافي في المطارات
- سيطرة احتكارية لشركة عمومية واحدة تتمثل في الخطوط الجوية الجزائرية على النقل الجوي مما ساهم في تدني مستوى الخدمات مع ارتفاع كبير في أسعار التذاكر مقارنة بشركات الطيران العالمية.

**8. عجز كبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية:**

- عجز في تسويق الجزائر كوجهة سياحية
- عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي وانعدام فعالية المشاركات في المعارض والفعاليات السياحية الدولية

**9. إدارة وتنظيم غير متوافقين مع السياحة الحديثة:**

- إجراءات معقدة لمنح التأشيرات والمبالغة في إجراءات الدخول
- غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على المستوى الوطني.
- عدم وجود إجراءات تحفيزية فعلية للمستثمرين في مجال السياحة

**10. غياب الأمن:**

- وهو عنصر جد مهم في القطاع السياحي، وبالرغم من تحسن الوضع الأمني وعودة الاستقرار السياسي، لكن ما تزال الجزائر تعاني من مشاكل متكررة ومتفرقة للأمن في جميع جوانبه كالأمن الصحي، حماية الوقود الأجنبية والتي تتطلب المرافقة الأمنية، زيادة في مؤشرات الجريمة.

### المطلب الثالث: معوقات السياحة في الجزائر

لقد تم إحصاء مجموعة من المعوقات أو النقائص من خلال الزيارات للمواقع والمسح الذي قامت به مصالح وزارة السياحة وهذه النقائص ثم حصرها في الآتي<sup>1</sup>:

#### أولاً: غياب نظر لمنتجات السياحة الجزائرية

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

#### ثانياً: ضعف نوعية المنتج السياحي

##### 1. ضعف نوعية الخدمات السياحية:

- أ. تدني للنظافة والصيانة في الفضاءات العمومية.
- ب. خدمات مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار.
- ج. غياب خدمات جذابة غياب.
- د. الأعمال لإبراز المنتجات المحلية.

##### 2. إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة:

- أ. عجز في طاقات الاستقبال.

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص 53.

ب. هياكل ايواء متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين مقارنة بمستوى جودتها

ج. 10 بالمئة فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية

### 3. ضعف نوعية النقل:

أ. عدم القدرة على توفير خدمات نقل نوعية وكمية متكيفة مع الطلب، مع تسعير مبالغ فيه مقارنة بشركات النقل الجوي لدول الجواز

ب. سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب (نحو المقاصد السياحية، الهقار وخطيرة الطاسيل).

### ثالثا: ضعف أداء وكالات الأسفار ونقص في تكوين وتأهيل المستخدمين

#### 1. ضعف أداء وكالات الأسفار:

أ. غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.

ب. عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الإلكتروني من حجز وخدمات.

ج. خضوع استقبال السياح بالجنوب لوكالات الاسفار الأجنبية التي تحدد وجهتهم.

د. غياب مخطط للتكوين المستمر.

هـ. عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.

و. أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة الى الخارج (80 عمرة واسفار نحو الخارج

10 بالمئة استقبال لوكالات الجنوب و10حجز التذاكرة.

#### 2. نقص في تكوين وتأهيل مهنية المستخدمين:

- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية .

- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.
- رابعاً: تغفل ضعيف لتكنولوجيات علوم الاتصال في السياحة
- عدم كفاية مواقع الإنترنت مع التركيز على ترقية الصحراء الاكتشاف الثقافي (السياحة الصحراوية والثقافية).
- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في قطاع السياحة.
- خامساً: خدمات مالية، تسيير وتنظيم غير متكيف مع القطاع
- 1. بنوك وخدمات مالية غير متكيفة مع القطاع:
- أ- قوانين لا تسمح بتطوير العمليات سواء بالنسبة للاستقبال او ايفاد السياح الى الخارج.
- ب- تعارض في طريقة تمويل الاستثمار السياحة مع طبيعة النشاط.
- 2. تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية:
- أ. المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.
- ب. غياب ادوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي.
- سادساً: غياب الأمن وعجز في الترقية والتسويق
- 1. غياب الأمن:
- مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، الغذائي، اضطرابات، اختطاف السياح.
- 2. عجز في الترقية والتسويق:
- أ. ضعف تسويق الوجهة الجزائرية وضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في قطاع السياحة.
- ب. وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث.
- ج. غياب أنشطة إعلامية، كالمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج.

## خلاصة الفصل:

إن دراستنا هذه التي استهدفت الاداء الاقتصادي للقطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2010-2020) من خلال تأثير الايرادات السياحية وعدد الفنادق التي تقيس حجم الاستثمار السياحي أخذنا بعين الاعتبار تقلبات سعر الصرف والتضخم، وتبيان مدى مساهمته في زيادة الدخل الوطني وخلق فرص العمل وتحسين ميزان المدفوعات، ومن بين النتائج التي توصلنا إليها:

تشير البيانات أن اسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي والتشغيل ضعيف ولا يزال بعيد عن المستوى المطلوب، وأن الميزان السياحي عرف عجزا مزمنا خلال فترة الدراسة وبالتالي يؤثر بالسلب على ميزان المدفوعات.

عرف عدد السياح الوافدين سواء الاجانب أو الجزائريين المقيمين نموا متزايد خلال فترة الدراسة إلى أن الايرادات السياحية تبقى ضئيلة مقارنة بنفقات السياحة المغادرة، وذلك بسبب ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري وعدم استغلال الموارد الطبيعية الهائلة الموجودة في البلد وعدم وجود استثمار حقيقي لأن معظم الفنادق الموجودة غير مصنفة.

اسهام قطاع السياحة في توفير فرص كبيرة لتوظيف وتشغيل اليد العاملة المحلية بما يساهم في خفض معدلات البطالة وزيادة الدخل لاسيما للطبقات محدودة الدخل.

الزيادة في الايرادات السياحية تؤدي إلى الرفع من الناتج الاجمالي الاسمي لكن بنسبة ضئيلة، كما أن تخفيض قيمة العملة يؤدي إلى الرفع من تنافسية السياحة الجزائرية مما يسمح بجذب أكبر عدد من السياح وهذا ما ينتج عنه زيادة الايرادات السياحية.

الخاتمة

## الخاتمة

بالرغم من محاولة السلطات الجزائرية وسعيها للحرص على تحقيق التنمية السياحية من خلال إصدار ترسانة من القوانين والتشريعات المنظمة، لكنها لا تعكس واقع القطاع السياحي من خلال تدهور حاد في جميع المؤشرات السياحية مقارنة مع الدول التي تتشابه مقوماتها وخصائصها مع التي تمتلكها دولة الجزائر خاصة الجارتين تونس والمغرب، حيث تبقى تلك المقومات كمصادر كامنة، ورغم وجود العديد من العراقيل والمشاكل التي رأيناها حين ناقشنا أسباب تدهور القطاع السياحي بالجزائر، إلا أنه كان يمكن للجزائر تداركها من خلال إعادة النظر في المخططات التنموية السياحية بالتركيز أكثر على إعداد المزيج التسويقي السياحي بما يلائم ما تمتلكها من القدرات والإمكانيات السياحية وفقا للمفهوم الحديث للتسويق السياحية.

ولقد خلصنا في هذه الدراسة وعلى ضوء هذه المعطيات والأرقام إلى بعض النتائج كإجابة على فرضيات الدراسة والتي تراها مهمة للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري أهمها:

- تمتلك الجزائر العديد من الإمكانيات والمقومات السياحية الطبيعية والتاريخية مما يؤهلها لتكون قطبا سياحيا مميزة إذا أحسنت استغلال هذه الموارد.

- صدور الكم الهائل من القوانين والمراسيم والتشريعات المنظمة للأنشطة السياحية ومن بينها التنمية السياحية والتي لا تؤدي بالضرورة إلى تحسين الواقع السياحي ما لم تقم السلطات الجزائرية بمراقبة ومراقبة فعلية وتذليل العقبات التي تعترض الأنشطة السياحية خاصة في مجال الاستثمار السياحي.

- لا تتناسب البنى التحتية الفندقية بالجزائر مع ما تمتلكها من المقومات الطبيعية والأثرية حيث لم تتجاوز الحظيرة الفندقية سقف 1289 فندق بطاقة 112 ألف سرير.

- جميع المؤشرات السياحية على المستوى الجزئي غير مرضية خاصة عند السياح الأجانب حيث لا يتجاوز في أحسن الأحوال مليون سائح سنة 2018 وفق آخر الإحصائيات ووزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي، وبالتالي ظهور عجز دائم لميزان المدفوعات عند السياحة والسفر حيث بلغت نفقات سنة 2020 أكثر من نصف مليار دولار يقابلها

إيرادات 140.5 مليون دولار وبالتالي فشل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في تحقيق أهدافه، حيث كان يعول على تحقيق رقم مليار دولار في المرحلة الأولى كعائدات السياح وبلوغ 3 ملايين سائح.

- أما على المستوى العالمي، تحتل الجزائر مرتبة 118 من 138 دولة مع نقطة اجمالية 3.1 على 7 وفق التقرير المنظمة العالمية للسياحة والسفر سنة 2020، وهذا راجع الى تدنية جميع مؤشراتها السياحية باستثناء مؤشر الأسعار نظرا للسياسة الاجتماعية التي تتبعها الحكومة الجزائرية لدعم المواد الأساسية منذ الاستقلال.

- يعاني القطاع السياحي الجزائري من الكثير من المشاكل التي تعرقل تطوره، منها ما يمكن حلها لبدئيتها كحال البنوك والنقل الجوي ومواكبة المعاملات المالية العالمية، ومنها ما يتطلب الحل الجذري كإعادة النظر في السياسات التسويقية السياحية.

### التوصيات:

ومن هذا المنطلق يمكننا تقديم بعض التوصيات التي نرى أنها ضرورية للنهوض بالقطاع السياحي بشكل مستديم وعلى المدى البعيد أهمها:

- العمل على زيادة التنافسية للمنتجات الجزائرية في الأسواق العالمية من خلال إعداد الخطة التسويقية التي تتلاءم مع ما تمتلكها من المقومات السياحية وخلق علامة سياحية جزائرية مميزة مغاربيا وعالميا.


- إعادة تأهيل الفنادق وتكوين العنصر البشري بما يتماشى مع المعايير العالمية في مجال

- تطوير السياحة الالكترونية من خلال خلق بيئة إلكترونية على المستوى المركزي.

- تطوير النظام النقدي والبنكي من أجل تشجيع الاستثمار في السياحة وتحقيق الليونة في

المعاملات المالية كإنشاء مكاتب الصرف وتسهيل التعامل بالعملات الأجنبية وإصدار القوانين المنظمة لها.

- إعادة النظر في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال إجراء التعديلات الضرورية فيما يخص الخطط التسويقية وتمويل الاستثمارات السياحية على المديين المتوسط والطويل لتحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع العربية:

\* الكتب:

10. أدهم وهيب مطر، التسويق الفندقي ومبيع وترويج الخدمات السياحية والفندقية الحديثة. دمشق: مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، 2014.
11. هباس رجائي الحربي. التسويق السياحي في المنشآت السياحية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013.
12. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة. ( ط 2). عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2008.
13. عصام حسن السعيد، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر الأردن: دار الرؤية للنشر والتوزيع، 2009.
14. أشرف سمير الميداني، السياحة الرياضية في مصر. الإسكندرية: دار الوفاء لنديا الطباعة، 2000.
15. منال محمد رحال، الإدارة السياحية، عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2010.
16. خليل محمد سعد، مبادئ علم السياحة القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2017.
17. جمال محمد على، مؤمن عبد العزيز، بسام صلاح، دراسة تقييمية للسياحة الرياضية في محافظات صعيد مصر"، مؤتمر علوم الرياضة في قلب الربيع العربي 2، الغردقة، نوفمبر، 2013.
18. ماهر السيبي، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ). القاهرة: دار الولاء الحديثة، 2012.

19. عبد القادر إبراهيم، ناصر محمود عيد، مدخل إلى جغرافية السياحة. (ط 2). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2013.
20. أماني رضا، الإعلام والسياحة. القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج العلمي، 2017.
21. فتحي أبو عيانة، عبير أحمد عطية، قواعد الجغرافيا العامة ودورها في السياحة. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2016.
22. محمد نصر الدين رضوان، جغرافيا الرياضة. القاهرة: مركز الكتاب الحديث، 2016.
23. عمر محمد على، الجغرافيا البشرية" الأسس والاتجاهات الحديثة والمعاصرة". الإسكندرية دار الوفاء لندنيا النشر، 2010.
24. كافي ، حسين. رؤية عصرية للتنمية السياحية ، النهضة المصرية ، القاهرة، 1987.
25. كافي، مصطفى يوسف، صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، دار الفرات . نينار للنشر والتوزيع 2006.
26. توفيق، ماهر عبد العزيز. صناعة السياحة، دار وهران عمان.
27. غضبان، فؤاد، الجغرافيا السياحية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان - الأردن، 2014.
28. خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 01.
29. عبد القادر، مصطفى - دور الإعلان في التسويق السياحي، الحواسب الجامعية للندوات ط1 ، بيروت.
- \* الرسائل الجامعية:
30. هوارى معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية- حالة الاقتصادية الجزائرية- مجلة الباحث، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة، الجزائر، العدد: 01، 2004.

31. زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة: دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011.

32. بيومي محمد سعيد، "إستراتيجية مقترحة لتفعيل دور السياحة الرياضية بمحافظة الأقاليم وأسوان" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية، جامعة جنوب الوادي، 2016.

33. عميش سميرة، دور استراتيجية الترويج في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014-2015.

#### \* المجالات والملتقيات:

34. حمزة العرابي، إيمان نواره، التمويل كركيزة أساسية لنجاح الاستثمارات السياحية، ورقة بحثية مقدمة إلى الملتقى الدولي حول: الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، الجزائر، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016.

35. عيسى مرزوقة، ترقية أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، مارس 2012.

36. دليلة طالب، عبد الكريم الوهراني، السياحة احد محددات التنمية المستدامة، مداخلة في الملتقى الدولي الثاني حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، ورقة 22-22 نوفمبر 2011.

37. عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025، مجلة معارف، العدد 12، جوان 2002.

\* الهيئات الرسمية:

38. وزارة تهيئة الاقليم البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008.

\* المراقع الالكترونية:

39. [WWW.MTA.GOV.DZ](http://WWW.MTA.GOV.DZ) وزارة السياحة والصناعات التقليدية وتهيئة الاقليم.

المراجع الاجنبية:

40.Marian, D. (2013). Sports Tourism, Leisure Method. Annals Of The Constantin Brâncuși University Of TârguJiu, Economy Series, 5.

41.Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, livre01, le diagnostique audit, janvier 2008.