الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور- خنشلة-
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

دور التنويع الإقتصادي من خلال القطاع السياحي في تحقيق التنمية الإقتصادية بالجزائر خلال الفترة (2000-2015)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص : إقتصاد بنكي ومالي

إعداد الطالبين:

- **إلياس حراث**
- **جدعون رفيق**

إشراف الأستاذ:

د/ بودربالة رفيق

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الاصلية	الصفة
زديرة شراف الدين	أستاذ التعليم العالي	خنشلة	رئيسا
بودربالة رفيق	أستاذ محاضر أ	خنشلة	مشرفا و مقررا
زرمان عبد الكريم	أستاذ التعليم العالي	خنشلة	مناقشا

السنة الجامعية:2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور- خنشلة-
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير

دور التنويع الإقتصادي من خلال القطاع السياحي في تحقيق التنمية الإقتصادية بالجزائر خلال الفترة (2000-2015)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص : إقتصاد بنكي ومالي

إعداد الطالبين:

- **إلياس حراث**
- **جدعون رفيق**

إشراف الأستاذ:

د/ بودربالة رفيق

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الاصلية	الصفة
زديرة شراف الدين	أستاذ التعليم العالي	خنشلة	رئيسا
بودربالة رفيق	أستاذ محاضر أ	خنشلة	مشرفا و مقررا
زرمان عبد الكريم	أستاذ التعليم العالي	خنشلة	مناقشا

السنة الجامعية:2024/2023

أَعُوذُ بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ

رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَآ إِن نَّسِينَآ أَوْ أَخْطَأْنَا ۚ

رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَآ إِصْرًا

كَمَا حَمَلْتَهُۥ عَلَى ٱلَّذِينَ مِن قَبْلِنَا ۚ

رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِۦ ۖ

وَٱعْفُ عَنَّا وَٱغْفِرْ لَنَا وَٱرْحَمْنَآ ۚ

أَنتَ مَوْلَىٰنَا

فَٱنصُرْنَا عَلَى ٱلْقَوْمِ ٱلْكَٰفِرِينَ

شكر و عرفان

قال الله تعالى ربي أوزعني أن اشكر نعمتك علي وعلى والدي وان اعمل صالحا ترضاه الحمد لله دائما وأبدا الحمد لله عز وجل على النعمة التي لا تعد ولا تحصى نحمد الله تعالى الذي وفقنا خلال هذا العام الدراسي لنواصل دراستنا بعد انقطاع دام لسنوات عديدة وها نحن بانجازنا لهذه المذكرة نحصد مسار عام دراسي كامل وكذلك نشكر كل من ابتسم في وجوهنا واحترمنا وساندنا خاصة الأستاذ المحترم "بودربالة رفيق" الذي ساندنا بكل ما له من قوة وسهل علينا الطريق حفظه الله ورعاه وزاده من العلم درجات فعلا هو مثال للأستاذ المتواضع المتفهم للطلبة ومساعدتهم عند الحاجة الشكر موصول لكل الأساتذة وعمال القطب الجامعي من إداريين إلى أعوان الأمن على حسن المعاملة والاحترام

وحسن المعاملة

إلياس – رفيق

الإهداء

أهدي هذا النجاح
إلى رواد مسيرتي ونبراس دربي،
إلى زوجتي وأبي العزيز ووالدتي الغالية،
في لحظة الإنجاز هذه، ألتفت إلى الوراء لأجد أن كل خطوة من خطواتي كانت محفوفة بدعمكم، تضحياتكم، وحبكم اللامحدود. لكما أدين بكل ما وصلت إليه اليوم. أهدى إليكما هذا النجاح، فرحة تخرجي هي في الأساس نتاج حكمتكم وصبركم.
دمتما لي قدوة وسند، وحمل هذه الشهادة أقل ما يمكن أن أقدمه تقديرًا لمعاني الأبوة والأمومة الحقيقية التي زرعتماها في قلبي وعقلي.

بكل حب واعتزاز،

إلياس
حراث

الاهداء

أهدي هذا النجاح
إلى من كانا لي الأمان في الدنيا وسنداً في مسيرتي،
إلى أبي الحبيب وأمي العزيزة،

بينما أعانق اليوم ثمرة جهدي وأقف على عتبة فصل جديد، قلبي مفعم بالامتنان لكما. إليكما أهدي هذه الإنجاز، فلولا دعواتكم المستمرة، وتشجيعكم الدائم، لما كنت هنا أرفع راية التفوق.

لقد كنتما الضوء في ليالي الدراسة الطويلة والقوة التي ساندتني في لحظات الشك والتردد. هذا النجاح هو نتاج جهودكم قبل أن يكون جهدي، وهو برهان على أن الحب والصبر قادران على تحقيق الأحلام.

لكما مني كل الحب والتقدير،

رفيق جدعون

الفهرس

I-فهرس المحتويات

قائمة المحتويات	الصفحة
شكر وتقدير.	-
إهداء.	-
فهرس المحتويات .	I
فهرس الجداول .	II
فهرس قائمة الأشكال .	III
مقدمة	أ-ح
الفصل الأول: مدخل الى السياحة والتنويع الاقتصادي	
المبحث الأول: ماهية السياحة	03
المطلب الأول: تعريف السياحة	03
المطلب الثاني: مراحل تطور السياحة	04
المطلب الثالث: أنواع السياحة	08
المطلب الرابع: الأهمية المختلفة لسياحة.	13
المبحث الثاني: أسس السياحة.	15
المطلب الأول: الطلب والعرض السياحي.	15
المطلب الثاني: التسويق السياحي.	28
المطلب الثالث: الانفاق والدخل السياحي.	32
المطلب الرابع: الاستثمار السياحي واستراتيجياته.	38
المبحث الثالث: مكونات السياحة.	40
المطلب الأول: البنية التحتية للفندقة السياحية.	40
المطلب الثاني: الخدمات السياحية.	43
المطلب الثالث: وكالات السياحة والسفر.	46
المطلب الرابع: المنظمات السياحية وصناعة السياحة.	49
المطلب الخامس: مفهوم التنويع الاقتصادي ومبررات اللجوء اليه.	52
خلاصة الفصل	**54**
الفصل الثاني: و اقع القطاع السياحي في الجز ائرومساهمته في الاقتصاد الوطني	
المبحث الأول: المقومات السياحية في الجز ائر	57
المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر	57
المطلب الثاني: المقومات السياحية التاريخية والحضارية للجزائر	62
المطلب الثالث: التجهيزات والهياكل السياحية في الجزائر	70
المبحث الثاني: القطاع السياحي الجز ائري عبر المراحل التنموية.	71
المطلب الأول: القطاع السياحي خلال الفترة (1962-1969).	71
المطلب الثاني: القطاع السياحي خلال الفترة (1970-1979).	74
المطلب الثالث: القطاع السياحي خلال الفترة(1980-1989)	77

المطلب الرابع: القطاع السياحي خلال الفترة (1990-1999)	79
المطلب الخامس: القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2015).	83
المبحث الثالث: تشخيص معوقات تنمية القطاع السياحي و افاق النهوض به.	89
المطلب الاول: اهم معوقات القطاع السياحي في الجزائر.	89
المطلب الثاني: برامج الاستثمار السياحية من اجل تنمية السياحة في الجزائر	95
المطلب الثالث: جهود الدولة في تطوير القطاع السياحي.	98
المبحث الرابع: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني	100
المطلب الاول: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي.	100
المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل .	102
المطلب الثالث: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات.	104
المطلب الرابع: مساهمة قطاع السياحي الجزائري في تحقيق الايرادات.	105
خلاصة الفصل	107
خاتمة	109
قائمة المراجع	111

II-فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	**يوضح خصائص الطلب السياحي**	18
02	**أنواع الطلب السياحي**	19
03	**تأثير السعر بالطلب**	20
04	**تأثير الدخل بالطلب السياحي**	21
05	**العوامل المحددة للطلب السياحي**	23
06	**توضيح العلاقة بين السعر والعرض السياحي**	25
07	**العوامل المحددة للعرض السياحي**	27
08	**متغيرات السوق السياحية**	32
09	**وسائل الانفاق السياحي**	34

III-فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	**جدول توضيحي لهياكل الاستقبال السياحي وتوزيعها الجغرافي حتى سنة 1966.**	72
02	**توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي الأول:(1967-1969)**	73
03	**توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الأول**	74
04	**توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الثاني**	76
05	**المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول**	77

06	**طاقات الاستقبال نهاية سنة 1989**	78
07	**تصنيف المؤسسات الفندقية حسب الفئات**	80
08	**عدد الأسرة والفنادق حسب الدرجة خلال الفترة (1990- 1999)**	81
09	**تطور طاقات الإيواء خلال الفترة (1991 – 1999)**	81
10	**تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1990-1999)**	82
11	**تطور عدد الفنادق حسب تصنيفها خلال الفترة (2000-2014)**	84
12	**تطور عدد الأسرة في الفنادق الجزائرية خلال الفترة (2000-2014)**	85
13	**تطور عدد الفنادق حسب المنتج السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2014**	86
14	**تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015)**	87
15	**الاستثمار السياحي في الجزائر للفترة 2000 - 2015**	96
16	**مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2015/2000).**	101
17	**تطور مساهمة القطاع السياحي في عملية التشغيل خلال (2000-2015) .**	102
18	**رصيد الميزان السياحي في الجزائر للفترة (2014/2000).**	104
19	**تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة (2014/2000).**	105

ملـخـص الـدراسـة

لقد شهدت السياحة في الأونة الأخيرة اهتماما متزايدا حيث انها لم تعد ظاهرة اجتماعية تهم بعض الافراد والمجتمعات فقط, بل أصبحت صناعة حقيقية واداة لتحقيق التنمية ووسيلة لتحقيق التنويع الاقتصادي, مما أدى بالعديد من الدول للنهوض بها والعمل على ترقيتها لما تحققه من قدرة على زيادة الدخل الوطني و جلب العملة الصعبة وخلق فرص عمل من خلال الاستثمار في المرافق والمنشأت السياحية إضافة الى تحسين ميزان المدفوعات وتحقيق التوازن الجهوي بين مختلف مناطق الوطن

وتتوفر الجزائر على إمكانيات ومقومات سياحية تؤهلها من ان تكون قطاعا سياحيا بامتياز, الا ان حصتها من السياحة العالمية جد محدودة, وهي حصة لا تتناسب مع ماتتوفر عليه من ثروات ومشاهد سياحية طبيعية وثقافية وحضارية, ويعود ذلك الى أحوال السلطات المعنية بهذا القطاع منذ الاستقلال وتهميشه في معظم المخططات التنموية, وخاصة ان الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي يعتمد على قطاع واحد وهو قطاع المحروقات

وتهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على واقع ومحتوى القطاع السياحي في الجزائر, وهل يمكن ان يحدث تنويع اقتصادي من خلال مساهمته في الاقتصاد الوطني

الكلمات المفتاحية: السياحة, القطاع السياحي, التنمية الاقتصادية, التنويع الاقتصادي

Study Summary:

Tourism has recently witnessed increasing interest, as it is no longer a social phenomenon that concerns only some individuals and societies, but rather it has become a real industry, a tool for achieving development, and a means of achieving economic diversification, which has led many countries to promote it and work to promote it due to the ability it achieves to increase national income and bring in currencies. difficult challenges and creating job opportunities through investment in tourism facilities and establishments, in addition to improving the balance of payments and achieving regional balance between the various regions of the country. Algeria has tourism capabilities and components that qualify it to be a tourism pole par excellence, but its share of global tourism is very limited, and it is a share that is not proportional to the amount of tourism available to it. Natural, cultural and civilizational wealth and tourist sights. This is due to the neglect of the concerned authorities for this sector since independence and its marginalization in most development plans, especially since the Algerian rentier economy depends on one sector, which is the hydrocarbons sector. This study aims to shed light on the reality

and content of the tourism sector in Algeria and whether it can happen. Economic diversification through its contribution to the national economy

Key words: Tourism, Tourism sector, Economical development, Economic diversication

المقدمة العامة

تمهيد

أصبح القطاع السياحي في الوقت الحالي ذلك القطاع الذي تراهن عليه أغلبية الدول في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فالسياحة اليوم لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان الذي ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها، إضافة إلى ذلك الدور الفعال الذي تلعبه في اقتصاديات البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء لما تحققه الإيرادات السياحية من نتائج معتبرة تتقارب أحيانا مع الإيرادات من المبادلات الزراعية والغذائية في بعض الدول وتفوق العوائد النفطية في دول أخرى، فإذا كان القطاع الصناعي والزراعي من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد عليها جميع دول العالم في بناء اقتصادياتها ،فإن السياحة تأخذ المرتبة الثالثة باعتبارها تصنف ضمن قطاع الخدمات إذ تعتبر مصدر من مصادر العملة الصعبة وامتصاص البطالة، مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا لها وأصبحت مجال تنافس فيما بينها.

ولا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام. فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية. كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح، وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها.

أما البلدان النامية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح، لا سيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكانياتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيوداً كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة؛ بل أهم من ذلك: الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان النامية لم يلق الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملات الأجنبية وخالق لفرص العمل.

ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزءً من عملية التنمية الاقتصادية، نظراً للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الأخرى. والتنمية السياحة الناجحة في أي بلد يجب أن تركز على المجالات التي يتمتع فيها هذا البلد بميزة نسبية، مثل السياحة الثقافية وسياحة الآثار، والسياحة الترفيهية، والسياحة الدينية، وسياحة المؤتمرات والتدريب، ليتمكن من التنافس في أسواق السياحة العالمية. وعلاوة على ذلك، يتطلب تطوير السياحة توفر الإرادة السياسية من أجل تنمية القطاع وإخضاعه لتشريعات منفصلة تسعى إلى تحقيق أهداف السياحة في البلد وتطورها.

والجزائر بحكم انتمائها لمجموعة البلدان النامية تتميز بالخصائص العامة لهذه البلدان ، فلقد سارعت خلال السنوات القليلة الماضية لتطوير وتنمية القطاع السياحي في إطار الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية

لتنويع الاقتصاد الوطني. حيث يعد هذا القطاع مصدرا هاما للعملات الأجنبية ولفرص العمل ومن ثم تأكد بوضوح أثره العام على التنمية الاقتصادية. كما يساعد قطاع السياحة على تطوير جميع القطاعات المترابطة والمتشابكة معه، خاصة قطاعات البنية التحتية مثل النقل والاتصالات، والكهرباء والمياه، والخدمات المالية، والزراعة والصناعات التحويلية.

وعلى الرغم من التجربة السياحية الرائدة لبعض الدول العربية في تطوير ونمو القطاع السياحي، إلا أن قطاع السياحي في الجزائر مازال يراوح مكانه وذلك لغياب الثقافة السياحية، وضعف الترويج والتسويق السياحي للمنتج السياحي الجزائري، بالإضافة إلى قلة الاعتمادات المالية المخصصة له و انتهاج سياسيات سياحية غير واضحة المعالم .

أولا: طـــــرح الإشكاليـــــــة

بناء على ماسبق، وعلى ضوء ما تقدم يمكن بلورة وتحديد مجموعة من التساؤلات والتي تشكل في مجملها صياغة لمشكلة الدراسة حول مستقبل القطاع السياحي الجزائري في ظل الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية (SDAT 2025)؟، كيف يمكن تفعيل القطاع السياحي في الجزائر من أجل تعزيز التنويع الاقتصادي و ترقية الاقتصاد الوطني

- هل تتوافر الجزائر على مقومات سياحية قادرة على جعلها وجهة سياحية عالمية؟ وما مدى إمكانية استغلال هذه المقومات السياحية لتطوير وتنمية القطاع السياحي؟
- ما مدى فعالية السياسات السياحية المعتمدة في الجزائر من اجل ترقية القطاع السياحي و خلق تنويع اقتصادي ؟
- ما هي مشاكل ومعوقات تنمية القطاع السياحي في الجزائر؟
- ما هي التوجهات المقترحة بشأن تنمية القطاع السياحي الجزائري في ظل الإستراتيجية الجديدة وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 ؟

ثانيـــــــا: أهميـــــة الدراســـــة إن تلك التساؤلات تدعوا إلى:

- أهمية البحث في مستقبل القطاع السياحي بالجزائر في ظل الإستراتيجية الجديدة لتنمية القطاع السياحي وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 و المسطرة من طرف السلطات المعنية، وما سوف ينجر عن ذلك من تحديات على مستوى هذا القطاع.
- إبراز الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للقطاع السياحي كقطاع متنامي مؤثر في اقتصاديات العديد من البلدان في العالم يعتمد بشكل كبير على الواقع الجغرافي الطبيعي والبشري والتاريخي.
- توضيح مدى أهمية الإمكانيات والمقومات السياحية التي تمتلكها الجزائر إذا تم استغلالها في تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة خارج قطاع المحروقات، وتوفير فرص العمل للأعداد المتزايدة من القوى العاملة، وبالتالي المساهمة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- محاولة توضيح أنه بإمكان القطاع السياحي الجزائري أن يحقق النمو والتطور الاقتصادي كقطاع تنموي بديل لقطاع المحروقات ،إذا رافق ذلك سياسات اقتصادية وسياحية يراعي فيها العوامل والمتغيرات الداخلية والإقليمية والخارجية المستجدة التي يمكن أن تعصف بالجهود المبذولة، كونها تسير على مخطط بعيد المدى في إطار المنظور الجديد للعصر الحديث، عصر العولمة والاقتصاد العالمي.

ثالثـــــا: أهـــداف الدراســـــــة

من جملة الأهداف التي يسعى إليها البحث نذكر:

1-إظهار الميزة السياحية للجزائر ومكانتها في السياحة الدولية

2-إبراز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني والدور الذي يمكن أن يلعبه في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

3- محاولة تقييم أداء السياسات السياحية المطبقة في القطاع السياحي الجزائري خلال فترة الدراسة وانعكاساتها على نمو وتطوير القطاع السياحي .

5-استشراف لآفاق التنمية السياحية في الجزائر في ظل الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 من خلال التعرف على المشاكل والمعوقات التي واجهت القطاع السياحي في الجزائر عبر مراحل مختلفة من التنمية، وإمكانية تطويره خلال المراحل المقبلة فضلا عن محاولة وضع لبعض السياسات التي من شأنها تحقيق هدفين أساسيين:.الأول يكمن في تخفيض من حدة المشاكل التي تواجه السياحة الجزائرية ،والتي لم تصل الدولة حتى الآن إلى التغلب عليها. والثاني يكمن في إعادة بعث عملية التنمية السياحية من جديد وفقا للمعطيات الوطنية والدولية المستجدة.

رابعـــــا: دوافـــــع الدراســـــة

هناك دوافع وأسباب تقودنا للبحث في هذا الموضوع دون غيره من المواضيع العلمية، فضلا عن أهميته هناك أسباب موضوعية وأخرى ذاتية تكمن فيما يلي:

أ- الأسبـــاب الموضوعيـــة:

1-الاهتمام المتزايد بالسياحة العالمية من قبل مختلف البلدان في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة.وذلك بتسليط الضوء على إحدى الظواهر الاجتماعية والاقتصادية الحيوية خاصة بالنسبة للجزائر التي تسعى لتحقيق الطموحات الواسعة نحو التقدم الاقتصادي والاجتماعي.

2-سعي الجزائر لإيجاد بديل تنموي لقطاع المحروقات و خلق تنويع اقتصادي في المستقبل حيث يشكل القطاع السياحي إحدى البدائل المتاحة لاحتلال مكانة هامة في الاقتصاد الوطني.

3-محاولة إبراز ما أفرزته الجهود التنموية في الجزائر من إخفاقات وإبراز دافعية الدراسة في مناقشة إشكالية العلاقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية، والدور الذي سوف يلعبه القطاع السياحي وفق للمعطيات الدولية والوطنية المستجدة لبعث عملية التنمية من جديد وبشكل دائم.

ب- الأسبـــاب الذاتيـــــة:

الميول الشخصية للباحثين في المواضيع المتعلقة بالتنمية السياحية بشكل خاص والتنمية الاقتصادية بشكل عام، مما يسمح لنا من الاطلاع والتعمق والتحليل وبالتالي التخصص البحثي ومواصلة المساهمة في إثراء البحث العلمي فيما يخص السياحة والتنمية السياحية بالقدر الكاف.

خامســـــا: فرضيات الدراســـة

صيغت وصممت مجموعة من الفرضيات العامة نرى أنها تشكل أكثر الإجابات احتمالا على الإشكالية المعتمدة في البحث وعلى الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

1-لا توجد إستراتيجية تنموية واضحة المعالم في مجال الصناعة السياحية في الجزائر رغم امتلاكها لمقومات وإمكانيات سياحية كبيرة قادرة على جعلها بلدا سياحيا تنافسيا.

2- إن مساهمة القطاع السياحي الجزائري في المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية مساهمة محدودة، بينما مساهمة القطاع السياحي الأردني في المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية مساهمة معتبرة.

3-إن تطوير وتنمية القطاع السياحي الجزائر على ضوء الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 مرتبط بتذليل المشاكل والمعوقات التي تعترض التطبيق الفعلي لهذه الإستراتيجية المعتمدة.

سادســـا: حـــــدود الدراســـــة

تتطلب منهجية البحث العلمي ضرورة التحكم في إطار التحليل المتعلق بطبيعة الدراسة ومحاولة وضع حدود للإشكالية المطروحة، وهذا بهدف الاقتراب من الموضوعية والوصول إلى نتائج منطقية يمكن الاعتماد عليها.حيث تنحصر الحدود المكانية لهذه الدراسة في تشخيص واقع القطاع السياحي الجزائري ودوره التنموي من خلال المساهمة في المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية كناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات والتشغيل . أما الحدود الزمنية فتم تحديد مجال الدراسة في الفترة 2000-2015 حيث حظيت هذه الفترة باهتمام كبير من قبل السلطات العمومية وذلك لسعيها لنهوض بالسياحة الجزائرية وجعلها كبديل لقطاع المحروقات وسوف تتعدى الدراسة لمرحلة التوقعات في تقييم للجهود المبذولة ضمن الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 .

سابعـــــا: منهـــج وأدوات الدراســـة

من أجل الإجابة على الأسئلة المطروحة واختبار صحة الفرضيات، ونظرا لطبيعة الموضوع، فإن الباحثين قد اتبع المنهج الوصفي عند دراسته لواقع القطاع السياحي الجزائري، والمقومات السياحية المتوفرة في الجزائر، في حين اتبع المنهج التحليلي عند دراسة السوق السياحي الجزائري والعائد الاقتصادي لصناعة السياحة في الجزائر خلال فترة الدراسة.

أما بالنسبة للأدوات المستخدمة فقد قمنا في هذا البحث باستخدام المسح المكتبي لأكبر قدر ممكن من المراجع المكتبية العربية والأجنبية منها، وكذا بعض المجلات المتخصصة والملتقيات الوطنية والدولية، ورسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه، كما قمنا أيضا باستخدام شبكة الانترنيت في كثير من الأحيان لجمع المعلومات التي من شأنها إفادتنا في بحثنا، وكذلك الاستعانة ببعض القوانين والتشريعات المتعلقة بالقطاع السياحي بالإضافة إلى تقارير المنظمات الدولية في هذا المجال، وكذلك الاتصال ببعض الهيئات السياحية من أجل جلب آخر الإحصائيات.

ثامنـــا: الدراســـــات السابقـــة

لقد تم الإطلاع على العديد من الدراسات السابقة التي تناولت السياحة بصفة عامة والسياحة في الجزائر بصفة خاصة، حيث تمت دراسة مختلف الأبحاث والدراسات التي تخصصت في تحليل وتقييم لدور السياحة في تنمية اقتصاديات الدول بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة والآثار المترتبة عليها، حيث كان لهذه الدراسات دور متميز في ضبط الإشكالية وتأصيل فكرة الباحث حول القطاع السياحي في الجزائر وانعكاساته على الاقتصاد الوطني ومقارنته مع القطاع السياحي في الأردن، وأهم هذه الدراسات نذكر منها ما يلي:

1- دراسة "محمود فوزي شعوبي" السياحة و الفندقة في الجزائر- دراسة قياسية 1974-2002 أطروحة دكتوراه علوم ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، (2007).

وقد تناولت هذه الدراسة أهم المفاهيم المتعلقة بالسياحة ثم دورها وتأثيرها على متغيرات النشاط الاقتصادي في الفصل الأول، أما الفصل الثاني ففيه تم دراسة دوال العرض والطلب السياحيين في الجزائر، في حين قد تناول الفصل الثالث التقدير الإحصائي لدوال إنتاج المؤسسات الفندقية العمومية الجزائرية، أما الفصل الأخير فقد تطرق إلى قطاع الفنادق في الجزائر من منظور متغيرات حساب النتائج وحساب الاستغلال للفترة الممتدة بين 1971- 2001.

2- دراسة "عامر عيساني" بعنوان الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر- أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة (2010).

وقد تناولت هذه الدراسة للخلفية النظرية للسياحة وآثارها المختلفة في الفصل الأول، أما الفصل الثاني فقد تم التطرق إلى التنمية السياحية المستدامة وتطور حركة السياحة الدولية، في حين تناول الفصل الثالث واقع إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر، في حين قد تناول الفصل الرابع التنمية السياحية المستدامة في مصر و تونس كواقع وآفاق، وأخيرا الفصل الخامس كان عبارة عن دراسة تقييمية للتجارب السياحية في الجزائر- مصر- تونس.

3- دراسة "مليكة حفيظ شبايكي" بعنوان السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية -حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، (2003).

وقد تناولت هذه الدراسة مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري، كما تطرقت إلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، بالإضافة إلى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني، لم تكن ذات أهمية قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات، وإهمالها لقطاع السياحة.

4- دراسة "خالد كواش" بعنوان "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر (2004).

وقد تناولت هذه الدراسة تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي، أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وفي الفصل الأخير تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، وحاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤد الدور المنتظر منه في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية مما يحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

5- دراسة "بوعقلين بديعة" بعنوان "الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي بالجزائر" أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر (2006).

وقد تناولت هذه الدراسة الموضوع في خمسة فصول، تطرقت إلى مدخل للسياحة بحيث شمل التعاريف النظرية الخاصة بالسياحة والمفاهيم المرتبطة بها، ثم تناولت الاستثمارات السياحية وعلاقتها بالتسويق السياحي مع تركيز على العرض والطلب السياحي، كما أشارت إلى تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر عبر مختلف مراحل التنمية، كما قدمت تحليلا للعرض والطلب السياحي حسب مختلف عناصرهما، ثم قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة وآفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري، وتوصلت الباحثة من خلال الموضوع إلى تأكيد تعثر القطاع السياحي في كافة مراحل التنمية بسبب التهميش وغياب رؤية إستراتيجية صادقة نحو بناء سياحة مستدامة تساهم في بعث التنمية الشاملة، كما أكدت على ضعف المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى، ومحدودية الشراكة الأجنبية في قطاع السياحة.

وتشترك هذه الدراسة مع مجموعة من الدراسات السابقة، من خلال التطرق إلى واقع ومحتوى القطاع السياحي في الجزائر، وأهم السياسات السياحية التي طبقت للنهوض بالقطاع السياحي. كما تشترك في التطرق إلى الآفاق المستقبلية لتنمية القطاع السياحي في الجزائر من خلال الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

وتختلف دراستنا عن الدراسات السابقة أنها تستعرض العلاقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية مع تسليط الضوء على تجربة سياحية رائدة لدولة عربية في نمو وتطوير القطاع السياحي.

تاســـــــعا: تقسيمـــــات الدراســـــة

لقد تم تقسيم هذه الدراسة الى فصلين ، فصل نظري و فصل تطبيقي

الفصـــــــل الأول:

و الذي جاء بعنوان مدخل الى السياحة و التنويع الاقتصادي و الذي قسم الى اربعة مباحث كما يلي :

المبحث الاول : ماهية السياحة

المبحث الثاني : أسس السياحة

المبحث الثالث : مكونات السياحة

المبحث الرابع : مفهوم التنويع الاقتصادي و مبررات اللجوء اليه

الفصـــــل الثانـــــي:

و الذي جاء بعنوان واقع القطاع السياحي في الجزائر و مساهمته في الاقتصاد الوطني ، والذي تم تقسيمه الى اربعة مباحث وهي :

المبحث الاول : المقومات السياحية في الجزائر

المبحث الثاني : القطاع السياحي في الجزائر عبر المراحل التنموية

المبحث الثالث : تشخيص تنمية القطاع السياحي و آفاق النهوض به

المبحث الرابع : مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الاقتصاد الوطني

عاشـــــرا: صعوبـــــات الدراســـــة

إن هذا العمل لا يخلو من بعض الصعوبات التي واجهت الباحثين عن دراسته لهذا الموضوع، تمثلت في صعوبة الحصول على المعطيات والإحصائيات ذات الصبغة الرسمية والمتعلقة بالقطاع السياحي في الجزائر والتي تغطي كامل الفترة المدروسة ، وغالبا ما تكون مفرطة وغير دقيقة مما ينجم عنه تباين واضح في المعطيات ،تبعا لاختلاف الجهات التي تصدرها وقد حاولت بكل جهد أن أتغلب على التباين في المعلومات والبيانات وأن اربط بينها بالشكل الذي يخدم الموضوع .

وفي الأخير نأمل أن يكلل البحث بالقدر الكاف من الدراسة والنجاح، لإيماني الخالص بأن هدف التنمية الأول والأخير هو خدمة الإنسان، راجيا من المولى تعالى أن يوفقني لذلك.

الفصل الاول

تمهيد:

لقد أصبحت السياحة صناعة ضخمة تجد الرواج على الصعيد العالمي، وتؤثر في اقتصاديات الكثير من الدول المتقدمة منها والنامية، فهي تساهم بشكل ملحوظ في عمليات النمو الاقتصادي وخلق فرص عمل، وتحقيق التنمية الاقتصادية، كما تعد السياحة أيضا حافزا هاما للجهود المبذولة نحو التخفيف من حدة الفقر، لاسيما في البلدان الأقل نموا.

كما أصبحت علما متعدد الجوانب متشعب الفروع يدرس في الجامعات والمعاهد الدولية ولها مؤسساتها ومنظماتها التي ترعاها.

والنهوض بهذا القطاع أصبح عاملا أساسيا لدعم القطاعات الاقتصادية الأخرى، فتوفر الإمكانيات والمقومات السياحية الطبيعية والتراثية و أن استغلالها سيكون له دور فعال في تطور الاقتصاد على أتم وجه مما يؤدي إلى بناء صناعة سياحية متقدمة ومتطورة تؤدي بدورها إلى ازدهار الاقتصاد وتحقيق التنمية الاقتصادية، و عليه قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: أسس السياحة

المبحث الثالث: مكونات السياحة

المبحـث الأول: ماهية السياحـة

إن دراسة أي مجال بصفة عامة تبدأ بضرورة دراسة بعض المفاهيم والمصطلحات العلمية المتعلقة بذلك المجال ، ولذلك قبل البدء في دراسة علم السياحة يجب توافر مدخل يتضمن العديد من المصطلحات والأسس والمفاهيم التي يجب الإشارة إليها قبل الخوض في مفهوم السياحة بشكل مفصل.

المطلـب الأول: تعريـف السياحـة

ليس من السهل إعطاء تعريف دقيق للسياحة، لأنها تتضمن عدة جوانب من الصعب دمجها في تعريف واحد، حيث تشير أدبيات السياحة في هذا المجال إلى دعم وجود اتفاق بين المختصين على مفهوم واحد، إذ يعرفها شراتنهو (1910) على أن السياحة هي عبارة عن تفاعلات اقتصادية مباشرة وغير مباشرة ناجمة عن وصول زوار من خارج الدولة إلى إقليم أو دولة أخرى بعيدة عن موطنهم الأصلي، إذ توفر لهم هذه الدولة كل الخدمات المختلفة التي يحتاجونها خلال إقامتهم، وتساهم هذه الخدمات في إشباع كل رغباتهم. [1]

أما jobber (1980) فيرى بأن السياحة هي إحدى ظواهر عصرنا التي تنبثق عن الحاجة المتزايدة لدى الأفراد بالراحة وتغيير البيئة والمتنفس والإحساس بالراحة والمتعة من خلال تغيير مكان الإقامة إلى مناطق أخرى لها طبيعتها الخاصة بالإضافة إلى النمو والتحسن في وسائل النقل والاتصالات ما بين شعوب وجماعات مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهذا التطور فيها ما هو إلا نتيجة لاتساع نطاق وحجم التجارة والصناعة وذلك على اختلاف أحجامها سواء كانت صغيرة أم كبيرة.

أما Dann (1988) فيرى بأن السياحة هي عبارة عن نشاط سياسي أكثر من كونه اقتصادي، وهو الذي يرى أن السياحة لا تقتصر في كونها عملية تفاعل وإنما هي وسيلة وأداة مهمة لتحقيق السلام في العالم.
أما Pearce (1991) فيعرف السياحة بأنها مجموعة من العلاقات والظواهر الناجمة عن الرحلات، والسفر، والإقامة المؤقتة لأفراد مسافرين أساسا بهدف الترويج والاستجمام. [2]
أما Birnikere فيعرفها بأنها مجموع العلاقات و الخدمات الناجمة عن التغيير المؤقت و الإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة. [3]
أما تعريف الأستاذان السويسريان المشهوران Hanzikar و Krapf الذي تم تقديمه إلى الجمعية الدولية للخبراء العلميين في السياحة على أن السياحة هي مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر وإقامة الشخص الأجنبي المؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة، أو ترتبط بعمل مأجور.
ويلاحظ أن هذا التعريف يبرز الحقائق التالية:

([1])-إياد عبد الفتاح النسور، **أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية**، دار صنعاء للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 23.

([2]) إياد عبد الفتاح النسور، مرجع سابق ، ص 23.

([3]) علاء الدين عبد الوهاب، **مدخل إلى علم السياحة**، قسم الدراسات السياحية بالمعهد العالي للسياحة و الفنادق بالسادس من أكتوبر، القاهرة، 2005، ص 15.

1- تنشأ السياحة نتيجة لتنقل الأشخاص وإقامتهم في أماكن مختلفة.
2-تتضمن السياحة السفر والإقامة بما في ذلك الأنشطة المترتبة عليها.
3-يكون السفر والإقامة في غير المكان الذي اعتاد أن يقيم فيه السائح أو يعمل فيه.
4-أن الحركة إلى المكان المقصود تكون مؤقتة وقصيرة الأجل بقصد العودة خلال أيام أو أسابيع أو شهور، وبحيث يكون هناك حد أدنى وحد أقصى، فمثلا يتم استبعاد السفر الذي يقل عن 24 ساعة والذي يزيد عن سنة.
5- أن زيارة المناطق المقصودة تكون لأغراض غير الإقامة الدائمة أو لغرض العمل. [1]

أما منطقة السياحة العالية فترى أن السياحة هي عبارة عن مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر، والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة متتالية، ويكون ذلك بهدف التسلية،أو العمل ، أو أي نشاطات أخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية. [2]

وإذا كانت السياحة في بدايتها تعرف على أنها الانتقال والسفر وقطع المسافات والعودة لمكان السكن الأصلي، والسائح هو الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية وهو ملزم أن يصرف أموالا جمعها في مكان آخر، إلا أن الاجتماع الذي عقدته هيئة الأمم المتحدة في روما سنة 1963 بعنوان السياحة الدولية جاء تعريف السائح على أنه الشخص الموجود بشكل مؤقت في دولة أجنبية خارج مكان سكنه الأصلي خلال 24 ساعة أو أكثر ويتضح هذا التعريف على أن السائح هو:
1-الشخص الذاهب للترفيه أو العلاج أو لأسباب أخرى.
2-الشخص الذاهب لاجتماعات دولية أو لحضور مباريات رياضية دولية أو المشاركة بها.
3-الشخص الذاهب للدراسة أو التخصص في مجال معين.
ومن هذا التعريف أيضا نستثني الشخص السائح في الحالات التالية:
1-الشخص الذاهب للعمل بدولة أجنبية ويعمل بها بعقد أو دون عقد.
2-الشخص الذي استوطن في المكان الذي ارتحل إليه وكان سائحا منه. [3]

المطلـــب الثانـــــي: مراحل تطور السياحـــــة

إن نشأة السياحة تعود إلى بداية الحياة الإنسانية على الكرة الأرضية حيث كان البشر يحتاجون إلى الترحال لأغراض عديدة، سواء كانت لتأمين الطعام أو أماكن للسكن، أو بحثا عن أناس للقاء معهم تحقيقا لأغراض اجتماعية وقد بدأ الإنسان الأول وهو يسعى وراء الاستقرار على الأرض، مما أدى به إلى التنقل و

([1])-نبيل الروبي، **مجموعة الدراسات السياحية " نظرية السياحة"**، مؤسسة الثقافة الجامعية ،الإسكندرية، 1986، ص ص 21-22.

([2])-إياد عبد الفتاح النسور، مرجع سابق، ص 24.

([3])-مروان السكر ، **مختارات من الاقتصاد السياحي** ، دار مجدلاوي، الأردن، 1999، ص 14.

الترحال سائحا في أرجاء الكرة الأرضية، ولكن استمر – من بعد استقراره– متنقلا وسائحا يسعى وراء مزيد من المتعة والاستمتاع بالراحة،والترفيه والترويج، المتمثلة في المشاهدة لمناطق لها جمالها الطبيعي، غطاءها المائي والنباتي، والحياة البرية، والاحتكاك بغيرهم من سكان العالم للتعرف على ما أنجزوه بالإضافة إلى تنوع المناظر الثقافية، وأساليب الحياة، والفلكلور، والتعبيرات الفنية. [1]

إلا أن الرحالة الأوائل القدامى كانوا أدباء وفنانين ومؤرخين وجغرافيين ومكتشفين، ومبشرين، ولذا جاءت كتاباتها في الأغلب سجلا وافيا ودقيقا وعميقا لانطباعاتهم عن حياة الشعوب التي زاروها، ومظاهر سلوكهم وموائدهم، وتقاليدهم ونظمهم الاجتماعية والسياسية، وتقويما لإنجازاتهم في مختلف ميادين الثقافة. [2]

لذلك فقد عرفت السياحة منذ العصور القديمة قدم الإنسان، فمنذ أزمان طويلة والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثا عن طعامه وأمنه واستقراره ولذلك يمكن أن نقسم المراحل التي مرت بها السياحة إلى ثلاث مراحل هي:

الفرع الأول: مرحلة العصر البدائي

و تبدأ هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين و الفراعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد ومن خصائصها ظهور الجيوش التي هيأت الأمان للناس و بالتالي حرية الحركة و ظهور الأديان و المعتقدات. [3]

وتتميز هذه المرحلة بعدم وجود الحكومات والقوانين أو وسائل الانتقال أو أسس المعاملات الاقتصادية، لذلك كان الانتقال في هذه المرحلة جزء لا يتجزأ من الحياة، وضرورة تحتمها ظروف المجتمع لإشباع رغبات الفرد واحتياجاته، فكان الإنسان يقطع المسافات الطويلة ليصل إلى موارد الحياة ولم يكن للوقت أو المسافة أي اعتبار. وعندما انتقل العالم إلى العصور الوسطى في الفترة من القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر بقيت كلمة السياحة غير معروفة بمدلولها الحالي ومع ذلك شهدت هذه الفترة تطورا يسيرا في وسائل النقل وأهدافه، فعرفت أسفارا طويلة في البحار ورحلات المغامرين والمستكشفين، كما عرفت الأهداف الدينية الانتقال إلى الأماكن المقدسة والسفر مثل الحج.

و يعتبر الرومان أول من مارس السفر للتمتع بالسفر نفسه، فعصور الرومان كانت أول العصور التي كان فيها أشخاص يسافرون بإرادتهم بجانب التجارة لأغراض أخرى مثل زيارة المعابد الشهيرة و تماثيل وعجائب العالم القديم و أيضا لأسباب صحية فزاروا الحمامات العلاجية كما زاروا شواطئ البحار، وبانهيار الإمبراطورية الرومانية في القرن الخامس تدهورت السياحة في تلك العصور. [4]

([1])-أحمد الجلاد، **مدخل إلى علم السياحة**، عالم الكتب، القاهرة، 1985، ص 33.

([2])-أبو زيد أحمد، **أدب الرحلات**، مجلة علم الفكر، الكويت، المجلد13، العدد 4، مارس 1983، ص 174.

([3])- محمد خميس الزوكة، **صناعة السياحة من منظور جغرافي**، الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص 12.

([4])-محمود كامل، **السياحة الحديثة علما و تطبيقات**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 22.

الفرع الثاني: عصر الآلة (عصر سياحة الأغنياء)

وتتميز هذه المرحلة بما يلي:

أ- ظهور الثورة الصناعية وتطور وسائل النقل.

ب- ظهور طبقة الأمراء والحكام ورجال الدين والأغنياء والإقطاعيين.

ج- ظهور الفنادق الكبيرة التي تشبه القصور.

د- انقسام العالم إلى نظم سياسية واقتصادية واجتماعية مختلفة.

هـ- شعور الدولة بأهمية السياحة.

وكان لهذه التطورات الأثر البالغ في شكل الانتقال وبالتالي تطور السياحة ومفهومها.

حيث أدت الثورة الصناعية إلى ظهور البواخر والسكك الحديدية والسيارات و العربات بمختلف أنواعها إلى تطور وسائل التنقل.

فبعد أن كان التنقل سيرا على الأقدام ثم على ظهور الدواب والمراكب الشراعية أصبح التنقل بوسائل أكثر راحة وأمان. [1]

وقد أدى ظهور الطبقات الغنية بإمكاناتها الواسعة، وعدم تقيدها بإجازات محددة إلى تطور شكل السياحة واتساع مداها، كما كان له تأثيره في إقامة الفنادق الكبيرة والقصور التي تصلح لاستضافة الأثرياء.

وبالرغم من تلك التطورات التي كانت في صالح السياحة، إلا أنه يمكن القول أن ظاهرة انقسام الإمبراطوريات وظهور الحدود السياسية الدولية لم تكن في صالح السياحة، فقد أدى قيام الحدود السياسية إلى فرض قيود على السفر للحد من الهجرة وتنظيم إقامة الأجانب والعمل خارج البلاد، ولمنع التهريب ،كما أدى إلى وضع قواعد لتحديد أنواع المواطنين وصفاتهم كما يشبه اليوم جوازات السفر والتأشيرات وغير ذلك من القيود التي تفرضها الحكومات على السفر والسياحة.

ومن أهم التطورات التي تعرضت لها السياحة في هذه المرحلة هو شعور الدولة بأهمية السياحة من الوجهة الاقتصادية مما أدى بها إلى التدخل بسلطاتها التشريعية لتنظيم زيارة الأجانب وتقديم كافة الإمكانيات لتنشيط السياحة وأهم ما تميزت به السياحة في هذه الفترة ما يلي:

1-قلة عدد المسافرين نسبيا.

2-كثرة إنفاق الفرد.

3-طول مدة الرحلة.

([1])-مصطفى محمد نور الدين، **السياحة الدولية ودورها في التنمية الاقتصادية مع إشارة خاصة للدول العربية**، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، ، مصر، سنة1977، ص ص05-06.

4-عدم مرونة الطلب السعرية للسياحة حيث لم يتأثر السفر في هذه المرحلة بانخفاض الأسعار سواء في وسائل السفر أو الإقامة أو من حيث المشتريات. [1]

و يعتبر العرب من بين الأوائل الذين طوروا مبادئ السياحة من خلال وضع الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة، فمن الوقائع الثابتة انه كانت بغداد و قرطبة أكثر المدن ثراء، فكانت تجارة العالم موجهة إليها والتي تميزت بالنشاط و الصناعات الناجحة و كانت تعتبر مركزا للحياة الثقافية و الحضارية مما أدى إلى جذب العديد من العلماء و المثقفين إليها.[2]

الفرع الثالث: مرحلة العصر الحديث

لقد تطورت السياحة تطورا هاما وملحوظا في هذه الفترة وخاصة مع تطور وسائل النقل، فقد كانت السياحة في ما مضى ظاهرة فردية، ولكن عندما تطورت وسائل النقل تحولت إلى سياحة جماعية منظمة، فالسكة الحديدية أصبحت بعد تطور السياحة وسيلة لرحلات جماعية منظمة، والسيارة أصبحت تعتبر إغراء مستمر للسفر، والطائرة التي تتميز بالسرعة والسعة أصبحت إحدى أهم وسائل النقل والسياحة. [3]

وبعد أن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها تقلصت طبقة الأغنياء وظهرت طبقة متوسطة جديدة أو طبقة العمال وهي كبيرة العدد ذات إمكانيات محدودة، كما تميزت تلك الفترة بتدخل الدولة للنهوض بالسياحة بسبب اقتناعها بالدور الحيوي للسياحة في اقتصاديات البلاد وقد أدت هذه التطورات إلى تغيير شامل في هيكل حركة السياحة،فبعد أن كان الأغنياء يمثلون العمود الفقري للسياحة، أصبحوا قلة في العدد، بينما زادت أعداد الطبقة المحدودة الدخل ووجدت أجهزة السياحة مصلحتها في الاستفادة من الطلب الوفير الذي تهيئه هذه الأعداد الكبيرة من ذوي الدخل المحدود، فعملت على تخفيض أجور السفر وتطوير وسائله بحيث تكون السياحة في متناول هذه الأعداد الكبيرة وبحيث توفر لها المتعة والراحة في حدود إمكانياتها المحدودة.

وكان نتيجة ذلك تطور أماكن الإقامة وأسعارها، وظهرت الفنادق الحديثة بدلا من القصور الفخمة التي كانت تصلح لطبقة الأغنياء وأنشأت فنادق الدرجة الثانية والثالثة كما ظهرت بيوت الشباب والمخيمات من أجل جذب أفواج الشباب والموظفين والعمال. [4]

([1])-مصطفى محمد نور الدين، مرجع سابق، ص 08.

([2])-صبايحي نوال، العالية مناد، **دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص و دوره في التنمية السياحية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة البويرة،27- 28 سبتمبر 2015، ص 04.

([3])-الحسن حسن، **السياحة صناعة وعلاقات عامة**، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة، بيروت، 1978، ص25.

([4])-مصطفى محمد نور الدين، مرجع سابق، ص 09.

المطلـب الثالــث: أنــواع السياحـــة

لقد أصبحت السياحة بكل أنواعها قاطرة النمو الاقتصادي و الاجتماعي والحضاري وتتساوى في ذلك الدول المتقدمة والدول النامية باعتبارها مدرة للدخل وكثيفة العمل وباعثة على نمو ورواج العديد من الصناعات والخدمات المرتبطة بها بشكل مباشر أو غير مباشر.

و تقسم السياحة إلى أنواع مختلفة حسب معايير معينة:

الفرع الأول: حسب معيار الحدود السياسية

وفيه نميز بين السياحة الداخلية والسياحة الخارجية (الدولية):

1-السياحة الداخلية: وتتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم، ويتم إنفاق الأموال فيها بالعملة المحلية.

و هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها: [1]

- ✓ وزارة السياحة و دورها في التخطيط و الإشراف على عمليات و أنشطة التسويق السياحي للبلد.
- ✓ الفنادق و المطاعم السياحية.
- ✓ خدمات النقل البري و الجوي و البحري.

2-السياحة الخارجية (الدولية): وهذا النوع من السياحة يكون من قبل مواطنين أجانب داخل حدود دولة أخرى، وفي جميع الحالات يتم اجتياز الحدود الدولية وصرف عملة أجنبية صعبة خلال فترة السياحة، كما تساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال: [2]

- ✓ عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول و الشركات السياحية.
- ✓ استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية.
- ✓ توسيع التعاون و تعميقه و تبادل المساعدات في مجال الدعاية السياحية و الإعلان السياحي.

والسياحة الخارجية بدورها تنقسم إلى نوعين سياحة موجبة وسياحة سالبة.

أ-السياحة الموجبة: وهي تلك السياحة التي يحضر فيها مواطنون أجانب إلى دولة معينة وينفقون عملة صعبة تساعد في زيادة الدخل الوطني لتلك الدولة.

ب-السياحة السالبة: وهي تلك السياحة التي يذهب فيها مواطنو تلك الدولة إلى الخارج وينفقون عملة صعبة وفروها داخل بلادهم. [3]

([1])-عصام حسن الصعيدي، **التسويق و الترويج السياحي و الفندقي**، دراسة للتسويق السياحي و الفندقي في الدول العربية، دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2009، ص 33.

([2])-محمود الديماسي و آخرون، **تخطيط البرامج السياحية**، دار المسيرة، عمان، 2002، ص 138.

([3])-مروان السكر ، مرجع سابق، ص ص 14- 15.

الفرع الثاني: حسب معيار مدة الإقامة

تنقسم السياحة حسب هذا المعيار إلى السياحة الطويلة والسياحة القصيرة:

1-السياحة الطويلة: وهذا النوع من السياحة يكون عادة لمدة أسابيع يتم خلالها زيارة الأماكن التاريخية البعيدة، أما إذا كانت من أجل الرفاهية فإن مدتها لا تتجاوز أسبوعين، وقد تمتد السياحة الثقافية حتى خمس سنوات من أجل الدراسة والتخصص، وقد تمتد من شهر إلى سنة علما بأن هذا النوع يستمر طوال السنة خاصة السياحة الثقافية والعلاجية.

2-السياحة القصيرة: وعادة ما يكون مدة هذا النوع من السياحة أقل من أسبوعين فهي تنقسم إلى نوعين:

أ- سياحة نهاية الأسبوع (في العطل) وينتشر هذا النوع في أمريكا وبريطانيا وفرنسا.

ب- سياحة نهارية قصيرة لا تستغرق أكثر من يوم واحد وعادة لا يتم النوم فيها وهي أقصر من سياحة نهاية الأسبوع.

الفرع الثالث: حسب معيار الغرض

ويتم تقسيم السياحة حسب هذا المعيار إلى ما يلي:

1-السياحة لقضاء الإجازات الترفيهية: ويعتبر هذا النوع من السياحة أكثر شيوعا في مختلف الدول، إذ أنه مرتبط بأوقات الإجازات المدفوعة الراتب مثل إجازات نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو الأعياد الدينية. [1]

2- السياحة العلاجية: إن هذا النوع من أجل العلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع وهي تقسم إلى عدة أنواع حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج وهي:

أ-السياحة العلاجية المناخية: ويكون هذا النوع من السياحة من أجل العلاج عن طريق المناخ مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر قرب البحار وغيرها.

ب-السياحة العلاجية المعدنية: وتكون في هذا النوع من السياحة الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب أو كلاهما معا، وهي أقدم أنواع السياحة.

ج-السياحة العلاجية البحرية: ويضم هذا النوع من السياحة كل من السياحة العلاجية المناخية والسياحية ، العلاجية المعدنية وأساس العلاج بها هو والاستحمام والاستلقاء على الرمال بجانب المياه.[2]

د-السياحة الرياضية: ويعتبر هذا النوع من أقدم السياحة حيث كانت تشمل رحلات الصيد في الماضي، أما في الوقت الحاضر فقد أصبحت مختلف الدول تتنافس لإقامة مباريات كأس العالم أو دورة الألعاب الأولمبية وذلك من أجل الحصول على المكاسب التي تحققها المنافسات الرياضية.

([1])-أحمد محمود مقابلة، **صناعة السياحة**، دار كنوز المعرفة العلمية للتوزيع، الأردن، 2007، ص 37.

([2])-مروان السكر ، مرجع سابق ، ص 15.

3-السياحة الثقافية: ويهدف هذا النوع من السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الشخص وذلك من خلال السفر من أجل الندوات والدورات الثقافية والمعارض والمسابقات الثقافية مثل مسابقات الشعر والمسرح والموسيقى، والتي تقدم في البلد الذي أقامها كمهرجان كان للسينما العالمية. [1]

4-السياحة الرسمية: وينقسم هذا النوع من السياحة إلى نوعين:

أ- السياحة الرسمية السياسية: ويحدث هذا النوع من السياحة عندما يسافر أعضاء الوفود أو أشخاص معنيين من أجل المشاركة في محادثات رسمية أو من أجل المشاركة في احتفالات دولية معينة.

ب-السياحة الرسمية الاقتصادية: ويكون هذا النوع من السياحة عندما يسافر الشخص من أجل مشاهدة المعارض التجارية والصناعية. [2]

5-السياحة الدينية: إن هذا النوع من السياحة يقوم على أساس إشباع العاطفة الدينية، حيث ساعدت الظروف بعض الدول لتكون موطنا هاما للسياحة الدينية كالمملكة العربية السعودية بالنسبة للمسلمين حيث يتجهون إلى مكة المكرمة لأداء فريضة الحج أو لأداء العمرة ويتجهون إلى المدينة لزيارة الحرم النبوي الشريف، وكذلك العراق حيث يذهب الشيعة لزيادة الأضرحة بالنجف وكربلاء والكوفة وغيرها، أيضا إيطاليا بالنسبة للأوربيين الكاثوليك، [3] و تهدف السياحة الدينية إلى زيارة الأماكن المقدسة و دور العبادة. [4]

6-السياحة الاجتماعية: ويكون هذا النوع من السياحة من أجل المحافظة على إبقاء العلاقات الاجتماعية بين الأسر والأفراد ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب والمعارف في الأفراح وهذا النوع مشهور في الدول التي لها جاليات تعيش في دول مجاورة.

7-السياحة العبورية (الترانزايت): ويكون هذا النوع من السياحة نتيجة الحاجة إلى العبور لوقت قصير من خلال أراضي دولة معينة للوصول إلى دولة أخرى علما بأن السياحة العبورية تنظم من قبل كل دولة ويتراوح بين يوم وأربعة أيام. [5]

الفرع الرابع: حسب معيار وسائل النقل والمواصلات

وينقسم هذا النوع من السياحة إلى:

1-سياحة برية: وتشمل السيارات ومختلف المركبات والدراجات النارية والهوائية وكذلك السكك الحديدية.

2-**سياحة جوية:** وتشمل مختلف الطائرات وبكل أنواعها.

3-**سياحة مائية (بحرية):** وتشمل السفن والقوارب والبواخر واليخوت.

([1])-أحمد محمود مقابلة ، مرجع سابق، ص 38.

([2])-مروان السكر ، مرجع سابق، ص 17.

([3])-نبيل الروبي ، مجموعة الدراسات السياحية "نظرية السياحة"، مرجع سابق، ص 36.

([4])-زيد منير سلمان، **الاقتصاد السياحي**،دار الراية للنشر و التوزيع،الأردن،2008،ص 15.

([5])- مروان السكر ، مرجع سابق، ص 18.

و هناك نوع جديد من السياحة يسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الأن ببعض الأشخاص القلائل جدا حيث تكلف الرحلة الواحدة ملايين الدولارات [1].

الفرع الخامس: حسب معيار أماكن النوم

وينقسم هذا النوع من السياحة إلى:

1-**السياحة في الفنادق:** وتستخدم للنوم والراحة وللإقامة وهو مفضل من قبل السياح الكبار السن ومن قبل المتزوجين ويؤمن راحة عالية حيث يقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية (النوم والطعام بالإضافة إلى خدمات أخرى).

2-**السياحة في الموتيلات:** والموتيل هو مجموعة من الشقق المعزولة عن بعضها البعض أو في بناية واحدة تتكون من غرفة وحمام ومكان للمركبة ويقع بجانب الطرقات وهي تسمح لسائقي المركبات والذين يقيمون فيه أكثر من أربعة ليالي أن يكون لهم اتصال مباشر مع مركباتهم، وهذه المرافق تختلف عن الفندق بأنها عادة لا يوجد بها طاقم عمل لخدمة الزبائن، فالزبون عندما يستأجر الشقة يأخذ المفتاح مباشرة بعد أن يدفع الأجرة عند وصوله للاستعلامات.

هذا التعريف يحتوي على ثلاث مميزات رئيسية:

1-طريقة الخدمة-خدمة ذاتية.

2-الدفع يكون مسبق.

3-الإقامة تكون قصيرة ومؤقتة.

ومن الأمور الهامة التي يجب أن يحويها "الموتيل" أن يكون فيه مطعم ومحل للسلع الغذائية الاستهلاكية ومحطة بنزين، أو قاراج لتصليح السيارات. [2]

3-**القرى السياحية:** القرى السياحية هي نوع جديد من مرافق النوم في السياحة حيث ظهرت أولا في فرنسا بعد الحرب العالمية الثانية إذ أنها تقدم خدمات ممتازة للمقيمين بها على أن تكون على احتكاك مباشر مع الطبيعة، و تكون هذه الخدمات متكاملة عندما يكون لها شكل تنظيمي مميز.

والقرى السياحية تحتوي على:

أ- الاستعلامات.

ب- مكان تبديل العملة.

ج- مكان تنظيم الحفلات الترفيهية.

د- محل بيع التحف.

هـ- وأماكن أخرى لتقديم الخدمات الإضافية للزبائن.

([1])- صلاح الدين خربوطلي، **السياحة صناعة العصر (مكوناتها- ظواهرها- آفاقها)**، دار حازم، دمشق، 2002، ص 28.

([2])-مروان السكر، مرجع سابق، ص 20.

4- **السياحة في البانسيونات:** إن البانسيونات هي عبارة عن فنادق صغيرة ومعظم أصحابها ورثوها عن أجدادهم الأرستقراطيين وهي تشمل بنايات كبيرة متكاملة، ونجد هذا النوع من البانسيونات بكثرة في كل من فرنسا وإيطاليا، واليابان.

5- المخيمات السياحية:إن المخيمات السياحية تمثل الإقامة أو المبيت وسط الطبيعة، وأخذ هذا النوع من السياحة يتطور بسرعة كبيرة جدا لأن الناس يحبون الاقتراب من الطبيعة والابتعاد عن الإزعاج والضجيج، وهذا النوع يعتبر رخيصا و في متناول السياح الشباب الذين لا تتوفر لديهم الأموال الكافية وذلك لانخفاض سعره. (1)

الفرع السادس: حسب معيار المكان الذي يتوجه إليه السياح

ويعتبر هذا النوع من السياحة حسب هذا المعيار من أحد أنواع السياحة و أكثرها انتشارا،حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا للحركة السياحية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى شواطئه الجذابة. و يهدف هذا النوع من السياحة إلى الاستمتاع و الترفيه النفسي،(2) و ينقسم حسب معيار المكان إلى نوعين:

1-**السياحة الجبلية والمائية:** إن هذا النوع من السياحة تكون في فصل واحد كما في بعض الجبال يكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، وفصل صيفي للتدفئة، أما السياحة المائية فتتم بالقرب من الأنهار والبحيرات السياحية.

2-**السياحة القروية:** وأهم ما يميز السياحة والإقامة في القرى الهدوء وجمال الطبيعة، ولهذا يفضلها عدد كبير جدا من السياح، وأول ما ظهر هذا النوع من السياحة في فرنسا بعد الحرب العالمية الثانية، وكانت تخصصه لاستخدام الأندية السياحية المختلفة وتوفر ظروف بسيطة للإقامة. وبعد ذلك بوقت متأخر طرأ تحسين عليها، واليوم أصبحت تضم شبكة سياحية متخصصة من فنادق ومطاعم ومرافق وملاحق لخدمة السياح وأصبحت أماكن عامة لإقامة السياح. (3)

الفرع السابع: حسب المعيار الاجتماعي

إن هذا النوع من السياحة حسب المعيار الاجتماعي كان أول ظهور له في دول الكتلة الشرقية من أوروبا، حيث أعدت للعمال معسكرات في مختلف المناطق السياحية لتجديد نشاطهم و قدراتهم النفسية و البدنية على العمل و هذه المعسكرات مخصصة للأفراد أو على شكل مجموعات، و يتميز هذا النوع من السياحة بما يلي:

- ✓ تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية بأسعار منخفضة.

---

(1)-مروان السكر، مرجع سابق، ص ص 21-22.

(2)- خالد كواش، **السياحة، مفهومها، أركانها، أنواعها**، دار التنوير، الجزائر،2007، ص 22.

(3)-نبيل الروبي، مجموعة الدراسات السياحية "نظرية السياحة"، مرجع سابق، ص 29 .

✓ قد يتم أحيانا هذا النوع من السياحة بنظام التقسيط، [1] و حسب هذا المعيار يوجد نوعين من السياحة هما:

1-**السياحة الفردية:** وهي سفر السياح فرادى خارج مقر إقامتهم، حيث يحصل السائح على الخدمات السياحية بالاتصال المباشر بالمشروعات السياحية (شركات النقل السياحي، الفنادق...) بنفسه أو بواسطة وكيله السياحي.

2-**سياحة المجموعات:** و تتضمن سفر مجموعة من الأشخاص يربطهم عادة رباط معين مثل جمعية أو نادي أو جامعة أو مدرسة.[2] وحسب هذا النوع من السياحة فإن الشركات السياحية المتخصصة هي التي تقوم بتنظيم رحلات في مجموعات أو أفواج سياحية تشمل كل عناصر الرحلة (النقل السياحي، الإقامة، الزيارات) وعادة ما تكون هذه الرحلات شاملة لكل تكاليف الرحلة مع انخفاض أسعارها، حيث تكون في متناول الطبقات المتوسطة ومحدودي الدخل، إذ تقدم الشركات السياحية خلال رحلاتها برامج تتفق مع ميول الأفراد ورغباتهم، ويلاحظ هذا النوع من السياحة بكثرة في إسبانيا، إيطاليا، اليونان.

المطلب الرابع: الأهمية المختلفة للسياحية

تلعب السياحة دورا هاما في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة، حيث أصبحت تمثل مصدرا للدخل القومي نتيجة لإنفاق السياح، والذي يكون على أشكال متعددة منها الإقامة و النقل و الإطعام والخدمات الأخرى، بالإضافة إلى الأثر المضاعف الذي يولده هذا الإنفاق و الناشئ عن دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متعددة، وتخلف رواجا وانتعاشا في مختلف المجالات. [3]

7-**السياحة العبورية (الترانزايت):** ويكون هذا النوع من السياحة نتيجة الحاجة إلى العبور لوقت قصير من خلال أراضي دولة معينة للوصول إلى دولة أخرى علما بأن السياحة العبورية تنظم من قبل كل دولة ويتراوح بين يوم وأربعة أيام. [4]

وبصفة عامة فإن للسياحة أهمية كبيرة باعتبارها أحد الأنشطة الداعمة للتنمية الاقتصادية منذ بداية الثمانينيات، ويرجع هذا الاهتمام إلى تغيير هيكل الطلب الكلي وظهور الأهمية النسبية لاقتصاديات الخدمات في هذا الهيكل. إذ مع زيادة الدخول الحقيقية وزيادة وقت الفراغ أصبح هناك طلب متزايد على وسائل الترفيه والإجازات. ونتيجة لهذه التطورات برز الدور الذي يمكن أن تلعبه صناعة السياحة كأحد الصناعات الواعدة للنمو في المستقبل القريب والبعيد في التنمية الاقتصادية.

ولذلك فقد أصبحت السياحة بحق قاطرة التنمية لأن الصناعة السياحية صناعة شاملة ذات نشاط إنساني متكامل وتعتبر من أهم سمات الحياة العصرية الحديثة.

([1])-أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 37.

([2])-منى فاروق حجاج ، **مدخل إلى علم السياحة** ، جامعة حلوان لشؤون الدراسات العليا والبحوث ، القاهرة ، 2011، ص78.

([3])-مختار إبراهيم مختار، **الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة، دراسة في المردود الاقتصادي من السياحة في ليبيا**، مجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الثاني، طرابلسّ، 2009، ص 50.

([4])-مروان السكر ، مرجع سابق، ص 18.

ولقد أصبحت السياحة إحدى أهم الصناعات الرئيسية في العالم في الوقت الحاضر، إذ فاقت معدلات نموها معدلات نمو الزراعة والصناعة كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية التقليدية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملات الصعبة (عدا تجارة البترول)، وفاقت إيراداتها العالمية الناتج المحلي الإجمالي لأي من دول العالم عدا الولايات المتحدة واليابان.

وتكمن أهمية السياحة من خلال ما تحققه من منافع يمكن طرحها في ما يلي:

1-إن السياحة قطاع اقتصادي يشكل نسبة مهمة في تكوين الاقتصاد القومي.

2-إن السياحة لها دورا هاما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما أنها تعتبر من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل.

3-إن السياحة تساهم في تنمية عدد ضخم من الخدمات المتكاملة والمركبة كثيفة العمالة بمختلف مستوياتها فهي تعمل على توليد ثلاثة أنواع من العمالة هي:

أ- **العمالـــة المباشرة:** في الفنادق والمطاعم السياحية ووكالات السفر وغيرها.

ب- **العمالة غير المباشرة:** في القطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي كالزراعة والصناعة.

ج- **العمالة المحـفـزة:** وهي العمالة التي تتولد نتيجة للإنفاق السياحي.

4- إن السياحة تصحح الخلل في هيكل الصادرات في البلدان السياحية للتقدم بتنويع الصادرات من خلال تقديمها منتجا سياحيا تصديريا جديدا تهيمن بمفردها على أسعاره داخلها.

5- إن السياحة تؤدي من خلال تنمية المناطق السياحية إلى تطوير وتنمية المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظا في التنمية، مما يحقق قدرا من التوازن الإقليمي في التنمية ويترتب عليه إعادة توزيع الدخول بين المدن السياحية الجديدة والمدن السياحية التقليدية.

6- تدعم السياحة البنية التحتية وتحسن مستواها لاسيما في مجالات: النقل والإيواء، وشبكات المياه والصرف والكهرباء، وإنشاء مطارات دولية جديدة.

7- تشجع السياحة الدولة على تنمية الزراعة والصناعة لحاجياتها الملحة إليها. والذي يتحتم تذليل كل العقبات وتسخير كل الطاقات وتوظيف المواهب لاستثمار جميع الموارد السياحية واستخراج كافة الكنوز السياحية الدفينة، وتسويقها داخليا وخارجيا لمضاعفة الجذب السياحي لتكون عوائده، بمثابة الأساس القاعدي للتنمية الشاملة. [1]

ويمكن إيجاز أهمية السياحة في كونها تعتبر واحدة من أهم مصادر الدخل الوطني وتشكل احد أهم القطاعات المعول عليها من أجل زيادة النمو الاقتصادي، ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة. كما تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما تعتبر من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات العملة الصعبة.

([1])-مصطفى يوسف كافي ، **اقتصاديات السياحة**، دار الرضا للنشر، دمشق، 2008، ص 28.

المبحــث الثانـــي: أســس السياحـــة

تعتبر السياحة مثل الصناعة فهي ظاهرة تتبلور في طلب يكمن في الدول المعاصرة المصدرة للسياحة وفي عرض قوامه المغريات السياحية أو المعالم السياحية والخدمات والتسهيلات المختلفة في الدول المستقبلة للسائحين، وعليه تم تقسيم هذا المبحث إلى أربع مطالب كالتالي:

المطلـــب الأول: الطلـــب والعـــرض السياحـــي

من المعروف أن السوق هو عبارة عن التقاء الطلب والعرض، فهو مجموع فرص الشراء واحتمالات البيع، وبما أن السياحة تعتبر سلعة وصناعة، فهي كالسلع ينطبق عليها عوامل العرض والطلب وباتت محل منافسة لا تقل عن تلك التي تحدث بين منتجي السلع.

الفرع الأول: الطلب السياحي

إن الرغبة في السفر والسياحة أو الطلب السياحي يخضع لمؤثرات شتى تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في أداء الأفراد مثل الظروف السياسية والاقتصادية والبيئية إضافة إلى المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد، كل هذه العوامل مجتمعة تتحكم في حركية الطلب السياحي.

أولا: تعريف **الطلب السياحي** :

يعرف الطلب السياحي من وجهة نظر اقتصادية بأنه: "رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع الثمن في وقت ومكان معينين"[1]، ويجب بأن يكون مقرونا بالقدرة على الدفع لكي يكون طلب فعليا.

ويعرف الطلب السياحي أيضا على أنه المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية سواء السياح المحليين أو الأجانب. [2]

ثانيا: واقع ومحتوى الطلب السياحي

يعتبر الطلب السياحي مزيج مركب من عناصر متباينة وهذه العناصر هي الرغبات والحاجات والأذواق والتوقعات وردود الفعل تجاه منطقة معينة، ويكون الطلب السياحي على السلع والخدمات ممكنا في الحالتين التاليتين:

أ-إذا كان الفرد يملك سعة أو قدرة مادية محددة لشراء البضاعة أو دفع ثمن الخدمة.

ب-إذا كانت البضاعة أو الخدمة موجودة فعليا في السوق، أي توفر السلع والخدمات السياحية التي يرغب ويستطيع المستهلك (السائح) شرائها بسعر معين وبمكان وزمان معينين، ومنه نجد ردود أفعال المستهلك حول طبيعة وكمية الخدمات الممكن شرائها، وكذلك وضعيته النفسية حول الخدمة التي يرغب فيها لأن البلد المشرف

([1])-مثنى طه الخوري، إسماعيل محمد علي دباغ ، **مبادئ السياحة والسفر**، مؤسسة الوراق، عمان ، 2001، ص 21.

([2])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 95.

(المزار) يجب أن يأخذ بعين الاعتبار العميل من حيث السن، الجنس، المستوى المعيشي لمختلف الطبقات. [1]

ثالثا: خصائص الطلب السياحي:

أثبتت دراسات تحليل الطلب التي أجريت في دول مختلفة أن للطلب السياحي خصائص لازمة نوردها فيما يلي: [2]

1-**المرونة:** مرونة الطلب السياحي تعني درجة استجابته للتغيرات في الظروف الاقتصادية في السوق، ولمدى التغير الطارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية في الدولة المستقبلة للسائحين.

ونقطة البداية هي أن الطلب السياحي ينشأ وتتسع قاعدته في الأسواق (الدول أو المناطق السياحية) التي تسود فيها ظروف اقتصادية مواتية. وعليه فإن:

$$\text{معامل المرونة} = \frac{\text{النسبة المئوية للزيادة في الطلب}}{\text{النسبة المئوية لانخفاض السعر}}$$

و يجدر التنبيه إلى أن الطلب السياحي يكون عالي المرونة (مع قيمة عالية لمعامل المرونة) مع دولة سياحية جديدة لم تصبح بعد قبلة هامة للسياحة، وهذه المرونة تندرج في الهبوط بالنسبة للدولة السياحية المستقرة دوليا ذات الصناعة السياحية المنظمة مثل فرنسا أو إيطاليا أو إسبانيا، وليس معنى ذلك الهبوط المتدرج في مرونة الطلب على هذه الدولة إلى أن تختفي المرونة كاملة، بل إننا نلمس عودة المرونة إلى ما كانت عليه إذا ما زادت الأسعار زيادة كبيرة في الدولة حيث لا يتناسب مع مستوى الخوصصيات السياحية المرادة.

2-**الحساسية:** الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية. فالبلدان غير المستقرة سياسيا أو أمنيا أو التي تتعرض لاضطرابات سياسية أو اجتماعية لا تستطيع جذب سياح كثيرين حتى وإن كانت أسعارها منخفضة مقارنة بالبلدان المنافسة. [3]

3-**التوسع:** يتجه الطلب السياحي الدولي إلى التوسع لعدة أسباب، ولكن اتساع الطلب السياحي لا يسير على وتيرة واحدة من نسبة لأخرى نتيجة للظروف الاقتصادية والاجتماعية.

ويمكن أن ترجع أسباب التوسع في الطلب إلى العوامل التالية: [4]

([1])-Ahmed Tessa, **Economie Touristique Et Aménagement Du Territoire**,O.P.U,ALGER,1993, P36.

([2])-أحمد فوزي ملوخية، **مدخل إلى علم السياحة**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص ص 148-150.

([3])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 111.

([4])-أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص ص 103-105.

-التقدم العلمي والتكنولوجي الذي ينعكس على تقدم وسائل النقل الجوي والبحري والبري. وقد أدى النقل الجوي بالذات إلى تقديم خدمات سياحية عالية الجودة.

-ثورة المعلومات الضخمة وتقدم وسائل الإعلام التي أدت إلى زيادة اهتمام السائحين بزيارة دول جديدة لم يكونوا يعرفونها من قبل.

-التقدم الاقتصادي وزيادة الدخول في الدول الغنية المصدرة للسياحة.

-زيادة حجم أوقات الفراغ بزيادة عطلة نهاية الأسبوع.

- الظروف المناخية والبيئية للدول المتقدمة المصدرة للسياحة. ومعظمها من دول الشمال حيث البرد الشديد والمطر والشتاء الطويل مما يدعو للسفر إلى دول ومناطق أكثر دفئا في الجنوب.

- أسلوب الحياة في الدول الصناعية المتقدمة حيث يعمل الشخص من الصباح إلى المساء فيخرج عادة من منزله قبل شروق الشمس ويعود مجددا في الغروب مما يسبب لهم إرهاقا كبيرا، و روتينا في الحياة حيث أصبح الكثيرون يتجهون إلى التغيير والهروب من هذا الروتين.

- اتساع قاعدة الرحلات السياحية الشاملة المنتظمة.

- قانون الجوار.

4- **الموسمية:** من المعروف أن للسياحة موسم ذروة وفيه يكثر تدفق السياح و موسم يقل فيه عدد السياح ويطلق عليه موسم الكساد وموسم وسط، [1] حيث أن الموسمية تؤثر على اتجاهات الطلب السياحي وحجمه في فترات الذروة وفترات الركود، وتكمن أسباب الموسمية في المناخ ومواعيد العطلات في الدول المصدرة للسائحين. [2]

5-**المنافسة:** في كثير من الحالات يصعب منافسة الدول التي تمتلك أثارا قديمة في هذا المجال أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق، وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة إنتاج مثل هذه الخدمات ولهذا يجعل المنافسة صعبة جدا[3].

6-**عدم التكرارية:** عادة لا يتصف الطلب السياحي بصفة التكرار ،أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة إلى نفس المنطقة، فعند توفر المال والوقت في مرحلة قادمة فإنه سوف يفضل زيارة منطقة لم يشاهدها من قبل، كما انه لا يعني أنه سوف يحصل على نفس الإشباع والرضا عند زيارته نفس المنطقة في مرة قادمة.

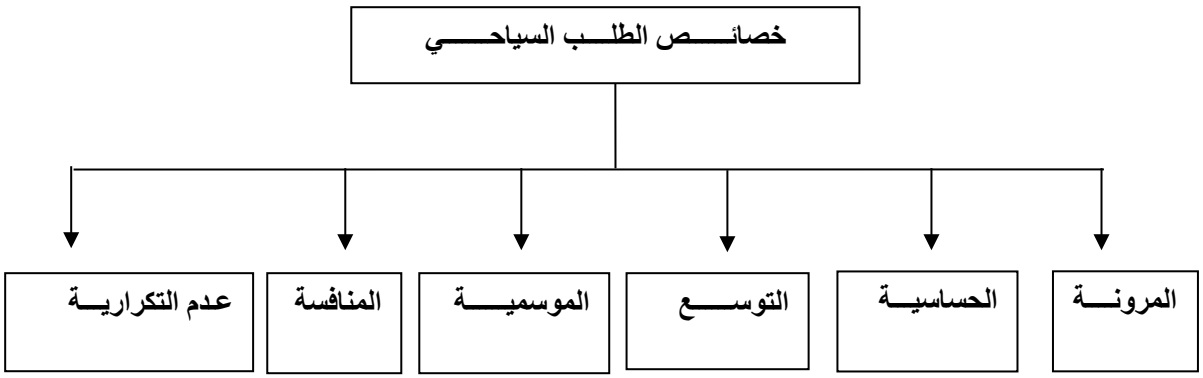
ويمكن تلخيص خصائص الطلب السياحي في الشكل المبسط الآتي:

([1])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 112.

([2])-نشوى فؤاد، **تنمية المبيعات السياحية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008، ص 9.

([3])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 113.

الشكل رقم: (01) يوضح خصائص الطلب السياحي.



المصدر: أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 106

رابعا: أنواع الطلب السياحي

يمكننا أن نميز بين الأنواع التالية من الطلب السياحي: [1]

1-**الطلب السياحي العام:** يقصد بهذا النوع من الطلب السياحي العام إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام بصرف النظر عن النوع والوقت والمدة...إلخ.

ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد أو ببرنامج خاص من برامجها. وتتميز به الدول المتقدمة سياحيا إذ يوجد لديها خدمات سياحية متنوعة وعديدة ومقومات سياحية مختلفة مثل الطلب السياحي على زيارة دولة ما.

2-**الطلب السياحي الخاص:** يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يحدده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات. ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا بسائح ما أو مجموعة معينة من السياح وليس كل السياح، مثل زيارة غابات إفريقيا المفتوحة إلى غير ذلك.

3-**الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية الممكنة أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي أو الوكـالات، وتسعى أغلبية الدول لتحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب خاص ثم إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية ومختلفة وبأسعار متنوعة أيضا. [2]

ومن ناحية أخرى هناك نوعين آخرين من الطلب السياحي. [3]

([1])-ماهر عبد العزيز ، **صناعة السياحة**، دار زهران، عمان ، 1997 ، ص 45.

([2])-ماهر عبد العزيز، مرجع سابق، ص46.

([3])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 99- 100.

4-الطلب السياحي الفعال (الحالي):

وهو طلب صريح من جانب السياح لتوافر عوامل أهمها الرغبة والفراغ والقدرة على الدفع فضلا عن الظروف المناسبة الأقوى، ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخليين أو القادرين على دفع النفقات السياحية والمستعدين للقدوم إلى البلد المعني.

5- الطلب السياحي الكامن:

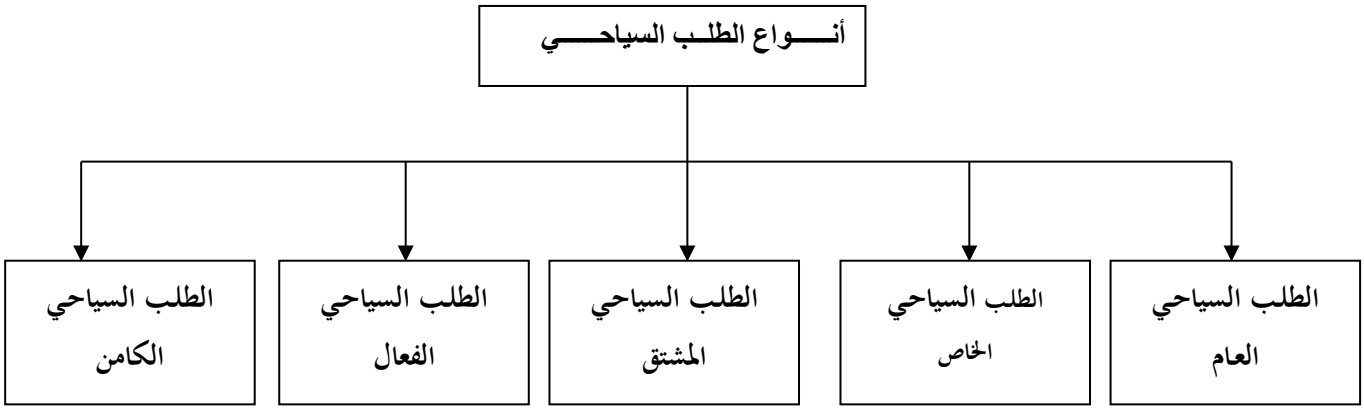
وهو طلب ينقصه أحد العناصر الأساسية للرحلة بمعنى لا يتوفر حاليا لدى السائح أحد هذه العناصر:

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

وأيضا يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنوع برامج السياحة تخفيض أسعارها وتثقيف السياح، وزيادة وسائل الإعلان والترويج، وزيادة أنواعها وتوفير كافة وسائل المواصلات الممكنة وكذلك توفير مختلف الخدمات بمختلف الأسعار والدرجات.

وبالتالي يمكن تلخيص أنواع الطلب السياحي في الشكل التالي:

الشكل رقم: (02) أنواع الطلب السياحي



المصدر : إياد عبد الفتاح النسور، مرجع سابق، ص 115

-العوامل المحددة للطلب السياحي:

إن أهم العوامل المحددة للطلب السياحي هي: [1]

5-1-**الأسعار**: ويقصد بها أسعار المنتوج السياحي، وعادة تكون العلاقة عكسية فكلما انخفض أسعار المنتوج السياحي يزداد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

ويتم تسعير المنتجات السياحية تبعا للمناطق السياحية داخل الدولة وتبعا للمواسم السياحية وتبعا لاختلاف مستوى الخدمات مع المحافظة على المستوى المقبول لهذه الخدمات للغالبية العظمى من السياح بصورة من شأنها جذب عدد أكبر منها[2]

ويعبر عن ذلك رياضيا بالمعادلة الآتية: $D_t = f(P)$

حيث أن: D_t :الطلب السياحي $D_t = a - bp$

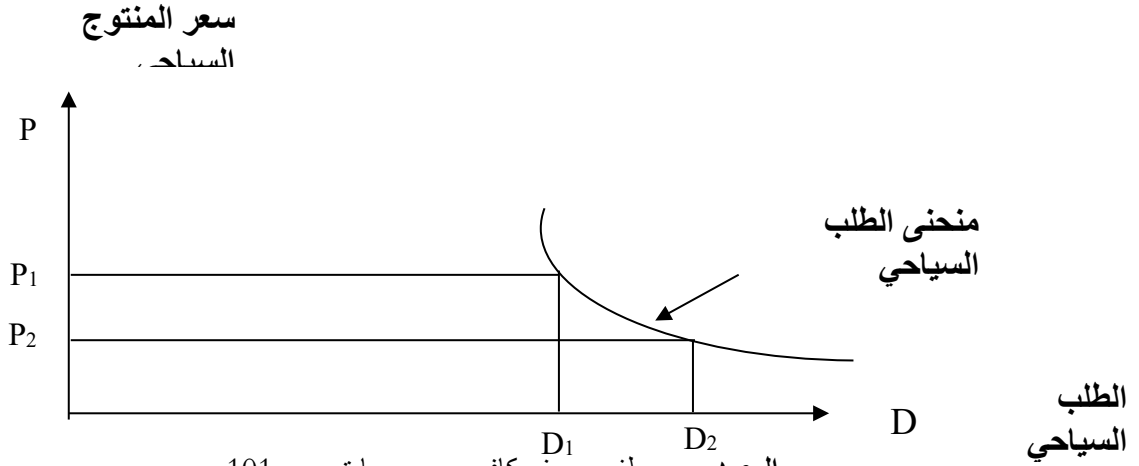
A : حد ثابت

B : معامل الانحدار

P :السعر

ويشار إلى العلاقة بالشكل التالي:

الشكل رقم (03) تأثير السعر بالطلب



المصدر: مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 101.

([1])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 101.

([2])- عزة محمد مسعود، **التسويق السياحي**، المعهد العالي للدراسات النوعية، مصر، 2010، ص76.

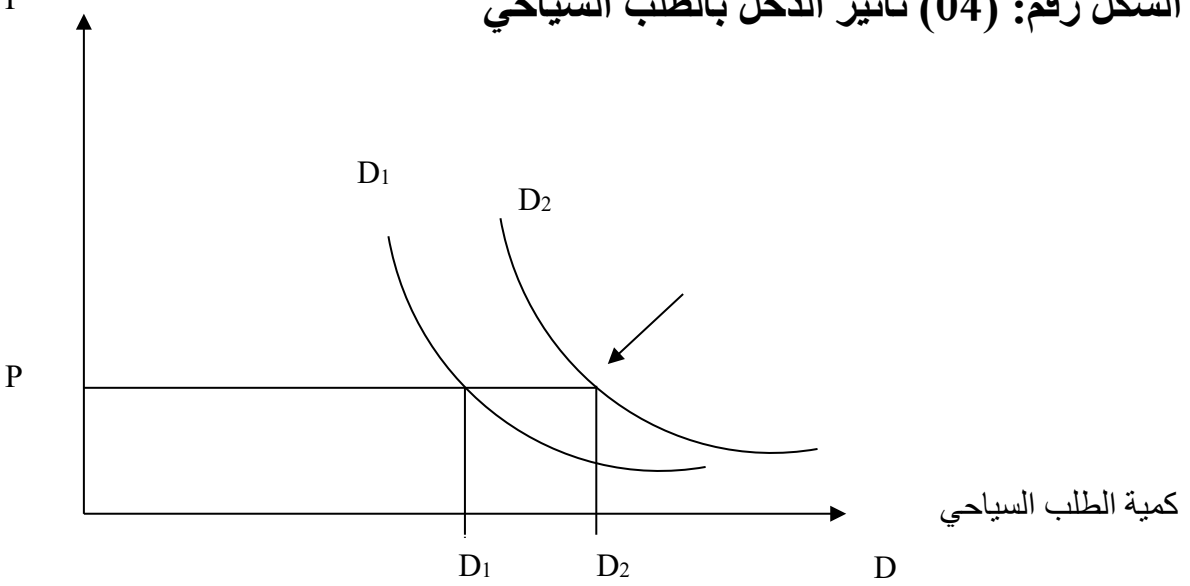
2- **الدخل:** تكون العلاقة طردية، فكلما ارتفع الدخل زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة:

$$D_t = f(y)$$

$$D_t = a$$

y: يعبر عن الدخل.

الشكل رقم: (04) تأثير الدخل بالطلب السياحي



المصدر: مصطفى يوسف كافي ،مرجع سابق، ص 102.

وتشير الدراسات الاقتصادية إلى مدي الارتباط الوثيق بين مستوى الدخل والطلب السياحي، فكلما كان مستوى دخل الفرد مرتفعا كلما كان ذلك حافزا على السفر والتنقل وذلك لأن الطلب السياحي يعتمد على ذلك الجزء من دخل الفرد المخصص للإنفاق على السياحة فإذا نضرنا إلى مستويات الدخول في الدول الأوروبية فسنجد أن نسبة السياح في هذه الدول ترتفع مع زيادة متوسط دخلهم. [1]

3-**السكان:** يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان والعلاقة تكون بينهما طردية، فكلما زاد حجم السكان زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى الثابتة.

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية:

$$D_t = f(N)$$

$$D_t = a + bn$$

حيث **N:** يمثل عدد السكان.

مع الإشارة إلى أنه ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي فهناك أيضا مواصفات سكانية أخرى تلعب دورا في الطلب السياحي ومنها: العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، عدد الأطفال في الأسرة، المهنة.

([1])-علاء الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 35.

4-**وقت الفراغ:** إن الطلب السياحي مقترن بعامل وقت الفراغ، وبدونه لا يتحقق الطلب السياحي، والعلاقة بينهما طردية، فكلما زاد وقت الفراغ زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة التالية:

$$D_t = f(T)$$
$$D_t = a + bt$$

إذ أن **T**: يعني وقت الفراغ.

ويعتمد وقت الفراغ بالدرجة الأولى والأساس على الإجازات والدخل والمناسبات.

5-**الوسائل التسويقية** : تتعدد طرق وأساليب التسويق السياحي مثل الدعاية والإعلان، والإعلام، والعلاقات العامة، وبذلك يتضح أن هناك علاقة طردية ما بين الوسائل التسويقية والطلب السياحي، فكلما تطورت الوسائل وكانت أكثر فعالية وتأثيرا كلما زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية:

$$D_t = f(m)$$
$$D_t = a + bm$$

إذ أن **m**: تعني الوسائل التسويقية.

6- **التكنولوجيا:** إن العلاقة تكون طردية ما بين التكنولوجيا والطلب السياحي، فكلما تطور العامل التكنولوجي زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

ويعبر عن ذلك رياضيا كما يلي:

$$D_t = f(k)$$
$$D_t = a + bk$$

إذ أن **k**: يمثل العامل التكنولوجي

7- **المستوى التعليمي والثقافي:** إن إحدى العوامل التي يتوقف عليها الطلب السياحي هو المستوى التعليمي والثقافي، وهناك علاقة طردية بينهما فكلما ارتفع المستوى التعليمي والثقافي في المجتمع زاد الطلب السياحي، والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية:

$$D_t = f(A)$$
$$D_t = a + bA$$

حيث أن **A**: تعني المستوى الثقافي والعلمي.

يرجع ذلك إلى مستوى المعرفة والإطلاع الثقافي في شخصية الفرد المثقف والمتعلم.

8-**الاستقرار السياسي والأمني:** يعد الطلب السياحي حساسا جدا للظروف السياسية والأمنية، ويتأثر بها بشكل كبير جدا، وكلما تحقق الاستقرار السياسي والأمني، وتوطدت العلاقات السياسية والدبلوماسية من البلدان، كلما انتعش الطلب السياحي، والعكس صحيح، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية:

$$D_t = f(O)$$
$$D_t = a + bO$$

إذ أن O: تعني الاستقرار السياسي والأمني.

9-**سعر صرف العملة:** يؤثر هذا العامل على السياحة الخارجية فقط. فكلما انخفض سعر صرف العملة بالنسبة للبلدان المستضيفة للسياح زادت القوة الشرائية للسياح الوافدين إليها، وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها، ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية:

$$D_t = f(e)$$
$$D_t = a + be$$

إذ أن **e** : سعر صرف العملة.

10-**إجراءات الرحلة السياحية:** القاعدة تنص على أنها كلما تعددت الإجراءات وأصبحت أكثر تعقيدا كلما انخفض الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. [1]

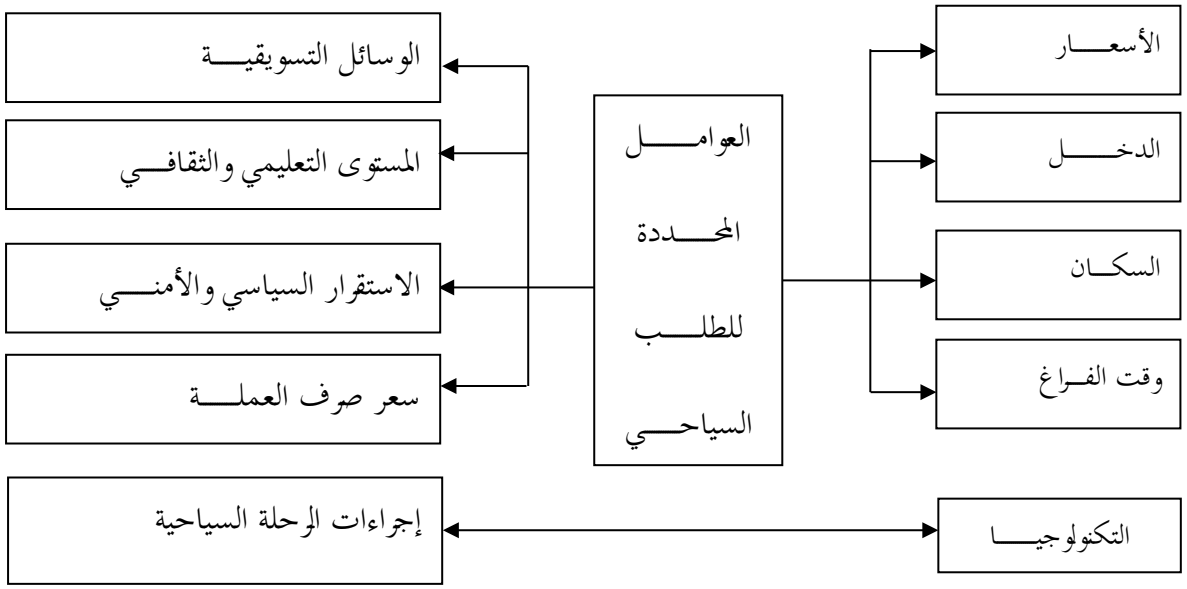
ويعبر عن ذلك كما في المعادلة الآتية: $D_t = f(R)$

إذ أن **R:** تعني إجراءات الرحلة السياحية. $D_t = a - br$

ومن بين الإجراءات نذكر إجراءات الحصول على جواز السفر، موافقة جهات العمل...إلخ.

مما سبق يمكن تلخيص أهم العوامل المحددة للطلب السياحي في الشكل المبسط الآتي:

الشكل رقم (05) العوامل المحددة للطلب السياحي



المصدر: مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 110.

الفرع الثاني: العرض السياحي

تستغل معظم الدول المقومات السياحية من أجل عرض منتجاتها وجذب السائحين إليها بالإضافة إلى وسائل الجذب الأخرى التي يتم توفيرها من خلال جهد الإنسان، وعند أي تخطيط لتنمية القطاع السياحي يجب القيام بعملية مسح وتحليل لهذه المقومات والموارد السياحية والتي تمثل العرض السياحي من أجل معالجتها والحد من آثارها السلبية.

([1])-أحمد فوزي ملوخية، **مدخل إلى علم السياحة**، مرجع سابق، ص 157.

أولا: تعريف العرض السياحي

يعرف العرض على أنه: "رغبة المنتج بعرض السلع والخدمات للبيع في الأسواق مقابل ثمن معين وفي وقت معين". ويعرف أيضا العرض السياحي على أنه:"مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين"[1].

والتعريف الأكثر استخداما في هذا المجال هو أن العرض السياحي هو كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين[2].

فالعرض السياحي عبارة عن تلبية حاجة المستهلك وفق عملية توزيع السلع والخدمات السياحية المتكونة من السلع الملموسة والغير الملموسة في السوق مع تحديد السعر[3].

وبالتالي فالعرض السياحي هو مجموعة الخدمات المقترحة للسياح أثناء تنقلهم وإقامتهم وتجوالهم و الحصول على مختلف المنتجات المادية منها الإيواء والنقل والمنتجات المعنوية منها الثقافية وطبيعة المناخ. والتي بإمكانها إشباع رغبات المستهلك.

ثانيا: خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي بالخصائص الرئيسية التالية: [4]

1- انه يعتبر عرضا للخدمات بصفة أساسية، فالسائح يشتري عادة مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحي، وهذه الخدمات هي: خدمات النقل، خدمات الإيواء، خدمات الإطعام والشراب، خدمات التسلية والترفيه، مجموعة خدمات وسلع أخرى.

2- العرض السياحي غير قابل للتخزين، فطالما أنه عرض خدمي فلا يمكن تخزين الخدمات.

3- العرض السياحي غير قابل للنقل،فعادة يكون المستهلك ثابتا والسلعة هي التي تتحرك، ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين، بل أن هناك بعض السلع التي تصل إلى منزل المستهلك نفسه، ولكن الحال يختلف تماما في العرض السياحي، فالعرض السياحي هو الثابت والمستهلك (السائح) هو الذي ينتقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمة السياحية.

4- يخضع العرض السياحي للمنافسة بعد أن أصبحت السياحة حاجة إنسانية ضرورية، وبذلك فهو يتنافس مع سائر السلع والخدمات الأخرى. بالإضافة إلى التنافس بين البلدان المختلفة على تسويقه.

ثالثا: العوامل المحددة للعرض السياحي

تختلف كمية ونوعية العرض السياحي من بلد لآخر، ويرجع ذلك إلى مجموعة من العوامل أهمها:

---

[1]- أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 157.

[2] - مثنى طه الخوري، إسماعيل محمد علي دباغ ، مرجع سابق، ص 158.

[3] - Ahmed Tessa, Op Cit, P 32

[4]- أحمد فوزي ملوخية، **مدخل إلى علم السياحة**، مرجع سابق، ص ص 157، 158.

1- **العامل الطبيعي:** يشكل العامل الطبيعي نسبة كبيرة من مكونات وعناصر العرض السياحي، بل هو الأساس الذي يرتكز عليه عرض الخدمات السياحية، فالإقليم الزاخر والغني بالمعالم السياحية الطبيعية يشكل عامل استقطاب لاستثمار رؤوس الأموال في الأنشطة السياحية، وهذا يعني العديد من المنشآت السياحية فينمو ويزدهر العرض السياحي، فالعلاقة طردية ما بين العامل الطبيعي والعرض السياحي. وكلما توفر العامل الطبيعي زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويعد أحد أسباب نجاح السياحة في إسبانيا، وفرنسا وإيطاليا هو توافر العامل الطبيعي فيها مثل السواحل المطلة على البحار والجبال والمزروعات والمساحات الخضراء..إلخ. [1]

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة: $S_t = f(N)$

حيث: S_t :العرض السياحي.

$S_t = a + bN$

A: الثابت الحد

B: معامل الانحدار

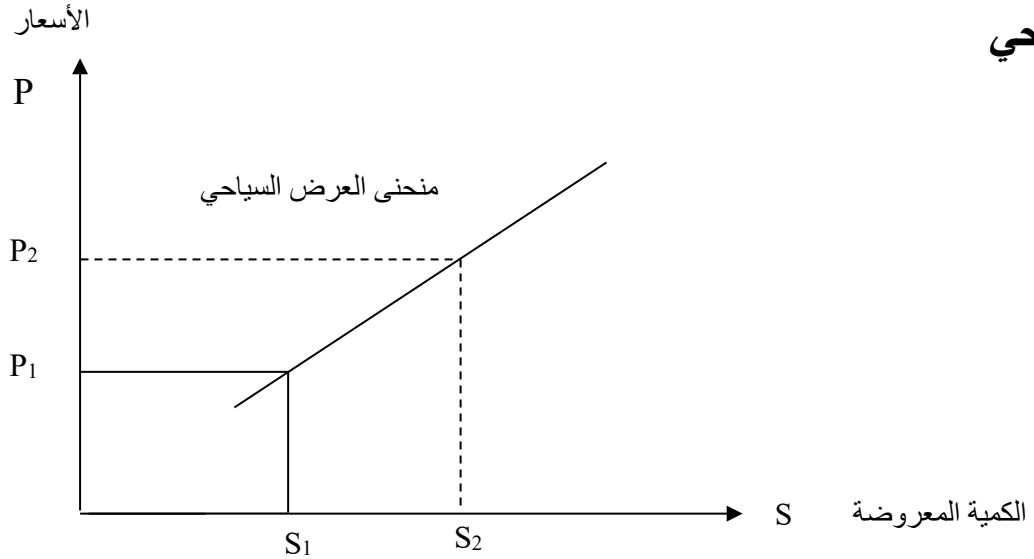
N:العامل الطبيعي

2-**أسعار المنتوج السياحي:** ويعتبر أحد العوامل التي تتحكم بالعرض السياحي فكلما ارتفعت أسعار المنتوج السياحي زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. [2]

فزيادة الأسعار تعني زيادة الأرباح، والتي تعد من أهم عوامل استقطاب المستثمرين في صناعة السياحة، وبناء المزيد من المنشآت السياحية وهكذا ينمو ويزدهر العرض السياحي.

وفيما يلي مخطط يعبر عن نوعية العلاقة بين السعر والعرض السياحي.

الشكل رقم (06) توضيح العلاقة بين السعر والعرض السياحي



المصدر: مثنى طه الخوري، اسماعيل محمد علي دباغ، مرجع سابق، ص 69.

([1])-مثنى طه الخوري، إسماعيل محمد علي دباغ، مرجع سابق، ص ص 67-68.

([2])-مثنى طه الخوري ، مرجع سابق، ص 68.

ويعبر عن ذلك في المعادلة الآتية: $S_t = f(p)$

$S_t = a + bp$

إذ أن **p** :يمثل عامل السعر.

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

$S_t = f(c)$

ويعبر عن ذلك رياضيا في المعادلة التالية: [1] $bc - S_t = a$

إذ أن **c** :يمثل عامل التكاليف.

4-**استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة:** إذا كان المجتمع على درجة عالية من التطور ولديه الوسائل التكنولوجية ذات الكفاءة الإنتاجية العالية، فمن الممكن أن يسخرها في خدمة النشاط السياحي، وهكذا تكون العلاقة طردية بين التكنولوجيا و العرض السياحي، فكلما تطورت الوسائل التكنولوجية زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

$S_t = f(K)$

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة التالية: $S_t = a + bK$

حيث أن **K** يمثل العامل التكنولوجي.

5- **أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي:** إذا كانت القيادة تستهدف تنمية القطاع السياحي من أجل تحقيق أهداف سياسية، إعلامية، اجتماعية، إنسانية، تعكس مدى تطور البلد أمام الأجانب فسوف تسعى إلى بناء المزيد من المنشآت السياحية، وتقدم كافة أنواع الدعم للقطاع السياحي بغض النظر عن الأهداف المادية (الربح، الخسارة). [2]

-هكذا كلما كانت القيادة العليا للبلد ميالة باتجاه النشاط السياحي زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

$S_t = f(A)$

ويعبر عن ذلك رياضيا كما في المعادلة الآتية: $S_t = a + bA$

حيث أن **A** يمثل أهداف المؤسسات المشرفة على النشاط السياحي.

ويكون العرض السياحي في الظروف الاعتيادية عرضا غير مرن بمعنى أن درجة استجابة المنتج في النشاط السياحي للتغيرات في ائتمان الخدمات السياحية تكون منخفضة جدا على الأقل في الأمد القصير، ويعود ذلك إلى العوامل الآتية:

الوقت، كثافة رأس المال الثابت، العامل الطبيعي.

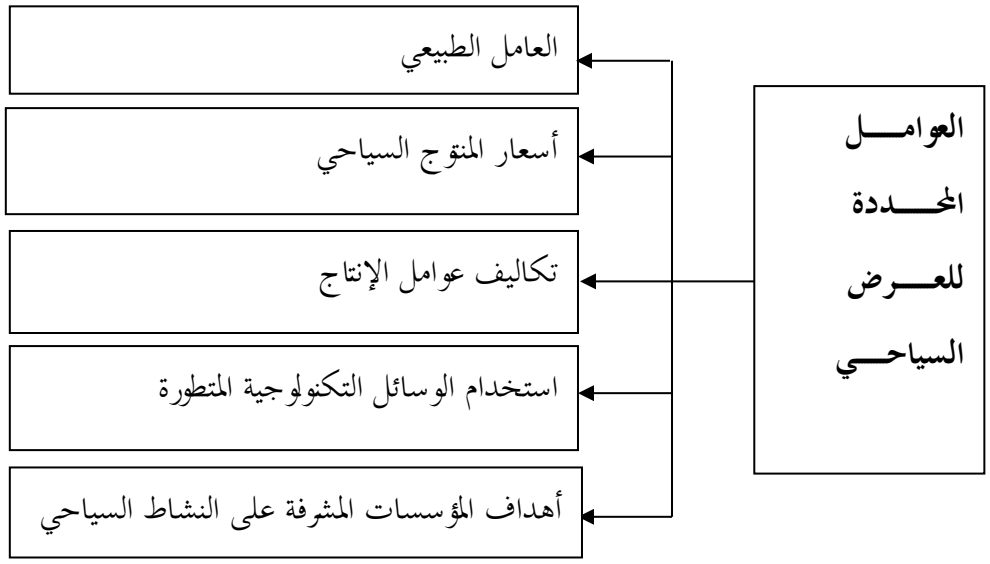
والشكل الموالي يمثل أهم العوامل المحددة للعرض السياحي.

([1])-أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 164.

([2])-المرجع نفسه، ص ص 166-167.

ويمكن تلخيص من خلال ما سبق العوامل المحددة للعرض السياحي في الشكل المبسط الآتي:

الشكل رقم (07) العوامل المحددة للعرض السياحي



المصدر : إياد عبد الفتاح النسور، مرجع سابق، ص 170.

رابعا: مرونة العرض السياحي:بناءا على عوامل تحديد العرض السياحي أو بعض منها،يجعل من العرض السياحي في الظروف العادية عرضا غير مرنا إلا أنه يوجد هناك بعض الاستثناءات المحددة التي يمكن أن يستخدمها المنتج في النشاط السياحي لإضفاء طابع من المرونة على بعض العروض السياحية مثل: (1)

-استخدام المخيمات السياحية لتوسيع الطاقة الإيوائية.

- استخدام الفنادق النقالة (البواخر) لتوسيع الطاقة الإيوائية في بعض المناسبات.

- تخصيص للأسر المقيمة في الصيف غرفة أو أكثر لاستضافة السياح في موسم الذروة السياحي، مما يزيد من كمية عرض الإيواء.

-استخدام العمالة المؤقتة أو الموسمية لزيادة عرض العمل.

-المزيد من المواد الأولية لزيادة عرض الأطعمة والمشروبات.

من خلال دراستنا للطلب والعرض السياحي لاحظنا أن الطلب السياحي يمتاز بمرونة عالية، وأن العرض السياحي يمتاز بانخفاض المرونة، و هذا يعني أن سلوك المستهلك (السائح) يخالف تماما سلوك

(1)-أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 170.

المنتج في النشاط السياحي، وهذا يعني تناقض المصالح والرغبات والتي ينتج عنها العديد من المشاكل أهمها اختلال التوازن في السوق السياحية.

المطلــب الثانـــي: التسويــق السياحـــي

يتوقف ازدهار قطاع السياحة في أي بلد على الأهمية السياحية للأماكن الثرية والطبيعية والمناخية، ودور البلد السياحي في مجال التجارة والأعمال وجذب انعقاد المؤتمرات الإقليمية والدولية فيه.

الفرع الأول: ماهية التسويق السياحي

يشكل التسويق السياحي أحد الأنشطة الأساسية في القطاع السياحي، فضلا عن اعتباره محورا استراتيجيا لمواجهة كل أشكال المنافسة التي تواجه القطاع، ويعد النشاط التصديري الوحيد الذي من خلاله تستطيع المنظمات الفندقية والشركات المتخصصة في السياحة والسفر تسويق أعمالها إلى مختلف البلدان الأخرى.

أولا: مفهوم التسويق السياحي: يعرف التسويق السياحي بأنه نشاط إداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها، بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي ودوافع السائحين. [1]

–و قد عرف "كويندروف" التسويق السياحي بأنه التنفيذ العملي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أو خاصة أو على مستوى محلي، أو إقليمي أو وطني أو عالمي، لغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين، وبما يحقق عائدا ملائما. [2]

–وعليه فان التسويق السياحي يهدف إلى إقناع المستهلك (السائح) من خلال تكييف العرض السياحي للطلب السياحي، وهنا تكمن الفرضية الأساسية المتعلقة بإشباع حاجات السائح ورغباته وجعلها بشكل حزمة متكاملة. ويمثل السوق السياحي كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في دول وأماكن سياحية تقدم عددا من المنتجات السياحية التي قد ترتبط بأي موقع سياحي سواء كان أثري أو ثقافي ...الخ.

ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما يتضمن السوق السياحي مستويات السياحة المختلفة كالسياحة المحمية أو السياحة الدولية والتي يمكن استهدافها من خلال مزيج تسويقي سياحي يناسب الأذواق والقدرات الشرائية والرغبات والدوافع الموجودة لدى الأفراد، والمؤسسات الراغبة في السياحة.

([1])-مصطفى عبد القادر، **دور الإعلان في التسويق السياحي**، الطبعة الأولى، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات، لبنان، 2003، ص 195.

([2])-نعيم الطاهر، سراب إلياس، **مبادئ السياحة** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 250.

-فالسوق السياحي هو دراسة الطلب الحاضر للتنبؤ بالمستقبل، بالإضافة إلى إعداد برامج تسويقية، هدفها ترقية وتنمية المنتج السياحي مستقبلا، ويتم قياس الطلب بعدد الزوار الذين يقضون ولو ليلة واحدة في البلد المستقبل.[1]

-من خلال هذه التعاريف نجد أن السوق السياحي له خصائصه المميزة، فهو أيضا يخضع إلى عملية العرض والطلب وخصائص كل منهما فهو مرتبط بالخدمات السياحية المقدمة، وكذلك نوعية هذه الخدمة أو السلعة المقدمة للسياح.

الفرع الثاني: أنواع الأسواق السياحية:

إن أنواع الأسواق السياحية متداخلة فيما بينها، وتوجد بينها علاقة مرتبطة، وأهم أنواع السوق السياحي هي: [2]

1- **سوق سياحي داخلي:** و هي تلك السوق التي تلبي فيها السياحة حاجة المستهلكين المحليين والمواطنين من السياحة ضمن حدود بلدهم الإقليمية.

2-**سوق سياحي خارجي:** و هي تلك السوق التي من خلال عملياتها، تقوم الشركات السياحية بتلبية الحاجة من السياحة لمواطنين أجانب.

3-**سوق سياحي ملحوظ الطلب:** و هي تلك السوق التي لا يكون فيها البائعين في حالة من تقديم الخدمات لمواطنيهم ويكون الطلب أكثر من الخدمات.

4-**سوق سياحي ملحوظ العرض:** و هي تلك السوق التي توفر فيها الدولة إمكانية تقديم الخدمات ليس فقط لمواطنيها بل للسياح الأجانب أيضا.

- و لكي تتحقق رحلة سياحية واحدة من الضروري أن تتم عملية بيع وشراء لعدة أنواع من البضائع والخدمات وذلك حسب السوق السياحي الذي يقسم إلى:

- سوق خدمات المواصلات الذي يمكن أن يقسم إلى سوق المواصلات البحرية والبرية والجوية وغيرها.
- سوق الخدمات الفندقية ويقسم إلى سوق خدمات مرافق الطعام والنوم.
- سوق التحف السياحية والمتعلق بالآثار والصناعة التقليدية لكل منطقة.
- السوق المتعلقة بالعلاج وممارسة الرياضة فيكون على شكل حمامات معدنية إستشفائية أو رياضية.

([1])- Ahmed Tessa, Op Cit ,P45.

([2])-مبارك بلالطة ، **أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص ص 33-34.

– والسوق السياحي، يمكن أن ينظر إليه من منطلق آخر غير المساحة أو الحدود الجغرافية وذلك بالنظر إلى أنواع الثروات السياحية المتوفرة بالموقع المعني. وبالنظر للبنية السياحية التحتية المستخدمة لاستغلاله ويمكن تقسيم عدة أنواع من الأسواق السياحية المستقلة. [1]

- سوق سياحي بحري.
- سوق سياحي جبلي.
- سوق سياحي علاجي.
- سوق سياحي نهري.
- سوق سياحي ترفيهي وغيرها.

– و تختلف مناطق السوق السياحي من منطقة لأخرى حسب طبيعة الخدمات المقدمة.

الفرع الثالث: متغيرات السوق السياحية

وهي أشد المتغيرات التسويقية تأثيرا على السوق السياحية، وعلى الخدمات والبرامج السياحية التي يتم التعامل معها في هذه السوق، وهي متغيرات قائمة يصعب التغاضي عنها أو إهمالها

وأهم هذه المتغيرات مايلي:[2]

1–**الحالة الاقتصادية العامة للسوق السياحية:** ويقصد بها مرحلة الدورة الشرائية التي تمر بها السوق السياحية، بمعنى هل الطلب على الخدمات السياحية يمر بحالة رواج، أو كساد أو ركود أو انتعاش، حيث لكل حالة من هذه الحالات تأثيرها على مزيج الخدمات السياحية التي تقدمها شركات السياحة.

فكلما كانت السوق السياحية تمر بحالة رواج كانت شركات السياحة عازفة عن إدخال برامج جديدة، ومن ثم فإن حجم معدل الأرباح المحققة في هذه المرحلة يقنع شركات السياحة بأن تقدم أفضل ما لديها ولا داعي لإجراء مزيد من البرامج، وكذلك الحال في مرحلة الكساد حيث يكون اتجاه الطلب نحو الانخفاض له تأثير شديد على إنفاق الشركات على التطوير، فضلا عن إحساس متخذي القرار في شركات السياحة بأن المرحلة القادمة هي مرحلة ركود قد يتسع مداها، ومن ثم فإن إدخال برامج سياحية جديدة سيقضي عليها.

2–**طبيعة السياح:** لكل مجموعة من السياح طبيعة خاصة تحكم سلوكها السياحي وتحدد أنماط هذا السلوك، وبالتالي يجب الإحاطة بالطبيعة الخاصة بهؤلاء السياح حتى يمكن التعامل معهم بنجاح وفاعلية. ويتصل هذا العامل بشكل كبير ومؤثر على مزيج الخدمات السياحية حيث يتعين دراسة احتياجات السائح ورغباته سواء كان هذا السائح عميلا للشركة في الوقت الحاضر أو سيصبح عميلا لها في المستقبل. [3]

([1])-مبارك بلالطة، مرجع سابق، ص34.

([2])-نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص ص 260-261.

([3])-نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص 262.

3-**حجم المنافسة في السوق السياحية:** و يتعلق هذا العامل بالشركات السياحية التي تعمل بالسوق السياحية، وحجم معاملاتها، وحصتها من السوق السياحية، وأنواع الخدمات والبرامج السياحية التي تقدمها كل شركة ومدى تقبل السياح وإقناعهم أو إرضائهم عن هذه الخدمات، ومقدار الجهود التسويقية التي تبلغها كل شركة من هذه الشركات وحجم الحملات الترويجية السياحية وتأثيرها على جذب السياح ومدى احتفاظها بعميلها السياحي، أو معدل دوران السياح لديها.

الفرع الرابع: الفرص التسويقية المتاحة في السوق السياحية: بمعنى هل وصلت السوق السياحية إلى مرحلة التشبع، أم لا تزال هناك فجوة بين الطلب السياحي والمعروض السياحي، أي طلب غير مشبع يأخذ شكل فرص تسويقية متاحة نظرا لتوافر رغبات سياحية معينة لدى مجموعة من الأفراد وتحتاج إلى برامج سياحية خصيصا لهم.

وفي حقيقة الأمر فإن الفرصة التسويقية السياحية تعبر عن الطلب السياحي الكامن في السياحة، والذي غالبا ما يتعلق بجانبين أساسيين هما:

-**الجانب الأول: جانب المقدرة المالية على دفع نفقات البرنامج السياحي**

و يتصل هذا الجانب بذلك الجزء المخصص من دخل السائح للإنفاق على البرنامج السياحي و كذلك سعر البرنامج و طريقة دفعه .

-ومن ثم يتحول الطلب الكامن إلى طلب فعال صريح فور توفر القدرة على الشراء لهذا البرنامج، أو دفع قيمته سواء بزيادة دخل السائح، أو بتخفيض سعر البرنامج بالتقسيط المربح للسائح.

-**الجانب الثاني: جانب الأذواق والرغبات والميول السياحية لدى السائح**

يتمثل هذا الجانب أساسا بالدوافع والمحفزات النفسية لدى السائح وعواطفه، ومدركاته وميوله. [1]

-ومن ثم يتحول الطلب السياحي الكامن إلى طلب صريح وفعال فور استطاعة شركات السياحة تصميم برنامج سياحي يتوافق مع ميل هذا السائح وذوقه ورغبته.

-وكل من هذين الجانبين يتوقف على مدى توفر إدارة واعية للتسويق السياحي وقادرة على الإحاطة به في شركات السياحة.

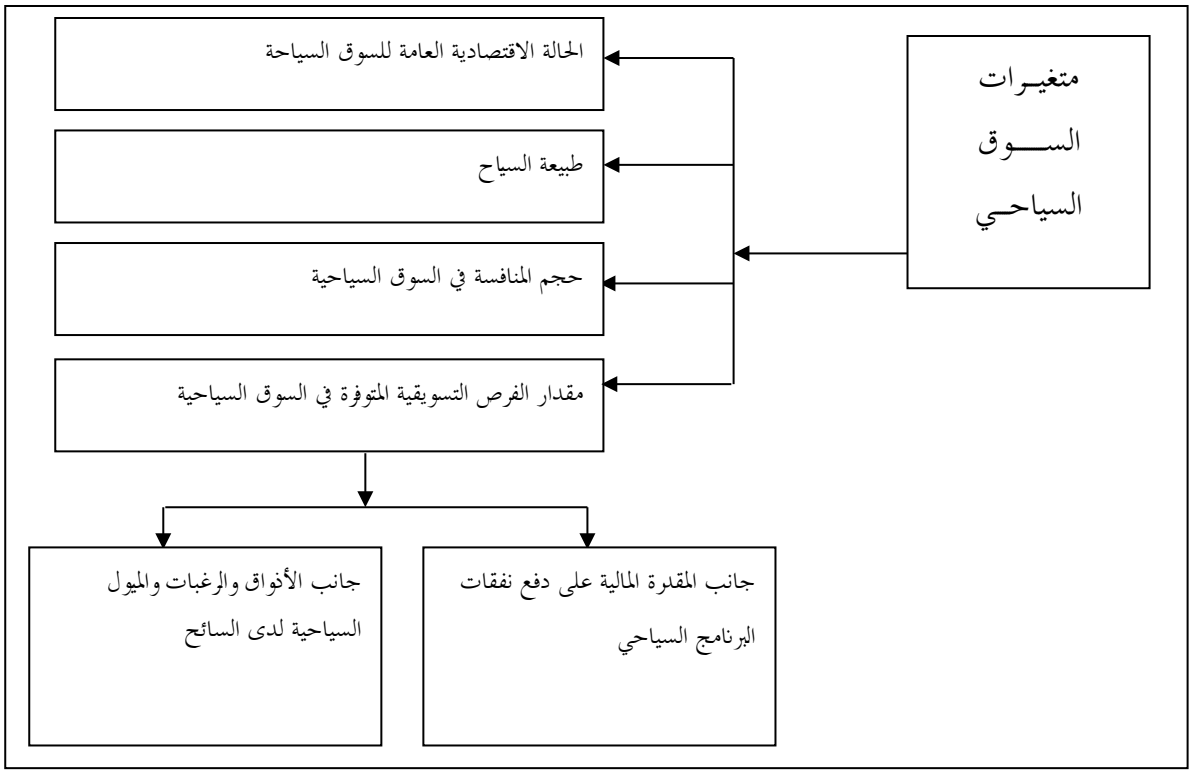
-ويجب على رجل التسويق السياحي الإحاطة الشاملة والكاملة بجميع العوامل والمتغيرات السابقة حتى يستطيع تطوير البرامج السياحية التي تقدمها شركته وتدعيمها.

-ومن هنا فإنه من الضروري التعرف على مكونات كل برنامج سياحي، وكذا كل خدمة سياحية.

و يمكن تبسيط من خلال ما سبق أهم متغيرات السوق السياحية من خلال الشكل التوضيحي المبسط كما يلي:

([1])-المرجع نفسه، ص ص 262 - 263.

الشكل رقم (08) : متغيرات السوق السياحية



المصدر: نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص265

المطلـــب الثالـــث: الإنفـــاق و الدخل السياحـــي

يعني الدخل القومي من حيث الإنفاق هو عبارة عن مجموع المبالغ المنفقة من قبل كافة الأفراد والجماعات والحكومة لشراء السلع والخدمات الاستهلاكية النهائية خلال السنة.

الفرع الأول: الإنفاق السياحي

إن الإنفاق السياحي يتوقف على ما ينفقه السائحين في الدولة المضيفة أو الدولة المستقبلة، وهذا الإنفاق بدوره يتأثر بالعديد من المتغيرات مثل طبيعة الرحلات السياحية وشكل الإقامة الفندقية ونوعية المطاعم المرتادة وغيرها، ويعد إنفاق السائحين الدوليين إيرادات سياحية بالنسبة للدولة المضيفة ويسجل في جانب المتحصلات بميزان المدفوعات، أما إذا كانت الدولة مرسلة لمواطنيها للسياحة في الخارج فإن الإنفاق السياحي يعد في هذه الحالة بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية وتسجل في جانب المدفوعات بميزان المدفوعات.

أولا: مفهوم الإنفاق السياحي:

يعرف الإنفاق السياحي على أنه ذلك الإنفاق الذي يقوم به السياح على مختلف السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال إقامتهم في الدول المضيفة. [1]

-وللسائح أوجه إنفاق عامة تشمل: [2]

- **نفقات الإقامة:** وتشمل المبيت-الإطعام-وتوابعها في الفندق مثل: الشراب-الغسيل- الهاتف..الخ.
- **نفقات النقل:** سواء عن طريق مكاتب أو شركات أو بشكل مباشر على جميع وسائط وخدمات النقل الجوي والبحري والبري داخل البلاد وحتى التاكسي داخل المدن.
- **نفقات المشتريات:** وتشمل ما يشتريه السائح من لوازم وهدايا وملابس وتحف وتذكارات وكتب وأقلام وبطاقات وصور...الخ.
- **نفقات نثرية:** وهي كثيرة منها التسلية- الصداقات- والمصاريف السرية وجميع المنح والهدايا التي يوزعها السائح.
- **الرسوم والضرائب:** مثل تأشيرة المطار- رسم الإقامة- الضرائب والطوابع...الخ.

-ويختلف الإنفاق على كل عنصر من العناصر السابقة باختلاف مستوى السائح وجنسيته، وعاداته، وسلوكه الإنفاقي، كما يختلف الباعث على السياحة (اتفاقية-علاجية-ترويجية-دينية-اقتصادية-اجتماعية...الخ) باختلاف هيكل السياحة في البلد المضيف ومستوى الأسعار فيها.

ثانيا: وسائل الإنفاق السياحي

كان السائح قديما يحمل معه أموالا على شكل عملات ورقية (بنكنوت) أو نقد معدني (ذهب، فضة)، وكان يتعرض للسرقة أو ضياع ماله أو حتى نفاذها في مرحلة من رحلته ولهذا تطورت أساليب التعامل والدفع المالي ودخلت العملات الخطية والتحويلات وغيرها لتؤمن الاطمئنان المالي وسهولة الدفع للسائح وللمؤسسات السياحية.

أهم تلك الوسائل وأكثرها شيوعا هي كما يلي: [3]

1- **النقد الورقي:** وهي الأوراق المطبوعة كعملات من المؤسسات المعتمدة ولكل دولة نقدا يصدر مصرفها المركزي ويضمن قابليتها للتداول.

2- **النقد الخطي:** وهي وثائق قابلة للصرف بعد توقيع الدافع الذي يفتح حسابا لمصدر هذه الوثيقة مثل (الشيكات العادية) كما يشمل شيكات المسافر.

([1])-نبيل الروبي، **اقتصاديات السياحة**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 63.

([2])-صلاح الدين خربوطلي، **الاقتصاد السياحي**، مكتبة الحازم، دمشق، 2000، ص 63.

([3])-مصطفى يوسف كافي، **اقتصاديات السياحة**، مرجع سابق، ص 155.

3-**بطاقات وكتب الاعتماد:** وهي بطاقات تصدرها المصارف لعملائها تسمح لهم إبرازها وتوقيع الفواتير بدفع التزاماتهم، حيث يحمل صاحب الاستحقاق الفواتير للمصرف الذي أصدر البطاقة ويسجلها لحسابه، وهناك نماذج عديدة تستخدم في أنحاء العالم مثل أمريكان اكسبرس أو ماستر شارج...الخ.

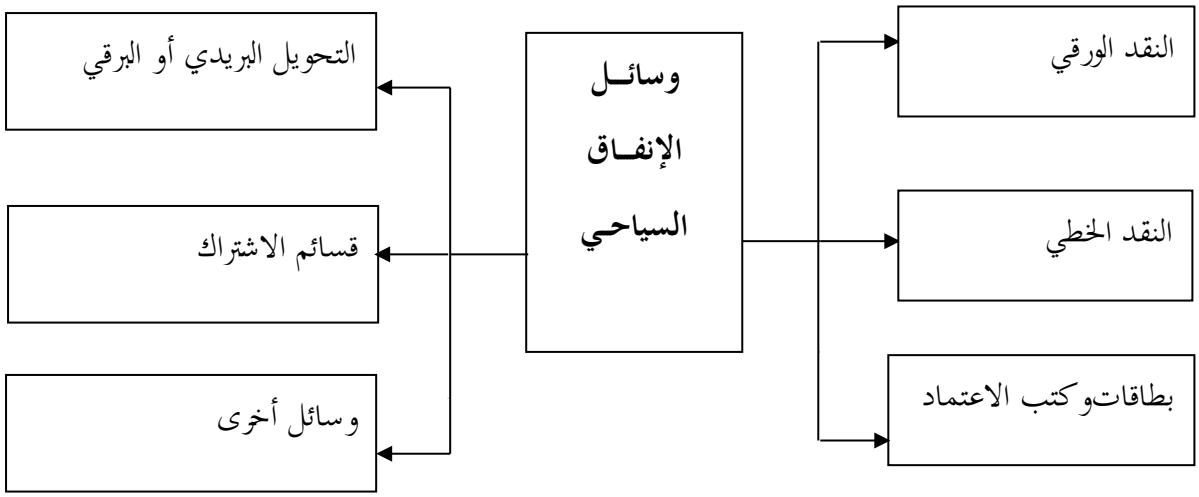
4- **التحويل البريدي أو البرقي:** ويتم بأمر السائح تحويل مبلغ من المال حسب حاجاته، يحول عن طريق مصرف في بلده إلى فروع المصرف أو مصارف يتعامل معها موجودة في المدن الأخرى.

5- **قسائم الاشتراك:** وهي بطاقات تزود بها مكاتب السفر أو الشركات السياح المشتركين في برنامجها السياحي أو حتى لأي سائح لقاء المال، يستخدمها بدلا من النقود، بطاقة للإفطار، بطاقة للغداء...الخ.

6- **وسائل أخرى:** مثلا في مختلف البلدان يقبض المبلغ من السائح ويبلغ مكتب السفر في البلد المزار بالإنفاق على السائح ويتم الحساب بين المكتبين وحسم ما دفعه كل مكتب عن السياح الذين أرسلهم المكتب الآخر.

ومن خلال ما سبق يمكن تلخيص وسائل الإنفاق السياحي من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم: (09) وسائل الإنفاق السياحي



المصدر: مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 155.

الفرع الثاني: الدخل السياحي

إن الهدف الرئيسي لتفعيل وتنشيط السياحة لكل من الدول المتقدمة والدول النامية هو زيادة الإيرادات من النقد الأجنبي الناتج من إنفاق السائحين الأجانب على شراء السلع والخدمات السياحية في الدول المضيفة من أجل تحسين وضعية ميزان المدفوعات في هذه الدول.

أولا: تعريف الدخل السياحي

هو كل ما يدخل اقتصاد وموارد البلد من السياحة ليشكل الدخل السياحي، بمعنى آخر يشمل الدخل السياحي مجموعة من البنود المتعددة أهمها: [1]

- رسوم وتأشيرات دخول السائحين ومغادرتهم.
- نفقات نقل السائحين على الناقلات الوطنية (نقل جوي، نقل بحري).
- رسوم هبوط الطائرات ورسوم عبور السفن السياحية.
- رسوم خدمة الطائرات والسفن السياحية والموانئ الجوية والبحرية.

أي أن كل عائدات السياحة يشكل مجموعة الدخل السياحي والذي بدوره له فائدة كبيرة على التنمية الاقتصادية، و الهدف من قياسه هو معرفة الربحية من البلد من خلال الميزان السياحي الذي يبين الموارد والإنفاق على السياحة.

ثانيا: طريقة الدخول السياحية المكتسبة:

إن الدخل السياحي بموجب هذه الطريقة هو مجموع الدخل (الريوع، الفوائد، الأجر، الأرباح) المتحقق للأفراد العاملين في القطاع السياحي نظير تقديم عوامل الإنتاج (المواد الأولية، رأس المال، العمل ، التنظيم) للمشاريع السياحية خلال فترة سنة. [2]

-إن ما تدفعه المشاريع السياحية (الخاصة منها، والمختلطة والعامة) لشراء عوامل الإنتاج السياحية (سواء في مجال الاستهلاك أو الاستثمار) يعتبر دخل لأفراد المجتمع المجهزين للقطاع السياحي بعوامل الإنتاج هذه، ولكن ليس كل ما ينفق من قبل المشاريع السياحية يعني دخل للأفراد العاملين في القطاع السياحي، وبذلك يجب طرح وإضافة بعض العوامل لكي تكون الحسابات الاقتصادية دقيقة كما يلي: [3]

1-**الضرائب غير المباشرة على الإنتاج السياحي:** مثل الضريبة على المبيعات والضريبة على الأرباح، فإن هذا النوع من الإنفاق لا يذهب للأفراد العاملين في القطاع السياحي، وإنما يذهب إلى خزينة الدولة، لذا يستوجب الأمر طرحها من الدخل السياحي.

2-**المنح والإعانات الحكومية المدفوعة للمشاريع السياحة:** قد تقدم الحكومة دعم مالي لبعض المشاريع السياحية، بغض النظر عن ملكيتها فيما إذا كانت خاصة، أو عامة أو مختلطة، على اعتبار أن هذا القطاع واجهة حضارية وإعلامية، وعلى تماس مباشر مع الأجانب ويعكس واقع التطور الحضاري والتنموي الموجود في القطر، إن هذه الإعانات تدفع كدخول للأفراد العاملين في القطاع السياحي، لذا يستوجب الأمر إضافتها إلى الدخل السياحي.

3-**الاهتلاك في رأس المال السياحي:** إن جزء من رأس المال السياحي، ونتيجة لإسهامه المستمر في عملية الإنتاج السياحي يتعرض للتلف والاهتلاك، إذ أن القيمة التقديرية لرأس المال السياحي تنخفض سنويا، أي أن

([1])-نبيل الروبي، مرجع سابق، ص ص 68-70.

([2])- المرجع نفسه، ص 73.

([3])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص ص 158-159.

قيمة رأس المال السياحي في بداية السنة أكبر من قيمته في نهاية السنة بسبب عامل الاهتلاك، هذا وتختلف نسب الاهتلاك لرأس المال السياحي حسب طبيعة رأس المال فتكون منخفضة في الأبنية والمعدات، بحدود 5 % سنويا، وترتفع في الأثاث السياحية إلى حدود 25 % سنويا، ومهما تكون نسبة الاندثار فالأمر يتطلب طرحها من الدخل السياحي لكي تكون الحسابات الاقتصادية صحيحة.

4-**صافي التجارة السياحية الخارجية:** قد تكون عوامل الإنتاج السياحية المحلية غير كافية لسد حاجة المشاريع السياحية المحلية، فتضطر المشاريع لاستيراد عوامل الإنتاج من الخارج، يقابل ذلك خروج للدخل السياحي إلى خارج نطاق الدورة الاقتصادية القومية.

ومن ثم يطرح الاستيراد السياحي من التصدير السياحي، ونحصل على صافي التجارة السياحية الخارجية، ويثبت موجبا أو سالبا في معادلة احتساب الدخل السياحي.

وبذلك نتوصل إلى معادلة متكاملة لاحتســاب الدخــل السياحــي بطريقة الدخول السياحية المكتسبة كما يلي: [1]

الدخل السياحي=إنفاق المشاريع السياحية- الضرائب غير المباشرة على السياحة+الإعانات والمنح الحكومية للمشاريع السياحية-الاهتلاك في رأس المال السياحي±صافي التجارة السياحية الخارجية.

وكما هو معروف أن إنفاق المشاريع السياحة يتضمن جانبين:

أ-إنفاق على إنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية السياحية (إنفاق جاري).

ب إنفاق على إنتاج السلع والخدمات الاستثمارية السياحية (إنفاق استثماري).

وبعد إدخال هذه الملاحظة الأخيرة نحصل على المعادلة النهائية الآتية:

الدخل السياحي= الإنفاق على إنتاج الخدمات السياحية الاستهلاكية (إنفاق جاري)- لضرائب غير المباشرة على السياحة + الإعلانات والمنح الحكومية للمشاريع السياحية - الاهتلاك في رأس المال السياحي ± صافي التجارة السياحية الخارجية.

ثالثا: طريقة الإنفاق السياحي:

إن الدخل السياحي بموجب هذه الطريقة هو مجموع إنفاق أفراد المجتمع على شراء الخدمات السياحية خلال فترة السنة.

إن ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الاستهلاكية السياحية وما يدخره للاستثمار السياحي، يعتبر دخلا لأصحاب المشاريع السياحية، و لكن ليس كل ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الاستهلاكية و الإنتاجية السياحية يعتبر دخلا للمشاريع السياحية الوطنية، وبذلك يجب طرح وإضافة العوامل الآتية لكي تكون الحسابات دقيقة وذلك كما يلي: [2]

([1])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 160.

([2])-المرجع نفسه، ص 162.

1-**الضرائب غير المباشرة على السلع والخدمات الاستهلاكية السياحية:** وكما هو معروف أن الخدمات تكاد تكون كمالية في الغالب، فهي تخضع للضرائب وبنسب عالية في الأحيان، إن هذه الضرائب التي يتحملها الأفراد لا تعتبر دخلا لأصحاب المشاريع الاستثمارية، وإنما تذهب إلى خزينة الدولة، لذا يستوجب الأمر طرحها من الدخل السياحي.

2- **الإعانات والمنح الحكومية:** قد تقوم الحكومة بدعم بعض أنواع الخدمات السياحية (كما هو الحال في منح تخفيضات في الإيواء والنقل للشباب، أو لموظفي الدولة) بهدف توفير الراحة والرفاهية للمواطنين، وإن هذه الإعانات تدفع من قبل الدولة، وتعتبر دخولا لأصحاب المشاريع السياحية، لذا يستوجب الأمر إضافتها للدخل السياحي.

3- **الاهتلاك الحاصل في رأس المال:** لابد من طرحه كما ورد سابقا.

4- **صافي التجارة الخارجية:** فهناك بعض المواطنين السياح الذين يغادرون إلى خارج القطر بهدف السياحة والاستجمام، وبالتالي يتطلب الأمر منهم الإنفاق على شراء الخدمات السياحية الأجنبية، ويكون الاقتصاد القومي في هذه الحالة في موقف استيراد للخدمات السياحية من الخارج.

وربما يكون العكس، حيث تستضيف المشاريع السياحية الوطنية، سياح أجانب تبيع لهم خدمات سياحية تعتبر دخلا للمشاريع السياحية القومية، ويكون موقف البلد هنا مصدرا للخدمات السياحية ولابد من إضافة ذلك للدخل السياحي ويطرح الاستيرادات من الصادرات السياحية، ونحصل على صافي التجارة السياحية، ويثبت في المعادلة موجب أو سالب.

5- **الزيادة في قيمة المخزون المتحقق لدى مشاريع القطاع السياحي:** وعلى الرغم من كون المنتوج السياحي يغلب عليه الطابع الخدمي، وبالتالي لا يمكن تخزينه، إلا أنه يحدث في بعض الأحيان امتلاك القطاع السياحي مشاريع إنتاجية تمول المنشآت السياحية بمستلزمات الإنتاج.

كأن تمتلك سلسلة فنادق معملا لإنتاج المشروبات أو المعلبات، أو كأن تمتلك المديرية العامة للسياحة مشروعا لإنتاج اللحوم...الخ. فعلى الرغم من أن هذه المشاريع الإنتاجية هي ليست سياحية إلا أن ملكيتها تؤول للقطاع السياحي وعلى هذا الأساس لابد من إضافة الزيادة في قيمة المخزون السلعي المتحقق خلال السنة إلى الدخل السياحي.

بعد كل هذه الإجراءات سوف نتوصل إلى معادلة متكاملة لاحتساب الدخل السياحي بطريقة الإنفاق السياحي كما يلي: [1]

الدخل السياحي – إنفاق الأفراد على الخدمات السياحية (أي عوائد المشاريع السياحية) –الضرائب غير المباشرة + الإعانات والمنح والدعم الحكومي للمنتوج السياحي– الاهتلاك في رأس المال السياحي + صافي التجارة الخارجية + الزيادة في قيمة المخزون السلعي التابع للقطاع السياحي.

([1])-مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 163.

كما هو معروف أن إنفاق الأفراد على السلع والخدمات السياحية يتضمن:

أ-إنفاق الأفراد على شراء الخدمات الاستهلاكية السياحية.

ب-إدخارات الأفراد الموجهة للاستثمار السياحي.

وبعد إدخال الملاحظات الأخيرة للمعادلة نحصل على المعادلة النهائية:

الدخل السياحي= عوائد المشاريع السياحية جراء تسويق المنتوج السياحي+ الادخارات الموجهة للاستثمار السياحي-الضرائب غير المباشرة+الإعانات والمنح والدعم الحكومي للمنتوج السياحي-الاهتلاك في رأس المال السياحي+صافي التجارة الخارجية.

هذا هو الدخل السياحي بالمعنى الاقتصادي صحيح، والذي هو حصيلة التفاعل المستمر والقائم بين أفراد المجتمع من جهة والمشاريع السياحية من جهة أخرى. مع الأخذ بعين الاعتبار العوامل المؤثرة في الدخل السياحي سواء الإيجابية منها أو السلبية.

المطلـب الرابـع: الاستثمـار السياحـي و إستراتيجيته

بالرغم من أن الاستثمار السياحي يتشابه مع غيره من الاستثمارات في المجالات الأخرى الغير السياحية وذلك من ناحية رغبة المستثمرين في تعظيم الربح، إلا أنه يتميز بعدم باحتياجه بكم هائل من الاستثمارات كالتي توجه إلى القطاعات الأخرى خاصة إذا نظرنا إلى الأرباح المتوقعة منه في الأجل الطويل، بالإضافة إلى سرعة العائد المتوقع وقصر فترة الانتظار.

الفرع الأول: ماهية الاستثمار السياحي

قبل التطرق إلى الاستثمار السياحي يمكن تعريف الاستثمار على أنه التضحية بإشباع رغبة استهلاكية حاضرة. وليس مجرد تأجيلها، كما هو الحال بالنسبة للادخار، وذلك أملا في الحصول على إشباع أكثر في المستقبل. [1]

وتعتبر الاستثمارات السياحية من أهم الموارد السياحية لجلب رؤوس الأموال الأجنبية وتأهيل اليد العاملة الفنية، وذلك بتنويع وإدخال الخبرات في ميدان القطاع السياحي، وهذا بدوره يؤدي إلى التدفقات النقدية، وزيادة التوسع في المناطق السياحية.

الفرع الثاني: استراتيجيات الاستثمار السياحي

إن الصناعة السياحية العالمية تستثمر أموالا ضخمة من أجل استغلالها في التجهيزات السياحية، وإن الاتجاهات الملحوظة من خلال النماذج الدولية في مجال ترقية الاستثمارات تتشابه في العناصر الأساسية التالية: [2]

([1])-محمد مطر، **إدارة الاستثمار**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 07.

([2])-مبارك بلالطة، مرجع سابق، ص 98.

أولا: على مستوى تعريف الأهداف: إن الأهداف العامة الموكلة من خلال السياسات الترقوية للاستثمار الملاحظة في الكثير من البلدان التي التزمت ببرامج تنموية لهذا القطاع تستهدف خاصة:

-الاحتفاظ بالقاعدة الاقتصادية السياحية الوطنية.

-تحسين استعمال القدرات الإنتاجية.

-تثمين القدرات البشرية.

-تثمين وتنمية الموارد السياحية على مستوى التراث، وتسلسلها حسب صنف المنتوج.

-الاستعمال العقلاني للموارد المالية المتوفرة.

ثانيا: فيما يخص صياغة الاستراتيجيات: إن العناصر المكونة والتي نجدها تتكرر بصفة جادة في استراتيجيات البلدان السياحية تكون في غالب الأحيان مشكلة حول الانشغالات التالية:

- امتصاص بل إلغاء العراقيل التي تمنع المتعاملين بدون تمييز لقانونها الأساسي من أخذ دورها كاملا الموكل لها في تنمية القطاع.

-ضمان كل التسهيلات وضمان الامتيازات من أجل تشجيع تطور القطاع الاقتصادي الوطني.

-وضع مختلف الإجراءات التي تضمن التكفل بالمسؤولية التي تقع على عاتق القطاع (التنظيم والتطوير).

-ضمان الصناديق الخاصة المستثمرة لصالح النشاط.

-تدعيم الإطار القانوني و التنظيمي الذي يمكن أن يشجع ويساعد في ترقية مختلف الاستثمارات بمختلف أشكالها.

-إعادة التسهيلات والامتيازات والإعفاءات وتطويرها كضمان من أجل إنجاز المشاريع السياحية. [1]

ثالثا: فيما يخص الإجراءات والوسائل التشجيعية: ترتكز الاقتراحات عموما حول شكلين من التسهيلات والتحفيزات هما:

1-**على المستوى التنظيمي:** يتعلق الأمر هنا بما يلي:

-إعادة تعريف حقل الاستثمار (البناء، التوسع، العصرنة، التهيئة، التسيير، الاستغلال، الصيانة) وإعادة التهيئة وتحويل السكنات والعمارات ذات الطابع التاريخي، التي يمكن أن تشكل مواقع الاصطياف السياحي كالمطاعم وهياكل التسلية.

-تحديد بدقة المؤسسات المستفيدة من التسهيلات والامتيازات، فنادق ،مخيمات، شقق ذات الاستعمال السياحي، مطاعم استهلاك المشروبات، مراكز التسلية، محطات عمومية والمؤسسات الفندقية.

2-**فيما يخص الإعفاءات المالية والتسهيلات:** تشمل على

- الإعفاءات من كل الضرائب والرسوم الجبائية أو البلدية مهما كانت تسميتها أو طبيعتها المسجلة على بطاقة التسريح ببناء مؤسسات فندقية وسياحية.

([1])-مبارك بلالطة، مرجع سابق، ص ص 88 - 89.

– سهولة استيراد عتاد البناء والوسائل والتجهيزات، سيارات العمل والتأثيث اللازم للبناء، تهيئة وتجهيز المؤسسات الفندقية والسياحية، في المستوى المطلوب ومعفى من كل الضرائب وحقوق الجمارك والرسوم الجبائية شريطة أن تكون القيمة الكاملة لهذه الواردات لا تتجاوز إلى حد ما حاجز التكلفة التقديرية الشاملة للاستثمار.

– الإعفاءات من كل الضرائب والرسوم الجبائية والبلدية المسجلة على حساب الاستغلال، وهذا لفترة (07) سنوات من بدء استغلال المشروع.

– الإعفاء من الضريبة على الدخول بقسط متغير للفوائد الصافية التي تخضع للضريبة والمنبثقة عن استغلال المؤسسات الفندقية السياحية.

– وضع نظام مستقل يجمع البنوك والمؤسسات الفندقية أو السياحية المتعلقة بتحويل رؤوس الأموال الآتية من الخارج وكذا المبالغ المستعملة لغرض تمويل المشاريع (إنجاز، استغلال وصيانة). [1]

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر لا تبتعد أساسا عن التطبيق العام الملاحظ على المستوى الدولي، وذلك أنها وضعت حيزا لنظام قانوني وتنظيمي مستحدث من أجل تشجيع وترقية الاستثمارات يستوجب التأكيد على إدخال الإجراءات الخاصة بتشجيع الاستثمار السياحي وترقية الاستثمارات الوطنية.

المبحـث الثالـث: مكونـــات السياحـــة

إن من بين أهم مكونات السياحة الفندقية والمتمثلة في الفنادق السياحة والقرى السياحية والمخيمات والمنتجعات السياحية بالإضافة إلى الخدمات السياحية ووكالات السفر والسياحة والمنظمات السياحية، والتي سيتم عرضها فيما يلي:

المطلـب الأول: البنيـة التحتيـة للفندقـة السياحية

لقد أصبحت الفنادق تقوم بإشباع حاجات ضرورية في الحياة العصرية، نتيجة لازدياد حركة السياحة العالمية وسهولة الانتقال، واختلاف رغبات السياح باختلاف عاداتهم وتقاليدهم لذا يجب على صناعة الفنادق أن تلبي كل احتياجات السياح ومطالبهم ومن مختلف دول العالم.

الفرع الأول: الفنادق السياحية

تسمى الصناعة الفندقية حاليا، صناعة الضيافة، وتشمل خدمات الإقامة والطعام والشراب والترفيه، وهي اليوم من أكبر الصناعات في العالم، وتلعب دورا رئيسيا في تنمية السياحة باعتبارها هي الأخرى خدمة سياحية.

([1])-مبارك بلالطة، مرجع سابق، ص 89.

أولا:مفهوم الفندقة

الفندقة عبارة عن صناعة سياحية تجارية تشكل مزيجا من الخدمات المتجانسة، أو بالمفهوم الكلاسيكي صناعة الفندقة عبارة عن منشآت ومؤسسات سياحية تقدم مجموعة من الخدمات والتي يتم من خلالها عرض غرف ومنازل جاهزة، وذلك بعقد إيجار لفترة مؤقتة.

-ويمكن تعريف الفندق بأنه:" مبنى ينشأ بغرض توفير الإقامة بالدرجة الأولى للنزلاء وكذا تقديم الأطعمة والمشروبات والخدمات الأخرى للنزلاء لقاء أجر معين".

ويقصد بمؤسسة فندقية كل مؤسسة تمارس نشاط فندقي، كما يعد نشاطا فندقيا كل استعمال بمقابل للهياكل الأساسية الموجهة للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به، وتتكون هذه الهياكل من مؤسسات إيواء يستأجرها الزبائن للإقامة فيها ولمدة معينة دون أن يتخذوها سكنا لهم [1].

ثانيا: أنواع الفنادق

تتكون المؤسسات الفندقية مما يلي:

1- الفنادق: وهي هياكل إيواء مهيأة للإقامة وخدمات أخرى مرتبطة بها.

2- الموتيل (نزل الطريق): يكون خارج المنطقة السكنية.

3- القرى السياحية: أو قرى العطل وهي عبارة عن هياكل إيواء مبنية خارج المناطق السكنية، على شكل قرية، وتوفر أجنحة سكنية ومنشآت رياضية وثقافية.

4- الإقامة السياحية: و هي هيكل إيواء يقع خارج المناطق السكنية، وفي أماكن تتمتع بجمال طبيعي خاص، تمنح للإيواء في منازل مجهزة بالأثاث.

5- النزل الريفي: يقع في المناطق الريفية ويشمل ستة غرف على الأقل، وغالبا ما يوجد في أماكن سياحة توجد فيها مغامرات (تسلق الجبال، التزحلق على الثلج).

6- المنزل العائلي: ويشمل من 05 إلى 15 غرفة، ويمكن تقديم وجبات الطعام للزبائن، أو يعدونها بأنفسهم.

7- الشاليهات: و تسمى أيضا السكن الجاهز، معد لاستقبال الزبائن في المحطات البحرية أو الجبلية، يؤجر حسب مدة إقامة.

8- المنزل السياحي المفروش: أو المجهز، يؤجر لمدة لا تتعدى الشهر، وعدد غرفه لا تفوق 10 غرف.

([1])-صالح بزة ، **تنمية السوق السياحية بالجزائر**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 38.

9- محطة الاستراحة:و هي التي تقام في طريق الرحلات السياحية لتمكين السياح العابرين أو المسافرين من الراحة.

10-المخيمات: و هي إقامة بسيطة بواسطة تجهيزات خفيفة يحضرونها بأنفسهم أو تقدم لهم في عين المكان، كما يمكن أن تقدم عربات أو مقصورات للتخييم. [1]

ثالثا: تقسيمات الفنادق

هناك عدة تقسيمات للفنادق على أساس معيار معين، وهي: [2]

1-**التصنيف على أساس معيار الملكية:** يتم تصنيف الفنادق السياحية وفق هذا المعيار كما يلي:

أ-**الفنادق الخاصة (المستقلة):** و هي تلك الفنادق التي تعود ملكيتها لشخص أو مجموعة أشخاص، وعادة ما تكون هذه الفنادق صغيرة، وعددها غرفها محدود.

ب-**فنادق السلسلة:** هي مجموعة فنادق تنتشر في مجموعة من دول العالم تحت اسم واحد، وهي تشبه في ذلك الشركات متعددة الجنسيات،ومن أهم السلاسل الفندقية في العالم: هيلتون Hilton، شيراتون shiraton.

ج-**فنادق مختلطة:** وتكون ملكيتها مشتركة بين القطاع العام (الدولة)، والقطاع الخاص، أو بين الدولة وشركات أجنبية.

د-**فنادق حكومية:** هي الفنادق التي تعود ملكيتها للدولة.

2-**التصنيف وفق معيار عدد النجوم:** ووفق هذا المعيار يتم تصنيف الفنادق كما يلي:

أ-**فنادق الخمس نجوم:** وتعتبر من أرقى الفنادق، وتقدم خدمات متكاملة للضيوف، وبأسعار مرتفعة تتناسب مع نوع وحجم هذه الخدمات.

ب- **فنادق ذات أربع نجوم:** بطبيعة الحال يكون مستوى خدماتها وأسعارها أقل من سابقتها، غير أنها تبقى من الفنادق الراقية.

ج- **فنادق ذات ثلاث نجوم:** وهي الأقل تكلفة عما قبلها، كما أن مستوى الخدمات منخفض، وربما يفتقر إلى بعض الخدمات الموجودة في الأخرى السابقة الذكر.

د- **فنادق ذات نجمتان:** تقترب في المستوى من الفنادق الشعبية.

هـ- **فنادق ذات نجمة واحدة:** وتكون متواضعة جدا بالنسبة لخدماتها وعدد غرفها وأسعارها والمناطق التي توجد بها أيضا.

الفرع الثاني: القرى السياحية

([1])-صالح بزة، مرجع سابق، ص 39.

([2])-أيمن برنجي ، **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2008-2009، ص ص 194 ، 195.

سياحة القرية تشير إلى السياحة التي يقيم بها الزائرون بجوار أو داخل القرية، وعادة ما تكون قرى تقليدية في أماكن بعيدة، حيث يتعرف السائحون على العادات والتقاليد والثقافات المحلية، وفي كثير من الأحيان يشاركون في الأنشطة التي يمارسها السكان.

ويقوم السكان المحليون بإقامة وإدارة المنشآت السياحية والخدمية بأنفسهم، وبالتالي استفادتهم من السياحة تكون بصورة مباشرة.[1]

الفرع الثالث: المخيمات السياحية

إن المخيمات كمرافق للإقامة والمبيت وسط الطبيعة ظاهرة قديمة، ولكن مع تطور وسائل المواصلات، وصلت لأقصى درجات التطور وأصبحت تقدم على نطاق شعبي واسع.

و يمكن أن تعرف كلمة مخيم على أنها التخييم و الإقامة بشكل فردي أو عائلي أو جماعي في مخيم مجهز و لمدة معينة تتراوح ما بين ليلة واحدة لغاية شهر.

والشكل المميز في الإقامة في مخيم أنها تستخدم أدوات متحركة، وعربات النوم المتنقلة، والتي ينقلها السياح معهم و يشكلونها في قطعة مجهزة لذلك. [2]

وفي المدة التي تطورت فيها المجتمعات من الحرب العالمية الثانية لغاية الآن عرفت الأنواع التالية من المخيمات أهمها. [3]

-**مخيم عند مضيف:** ويستخدم من قبل السياح المنتظمين، والذين يقومون ببناء خيمتهم في حديقة أو ساحة بموافقة المالك لهذه الأرض.

-**التخييم في الأراضي الخالية:** ويخيم السياح خيمتهم في الأراضي الخالية في الجبال أو على شواطئ الأنهار والبحيرات.

-**التخييم في مكان مجهز لذلك:** وهو عادة يكون عبارة عن ملك لشركة هدفها من وراء ذلك الحصول على الربح.

المطلـب الثانــي: الخدمــات السياحيــة

تخص الخدمات السياحية في دول العرض السياحي بقدر من الأهمية ما تخص به مقومات الجذب السياحي الأخرى الطبيعية والتاريخية، إذ أنه على الرغم مما تقوم به العوامل الطبيعية والتاريخية للجذب السياحي من دورها في استقطاب السائح إلى زيارة المناطق المختلفة، إلا أن الخدمات السياحية تلعب دورا هاما أيضا لإبقاء السائح في الدولة السياحية وتكرار الزيارة مرة أخرى.

([1])-محمد الصيرفي ، **السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر**، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2009، ص ص 220-221.

([2])-مروان السكر ، **مختارات من الاقتصاد السياحي**، مرجع سابق، ص 37.

([3])-المرجع نفسه، ص 38.

الفرع الأول: محتوى الخدمات السياحية

تمتاز الخدمات السياحية بكونها متكاملة فلا يمكن تجزئتها أو تقسيمها فهي مكملة لبعضها البعض مثل وسائل الاتصال والنقل والإقامة والحجوزات الداخلية والخارجية، كما

يجب على شركات السياحة إعداد برامج سياحية متنوعة وتتلائم مع ميول السياح من أجل تقديم أفضل الخدمات السياحية.

ويمكن تعريفها على أنها الأنشطة التي تكون غير مادية والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل وتوفر إشباع الرغبات والحاجات وليست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتوج أو خدمة أخرى، وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية.

إن مستهلك الخدمة قد يقوم بحيازة مؤقتة أو استخدام مؤقت لما يتطلب إنتاج الخدمة (غرفة في فندق، إيجار سيارة،رحلة سياحية) ولكن بدون أن يتملك المستهلك هذه الخدمة.

الفرع الثاني: أنواع الخدمات السياحية

يمكن تقسيم الخدمات السياحية إلى عدة أنواع أهمها: [1]

1-خدمات السياحة والسفر: إن شركات السياحة والسفر هي المنشآت التي تقوم بالأعمال والخدمات الخاصة بالسفر ويقع على عاتقها توفير أسباب الراحة والاستمتاع للسائحين خلال انتقالهم وزيارتهم للبلد السياحي ، وهي بحكم مزاولتها لهذه الأعمال تتصل بالجمهور اتصالا وثيقا وتعمل في نفس الوقت على نشر الدعاية للبلاد في الخارج من أجل زيادة نصيبها من الأفواج السياحية.

وتقوم شركات السياحة بالأعمال التالية

- حجز الفنادق.
- حجز البواخر والنزهات الترفيهية.
- تنظيم رحلات فردية.
- تنظيم رحلات جماعية.
- توفير المرشدين السياحيين.
- خدمات الاستقبال والتوزيع.

2-**خدمات الإقامة والإعاشة** : تعتبر أماكن الإقامة من أهم المنشآت السياحية وأولاها بالاهتمام لأنها تمثل واحدة من الأعمدة الثلاثة التي يقوم عليها النشاط السياحي للانتقال – الإقامة- الترفيه.

وهذه الخدمات تشمل الفنادق بأنواعها المختلفة الموتيلات- المخيمات-بيوت الشباب-قرى رياضية – البنسيونات-الفيلات-فنادق المنتجعات السياحية

([1])-علا ء الدين عبد الوهاب ،مرجع سابق، ص ص 77-94.

ولعل أكثرها انتشارا هي الفنادق التجارية، وتصنف هذه الفنادق طبقا لأنظمة مختلفة وأكثرها شيوعا هو نظام النجوم الذي يبدأ بخمسة نجوم وينتهي بنجمة واحدة.

3 – خدمة النقل السياحي : يعتبر النقل السياحي أحد العناصر الأساسية للخدمات والتسهيلات السياحية في أي دولة حيث تطورت السياحة في العالم تطورا كبيرا نتيجة للتطور الذي طرأ على صناعة النقل في فترات سابقة وحالية للسياحة.

ولقد كان للنقل الجوي خاصة دور هام وملموس في ظهور كثير من الدول على خريطة العالم السياحية ودخولها في مرحلة هامة من مراحل المنافسة القوية بينها وبين الدول الأخرى في هذا المجال. أما أهم الوسائل الرئيسية المستخدمة في النقل السياحي هي:

- **النقل الجوي:** النقل الجوي كما هو معروف وسيلة سريعة ومريحة وآمنة وموفرة للوقت إلى حد كبير والآن تستخدم في مجال النقل بين دول العالم.

و النقل الجوي يحتكر نسبة معتبرة من حركة النقل السياحي في العالم.

- **النقل البري:** يستخدم النقل البري في مختلف دول العالم في وسيلتين رئيسيتين هما السيارات و السكك الحديدية.

أما السكك الحديدية فقد أولت لها اهتمام معظم دول العالم باعتبارها الوسيلة الرئيسية للنقل البري فالدول الأوروبية و دول أمريكا الشمالية تمتلك ثلثي خطوط السكك الحديدية في العالم، بينما تمتلك باقي دول العالم شبكات سكك حديدية ليست بالكبيرة.

أما السيارات أو العربات بصفة عامة فإنها تعد في الوقت الحاضر من وسائل المواصلات الثانوية و لكنها أصبحت وسيلة رئيسية خصوصا في الدول المتحضرة بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية حيث أصبح لها دور كبير في ربط معظم دول العالم ببعضها البعض.

- **النقل البحري:** و يعتمد هذا النوع على البواخر و القوارب البخارية و اليخوت...الخ ، التي تسير عبر البحار و الأنهار و المحيطات، و لقد شهد النقل المائي في هذه الفترة تطورا كبيرا خصوصا في مجال نقل الركاب بين الدول المختلفة.

ثالثا: خصائص الخدمات السياحية:

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص أهمها: [1]

1–**المعنوية (غير ملموسة):** بما أن الخدمات غير مادية وغير ملموسة، لذلك لا يمكن تذوقها أو رؤيتها من قبل المستهلك، قبل أن يشتريها مما يجعل على البرامج التسويقية قيودا، لذا يجب التركيز على القوى البيعية على إعلان الفوائد الناجمة عن الخدمة وليس على الخدمة نفسها.

([1])-نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص ص 249-253.

4 – خدمة المحلات السياحية : تلعب المحلات السياحية دورا هاما في الجذب السياحي بجانب ما تتمتع به الدولة من مقومات سياحية عديدة.

و المحلات السياحية هي فرع من المنشآت السياحية و التي يتصل نشاطها اتصالا مباشرا بالعمل السياحي.

و تتلخص أهمية هذا النشاط في النقاط التالية:

- يعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة في الدول السياحية.
- يمثل أحد المصادر الهامة للعملات الأجنبية.
- يقوم بجذب السائحين إلى المناطق التي تشتهر بهذا النشاط.
- يحقق نشاط السلع السياحية نموا متزايدا في الدخل السياحي.

5 – خدمة الإرشاد السياحي: يعتبر الإرشاد السياحي أحد الخدمات الهامة في النشاط السياحي، فالمرشد السياحي هو الشخص الذي يتولى عملية شرح و نقل المعلومات عن منطقة الجذب السياحي الذي يجب أن يكون على درجة عالية من الثقافة و المعلومات و اللياقة و يجيد الاستقبال و الشرح.

6 – الأمن السياحي :تعتبر خدمة الأمن السياحي من الخدمات الضرورية في النشاط السياحي لما لها من تأثير في بعث الطمأنينة في نفوس السائحين و عادة ما تقوم بهذا الدور السلطات الأمنية داخل الدولة كما يوجد إدارة عامة في بعض الدول تحمل اسم الشرطة السياحية و تختص ببحث شكاوي السائحين و ما يتعرضون له من نصب و احتيال.

2– **التلازم (عدم إمكانية الفصل):** لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنه يقدم الخدمة ويبيعها أي التزام أي قناة التوزيع سوف تكون مباشرة مثل وكلاء السفر ولا يجوز بيعها في أي سوق أخرى غير مختصة بالسياحة.

3–**التغاير (عدم التشابه):** فمثلا شركة النقل الجوي لا تقدم نوعية الخدمة نفسها في كل رحلة إذ يتحدد نوع الخدمة حسب نوع الرحلة والمسافة والدرجة، ويجب أن تعطي اهتماما خاصا لمرحلة التخطيط والمتابعة لنوعية أداء عالية.

4–**قابلية الفناء والطلب المتذبذب:** إن الخدمات السياحية تستهلك بسرعة ولا يمكن خزنها، فالغرف الفندقية غير المشغولة تعتبر خسارة على الفندق ولا يمكن تخزينها، والمقاعد الفارغة بالطائرة تعتبر خسارة وكذلك الطلب على الخدمات تعتبر متذبذبا بسبب الموسمية.

المطلـب الثالـث: وكـالات السياحــة و السفر

إن وكالات السياحة و السفر هي قسم من الأقسام المهمة في القطاع السياحي و لها مميزات خاصة و أعمال متنوعة، و تطور السياحة في الوقت الراهن و في المستقبل لا يمكن أن يتم إلا بوجود وكالات السياحة و السفر

الفرع الأول: ماهية وكالات السياحة و السفر:

إن وكالات السياحة و السفر تقوم بتوفير المعلومات و مساعدة السياح خلال رحلاتهم و أسفارهم كما تقوم بعمل دعاية للاماكن السياحية و تبيع صناعة المنشآت الأخرى مثل المواصلات و بضاعة الفنادق من منام و إطعام و ترفيه و خدمات و بضائع أخرى.

أولا: تعريف وكالات السياحة والسفر: وكالات السياحة والسفر هي شركات تنظم وتنتج وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بضاعتها الجماعية الخاصة أو الرحلات السياحية الفردية وكذلك بيع الخدمات الإضافية المرتبطة بها أو تكون وسيطة عند بيع الرحلات السياحية من الخدمات والبضائع المنتجة من قبل شركات أخرى.[1]

ثانيا: الأعمال الأساسية لوكالة السياحة والسفر

إن أهم الأعمال لوكالات السياحة والسفر تتمثل فيما يلي: [2]

-القدرة على إعداد ترتيبات السفر وعمل الرحلة السياحية المنظمة.

-التحقق والحصول على الأسعار المناسبة بكافة المستويات ولنفس المكان.

-التركيز على تدريب ومدى توفر الأدلاء السياحيين.

-القدرة على استنباط المعلومات واستخدام المطبوعات والمنشورات السياحية.

-تقديم الاستشارة والنصح بطريقة صحيحة ومخلصة إلى العملاء.

-العمل على تثقيف العاملين بالوكالات السياحية.

-المعرفة التامة بحاجات الكلف والإعلانات والتسويق لغرض معرفة مدى ربح الرحلة.

-هناك أعمال في المكتب يتطلب وجود المدير والمحاسب معا لاستفادة الموظفين منهم في أمور إدارية ومالية.

-قابلية الموظفين على ممارسة الاتصالات الشفهية والتحريرية بين العملاء، وبين المكتب من جهة وبين الشركات الأخرى من جهة أخرى. ووسائل الاتصالات كثيرة منها: الهاتف، الفاكس، الحاسوب. [3]

الفرع الثاني: تقسيم وكالات السياحة والسفر

يمكن أن تقسم وكالات السياحة والسفر إلى عدة أنواع أهمها:

أولا: حسب مكان الإقامة الدائمة للزبون الذي تقوم بخدمته تقسم الوكالات السياحية إلى ثلاث أنواع[4]:

1- **مستقبلة:** و هي تلك التي تقوم باستقبال وخدمة السياح الأجانب في دولتها، أي في مكان وجود مقرها.

2- **مرسلة:**و هي تلك التي تقوم بإرسال السياح المحليين للخارج وتنظيم عملية سفرهم وإقامتهم هناك.

([1])-مروان السكر، مرجع سابق، ص64

([2])-أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 169.

([3])- المرجع نفسه، ص 170.

([4])- مروان السكر، مرجع سابق، ص 68.

3- **مشتركة في وقت واحد:** وهي التي تقوم بخدمة السياح الأجانب في دولتها، وإرسال السياح المحليين للخارج.

ثانيا: حسبما إذا كانت الرحلات الجماعية بسعر موحد أو لا تقوم بذلك وحسب هذا المعيار فإنها تنقسم إلى:

1- **شركات وكالات كاملة المسؤولية:**و هي التي تقوم لوحدها بعمل وتنظيم الرحلات الجماعية والتحضير والتجهيز لها من جميع النواحي سواء كانت من أجل استقبال السياح الأجانب أو إرسال السياح المحليين.

2- وكالات سياحية تعمل فقط على بيع ناتج الشركات المنظمة الأخرى للرحلات الجماعية بسعر موحد.

ثالثا: حسبما إذا كانت عند عمل الرحلات الجماعية لها احتكاك مباشر مع الزبائن أو ليس لها احتكاك:

و يتم تقسيم وكالات و شركات السياحة و السفر وفق هذا المعيار إلى ما يلي[1]:

1-**شركات ووكالات البيع بالجملة:** و هي التي تقوم فقط بتنظيم وإعداد للرحلات الجماعية بسعر موحد وتعرضها للبيع لوكالات وشركات سياحية أخرى، وهي ليس بها احتكاك مباشر مع الزبائن خلال عملية بيع واستهلاك ناتجها السياحي، ولكن عوضا عن ذلك لها علاقات سياحية تجارية واسعة النطاق مع القطاعات السياحية الأخرى مثل قطاع المواصلات والفنادق، وباقي المنشآت السياحية، وكذلك علاقات قوية مع باقي الشركات السياحية الكبرى الأخرى.

2-**وكالات وشركات سياحية مشتركة:** تقوم بشراء ناتج الشركات السياحية التي تبيع الرحلات الجماعية بالجملة وتقوم بعملية بيعها مباشرة للزبائن وكذلك تقوم بعمل وتنظيم رحلاتها الجماعية الخاصة بها وتبيع قسم منها للوكالات والشركات السياحية التي تبيع في المفرق.

3-**الوكالات والشركات السياحية التي تبيع في المفرق،** تقوم بعملية بيع الرحلات الجماعية التي تشتريها من شركات مشتركة لها احتكاك قوي ومباشر مع الزبائن.

رابعا: حسب وجود أو عدم وجود أقسام وملاحق لها حيث تقسم الشركات والوكالات السياحية إلى نوعين:

أ-**صغيرة:** والتي لها أقسام وملاحق أخرى، ومعظم أعمالها تكون أعمال وساطية وعدد من هذه الشركات والوكالات التي تقوم بعمل رحلاتها الجماعية مقابل سعر موحد.

ب-**كبيرة:** والتي يكون لها أقسام وملاحق أخرى في الداخل والخارج.

الفرع الثالث: أهمية شركات ووكالات السياحة والسفر

من خلال التطرق للشركات ووكالات السياحة والسفر يمكن استخلاص أهميتها فيما يلي: [2]

- وكالات السياحة والسفر المعاصرة لها أهمية كبيرة ودور متميز ليس فقط من أجل تطوير السياحة الدولية والداخلية.

([1])- المرجع نفسه، ص 69.

([2])-مروان السكر، مرجع سابق، ص 70.

– لها دور وأهمية اقتصادية واجتماعية، وغيرها وذلك في كل دولة ويمكن النظر إليها من خلال هذه المعطيات.
– من خلال الأنشطة الاقتصادية التي تقوم بها فإن وكالات السياحة والسفر تعمل على توظيف أيدي عاملة كثيرة وبالتالي تساعد على تحسين مستوى الدخل المالي للسكان.
– يوجد قسم من أعمال الوكالات السياحية مرتبط بعملية شراء وبيع العملات الصعبة، وعلى هذا الأساس فإنها تؤثر على ميزان المدفوعات لكل دولة.
– كما تساعد على تحسين الدخل الوطني عن طريق دفعها للضرائب المترتبة على أرباحها التي تجلبها من العملة الصعبة.

المطلـب الرابـع: المنظمـات السياحيـة وصناعة السياحة

أصبح التواجد في المنظمات والاتحادات السياحية الدولية من أساسيات الإستراتيجية السياحية لأي دولة تريد أن تطلع على المستجدات والتحديات في الساحة السياحية الدولية لعرض منتجاتها السياحية وعناصر الجذب الطبيعية والبشرية بها حتى يتعاظم دورها وتزيد وارداتها من السياحة الوافدة، وتواكب التطورات السياحية الدولية.

الفرع الأول: المنظمات السياحية الدولية

تعتبر نشأة المنظمات السياحية بمعاهدة دولية يكون الأعضاء فيها هيئات وشركات ومؤسسات ومصالح ولا يجوز أن تشترك فيها الحكومات بصفة رسمية، وأن لا تكون على شكل شركات تجارية ذات طابع مادي، وتخضع للقانون المحلي الذي تقع فيه.

أولا: **تعريف المنظمات الدولية التي لها علاقة بالسياحة:** المنظمات السياحية الدولية هي أشكال العلاقات الدولية، فالذي ينطبق على العلاقات بين الدول صاحبة السيادة ينطبق أيضا على العلاقات بين المنظمات والهيئات السياحية التي تباشر نشاطها في دول مختلفة، وأخيرا فإنه ينطبق أحيانا على العلاقات بين الأفراد العاديين الذين ينتمون إلى دول مختلفة والذين تنشأ بينهم صلات تستهدف تبادل الخبرات في مجال الأنشطة المهنية. [1]

ثانيا: شروط إنشائها: هناك عدة شروط لابد من توافرها في المنظمة الدولية منها [2]:

1–**المشروعية:** أي أن تكون أهدافها متماشية مع أحكام القوانين الدولية المختلفة، والأعرف والقيم والتقاليد العالمية السائدة.

2–**التنظيم:** ويتضمن عنصرين أولهما الاستمرارية والدوام والثاني هو الإدارة المستقلة للمنظمة في حدود اختصاصاتها وأهدافها التي نص عليها ميثاقها عن الدولة المؤسسة لها أو الأعضاء فيها.

([1])- نعيم الطاهر، سراب إلياس ، مرجع سابق، ص 39.
([2])-المرجع نفسه، ص 49.

3-**الدولية:** والمقصود بها أن تكون عضوية المنظمة من الدول المختلفة أو من جهات تنتمي لهذه الدول، وتمثلها كاملا.

ثالثا: الدور الذي تقوم به المنظمات السياحية

تقوم المنظمات السياحية بمجموعة من الأعمال أهمها:

1- رسم السياسة العامة لصناعة السفر والسياحة.
2- تنشيط الأنشطة السياحية وتنميتها.
3- دراسة التسهيلات الخاصة بالنشاط السياحي.
4- التعاون والتشاور بين أعضاء المنظمة فيما يتعلق بالنشاط السياحي.
5- المحافظة على مصالح الأعضاء.
6- تنسيق العمل والجهود المبذولة بين الأعضاء.
7- تبادل المعلومات والخبرات الخاصة بنشاط المنظمات.
8- المساهمة في حل المشاكل وحل النزاع بين الأعضاء.
9- التعرف على التطورات الحديثة في صناعة السياحة.
10- القيام بالدراسات والبحوث الخاصة بالنشاط السياحي. [1]

الفرع الثاني: صناعـة السياحـــة

لقد أصبحت السياحة إحدى أهم الصناعات الرئيسية في العالم في وقتنا الحاضر، إذ فاقت معدلات نموها في بعض الأحيان معدلات نمو الزراعة والصناعة، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية التقليدية، والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملة الصعبة.

أولا: **تعريف صناعة السياحة**

هي مجموعة الإجراءات والتنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات واحتياجات ورفاهية السياح. [2]

- وبالتالي فصناعة السياحة تعتبر أهم الصناعات الرئيسية في العالم في وقتنا الحاضر، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التقليدية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة، وجلب العملة الصعبة ما عدا تجارة المحروقات.

([1])-نعيم الطاهر، سراب إلياس،مرجع سابق، ص ص 49-50.

([2])-أحمد محمود مقابلة، **صناعة السياحة**، المرجع السابق، ص 27.

ثانيا: خصائص صناعة السياحة

يمكن حصر أهم خصائص الصناعة السياحية فيما يلي: [1]

– يرتفع النشاط السياحي في الدول التي تتوفر على كافة متطلبات صناعة السياحة، هذه المتطلبات التي ليست دقيقة وضخمة بالكم والنوع الذي تتطلب الصناعات الأخرى.

– تعد قنوات انتقال ما يصرفه السياح من أموال.

– تتصف بحاجتها إلى أعداد كبيرة من العاملين ذات كفاءة متخصصة وأخرى ترتبط بالسياحة واستمرار أنشطتها.

– إن صناعة السياحة تحتاج البحث الدائم عن أسواق جديدة لاستهداف السياح وخدمات أكثر وأفضل لجذب السياح كما يشترط الجدية والتجديد في الخدمات وفقا لمتطلبات العصر.

– تحتاج صناعة السياحة إلى علاقات خاصة، وسمعة طيبة بين الدول المصنعة للسياحة، والدول الأخرى.

ثالثا: أسباب انتشار وتوسع صناعة السياحة

– تقليل ساعات العمل نتيجة لدخول الآلات، والأجهزة الحديثة، أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبح ذلك فرصة للسفر.

– الانتقال من الريف إلى المدنية، أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات في المدينة وانخراط الناس في الأعمال المكتبية الخاضعة للروتين.

– استعمال الفكر والعقل بدلا من القوة الجسمانية، كل هذا أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية للهروب من جو الروتين والعمل في زحم المدينة.

– انتهاء الحرب العالمية الثانية وانتشار السلام بين العالم.

– تلوث البيئة وخاصة جو المدن الصناعية أدى إلى هروب الناس فترة من الزمن إلى مناطق أخرى.

– تطور وسائل وطرق النقل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، وتطور الطائرات الحربية التي كانت تستعمل للحرب إلى طائرات مدنية لنقل الركاب.

– زيادة وحدات الإنتاج أدى إلى حصول فائض في الإنتاج، وبدأ التجار والصناعيين في البحث عن أسواق جديدة لتصريف بضائعهم وهذا يحتاج للسفر.

– التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض والقضاء على الأوبئة ساعد على زيادة السياحة وعدم خوف السياح من تعرضهم للإصابة بالأمراض.

– زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي والثقافة العامة، وانتشار المعلومات، أدت هذه الزيادة إلى الرغبة لدى الكثير من الناس إلى زيارة البلدان الأخرى لغرض الإطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم.

([1])-عريان درويش، **الاستثمارات السياحية في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 1997، ص 23.

–تطور وتقدم وسائل الاتصالات الحديثة والتي ساهمت بشكل فعال في السياحة والسفر، حيث أصبح الشخص يسافر إلى أبعد دولة في العالم.

المطلب الخامس : مفهوم التنويع الاقتصادي و مبررات اللجوء اليه

على الرغم من كثرة الأدبيات، إلاّ أنه ليس من السهل إعطاء تعريف محدد للتنويع الاقتصادي، فالتنويع يمكن أن يشار فيه إلى تنويع مصادر الناتج المحمي الإجمالي، أو تنويع مصادر الإيرادات في الموازنة العامة، أو تنويع الأسواق كالأسواق الداخلية.

فحسب الاقتصادي Y. Morvan التنويع الاقتصادي هو "التزام رأس المال في اتجاهات مضاعفة في وقت واحد لضمان خفض التكاليف (من خلال استخدام الطاقة الفائضة)، وتوزيع المخاطر (خلق مجموعة تأثيرات) أو لزيادة فرص بقاء الكيان الاقتصا دي(1)

ويورد Martin Hvidt في مقاله المعنون بالتنويع الاقتصادي في دول مجلس التعاون الخليجي: سجل الماضي والمستقبل اتجاهات تعريف التنويع في مجال الاقتصاد السياسي بأنه " تنويع الصادرات، ويعبر به بصورة خاصة عن السياسات الهادفة لتقليل الاعتماد على عدد محدد من الصادرات المعرضة لتذبذب السعر والكمية(2)

أما حسب الاقتصادي" Jean–Claude Berthélemy يكون الاقتصاد متنوع اذا كان الهيكل الإنتاجي موزع على العديد من الأنشطة المختلفة عن بعضها البعض بغض النظر عمى طبيعة السلع والخدمات."

مما تقدم يمكن القول بأن التنويع بشكل عام هو تقليل الاعتماد على المو رد الوحيد والإنتقال إلى مرحلة تمتين القاعدة الصناعية والزراعية والسياحية وخلق قاعدة إنتاجية وهو ما يعني بناء اقتصاد وطني سليم يتجه نحو الاكتفاء الذاتي في أكثر من قطاع.

يمكن إبراز أهم مبررات انتهاج التنويع الاقتصادي من خلال أهم المزايا التي يوفرها في النقاط التالية(3)

–تقليص المخاطر المؤدية إلى انخفاض حصيلة الصادرات: قد يحدث أن تتعرض الدول ذات النزعة الريعية والتي تعتمد على تصدير منتج أو عدد محدود من المنتجات لازمات كنتيجة لانخفاض أسعار ذلك المنتج، فعند انخفاض أسعار المنتجات المصدرة، تنخفض عوائد الصادرات من النقد الأجنبي بشكل كبير، مما يؤدي إلى تقليص قدرات البلد في تغطية

---

(1) vincent lagard , influence du profil du dirigeant sur le type de diversitification en petite entrepr ise: aplication au cas agricole these de doctorat en science de gestion ; faculté de droit et de scien ce economiques ; université de limoge ; 2004;P18

(2) Martin Hvidt , economic diversitification in GCC, pasr recordand future Trends , researsh pap er , Kuwait programme on Devlopment Governance , globalisation in the gulf state , 2013 p04

(3) حميدوش علي، بوعكريف زهير ، تداعيات انهيار اسعار النفط و حتمية التنويع الاقتصادي في الجزائر، مجلة الاقتصاد وا لتنمية البشرية العدد 15جامعة البليدة ، ص 120

الواردات أو تمويل عملية التنمية الاقتصـادية، في المقابل فإن التنويع الاقتصـادي سـوف يقودنا إلى توسـيع قاعدة السلع المصدرة.

-تقليص التذبذب في مسـتويات الناتج المحلي الإجمالي: يؤدي ضـعف التنويع الاقتصـادي الناجم عن تركز الإنتاج في عدد محدود من المنتجات إلى تدبدب ملحوظ في مســـتويات الناتج المحلي الإجمالي، وهذا ينتج عنه تســـجيل معدل نمو اقتصـــادي منخفض، وعلى عكس ذلك فإن تنويع القاعدة الإنتاجية ســـوف يعطي انتعاش في مستويات الناتج المحلي الإجمالي؛

-زيادة إنتاجية رأس المال البشـري: يسـهم التنويع الاقتصـادي في زيادة إنتاجية العمل ورأس المال البشـري، ويؤدي بالتالي إلى رفع معدلات النمو الاقتصادي؛

-توطيد درجة العلاقات التشـابكية بين القطاعات الإنتاجية: يسـهم التنويع الاقتصـادي الناتج عن زيادة عدد القطاعات الاقتصـــادية المنتجة في تقوية العلاقات التشـــابكية فيما بينها، مما ينجم عنه العديد من التأثيرات الخارجية في الإنتاج، التي تنعكس ايجابيا على النمو الاقتصادي.

-زيادة الفرص الوظيفية: التنويع يحفز النمو الاقتصـــادي، يحقق التنمية المســـتدامة، ويزيدمن درجة الترابط والتشـــابك بين القطاعات الاقتصـــادية، وكل ذلك يؤدي إلى زيادة الطلب على العمالة ويولد الفرص الوظيفية وبالتالي يقلص من معدلات البطالة؛

-زيادة القيمة المضـافة: يعزز التنويع الراسـي الروابط الأمامية والخلفية في الاقتصـاد، لأن مخرجات القطاع سـتشـكل مدخلات إنتاجية لقطاع آخر، كما يسـهم التنويع في توليد الفرص الوظيفية، ومن ثم ارتفاع دخول عوائد عناصر الإنتاج واستقرارها، مما يؤدي إلى تزايد القيمة المضافة المتولدة قطاعيا ومحليا

خلاصة الفصـــــل

ما يمكن استنتاجه من هذا الفصل أن السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا مؤقتا وليس لأسباب تجارية أو حرفية، والسائح من يقوم بزيارة مؤقتة خارج مكان إقامته في مدة لا تقل عن أربع وعشرون ساعة، على أن لا تكون هذه الزيارة لأغراض غير سياحية، مثل العمل.

ولقد كان مفهوم السياحة في العصور القديمة يعتمد على وسائل النقل البدائية ثم تطورت هذه المرحلة مع تطور الحضارات من خلال وسائل النقل وتطور البنية التحتية في العصور الحديثة.

وتتميز السياحة بعدة خصائص تميزها عن غيرها من القطاعات الأخرى، حيث تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، والمنتج السياحي منتج مركب، يتميز بعرض جامد وغير مرن، ولا يسهل تغييره وفقا لتغيير أذواق السائحين، أما الطلب السياحي فيتميز بالمرونة السعرية الدخلية المرتفعة، كما يتميز بالحساسية تجاه العوامل السياسية والاقتصادية المحيطة بالنشاط السياحي، وتنقسم السياحة إلى عدة أنواع وفقا لمعايير مختلفة.

ومع التطور التكنولوجي أصبحت السياحة من أكبر الصناعات وأسرعها نموا في العالم لما لها من أهمية اقتصادية واجتماعية كبيرة في الدول وذلك من خلال الإيرادات التي تحققها، ومساهمتها الفعالة في الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى ما تجلبه من العملات الأجنبية مما ينعكس ذلك إيجابا على ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى امتصاصها لنسبة كبيرة من البطالة باعتبار السياحة قطاع يخلق مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة لأنه قطاع متشابك ومرتبط مع القطاعات الأخرى.

الفصل الثاني

تمهيد

تمتلك الجزائر مقومات سياحية هائلة نتيجة شساعتها ومساحتها وتنوع أقاليمها مما يستلزم استغلالها بسياسات فاعلة لتطوير قطاعها السياحي بما قد يساهم به في النمو الاقتصادي، وخلق مناصب عمل وتدعيم رصيد ميزان المدفوعات، باعتباره مصدرا مهما لجلب العملة الصعبة، إضافة إلى تحقيق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني وبالتالي تحقيق تنمية مستدامة .

ولقد تبنت الجزائر بعد الاستقلال نهجا اقتصاديا متمثلا في الصناعات المصنعة الذي لم يول أهمية كبيرة لقطاع السياحة، ثم جاء ميثاق السياحة سنة 1966 الذي رسم الخطوط الأولى للسياحة الجزائرية، ثم جاءت المخططات الوطنية من سنة 1967 إلى غاية 1989 والتي حققت بعض النتائج في زيادة عدد الهياكل السياحية لكنها غير كافية وليست في مستوى الموارد السياحية التي تمتلكها الجزائر. كما عرفت فترة التسعينيات عدم استقرار الوضع الأمني والسياسي للبلاد مما جعل القطاع السياحي يتخلف ويتراجع بصورة واضحة، وبعد عودة الاستقرار إلى الجزائر حاولت السلطات المعنية النهوض بهذا القطاع وخاصة من خلال تبني الإستراتيجية الجديدة لآفاق 2025.

وعليه قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث رئيسية على النحو الآتي:

المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر.

المبحث الثاني: القطاع السياحي الجزائري عبر المراحل التنموية.

المبحث الثالث: تشخيص تنمية القطاع السياحي و آفاق النهوض به.

المبحث الرابع: مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.

المبحـــــث الأول: المقومـــات السياحيـة في الجزائـر

تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية والأساسية تتمثل هذه الشروط في المادة الخام (الموارد السياحية) والإمكانيات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية، و تتمثل الموارد السياحية و أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة، الترفيه، الجبال، الأنهار، الشواطئ والغابات، الصحاري بالإضافة إلى الموارد (الآثار) التاريخية المعمارية، الدينية، والصناعات التقليدية، الفلكور، الفنون الشعبية المختلفة، العادات والتقاليد. وتعتبر هذه الموارد أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي. [1]

المطلـب الأول: المقومـات السياحيـة الطبيعيـة في الجزائـــــر

تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل لجذب السياح إلى أي إقليم سياحي، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السائح. وتمتاز الجزائر بترابط هذه العوامل وتكاملها في موقع إستراتيجي جغرافي يربط بين الشمال والجنوب، ويمتاز بمناخ معتدل يساعد على استمرار الموسم السياحي على مدار السنة.

الفـــــرع الأول: الموقـــع الجغرافـــي

الجزائر هي إحدى دول شمال إفريقيا، إذ تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وإفريقيا والبحر الأبيض المتوسط بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي، ومميزاتها الاجتماعية والثقافية ووضع طبيعتها الأصلية ومواردها المتعددة .

والجزائر تزخر بثرواتها ومناظر متنوعة، نجد فيها الجبال الشاهقة والهضاب العليا الفسيحة والسهول والصحاري والسواحل البحرية الممتدة على طول 1200 كلم على ضفاف البحر الأبيض المتوسط وهي سواحل ساحرة الحسن والجمال، تتربع الجزائر على مساحة تقدر بـ 2381741 كلم^2 منها مليونان تحتلهما الصحراء، هذا الامتداد الذي يتشكل منه جزء صحراوي هام يترامى حتى شبه الجزيرة العربية.

إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب, ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 كلم و 2000 كلم تجعل من الجزائر أوسع بلد إفريقي، ويحد الجزائر من الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى، ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية العربية الصحراوية ومن الجنوب النيجر ومالي.

إن أرض الجزائر الموجودة بين 18و30 من خط العرض الشمالي وبين 9 من خط الطول الغربي و12 من خط الطول الشرقي (خط الوسط الفاصل بين أطراف الكرة الأرضية يمر بالقرب من مدينة مستغانم

([1])-وزارة السياحة،**تصور قطاع السياحة وتطوره للعشرية**، 2004-2013، ص 107.

)، صيغت في قالب طبيعي متميز جدا، حيث أن الجزء الأعظم من الشمال له مناخ متوسطي, ويسوده الأطلسي التلي، بينما يسود الجنوب الصحراوي الأطلسي الصحراوي. [1]

الفـــرع الثانـــــي : الأقاليـم التضاريسيــة في الجزائـــر

تتمتع الجزائر بثروات سياحية متنوعة تختلف من منطقة إلى أخرى ومن إقليم إلى آخر وذلك باختلاف المواقع الجغرافية، إذ أن موقعها الجغرافي جعلها تمتلك سمة التنوع وشساعة المساحة واختلاف معالمها ومناخها، فالسائح يذهب من ضفاف وشواطئ البحر الأبيض المتوسط والمعالم الأثرية بتبسة وشرشال إلى المناظر القمرية الهادئة الصافية بتمنراست وإلى التاسيلي والهقار التي تحمل في ثناياها ورسومها الجدارية عمق التاريخ والحضارات البشرية.

وتزخر الجزائر على كل أماكن الراحة والترفيه كالشواطئ، الأنهار، الجبال، الغابات، والصحاري وهي موزعة كما يلي:

1- الساحـل الجزائـــري:

يتميز الساحل الجزائري بطولة (1200 كلم) وارتفاعه وتكونه الصخري، حيث أن الكتل الصخرية المشكلة له، تتجاوز في بعض الأحيان 1000م علوا وأنجزت بالقرب من هذه المرتفعات الساحلية عدة مدن أصبحت البعض منها تكتسي أهمية كبيرة في السياحة الساحلية، ومحطات مهمة للاستجمام والترفيه كمدينة عنابة، بجاية... إلخ.

كما أن البعض من هذه المدن حضيت بتجهيزات سياحية مثل الفنادق، القرى السياحية والمخيمات الصيفية مثل المرسي بن مهيدي، القالة، تيقزيرت.

وقد تم في هذا الإطار إنشاء عدد من الحظائر الوطنية تهتم بحماية البيئة مثلا[2]

- الحضيرة الوطنية بجرجرة 185000 كلم^2
- الحضيرة الوطنية بثنية الحد 38000 كلم^2
- الحضيرية الوطنية بالشريعة 26000 كلم^2
- الحضيرة الوطنية لقورايا 3000 كلم^2
- الحضيرة الوطنية للقالة 76438 كلم^2 وتضم 3 شواطئ و3 محميات وتحتوي على 50 نوعا من الطيور وأنواع أخرى من الحيوانات، وقد صنفت من طرف (اليونيسكو) ضمن المناطق الرطبة ،كما أدرجت هذه

(1)-خالد كواش، **"مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"** مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بجامعة الشلف، العدد الأول، ص 215.

(2)-رشيدة عداد،**التسويق في المؤسسة الخدمية، حالة الديوان الوطني للسياحة**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 156.

المنظمة الحظيرة الوطنية لتازا بولاية جيجل ضمن الشبكة العالمية للمحميات الحيوانية نظرا للمنحدرات والشواطئ والجبال والوديان التي تعيش فيها قردة مهددة بالانقراض معروفة باسم ماعز. [1]

2-المناطـــــق الجبليـــــة:

وتتمثل هذه المناطق في مرتفعات الأطلس التلي الذي يقطع الجزائر من الشرق إلى الغرب، حيث أن هذه المرتفعات تشكل فرصة كبيرة لسياحة الاستكشاف والراحة، وقد أقيمت عدة محطات سياحية على هذه المرتفعات منها محطة الشريعة السياحية على ارتفاع 1510م، والتي تمنح للزائر فرصة ممارسة رياضة التزحلق على الثلج، بالإضافة إلى جبال القبائل والتي تشكل حدائق طبيعية أين أقيمت فيها محطة (تيكجدة) السياحية والتي تمنح كذلك لزائريها ممارسة الرياضات الشتوية وإمكانية التمتع بجولات الصيد البري، بالإضافة إلى أطلسها الصحراوي والذي يختلف عن سابقيه في المناظر، المناخ، النباتات.[2]

3-الصحـــــراء الجزائريـــــــة:

تحتوي الصحراء الجزائرية على معالم ومنحوتات تعود إلى 7000 و 8000 سنة تعكس رغبة الإنسان الأول في إظهار الحقبة التي عاش فيها[3]حيث تختلف المناطق الصحراوية عن المناطق الشمالية من حيث طبيعتها الجغرافية، تضاريسها، نباتاتها، مناخها، كما تختلف وتتنوع هذه المناطق في ما بينها، ومن أهم محطاتها السياحية مدينة الوادي وغرداية، عاصمة واد ميزاب المنفردة بهندستها المعمارية شكلا وطرازا و من أجمل واحاتها الساورة و تاغيت وبني عباس وتيممون بالإضافة إلى الأهقار والطاسيلي أين توجد محطة الأسكرم أعلى قيمة في الهقار حيث أن محطة الطاسيلي تعتبر أول محمية صحراوية مصنفة عالميا.[4]

وتبلغ مساحة الصحراء الجزائرية 2 ميلون كلم^2 موزعة على خمسة مناطق كبرى وهي: أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست وتندوف.

-**أدرار**: تقع ولاية أدرار في الجنوب الغربي للصحراء وتبلغ مساحتها 427968 كلم^2 ومن أهم المناطق السياحية بها: تواب، الفوارة، تيدكلت، وتتميز هذه الولاية بتقاليدها الدينية وطقوسها الصوفية.

-**إليزي**: تقع في الجنوب الشرقي للصحراء وتبلغ مساحتها 286808 كلم^2 وهي تتكون من 6 دوائر أهمها جانت، ونجد بهذه الولاية الحضيرة الوطنية للطالسي، المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف اليونيسكو

([1])-محمد الشريف بوهالي، **تصنيف الحضيرة الوطنية لتازا بجيجل ضمن المحميات العالمية**، مجلة الكورنيش، العدد 03، ديسمبر 2004، ص23.

([2])-وزارة السياحة،**تصور قطاع السياحة للعشرية وتطوره** 2004-2013، المرجع السابق، ص 108.

([3])-Ministre De L'aménagement De Territoire, De L'environnement Et Du Tourisme L'Algérie Une Version,DesAmbitions, Dossier De Presse Le Monde A Paris 2008, Site Web : http://www.orianis.fr/doc/dp. (20/02/2024).

([4])-وزارة السياحة،**تصور قطاع السياحة للعشرية وتطوره**2004-2013، مرجع سابق، ص 106.

منذ سنة 1982، كما اعتبرت إبتداءا من سنة 1986 من المحميات الطبيعة[1] وتكتسي هذه المنطقة أهمية جيولوجية بالغة وهي تحتوي على لوحات الرسوم الصخرية الفنية لما قبل التاريخ،بحيث نجد أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات بأصنافها مع تطور الحياة البشرية في أعماق الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد.

-**تمنراست:** تقع في أقصى جنوب البلاد وتقدر مساحتها بحولي 113000 كلم^2 ومن أهم ما تتميز به الحضيرة الوطنية للهقار التي أنشأت عام 1987 والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونيسكو، وهي تظم هضبتي " الأتاكورا"، الحضيرة النباتية والحضيرة الحيوانية، بالإضافة إلى المنتوجات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12000 سنة.[2]

تندوف: تقع في الجنوب الغربي للبلاد، وتبلغ مساحتها 168000 كلم^2 وهي تتميز بقصورها القديمة ذات الشكل المعماري المتميز.

وادي ميزاب: تعتبر منطقة وادي ميزاب المصنفة ضمن التراث العالمي من طرف منطقة اليونيسكو، ومن أهم المعالم السياحية بها نجد: بني يزقن، بونورا، مليكة، واحات النخيل.

4-المحطـــــات المعدنيـــــة:

إن الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة، كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخاصيات علاجية مؤكدة، تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يرتكز أغلبها في شمال البلاد وتنقسم هذه المنابع إلى:

-07 محطات للمياه المعدنية المهيأة.

-135 منبع ذو أهمية محلية

-55 مصدر ذو أهمية جهوية.

-05 منابع ذات أهمية وطنية. [3]

والسواد الأعظم من هذه المنابع الجهوية قابل للاستغلال كمحطات جهوية عصرية، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق 1200 كلم، لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر، لكن المتخصصين في مجال السياحة، يبدون نوعا من التشاؤم بخصوص قدرة قطاع السياحة على استغلال

([1])-الديوان الوطني للسياحة ، الهقار-التاسيلي، **أكبر متحف في العالم على الهواء الطلق** ،مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26، الجزائر، دون سنة نشر ، ص 13.

- ([2])www.orianis.fr (20/03/2024).

([3])-الديوان الوطني للسياحة، **الحمامات المعدنية منتوج خاص**، مجلة الجزائر سياحة، العدد 33، مطبعة الديوان،الجزائر ، ص 14.

المخزن الجهوي بشكل كامل، قياسا إلى قلة الاعتمادات المالية التي رصدتها الدولة للقطاع وباستثناء 07 محطات حمامات معدنية ذات طابع وطني ومركز واحد للعلاج بمياه البحر، يوجد ما يقارب 50 محطة جهوية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية.

وبالنسبة للحمامات المعدنية نجد حمام بوغرارة بولاية تلمسان (500 كلم غرب العاصمة) القربية من الحدود مع المغرب، وحمام بوحجي بولاية عين تيموشنت (400 كلم غرب العاصمة) وحمام بوحنيفية بمنطقة معسكر، مدينة مؤسس الدولة الجزائرية الحديثة، الأمير عبد القادر الجزائري، وحمام ريغة بولاية عين الدفلة (170 كلم غرب العاصمة) الممتد عبر السلسلة الجبلية زاكار وفي الشرق، يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة (500 كلم شرق العاصمة)، وحمام قرقرور بولاية سطيف (300 كلم شرق العاصمة) وحمام الصالحين بولاية بسكرة (450 كلم شرق العاصمة) وولاية خنشلة، ويمكن للسائح والأشخاص الذين يعانون أمراض جلدية أو التهاب المفاصل التوجه إلى هاته المحطات الجهوية المعدنية، أما عن محطة العلاج بمياه البحر، فهي منشأة كبيرة تقع بمدينة سيدي فرج (30 كلم غرب العاصمة) ويتودد على محطة سيدي فرج الآلاف الجزائريين والأجانب على مدار السنة للاستفادة من خدمات فريق طبي متخصص عالي الكفاءة وتمثل المنابع الجهوية الغير مستغلة والتي لا تزال على حالتها الطبيعية، ما يفوق 60% من المنابع المحصاة وتشكل مخزونا وافر قد يصلح مركزا لاستقطاب السياح الجزائريين أو الأجانب ويجري على مستوى الحكومة حديث عن دراسة تحسينية للحصيلة الجهوية بناء على طلبات استثمار رفعها مستثمرون أجانب لوزارة الاستثمار، ويتعلق الأمر بجمع كافة المعطيات عن المخزون الجهوي، وبالنسبة للمنابع الجهوية المستغلة تقليديا والتي تفوق 50 منبعا مؤجرة من البلديات لخواص عن طريق المزاد العلني دون الحصول على حق الامتياز القانوني الذي تمنحه وزارة السياحة. [1]

الفـــــرع الثالـــــث: الأقاليـــم المناخيـــة في الجزائـــــر

تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ:

1-مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أفريل وتقارب 18° درجة، أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى غاية 30 درجة، ويكون الجو حارا ورطبا.

2-مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا و يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق، أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.

([1])-بوعلام غمراسة، **الحمامات المعدنية بالجزائر**، مقصد السياح من كل مكان، متوفر على:
http://www.aawsat.com/ (16/03/2024).

3- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء.[1]

المطلب الثانـــي: المقومـــات السياحيـــة التاريخيـــة والحضاريـــــة للجزائر

إن الجزائر تمتلك إرثا حضاريا وتاريخيا هائلا يعتبر شاهدا على تعاقب الحضارات البشرية والمراحل التاريخية التي مرت بها كل منطقة من هذا البلد، وأهم هذه الحضارات، الحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية، الحضارة القرطاجية، الحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة خمسة قرون، وأعطى هذا الغزو للجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها في المناطق الداخلية للبلاد مثل مدينة تيمقاد وجميلة بالإضافة إلى آثار أخرى موجودة بتبازة وشرشال تليها الحضارة الوندالية والبزنطية، وفي الأخير الحضارة الإسلامية، والتي تعاقبت من خلالها عدة خلافات منها الخلافة الفاطمية، بنوحماد، المرابطون الذين نقلوا الحضارة الأندلسية والفن المعماري الإسلامي إلى بلادنا، وفي الأخير الحضارة العثمانية.

كما تزخر الصحراء الجزائرية بمعالم وآثار رائعة تمتاز بنقوشها الصخرية ورسوماتها الجدارية في الطاسيلي والهقار، وبذلك فإن الجزائر موطن المعالم التاريخية والثقافية التي صنفت بعضها تراثا عالميا لاحتوائه على تغيرات حضارية متنوعة وراقية مثل مدينة غرداية العتيقة التي صنف وادها سنة 1968 كتراثا عالميا من طرف منظمة اليونيسكو، كذلك توجد عدة زوايا تستقطب اهتمام الكثيرين الذين يودون زيارتها مثل الزاوية التيجانية والزاوية العيساوية بالإضافة إلى التراث التقليدي الجزائري الذي يرمز إلى التنوعات الصادقة على أنماط معيشة الجزائريين، فالصناعات التقليدية تختلف وتتنوع من منطقة إلى أخرى حسب العادات والتقاليد المختلفة التـي ميزت هذه الجهات.[2]

الفـــــرع الأول: أهـم الحضـارات المتعاقبـــة على الجزائـــــر

يمكن حصر اهم الحضارات التي تعاقبت على ارض الجزائر فيما يلي[3]:

1-حضـــارة المماليـك النوميـــدي:

نوميديا هي مملكة أمازيغية قديمة قامة في شمال غرب إفريقيا ممتدة من تونس لتشمل الجزائر وجزء من المغرب حاليا، وكانت تسكنها مجموعتين كبيرتين، إحداهما تسمى (المازيليون) والتي كانت تقطن في الجهة الغربية من مملكة نوميديا، وهي قبيلة تميزت بالتحالف مع الرومان، أما القبيلة الأخرى فكانت تسمى (المساسيسيليون) وهم على عكس قبيلة المازيليون، فقد كانوا معادين لروما، وكان موطنهم يمتد في المناطق

(1)-Office Nationale Du Tourisme, Algérie. Carte Touristique, 2015.

(2)- وزارة السياحة،**تصور قطاع السياحة وتطوره للعشرية** (2004-2013)، مرجع سابق، ص 106.

(3-)http://www.galam.com (19/03/2024).

بين سطيف والجزائر العاصمة، وهران وكان لكل قبيلة ملك يحكمها، إذ كان حكم ماسينيسا على قبيلة المازيليون، في حين كان حكم سيفاكس على قبيلة المسايسوليون.

ولقد دامت الدولة النوميدية قرنا من الزمن حتى مجيء الرومان وخلعهم لأخر ملوكهم يوغرطة وأصبحت المملكة النوميدية جزءا من الإمبراطورية الرومانية.

2-الجزائـر خـلال العهـد الفنيقـــي:

لقد استقر الفينيقيون في جزيرة العرب ثم ارتحلوا بعد ذلك إلى الشام ليستقروا بفينيقيا، أرض لبنان الحالية وجزء من سوريا، وفلسطين، وصار الشام يطلق عليها أرض كنعان وهم العرب في نسبهم ووطنهم. فقد كان الفينيقيون يسيطرون على التجارة الداخلية والخارجية لسواحل البحر الأبيض المتوسط، بعدما أنشأ محطات تجارية من أبرزها قرطاجنة سنة 814 ق.م على الساحل التونسي ولقد امتد نفوذ قرطاجنة ليصل إلى غاية السواحل الجزائرية ليؤسسوا بها مدن ساحلية مثل: بجاية، تنس، وشرشال، وهيبون (عنابة)، جيجل ووهران.

3-الاحتـــلال الرومانـــي:

أطلقت الإمبراطورية الرومانية على القسم الشرقي من المملكة التي كان يحكمها "بطليموس" ابن يوبا الثاني اسم المقاطعة موريطانية القيصرية وبعد أن تم باغتياله سنة 40 م انتهت موريطانية وحولت إلى ولايتين موريطانية القيصرية وموريطانية الطانجية، وبذلك سيطر الرومان على الشمال الإفريقي كله من طرابلس إلى طانجة، أما البلاد الداخلية فلم يتعد نفوذهم إليها كثيرا.

ولقد كانت هناك عدة مقاومات شعبية ضد الرومان ما بين سكيكدة وقسنطينة عام 253 م، وثورات أخرى ببلاد القبائل عام 269 م إلى 298م.

4-الاحتـــلال الوندالـــي:

الوندال قبائل من أصل جرماني كانت تقطن شمال أوروبا، بدأت تنتشر في جنوب ألمانيا خلال القرن الخامس ميلادي ثم تقدمت إلى فرنسا ثم إلى إسبانيا التي احتلوها سنة 427 م، ثم عبروا مضيق جبل طارق متجهين نحو شمال إفريقيا بقيادة (جزريقا) حيث أغرتهم خصوبة الأراضي وسهولة العيش فيها مع ما كانت عليه من تدهور اقتصادي وسياسي في شمال إفريقيا أثناء الحكم الروماني فاحتل الوندال قرطاجة سنة 430م ثم وبعدها الشمال الإفريقي بجيش قوامه 15000 جندي بقيادة (جزريق) [1].

5-الاحتـــلال البزنطـــي:

لقد إحتل البزنطيون الشمال الإفريقي مبتدئين بقرطاجة (تونس) ثم الجزائر سنة 533 م غير أنهم لم يتمكنوا من احتلال المغرب الأقصى، وقد سلك البزنطيون طريق الوندال في معاملتهم للأهالي، فقد كانوا يضطهدونهم ويرهقونهم بالإيتاوات والضرائب كما كانوا يطبقون عليهم أساليب التفرقة العنصرية، لكن الأهالي

([1]) -http://www.galam.com (19/04/2024)

ثاروا على هذه الأساليب الوحشية التي تتنافى مع الكرامة الإنسانية. وقد كانت جبال الأوراس كالعادة نقطة إنطلاق الثورات الشعبية، غير أن البزنطيين تمكنوا من القضاء عليها بواسطة الدسائس والحيل، ورغم ذلك لم يستسلم البربر بل حاولوا التخلص من هذا الظم والعبودية بكل ما أوتوا من قوة إلى أن جاء العهد الإسلامي.

6-الفتـح الإسلامـــي:

لقد وصل المسلمون بفتوحاتهم إلى الجزائر على يد (أبو المهاجر دينار) الذي واصل الفتح فأسس عدة مدن منها: بسكرة وضواحيها وقاتل بعض رؤساء القبائل حيث إتخذ مدينة ميلة مركزا للعمليات العسكرية، ثم تقدم إلى تلمسان وحفر عددا من الآبار للشرب والسقي والتي تسمى اليوم ب "عيون أبي المهاجر".

أما عقبة ابن نافع فقد أسس مدينة القيروان التي صارت قاعدة للجيوش الإسلامية ومركزا للعلم والحضارة الإسلامية، كما أنه استطاع أن يفتح (باغاي) بمدينة خنشلة وحارب الروم في قلعة (لامبيز)مدينة تازولت حاليا قرب ولاية باتنة، كما قام بمسح عام لمعظم مناطق المغرب الأوسط والأقصى ولقد عرفت البلاد قيام أولى الدولة الإسلامية بقوام مختلفة أهمها: [1]

الدولة الرستمية.

الدولة الإدريسية.

دولة الأغالبة.

الدولة الفاطمية.

الدولة الحمادية.

الدولة الموحدية.

الدولة الزيانية.

7-الجزائر في ظل الحكـم العثمانـــي:

لقد التحقت الجزائر بالدولة العثمانية سنة 1504 بعد طلب المساعدة من العثمانيين حيث استنجد سكان بجاية وجيجل بالإخوة عروج بعد الهجمات الإسبانية عليهم واحتلالهم لمدينة وهران سنة 1504 بقيادة "غونزالو سيسينروز"، وبعدها تم وضع الجزائر تحت السيادة العثمانية، وجعلوا من سواحل البلاد قاعدة لعملياتهم البحرية على الأساطير المسيحية.

ولقد أصبحت الجزائر خلال العهد العثماني من أقوى الدول في حوض البحر الأبيض المتوسط، كما أنها احتلت مكانة في الدولة العثمانية، إذ كانت تتمتع باستقلال كامل مكنها من ربط علاقات سياسية وتجارية مع أغلب دول العالم، كما بلغ أسطولها البحري قوة عظيمة استطاع من خلالها إحداث نظام خاص

([1])-http://www.galam.com(11/03/2024.

للملاحة في البحر الأبيض المتوسط يضمن أمن وسلامة البلاد ويحقق إيرادات مالية عن طريق دفع الإتاوات بالنسبة للسفن التجارية وكان ذلك خلال القرن الثامن عشر.[1]

الفـــــرع الثانـــــي: أهــم المتاحــف الثقافيـــة في الجزائـــر

تمتلك الجزائر إرثا سياحيا متنوعا، وتعتبر المتاحف الثقافية من بين أنواع هذا الإرث السياحي التي تتوفر عليها الجزائر والتي تجمع بين المتاحف الحكومية المتاحف الخاصة بالأفراد، موزعة على كل ربوع التراب الجزائري، تغطي عددا من المواضيع المختلفة مثل الآثار، الفنون، التاريخ وهي تدل بذلك على الثراء الذي تزخر به الجزائر، الضارب في عمق التاريخ والحضارة، وتتمثل هذه المتاحف في ما يلي:[2]

-المتحـف الوطنـــي للجيـــــش:

هذا المتحف أنشئ في عهد الرئيس الراحل هواري بومدين وكان مقره بالأبيار ثم تم تحويله إلى رياض الفتح سنة 1983، وقد تم تدشينه برياض الفتح بالعاصمة من طرف الرئيس الجزائري الأسبق الشاذلي بن جديد، ويحتوي هذا المتحف على المرافق التالية:

-القاعة الكبرى للعرض، قبة الرحمة، نادي الانترنيت، مكتبة، الحضيرة و قاعة للمحاضرات، البهو، مكتبة إدارية.

و يتمثل نشاط مهام المتحف الوطني للمجاهد في ما يلي:

1-جمع الوثائق والشهادات والأشياء والأعمال والآثار المرتبطة بفترة ثورة التحرير الوطني.

2-حفظ وترميم كل ما يحتويه المتحف، وفق المقاييس المعمول بها في هذا المجال.

3-جمع المراجع وتبادل المعلومات العلمية والتقنية مع الهيئات المتخصصة الوطنية والأجنبية.

4-نشر المعلومات عن طريق المطبوعات والمجلات والكتيبات ووسائل الإسناد السمعية والبصرية.

-المتحـــف الوطنـــي للفنـــون الجميلـــة:

ويعتبر من إحدى وأرقى المتاحف في شمال إفريقيا وهو متواجد بالعاصمة الجزائرية وهو ليس فقط متحفا في حد ذاته لكنه معلما معماريا أيضا، بني في القرن الثالث عشر وبما أنه كان يستعمل ليصبح رمزا كقصر، فقد تم تجديده وترميمه وتوسع عبر مئات السنين ليصبح رمزا مذهلا، لذا يعتبر الأفضل في عالم الهندسة العربية الإسلامية.

تعرض في هذا المتحف أثريات نفيسة من كل أجزاء التراب الجزائري تشير إلى أهم الحقبات الزمنية في تاريخ وثقافة البلاد ما قبل التاريخ ويوجد فيه كذلك تصميمات رائعة من الفخار ومجوهرات القرون الوسطى الإسلامية، ويتمتع كل زائر للمتحف بأشكال مختلفة من النقش وأساليب هندسية معقدة.

([1])- http://www.galam.com (23/03 2024).

([2])-http://www.galam.com (25/03/2024).

3-المتحـــف الوطنـــي للمنمنمـــات والزخرفـــة وفـــن الخـــط:

ومقره العاصمة الجزائرية، يحتوي على لوحات فنية، إضافة إلى مجموعات من فن الخط، ويهتم باقتناء المخطوطات وترميمها وحفظها.

4-المتحـــف الوطنـــي للفـــن الحديـــث والمعاصـــر:

مقره بالعاصمة الجزائرية، يحتوي على مجموعات من تحف الفنون الحديثة المعاصرة، مثل الفنون التشكيلية، والفنون التخطيطية، وفن التصوير، وفن الفيديو، ووسائل الإعلام الجديدة والإبداع الصناعي.

5-متحـــف أحمـــد زبانـــا:

يقع هذا المتحف بولاية وهران غرب الجزائر، وأحمد زبانا هو أول شهيد للثورة الجزائرية وقد تم إعدامه بواسطة مقصلة سلطات الاحتلال الفرنسي، ويحتوي على أرشيف كبير لتاريخ الجزائر القديم والحديث والمعاصر، ويحتوي كذلك على الآثار القديمة الرومانية والإسلامية وآثار ما قبل التاريخ، والهدف من وراء تدشينه هو الرغبة في الحفاظ على التحف الموجودة في المواقع الأثرية.[1]

6-المتحـف الجزائـري للآثـار القديمـة والفنـون الإسلاميـة:

و يوجد في هذا المتحف آثار و تحف و منقوشات و رسومات و مخطوطات و كتابات تعود لمختلف الحضارات التي تعاقبت على الجزائر، ويعتبر أول متحف من هذا النوع في الجزائر وإفريقيا.

7-متحف محمد راسـم:

يحتوي هذا المتحف على لوحات في الفن التشكيلي، جلها من وضعه، كما يحتوي على مخطوطات قديمة.

8-المتحف الوطنـي نصر الديـن دينـه:

هذا المتحف متواجد بالعاصمة الجزائرية وقد دشن وافتتح رسميا سنة 1993، ويعتبر من المتاحف الجديدة، والتي تحتوي على كثير من الآثار واللوحات التشكيلية.

9-متحـف سيـرتـا:

أنشأ متحف الآثار- سيرتا- لقسنطينة بمبادرة من جمعية الآثار لمدينة قسنطينة شرق الجزائر، يحتوي على مجموعة معتبرة من التحف النفيسة التي تتحدث عن الآثار الرومانية التي مرت على المنطقة.

10-المتحـف الوطنـــي لسطيـف:

يحتوي هذا المتحف على أعمدة أثرية من الكلس تعود إلى العصر الروماني وتحف أثرية صغيرة مصنوعة من البرونز والزجاج والفخار، وحجر الصوان، والعظام الحيوانية وغيرها، ويحتوي أيضا على مصابيح زيتية وصحون وأقداح وأدوات برونزية...الخ.

([1])-http://www.galam.com (27/03/2024).

11-مركز الفنـون والثقافـة في قصر رؤساء البحـر:

يعد قصر رؤساء البحر حصن (23) من أهم المعالم التاريخية لمدينة الجزائر، وهو الشاهد الوحيد على امتداد قصبة مدينة الجزائر إلى غاية البحر في العهد العثماني، ويتميز قصر رؤساء البحر حصن 23 بمحيط ثري ومتنوع ويتألف من ثلاثة قصور (قصر 17/18/23)، وست دويرات "منازل الصادين"(منزل 5/7/119/13)، أما منزل (15) بمحرابة فقد كان يستعمل كمصلى ويحتضن المبنى"أ، ب" حاليا المكتبة، وقاعات الأرشيف، بينما تحتضن المباني (8/10/12) مقر إدارة مركز الفنون والثقافة بقصر الرؤساء.[1]

الفـــــرع الثالـــــث: أهـــم المحميـــات والمواقـــع التاريخيـــــة في الجزائـــــر

إن كثرة الأحداث والوقائع التاريخية في الجزائر لا يمكن عدها، وذلك لأنه لا يوجد مكانا إلا ويتحدث عن واقعة تاريخية في عصر ما، ويوجد في الجزائر عموما أكثر من 300 موقع تاريخي وأثري ومنها ما هو مصنف عالميا، ومن أهمها مايلي:

1-قلعـــــة بنـــي حمـــــــاد:

تقع قلعة بني حماد بالمعاضيد 36 كلم شمال شرق ولاية المسيلة، وتعد قلعة بني حماد من أحد رموز الدولة الإسلامية بالجزائر، وتعتبر امتدادا لدولة حماد بن بلكين الذي حاول تثبيت الهوية الإسلامية. ويعود تاريخ إنجاز وبناء هذه القلعة سنة 1007 م إلى 1008 م وقد دامت مدة بناء هذا الصرح الإسلامي العظيم 30 سنة استخدمت فيه الهندسة المعمارية الأصلية بزخارف وتصميمات تعكس التراث الإسلامي الممتد عبر القرون الغابرة.

يحد القلعة من الغرب هضبة قورايا ومن الشرق شعاب واد فرج، وقد وضع للقلعة ثلاثة أبواب، باب الأقواس، وباب جرادة، وباب الجنان، وتحيط بالقلعة صور عظيم مبني بطريقة مذهلة وبالحجارة المسننة المستخرجة من جبل تيقريست ويوجد بالقلعة العديد من الكنوز والمعالم الأثرية المهمة وأهمها المسجد الكبير ومصلى قصر المنار الذي يعتبر اصغر مسجد في العالم بطول بلغ 1.60 م بالإضافة إلى القصور الأخرى الممتدة عبر مساحات القلعة وعلى امتداد أكثر من 50 كلم.[2]

وعلى الرغم من أن هذه القلعة تم إدراجها سنة 1980 من طرف منظمة اليونيسكو ضمن التراث العالمي إلا أن عدم الاعتناء بها والحفاظ عليها وعدم مبالاة المسؤولين بها فإن ذلك سيعجل باندثارها تدريجيا من الوجود.

2- جميـــــــلة:

هو مدرج روماني يقع شمال شرق الجزائر، وقدتم تصنيفه من طرف منظمة اليونيسكو سنة 1982 كموقع ضمن مواقع التراث العالمي، ويبعد 50 كلم عن مدينة ستيفيس سطيف حاليا، وتحتوي على أجمل

([1])- http://www.alwahatech.net (20/03/2024).

([2])-http://www.wikepedia.org /wiki (02/04/2024).

المعالم الأثرية القديمة، أسسها الإمبراطور "نرفا""Nerva" سنة 96 م و 98 م وتوسعت إثرها المدينة في القرنين الثاني والرابع حسب مخطط هندسي مدروس من حمامات وحدائق ومتاحف.[1]

3- تيمقـــــاد:

وهي مدينة أثرية تبعد قرابة 37 كلم عن مدينة باتنة وكانت تسمى " تاموقادي" بنيت سنة 100 م في عهد " تراجون" وتم إدراجها ضمن التراث العالمي من طرف منظمة اليونيسكو سنة 1982، ويوجد بها مسرحا كبيرا ليستقبل سنويا مهرجان دوليا للغناء وتضم مدينة تيمقادالأثرية:

-باب كبير يسمى المنتدى Le Forum.

-المكتبة القديمة.

-المسرح والقصر البيزنطي، والسوق.

-قوس النصر للقائد تراجان. [2]

4- تيبـــــــازة:

وتعني كلمة تيبازة باللغة الفينيقية الممر لأنها كانت معبرا وممرا بين مدينتي (الجزائر وشرشال)، ثم أصبحت تعرف بقرطاجية، واكتشافها يعود للقرن الخامس قبل الميلاد، وعندما جاء الرومان تحولت إلى مستعمرة تتبع لروما في عهد الإمبراطور كلاوديوس41-45م. وقد تم إدراجها ضمن المعالم التاريخية العالمية من طرف منظمة اليونيسكو سنة 1982 . [3]

5-وادي ميـــــزاب:

يقع وادي ميزاب بمدينة غرداية، ويعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، وتتميز منطقة ميزاب بأصالتها وطابعها المعماري الفريد من نوعه والذي هو مزيج بين الجمال والبساطة المستمدة من نمط المعيشة، وليس بإمكان السائح أن يقصدمدينة ميزاب دون أن يزور " بني برقي" المدينة المقدسة للميزاب، كما يحيط بها خمسة قصور تم إنجازها آنذاك على أساس تصاميم صحراوية وقد تم إدراجها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونيسكو سنة 1982.[4]

6- القصبـــــة:

تعتبر القصبة مركزا سياحيا هاما لما تحتويه من آثار عريقة وقصور غاية في الجمال والتصميم على الرغم من تعرضها للسرقة والهدم المتعمد في فترة الاستعمار الفرنسي، وتعرضها للكوارث الطبيعية التي حلت بالجزائر خلال الفترة الأخيرة من فيضانات وزلازل.

(1)-www.ont-dz.org(07/04/2024).

(2)-عبد الله شريط ومحمد ميلي، **تاريخ الجزائر**، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1988، ص 203.

(3)- http://www.wikepedia.org /wiki 07/04/2024).

(4)- http://www.wikepedia.org /wiki (02/04/2024).

والقصبة تقع في مدينة الجزائر العاصمة وقد تم بناؤها في العهد العثماني على الهضبة المطلة على البحر الأبيض المتوسط لتكون قاعدة عسكرية مهمتها الدفاع على القطر الجزائري كله، وهي مبنية على الطراز التركي العثماني تشبه المتاهة في تداخل أزقتها بحيث لا يستطيع الغريب الخروج منها لوحده لوجود أزقة كثيرة متشابكة و مترابطة مع بعضها البعض تنتهي بأبواب المنازل، والقصبة تحتوي على عدة أزقة أهمها "زنيقة العرايس" و " زنيقة مراد نزيم بك" وفيها عدة عيون مشهورة كالعين المالحة في باب جديد، وبئر صباح في قلب القصبة.

إضافة إلى ذلك إحتوائها على عدة قصور أهمها قصر الداي أو كما يعرف بدار السلطان وقصر الرياس، وقصر خداوج، ودار عزيزة، كما تحتوي القصبة على عدة مساجد أهمها الجامع الكبير والجامع الجديد، وجامع كتشاوة، وجامع علي بتشين ، وجامع السفير، وجامع السلطان وجامع سيدي رمضان بالإضافة إلى مساجد صغيرة كمسجد سيدي محمد الشريف، ومسجد سيدي عبد الله، بالإضافة إلى ضريحها الشهير سيدي عبد الرحمان الثعالبي، الذي يمثل مزارا في حي القصبة.

وقد تم إدراجها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو سنة 1992. [1]

7- الطاسيلـــي ناجـــر:

بعد أن تم تصنيفها كإرث حضاري عالمي من طرف منظمة اليونسكو سنة 1982 كمحمية وطنية تم إعادة إحياء هيبتها العالمية وذلك بإدراجها في مختلف المازارات والمعارض السياحية العالمية، فهي تعتبر مع جبال الهقار وجهة سياحية رائعة للسياح المحليين والأجانب لما تمتلكه من مواقع تجذب السياح، فهي تمتلك أكبر متحف للنقوش الحجرية عبر مناطقها بهضبة "مداك" كما يعتبر رواق " واد جرات" الموجود على الهواء الطلق الأكبر من نوعه في المعمورة، وهو يمثل أجمل رواق للنقوش الصخرية في الجزائر بمحطاته الـ 75 والتي تضم أزيد من 4000 شكل تم جردها عبر مسافة تقدر بـ 30 كلم، وذلك دون احتساب باقي الرسومات الأخرى ومجموعها 30000رسم .[2]

وتبلغ مساحة الطاسيلي 10000 هكتار وتضم آلاف النقوش الصخرية التي تعكس جانبا من صراع الإنسان من أجل كسب قوت يومه من خلال صور مطاردة الغزال وحيوانات أخرى. وتوجد كذلك في الموقع قصور مبنية بالصلصال والخزف على طول واد جاف.

بالإضافة إلى هذه المواقع الحضارية والتاريخية المدرجة ضمن التراث العالمي توجد هناك مواقع أخرى لم يتم إدراجها كتراث عالمي إلا أنها جديرة بالذكر مثل: الآثار القديمة لمدينة قالمة وسوق أهراس وآثار الأسوار والمدافن والقبور القديمة لمدينة بجاية ما يعبر عن الرومان الذين عمروها قرابة 5 قرون إضافة إلى

(1)- http://www.wikepedia.org /wiki (02/04/2024).
(2)- http://www.wikepedia.org /wiki (02/04/2024).

الحقبة الإسلامية التي تبقى معالمها شاهدة مثل المساجد القديمة بالعاصمة والمنصورة لولاية تلمسان، إضافة إلى الزوايا والتي من أهمها الزواية التيجانية و الرحمانية والتي تعتبر منتوج سياحي رائع.

دون أن ننسى الحقبة الاستعمارية حيث أنشأ المستعمر عدة فنادق من أجل راحة المستوطنين الأوروبيين ناهيك عن المواقع الحربية ومواقع أخرى أصبحت مناطق أثرية تاريخية كوجهة للسياح. [1]

المطلـب الثالـــث: التجهيـزات والهياكـل السياحيـة في الجزائـــر

بعدما قمنا بإبراز أهم الموارد السياحية في الجزائر ومدى كثرتها وتنوعها، إلا أنه للوصول واستغلال هذه الموارد يتطلب توفر مجموعة من الإمكانيات المتمثلة في خدمات النقل والاتصالات وقدرات الإيواء.

الفـــرع الأول: خدمـــات النقـــل والمواصـــلات

تتـــوفر الجزائـــر علـــى شـــبكة متشـــعبة مـــن أنـــواع النقـــل منهـــا البـــري و الجـــوي و البحـــري و النقل على سكة الحديد كما يلي[2].

1-النقـــل البـــــري:

إن الجزائر تتمتع بشبكه كبرى من الطرقات تعتبر الأهم من نوعها في الدول العربية حيث بلغ طولها حوالي 109452 كلم سنة 2007 ويعتبر النقل البري الأهم استعمالا بالنسبة للسياح وخاصة في ما يتعلق بالسياحة الداخلية وتنقسم هذه الشبكة إلى:

-الطرق الوطنية: 28275 كلم.

-الطرق الولائية: 23926 كلم.

-الطرق البلدية: 57251 كلم.

كما تم إنشاء الطريق السيار شرق –غرب والذي يربط حدود الجزائر مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة بين جهات الوطن والذي يبلغ طوله مسافة 1216 كلم.

2-النقـــل الجـــوي: تتوفر الجزائر على 35 مطارا منها 15 مطارا دوليا، وتغطي شبكة الخطوط الجوية 96400 كلم وتتوفر على 150 وكالة موزعة في الجزائر وخارجها.

من أهم المطارات نجد مطار هواري بومدين الذي يتوفر على طاقة استعاب مقدرة بـ 6 ملايين مسافر سنويا ومجهز بأحدث التقنيات إلى جانب مطار قسنطينة ووهران ومطار باتنة...إلخ.

3-النقـــل البحـــري:

تتوفر الجزائر على 13 ميناء بحريا رئيسيا منها تسعة موانئ معدة لاستقبال وتنقل الأشخاص والبضائع، ومن أهمها ميناء الجزائر الذي يستقبل 30% من واردات بلادنا وأربعة موانئ مخصصة

([1])-المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، **مساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية**، الدورة 16، نوفمبر 2000.

([2])-فؤاد بن غضبان، **السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 238.

للمحروقات، ومن أهم الموانئ التي يستعملها السياح:- الجزائر - وهران - عنابة -سكيكدة - بجاية - الغزوات.

4-النقـــل بالسكـك الحديديـــة:

تتوفر الجزائر على أزيد من 200 محطة للسكك الحديدية، وتمتد شبكتها على مساحة 4500 كلم عبر التراب الوطني، وقد أعد مخطط لعصرنة وتنمية النقل بالسكك الحديدية بين المدن، وهذا النوع من النقل يستعمل أيضا من طرف السياح وبالأخص السياحة الداخلية.

الفـــرع الثانـــــي: خدمـــات الاتصـــالات

إن الانفتاح على الأسواق الدولية نتيجة للتحولات الكبرى التي اعتمدتها الجزائر أدت إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، ونتج عنه ثورة الاتصالات من خلال التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول، فبالإضافة إلى المتعامل "موبيليس" الذي بلغ عدد مشتركيه سنة 2011 حوالي 11 مليون مشترك[1] فقد تعززت هذه الوضعية بدخول متعاملين جدد وهما "جيزي" الذي بلغ عدد مشتركيه سنة 2012 حوالي 17.8 مليون مشترك[2]والمتعامل " أوريدو " الذي بلغ عدد مشتركيه نهاية سنة 2014 أكثر من 12.2 مليون مشترك.

أما بخصوص الاشتراك بالنسبة للخط الهاتفي الثابت فقد وصل إلى حوالي 03 ملايين مشترك سنة 2010[3].

المبحث الثانـــــي: القـطاع السياحـي الجزائري عبر المراحل التنموية

لقد تعاقبت السياسات السياحية للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا تخللتها مخططات وطنية و برامج للتنمية الاقتصادية، كان الهدف منها النهوض بالقطاعات الوطنية و كان للقطاع السياحي نصيب منها و سيتم إبراز و تشخيص أهم هذه المخططات على النحو الآتي:

المطلب الأول: القـــطاع السياحـــي خـــلال الفتـــرة (1962- 1969)

عند استقلال الجزائر وخروج الاستعمار الفرنسي لم يترك أي شيء يعبر عن شخصية الجزائر وعزلها عن التيارات التبادلية التي تؤدي إلى اكتشاف حقيقة هذا الشعب عن طريق الاتصال به ومعرفة ثقافته وتقاليده وقيمه وحضارته، الشيء الذي لم يشجع على تكوين أو تنمية عادات وتقاليد سياحية وفندقية في الجزائر.

([1])-جريدة الخبراليومي، العدد 7733، تاريخ: 2015/03/12.

([2])-National Tourism Office, Algeria Travel Of Heart, Press Book , 2013, P 11.

([3])-جريدة الخبر اليومي، العدد 7733، تاريخ: 2015/03/12.

الفرع الأول: وضعية القـطاع السياحـــي للجزائـر خـــلال الفتـرة 1962- 1966

لقد ورثت الجزائر من الاستعمار الفرنسي سلسلة من الوحدات السياحية التي كانت لا تخدم سوى الإدارة الفرنسية بالدرجة الأولى، وكان توزيع هذه المرافق مركزا على الشريط الساحلي بالشمال، وخاصة بالمدن الكبرى وهران، الجزائر، عنابة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم: (01) جدول توضيحي لهياكل الاستقبال السياحي وتوزيعها الجغرافي حتى سنة 1966.

المدن/ الهياكل	عدد الفنادق	عدد الأسرة
الجزائر	53	2261
وهران	46	2030
قسنطينة	49	1547
الصحراء	38	0579
المجموع	186	6417

Source: la carte du tourisme 1966, ministère du tourisme, 1976, p 19

يوضح هذا الجدول هياكل الاستقبال السياحية وتوزيعها الجغرافي الموروثة عن الاستعمار الفرنسي حتى سنة 1966.

فقد كانت هذه الفترة تتميز بمرافق سياحية ذات طابع ماركانتلي لا يخدم سوى فئات الكولون، لذلك فإن طاقة الإيواء السياحي كانت لا تتجاوز 186 فندقا وتحتوي على 6417 سريرا، وهو عدد ضعيف جدا، إذا قورن بالإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها البلاد، وأن البنية السياحية الموجودة كانت ذات ميزة حضارية تعكس فقط اهتمامات ورغبات الإدارة الفرنسية أكثر مما تعكس الوجه السياحي الحقيقي للبلاد.

ولقد كان القطاع السياحي عشية الاستقلال يتصف بـــ:[1]

- تخلف هيكلي مزمن وشامل، أي ضعف الصناعة الفندقية وعدم قدرتها على تلبية حاجيات البلاد السياحية.
- سيادة ظروف اجتماعية متخلفة، جعلت الأغلبية الكبيرة من الشعب الجزائري لا تعرف معنى حتى العطل المدفوعة الأجر.
- عدم وجود عادات وتقاليد سياحية وفندقية خاصة.

([1])-**Bilan du Développement Touristique entre 1962-1976**, Ministère du Tourisme, 1977, page 27.

- عدم توفير المستخدمين الأكفاء في مجال الفندقة السياحية.

هذه الوضعية دفعت الدولة إبتداءا من سنة 1963 إلى محاولة تنمية السياحة، وذلك على أساس الإحصاء الشامل للثروات السياحية الموجودة، و معرفة المشاكل التي يعاني منها القطاع، غير أن الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي مرت بها البلاد بعد الاستقلال مباشرة أدت إلى تأخير وضع سياسة سياحية واضحة حتى سنة 1966 عندما صادق مجلس الوزراء على ميثاق السياحة بتاريخ 23 مارس 1966 والذي تم فيه تحديد التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي وأهمها.[1]

- خلق مناصب شغل.
- استقطاب النقد الأجنبي.
- تعريف وتحسين صورة الجزائر في السوق السياحية الدولية.

الفـــــرع الثانـــــي: القـــطاع السياحـــي خـــلال المخطـط الثلاثـــــي الأول

لقد أدمج القطاع السياحي خلال المخطط الثلاثي الأول 1967-1969 ضمن الخطة الوطنية للتنمية مع باقي القطاعات الأخرى في الاقتصاد الوطني، وذلك ومن أجل جعله يساهم في عملية التنمية، ولقد خصصت له ميزانية معينة مثل باقي القطاعات الأخرى وهذا ما نلاحظه في الجدول التالي رقم (02).

الجدول رقم: (02) توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خـلال المخطـط الثلاثـــي الأول:(1967-1969)

الوحدة: مليون دينار

القطاعات	المبالغ المخصصة لكل قطاع
الصناعة	5400
الزراعة	1896
الهياكل الأساسية	1124
السكن	413
التربية	912
السياحة	282
التكوين	127
الضمان الاجتماعي	295
الإدارة	441

([1])-HACHIMI Madouche, **Le tourisme en Algérie**, édition HOUMA, Alger, 2000, p 56.

متفرقات	215

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي الأول(1967-1969)، سنة 1967.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن القطاع السياحي احتل المرتبة ما قبل الأخيرة بمبلغ 282 مليون دينار أكثر من قطاع التكوين فقط الذي تحصل على مبلغ 127 مليون دينار.

وخلال تلك الفترة لم تعط السلطات الجزائرية أهمية للقطاع السياحي ضمن المخطط الثلاثي الأول باعتباره عامل يساهم في عملية التنمية، وإنما تم منحه هذه الكمية من الاستثمارات للشروع في تهيئة الشروط الضرورية للتنمية السياحية كإقامة صناعة فندقية، وفق نموذج معين، وتكوين يد عاملة فنية والقيام بدارسات معمقة من أجل تحديد المناطق السياحية في البلاد.

المطلب الثانـــــي: القـطاع السياحـي خـلال الفتـرة (1970- 1979)

لقد كانت هذه الفترة مخصصة لمتابعة المشاريع التي لم تنجز خلال الفترات السابقة إضافة إلى إدراج وبرمجة مشاريع جديدة في القطاع وذلك من خلال المخطط الرباعي الأول والثاني:

الفـــرع الأول: القـطاع السياحـي خـلال المخـطط الرباعـي الأول

إن المخطط الرباعي الأول كان يهدف إلى زيادة طاقات الإيواء من أجل تلبية متطلبات القطاع من خلال تنفيذ برنامج التنمية السياحية وذلك من أجل الوصول بطاقة الإيواء إلى 35000 سرير إلا أنه مع نهاية المخطط ظهر أنه ما تم إنجازه هو 9000 سرير فقط، أما المكانة التي احتلتها الاستثمارات السياحية فهي ضعيفة جدا خلال هذا المخطط إذا ما قورنت بقيمة الاستثمارات التي خصصت للقطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، حيث خصص للقطاع السياحي مبلغ 700 مليون دج كاستثمارات مخططة من بينها ما تبقى من الاستثمارات المخططة في المخطط السابق وذلك من أصل 27736 مليون دج مخصصات المخطط الكلية بنسبة لا تتجاوز 2.5 % كما هو مبين في الجدول رقم 03 :

الجدول رقم (03) توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الأول

الوحدة: مليون دج

القطاعات التنموية	المبلغ المخصص لكل قطاع	النسبة %
الصناعة	12400	%40
الزراعة	4140	%15
الهياكل الأساسية	2307	%08
السكن	1520	%05
التربية	2718	%10
السياحة	700	%2.5

التكوين	585	%02
الضمان الاجتماعي	934	%03.5
الإدارة	870	%03.2
متفرقات	800	%03
النقل	760	%03.1
المجموع	**27736**	**%100**

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الأول(1970- 1973)، سنة 1970.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن المبالغ الاستثمارية قد تم توزيعها على النحو التالي:

420 مليون دينار جزائري لاستكمال البرامج المتبقية من المخطط السابق بنسبة 60 % من الإجمالي، بينما خصصت 280 مليون دينار جزائري للبرامج الجديدة خلال هذا المخطط بنسبة 40 % من الإجمالي، وخصصت منها 15 مليون دينار جزائري للنقل السياحي، و 44 مليون دينار للدراسات والهياكل القاعدية، و221 مليون دينار جزائري للصناعات الفندقية بنسبة 78 % من المشاريع الجديدة. وهذا ما يوضح بجلاء عدم القدرة على إنجاز المشاريع المخططة في الآجال المحددة من جهة والتوجه نحو توسيع المكان السياحي المتمثلة في مضاعفة طاقات الإيواء بتوسيع المراكز السياحية المنجزة أو التي هي في طور الإنجاز كمركب موريتي (زرالدة) – الأندلسيات (وهران)- مركب سيدي فرج، وإعادة تهيئة نادي الصنوبر وتنمية السياحة في تيبازة ومنطقة القبائل وتهيئة المناطق الحضارية والصحراوية، وإنجاز ثمانية حمامات معدنية مقدرة ب 120 مليون دينار جزائري.[1]

ومما سبقيتأكد عدم موضوعية هذا المخطط من خلال موافقته على الاستمرار في برمجة هياكل سياحية جديدة بالإضافة إلى إتمام ما تبقى دون إنجاز ما تمت برمجته خلال المخطط السابق، الشيء الذي يفسر عدم واقعية التخطيط بصفة عامة والتخطيط السياحي بصفة خاصة.

الفـــــرع الثانـــــي: القـطاع السياحـي خـلال المخـطط الرباعـي الثانـــي

خلال هذا المخطط استفاد القطاع السياحي عن زيادة معتبرة في حجم الاستثمارات بنسبة تفوق 100% عما كانت عليه في المخطط الرباعي الأول، غير أن هذا لا يعني أنه ارتقى إلى سلم أولويات التنمية الوطنية، لأن الزيادة التي تقررت في المخطط الرباعي الثاني، كانت نفسها في جميع القطاعات الأخرى، حيث تم تخصيص مبلغ 1.5 مليار دينار للقطاع السياحي بنسبة لا تتجاوز 02 % كما هو موضح في الجدول رقم 04 .

([1])- Ahmed Tessa, **Economie Touristique Et Aménagement Territoire**, OPU, 1993, P 11.

الجدول رقم:(04) توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الثاني

الوحدة: مليون دج

القطاعات التنموية	المبلغ المخصص لكل قطاع	النسبة %
الصناعة	48000	%43.5
الزراعة	12005	%10
المياه	4600	%4.2
السياحة	1500	%1.4
الصيد	155	%01
البنية الاقتصادية	15500	%14
التربية و التكوين	9947	%09
الشؤون الاجتماعية	14610	%13.3
الإدارة	1399	%1.3
دراسات مختلفة	2520	%2.3
المجموع	110236	%100

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)، سنة 1974.

ولقد بلغت الاستثمارات الفعلية خلال الفترة في القطاع السياحي 1.24 مليار دينار جزائري بنسبة تقدربحوالي 01 %من أصل 121.23 مليار دينار،قيمة الاستثمارات الفعلية خلال تلك الفترة، وعلى مستوى القطاع السياحي تم خلال الفترة إلحاق المصالح التجارية التابعة لــ "SONATOUR" بالوكالة الجزائرية للسياحة "SONA ALTOUR" التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري، وإنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية "E.T.T" التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية والتي فشلت في ذلك، فمن بين 50000 سرير مبرمج لم يتم إنجاز سوى 18000 سرير فقط بنسبة 36 % مع انخفاض واضح في جودة الخدمات السياحية المعروضة، والعجز المالي في القطاع [1].

ومما سبق يمكن القول بأن السياحة احتلت مكانه ضعيفة جدا في سياسة التنمية الوطنية بالرغم من حيوية هذا القطاع في الجانب الاقتصادي.

([1])-محمد بلقاسم، حسن بهلول، **سياسة تخطيط التنمية وإعادة تنظيم مسارها في الجزائر**، ج 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 1999، ص 341.

الفـــرع الثالـــث: القـــطاع السياحـــي خـــلال المرحلـة التكميليـــة: 1978-1979

خلال هذه المرحلة تم تخصيص 204.05 مليار دينار جزائري للمشاريع السابقة والجديدة لتدارك ضعف نسب الإنجاز في المخطط السابق ومواجهة تضخم الأسعار وتسجيل مشاريع جديدة، وقد خصص للسياحة مبلغ 0.9 مليار دينار جزائري بنسبة ضئيلة جدا لا تتجاوز 0.5 % من المبالغ الإجمالية، بحيث خصصت 310 مليون دينار للمشاريع الاستثنائية لسنة 1978 و330 مليون دينار للمشاريع الجديدة لسنة 1978 ومبلغ 260 مليون دينار جزائري للمشاريع الجديدة لسنة 1979 وهو ما يوضح التهميش الواضح للقطاع السياحي خلال المرحلة التكميلية. [1]

المطلـب الثالـث: القـطاع السياحـي خـلال الفتـرة (1980- 1989)

نظرا للاختلالات الكبيرة المسجلة في الفترة السابقة بسبب ضعف الالتزام من حيث الوقت والتكاليف المتعلقة بإنجاز الاستثمارات، وضعف وتعقد عملية التسيير في ظل الاقتصاد المخطط مركزيا، تم التوجه نحو التنمية اللامركزية بحرية أكبر في التسيير لإحداث التوازن الجهوي والحد من النزوح الريفي من خلال المخططين الخماسيين.

الفـــرع الأول: القـطاع السياحـي خـــلال المخـطط الخماســـي الأول

مقارنة بالمخططات السابقة، فإن هذا المخطط قد تميز ببلوغ الوعي لدى المسيرين في إحداث التوازن الجهوي وإعطاء الأولوية للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة، وقد تم تخصيص مبلغ 34000 مليون دينار جزائري[2] لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية في الشرق والغرب والوسط، والموجهة أساسا لتنمية السياحة الداخلية، ووزعت هذه المبالغ كما يلي 01.6 مليار دينار جزائري مخصصة للمشاريع قيد الإنجاز و 01.8 مليار دينار جزائري مخصصة للمشاريع الجديدة، وكان الهدف من هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـــ 50880 سرير سنة 1985، وعليه برمجت 89 مشروع موزعة كما يوضحه الجدول رقم: (05)

الجدول رقم:(05) المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول

النوع	ساحلي	صحراوي	مناخي	حضري	تخييم	حمامات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	05	32	40	09	89
عدد الأسرة	3300	2350	1150	6900	1200	1650	16550

المصدر: منشورات وزارة السياحة، سنة 1986.

من خلال هذا الجدول وبسبب الأزمة الاقتصادية لم يتم الانطلاق في أي مشروع من المشروعات الجديدة التي وضعت في إطار هذا المخطط، وهذا رغم إنهاء الدراسات الخاصة بها.

([1])-محمد بلقاسم، حسن بهلول،مرجع سابق، ص 342.

([2])-Ministère De Planification Et De L'aménagement Du Territoire Générale Du Pentagonal, 1980-1984.

الفرع الثانـي: القطاع السياحي خـــلال المخـطط الخماسي الثاني

إن ما يميز هذا المخطط هو تخصيص السلطات المعنية برنامجا ماليا كبيرا هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية وتطوير الحمامات المعدنية والمناخية وكذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص، والعمل على لامركزية الاستثمار، والتحكم في الطلب السياحي، ولهذا الغرض خصصت الدولة غلافا ماليا قدره 1800 مليون دينار جزائري لتحقيق هذه المشاريع والجدول رقم: 06 يوضح طاقات الاستقبال نهاية سنة 1989.

الجدول رقم:(06) طاقات الاستقبال نهاية سنة 1989

النوع / القطاع	العام	الخاص	المجموع	النسبة
البحري	12182	1145	13327	% 27.6
الصحراوي	3731	2250	6331	% 13.10
الحمامات	3588	1528	5116	% 10.60
الإقليمي	954	76	1030	% 02.13
الحضري	5337	17161	22498	% 46.57
المجموع	25842	22460	48302	% 100
النسبة	% 53.5	% 46.5	% 100	% 100

المصدر: منشورات وزارة السياحة، 1990.

نلاحظ ارتفاع طاقات الإيواء من الفترة 1966-1980 إلى الفترة 1980-1984 بحوالي 30539 سرير بنسبة 46.57 % من الإجمالي وكان هناك تركيز كبير على الفنادق الحضرية نسبة 46.5 من الإجمالي، مع نسبة ضئيلة للفنادق الإقليمية، أما عدد السياح السنوي فقد تراوح بين 250000 و 400000 سائح بمعدل سنوي بلغ 324000 سائح[1]وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية التي مست المؤسسات نهاية الثمانينات والمتعلقة باستقلالية المؤسسات وإعادة هيكلتها تم إنشاء المركز الوطني، للسياحة سنة 1989 كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، والديوان الوطني للسياحة، ووزارة السياحة والصناعات التقليدية المكلفة بتسيير القطاع، و في أثناء تلك الفترة تمت إعادة هيكلية الديوان الوطني للسياحة "ONAT" وتم استبداله بمؤسسات جهوية، هي الشركة الوطنية للفندقة الحضرية "SNHO" بالمدية، والمؤسسة الوطنية للدراسات السياحية "ENET" سيدي فرج.

([1])-CNES : Contribution Pour La Rédhibition De La Politique Nationale Du Tourisme, Novembre 2002, P 05.

المطلب الرابع: القـطاع السياحـي خـلال الفتـرة (1990- 1999)

لقد مر القطاع السياحي في تلك الفترة بعدة عوامل منها عدم الاستقرار السياسي وتدهور الوضع الأمني في البلاد مما أدى إلى انخفاض عدد المسافرين الوافدين إلى الجزائر، وفي إطار برنامج التعديل الهيكلي (1995-1998) تم التفاوض مع صندوق النقد الدولي حول تفعيل ملف الخوصصة لتحسين تسيير القطاع السياحي عبر خوصصة المؤسسات الفندقية والهياكل السياحية التابعة للقطاع العمومي، وذلك بسبب عجز القطاع السياحي العمومي عن وظيفته وتحسين الخدمات وتسجيل عجز مالي سنة 1993 لدى 13 مؤسسة، مع أسعار مرتفعة وخدمات متدنية ومشاركة ضعيفة للقطاع في خلق مناصب الشغل.

الفـــرع الأول: خوصصـة المؤسسات السياحـية

وقد تمت عملية الخوصصة وفق عدة استراتيجيات عن طريق اقتراح خوصصة عينية من المؤسسات وفق عروض كما يلي:

1-عرض فوري خلال بداية الخوصصة حيث تخضع المشاريع الفندقية في طريق الإنجاز أو في طريق الانتهاء لعملية الخوصصة من خلال مزايدة وطنية دولية شملت " 05 " فنادق منها واحد صحراوي وهو فندق (اللوس) بالوادي [3 نجوم- 300 سرير- 90 % معدل الإنجاز]، وأربعة فنادق حضرية هي الفندق الدولي بالجزائر [04 نجوم- 660 سرير- 90 % معدل الإنجاز]، فندق بجاية [03 نجوم- 300 سرير- 50 % معدل الإنجاز]، فندق مسيلة [02 نجوم- 300 سرير- 85 % معدل الإنجاز]، فندق شاطوناف [04 نجوم- 600 سرير- 60 % معدل الإنجاز]، ولم تكلل العملية بالنجاح، فلم يتم بيع أي من هذه الفنادق الخمسة نظرا لغياب عقود الملكية، وبقاء ملكية الأراضي للدولة بناء على قانون العقار. [1]

2-عرض إضافي يشمل مجموعة من المؤسسات قيد الاستغلال والتي لا تتمتع بنفس الصفة المالية والتجارية، ولذلك فقد تم تصنيفها إلى ثلاثة أصناف " المؤسسات ذات الخزينة الجيدة" وتسمى بالصنف "أ"، أما الصنف "ب" فهي المؤسسات ذات الخزينة المتوازية، الصنف "ج" المؤسسات التي تعاني عجزا ولها القدرة لتجاوز وضعيتها وقد وضع هذا التصنيف على أساس الموقع والسوق المتوقعة والمردودية المحتملة والحالة المادية لهذه المؤسسات، والنتائج المحققة في السنوات السابقة.

وفي إطار القوانين المنظمة للخوصصة، حددت الوزارة المعنية ترتيبا للمشترين المهتمين بخوصصة كل صنف وذلك بعرض خاص للمستثمرين المستهدفين للصنف "أ" من بلدان أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية واليابان ودول الخليج، والمستثمرين المستهدفين للصنف "ج" من المستثمرين الجزائريين والأجانب الغير مختارين، فإذا حدثت استجابة تم تلبية الطلبات مع الاحتفاظ بجزء من المؤسسات لبيعها للعمال [10 % على الأكثر من رأس مال الشركة المعروضة للخوصصة وفق قوانين الخوصصة لسنة 1995 و2001، وقد حددت الوزارة تصنيف للمؤسسات الفندقية حسب الفئات التالية ويتم تحديد المستثمرين على ضوئه.

([1])-منشورات وزارة السياحة والصناعات التقليدية، سنة 1994.

الجدول رقم: (07) تصنيف المؤسسات الفندقية حسب الفئات

المؤسسات	الصنف "أ"	الصنف "ب"	الصنف "ج"	المجموع
فنادق حضرية من طراز عالي	03	/	/	**03**
فنادق حضرية من طراز متوسط	06	10	02	**18**
مركبات بحرية	07	02	01	**10**
مركبات صحراوية	07	07	05	**19**
محطات معدنية	/	07	01	**08**
محطات إقليمية	/	02	/	**02**
مركز الاستحمام بمياه البحر	01	/	/	**01**
المجموع	**23**	**28**	**09**	**60**

المصدر: منشورات الديوان الوطني للسياحة ONT، سنة 2001.

وفي نفس الإطار تبنت الدولة الشراكة كخيار لتعزيز منابع التمويل الأجنبي وتحسين آليات التسيير باكتساب الخبرة وخلق مناصب الشغل، ومن عقود الشراكة نجد: عقود التسيير أو التنازل، الشركات المختلطة، الإيجار، ومن مشاريع الشراكة المنجزة في القطاع السياحي نذكر المشاريع التالية: [1] –شركة (SEGETOUR) بين المجموعة الكندية (PGL) والديوان الوطني للسياحة (ONAT)، وحصة الجزائر 51% وقد أنجزت مركبين سياحيين شاطئيين بمرسى ابن مهيدي وسكيكدة وفنادق في الجنوب ومخيمات بالهقار والطاسيلي وفنادق بوهران، وقسنطينة.

–مجموعة "ACCOR" سنة 1989 أمضت عقدا للتسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط عبر شركة (SOFITEL) لتسيير فنادق الحامة بالجزائر العاصمة.

– الشركة الجزائرية للفندقة والترقية والعقارات (SAHLI) شركة مختلطة بين الشركة الكورية الجنوبية (AFWWOO) وبين الديوان الوطني للمعارض والتصدير (ONAFEX) أنشئت سنة 1989 لإنجاز الفندق الدولي(HILTON) بكلفة 76 مليون دولار.

–شركة تطوير الفندقة (SDH)، شركة مختلطة بين (SIH) و (LAFICO) الليبية لإنجاز فندقين من طراز الشيراطون في وهران وحاسي مسعود بتكلفة 92 مليون دولار.

([1])-هدير عبد القادر، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطويرها**، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير جامعة الجزائر، سنة 2006، ص 174.

الفـــرع الثانـــي: طاقـــات الإيواء

وفيما يتعلق بطاقات الإيواء المتوفرة وعدد السياح الوافدين على الجزائر خلال مرحلة التسعينات يوضحه الجدول التالي كما يلي:

عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها الجزائر تطورات معتبرة و التي تعتبر عاملا رئيسيا في تنشيط القطاع السياحي و الجدولين التاليين يوضحان تطور عدد الفنادق و طاقات الاستيعاب خلال الفترة (1990-1999).

الجدول رقم: (08) عدد الأسرة والفنادق حسب الدرجة خلال الفترة (1990- 1999)

المؤشرات والسنة	عدد الفنادق والأسرة حسب الدرجة					
	05 نجوم	04 نجوم	03 نجوم	02 نجوم	01 نجمة	غير مصنفة
1990	2758/05	3535/17	21715/87	6151/63	2534/55	17199/153
1991	2400/05	6844/20	23630/87	3192/68	2534/66	16386/234
1992	2400/05	6844/22	23908/89	3192/72	3194/68	16386/237
1993	4566/07	4429/21	23947/89	5620/73	2452/69	16276/251
1994	4802/07	4656/29	25176/90	5908/73	2581/69	17112/337
1995	4934/08	4792/31	2514/91	6081/83	2657/70	17613/370
1996	5158/09	5001/33	27040/91	6345/85	2772/70	18379/371
1997	5158/09	5047/33	27204/91	6374/87	2827/70	19094/450
1998	5785/09	5093/34	28968/104	2784/87	2975/70	20875/477
1999	3888/10	3222/20	17029/75	5557/65	2509/49	30071/556

المصدر: منشورات وزارة السياحة، سنة 2001.

أما فيما يخص تطور طاقات الإيواء خلال فترة التسعينات فيوضحه الجدول كما يلي:

الجدول رقم: (09) تطور طاقات الإيواء خلال الفترة (1991 – 1999)

السنة	1991	1993	1995	1996	1997	1998	1999
عدد الأسرة	54986	57290	62000	64695	65704	70505	76000

المصدر: منشورات الديوان الوطني للإحصائيات، سنة 2001.

من خلال الجدولين نلاحظ أن عدد الفنادق بكل أصنافها قد ارتفع خلال الفترة 1990 -1999 ولكن بوتيرة متواضعة ، ونفس الملاحظة تسجل بالنسبة لإجمالي عدد الأسرة ، حيث ارتفع عددها سنة 1999

إلى حوالي 76000 سرير بعد أن كان عددها حوالي 54986 سنة 1991 ، ولعل السبب في ذلك يعود غلى الأحداث الأمنية والسياسية التي شهدتها الجزائر خلال تلك العشرية [1]

الفرع الثالث: تطور السياح الوافدين إلى الجزائر

تشير التقارير أن حصة الجزائر من السياحة الدولية لا تزال تقد بـ:02% من التدفقات السياحية، و بما أن أهم مؤشر حقيقي يبرز مكانة القطاع السياحي في العالم هو عدد السياح، فحصة الجزائر من السياحة العالمية ضعيفة جدا، و معظم السياح الوافدين من الخارج إلى الجزائر هم عبارة عن زيارة الجزائريين المقيمين في الخارج لوطنهم، و حسب معايير المنظمة العالمية للسياحة فهم سياح في بلدهم الأصلي، و الجدول الموالي يوضح تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1990-1999).

الجدول رقم: (10) تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1990-1999)

السنة	مجموع السياح	الأجانب	جزائريون مقيمون في الخارج
1990	1336918	685815	51103
1991	1193210	722682	470528
1992	1119548	624096	495452
1993	127545	571993	555552
1994	804713	336226	468478
1995	619576	97648	521928
1996	605125	93648	511477
1997	634752	94832	539920
1998	678448	107213	571234
1999	782286	174611	607675

المصدر: - منشورات وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، سنة 2000.

من خلال قراءة أولية لهذا الجدول نلاحظ أن العدد الكبير من الوافدين إلى الجزائر هم الجزائريون المقيمون في الخارج، و عموما فان الحركة السياحية في الجزائر قد عرفت تراجع منذ سنة 1992 أين بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر حوالي:1119548 سائحا، و ذلك نظرا للظروف التي مرت بها الجزائر في تلك الفترة، الأمر الذي أثر كثيرا على القطاع السياحي، إذ انخفض عدد السياح الأجانب و الجزائريون المقيمون

([1])-ياحي عبد النور، **السياحة في الجزائر ماضي وحاضر**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، إمكانيات وتحديات تنافسية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قالمة، أيام 27 و 28 أكتوبر، 2009، ص 8.

في الخارج لكن مع تحسن الظروف و الأوضاع الأمنية و السياسية، بدأت الجزائر تستعيد جذب السياح إليها بداية من سنة 1997 حيث بلغ العدد الإجمالي من السياح الوافدين إليها حوالي 934752 سائحا.

المطلب الخامس: القطاع السياحي خلال الفترة (2000-2015)

تسعى الجزائر خلال هذه الفترة لإعداد خطة إستراتيجية للتنمية السياحية تدور حول هدفين أساسين هما، زيادة إيرادات عملية التنمية السياحية لأقصى حد، و تقليل الآثار البيئية والاجتماعية لأدنى حد، فالجزائر حددت جملة من الأهداف من أجل رفع مستوى السياحة، وتفادي قدر الإمكان الأزمات الممكنة وبالتالي تحقيق تنمية مستدامة ، ومن ثم الدخول في السوق الدولية وتحسين السياحة الداخلية ، وقد سطرت لذلك مجموعة من الأهداف النوعية الضرورية لدفع عجلة النمو السياحي ، ومن ثم النمو الاقتصادي وهذه العناصر كما يلي [1]:

- تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والحضارية والدينية لجعلها مناسبة لجلب السياح وبالتالي إدخال العملة الصعبة.
- مشاركة السياحة في حل أزمة البطالة ، ورفع المستوي المعيشي للموارد البشرية التي يشغلها القطاع السياحي.
- المشاركة في التنمية والتوازن الجهوي بين مختلف المناطق الجهوية.
- المحافظة على المحيط من التلوث ومحاولة تحسينه.
- تحسين أداء القطاع السياحي بمختلف الطرق.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية المقدمة للسياح والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية.
- إعادة بناء الطابع أو الصورة السياحية الجزائرية في الخارج، وإدخال المنتوجات السياحية في دائرة التجارة الدولية.

وتمتلك الجزائر مجموعة من المنشآت القاعدية التي تعتبر ضرورية لممارسة أي نشاط سياحي.

الفرع الأول: هياكل الاستقبال في الجزائر

تمتلك الجزائر مجموعة متنوعة من هياكل الاستقبال تتمثل في فنادق يمتلكها القطاع العام والخاص والمركبات السياحية والمخيمات موزعة على المناطق الساحلية خاصة، إلا أن هذه القدرات تبقى غير كافية ولا تلبي الطلب السياحي كما أنها تتمركز في الشمال مما لا يسمح بترقية وتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب، والجداول التالية توضح تطور عدد الفنادق المتواجدة على مستوى التراب الوطني.

([1])-www.algeriantourism.com/ (08/03/2024

الجدول رقم: (11) تطور عدد الفنادق حسب تصنيفها خلال الفترة (2000-2014)

السنوات / عدد الفنادق	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
5 نجوم	11	13	13	13	8	8	8
4 نجوم	34	23	39	64	5	5	6
3 نجوم	110	76	77	60	38	38	39
2 نجوم	93	59	72	74	46	46	46
نجمة واحدة	72	57	58	58	116	149	149
غير مصنفة	507	877	893	915	942	930	937
مجموع الفنادق	**827**	**1105**	**1152**	**1184**	**1155**	**1176**	**1185**

Source : Ministère de l'aménagement du territoiret du tourisme et de l'artisanat, 2016.

إن تصنيف الفنادق حسب فئاتها يظهر بعدا آخرا ، إذ يختلف توزيع الطاقة الفندقية حسب فئاتها ووفقا للوضع الاقتصادي للدولة وطبيعة السياح الوافدين إليها ، ومع أن الجزائر تمتلك طاقة فندقية تقدر بحوالي 1185 فندقا في سنة 2014 إلا أن حوالي 80 % منها يصنف في فئة الفنادق الغير المصنفة والمتضمنة المنتجعات والشاليهات وبيوت الشباب وهذا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من المغتربين الجزائريين في أوروبا أو من الزائرين ليوم واحد أو من أجل قضاء العطل على السواحل . كما تعتبر الهياكل الفندقية بدون تصنيف والتي تشكل النسبة الأكبر من الهياكل الفندقية لا تتلاءم وطلب السياحة الأجنبية حيث أنها لا توفر خدمات في المستوى الذي أعتاده السائح الأجنبي لذا ينصح الخبراء بتنويع طاقات الإنجاز خاصة في صنف ثلاثة نجوم كونها تستهدف ذوي الدخل المتوسط وهي الشريحة الأوسع من السياح الأجانب.

كما يلاحظ أيضا من خلال الجدول أن نصيب الفنادق خمس نجوم وأربع نجوم يبدو ضئيلا مقارنة بصنف ثلاث نجوم ويعود ذلك إلى تخوف شركات الفندقة العالمية مثل « الهيلتون » و «والشيراتون » من الاستثمار في هذا النوع من الفنادق بشكل واسع لعدم توفر مناخ الاستثمار الملائم، وقلة مردودية هذا القطاع في الجزائر.

الجدول رقم: (12) تطور عدد الأسرة في الفنادق الجزائرية خلال الفترة (2000-2014)

عدد الأسرة في الفنادق / السنوات	عدد الأسرة في الفنادق العامة	عدد الأسرة في الفنادق الخاصة	عدد الأسرة في الفنادقالمختلطة	المجموع
2000	28589	34761	3737	**67087**
2001	28589	34197	3737	**66523**
2002	23541	44343	4683	**72567**
2003	25650	47140	4683	**77473**
2004	20485	58475	3064	**82024**
2005	21453	58622	2733	**82808**
2006	21453	60683	2733	**84869**
2007	21453	60373	2733	**84559**
2008	17955	65511	3176	**86642**
2009	17955	67563	3176	**88694**
2010	15597	71184	5596	**92377**
2011	15597	72420	6004	**94021**
2012	18613	72407	5878	**96898**
2013	18613	74313	5878	**98804**
2014	18613	74747	6248	**99608**

المصدر: www.ons.dz, 10/04/2024

لقد عرف عدد الأسرة في الفنادق الجزائرية خلال الفترة (2000 – 2014) نموا مطردا ولكنه بطيء تخللته بعض التقلبات خاصة في سنة 2001 حيث انخفض عدد الأسرة إلى 66523 سرير مقارنة بسنة 2000 التي بلغ فيها عدد الأسرة 67087 سرير، وكذلك انخفض عدد الأسرة 2007 إلى حوالي 84559 سرير مقارنة بسنة 2006 التي بلغ فيها عدد الأسرة 84869 سرير، لتصل هذه الزيادة عموما إلى 99605 سنة 2014 ، إلا أن هذا غير كافي مقارنة بالإمكانيات السياحية للجزائر ومقارنة الخدمات التي تقدمها بالدول السياحية الأخرى .

الجدول رقم: (13) تطور عدد الفنادق حسب المنتج السياحي في الجزائر خلال الفترة 2000-2014

نوع الفنادق / السنوات	حضري	شاطئ	صحراوي	معدني	مناخي	**مجموع**
2000	31506	19723	7679	6335	1844	**67087**
2001	33493	17531	7723	6530	1246	**66523**
2002	43424	19308	3214	5236	1385	**72567**
2003	35204	26034	8105	6905	1225	**77473**
2004	48680	21760	4431	5742	1411	**82024**
2005	42628	23148	11511	4608	913	**82808**
2006	44561	23148	11639	4608	913	**84869**
2007	44392	23148	11536	4570	913	**84559**
2013	55988	29886	6058	5467	1405	**98804**
2014	61012	27965	4547	4259	1825	**99608**

Source : Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat, 2015.

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن الطاقة الإيوائية للمؤسسات الفندقية في الجزائر حسب توزيعها على مختلف المنتجات السياحية خلال الفترة (2000-2014) فهي متفاوتة، و هذا ما يوضحه الجدول.

حيث أن المنتج الحضري يمثل اعلي حصة من إجمالي الطاقة الاستيعابية لهذه الفنادق، حيث أن اغلبها متواجد بالمدن الرئيسية للبلاد كالجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة، قسنطينة، كما يليها المنتج الساحلي، ثم يليها المنتج الصحراوي الذي يعتبر منتجا سياحيا رائدا لكنه لا يلقى الاهتمام المطلوب من التهيئة و الإعداد و لا يتوفر على الخدمات اللازمة لاستقبال السائح الأجنبي المهتم بخصوصيات المنطقة و تفردها،خاصة بعد انتعاش السياحة الأجنبية مع بداية القرن الحالي نتيجة لتحسن الظروف الأمنية للبلاد و استقرار أوضاعها، ثم يليها المنتج المعدني (الحموي) التي يعتبر من مكونات الطلب السياحي الداخلي لذا يجب منحه الاهتمام اللازم، و أخيرا المنتج المناخي أو الجبلي.

الفرع الثاني:التدفقات السياحية في الجزائر

لقد تم تصنيف الجزائر من طرف المنظمة العالمية للسياحة سنة 2013 كرابع بلد إفريقي أكثر استقبالا للسياح ، ثم كخامس بلد إفريقي استقبالا للسياح سنة 2014 ، كما صنفت أيضا سنة 2013 في المرتبة 111 سياحيا في العالم من بين 141 دولة، وأوضحت المنظمة العالمية للسياحة أن الجزائر تشارك بين 7 و 12 مشاركا سنويا في الصالونات الدولية للسياحة والأسفار، وتنظم صالونا واحدا سنويا للسياحة والأسفار ، كل هذه الأرقام المتواضعة تعكس مستوى قطاع السياحة في الجزائر، فيمكن القول أن الصورة السياحية في الجزائر غير واضحة في السوق العالمية . [1]

أما تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015) فيمكن توضيحه من خلال الجدول رقم (14) كما يلي :

الجدول رقم: (14): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

السنوات	إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر
2000	865994
2001	901416
2002	988060
2003	1166287
2004	1233719
2005	1443090

([1])-www.algeriantourism.com/ (08/03/2024).

2006	1637582
2007	1743084
2008	1771749
2009	1911506
2010	2070496
2011	2394887
2012	2634056
2013	2730856
2014	2304567
2015	1703145

المصدر : –من إعداد الباحثين اعتمادا على:

– وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعات التقليدية، ملتقوطني حول مخطط التنمية السياحية الآفاق 2030، 2016

– www.matta.gov.dz.2024

– www.ons.dz.2024

نلاحظ من خلال الجدول أن التدفق السياحي إلى الجزائر خلال الفترة (2000–2014) قد عرف وتيرة متزايدة، و أن معظم السياح الوافدين إلى الجزائر هم الجزائريين المقيمين بالخارج، أما عدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر خلال هذه الفترة فهم في زيادة مستمرة و لكن بوتيرة متواضعة.

و عموما فان الحركة السياحية في الجزائر عرفت تحسنا ملحوظا نتيجة لتحسن الظروف الأمنية و استقرار الوضع السياسي في البلاد منذ سنة 2000، أين بدأت الجزائر تستعيد أعداد السياح الأجانب الوافدين إليها أو الجزائريين المقيمين بالخارج، حيث بلغ عددهم سنة 2000 حوالي 865.994 سائحا، و استمر هذا التوافد لكن بزيادة متواضعة، إذ لم تتجاوز هذه الزيادة عتبة المليون سائحا إلا خلال سنة 2003، أين بلغ عدد السياح الوافدين الجزائر حوالي 1116287 سائحا ليستمر هذا الارتفاع أين وصل إلى حوالي 2730856 سائحا سنة 2013 وذلك يعود لاستقرار الأوضاع الأمنية للبلاد ، بينما شهدت سنتي 2014، 2015 انخفاضا محسوسا نتيجة لأحداث ما يسمى بالربيع العربي في بعض الدول المجاورة للجزائر .

المبحث الثالـث: تشخيص معوقات تنمية القـطاع السياحـي وآفـاق النهوض به

بالرغم ما تزخر به الجزائر من مؤهلات سياحية لا مثيل لها فإنها لا تزال ضمن المراتب الأخيرة في الترتيب العربي والعالمي، و على الرغم من المحاولات العديدة التي قامت بها السلطات الجزائرية لتنمية القطاع السياحي من خلال المخططات التنموية الواحدة تلو الأخرى إلا أن التجربة الجزائرية في إدارة و تثمين و استغلال الموارد السياحية تظل محدودة و غير قادرة على تحقيق الأهداف المرجوة رغم ما تتوفر عليه من إمكانيات و معطيات سياحية، و هذا راجع إلى وجود مجموعة من المعوقات التي تحول دون تطور القطاع السياحي و النهوض به و أهمها:

المطلب الأول: أهم معوقـات القـطاع السياحـي في الجزائـر

رغـم التطـور الملحـوظ الـذي يمـر بـه القطـاع السـياحي فـي الجزائـر، ورغـم البـرامج الطموحـة المعـدة مـن طـرف الجهـات الوصـية علـى هـذا القطـاع، إلا أنـه لا يـزال الكثيـر مـن العراقيل والمعوقات أمامه نذكر منها:

أولا: عدم اهتمام الدولة بالقطاع السياحي غداة الاستقلال

لقد تم تهميش القطاع السياحي غداة الاستقلال من خلال إعطاء الأولوية للتصنيع على حساب القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال البرامج التنموية، حيث أن القطاع السياحي لم يحظ بذلك القدر من الأهمية الذي كان يستحقه نتيجة لاعتماد إستراتيجية غير واضحة لتنمية السياحة بعد الاستقلال، واعتماد العشوائية في الاختيارات الهامة للتنمية الاقتصادية. [1]

ثانيا-نقـص المرافـق السياحيـة في الجزائـر مع غـلاء أسعـــارها

تعاني الحضيرة الفندقية في الجزائر نقصا كبيرا في عدد الفنادق وأماكن الإيواء بسبب ارتفاع الأسعار المطبقة، بالإضافة إلى عدم استجابة هذه المرافق للمعايير الدولية، وحسب ما أفادت به وزارة السياحة والصناعات التقليدية وفي تقسيمها لوضع الفنادق في الجزائر أن الطاقة الفندقية غير كافية وتفتقر للجودة، وهذا راجع إلى نقص في طاقات الضيافة، كما أن هياكل الضيافة والإطعام تفتقر إلى الجودة والأصالة حيث نجد أن 10 % فقط من الفنادق تستجيب للمعاير الدولية، وبسبب ارتفاع الأسعار هناك بعض الفنادق نوعا ما مهجورة، ومعظمها يعاني من تقادم البنية التحتية وتحتاج إعادة تهيئة وتصميم يتماشى مع العصر، كما تفتقر إلى الكفاءة المهنية في تقديم الخدمات بسبب النقص الكبير في التأهيل والتكوين والاحترافية في أداء المستخدمين وحسب الإحصائيات الرسمية تتوفر هذه الحضيرة على 85 ألف سرير و 10 فنادق فقط مصنفة 05 نجوم و22 مصنفة 04 نجوم و67 مصنفة 03 نجوم، فعلى سبيل المثال نجد أن فنادق تتوفر على أكثر

([1])-م. مجينطه، **معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الثامن، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وبعض الدول العربية والإسلامية، الجزائر، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين،20/19 ديسمبر 2009،ص ص1-2.

من 100 غرفة مصنفة 04 نجوم وليست لديها حضيرة للسيارات ولا مسبح، أما بعض الفنادق التي تتواجد على الساحل فهي آليا مصنفة 03 نجوم حتى إذا كانت لا تحوز لا على مصعد للوصول إلى الطابق الثالث و ربما لا توجد بالغرف لا تلفاز ولا ثلاجة فما بالك بالتكييف[1].

وقد شهدت العشرية الأولى من القرن الحالي تشييد عدة مشاريع سياحية وفنادق معظمها في شمال البلاد، أي في المدن التي تعرف حيوية اقتصادية (الجزائر– وهران– عنابة).[2]

ولذلك سيتوجب تحسين جودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والمرافق السياحية من أجل تقديم خدمات سياحية ترقى إلى المستوى المطلوب.

ثالثـــا: ضعـف الترويـج الإعلامـي والتسويـق السياحـي في الجزائـــر

يعاني القطاع السياحي الجزائري من ضعف النشاط الترويجي والتسويقي له نتيجة لغياب إستراتيجية واضحة المعالم لتسويق الوجهة السياحية للجزائر التي لا تزال مجهولة لدى الكثير من الناس سواء من أبناء هذا الوطن أو خارجه.

ومن أهم الطرق التي من شأنها التعريف بالمنتج السياحي الجزائري ما يلي:[3]

1- **الكتيبات الاستثمارية السياحية:** وهي كتيبات عامة ينبغي تطويرها كلما تطور المنتج والطلب، فهي تعرف بالمنتج السياحي في تسميته وطريقة صناعته واستعماله وكذلك سعره.

2- **الملصقات واللوحات الإشهارية السياحية:** ترمي هذه الوثائق إلى تقديم الجانب الجمالي للمنتج، قصد جذب أكبر عدد ممكن من السياح.

3- **الوسائل السمعية البصرية:** تتمثل في الأفلام ونشر لصور متعلقة بالمنتج السياحي عبر التلفزيون ومعارض الصور والشاشات الكبيرة المستعملة في المعارض وفي قاعات السينما وشبكات الانترنيت.

4- **المشاركة في المعارض بالخارج:** تنقسم المشاركة في المعارض بالخارج إلى ثلاثة أنواع من التظاهرات:

–التظاهرات ذات الطابع العام: وتظم المعارض التي يكون فيها إقبال الجمهور كبير نتيجة لكونها مفتوحة للجمهور العريض.

–التظاهرات الثقافية والاقتصادية.

–التظاهرات الخاصة المرتبطة بالمنتج وتكون موجهة للمختصين.

5- **المتاحف والصناعات التقليدية:** وذلك بهدف إعادة الاعتبار والمحافظة على التراث الوطني من الاندثار باعتبار أن الرغبة في عصرنة الصناعات التقليدية تشكل خطرا قد يؤدي إلى فقدان الأصالة.

6-تنظيم تظاهرات وطنية: ويقصد بها التعريف أو الإعلام حول المنتج على الصعيد الوطني.

(1)-وثائق صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2010.

(2)-Mourad Kezzar , **L'Algérie a la recherche de son tourisme**, édition SAEC, Liberté, Algérie, 2009, p 41.

(3)-http ://www.aljazeera.net.(01/04/2024).

لقد عانت الجزائر من غياب إستراتيجية واضحة وسياسة حقيقية من أجل تسويق المنتج السياحي والفندقي لأن التسويق السياحي لم يكن من أولويات السلطات المعنية خلال العشريات الماضية بل أنها تجاهلت القطاع بأكمله رغم الإمكانيات الضخمة في المجال السياحي التي تمتلكها الجزائر، بل حتى أن مصطلح التسويق السياحي والفندقي يعتبر غائبا تماما، وهذا طبعا راجع إلى غياب ثقافة تسويقية من جهة، وثقافية سياحية من جهة أخرى[1] إن عدم إتباع إستراتيجية تسويقية واضحة المعالم في الجزائر لجذب اكبر عدد من السياح كان له عدة انعكاسات أهمها:

- ضعف أداء وكالات الأسفار وذلك من خلال عدم وجود تنظيم للوكالات وعدم تكييفها مع الطرق العصرية للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري.
- عدم وجود مكاتب سياحية خارجية تتولى عملية الترويج في كافة الدول، تظهر عوامل الجذب السياحي المتوفرة في الجزائر.
- ضعف الإشهار السياحي الذي يعتبر جزء لا يتجزأ من المخطط التسويقي.
- ضعف تأثير وسائل وأدوات الترويج المتبعة في التعريف بالمقصد السياحي والوجهة السياحية للجزائر مثل الفضائيات، الانترنيت، القنوات العلاقات العامة.

رابعـــا:الافتـقـــار للسلوكيات الحضارية لدى بعض المواطنين

إن قلة التوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى بعض المواطنين يؤدي إلى انتشار السلوكيات الخاطئة والسلبية في بعض الأماكن السياحية، هذه السلوكات التي تمارس من طرف بعض الأفراد سواء عن جهل أو عن عمد من الممكن أن تترك آثارا سلبية لدى السياح وبالتالي تدمر مجهودات ضخمة بذلتها الدولة من أجل إنعاش القطاع السياحي. [2]

ومن بين السلوكات الغير حضارية ما تقوم به بعض الفنادق والمخيمات، والمجتمعات السياحية التي ترمي بفضلاتها على الشواطئ أو في أماكن غير مخصصة لها، واستغلال الفنادق والمخيمات لأغراض غير أخلاقية، فبدخول موسم الصيف تزداد الخصومات والمشاجرات والمشاكل بسبب المسكرات والمخدرات، بالإضافة إلى الغلاء الفاحش في أسعار الخدمات المقدمة لديها، ومما يزيد الطين بله ما يحدث أحيانا في بعض شواطئنا من إقدام بعض الفنادق والجهات على غلق المنافذ المؤدية للشواطئ، بالإضافة إلى تناقص أو غياب أعوان الأمن ورجال الحماية المدنية في بعض المناطق ليلا مما يفتح المجال أمام بعض المنحرفين

([1])-صالح فلاحي، **النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماجالاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي**، الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة البليدة، 20- 21 ماي 2002، ص 06.

([2])-حسن أحمد شحانة، **التلوث البيئي وإعاقة السياحة**، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2002، ص 84.

للقيام بممارساتهم المخلة بالقانون والآداب، بل وقد يشكلون خطرا على حياة المصطافين والسياح مما قد يحرمهم من الاستمتاع بهذه الأماكن والمناطق ليلا، بل قد ينفرهم منها إطلاقا.[1]

ويبقى أهم عنصر فاقد للوعي السياحي في الجزائر هو المواطن، حيث أن افتقادنا لحقيقة أهمية السياحة لبلدنا ومدى الإمكانيات المتوفرة التي تجعل السياحة موردا حقيقيا يغنينا عن انخفاض وارتفاع أسعار المحروقات، وهو ما يتطلب إنشاء مدارس ومعاهد خاصة بالسياحة، فضلا على إدراج أهمية التنمية السياحية في المناهج التربوية قصد غرسها في أعماق المواطنين منذ الصغر.

خامسا:الافتـقار إلى الوعـي السياحـي وغيـاب الثقافـة السياحيـة لدى الكثيـر من الجزائريـن

إن الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم، التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوك سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم، والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح[2]،ومن بين هذه المعوقات الثقافية السياحية مثلا:

– عدم الاختلاط بالغير (السائح) خوفا على عاداتنا وتقاليدنا.

– المطالبة بالابتعاد كليا عن المنشآت السياحية على اعتبار أنها جالبة للتغيير السلبي، والتعامل في مجال السياحة مع أشخاص منغلقين على أنفسهم لا يعرفون شيئا عن الغير (السائح).

– عدم التوعية الكافية بأهمية السياحة وخاصة السياحة الأسرية، والنظرة القاصرة إلى أن السياحة لا تكون سوى للعزاب أو ألأفراد دون الأسر.[3]

إن الكثير من الجزائريين يفتقدون للثقافة السياحية، فكلمة السياحة عندهم تعني الاصطياف، وشواطئ البحر، وكثير منهم لا يعتبرون زيارة الآثار والمعالم التاريخية نوعا من السياحة، كما أن ثقافة التجوال والتخييم في الجبال وغيرها غير مقبولة عندهم لاعتبارات اجتماعية خاصة بالنسبة للعائلات، كل هذه الأفكار الخاطئة وغيرها أدت إلى قصور الثقافة السياحية لدى الجزائريين.

سادســا: الظـروف الأمنيــة التي مـرت بــها الجزائـــــر

إن نقص الأمن والاستقرار وتواجد الإرهاب وانتشار الحروب التي تسبب الكثير من الكوارث والمشاكل وتؤدي إلى دمار البيئات الطبيعية والاصطناعية وتدهورها وقد يستمر هذا الخراب لمدة طويلة ويطول أجيال عديدة، كما أن الحروب تعمل على تشريد المجتمعات وتروج العنصرية وتهديد البقاء البشري وكل هذا يجعل الكثير من الدول تعاني من حالة عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي وعدم الإحساس بالأمن والسلام، وهذا ما يفقدها طابعها السياحي. [4]

([1])-جريدة الخبر اليومي، العدد 5710، 27 /07/ 2009، ص 23.

([2])-هناء حامد زهران، **الثقافة السياحية وبرامج تنميتها**، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص 24.

([3])- http://www.alger.com (08/04/2024).

([4])-علي بن فايز الجحنى وآخرون، **الأمن السياحي**، مركز الدراسات والبحوث بجامعة نايف، الرياض، 2004، ص 48.

ولقد ساد الجزائر في فترة التسعينات خاصة نوعا من عدم الاستقرار السياسي، وغياب سيادة القانون، وتفشي ظاهرة الرشوة والفساد وتقييد الحريات الجماعية والفردية كلها تشكل في حد ذاتها سبب من أسباب ضعف حصة الجزائر من السياحة الدولية، حيث أن الوضع الأمني السيئ الذي عرفته الجزائر طيلة عقد التسعينات، بالإضافة إلى كونه قد ساهم في التأخر الملحوظ لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة ببلدان أخرى مثل الأردن والمغرب وتونس و وغيرها، فإنه من شأنه أن يكون كذلك قد كرس ثقافة الرفض عند شرائح اجتماعية واسعة لأنواع محددة من الأنشطة السياحيـــة في الجزائر، إلا أن الوضع الأمني أخذ يعرف تحسنا تدريجيا منذ نهاية التسعينات ليكون مقبولا إن لم نقل جيدا في الوقت الحالي، أي عند نهاية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، لكن لابد من الإشارة إلى أن الأمن لا يقتصر على ظاهرة العنف التي عرفتها الجزائر خلال التسعينات من القرن العشرين، والتي هي في طريق الحل النهائي، بل يشمل القضاء على الانحرافات المختلفة مثل الاعتداءات الجسدية والسرقة وغيرهما[1]، ورغم التحسن والاستقرار الملحوظين في الساحة الأمنية و السياسية في الجزائر ورغم التدفق المتزايد من السياح إليها إلا أن المناطق الصحراوية وعلى رأسها منطقتي الطاسيلي والهقار تعاني من هذا المشكل نتيجة عمليات اختطاف السياح لأجل طلب الفدية.

ويعد المشكل الأمني أحد المحاور الرئيسية التي حرمت الجزائر من الظهور بشكل يليق بقدراتها وإمكانياتها السياحية، وهذا المشكل كان له الدور الكبير في تراجع النشاط السياحي في سنوات التسعينات، وبالرغم من التحسن الملحوظ إلا أن ذلك لا ينفي وجود بعض الأحداث المتفرقة التي مازالت تؤثر سلبا على السياحة كانتشار ظاهرة السرقة، والاعتداءات، والاختطاف.

سابعـــا: تأثيـــر التلـوث البيئـي على السياحـــة

إن التلوث البيئي يؤثر على إقبال السياح إلى بعض المواقع السياحية والتي بطبيعتها تكون جميلة أو بالقرب من المنتزهات أو بالقرب من المناطق الأثرية أو الغابات والمناطق الجبلية وكذلك في المناطق الساحلية من خلال تعرضها للتلوث البيئي سواء تلوث المياه أو التربة أو الهواء أو الضجيج، الأمر الذي يؤثر سلبا على أداء المواقع السياحية بشكل كبير وأهم مصادر التلوث البيئي هي: [2]

1-مصـادر تلـوث الهـــواء:

تعد ملوثات الهواء المختلفة المحيطة بالمواقع السياحية سواء كانت مناطق سياحية مفتوحة أو على شكل منشآت سياحية من أهم منغصات السياح وخاصة الغازات المنبعثة من المناطق الصناعية الواقعة على الظهر الخلفي للمناطق السياحية، كما أن الغازات والأبخرة المنبعثة من عوادم وسائل النقل كالسيارات

([1])-م. مجينطة، مرجع سابق، ص 09.

([2])-بركات كامل النمر المهيرات، **الجغرافيا السياحية والأقاليم السياحية في العالم**، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص ص 176-177.

والحافلات والشاحنات، وكذلك تشغيل المولدات الكهربائية الضخمة ينتج عنه انبعاث غازات سامة لها اثر سلبي على السياح و المواقع السياحية.

2-**تلوث المياه:** تستخدم المياه للأغراض السياحية من عدد من المصادر أهمها:

- **شبكات مياه المدينة:** غالبا ما يتم تلويث هذه المياه بواسطة خزانات المياه أو لعدم كفاءة الشبكة واختلاط المياه بعدد من الملوثات البكتيرية أو الطفيلية الأمر الذي يعرض مستخدمي السياحة إلى الإصابة بالأمراض المختلفة.

- **مياه الآبار العذبة:** تتلوث هذه المياه بتلوث الخزان الجوفي الناتج عن وصول نفايات سامة أو مشعة مدفونة في باطن الأرض إلى هذا الخزان، والذي ينجم عنه عدم صلاحية المياه للاستخدامات السياحية.

- **المياه المحلاة:** ويمكن أن تتلوث هذه المياه كنتيجة لعدم الالتزام من قبل محطات المعالجة بضبط الأسس والمعايير وكمية الأملاح المذابة التي تتسبب أولا بتآكل المواسير الناقلة لهذه المياه وبالتالي تلوثها السريع.

3-**تلوث التربة:** تتلوث التربة من مصادر مختلفة ومن بين ملوثات التربة في المناطق السياحية.

-تتأثر المواقع السياحية بتلوث التربة الناتج عن الأملاح التي تم التخلص منها من المناطق الصناعية المختلفة وخاصة المناطق القريبة من المواقع السياحية.

-تؤدي عمليات الردم للبحر بمخلفات الأتربة والصخور وإقامة المنشآت السياحية إلى تغير إيكولوجي للمنطقة، ومن أهم مظاهره المد الطحلبي وموت الأسماك.

-تؤدي عملية التخلص من المخلفات الصلبة والخطرة الناتجة عن النشاطات السياحية إلى انبعاث غازات تضر بالعاملين في المنشآت السياحية.

4-**الضوضـاء (الضجيــج):**

إن للضوضاء أثر سلبي على راحة السياح والعاملين في المنشآت السياحية، لهذا يجب احتواء الضوضاء الصادرة عن المنشآت والمركبات ووسائل النقل بصفة عامة وذلك لتأمين الراحة للسكان ومستخدمي المنشآت السياحية، حيث أن التعرض المستمر للضوضاء يتسبب في مخاطر صحية لا يمكن إهمالها على العاملين في الفنادق والمنشآت السياحية والمجاورين لهم.

أما بالنسبة للجزائر فإن التلوث البيئي له عدة مصادر أهمها: [1]

- نفايات مصانع المنتجات الكيميائية والتي ترمى في البحر ملوثة الشواطئ الجميلة خاصة في مناطق الشرق الجزائري.

- الاعتداء الدائم على الطبيعة بحرق الغابات الشيء الذي جعل الجزائر تفقد نسبة معتبرة من ثروتها الغابية.

([1])-شبايكي سعدان، مليكة حفيظ، **لماذا لا تلعب السياحة دورا في التنمية في الجزائر**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الثامن حول تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وبعض الدول العربية والإسلامية (الجزائر الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، 20/19 ديسمبر 2009)، ص 13.

– المستوى المتدني للنظافة في المدن والمتمثل في تأخر رفع القمامة وكنس الأوساخ من الشوارع والإهمال في الحدائق العامة.

المطلب الثانـي: برامج الاستثمارات السياحية من أجل تنمية السياحة في الجزائر

لقد تم صياغة خطة عمل تطوير قطاع السياحة في الجزائر على شكل وثيقة تحت عنوان "مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة للجزائر لآفاق 2010" لكن بعد مرور سنتين من تنفيذه كان لزاما إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق وذلك بما يتماشى مع التطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي لتصبح " الإستراتيجية لآفاق 2013" ويستمد هذا البرنامج محتواه على المبادئ الأساسية في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري 2003 والمتعلقة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي باستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية كما يتضمن لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها من خلال: [1]

– الاختيارات المستقبلية المفضلة من خلال تثمين عقلاني للإمكانات التي تزخر بها البلاد من أن تصبح الجزائر مقصدا سياحيا.

– الأهداف الكمية والنوعية المنتظرة.

– التدابير والأدوات لتنفيذ العمليات المبرمجة بهدف الشروع في إنشاء سياحة حقيقية.

– تقسيم الموارد اللازمة لتنفيذها.

أما بالنسبة للأهداف الكمية فإن السلطات الوصية تأمل في الحصول على ما يلي: [2]

– زيادات معتبرة في حجم التدفقات السياحية وحجم الاستثمارات السياحية:

أولا: زيـــادة التدفقـــــات السياحيـــة

إن عدد السياح الوافدين للجزائر سنة 2002 قد قدر عددهم بـ 988000 سائح من بينهم 251000 سائح أجنبي، وهم يمثلون ما نسبة 25 %، وبالنسبة لتوقعات زيادة عدد السياح لآفاق 2013 فإنه يتم من خلال مرحلتين:

المرحلـــة الأولـــــى (2004–2007): يتم تطبيق في هذه المرحلة نسبة الزيادة المتوسطة في ثلاث سنوات 2000، 2001، 2002، والمقدرة بـ 10 % وذلك يتوقع تسجيل 1591000 سائح في نهاية 2007.

ويتوقع أن يبلغ عدد السياح الأجانب 679000 سائح نهاية 2007 وذلك بتطبيق نسبة زيادة قدرها 22 %المحققة خلال سنوات بداية العشرية (2000–2002).

([1])-عامر عيساني،**الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه علوم، غير منشورة ،كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010، ص 109.

([2])-بزة صالح، **مرجع سابق** ، ص 92.

المرحلـة الثانيـــة (2008-2013):كان يتوقع أن يصل عدد السياح في نهاية هذه المرحلة 1507000 سائح، وهذا بتطبيق معدل زيادة ثابتة قدرها 10 % مع تطبيق 0.5 %بالنسبة لسنة 2008، أما عدد السياح الأجانب فيتوقع أن يصل عددهم 120000 سائح أجنبي خلال نهاية المرحلة، وهذا من خلال تطبيق نسبة زيادة مقدرة بـــ 3.5 % وبالنسبة للأعداد الإجمالية المرتقبة من السياح لآفاق 2013 فسوف يكون 3100000 سائح بينهم 19000 سائح أجنبي.

ثانيـــا: زيـــادة حجـم الاستثمـــارات السياحيـــة:

بالرغم من امتلاك الجزائر لإرث طبيعي وحضاري متنوع، إلا أن استغلاله يبقى بعيدا عن طموحات الجزائر، ومن أجل النهوض بهذا القطاع سنتطرق إلى وضعية الاستثمارات السياحية في الجزائر التي تتجه إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء، والجدول التالي يوضح حجم الاستثمارات السياحية بالجزائر خلال الفترة (2000-2015).

الجدول رقم:(15) الاستثمار السياحي في الجزائر للفترة 2000 - 2015

الوحدة: مليون دولار أمريكي.

السنة	الاستثمار السياحي
2000	0.297
2001	0.412
2002	0.628
2003	0.850
2004	1.840
2005	1.640
2006	1.840
2007	2.260
2008	2.080
2009	1.770
2010	1.554
2011	1.664
2012	1.774
2013	1.814

2014	1.991
2015	1.608

من إعداد الباحثين اعتمادا على:

- Source: http://www.org/eag/tourisme-research/economicData-search tool le 15/03/2024.
- World Development Indicators (WDI) ; November 2015.
- World Travel and Tourism, Council Data, 2016.

ما يمكن استخلاصه من الجدول ضعف الاستثمارات السياحية في الجزائر بشكل عام والتي لا تتماشى مع الطلب المتزايد للسياحة في بلادنا، حيث أن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لهذا القطاع الذي يمكن أن يلعب دور المحرك الرئيسي للاقتصاد الوطني.

حيث عرف الاستثمار السياحي وتيرة توسعيه خلال الفترة (2000-2008)، حيث بلغ الاستثمار السياحي سنة 2000 حوالي 0.297 مليون دولار ليرتفع و يزداد خلال هذه الفترة و يصل إلى 2.08 مليون دولار في نهاية سنة 2008، أي بمتوسط يقدر بحوالي 1.68 مليون دولار، ويعود سبب هذه الزيادة في حجم الاستثمارات خلال هذه الفترة إلى تبني إستراتيجية واعدة لتنمية القطاع السياحي بالجزائر، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات لإعادة تفعيله من جهة أخرى ، أم الفترة (2009 -2015) فقد عرف حجم الاستثمارات السياحية انخفاضا وتذبذبا ، حيث انخفض سنة 2009 إلى حوالي 1.77 مليون دولار ، وخلال هذه الفترة عرف الاستثمار السياحي تذبذبا إلى غاية سنة 2015 ، إذ بلغ متوسط حجم الاستثمارات خلال هذه الفترة 1.73 مليون دولار.

أما برنامج التطوير السياحي في الجزائر لأفاق 2013 المسطر من طرف وزارة السياحة فقد قسم حجم الاستثمارات السياحية في الجزائر إلى مرحلتين كما يلي:[1]

1-المرحلـــة الأولـــى (2004-2007):

وفي هذه المرحلة يتوقع إنجاز حوالي 55000 سرير بطاقة سنوية تصل إلى حدود 13750 سرير تدخل حيز الاستغلال، وقد تم تسجيل 387 مشروع في طور الانجاز وقد بلغت نسبة الانجاز حولي 75 % وبطاقة إيوائية تقديرية في حدود 38000 سرير .

([1])-وزارة السياحة، تطور قطاع السياحة وتطوره للعشرية (2004-2013)، مرجع سابق،ص 18.

2-المرحلــة الثانيـــة (2008-2013):

وفي هذه المرحلة يتوقع تسجيل طاقة إيواء بأكثر من 60000 سرير، المشروط السنوي قدره 10000 سرير، ومنه إضافة 7200 سرير التي تم إحصاءها في نهاية 2002، والطاقات التي تم توقعها خلال المرحلة (2004-2007) والمقدرة ب 55000 سرير، إضافة 60000 سرير والمقدرة أيضا خلال المرحلة (2008-2013)، أي مجموع كلي قدره 187000 سرير في آفاق 2013.

ولقد عملت الدولة على إعطاء أولوية كبيرة للاستثمارات السياحية من خلال تقديم العديد من الحوافز الموجهة للمستثمرين في المجال السياحي نذكر منها: [1]

-تخفيض معدل الرسم على القيمة المضافة بالنسبة للخدمات المتصلة بالنشاطات السياحية والفندقية إلى غاية 2019.

-إعفاء تأسيس الشركات في قطاع السياحة، وكذا رفع رأس المال من حقوق التسجيل.

-تخفيض نسب الفائدة على القروض بالنسبة للاستثمارات في المشاريع السياحية، وذلك بتخفيض نسبته 03% بالنسبة لولايات الشمال ونسبة 4.5 % بالنسبة لولايات الجنوب من معدل الفائدة المطبق على القروض البنكية.

-تخفيض نسب الفائدة على قروض توسيع وعصرنة المؤسسات السياحية في الجنوب من معدل الفائدة المطبق على القروض البنكية.

-تخفيض الحقوق الجمركية على التجهيزات والتأثيثات المقتناة لعصرنة وتأهيل المؤسسات السياحية المستوردة من الخارج.

-تخفيض على عمليات التنازل عن الأراضي الضرورية لإنجاز المشاريع السياحية على مستوى الهضاب العليا والجنوب من تخفيض نسبته 50 %و 80 %على التوالي.

المطلــب الثالـث: جهـود الدولـة فـي تطويـر القطـاع السياحـي

تحاول الجزائر منذ أن تعافت من الأزمة الأمنية الناتجة عن المأساة الوطنية سنة 1999 ومن الأزمة التمويلية الناتجة عن أسعار البترول منذ 1985 إلى سنة 1999، تسطير برامج اقتصادية واجتماعية للنهوض بالكثير من القطاعات واستدراك التأخر الذي يمسها، وقطاع السياحة كواحد من بين هذه القطاعات ونظرا لمزاياه الاقتصادية بالإضافة إلى الآثار التي يمكن أن يتركها على الجانب الاجتماعي والبيئي فقد وضعت بلادنا عدة خطط تنموية حديثة لتنميته والنهوض به، ومن أهم هذه الخطط المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025.

([1])-المواد:42،43، 79، 80، 81، 82، من قانون المالية التكميلي لسنة 2009 المؤرخ بـــ يوليو 2009 الصادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 2009/07/26، العدد 44، ص 11-17.

1-**المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية** لآفاق **2025 (SDAT)**:

يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المرجع الرئيسي للسياسة السياحية للجزائر، على المدى القريب 2008، المدى المتوسط 2015، المدى البعيد 2025، وهو يعكس إرادة الدولة في النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، قصد الارتقاء به وجعله في مصف القطاعات الاقتصادية الأخرى.

إن هذا المخطط يعتبر كذلك تتويج ناضج لمسار طويل من البحث، التحقيقات، الدراسات، الخبرات و الاستشارات، وبالتالي فهو نتيجة لعمل فكري كبير ولاستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص،[1]ومن خلاله تعلن الدولة عن:

-نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير، والمدى المتوسط، والمدى الطويل في إطار التنمية المستدامة.

-تحديد أولويات إنجازه وتوضيح شروط تحقيقه.

كما أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية حتى سنة 2025 يحتوي على الأهداف والوسائل والإجراءات الواجب اتخاذها للوصول به إلى منتهاه والذي يجعل من الجزائر وجهة سياحية دولية.

أولا: نموذج التنمية السياحية المتبع في هذا المخطط

تم تقسيم الجزائر إلى ست أقطاب سياحية تم تهيئتها من اجل بروزها كوجهة سياحية بصفة الامتياز تتصف بالديمومة والتنافسية، وحسب المخطط فإن تهيئة هذه الأقطاب يؤدي إلى الشروع في الانطلاقة الأساسية التي سوف تدفع بنهوض القطاع في كافة أقاليم التراب الوطني نظرا للترابط الذي سيحدث بين هذه الأقطاب بواسطة البنية التحتية الجاري إنجازها، ثم إقامة البنية الفوقية بالتدرج مع التركيز في كل قطب على الفروع الواعدة، و بالرغم من ان لكل هذه الفروع أهمية إلا أن هناك ست فروع لها الأفضلية في الفترة (2008-2015) هي الاستحمام، السياحة الشاطئية، الصحراوية، الثقافية، الصحية، الترفيهية.

ثانيا: الأهداف الإجمالية للمخطط

وتتمثل في:

1-**الأهداف النوعية:** هي عبارة عن مؤشرات عامة ومستقبلية منها ما يلي:

- ✓ ترقية اقتصاد بديل أو مكمل لقطاع المحروقات.
- ✓ تحقيق التوازنات الكبرى، والانعكاس الايجابي على القطاعات الأخرى.
- ✓ تثمين صورة الجزائر دوليا، من خلال تكثيف الترويج والإشهار نحو الدول "مصدر السياح الى الجزائر".
- ✓ تثمين التراث الثقافي والتاريخي.

([1])-وزارة تهيئة الإقليم والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، الكتاب رقم 03، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، 2008، ص 03.

✓ التوفيق الدائم بين ترقية السياحة والمحافظة على البيئة.

2-الأهداف الكمية: يمكن تلخيصها فيما يلي:

- **رفع طاقات الإيواء:**

حيث أن المسعى في هذا المخطط هو جعل الجزائر وجهة سياحية دولية في سنة 2015، ويتوقع المخطط أن يدخل للجزائر نهاية 2015 عددا يصل إلى 2.5 مليون سائح، وحسب الدراسة التي أشرفت عليها وزارة السياحة فإن هذا العدد يحتاج إلى 75 ألف سرير، لذلك جاءت في أهداف المخطط إنجاز 40000 سرير، منها 30000 سرير في المدى القصير، والوصول إلى 75 ألف سرير عند نهاية 2015.

-إنجاز سلسلة من الفنادق الرفيعة بعدد أسرة قدره 29.386 سرير.

-إنجاز عشرون قرية سياحية متميزة ومهيأة برياضات جديدة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة للتناسب مع الطلب الدولي والوطني.

- **حجم الاستثمارات:**

قدر حجم الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين سنة 2008 وسنة 2015 بـــ2.5 مليار دولار موزعة على الفترة الأولى المقدرة بـ 07 سنوات، حيث قدرت تكلفة السرير الواحد إجمالا بـ 60.000 دولار، أما حصة الاستثمارات العمومية فقدرت بـ 375 مليون دولار على مدى 07 سنوات، موجهة أساسا لتمويل الدراسات والترويج والإشهار، كما خصصت واحد مليار دولار من أجل تهيئة المناطق السياحية وتدعيم البنية التحتية.

المبحث الرابع: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني

لقد شرعت الجزائر في تنفيذ سياسة شاملة للتنمية السياحية، قناعة منها بأن القطاع ينطوي على قدرات هامة تساهم في تطوير اقتصادها، وتساعد في حل مشكلاتها الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها، إذ تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي العالمي تصل إلى 10%،[1] وفيما سيأتي أهم الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة في الجزائر.

المطلب الأول: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

إن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مقاس بالنسبة المئوية تعد جد ضعيفة كما يتضح من خلال الجدول الآتي:

([1])-عامر عيساني، **مرجع سابق** ، ص 243.

الجدول رقم:(16) مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2015/2000).

الوحدة%

السنة	نسبة مساهمة الناتج المحلي الإجمالي
2000	% 1.80
2001	% 1.80
2002	% 1.80
2003	% 1.70
2004	% 1.60
2005	% 1.70
2006	% 1.60
2007	% 1.50
2008	% 2.05
2009	% 2.30
2010	% 2.38
2011	% 2.40
2012	% 1.52
2013	% 1.50
2014	% 1.50
2015	% 3.50

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على:

- الديوان الوطني للإحصاء (ONS)، 2012
- منشورات وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل 2014.
- World development indicators (W D I), November 2015.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لم تتعدى 4% خلال الفترة(2000-2014) و هي نسبة متدنية جدا و هي بعيدة كل البعد عن المعدل العالمي الذي أقرته المنظمة العالمية للسياحة و المقدر بـ: 10% حيث أن هذه النسبة متقاربة و ظلت تراوح مكانها طيلة سنوات (2000) إلى غاية سنة (2007) و لم تتجاوز عتبة 1.8% لكن عرفت انتعاشا نسبيا خلال الفترة (2008-2011) بمتوسط قدره حوالي 2.28% ثم سجلت انخفاضا خلال الفترة (2012-2014) بنسبة لم تتجاوز 1.52% و ارتفعت مرة أخرى سنة (2015) إلى 3.5%، و على الرغم من كل ذلك فتبقى هذه النسبة ضعيفة جدا بالنظر إلى المقومات التي تتمتع بها الجزائر في المجال السياحي، و خاصة إذا ما قورنت هذه النسب مع الدول العربية.

و يعود ضعف مردودية القطاع السياحي و محدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي إلى أن القطاع السياحي لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ الاستقلال بسبب اعتماد الدولة على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد، و هي بذلك عكس كثير من الدول العربية الغير النفطية كالمغرب و تونس و الأردن التي عملت على منح القطاع السياحي فيها مكانة بالغة ضمن الأولويات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية و منذ زمن بعيد، إذ أن نظرة بلادنا لهذا القطاع كانت قد اتسمت بالتحفظ و التخوف في بعض الأحيان، و لم يستفد من الاهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر مما انعكس سلبا على النتائج المحققة في القطاع.

المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل

إن الإمكانيات السياحية الهامة التي تتوفر عليها الجزائر تجعل من القطاع السياحي قطاعا بديلا لخلق الثروة و توفير مناصب الشغل وإدماج الشباب في الحياة المهنية، ويمكن توضيح مساهمة السياحة في خلق مناصب الشغل خلال الفترة (2000 -2015)، من خلال الجدول رقم:(17) الذي يوضح تطور مساهمة القطاع السياحي في عملية التشغيل خلال هذه الفترة.

الجدول رقم:(17) تطور مساهمة القطاع السياحي في عملية التشغيل خلال (2000- 2015) .

السنة	عدد المناصب
2000	82000
2001	95000
2002	98000
2003	103000
2004	165000
2005	172000

2006	180000
2007	185000
2008	182000
2009	198000
2010	213000
2011	535400
2012	583000
2013	634500
2014	604400
2015	628300

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على:

- منشورات وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل 2012.
- الديوان الوطني للإحصاء (ONS)، 2014

World development indicators (W D I), November 2015.

إن النسبة المعتمدة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تبين أن انجاز سرير واحد يعني خلق 0.5 منصب شغل مباشر و 1.5 منصب شغل غير مباشر و ذلك حسب المنشأة السياحية .

و عليه فان مؤشر تقدير مناصب الشغل المستحدثة في السياحة متعلقة بعدد الأسرة المنجزة من طرف الدولة.

و من خلال الجدول رقم:(17) يتضح أن عدد مناصب الشغل في القطاع السياحي الجزائري قد عرف تزايدا مستمرا طوال الفترة (2000-2015)، حيث قفز عدد المناصب من 82000 منصب شغل سنة 2000 إلى 628.300 منصب شغل سنة 2015، و تمثل اليد العاملة في القطاع السياحي ما نسبته 1.8%من مجموع اليد العاملة الوطنية، و هي موزعة على الفنادق و المنتجعات السياحية و المطاعم و الوكالات السياحية و غيرها.إلا أن هذه الأرقام بعيدة كل البعد عن الإمكانيات السياحية الكبيرة في الجزائر بسبب مراكز الإيواء الغير المصنفة و التي تشكل نسبة كبيرة من طاقات في الجزائر في الجزائر، حيث أن مناصب الشغل فيها ضعيفة مقارنة بفنادق (05) نجوم و (04) نجوم التي تمتاز بقابلية توظيف أكبر .

و بالرغم من الزيادات الواضحة في عدد مناصب الشغل خلال الفترة (2000-2015)، إلا أنه لا يمكن الحكم على مدى مساهمة القطاع السياحي في خلق مناصب الشغل إلا من خلال مقارنة المناصب التي

يوفرها القطاع السياحي مع إجمالي عدد المناصب المتوفرة في الاقتصاد، أو بعبارة أخرى من خلال حساب نسبة المشتغلين في القطاع السياحي إلى إجمالي المشتغلين في مختلف القطاعات الأخرى و التي بلغت في المتوسط نسبة 1.8%[1] و هي نسبة متواضعة و بعيدة كل البعد عن النسبة العالمية المقدرة بـ 8.2%، و يعود سبب ضعف و تدني هذه النسب و الإحصائيات إلى نقص إنشاء المشاريع السياحية المباشرة أو المساعدة لها بمختلف أنواعها.

المطلب الثالث: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات

إن ناتج النشاط السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي إلى أعداد السائحين المنتمين عادة لدول أخرى، والذين يدفعون بالعملات الصعبة، نظير إشباع رغباتهم السياحية سواء كانت ثقافية أو ترفيهية أو علمية أو بيئية، لذا فإن السياحة تعتبر مصدرا من مصادر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية بحجم تأثيرها على ميزان مدفوعات الدولة، ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء أكانت سلبية أم إيجابية، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي ايجابية فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري ايجابية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية أيضا فإنها ستعزز النتيجة الايجابية المحققة في الميزان التجاري، وبالتالي سوف ينعكس التأثير ايجابيا على ميزان مدفوعات الدولة، ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية للمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية (إنفاق المقيمين من المواطنين والأجانب المسافرين إلى الخارج) وما تحقق من إيرادات سياحية بما فيها عائدات السياحة الوافدة إلى دولة المقصد السياحي، والجدول التالي يوضح وضعية الميزان التجاري السياحي في الجزائر.

الجدول رقم:(18) رصيد الميزان السياحي في الجزائر للفترة (2014/2000).

الوحدة: (مليون دولار أمريكي)

السنة	نسبة المساهمة
2000	93 -
2001	94 -
2002	137 -
2003	143 -
2004	163 -
2005	186 -

([1]) -http://www.galam.com (19/03/2024)

2006	166 -
2007	188.6 -
2008	166 -
2009	181 -
2010	100 -
2011	368 -
2012	81 -
2013	160 -
2014	338 -

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على:

- بيانات من مصلحة الإحصائيات بوزارة السياحة و الصناعات التقليدية، أفريل 2011.
- World development indicators (W D I), November 2015.
- World Travel and Tourism, Council Data, 2016.

من خلال الجدول رقم:(17) نلاحظ أن ميزان السياحة في الجزائر قد شهد عجزا خلال الفترة (2000-2014) حيث أن النفقات السياحية المتجهة نحو الخارج كانت أكبر من الإيرادات السياحية الواردة، و بالتالي فان رصيد الميزان السياحي في الجزائر لم يحقق أي فوائض مالية في كل سنوات الفترة و هو ما يعني أنه يخفض من قيمة الفوائض المالية المسجلة في الميزان التجاري نتيجة لارتفاع أسعار النفط.

و من خلال ما سبق يمكننا القول أن مساهمة قطاع السياحة الجزائري في التنمية الاقتصادية تبقى جد ضعيفة و متواضعة مقارنة بالإمكانيات المتوفرة، و هو ما تترجمه أكثر وضعيتها ضمن مؤشر تنافسية قطاع السياحة و السفر الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي لسنة 2011، حيث شمل المؤشر 139 دولة في العالم، و أشار التقرير إلى أن الجزائر تحصلت على المرتبة 113، و بذلك حسنت ترتيبها بمرتبتين مقارنة بسنة 2009 أين تحصلت على المرتبة 115.

المطلب الرابع: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحقيق الإيرادات

يحقق القطاع السياحي الجزائري إيرادات سياحية عن طريق إنفاقات السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر و الجدول رقم:(19) يوضح تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة (2000-2014).

الجدول رقم:(19) تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة (2014/2000).

الوحدة: (مليون دولار أمريكي)

السنة	الإيرادات السياحية

102	2000
100	2001
111	2002
112	2003
178	2004
184	2005
220	2006
219	2007
323	2008
246	2009
246	2010
209	2011
217	2012
367	2013
347	2014

المصدر من إعداد الباحثين اعتمادا على:

- World development indicators (W D I), November 2015.
- World Travel and Tourism, Council Data, 2016.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن الإيرادات السياحية التي حققتها الجزائر خلال الفترة (2000-2014) ضعيفة و متذبذبة، إذ بلغ متوسط إجمالي الإيرادات السياحية خلال هذه الفترة حوالي 212.06 مليون دولار، حيث عرفت هذه الفترة زيادة في الإيرادات السياحية لكن بوتيرة متواضعة تتخللها تقلبات حادة في بعض السنوات أين انخفضت سنة 2009 إلى حوالي 246 مليون دولار بعد أن كانت في سنة 2008 حوالي 323 مليون دولار، و كذلك انخفضت سنة 2014 إلى حوالي 347 مليون دولار بعد أن كانت في سنة 2013 حوالي 367 مليون دولار، ويعود سبب هذا الارتفاع في الإيرادات خلال السنوات الأخيرة إلى تحسين الأوضاع الأمنية والاستقرار السياسي في البلاد.

خلاصة الفصـــــل:

ما يمكن استخلاصه من هذا الفصل وعند استعراض المسيرة التنموية للقطاع السياحي في الجزائر يتبين لنا ضعف في الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي خلال الفترة (2000- 2015) رغم ما يحمله هذا القطاع من إمكانيات هائلة لتوفير مداخيل كبيرة إلا أنه لم تبرز السياحة كقطاع فعال وأساسي في التنمية الاقتصادية.

وبالرغم ما تمتلكه الجزائر من مقومات سياحية، إلا أن هناك مجموعة من المعوقات حالت دون النهوض به، حيث أن الإيرادات السياحية المحققة ضعيفة، وكذلك مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي كانت مساهمة ضئيلة جدا، إضافة إلى الميزان السياحي الذي شهد عجزا طوال فترة الدراسة، أما مردوده في امتصاص البطالة فكان ضعيفا بتوفير عدد متواضع من مناصب الشغل سواء المباشرة أو الغير مباشرة.

وتسعى الجزائر في محاولة منها للارتقاء بقطاعها السياحي إلى مستوى المنافسة والتميز وعليه قامت بوضع برنامج من أجل دعم وتنمية السياحة أو ما يسمى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2025 SDAT) للنهوض بهذا القطاع وجعله يواكب القطاعات الأخرى.

الخاتمة العامة

خـــاتمـــة

يعد القطاع السياحي في الوقت الحاضر من القطاعات الاقتصادية الرائدة لإحداث التنمية، فمعظم دول العالم سعت ومازالت تسعى جاهدة لتنمية القطاع السياحي وتطويره ،وذلك لما له من دور هام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية لاسيما في الدول النامية التي تعتمد على النفط كمصدر وحيد لإيراداتها الوطنية.

وبرغم ما تتمتع به الجزائر من مقومات وإمكانيات سياحية هامة، من معالم تاريخية وحضارية وأثرية فضلا عن التنوع الجغرافي، حيث يمكن لهذا القطاع أن يساهم في تعظيم العوائد الاقتصادية التي يمكن أن تؤدي إلى ضخ المزيد من العملات الأجنبية في شرايين الاقتصاد الوطني وتوفير فرص عمل جديدة وتحسين المرافق الأساسية وتطوير المستوى الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، ورغم مجهودات الدولة في تفعيل نشاط القطاع السياحي في الجزائر من خلال وضع إستراتيجية جديدة للتنمية السياحية وفق المخطط الوطني للتهيئة السياحية لأفاق 2025، إلا أنها لم تستطع أن ترقى بهذا القطاع وتبقى بعيدة كل البعد عن قيمة وأهمية المؤهلات و الموارد السياحية المتوفرة بالجزائر، وقد توصلنا من خلال دراستنا لموضوع دور القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر إلى الكثير من النتائج العامة، والتي تقودنا إلى بعض التوصيات يراها الباحث ضرورية ومكملة للإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحة مستقبلا.

أولا: نتائج الدراسة

وانطلاقا مما سبق ذكره توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات التالية:

1- السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع هام يلعب دورا هاما في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات ،ومصدر للعملة الصعبة ،وفرصة لتشغيل اليد العاملة وهدفا لتحقيق برامج التنمية أما من منظور اجتماعي وحضاري فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات و المعارف الإنسانية للأمم و الشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

2-على الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملا جذابا للسياح ،وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة ،بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

3-تتوفر الجزائر على العديد من المؤهلات والموارد السياحية، والجزائر من بين الدول القلائل على المستوى العالمي التي تتوفر على هذه الميزة لكن بالرغم من هذا الثراء، إلا أنها لم تولي لهذا القطاع الاهتمام الكاف في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

4-ركود وتأخر القطاع السياحي الجزائري من خلال ضعف طاقات الاستيعاب الفندقي، والنقص المسجل في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، إذ أن أغلبيتهم من الجالية الجزائرية المقيمة في المهجر.

5- إن القطاع السياحي الجزائري اعترضته مشاكل وعوائق حالت دون النهوض به، حيث اختلفت هذه العوائق وتنوعت من حيث: توفير العقار السياحي، وإشكالية تمويل الاستثمار السياحي ونقص الوعي السياحي وغياب التأطير السياحي، إضافة إلى الاختيارات التنموية السابقة في غير صالح القطاع السياحي.

ثانيا: نتائج اختبار الفرضيات

- **الفرضية الأولى:**

لا توجد إستراتيجية تنموية واضحة المعالم في مجال الصناعة السياحية في الجزائر رغم امتلاكها لمقومات سياحية كبيرة قادرة على جعلها بلدا سياحيا تنافسيا.

بينت الدراسة صحة هذه الفرضية ، حيث تزخر الجزائر بمعالم و مقومات سياحية هائلة نتيجة شساعة مساحتها و تنوع أقاليمها كما تمتلك ثروات و مناظر طبيعية، نجد فيها الجبال الشاهقة و الهضاب العليا الفسيحة و السهول و سواحل بحرية ممتدة على طول 1200 كلم على ضفاف البحر الأبيض المتوسط و هي سواحل ساحرة الجمال كما تتربع على اكبر الصحاري بمساحة حوالي مليونين كلم^2 و هذه الصحراء الكبرى هي امتداد يترامى حتى شبه الجزيرة العربية، كما تزخر الجزائر بعدة حضائر وطنية مثل – الحضيرة الوطنية بجرجرة ، و الحضيرة الوطنية بثتية الحد و الحضيرة الوطنية بالشريعة و قورايا و القالة، كما تمتلك الجزائر سلسلة جبلية فريدة من نوعها مثل مرتفعات الأطلس التلي الذي يقطع الجزائر من الشرق إلى الغرب منها جبال تيكجدة، و جبال الشريعة و جبال الأوراس، كما تزخر أيضا بأكثر من 202 منبع للمياه المعدنية بخاصيات علاجية مؤكدة ترتكز اغلبها في شمال البلاد، أما الصحراء الجزائرية الكبرى فتحتوي على معالم و منحوتات و منقوشات ورسوم صخرية تعود إلى 7000 و 8000 سنة كما هو الحال في اكبر معرض على الهوا الطلق في الطاسيلي نانجر الذي يحتوي على أكثر من 1500 معلم اثري ما بين رسومات جدارية و منحوتات و منقوشات...الخ، بالإضافة إلى امتلاكها أكثر من 300 موقع اثري و تاريخي منها ما هو مصنف عالميا، موزعة عبر التراب الوطني مثل تيمقاد- جميلة- تيبازة- شرشال...الخ، كما تمتلك إرثا ثقافيا متنوعا يتمثل في عدد جد معتبر من المتاحف الوطنية التي ترمز لعمق تاريخ الجزائر و حضارتها و من بينها المتحف الوطني للجيش- المتحف الوطني للفنون الجميلة- متحف احمد زبانة- متحف سيرتا...الخ. وبالرغم من كل هذه المقومات السياحية التي تزخر بها الجزائر إلا أن السلطات المعنية لم تعط ذلك الاهتمام للقطاع السياحي منذ الاستقلال من خلال انتهاج سياسات عشوائية ويتجلى ذلك في المبالغ المالية المحدودة المخصصة للقطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الأخرى.

- **الفرضية الثانية:**

إن مساهمة القطاع السياحي الجزائري في المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية مساهمة محدودة، بينما مساهمة القطاع السياحي الأردني في المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية مساهمة معتبرة.

بينت الدراسة صحة هذه الفرضية، حيث تشير البيانات إلى أن متوسط مساهمة القطاع السياحي الأردني في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (2000-2014) يفوق 11% بينما في الجزائر لم يتعدى في أحسن الأحوال 2.5 % أما مساهمة القطاع السياحي الأردني في خلق فرص العمل فقد كان في ذروته سنة 2015 بتشغيل حوالي 589000 عامل ، بينما بلغ في الجزائر كأقصى حد له سنة 2014 حوالي 261289 عاملا ، أما مساهمة القطاع السياحي الأردني في ميزان المدفوعات فيتمثل في تحقيق الميزان السياحي لهذا البلد فائضا بحوالي 2167.5 مليون دولار سنة 2010 ، وهذا الرقم بعيد كل البعد عن المبالغ التي حققها الميزان السياحي الجزائري خلال كل سنوات ازدهار السياحة في الجزائر.

الفرضية الثالثة:

إن تطوير وتنمية القطاع السياحي الجزائري على ضوء الإستراتيجية الجديدة للتنمية السياحية في إطار المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لأفاق 2025 مرتبطة بتذليل المشاكل والمعوقات التي تعترض التطبيق الفعلي لهذه الإستراتيجية المعتمدة

بينت الدراسة صحة هذه الفرضية من خلال استعراض الإستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي من خلاله تم تقسيم الجزائر إلى ست (06) أقطاب سياحية تتصف بالديمومة و التنافسية، إلى رفع طاقات الإيواء بالجزائر وإنجاز سلسلة رفيعة من الفنادق ، إضافة إلى انجاز عشرون قرية سياحية متميزة و مهيئة برياضات جديدة مخصصة للتوسع السياحي، كما يهدف هذا البرنامج إلى زيادة حجم الاستثمارات السياحية، وبصفة عامة فقد تم تسطير هذا البرنامج من اجل النهوض بالقطاع السياحي الجزائري قصد الارتقاء به وجعله في مصاف القطاعات الأخرى.

ثالثا: توصيات الدراسة

وفي ضوء النتائج السابقة فإننا ندرج مجموعة من التوصيات العملية وأهمها:

1- ضرورة إدخال تقنيات التسويق السياحي للتعريف بالمنتج السياحي الجزائري في السوق العالمي.

2- نشر الوعي السياحي عنة طريق وسائل الاتصال المسموعة والمقروءة والمرئية من اجل نشر السلوك السياحي السليم الذي يتوافق مع الترغيب السياحي وحسن استقبال السياح، وحماية المناطق السياحية ، وإطلاق حملات توعية لتثقيف الأفراد بأهمية السياحة اقتصاديا واجتماعي وحضاريا وبيئيا وصحيا وسياسيا.

3- ضرورة تطوير وحماية المواقع السياحية والتاريخية من اجل تنمية سياحية مستدامة.

4- منح تسهيلات بالنسبة للمستثمرين في مجال السياحة خاصة بالنسبة لوكالات السياحة والأسفار من اجل التعريف بالوجهة السياحية للجزائر.

5- إنشاء صندوق خاص بتمويل المشاريع السياحية الكبرى خاصة الفندقية منها من أجل تفادي نقص التمويل اللازم بالإضافة إلى الحرص على مطابقتها للمعايير الدولية .

6- إعادة النظر في منظومة الحوافز الضريبية الحالية في الجزائر وخاصة المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في القطاع السياحي.

7- تثمين العنصر البشري وإعطاءه الأهمية اللازمة وإشراكه في اتخاذ القرارات من خلال تكوينهم في المعاهد والمدارس السياحية.

8- ضرورة تكوين رجال الأمن تكوينا سياحيا وثقافيا وتاريخيا ، وليس امنيا فقط خاصة أولئك الذين يعملون في المواقع السياحية حتى يحسنوا التعامل مع السياح

رابعا: آفاق الدراسة

وختاما وفي إطار الحديث عن إمكانية تحقيق تنمية سياحية في الجزائر في ظل التطورات العالمية الراهنة، تثار العديد من القضايا التي تحتاج إلى المزيد من البحث والتوسع، ولهذا نقترح مجموعة من العناوين التالية، كي تكون موضع أبحاث علمية في المستقبل:

1.إشكالية الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل التطورات العالمية الراهنة.

2.مدى مساهمة الاستثمار المحلي والأجنبي في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر.

3. إستراتيجية التنمية السياحية في ظل الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

4.إمكانية الشراكة السياحية بين الدول العربية.

وفي الأخير لا يسعنا إلا أن نسأل الله العظيم، التوفيق والسداد في إنجاز هذا البحث.

قائمة المراجع

قائمــة المصــادر والمراجــع

المراجــع باللغــة العربيــة

01 الكتب بالعربية :

-01 أحمد الجلاد، مدخل إلى علم السياحة، عالم الكتب، القاهرة، 1985.

-02 أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.

-03 أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للتوزيع، الأردن، 2007.

-04 بركات كامل النمر المهيرات، الجغرافيا السياحية والأقاليم السياحية في العالم، دار الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

-05 حسن أحمد شحاتة، التلوث البيئي وإعاقة السياحة، مكتبة الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2006.

-06 الحسن حسن، السياحة صناعة وعلاقات عامة، الدار اللبنانية للنشر والعلاقات العامة، بيروت، 1978

-07 خالد كواش، السياحة، مفهومها، أركانها، أنواعها،الطبعة الأولى، دار التنوير، الجزائر،2007.

-08 زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر و التوزيع،الأردن، 2008.

-09 صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر (مكوناتها- ظواهرها- آفاقها)، دار حازم، دمشق، 2002.

-10 عزة محمد مسعود، التسويق السياحي، المعهد العالي للدراسات النوعية، مصر، 2010.

-11 عصام حسن الصعيدي، التسويق و التترويج السياحي و الفندقي، دراسة للتسويق السياحي و الفندقي في الدول العربية، الطبعة الأولى،دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2009.

-12 علاء الدين عبد الوهاب، مدخل إلى علم السياحة، قسم الدراسات السياحية بالمعهد العالي للسياحة و الفنادق بالسادس أكتوبر، مصر، 2005.

-13 علي بن فايز الجحنى وآخرون، الأمن السياحي، مركز الدراسات والبحوث بجامعة نايف، الرياض، 2004.

-14 فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيقية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

-15 ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة، دار زهران، عمان ، 1997.

-16 مثنى طه الخوري، إسماعيل محمد علي دباغ، مبادئ السياحة والسفر، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2001 .

-17 محمد الصيرفي، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2009.

-18 محمد بلقاسم حسن بهلول، سياسة تخطيط التنمية وإعادة تنظيم مسارها في الجزائر، ج 1، ديوان

المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 1999.

19- محمد خميس الزكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي، دراسة المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.

20- محمد مطر، إدارة الاستثمار، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.

21- محمود الديماسي و آخرون، تخطيط البرامج السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2002.

22- محمود كامل، السياحة الحديثة علما و تطبيقات، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975.

23- مروان السكر ، مختارات من الاقتصاد السياحي ، الطبعة الأولى ، دار مجدلاوي، الأردن، 1999

24- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة مجد الجامعية للدراسات، لبنان، 2003.

25- مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، ط1، دار الرضا للنشر، دمشق، 2008.

26- منى فاروق حجاج، مدخل إلى علم السياحة ، جامعة حلوان لشؤون الدراسات العليا والبحوث ، القاهرة، 2011.

27- نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.

28- نبيل الروبي، مجموعة الدراسات السياحية " نظرية السياحة"، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، 1986.

29- نشوى فؤاد عطا الله، تنمية المبيعات ، الطبعة الأولى ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008.

30- نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

31- هناء حامد زهران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004.

02- الأطروحات و الرسائل الجامعية:

أ- أطروحات الدكتوراه:

01- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.

ب- الرسائل الجامعية:

01- أيمن برنجي، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2008.

02- رشيدة عداد، التسويق في المؤسسة الخدمية، حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2002.

03- صالح بزة ، تنمية السوق السياحية بالجزائر دراسة حالة ولاية المسيلة ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، ، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010

04- عريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، قسم الاقتصاد، جامعة الجزائر، 1997.

05- مبارك بلالطة، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.

06- مصطفى محمد نور الدين، السياحة الدولية ودورها في التنمية الاقتصادية مع إشارة خاصة للدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، العلوم الاقتصادية ،معهد البحوث والدراسات العربية، ، جامعة الدول العربية والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، مصر، سنة 1977.

03-الملتقيـات:

01- شبايكي سعدان، مليكة حفيظ، لماذا لا تلعب السياحة دورا في التنمية في الجزائر، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الثامن تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وبعض الدول العربية والإسلامية (الجزائر الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، 20/19 ديسمبر 2009).

02- صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط اندماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة البليدة، 20 و 21 ماي 2002.

03- صبايحي نوال، العالية مناد، دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص و دوره في التنمية السياحية، جامعة البويرة، 27- 28 سبتمبر 2015.

04- م. مجينطه، معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الثامن حول تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر وبعض الدول العربية والإسلامية، الجزائر، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، 20/19 ديسمبر 2009.

04-الجرائد والمجلات:

-01 أبو زيد أحمد، أدب الرحلات، مجلة علم الفكر، الكويت، المجلد13، العدد 4، مارس 1983.

-02 جريدة الخبر اليومي، العدد 7733، تاريخ: 2015/03/12

-03 خالد كواش، " مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر " مجلة اقتصاديات إفريقيا، العدد الأول.

-04 الديوان الوطني للسياحة ، الهقار-التاسيلي، أكبر متحف في العالم على الهواء الطلق ،مجلة الجزائر سياحة ، العدد 26، الجزائر، دون سنة نشر.

-05 الديوان الوطني للسياحة، الحمامات المعدنية منتوج خاص، مجلة الجزائر سياحة، العدد 33، مطبعة الديوان،الجزائر.

-06 محمد الشريف بوهالي، تصنيف الحضيرة الوطنية لتازا بجيجل

-07 مختار إبراهيم مختار، الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة دراسة في المردود الاقتصادي من السياحة في ليبيا، مجلة الأكاديمية للعلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد الثاني، طرابلسّ، 2009.

05- الدوريات والقوانين والتقارير:

-01 اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، تطبيق مؤشرات التنمية المستدامة في بلدان الاسكوا، نيويورك المواد:42،43، 79، 80، 81، 82، من قانون المالية التكميلي لسنة 2009 المؤرخ بـــ يوليو 2009 الصادر بالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة بتاريخ: 2009/07/26.

-02 منشورات الديوان الوطني للسياحة ONT، سنة 2001.

-03 منشورات وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، سنة 2000.

-04 وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)، سنة 1974.

-05 وزارة تهيئة الإقليم والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، الكتاب رقم 03، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، 2008.

ثانيا المراجـــع بالغة الأجنبية:

01- الكتب بالأجنبية :

01- Ahmed Tessa, Economie Touristique Et Aménagement Du Territoire, O.P.U, 1993.

02- Billon Du Développement Touristique Entre 1962-1976, Ministère Du Tourisme, 1977.

03- Hachimi Madouche. Le Tourisme En Algérie, Edition Houma, Alger, 2000.
04- Mourad Kezzar , L'Algérie A Recherche De Son Tourisme, Edition Saec, Liberté, Algérie, 2009.
05- Office Nationale Du Tourisme, Algérie Carte Touristique.

02- التقارير باللغة الأجنبية :

01- Bilan Du Développement Touristique Entre 1962-1976, Ministère Du Tourisme, 1977.
02- CNES : Contribution Pour La Rédhibition De La Politique Nationale Du Tourisme, Novembre 2002
03- La carte du tourisme 1966, ministère du tourisme, 1976
04- Ministère de l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat, 2015.
05- Ministère de l'aménagement du territoire et du tourisme et de l'artisanat, 2016.
06- Ministère De Planification Et De L'aménagement Du Territoire Générale Du Pentagonal, 1980-1984.
07- Ministre de L'aménagement de Territoire, de l'environnement et du Tourisme
08- National Tourism Office, Algeria Travel Of Heart, Press Book
09- Office Nationale Du Tourisme, Algérie. Carte Touristique.
10- Tourisme L'Algérie Une Version, Des Ambitions, Dossier De Presse Le Monde A Paris 2008
11- World Development Indicators (WDI) ; November 2015.
12- World Travel and Tourism, Council Data, 2016.

3- المواقـع الإلكترونيـة

01- www.aawsat.com
02- www.aljazeera.net.
03- www.alwahatech.net
04- www.galam.com
05- www.ont-dz.org
06- www.orianis.fr
07- www.wikipedia.org/wiki