



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 -سكيكدة-



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

آفاق القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للسياحة SDAT2025

مذكرة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر

تخصص: اقتصاد دولي

إشراف الأستاذة:

د. مسيعد مريم

إعداد الطالب:

بوغاغة مروان

لجنة المناقشة:

الجامعة الاصلية	الرتبة	الصفة	اسم ولقب الأستاذ
جامعة 20 أوت-سكيكدة-	أستاذ محاضر أ	رئيسا	د. اوضايفية حدة
جامعة 20 أوت-سكيكدة-	أستاذ محاضر ب	مقررا	د. مسيعد مريم
جامعة 20 أوت-سكيكدة-	أستاذ مساعد أ	مناقشا	أ. نعمون مراد

السنة الجامعية: 2018/2017.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر:

فجزاهم الله عني خير الجزاء.
أهدي ثمرة هذا الجهد .
إلى أمي الكريمة وأبي العزيز
إلى إخوتي وأخواتي .
إلى الأستاذة : مسيعة مريم .
إلى أساتذتي وعمال الإدارة في الكلية.
إلى كل الأصدقاء كل باسمه ..
وكل من ساعدني في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد
لكم مني ألف تحية .

الإهداء:

إلى من أضاءوا عتمتي وكانوا للأمل سبيلا وكانوا للقلم مداده، إلى
من أسكنوا الموج في مواجهتي وأوصلوني إلى بر الأمان في رحلتي

الدراسية هذه

إلى أبي أطل الله عمره وأمي حفظها الله .

وإلى عيون رعت وقلوب دعت، إلى من أعطوا بلا جزاء، وأحبوا

بلا رياء إلى....

أفراد أسرتي الغالية وخاصة الكتكوتة منار

إلى كافة الأصدقاء والأحباب.

إلى زملاء الدراسة طالبة ماستر تخصص إقتصاد دولي

إلى الأستاذة المشرفة : مسيعة مريم

إلى كل أساتذتي في الكلية

أهدي ثمرة هذا الجهد .

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العناوين
	البسمة
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ - ح	المقدمة
	الفصل الأول : الاطار النظري للسياحة
08	تمهيد
09	المبحث الأول : ماهية السياحة .
09	المطلب الأول : نشأة السياحة ومراحل تطورها .
13	المطلب الثاني : مفهوم السياحة والسائح.
13	تعريف السياحة :
16	المطلب الثالث : أنواع السياحة .
19	المبحث الثاني : أساسيات السياحة
19	المطلب الأول : أهمية وأهداف وخصائص السياحة .
19	أولا : أهمية السياحة .
21	ثانيا : أهداف السياحة .
23	ثالثا : خصائص السياحة .
24	المطلب الثاني : دوافع وشروط السياحة .
24	أولا : دوافع السياحة .
26	ثانيا : شروط السياحة .
27	المطلب الثالث : عناصر المزيج التسويقي السياحي .

فهرس المحتويات

27	أولا : تعرف المزيج التسويقي :
28	ثانيا : عناصر المزيج التسويقي السياحي:
30	ثالثا : قنوات المزيج التسويقي السياحي
32	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني : السياحة في الجزائر .
33	تمهيد
34	المبحث الأول : مؤشرات السياحة وآثارها التنموية في الجزائر
34	المطلب الأول : مؤشرات السياحة في الجزائر 2008 - 2013
38	المطلب الثاني : الآثار التنموية للسياحة:
46	المبحث الثاني : العرض السياحي :
46	المطلب الأول : مفهوم العرض السياحي وخصائصه .
47	المطلب الثاني : مقومات العرض السياحي في الجزائر .
53	المبحث الثالث : الطلب السياحي .
53	المطلب الأول : ماهية الطلب السياحي .
56	المطلب الثاني : خصائص الطلب السياحي .
59	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث : المخطط الوطني للتهيئة السياحة آفاق 2025
62	تمهيد
63	المبحث الأول : مدخل إلى المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025
63	المطلب الأول : التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025 وأهدافه .

فهرس المحتويات

68	المطلب الثاني : مراحل إعداد المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT 2025 .
70	المطلب الثالث : الرهانات والتحديات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
76	المبحث الثاني : الديناميكيات الخمس التي يقوم عليها مخطط SDAT
77	المطلب الأول :مخطط وجهة الجزائر.
77	المطلب الثاني : الأقطاب السياحية للامتياز POT .
81	المطلب الثالث : مخطط الجودة.
83	المطلب الرابع : مخطط الشركة العمومية _الخاصة.
85	المطلب الخامس : مخطط تمويل السياحة.
87	المبحث الثالث : حصيلة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية للفترة 2008 – 2014.
87	المطلب الأول : تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهياكل الفندقية
91	المطلب الثاني: تهيئة العقار السياحي واستغلال المحطات الحموية
92	المطلب الثالث : الانضمام لمخطط الجودة
93	المطلب الرابع :إنجازات الشراكة والتمويل
94	المطلب الخامس :نتائج تسويق الوجهة السياحية الجزائرية
96	الخلاصة
98	الخاتمة
	قائمة المراجع

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
.1	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008 - 2013)	36
.2	تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج الإجمالي الخام (خارج قطاع المحروقات)	37
.3	تطور الميزان السياحي للفترة (2008 - 2013).	37
.4	تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2008- 2013)	38
.5	الرهانات الخمسة للسياحة الجزائرية .	71
.6	يوضح وضعية المشاريع السياحية سنة 2014 .	88
.7	وضعية الحظيرة الفندقية بين 2008 - 2014 .	89
.8	يوضح وضعية استغلال المنابع الحموية نهاية 2014.	92
.9		

فهرس الأشكال

قائمة الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل .	رقم الشكل
29	ا عناصر المزيج التسويقي السياحي	.1
56	العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي	.2
66	الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق	.3
69	ا مراحل إعداد SDAT 2025 .	.4
73	يوضح تحديات السياحة الجزائرية .	.5

مقدمة

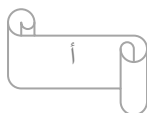
المقدمة

عرفت ظاهرة السياحة تطورا كبيرا من القرن الماضي وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، إذ انعكست التطورات التي شملت العديد من مجالات قطاع الخدمات إيجابيا على قطاع السياحة مما ساعدها على النمو الكبير الذي شهدته ، لتحتل بذلك مكانة هامة عند معظم دول العالم ، نظرا لانعكاساتها الإيجابية المختلفة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية ، وتعد السياحة من أكبر الصناعات نموا في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية باعتبارها قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات ومصدرا لجلب العملة الصعبة وفرصا لتشغيل الأيدي العاملة وهدفا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية وذلك من خلال ما تحويه من مقومات طبيعية وثقافية تؤهلها لأن تكون أسواقا سياحية متميزة يجذب إليها السائحون المطل على البحر وصحرائها الواسعة التي أسرت قلوب الزائرين .

والجزائر من بين الدول التي رغم الجهود الكثيرة التي بذلتها منذ الاستقلال إلى يومنا هذا لتصبح وجهة سياحية دولية تبعا لما تزخر به من إرث طبيعي بشريطها الساحلي وصحرائها الواسعة التي أسرت قلوب.

في ظل هذا التنوع الطبيعي والتاريخي سعت الجزائر للاستثمار في الجانب السياحي عن طريق إعداد العديد من البرامج والمخططات الوطنية من أجل الاستغلال الأمثل لهذا التنوع ومن بين هذه المخططات المخطط السياحي أفاق 2025 الذي تسعى من خلاله لتكوين اقتصاد بديل للمحروقات ينبثق أساسا من السياحة.

وعليه يمكن طرح الأشكال التالية :



المقدمة

إشكالية البحث :

في ظل التنوع الجغرافي والثقافي الذي تعيشه الجزائر ومن أجل الوصول إلى اقتصاد بديل للمحروقات يمكن طرح السؤال التالي :

_ ماهي آفاق القطاع السياحي في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ؟

ومن أجل الإحاطة بكل جوانب الموضوع قمنا بتقسيم الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية كما يلي :

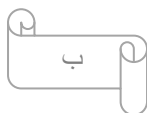
- ما مفهوم السياحة والسائح ؟
- ما أهمية السياحة الدولة ؟
- ما مفهوم مخطط التهيئة السياحية آفاق 2025 ؟
- ما هي الديناميكيات الأساسية التي يقوم عليها المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025 ؟

في ظل الإشكالية السابقة يمكن صياغة الفرضية التالية :

لم تساهم السياحة في الجزائر في التنمية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في بناء اقتصاد قوي في ظل الإمكانيات المتاحة .

ومن أجل تسهيل دراسة الفرضية السالفة قمنا بتقسيمها لفرضيتين فرعيتين هما :

➤ للسياحة أهمية بالغة في الرقي بكافة القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال العلاقة الترابطية التي تكمن بينها .



المقدمة

➤ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو تخطيط استراتيجي يعمل على الاستغلال الأمثل لموارد الدولة المختلفة وتهيئتها لجلب السياح من خلال عدة آليات .

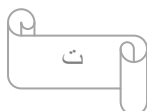
أهمية الدراسة :

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال المكانة التي أصبحت تحتلها السياحة في اقتصاديات الدول واعتباره الاقتصاد البديل للمحروقات في الجزائر من خلال وضع الإستراتيجيات الكفيلة بالاستغلال الأمثل لعوامل الجذب السياحي المختلفة وتحويلها إلى دخل ينمي الخزينة العمومية ويرفع مستوى دخل الأفراد ويساهم بشكل كبير في التنمية المستدامة بالجزائر .

أهداف الدراسة :

نهدف من خلال إجراء هذه الدراسة إلى :

- التعرف بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ؛
- إبراز أهمية السياحة في الحفاظ على مقومات وعناصر الجذب السياحي ؛
- معرفة محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ؛
- التعرف على مكانة السياحة الجزائرية ضمن منظومة الاقتصاد الوطني وعلاقتها بالقطاعات الأخرى في ظل تطبيق وتقييم المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2025؛
- معرفة المرتكزات الأساسية التي ركز عليها المخطط التوجيهي للتنمية السياحية في بناء إستراتيجية الاقتصاد البديل للمحروقات ؛
- معرفة الآثار المترتبة عن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية .



المقدمة

دوافع اختيار الموضوع :

توجد مجموعة من الدوافع يمكن ذكر بعضها :

- الرغبة الشخصية في معالجة هذا الموضوع ؛
- يندرج ضمن مجال تخصص الدراسة ؛
- أهمية السياحة وتحولها من ظاهرة اجتماعية إلى صناعة القرن الواحد والعشرين ؛
- معرفة مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني والوقوف على أهم عناصر قوامها ؛
- البحث عن بديل اقتصادي جديد في ظل هيمنة قطاع المحروقات ؛
- إثراء المكتبة ببحث علمي واعتباره كمرجع لمواصلة الدراسة في المستقبل .

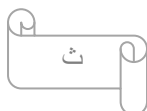
المنهج المتبع :

من اجل معالجة الموضوع استعملنا المنهج الوصفي لوصف الظاهرة السياحية والمفاهيم المتعلقة بها والتعرف على مختلف الديناميكيات التي تم استخدامها والتركيز عليها لتنمية القطاع السياحي الجزائري ضمن ما يعرف بالمخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2025 .

الدراسات السابقة :

هنالك العديد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ، سنحاول التطرق لبعض هذه الدراسات .

_ دراسة كواش خالد (2004) " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية -حالة الجزائر -
أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية من جامعة الجزائر حيث تطرق الباحث إلى تعريف الظاهرة السياحية وأهم خصائصها ، وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية وأداء السياحة عالميا مع التعرض



المقدمة

للسياحة في الجزائر ومقارنته بتجارب بعض الدول السياحية من خلال اتباع المنهج الوصفي التحليلي.

_ دراسة بوعقلين بديعة (2005) ، كانت بعنوان " الاستثمارات السياحية واشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر " حيث ركزت الباحثة على أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر وأثره على تسويق المنتج السياحي الجزائري متبعة في ذلك المنهج الوصفي التحليلي.

_ دراسة قويدر لوبزة الموسومة (2010) بعنوان " اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر " ، تناولت من خلالها عرض عناصر النشاط السياحي والآثار الاقتصادية للسياحة مع التعرض لبرنامج ترقية السياحة في الجزائر متبعة في ذلك المنهج الوصفي التحليلي ..

_ دراسة عوينات عبد القادر (2013) بعنوان " السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، تناول من خلالها الباحث تعريف السياحة ومختلف آثارها بالإضافة إلى دافع السياحة الجزائرية ومقارنتها بتجارب دول شقيقة وهي مصر ، تونس والمغرب مع تشخيص إمكاناتها السياحية في الجزائر ومعوقاتها حيث توصل في دراسته إلى أن القطاع السياحي في الجزائر ضعيف مقارنة بالدول المجاورة تونس والمغرب والذي يساهم بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني وواجب على الدولة وضع استراتيجية ناجحة لاستثمار جوانب العرض السياحي اتبع الباحث في دراسته للموضوع المنهج الوصفي التحليلي عن طريق وصف ظاهرة السياحة وتحليل نتائج المخطط .

_ دراسة شرفاوي عائشة (2015) بعنوان " السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية " عمدت إلى دراسة الرؤيا الإستراتيجية للقطاع السياحي في ظل المتغيرات الحالية مع تقييم حصيلة الانجاز للفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة

المقدمة

السياحية SDAT 2025 متبعة المنهج الوصفي التحليلي حيث توصلت من خلال الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها ضعف تنافسية القطاع السياحي في الجزائر رغم تعدد جوانب العرض السياحي والذي يستوجب تكافل جميع الأطراف لتحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

هيكل الدراسة :

قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول أساسية يمكن توضيح فحواها في مايلي :

الفصل الأول كان بعنوان مدخل للسياحة تضمن مبحثين أساسيين، الأول بعنوان ماهية السياحة تطرقنا فيه إلى نشأة السياحة وتطورها ، مفهوم السياحة والسائح وأنواع السياحة ، والمبحث الثاني كان بعنوان الإطار النظري للسياحة تضمن أهمية ، أهداف وخصائص السياحة بالإضافة إلى دوافع وشروط قيامها بينما المطلب الثالث كان بعنوان عناصر المزيج التسويقي السياحي .

أما الفصل الثاني فكان بعنوان السياحة في الجزائر ، تضمن ثلاث مباحث أساسية ، المبحث الأول بعنوان مؤشرات السياحة وآثارها التنموية ، والمبحثين الثاني والثالث تطرقنا فيهما للعرض والطلب السياحيين في الجزائر .

أما الفصل الثالث الذي يعتبر فحوى الدراسة فكان بعنوان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 عن طريق التطرق في المبحث الأول إلى مفهوم المخطط وأهدافه والرهانات المرفوعة من قبله ، وفي المبحث الثاني عرض للديناميكيات الخمس التي يركز عليها المخطط وفي المبحث الثالث والأخير حوصلة تقييمية لما تم انجازه في إطار تنفيذ المخطط في مرحلته الأولية.

الفصل الأول

مدخل إلى السياحة.

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

تمهيد :

السياحة ظاهرة إنسانية قديمة قدم التجمعات ، عرفت تطورا واكب التطور الذي عرفه الإنسان عبر مختلف العصور نشأت مع نشأة الإنسان وكانت بسيطة ببساطته وبدائية كبدائيته في وسائلها ومظاهرها وأهدافها، ولكن سرعان ما تحولت من مجرد عملية ترحال من مكان لآخر قصد توفير مستلزمات الحياة إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها الراحة، الترفيه والاستجمام والعمل ثم إلى صناعة تساهم في دعم اقتصاديات الدول السياحية وهذا ما سنوجزه من خلال هذا الفصل الذي سنتطرق فيه إلى مفهوم السياحة ونشأتها ومراحل تطورها ، أنواعها ، أهميتها وخصائصها وأهدافها بالإضافة إلى دوافع وشروط قيامها وعناصر المزيج التسويقي السياحي .

المبحث الأول : ماهية السياحة .

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها، مثل البحث عن المسكن او الطعام والشراب أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي ، لكن في الوقت الحاضر أصبحت السياحة صناعة لها أبعادها وأهدافها في المساهمة في الدخل القومي والاقتصاد الوطني ولها دور كبير في تثقيف المواطنين ، حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية السياحة من خلال ثلاث مطالب أساسية ، الأول يشمل التطور التاريخي للسياحة والمطلب الثاني مفهوم السياحة والسائح ، أما المطلب الثالث أنواع السياحة .

المطلب الأول : نشأة السياحة ومراحل تطورها .

مرت السياحة في تطورها التاريخي بعدة مراحل تاريخية يمكن توضيح أهمها فيما يلي :

أولا : السياحة في العصور القديمة : تبدأ هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفرعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في القرن الرابع ميلادي : ومن خصائص هذه المرحلة مايلي :

- ظهور الدول والحكومات مثل الدولة في بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر .
- ظهور الجيوش هيئ الأمان للناس وبالتالي حرية الحركة .
- ظهور الأنظمة والقوانين إضافة إلى ظهور العلوم وتطور وسائل النقل وخاصة السفن الشراعية .
- ظهور النقود والمعاملات والتبادل التجاري وبالتالي ظهور الملكية الفردية .
- ظهور الأديان والمعتقدات .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

كل ذلك أدى إلى بروز ظاهرة السياحة التي لم تعد ظاهرة محكومة بقوانين الطبيعة فقط بل بقوانين وتشريعات الدولة ، بالإضافة إلى ظهور حدود الدول ومالها من قوانين بحيث فرض على السائح احترامها .

وتعود دوافع السفر في هذه المرحلة إلى مايلي :

_ **دافع مادي** : وهذا بعد ظهور التجارة نتيجة لتطور مبدأ التخصص وتقسيم العمل ، فبعد أن كان الفرد مسؤولاً عن إنتاج احتياجاته أصبح الفرد يتخصص في إنتاج سلع معينة أو جزء من السلعة مما أدى إلى إن أصبح بإمكانه إنتاج كمية كبيرة من السلع الفائضة عن حاجته بسلع أخرى إلى أن ظهرت النقود فسهلت عملية التبادل التجاري .

_ **دافع ديني** : حيث تطورت بعض المعتقدات الدينية نتيجة ظهور الانبياء والأديان وتم بناء المعابد والعبادات المقدسة ، حيث ظهر دافع لدى الناس للقيام برحلات لزيارة الأماكن المقدسة وخاصة أثناء المناسبات الدينية مما أدى إلى تطور حركة الأسفار بين الناس .

_ **دافع الاستطلاع** : قيام أناس أكثر بالسفر ليس من أجل الحاجة ولكن من أجل إرضاء تطلعاتهم وللاستطلاع أو التعرف على العادات و التقاليد عند الشعوب الأخرى وعلى مدى عصور التاريخ ظل عدد هؤلاء الرحالة محدوداً لأن ظروف السفر لم تكن ملائمة .

_ **دافع المتعة** : اعتبر الرومان أول من سافر بدافع المتعة والاستجمام خاصة في الفترة الأخيرة ومن زمن الامبراطورية الرومانية ، ومن أهم عوامل تطور السفر بهدف المتعة انشاء الطرق الصالحة لسير العربة ، عامل الأمن وبعض العوامل أو الخدمات الأخرى .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

دافع العلاج : عرف الرومان المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية الموجودة في المدن حيث كانوا يقومون برحلات إليها من أجل الاستشفاء .

بالإضافة للدوافع الرياضية عند اليونانيين والهجرة من منطقة لأخرى .¹

ثانياً: مرحلة العصور الوسطى : كان اتجاه السياحة في تلك العصور نحو التجارة ، الحج رحلات، دراسة .

لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة فمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدماً ، وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء فكانت تجارة العالم تجري إليها وكانت التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة وكانت مركز حياة ثقافية وحضارية حيث جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة ازدهار في العلوم والآثار ، وقد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم الذي كان يدور في فلك تلك الحضارة ، ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية فذة ، ومن أبرز الرحالة العرب في تلك العصور هو ابن بطوطة الذي وضع كتاب " تحفة الأنظار في غرائب وكثير الأمصار وعجائب الأسفار " الذي ضمنه رحلاته إلى آسيا و إفريقيا وكذلك أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان " المسالك والممالك " ولا تزال هاته الكتب تصلح للإرشاد السياحي في تلك المناطق .

لقد أخذت السياحة الدينية عادة جديدة في العصور الوسطى فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم

¹ نعيم الطاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001 ص ص 12-14 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

مسافات طويلة وكثير منهم كتبوا أوصافاً لرحلاتهم وكانت بحق كتب الإرشاد السياحي الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة .

في نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة وطالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات بغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.¹

ثالثاً : العصر الحديث :

بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغيرات حديثة في المجال العلمي فظهرت الطائرة واستخدمت في الأغراض الحربية ثم دخلت مجال النقل البشري والتجاري وحدث تطور هائل لاستخدام السيارة كما ظهر علماء ومتخصصون في النشاط السياحي في الدول المتقدمة وأخضعوا هذا النشاط للعلم والدراسة وخصصوا له الكليات والمعاهد التي وصلت إلى أكثر من ألف جامعة وكلية على مستوى العالم.

وتطورت السياحة في هذه المرحلة نتيجة لعوامل يمكن توضيح أهمها فيما يلي :

- تطور وسائل النقل والمواصلات وانخفاض تكلفتها وخاصة النقل الجوي الذي يتميز بخصائص السرعة والراحة وقطع المسافات الطويلة ؛
- زيادة أوقات الفراغ وعدد أيام الاجازات ؛
- ارتفاع مستويات الدخل الفردي في كثير من دول العالم؛

¹ ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2008 ، ص ص 16 - 18 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- تقدم وسائل الاعلام الجماهيري وتنوعها مع سهولة وسرعة نقل الأنباء والأخبار المختلفة عبر قارات العالم في لحظة حدوثها ؛
- أدت المنظمات السياحية دورا مهما في تنظيم العمل السياحي ؛
- تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى الأقاليم التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة والمتاحف وغيرها من المزارات الثقافية.

المطلب الثاني : مفهوم السياحة والسائح.

بعد أن تطرقنا في المطلب الأول إلى التطور التاريخي للسياحة ، سنحاول في هذا المطلب التعرف على مفهوم السياحة والسائح .

تعريف السياحة :

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها ، وقد ظهرت العديد من التعاريف المختلفة لظاهرة السياحة وفقا لاختلاف الميدان الذي تمت دراستها فيه ، وقبل أن نستعرض تعريف السياحة من وجهات نظر مختلفة سوف نذكر أولا الهدف من تعريف السياحة¹

الهدف من تعريف ظاهرة السياحة : لابد قبل الشروع في تفاصيل تعريف السياحة من الوقوف على الأهداف الكامنة وراء تعريف أي ظاهرة بشكل عام وظاهرة السياحة بشكل خاص ، ويمكن القول أن الوصول إلى تعريف دقيق ومتكامل وموحد للسياحة يحقق الأغراض التالية :

- **غرض تعليمي :** من الضروري إن يعرف الطلاب المتخصصين في الدراسات السياحية معنى الظاهرة السياحية ، فتطوير هاته الظاهرة السياحية يتطلب بالضرورة الوقوف على

¹ حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، رسالة ماجستير ، جامعة سعد دحلب ، البلدة ، 2006 ص 14.

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

معالم هذه الظاهرة وأبعادها وعناصرها وهذا يأتي من خلال الاطلاع على العديد من التعاريف وتحليلها والربط الجدلي بينهما وصولا إلى تعريف متكامل ومتفق عليه من قبل الجميع ؛

➤ **غرض إحصائي :** الإحصاء عبارة عن وسيلة تستخدم من قبل جميع العلوم لتطوير إي ظاهرة مدروسة مهما اختلفت والوصول إلى تعريف موحد ومتكامل ومتفق عليه للظاهرة السياحية يسهل مهمة الباحثين في قياس هذه الظاهرة بشكل خاص وهكذا نصل إلى حالة مثلى لتوحيد الضوابط والمعايير والمقاييس المستخدمة في قياس ظاهرة السياحة ، خصوصا في مجالات الإحصاء السياحي ، الإقليمي والدولي؛

➤ **غرض تشريعي وإداري :** إن التشريعات والقوانين الإدارية تتطلب بالضرورة التعمق في الظاهرة السياحية وبالتالي رسم أبعاد النشاط السياحي وحدوده وفصلها عن الأنشطة الأخرى بهدف التأكد من أن التشريعات والقوانين تصيب الهدف المطلوب فعلا ، وإصدار تشريع خاص للإعفاء الضريبي من أجل تطوير النشاط السياحي يتطلب بالضرورة تحديد الأنشطة السياحية المشمولة بهذا الإعفاء . وإصدار تشريع بإلغاء السفر لأغراض سياحية هل يشمل جميع المسافرين للخارج أم شريحة معينة بالذات ؟

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها ، فمنهم من يعرفها ظاهرة اجتماعية ، والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية ويمكن ذكر أول تعريف للألماني جويبر فرويلر عام 1905 ، والذي عرفها كما يلي :

السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء ، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

لها طبيعتها الخاصة ، وأيضاً نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية ، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة ، متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل¹ . والملاحظ من هذا التعريف أنه ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة وأهم الجانب الاقتصادي .

حسب تعريف " شو ليرن شرانتهمون النمساوي عام 1910 :²

" السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أي بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً ."

كما نشر في نفس السنة مقالاً : " ادموند بكاد ، وهو أستاذ بجامعة بروكسل ، تحت عنوان صناعة المسافر وصف فيه مهمة السياحة ودورها كالصناعة ، بقوله : " أن المهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع الذي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السائحين ولكن من الوجهة المالية ، أي من جهة الأموال الوافرة التي ينفقها السائح وينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح ويتجول في بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة³ "

السياحة حسب تعريف **جون ميشو** : وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي، عرف السياحة كما يلي : " السياحة نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل ، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي ، الاجتماعات ، زيارة المقدسات الدينية ، تجمعات رياضية .. الخ⁴ ."

¹ أحمد الجراد ، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق ، عالم الكتاب ، الطبعة الأولى ، القاهرة ، 1988 ، ص 108 .

² ريان درويش ، الاستثمارات السياحية في الأردن ، رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 1996 ، ص 11 .

³ محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، الإسكندرية ، مصر ، دار المعرفة الجامعية 1991 ص 18

⁴ G p la zoto géographique du tourisme , maison paris 1990 , p 13

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

تعريف السياحة حسب المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي في قراره الصادر سنة 1972 ، يعرفها على أنها : " فن تلبية الرغبات الشديدة التنوع التي تدفع إلى التنقل خارج المجال اليومي ¹ .

حسب هذا التعريف فإن السياحة فن تختلف عن باقي النشاطات الأخرى بسبب طبيعتها وأدواتها .

تعريف المنظمة العالمية للسياحة O M T : وضعت المنظمة العالمية للسياحة مجموعة من التعاريف ، والتي تتحكم في كافة الإحصاءات التفصيلية حول السياحة ، وكان ذلك عام 1963 ، في مؤتمر نظمه حول السياحة الدولية وهذه التعاريف هي :

الزائر : هو كل شخص يتوجه إلى بلد يقيم فيه لأغراض مختلفة ، وليس ممارسة مقابل أجر ويخص فئة من الزوار :

1- السواح : تتكون أسباب زيارتهم هي الترفيه ، الراحة ، قضاء العطل ، الصحة الدراسة

،الرياضة وزيارة الأقارب ، ويمكنون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه .

2- المتنزهون : هم الذين لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة وهم :

- الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو أداء مهمات .
- المشتركون في الرحلات البحرية على ظهور السفن ، حتى وان تعدت مدة إقامتهم 24 ساعة .

- المسافرون : الذين يتوقفون في الطرق حتى ولو زادوا على 24 ساعة .

أما الأكاديمية الدولية للسياحة تقتصر على تعريف واحد للسائح وهو أنه : " شخص يسافر للمتعة " .

¹ حمد لشهب ، السياحة في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 1987 ، ص 14

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

كما عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية السائح بأنه شخص ينتقل لمدة لا تقل عن 24 ساعة إلى بلدان أخرى غير البلد التي بها أي موطنه المعتاد .

مما سبق يمكن التوصل لتقديم تعريف شخصي حول السياحة " هي نشاط يقوم به الشخص الذي ينتقل من موطنه الأصلي إلى مكان آخر بغرض المتعة ، العلاج ، الدراسة ، الرياضة ، لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة واحدة .

المطلب الثالث : أنواع السياحة .

تتعدد أنواع السياحة تبعا لتعدد الدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة فهناك السياحة الثقافية والترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية ، بالإضافة إلى أنواع أخرى جديدة ساعد على ظهورها التطور العلمي و السياسي والاقتصادي والاجتماعي ، ولهذا صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة معايير ، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر مايلي :

أولا: حسب العمر¹

حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى :

- 1- سياحة الطلائع : حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 7- 14 سنة.
- 2- سياحة الشباب : حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 15 - 21 سنة.
- 3- سياحة الناضجين : حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 35 - 55 سنة.
- 4- سياحة المتقاعدين : يعتبر هذا النوع من السياحة تقليدي وغالبا ما يشارك فيه المتقاعدين وكبار السن.

¹ خالد كواش ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، 2003 - 2004 ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، ص ص 44 - 45 ،

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

ثانيا : حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية حيث نجد :¹

- سياحة أصحاب الدخول المرتفعة الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة
- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النواعيات الممتازة من الخدمات ، فنادق الخمس نجوم ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل ...
- السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخول المحدودة .

ثالثا : تبعا للمناطق الجغرافية : حيث تنقسم إلى :

- 1- سياحة داخلية : وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه .
- 2- سياحة خارجية: تعتمد على السياح الأجانب وتسعى كل دولة على تشجيع هذا النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة .

رابعا : أنواع السياحة الحديثة :

- 1- السياحة الطبيعية : حيث يميل الأفراد كثيرا إلى هذا النوع نظرا للتمتع بالمناظر الطبيعية المختلفة .
- 2- سياحة المغامرات : ظهر هذا النوع لخدمة السائح الذي يبحث على المغامرات .
- 3- سياحة الصحاري والواحات : حيث تتم فيها زيارة الصحراء والاطلاع على الفنون الشعبية وحضور الحفلات .
- 4- سياحة الحوافز : حيث تستخدمها الشركات والمؤسسات والمصانع لتحقيق أهداف معينة حيث تقدم بمثابة مكافئة للموظفين والمتعاملين مع المؤسسة كالزبائن والموردين في شكل رحلة سياحية .

¹خالد كواش ، مرجع سبق ذكره ص ص 44 - 45

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

المبحث الثاني : أساسيات حول السياحة .

بعد التطرق في المبحث الأول لماهية السياحة الذي شمل التطور التاريخي لها والمفاهيم المرتبطة بها ، نحاول في هذا المبحث التعرف على أهمية وأهداف وخصائص السياحة من خلال المطلب الأول ، وفي المطلب الثاني التطرق إلى دوافع السياحة وشروطها .

المطلب الأول : أهمية وأهداف وخصائص السياحة .

تؤدي السياحة دورا فاعلا في الاقتصاد الوطني لأي دولة حيث أصبحت من القطاعات المنتجة والتي تدر الكثير للخزينة العمومية للدول حيث سنحاول التعرف في هذا المطلب على أهمية ، أهداف وخصائص السياحة .

أولا : أهمية السياحة .¹

للسياحة أهمية بالغة في جميع المجالات يمكن توضيحها في بعض العناصر كما هي مبينة

- إن الدخل السياحي وامكانية التوسع أعطيا أهمية واعتبار كبير وتم السعي لهذه الأهداف لتحقيقها في الاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية من خلال المشاريع الفردية وتم الحكومية وكان التأكيد على النمو والترويج بدلا من الادارة والرقابة .
- مع ادخال السياحة الجماعية ازداد الوعي للحاجة إلى التخطيط المركزي والادارة للسياحة من خلال الاهتمام الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالإضافة لكونها نشاط اقتصادي فإن السياحة تعتبر أساس للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب .
- تساعد السياحة على تعزيز العالقات الاقتصادية الدولية حيث أن الاشتراك في المنظمات الدولية السياحية الرسمية وغير الرسمية من شأنه أن يساهم في تطوير السياحة محليا ودوليا

¹ محمود الديماسي وآخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان ، الأردن ، ص 76 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

، كما أن استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية يساهم في تلبية احتياجات السياحة الدولية .

➤ الأهمية الاقتصادية للسياحة هي نتيجة للمصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة ، التسوق، الطعام والشراب ...الخ ، وكذا تأثير الاستثمار السياحي أو ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي .

وبالتالي نجد أن السياحة أصبحت الصناعة الأولى في العالم حيث أصبح هذا القطاع يحتل مكانة لا بأس بها ضمن مشاركات القطاعات الاقتصادية في التجارة العالمية .

كما أن السياحة تساهم بنسبة 30 في المائة من تصدير الخدمات التجارية الدولية مما يدفع بالدول إعطائها اهتماما عند وضع الخطط التنموية .

إن للسياحة أهمية اجتماعية من خلال انعكاس ذلك على الجوانب الجغرافية والديموغرافية للسكان بالإضافة إلى الملامح الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة العادات والتقاليد وما يخص الفن والأدب واللغات ...الخ ، حيث أنها :

تؤدي لخلق فرص جديدة للعمالة المستقبلية للسياح مما يؤدي إلى رفع المستوى المعيشي ورفع المستوى الاجتماعي للدولة .

تؤدي إلى إعادة بعث الفنون والصناعات اليدوية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن المدن .

تعمل على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

تتيح السياحة أمام أفراد المجتمع التعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهداتهم واتصالهم المباشر للسياح ، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم .

السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الانسانية وتعمل على الترفيه ولترويح النفسي والجسدي ، فيعود الشخص إلى عمله أكثر نشاطا ونتاجية كما تساهم في تماسك المجتمع بما تتيحه من ألوان التآلف والتعارف .¹

ثانيا : أهداف السياحة .

إن قطاع السياحة كأى قطاع آخر قائم على جدوى وغايات تجعل منه قطاعا فعلا يحقق أهدافا شتى ترضي الطالب للنشاط السياحي وعارضه ، ومن بين هذه الأهداف نذكر :²

1 - الأهداف السياسية : والتي التي ترمي لتحسين علاقات الاتصال بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي .

فبالنسبة للاستقرار الداخلي تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة .

أما بالنسبة للاستقرار الخارجي: وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول ، إذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم ، وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول .

¹ خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، العدد 2005 ، 13 ، ص 57 .

² حمدي عبد العظيم ، اقتصاديات السياحة ، مدخل نظري وعملي متكامل ، مكتبة الشرق ، القاهرة ، 2000 ، ص 15

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

2 - الأهداف الإجتماعية : بما أن القطاع السياحي يعتبر القطاع الانتاجي الثالث بعد الصناعة والزراعة فهو يحقق لنا:

- تشغيل اليد العاملة: وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة ما يساعد القضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناجمة عن الفراغ وعدم العمل وهذا ما يبرز أن السياحة تعتمد على العنصر البشري .
- إعادة توزيع السكان : وذلك من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمرافق الضرورية وتجميع السكان مما يؤدي إلى إعادة توزيع السكان حولها هذا بدوره يؤدي إلى إعادة التوطين الحضاري قد يغير رسم الخارطة الجغرافية .
- المساهمة في رفع المستوى المعيشي : عن طريق زيادة الدخل الفردي والوطني الذي يتسبب فيه القطاع السياحي .

3 - الأهداف الاقتصادية : وتتمثل فيما يلي :¹

- تحقيق وتدعيم إيرادات الخزينة العمومية .
- زيادة الدخل الفردي والوطني .
- تحسين وضعية ميزان المدفوعات .
- تحريك دواليب التنمية الاقتصادية .
- المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى .
- زيادة مستوى التشغيل وتقليل البطالة .

¹ قزير محمود ، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية ، ملتقى دولي حول تسيير وتميز الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، يومي 1 و 2 ديسمبر 2014 ص 3 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده .
- تشجيع الصناعة السياحية .

ثالثا : خصائص السياحة .

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية والمناخ المعتدل والمناطق الجبلية والغطاءات الجليدية والأماكن الدينية والتاريخية والأثرية ، وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات ، ويمكن حصر أهم خصائص السياحة في مايلي :

- تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعفا بطبيعته حيث يؤدي إلى تزايد الدخل وهو ما يطلق عليه بالمضاعف وذلك نتيجة انتقال النقود من السياح إلى عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة .
- توفر فرص عمل لأعداد كبيرة من المستخدمين من عمالة غير مؤهلة وأصحاب الكفاءات العالية.
- تتأثر السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية .
- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر ولا تتحمل الدولة المصدرة لمنتج السياحي نفقات نقله .
- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات أنه يتصف بالموسمية في معظم الأحوال .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- أن السياحة منتج تصديري يتعرض في بعض الأحوال لعدم الاستقرار ، كونه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل ، بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي .¹

المطلب الثاني : دوافع وشروط السياحة .

يدور فحوى هذا المطلب حول الدوافع الرئيسية لممارسة نشاط السياحة ، كذلك الشروط التي يجب توفرها لنحكم على النشاط أنه ضمن مجال السياحة وذلك ما سنعالجه في هذا المطلب بداية من دوافع السياحة .

أولا : دوافع السياحة .

في ظل ديناميكية العالم الحديث يصعب على الانسان مجارة مختلف الظواهر بغرض تلبية كافة متطلباته وحاجاته ، فيكون نتاج ذلك وجود دافع قوي يؤدي إلى تحركه من مكان لآخر داخليا وخارجيا نتيجة لعوامل روحية واجتماعية أو عوامل نفسية واقتصادية² ومن بين هذه العوامل مايلي:

1- دوافع ثقافية ، تاريخية ، تعليمية :

تتعلق بالرغبات المختلفة للتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة الآثار والتعرف على حياة الشعوب ومعرفة حياتهم ، أعمالهم ، ثقافتهم ، وحياتهم الاجتماعية ، الحضارية والثقافية ، كحضور بعض الأحداث المهمة بالعالم ومعرفة ما يدور من حوادث الساعة ن والتقدم العلمي ومشاهدة الأحداث العلمية الجديدة .

¹ . نبيل الروبي ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، القاهرة، 1987 ، ص 12
² محمد العطا عمر ، الندوة العلمية " أثر الأعمال الراهبية على السياحة "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية ، دمشق ، ص11 .

2 - دوافع دينية :

تتمثل في زيارة الأماكن المقدسة أو زيارة المعابد والأضرحة المختلفة حول العالم ، نظرا لما تمثله هذه الأماكن من قيم روحية لمختلف الأديان والمعتقدات ¹.

3 - دوافع الراحة والاستجمام والترفيه :

يرتبط هذا الدافع بمحاولة الهروب المؤقت من الجو الروتيني للعمل والابتعاد عن ضجة المدن المزدحمة بالسكان ، واللجوء إلى الأماكن الهادئة من أجل الاستمتاع بأوقات الفراغ والترفيه عن النفس بتوفير الوقت والمال .

4 - دوافع عرقية :

هذا الدافع ينشأ بقوة لدى المغتربين عن بلدهم ، يولد لديهم حافز قوي لزيارة بلدهم الأم وتجديد الروابط الأسرية ، او زيارة مناطق تركت لديهم انطبعا معينا عنها .

5- دوافع صحية :

يرتبط هذا الدافع بالرغبة في العلاج والبحث عن بيئة نقية بعيدة عن التلوث والضجيج والتوجه نحو الأماكن ذات الخصائص العلاجية لغرض الاستشفاء، الإسترخاء من أجل الراحة النفسية .

6 - دوافع رياضية :

السفر بغرض مشاهدة المباريات الرياضية وتشجيع فرق معينة أو ممارسة الرياضة والمشاركة في المنتديات والتجمعات الرياضية .

¹ محمد عبيدات ، التسويق السياحي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، ص 141 .

7 - دوافع اقتصادية :

تتمثل في الاستفادة من انخفاض الأسعار ومن فرق العملة في التحويل وهذا يؤدي توجه السياح إلى البلد الذي انخفضت عملته للتمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل، أو لأسباب مهنية كحضور المؤتمرات أو سياحة رجال الأعمال وعقد الصفقات وزيارة المؤسسات .

8 - دوافع أخرى :

تتمثل في المغامرة ، المخاطرة أو شراء وسيلة نقل جديدة ومتطورة أو تجريبها مثل طائرة الكونكورد ...الخ ن أو السفر بغرض علمي مثل دراسة الصخور والتربة .

مما هو جدير بالذكر أن هذه الدوافع تختلف من سائح لآخر ، كما أنه قد يجتمع دافعين أو أكثر لدى سائح معين .

ثانيا : شروط السياحة .

لظاهرة السياحة مجموعة من الشروط نحاول أن نذكر بعضها فيما يلي :¹

- السياحة نشاط مركب من عدة ظواهر وعلاقات (اقتصادية ، اجتماعية وثقافية)
- للسياحة عنصرين أحدهما ديناميكي يتمثل في الرحلة ، والآخر ثابت يتمثل في الإقامة المؤقتة ؛
- السياحة محدودة زمنيا فأدناها 24 ساعة ومداها الأعلى سنة واحدة ؛
- تعتبر رحلة سياحية إذا ارتبطت بعنصر وقت الفراغ والعطل ؛
- أن لا يكون وراء السفر البحث عن عمل مأجور ؛

¹ معيزي قويدر ، السياحة في الجزائر واقع وآفاق ، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة ، المؤتمر العلمي الدولي حول - السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24 و 25 أبريل 2012 ، ص 03 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- يجب أن لاتكون الأماكن السياحية المقصودة من طرف السائح موجودة بالمكان الذي يقيم فيه ؛

- دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتنقيفهم بيئيا وسياحيا ؛¹
- ادارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستديمة بيئيا ؛
- التعاون بين مختلف الفاعلين في قطاع السياحة لأجل إنجاح السياحة البيئية .

المطلب الثالث : عناصر المزيج التسويقي السياحي .

يعتبر المزيج التسويقي هو أساس قيام أي نشاط ، حيث يمكن من خلاله معرفة مكانة ممارسي النشاط ومدى بلوغه الأهداف المرسومة مسبقا وذلك من خلال مختلف عناصر المزيج التسويقي ، حيث سنحاول في هذا المطلب تقديم تعريف حول عناصر المزيج التسويقي بصفة عامة في مجال الخدمات ، تليها شرح بسيط لعناصر المزيج التسويق السياحي .

أولا : تعرف المزيج التسويقي :

قبل التطرق لمختلف عناصر المزيج التسويقي السياحي لابد من التطرق لتعريف المزيج التسويقي السياحي ، حيث يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه " مجمل التغيرات التي يراقبها منتج السلع والخدمات ، والتي تمكن من تطوير عرض منتجاته على الزبائن المستهدفين ونقصد بذلك مجمل العمليات التي تطبق على السوق " .²

¹ الرجباني المنجي ، السياحة والبيئة ، مجلة البيئة ، الهيئة العامة الليبية ، العدد 07 ، ليبيا ، 2002 ، ص 80 .
² كاترين قيو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى 2008 ، ص 137 .

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

كما عرف كذلك على أنه " برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات) والسعر والمكان (المكان السياحي) الترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على الآخر ".¹

ويعرف أيضا على أنه " مجموعة من التغييرات القابلة للسيطرة والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية المستهدفة والمحددة مسبقا ".²

ثانيا : عناصر المزيج التسويقي السياحي:

يتكون المزيج التسويقي السياحي من أربع عناصر أساسية وهي : المنتج ، السعر و الترويج ، التوزيع ، كما قام judd عام 1986 بإضافة عنصر الأفراد ، وأضاف kotler عام 1986 العلاقات العامة ، وأضاف magrath في نفس السنة الأفراد والتسهيلات المادية وعمليات الادارة ، وبالتالي أصبح للمزيج التسويقي سبعة عناصر.³

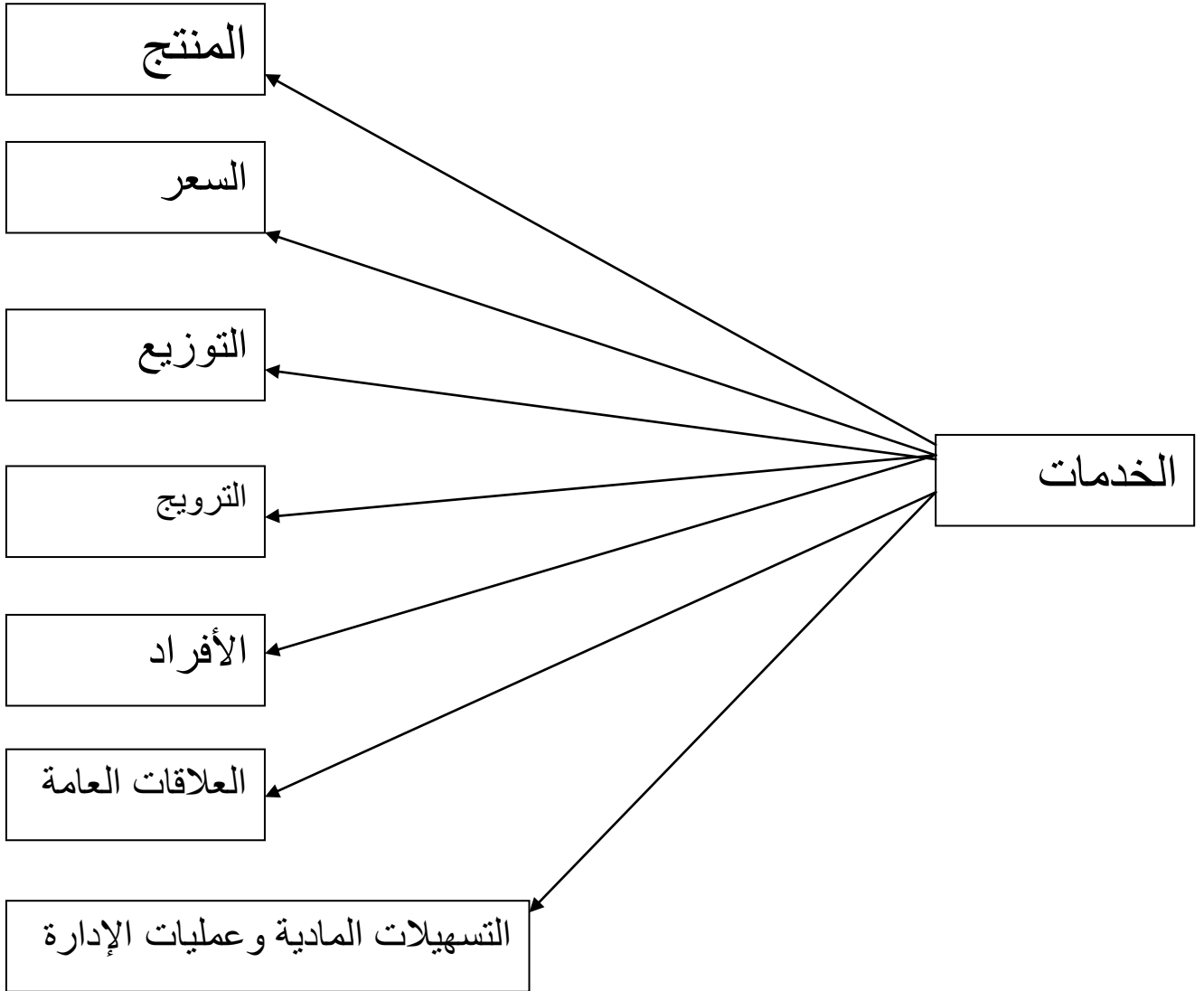
أما فيما يخص المزيج التسويقي السياحي يتكون كذلك من سبعة عناصر وهي : (المنتج السياحي ، التسعير السياحي ، التوزيع السياحي ، الترويج السياحي ، الأفراد و التسهيلات المادية ، وعمليات الإدارة ، وهي موضحة في الشكل الموالي :

¹ ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة ، دار زهراء ، عمان الأردن ، 2008 ، ص 144 .

² زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات وتطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن ، 2005 ، ص 217 .

³ صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " جامعة البليدة يومي 24 و 25 افريل 2012 ، ص 6 .

الشكل رقم 01: عناصر المزيج التسويقي السياحي



المصدر : صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق

التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر الدولي حول " السياحة

رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " جامعة البليدة يومي 24 و 25 افريل

2012، ص 06

1- الخدمة (المنتج السياحي) : وهو عبارة عن مجموعة من العناصر داخل اقليم الدولة ،

حيث يشكل المنتج السياحي مصدر مهم لجلب السياح ؛

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

2- التسعير السياحي : وهو يعبر عن كافة مصاريف الانتاج السياحي من تكاليف الاطعام ،

النقل والإيواء ، وغيرها من الخدمات السياحية المرافقة ؛

3- التوزيع السياحي : ويعتمد على قناتين هما : طريقة التوزيع المباشر وذلك بالاتصال

المباشر مع المستهلكين النهائيين ، وطريقة التوزيع غير المباشرة وتعمل على توزيع الأعباء

والمصاريف على مختلف المتعاملين والوسطاء في عملية التوزيع السياحي ؛

4- الترويج السياحي : يمثل مختلف الجهود الترويجية المبدولة عن طريق مختلف وسائل

الاتصال المختلفة بغية توضيح الصورة السياحية للبلد ؛

5- الأفراد : ويقصد به ذلك العنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية ويشترك في

تقديمها ؛

6- التسهيلات المادية : وترتبط هذه التسهيلات بوجود الأماكن السياحية كالحدايق والمساحات

الخطراء ، وكذلك الهندسة المعمارية في المباني وتأثيرها ، ونوع الأماكن والآثار السياحية

والمناطق الاستجمامية؛

7- عمليات الادارة : وترتبط بإدارة الوظائف التسويقية من خلال تحليل وتخطيط وتنفيذ البرامج

السياحية المصممة .

ثالثا : قنوات المزيج التسويقي السياحي : وهذه القنوات هي عبارة عن شبكات التي يصل من

خلالها المنتج السياحي إلى السوق ، وتتكون هذه القنوات من :¹

- وكالات السفر : حيث تقوم ببيع خدمات السفر للجمهور والقيام كذلك بعمليات الحجز وبيع

التذاكر مقابل عمولات ؛

¹ جودي سامية وخير الدين جمعة ، التسويق كمتطلب أساسي للسياحة الصحراوية ، واقع ولاية بسكرة ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول ، " مرجع سبق ذكره ، ص 10

الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- وكالات السياحة : تقوم بتحضير مخطط أو رزمة سفر (نقل ، إقامة ، إطعام وترفيه) لمدة معينة تعرض على الزبائن الراغبين فيها ؛
- نوادي وجمعيات السفر : وتعتمد في نشاطها على وكالات السفر والسياحة ، وتعمل على تصميم رحلات سياحية خاصة لأعضائها .

خلاصة الفصل .

من خلال دراستنا في هذا الفصل توصلنا إلى أن السياحة من النشاطات المستحدثة التي ظهرت في العصور القديمة تقوم أساسا على التنقل من منطقة إلى أخرى مهما كان غرض هذا التنقل والترحال ، حيث ازداد الاهتمام بها في الفترات الأخيرة لما لها من فوائد على الفرد وعلى الدولة ، حيث أصبحت تساهم بشكل كبير في منح الراحة والمتعة لممارسي هذا النشاط بغض النظر عن طبيعته والدوافع التي تدفعه لممارسته .

كذلك توصلنا إلى أن السياحة أصبح قطاع قائم بحد ذاته له ضوابطه التي يقوم عليها حيث يتطلب رؤوس الأموال الكبيرة والإمكانات الضخمة مثله مثل باقي القطاعات وبالمقابل له مساهمة كبيرة في تنمية الاقتصاد المحلي للدولة من خلال الاستثمار في كل ما تملكه .

الفصل الثاني

السياحة في الجزائر .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

تمهيد :

على غرار باقي دول العالم تسعى الجزائر إلى استثمار مختلف إمكاناتها لجذب أكبر عدد من السياح والرقى بالخدمة السياحية لمصاف العالمية وذلك عن طريق استثمار عناصر الجذب السياحي التي تحتويه من مناظر طبيعية ، مواقع أثرية إمكانات مادية بالإضافة إلى تكوين العنصر البشري المؤهل ، هذا ما قمنا به من خلال دراستنا التي شملت في هذا الفصل مؤشرات السياحة وآثارها التنموية في المبحث الأول بالإضافة إلى العرض السياحي وكذا الطلب في الجزائر ومقوماتهما في المبحث الثاني والثالث على التوالي .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المبحث الأول : مؤشرات السياحة في الجزائر وآثارها التنموية .

إن صناعة السياحة في أي دولة يستوجب استثمار كافة الإمكانيات بهدف تحقيق المردودية المثلى ، وهذا يستدعي من الدولة وضع مؤشرات خاصة تقيس من خلالها مدى فاعلية الإستراتيجية المتبعة لتقييم الأهداف الموضوعية مسبقا مع الأهداف المحققة فعليا ، وهذا ما سنعرج عليه من خلال هذا المبحث حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى مؤشرات السياحة في الجزائر وفي المطلب الثاني الآثار التنموية للسياحة .

المطلب الأول : مؤشرات السياحة في الجزائر 2008 – 2013

ظل القائمين على القطاع السياحي في الجزائر يشيدون بالنتائج المحققة في قطاع السياحة خلال الفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، حيث ارتفع عدد المستثمرين الذين سجلوا مشروعاتهم في الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار السياحي ، كما أشادوا بارتفاع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال هذه الفترة والذي فاق في السنوات القليلة الماضية التوقعات الموضوعية ، لكن لا يمكن أن نحكم على نجاح سياسة السياحة الجديدة المنتهجة لتنمية القطاع من عدمه إلا من خلال الدور الذي تلعبه المداخل السياحية من العملة الصعبة في الناتج الوطني ومساهمة القطاع في توفير فرص العمل وغيرها من المؤشرات .

أولا :المؤشرات الاقتصادية :

وهي مختلف الآثار الناجمة في الاقتصاد الوطني وأهمها :

1_ تطور الإيرادات السياحية : تهدف السياسة التنموية التي شرعت فيها الجزائر لتطوير السياحة كقطاع واحد

لتنمية مستدامة إلى رفع إيراداتها حتى تصل في سنة 2015 من 1500 إلى 2000 مليون دولار وسوف

نعرض تطورها خلال السنوات السابقة من خلال الجدول التالي :

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الجدول رقم 01 :تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2008 – 2013)

الوحدة : مليون دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الإيرادات	324,5	266,4	219,1	208,3	196,4	230,3

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات .

نلاحظ من خلال الجدول أن الإيرادات متقاربة في كل السنوات إلا سنة 2012 حيث انخفضت دون 200 مليون دولار ، إذ بلغت 196,4 مليون دولار بمتوسط إنفاق حوالي 84 دولار لكل سائح سنة 2013 ، أما إذا استثنينا الجزائريين المقيمين بالخارج فإن نسبة متوسط الإنفاق بلغت 238,86 دولار للسائح الأجنبي بينما التقديرات سنة 2015 حسب توقعات المداخل تشير من 1500 إلى 2000 مليون دولار مقابل 2,5 مليون سائح أي بمتوسط إنفاق من 600 إلى 800 دولار للسائح الواحد (مهما كانت جنسيته) مما يدل أن الإيرادات المحققة مازالت بعيدة كل البعد على الأهداف المسطرة ، وأن ارتفاع عدد السياح القادمين إلى الجزائر لم يصاحبه ارتفاع في الإيرادات ويبقى هذا التدفق إلى الداخل دون تأثير موجب ولا يمكن أن نصل إلى تحقيق الأهداف المسطرة بالنسبة لرفع الإيرادات في نهاية 2015 ويتحقق في سنة ما ما لم يتحقق منذ 5 سنوات .

2 - مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي : تظهر مساهمة المداخل السياحية في الناتج المحلي الإجمالي خلال سنوات الفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجدول التالي :

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الجدول رقم 02 : تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج الإجمالي الخام (خارج قطاع المحروقات)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
مساهمة الايرادات السياحية في الناتج الاجمالي الخام %PIB	2,05	2,3	2,3	2,4	2,6	2

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

بالنظر إلى بيانات الجدول نلاحظ أن نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي جاءت متقاربة في كل

(في 2015 حتى أنها انخفضت في سنة 2013 %السنوات وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنتائج المسطرة 3)

أقل من السنوات السابقة مما يعني ضعف أداء هذا القطاع في الإقتصاد الوطني مقارنة بإرتفاع %إلى 2

الأداء العالمي لصناعة السياحة وعدم إستفادة الجزائر من هذه الزيادة .

3 - وضعية الميزان التجاري : على النحو التالي :

الجدول رقم 03 : تطور الميزان السياحي للفترة (2008 - 2013) .

الوحدة : مليون دولار .

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الإيرادات	324,5	266,4	219,1	208,3	196,4	230,3
النفقات	468,6	456,6	574,3	501,7	427,8	410,2
الرصيد	-144,1	-190,2	-355,2	-293,3	-231,8	-179,9

المصدر : الديوان الوطني للإحصاء .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

جاءت نتيجة الميزان السياحي سالبة في كل السنوات مما ينعكس سلبا علي مساهمة مداخل القطاع السياحي في ميزان المدفوعات ،ففي كل السنوات كانت التدفقات السياحية أكبر من الإيرادات مما يدل على أن السياحة العكسية في تطور وزيادة مستمرة وهذا لضعف الخدمات المقدمة في الداخل ، كما أن منتجاتنا السياحية لا تجذب السياح الأجانب مما يعني إخفاق السياسة السياحية الجديدة في تنمية القطاع رغم المجهودات المبذولة .

ثانيا : المؤشرات الإجتماعية :

إن ارتباط السياحة بعملية التنمية المستدامة للحفاظ علي المقومات الطبيعية لصناعة السياحة جعل كل الدول تهتم بتنمية سياحية مستدامة تؤثر ايجابيا علي المجتمع من كل النواحي حيث تساهم في التخفيف من حدة البطالة وتضمن الاستمرارية للأجيال الحاضرة في المستقبل .

مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل : كانت التوقعات للفترة الأولى من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تهدف إلى توفير 400,000 منصب عمل خلال الفترة بين 2008 ألى 2013 والجدول الموالي يوضح عدد المناصب الموفرة في قطاع السياحة .

الجدول رقم 04: تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2008 . 2013)

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
العدد 10^3	320		396	420	450	400

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

يتضح من خلال الجدول أن عدد العمال في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى إلا في سنة 2013 أين انخفض

عن سنة 2012 ، إلا أن هذه الإحصائيات لا توضح المناصب المباشرة وغير المباشرة ، كما أنه % بنسبة 11

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

لم يتم تحقيق الأهداف المتوقعة بالنسبة لخطة الأعمال الخاصة بالمرحلة الأولى (400,000) منصب عمل خلال الفترة (2008 – 2015) إلى غاية 2013 تم توفير 80,000 منصب فقط .

المطلب الثاني : الآثار التنموية للسياحة:

أثبتت صناعة السياحة أنها يمكن أن تقود قاطرة التنمية الاقتصادية في كثير من الدول حيث تسهم بشكل فعال في تنمية مختلف القطاعات بكل جوانبها سواء الاقتصادية والاجتماعية حيث سنحاول التطرق في هذا المطلب لمختلف الآثار التنموية للسياحة.

أولاً: الآثار الاقتصادية :

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

1 الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي :

يمكن ابراز الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي في النقاط التالية :

- آثار السياحة على ميزان المدفوعات : تساهم السياحة بنسبة كبيرة في تنشيط الميزان التجاري وذلك من

خلال :

- تدعيم السياحة لميزان المدفوعات للدول أكثر من أي قطاع آخر ، حيث أن القدرة على المنافسة

في مجال السياحة بالنسبة للدول النامية هو أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول المتخلفة يمكنها أن تنافس

مثيلاتها في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنعة ؛

- إن التسريبات الحاصلة في العملة الصعبة نتيجة الاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا

القطاع يمكن استرجاعها بأكثر قيمة وفي وقت أقصر مقارنة مع معظم الصناعات الأخرى ؛

- إن معدل تغير في الصناعة السياحية هو أقل منه في الصناعات الأخرى وهذا ما يلائم الدول

النامية والتي لا تستطيع في أغلب الأحيان مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في القطاعات

الأخرى نتيجة التطور العلمي في الدول المتقدمة ؛

- إن صناعة السياحة لا تتطلب معدل كبير من النقد الأجنبي إلى إجمالي الاستثمارات لاستيراد

السلع والتجهيزات الخاصة بالنشاط السياحي .

- **أثر السياحة على الإنفاق** : هو التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين بمعنى أن كل إنفاق

من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمات الفندقية التي تشمل

الإيواء والإطعام ، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق هذا الإنفاق يمثل انتقال

الأموال إلى أصحاب المؤسسات الفندقية . ويتفرغ على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين

على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء وتجديد التجهيزات اللازمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول

القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يمونونهم بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب

الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة .¹

وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي كخدمات النقل بكل

أنواعها ، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية ، وزيادة

¹ دمد نوال ، الاستراتيجية الترويجية واسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، 2010 ، ص 22 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الاستثمار ، كما أن الخزينة العمومية للدولة تستفيد من الرسوم والتأشيرات ، الضرائب على الأرباح الصناعية والتجارية ، الضرائب على الدخول رسوم الترخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة .

وتجدر الإشارة إلى أن حجم الحركة السياحية يتوقف على الجهود التي تبذلها الدولة السياحية ، لإجذاب أكبر قدر ممكن من السياح ، ومن أبرز هذه الجهود هو اضهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق الحملات التسويقية التي تقوم بها .

_ **أثر السياحة على قطاع التشغيل**: تعاني أغلبية دول العالم الثالث ومن ضمنها الجزائر من مشكلة البطالة مما يحتم العمل على دفع وتحريك القطاعات التي بإمكانها خلق مناصب الشغل والتخفيف من عبئ البطالة¹. وباعتبار السياحة قطاع مركب ومرتبطة مع القطاعات الإنتاجية الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي والتأمين والنقل. فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل وامتصاص جزء من البطالة ، باعتبار أن السياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الإنتاج في المجتمع وبصفة خاصة عنصر العمل.

وقد بينت الدراسات العديدة في هذا المجال أن التأثير مرتبط بالأهمية المعطاة للسياحة في الدخل الوطني وأولويتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها ، ويقدر أن خلق منصب شغل في الفندقة ينجر عنه خلق منصب جديد في قطاع آخر ، كما أن السياحة تخلق 2,75 وظيفة لكل غرفة فندقية². ويمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات رئيسية وهي :

¹ دماغ نوال ، مرجع سبق ذكره ، ص 23 .
² عمر أبو العينين ، **تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي** ، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وادارتها ، جامعة المنصورة 22 - 23 مارس 1988 ، ص 77 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- العاملون الدائمون بصفة مباشرة : وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح المتكررين على المنشأة السياحية ومرافق خدماتهم كالفنادق ومراكز الترفيه والمطاعم المرتبطة بها ، وكلاء السياحة والسفر ومنظموا الرحلات السياحية ؛
- العاملون في السياحة بصورة غير مباشرة : هم فئة العاملون بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة أي مجمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقات أمامية وخلفية مع القطاع السياحي كالبناء والتأثيث والتجهيز ؛
- العاملون المنجذبون للسياحة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة : وهم غالبا سكان المنطقة السياحية وليسوا من خارجها خلال فترة الذروة في المواسم السياحية ؛
- العامل السياحي المحرض : وهو مجمل مناصب العمل غير السياحية بطبيعتها ولكنها تنتج سلعا وخدمات تستهلك من طرف السياح مثل الزراعة ، الحرف و التغذية والصحة .

– أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل : توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموما على شواطئ البحار في الجبال ، الريف ، الصحراء ، أماكن الآثار البعيدة ، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران ويعيش أغلب أهل هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة وتربية المواشي ، وبعض الصناعات الحرفية مما يؤدي على ضعف المستوى الاقتصادي والمعيشي للسكان .¹

في هذه الظروف يمكن للسياحة وبمقوماتها الخاصة وأثارها الاقتصادية الدافعة أن تصبح موردا مهما لأهل هذه المناطق من خلال تنمية سياحية لهذه المناطق التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وبالتالي مداخيل جديدة فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركيزه في المناطق الحضرية الرئيسية ،² فالأجور المدفوعة للعاملين في المنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق و الأرباح والمداخيل المحققة لمالكي

¹ جودي عبد القادر ، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر ، أطروحة دكتوراه ، جامعة الجزائر 2006 ص 54 .
² علي أحمد هارون ، أسس الجغرافيا الاقتصادية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2000 ، ص 138 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المشاريع وحتى منتجي السلع والتجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المناطق السياحية ، كما ينتج عن ذلك الحد من النزوح الريفي الناتجة من جراء البطالة .

وفي الأخير يمكننا أن نجمل أهم الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في النقاط التالية:¹

- السياحة تحدث توازن بفضل ما تحققه من فائض في ميزان المدفوعات نتيجة إيراداتها من العملات الأجنبية نتيجة لما ينفقه السياح ؛
- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بما تجده من آثار إيجابية على مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني من خلال التشابكات الأمامية والخلفية للنشاط السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى ن وتؤدي إلى زيادة الانتاج الوطني الخام ؛
- تحقق التنمية السياحية فرصا للعمل مباشرة وغير مباشرة بما تنشئه من مشاريع سياحية تهدف إلى خدمة السياح ومشاريع مكملة لها أو مرتبطة بها، كما تجذب الاستثمارات سواء ما كان منها محليا أو أجنبية لما تحققه من عائد سريع ؛
- تعتبر السياحة وعاءا ضريبيا بما يترتب على النشاط السياحي من رسوم وضرائب سواء كانت على شكل تراخيص أو ضرائب على الدخول أو الأرباح التجارية أو الرسوم غير المباشرة ؛
- تزيد السياحة من الطلب على الصناعات والخدمات المتصلة بنشاطاتها مثل البناء والأثاث والتجهيزات وكذلك صادرات الانتاج الحرفي أو منتجات الصناعات الصغيرة من خلال انفاق السياح ؛
- يساعد النشاط السياحي على تسويق بعض السلع الخاصة بالدول السياحية من خلال طلب السياح محليا دون الحاجة إلى تصديرها من خلال شحنها ونقلها للأسواق الخارجية .

¹ محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الثانية ، الاسكندرية 1995 ، ص 105 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

ثانيا : الآثار الاجتماعية للسياحة .

يمكن أن نتطرق إلى أهم الآثار الاجتماعية للنشاط السياحي في النقاط التالية :¹

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة ، الركود الاقتصادي) وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المناطق العمرانية السياحية الجديدة ؛
- السياحة الداخلية أصبحت تعبيراً عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئي بانتشار المحميات الطبيعية ، المصطحات المائية والمساحات الخضراء؛
- السياحة لها أبعادها (الاجتماعية ، الجمالية ، العمرانية ، الصحية) التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية ؛
- السياحة أصبحت أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة ، فإذا كانت الصناعة تحريك آلات ومعدات فإنها تستهدف في النهاية الاستجابة لمتطلبات الانسان ، أما السياحة فهي حياة الانسان نفسه ، لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية بما يفيد الانتاج ، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى ، وتحقق الرفاهية للمجتمع ؛
- السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الانساني في تأكيد حق الانسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لأرتباط ذلك إيجابيا بقضية الانتاج والتنمية ، فالسياحة أصبحت أكبر من أداة مهمة لتحقيق التنمية ؛
- دائما يتم اختيار الأنماط السياحية التي تتلائم وطبيعة البلاد وظروفها ولا تتعارض مع القيم وأخلاقيات المجتمع وتوسيع قاعدة المشاركة لأكبر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشأة السياحية ، بحيث

¹ محمد خميس الزوكة ، مرجع سبق ذكره ، ص 85 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

تستوعب أكبر عدد من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين المجتمع والمشروع السياحي ؛

- الاستثمار السياحي دائما يكون له عادة جانب يتمثل في رصف الطرق وتجميل المناطق وتحسين الخدمة التلغونية ، ومشروعات الصرف الصحي وبذلك الكل ينتفع؛
- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الانسانية وتعمل على الترفيه والترويح النفسي والجسدي فيعود المواطن إلى عمله أكثر نشاطا ونتاجية ، كما تساهم في تماسك المجتمع بما تنتجه من ألوان التآلف والتعارف ؛
- الوعي السياحي هو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن النشاط السياحي هو الاحاطة بكل الواقع المحيطة بالانسان ، المجتمع والطبيعة ، وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف على الواقع بالقيام برحلات سوف تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع بما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة لجذب السياح من مختلف دول العالم ؛
- تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة وإنشاء البيئة التي تسهل الاتصالات والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا ؛
- السياحة نشاط إنساني بالدرجة الأولى وضاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فتؤثر فيها سلبيا وإيجابيا لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف ؛
- السائح باتجاهاته وميولاته ومعتقداته الشخصية وسلوكه الاجتماعي وأفكاره التي يتبناها ، حينما يقوم بزيارة سياحية لأي دولة أو منطقة سياحية وتكرار زيارته لها ينشأ نتيجة هذه الزيارات المتكررة نوع من التآلف والاندماج بينه وبين أفراد المجتمع في الدولة التي زارها وقد تكون تآلفا (لغويا أو ثقافيا) بمعنى تعرف السائح على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف وتتبع انجازاته وتطوره في هذا المجال ،

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

إضافة إلى اطلاع هذا المجتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السائحين بما يحملونه من أفكار واهتمامات ؛

- السياحة أصبحت مصدرا من مصادر التغير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظرا لأن بعض فئات المجتمع ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي ؛
- السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة ؛
- تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين أفراد المجتمع مما يحقق التطور الاجتماعي ، كما تعمل على الاهتمام بالقيم الحضارية للدولة السياحية والمحافظة على التراث الثقافي والمواقع التاريخية والأثرية والأنظمة المعمارية المميزة وإحياء الفنون التقليدية والصناعات اليدوية وغيرها ؛

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المبحث الثاني : العرض السياحي :

العرض السياحي هو مجموع ما تمتلكه الدولة من أماكن مادية وطبيعية وبشرية تحاول من خلالها جذب أكبر عدد من السياح ، حيث سنعرج في هذا المبحث إلى معرفة مفهوم العرض السياحي وخصائصه من خلال التطرق إليه في المطلب الأول ، ومقومات العرض في المطلب الثاني .

المطلب الأول : مفهوم العرض السياحي وخصائصه .

يعتبر العرض السياحي ظاهرة معقدة لتعدد وتداخل عناصره وتعدد المنتج السياحي وسوف نحاول التعرف على العرض السياحي وخصائصه .

أولا : تعريف العرض السياحي .

قدم عديد التعاريف للعرض السياحي نحاول ذكر بعض هذه التعاريف كما يلي :

" العرض السياحي هو خليط من عناصر غير متجانسة والتي تؤخذ مستقلة بعضها عن البعض الآخر لتشكل العرض السياحي الوطني والدولي ، وبعبارة أخرى أنه تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح أثناء تنقلهم ، وإقامتهم وأثناء تجولهم " ¹.

كما يعرف العرض السياحي بأنه " مجموع المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات المتنوعة (النقل ، الاطعام ن اجراءات السفر) والتي من شأنها خلق رغبة لدى السائحين وإقناعهم بزيارة هذه المنطقة " ².

¹ ROBERT LANQUARD , LE MARKETING TOURISTIQUE , PARIS , 1981 , PAGE 39

² معهد التخطيط القومي ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية ، إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساته على الاقتصاد القومي ، ديسمبر 1998 ، ص 18 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

ثانيا : خصائص العرض السياحي

يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدة خصائص هامة تحدد ملامحه الرئيسية وأهمها :

عدم المرونة : (الجمود) يقصد بعدم مرونة العرض السياحي هو عدم قابلية هذا العرض للتغيير طبقا لأذواق ورغبات السائحين بعكس السلع المادية ، حيث أن العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له وخاصة المقومات الطبيعية ، أما الخدمات فإنه يمكن تطويرها وتعديلها إلى الحد الذي تلائم رغبات وميولات شرائح سوقية معينة في حدود القوانين والتقاليد والعادات السائدة في كل دولة ؛¹

استقلال العناصر المكونه له : من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي تستقل كل منها عن الأخرى حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات البشرية ومستقلة عن التسهيلات السياحية حيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون تداخل بينهم ، بعكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها ؛²

استخدامه في أماكن تواجده : وهذا يعني أنه السائحين ينتقلون إلى الدول أو المناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم ، أي ينتقل مشتريا الخدمة السياحية إلى مكان انتاجها لإستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية ، وهذا عكس السلع المادية التي تنتقل هي إلى المستهلك لمكان تواجده .

المطلب الثاني : مقومات العرض السياحي في الجزائر .

تمتلك الجزائر مقومات أساسية تأهلها لتكون من أوائل الدول السياحية في العالم ، إلا أنه رغم ذلك تبقى بعيدة عن مراكز الدول الأخرى ، كونها لم تستغل قدراتها أحسن استغلال وسنحاول الآن عرض أهم هذه المقومات السياحية .

¹ حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، مذكرة مقدمة انيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة البليدة ، 2006 ، ص 92 .

² المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ، تسويق سياحي ، الرياض ، 2008 ، ص 57 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

أولا : المقومات الطبيعية

يمكن اعتبار الجزائر محظوظة في هذا المجال حيث منحها الله سحرا في جميع أرجائها وتتمثل هذه الامكانيات

في ما يلي :

- 1 - الشريط الساحلي : يمتد على طول 1200 كلم وهو عبارة عن شواطئ رملية تتوزع على المدن الرئيسية للجزائر ويصل عدد البلديات الساحلية إلى 420 بلدية ، يمكن أن تعتبر لوحدها أساسا لقيام السياحة الشاطئية.¹
- 2 - المناطق الجبلية : تتمثل أساسا في سلسلة الأطلس التلي الذي يمتد من الشرق إلى الغرب ، بحيث يمتاز بمناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف ، ومن أهمها : مغارات أوقاس ببجاية ، المغارات العجيبة في جيجل وغيرها .

- 3 - الحضائر والمحميات : أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي ، وتعتبر مناطق جذب سياحي ، يوجد منها 8 في الشمال نذكر منها : حظيرة جرجرة ، حظيرة القالة بطارف ، حظيرة تنية الحد بتيسمسيلت و حظيرة بلزمة بباتنة ، حظيرة قوراية ، حظيرة الشريعة ، وحظيرتين في الصحراء هما حظيرة الهقار التي تقع في أقصى الجنوب وحظيرة الطاسيلي ناجر ، وحظيرة واحدة فقط في الهضاب هي حظيرة الهضاب .²

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

¹ جغرافيا الجزائر ، على الموقع : www.onec-education.com ، تاريخ الاطلاع : 10 أفريل 2018 .
² الحضائر الوطنية في الجزائر ، على الموقع www.al-fadjr.com ، تاريخ الاطلاع : 18 أفريل 2018 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

، ومحطة حمام قرقور في سطيف ، وحمام المسك والطين في قالمة ، وحمام الصالحين في خنشلة ، ويمكن أن تعتبر هذه المنابع مصدرا لجذب وتطوير السياحة العلاجية .¹

ثانيا : المقومات التاريخية والثقافية والدينية .

إلى جانب الامكانيات الطبيعية تزخر الجزائر بإرث تاريخي وثقافي لا بأس به نظرا لمختلف الفترات والحضارات التي تعاقبت عليها مثل : الفينقيين ، البيزنطيين ، الرومانيين المسلمين... إلخ، ثم الاستعمار الفرنسي ، دون أن ننسى حضارات السكان الأصليين وتتمثل هذه الامكانيات في :

1 - **المواقع الأثرية** : توجد عدة مواقع أثرية لكن سنركز على تلك التي تصنيفها من قبل اليونسكو كثرات عالمي وهي :²

- مدينة القصبية : أنشأها العثمانيون لتكون حصنا لهم منذ أكثر من 2000 سنة ، صنف كثرات عالمي سنة 1992 ، بها العديد من المواقع الأثرية منها : قصر الداوي ، قصر خداج العمياء، مسجد كتشاوة ، المسجد الكبير ، دار عزيزة .
- مدينة تيبازة : كانت مركزا تجاريا قرطاجيا وقاعدة استراتيجية للإجتياح الروماني أسسها الفينيقيون .
- تيمقاد : أنشئت سنة 100 ميلادي .
- جميلة : بولاية سطيف ، تأسست في أواخر القرن الأول ميلادي وسجلت ضمن التراث العالمي سنة 1982 .
- قلعة بني حماد : صنف تراثا عالميا في ولاية بجاية سنة 1980 ويعود تأسيسها إلى 1007 م .

¹ إيلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية على الموقع www.djazairss.co ، تاريخ الاطلاع 18 أبريل 2018 .

² المعالم الجزائرية بين الانتشار والاندثار ، على الموقع : www.esslamonline.com ، تاريخ الاطلاع : 18 أبريل 2018 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- طاسيلي ناجر : أكبر متحف في العالم لفن النحت على الصخور لفترة ما قبل التاريخ يضم أزيد من 150 ألف رسما ونقشا للتغيرات المناخية والثروة الحيوانية والحياة البشرية للصحراء منذ حوالي 6000 سنة قبل الميلاد حتى القرون الأولى الميلادية ، صنفت تراثا عالميا سنة 1982 ، ويشهد الجميع على أن بها أجمل غروب شمس في العالم .

2 - الزوايا والمتاحف : هنالك العديد من المتاحف والزوايا في الجزائر التي تعتبر شاهدا على الحراك الديني والثقافي التي يمكن حصرها في :

- الزوايا : لقد كان للزوايا في الجزائر دورا هاما في الحفاظ على الهوية الدينية ، اللغوية والثقافية خاصة في عهد الاستعمار الفرنسي كما كانت منبرا للدعوة إلى المقاومة وتحرير البلاد ، ويمكن اعتبارها عاملا للجذب السياحي (السياحة الدينية) خاصة السياحة البينية للدول المجاورة التي تمتلك نفس العادات والتقاليد ومن أهمها : الزاوية العثمانية الرحمانية الزاوية التيجانية ، الزاوية العيساوية الخ .

- المتاحف : توجد بالجزائر عدة متاحف تشهد على الحضارات المتعاقبة أهمها : المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الاسلامية ، متحف سيرتا ، المتحف الوطني للمنمنمات والزخرفة وفن الخط ، المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر ، المتحف الوطني باردو وغيرها ¹.

3 - الصناعات التقليدية : تشكل الصناعات التقليدية والحرف اليدوية إرثا حقيقيا يمكن استغلاله للترويج والجذب السياحي وذلك من خلال الصالونات والمعارض الوطنية والدولية ، ويتميز بثنائه وتنوعه من منطقة إلى أخرى كصناعة الملابس التقليدية بمختلف أنواعها : اللباس القسنطيني ، الصحراوي القبائلي ، الترقى ، النايلي والعاصمي وكذا الحلي الفضية بالأوراس والقبائل والذهب بتلمسان والشرق الجزائري .

¹ أهم للمتاحف الوطنية على الموقع : www.ahwahatech.com ، تاريخ الاطلاع : 20 أبريل 2018 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

بالإضافة إلى مجموعة أخرى لا متناهية من الصناعات التقليدية التي تنتشر في جميع مناطق الجزائر ومنها :
صناعة النحاس بالعاصمة والشرق الجزائري ، وصناعة الجلود بالصحراء ، صناعة الأواني الطينية والفخارية ،
صناعة الزرابي التي اشتهرت كثيرا دوليا خاصة من أهمها زربية غرداية وزربية مسعد .

4 - التراث الثقافي والشعبي : تتمتع الجزائر بموروث ثقافي ثري ومتنوع يساهم مساهمة حقيقية في عملية

ال جذب السياحي مثل الزخم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي ، المألوف القسنطيني ، الغناء

الأندلسي الأصيل ، الطابع القبائلي ، كل هذه الطبع يمكن أن تكون أساسا للجذب السياحي من خلال

المهرجانات والحفلات التي يتم تنظيمها ، بالإضافة إلى ذلك يعتبر الطبخ التقليدي من العوامل التي يسعى

السائح لاكتشافها في الدول التي يزورها نظرا لتنوع العادات الغذائية من منطقة إلى أخرى والجزائر في هذا

المجال غنية بالتنوع سواء في نوعية الأطباق أو حتى في العادات والتقاليد المصاحبة لها مثل حفلات الأعراس

، المواسم الدينية والعائلية المختلفة التي يمكن تقديمها كمنتجات سياحية .

ثالثا : الإمكانيات المادية :

رغم المقومات التاريخية والطبيعية التي تمتلكها الجزائر والإرث الثقافي الضخم إلا أن هذا لا يكفي لتنمية سياحية

حقيقية ، فعملية الإستقطاب السياحي لا تتحقق إلا إذا تأكد السائح وخاصة الأجنبي بأن كافة الظروف مهيئة

ليحظى بأحسن استقبال ، من هيكل قاعدية وخدمات بمختلف أنواعها والتي تعتبر أساسا للصناعة السياحية وهذا

ما سنحاول التطرق إليه فيما يلي :

• هياكل الاستقبال والإيواء : تعتبر هذه الهياكل أول ما يفكر فيه السائح المنتقل إلى دولة أخرى ، فطبيعة

وجودة الخدمة المقدمة وكذا سعرها هو ما سيحدد رغبة السائح في تكرار التجربة ، كل هذا دفع بالدولة

الجزائرية لتطوير القدرات الفندقية وتنويعه.

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- **النقل** : يعتبر النقل من وسائل استقطاب السياح ، كونهم قبل التخطيط للسفر يختارون الوسائل الملائمة سواء جوية ، برية أو بحرية وذلك اعتمادا على جودة الخدمة وتكلفتها ، لذا تسعى الجزائر لتطوير منظومتها الخدمية من خلال تهيئة البنى التحتية لتشمل شبكات النقل البري ، السكك الحديدية ، اقامة الموانئ و تنشيط النقل الجوي .
- **الاتصالات** : تلعب الاتصالات اليوم دورا جد مهم في تدعيم وتنشيط قطاع السياحة ، فبالإضافة إلى كونها أداة لربط السائح ببلده واطلاعه على آخر المستجدات فهي أيضا أداة للترويج السياحي من خلال المواقع التي أصبحت تلعب دور الوكالة السياحية بحيث توفر ما يحتاجه السائح في المكان والوقت المناسب ، وقد عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تطورا كبيرا بعد انفتاح السوق ودخول متعاملين أجانب سواء من حيث الأسعار أو الخدمات المقدمة خصوصا مع انتشار خدمة الأنترنت وظهور خدمة الجيل الثالث والرابع .
- **وكالات السياحة والسفر** : تؤدي الوكالات السياحية اليوم دورا مهما خاصة في ما يتعلق بالسياحة الدولية حيث توفر على السائح الوقت والجهد المبدولين في البحث عن الوجهات السياحية وكذا وسائل النقل والإيواء من خلال طرح برامج متكاملة وليس عليه إلا الإختيار والجزير بالذكر أن الفترة الأخيرة عرفت ارتفاعا محسوسا في هذه الوكالات نتيجة تنامي ثقافة السفر والسياحة لدى المجتمع الجزائري ، إلا أن أغلب أنشطتها موجهة نحو السياحة الموفدة 80 % عمرة وأسفار نحو الخارج 10 % استقبال وكالات الجنوب 10% ، بيع التذاكر.¹

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية ، مديرية الإحصائيات ، 1967 ، ص 53

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المبحث الثالث : الطلب السياحي .

يعتبر الطلب السياحي مؤشر الاستثمار في جانب العرض من خلال مدى الاستغلال هذه العناصر حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية الطلب السياحي وأنواعه في المطلب الأول ، وفي المطلب الثاني خصائص الطلب السياحي في الجزائر .

المطلب الأول : ماهية الطلب السياحي .

تعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر الانسانية والاجتماعية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية تخضع لظروف العرض والطلب مثلها مثل أي سلعة أو خدمة أخرى ، لكن الطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين بإعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب ، لذلك فإن دراسة الطلب السياحي يعتبر أحد الموضوعات الهامة التي اهتم بها خبراء السياحة في مختلف دول العالم .

أولا : تعريف الطلب السياحي .

يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه " تعبير عن اتجاه السائحين لشراء منتج سياحي معين وزيارة منطقة أو دولة سياحية بداتها قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميولات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها السائحون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة سياحية معينة " ¹.

كما يمكن أن يعرف الطلب السياحي علي أنه "الطلب الحالي والمحتمل علي منتج سياحي معين من وجهة نظر الدوافع للسفر وبمعني اخر فإن الطلب السياحي يعني أولئك الذين يسافرون أو المحتمل أن يسافرون إلى منطقة معينة لأشباع رغباتهم في فترة معينة ويسعر معين " ¹

¹ صبري عبد السميع حسين ، أصول التسويق السياحي ، جامعة حلوان ، كلية السياحة والفنادق ، القاهرة ، 1992 ، ص 53

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

ثانيا : أنواع الطلب السياحي .

يمكن التمييز بين ثلاث أنواع من الطلب السياحي كما يلي : ²

➤ **الطلب السياحي العام** : وهو الطلب العام على اجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام

بصرف النظر عن النوع والمدة ، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد

منها أو برنامج خاص من برامجها .

➤ **الطلب السياحي الخاص** : يرتبط هذا النوع ببرنامج سياحي معين يريده السائح لأشباع رغباته

واحتياجاته ، ويختص هذا النوع بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر

طلبا خاصا لسائح أو مجموعة من السائحين وليس كل السياح .

➤ **الطلب السياحي المشتق** : يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة والمكونة للبرنامج

السياحي لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية

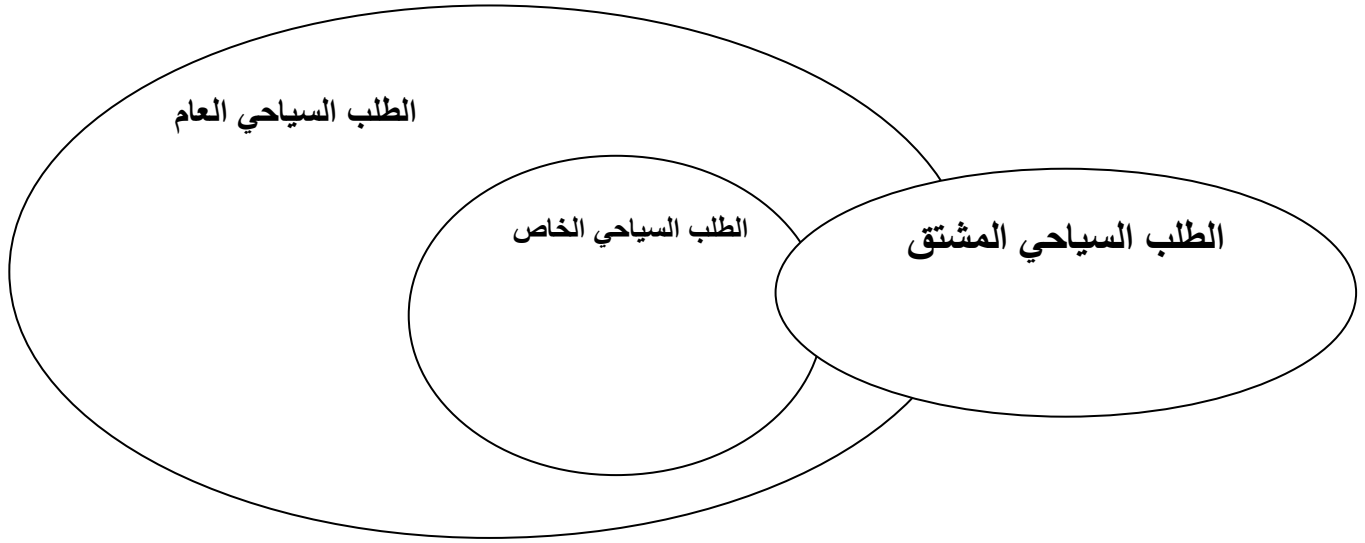
متنوعة وبأسعار مختلفة كذلك .والشكل الموالي يوضح العلاقة بين أنواع الطلب السياحي .

¹ متولي عبد العاطي محمد علي ، التقييم الاقتصادي الاستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات ، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، المعهد القومي للإدارة العليا ، القاهرة ، 2000 ، ص 09 .

² محسن أحمد الخضيرى ، التسويق السياحي ، مدخل اقتصادي متكامل ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، ص 51 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الشكل رقم 02 : العلاقة بين مختلف أنواع الطلب السياحي



المصدر : محسن أحمد الخضيرى ، التسويق السياحي ، مدخل اقتصادي متكامل ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، ص 52 .

ومن جهة أخرى يمكننا التفرقة بين نوعين من الطلب السياحي وهما :¹

➤ **الطلب السياحي الفعال** : هذا النوع من الطلب هو طلب صريح من جانب السائح لتوافر بعض العوامل

مثل الرغبة ، وقت الفراغ القدرة على الدفع فضلا عن الظروف المناسبة الأخرى والمحفزة للطلب

السياحي ، ويمثل هذا الطلب إجمالي السائحين القادرين على الدفع والقدم إلى البلد او المنطقة

السياحية خلال فترة زمنية معينة .

➤ **الطلب السياحي الكامن** : وهو طلب ينقصه أحد العناصر الأساسية بالنسبة للسائح وهي كالتالي :

- القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي ؛

- الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي ؛

¹ خالد كواش ، مرجع سبق ذكره ، ص 70 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة وعدم توافر الظروف المحفزة للرحلة؛
- ضعف وسائل الترويج السياحي المختلفة .

وإذا توفرت هذه العوامل والظروف يمكن تحويل الطلب الكامن إلى طلب سياحي فعال بواسطة تنويع البرامج السياحية واعتماد تسويق سياحي فعال .

المطلب الثاني : خصائص الطلب السياحي .

يتميز الطلب السياحي من غيره بعدة خصائص ومميزات يمكن توضيحها كما يلي :

_ الحساسية : وهي مدى استجابة الطلب لتغيرات والظروف الاقتصادية ، السياسية والاجتماعية ، فالطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه هذه التغيرات وكذلك التغير في أنماط السفر والسياحة في البلدان المصدرة للسائحين ، فالبلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا وحتى اجتماعيا واقتصاديا كانهيار النظام الاقتصادي بها مثلا لا يشجع على جذب السائحين اليها وإن كانت أسعارها منخفضة أو أقل من أسعار البلدان المنافسة ، ومهما تمتعت به من مغريات سياحية وتسهيلات ، حيث أن مناخها السياحي يصبح غير ملائم للنشاط السياحي ويقل الطلب السياحي عليها ، فالمناخ المستقر سياسيا ، اقتصاديا واجتماعيا هو أساس استقرار أو زيادة الطلب السياحي ؛¹

_ المرونة : يقصد بالمرونة هو مدى قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للضروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي ، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة التي ترتبط بتغير الأسعار السياحية تؤثر في مرونة الطلب السياحي لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح أي كلما ارتفعت أسعار الخدمات والبرامج السياحية انخفض الطلب السياحي ؛

¹ خالد كواش ، مرجع سبق ذكره، ص 73 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

_ **التوسع** : يميل الطلب السياحي عادة إلى الزيادة سنويا ولكن ليس بمعدل ثابت بل بمعدلات متفاوتة ومتغيرة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة الحاصلة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلية لهم¹ ، وإذا تتبعنا الحركة السياحية في العالم لوجدناها في ازدياد مستمر سنويا ، ويمكن أن نرجع التوسع والزيادة في الطلب السياحي بشكل عام إلى العوامل التالية :²

- التقدم العلمي والتكنولوجي العالمي والذي أدى إلى التطور الكبير في وسائل النقل بكل أنواعه ؛
- ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل الفردية في الكثير من دول العالم المصدرة للسائحين ، مما أدى للاهتمام بالسياحة كنشاط إنساني في تلك المجتمعات ؛
- التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات الذي أدى إلى توفير المعلومات والبيانات وتحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلية لهم؛
- اهتمام الكثير من الدول بمقوماتها السياحية بشكل ملحوظ ، مما أدى إلى اقبال الكثير من السائحين على زيارتها والاستمتاع بما تزخر به من مغريات سياحية ؛
- ظهور الرحلات السياحية الجماعية التي تنظمها شركات ووكالات السياحة العالمية في معظم دول العالم بأسعار منخفضة ، مما ساعد كثيرا على اتساع الطلب السياحي في مختلف الدول السياحية .

_ **الموسمية** : يقصد بموسمية الطلب السياحي هو اتجاه الطلب إلى الارتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة ببعض الأعياد والمواسم ، حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام ، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة في الدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلية لهم أيضا ، ففي الدول المصدرة توجد مواسم خاصة بها تزداد فيها الحركة السياحية القادمة منها بشكل واضح في فصل الشتاء ، أما المنطقة العربية فتزداد حركتها السياحية في فصل الصيف ، كما تزداد الحركة

¹ خالد كواش ، مرجع سبق ذكره ، ص 74 .

² فؤادة عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ، ص 42 .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

السياحية بصفة عامة في فترات الأعياد الدينية والاجازات المدرسية والجامعية مثل مواسم الحج والعمرة بهدف السياحة الدينية ، لذلك فإنه من الواجب على الأجهزة والهيئات والشركات السياحية أن تقوم بدراسة وافية لهذه المواسم في كل سوق سياحي حتى تتمكن الدول المستقبلية للسائحين من وضع الخطط السياحية المناسبة لمواجهة الطلب السياحي المتزايد في هذه الفترات الزمنية .

الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

خلاصة

توصلنا من خلال هذا الفصل أن السياحة هي البديل الاقتصادي للدولة من خلال مساهمتها في التنمية وتعلقها بكافة القطاعات الأخرى ، كالنقل ، الصناعة ، الثقافة وكدى الحياة الاجتماعية للفرد وتساهم بشكل كبير في رفع مستوى معيشة الفرد والدولة ، وذلك من خلال استثمار عناصر الجذب السياحي التي تمتلكها الدولة من موارد طبيعية وثقافية وتكثيف العنصر البشري وتأهيله لجذب أكبر عدد من السياح من خارج الدولة .

الفصل الثالث

المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق

2025

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

تمهيد :

تعمل الجزائر اليوم أكثر من أي وقت مضى من أجل تنمية السياحة الوطنية والعمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم مثلما فعلت الجارتان تونس والمغرب ، وبالتالي العمل على جعل الجزائر مقصدا سياحيا عالميا وخاصة أن القطاع السياحي الوطني يملك في جعبته ما يجعله قادرا على تحقيق حتى أكثر من الأهداف المنتظرة .

ولتجسيد عملية تنمية القطاع السياحي في الجزائر قامت الحكومة بإعداد مخطط توجيهي

للتهيئة السياحية لأفاق عام 2025 حيث سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى :

مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه إضافة إلى مراحل إعداده ، والرهنانات المرفوعة من قبله ، بينما في المبحث الثاني سنتطرق إلى الديناميكيات الأساسية التي يقوم عليها المخطط ، وفي المبحث الثالث والأخير سنحاول تقديم حوصلة تقييمية لما تم إعداده في الفترة الأخيرة .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

المبحث الأول : مدخل إلى المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الاستراتيجية الجديدة والكفيلة للسياحة الجزائرية حيث تعتمد الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري وجعله في مصف القطاعات الأخرى ، حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه وفي المطلب الثاني مراحل إعداد هذا المخطط ، والرهنات والتحديات المرفوعة من قبله في المطلب الثالث .

المطلب الأول : التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025 وأهدافه .

يعتبر المخطط الوطني للتهيئة السياحية قفزة نوعية تبنيتها الجزائر لبناء إقتصاد بديل للمحروقات ، حيث سنعرض تعريف موجز لهذا المخطط .

أولا : التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025.

هو مخطط تم إعداده بناء على القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 جمادى الثانية 1427 هـ الموافق ل 09 جويلية 2006 ، يحدد إجراءات التشغيل والتكوين للجنة مركزية من أجل إعداد مشروع الخطة المركزية لتنمية السياحة ، وهو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية لآفاق 2025 ، الذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون رقم 01 - 02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة¹.

ويشكل المخطط الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر ، ويعلن نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير والمتوسط والطويل ، والذي يصل حتى آفاق 2025 وهذا في إطار التنمية المستدامة .

¹ حياة بن سماعيل و زابدي حسيبة ، أقطاب السياحة الصحراوية للإماتيز ودورها في تحويل الجزائر إلى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والإستثمار السياحي بولاية بسكرة ، الملتقى الدولي الثاني حول : دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية والاجتماعية " يومي 11 و 12 مارس 2012 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص 07 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2025 SDAT) هو عبارة ن تتويج ناضج لمسار طويل من الأبحاث والتحقيقات والدراسات والخبرات ، وبالتالي فهو نتيجة لتفكير طويل وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين والمحليين ، عموميين منهم والخواص ، على امتداد الندوات الجهوية والخلاصات التي توصلت إليها ، وبالتالي فهو أداة تترجم إرادة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية ، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعتها في خدمة السياحة في الجزائر ، قصد الارتقاء بها إلى درجة الامتياز في المنطقة الأوروبية ومتوسطة ، وبالتالي فهذا المخطط يقدم التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة لمجمل أنحاء البلاد ¹.

ثانيا : أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 .

تتمثل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خمسة أهداف رئيسية وهي : ²

1 - جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي : وهذا من خلال تنمية القطاع السياحي ليكون كقطاع بديل لمحروقات ، عن طريق المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى كميزان المدفوعات ، الميزان التجاري ، الناتج المحلي الإجمالي... إلخ ، إضافة إلى إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة بامتياز ومارة في حوض البحر المتوسط ، وهذا قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد ³.

2 - الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى : منها الفلاحة ، البناء والأشغال العمومية ، الصناعة ، الخدمات ، الصناعة التقليدية ، وهذا من خلال النظر إلى السياحة في إطار المقاربة العرضية التي تشمل مختلف العوامل (النقل ، التعمير ، البيئة ، التنظيم المحلي ، التكوين) وتؤخذ

¹ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب الأول : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، وزارة السياحة والصناعة التقليدية ، ص 04 .

² المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 22 - 23 .

³ بشير مصيطفى ، نهاية الربيع - الأزمة والحل - ، دار الجسور للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2015 ، ص 150 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

بعين الاعتبار منطق جميع المتعاملين العموميين والخواص إضافة إلى الانسجام مع استراتيجية القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار SDAT.

3 - التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة : وهذا باعتبار أنه هناك " أثر متبادل بين السياحة والبيئة ، فالبيئة الصالحة من أهم الموارد التي تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها كما أن تدهور البيئة وتلوثها يؤدي إلى تدهور النشاط السياحي " ¹.

4 - تهمين التراث التاريخي ، الثقافي والشعائري : وهذا باعتبار أن استراتيجيات التنمية السياحية الدائمة ، هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية .

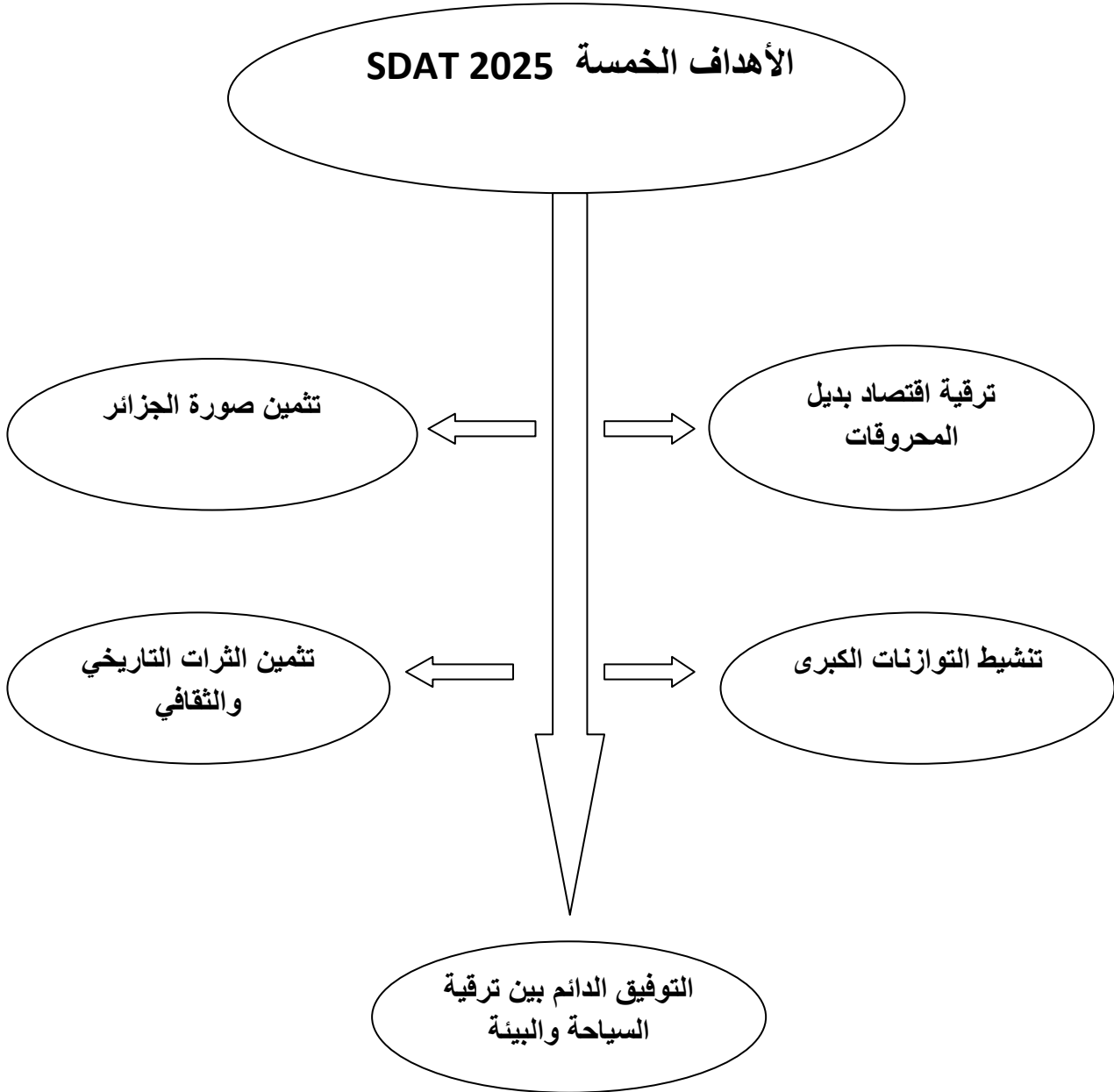
5 - التحسين الدائم لصورة الجزائر : من خلال إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون على الجزائر بصورة عامة والسوق الجزائرية بصورة خاصة ، ضمن آفاق جعل منها سوق هامة وليست ثانوية تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين .

والشكل التالي يوضح الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

¹ أحمد فوزي ملوخية ، التنمية السياحية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2007 ، ص 123 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الشكل رقم 03 : الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025



المصدر : وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب رقم 1 :تشخيص وفحص السياحة الجزائرية

ص 24 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

يتبين من خلال الشكل أعلاه أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء لتحقيق خمسة أهداف أساسية ، وهدفه الأول هو ترقية القطاع السياحي ليكون محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي ، من خلال جعل السياحة بديلا حقيقيا يحل محل المحروقات ، مع منح السياحة الجزائرية مكانة دولية بغية المساهمة في خلق مناصب الشغل ، والمساهمة في تحقيق التوازنات الكبرى للاقتصاد الوطني ، من خلال تحسين وظيفية ميزان المدفوعات وجلب العملة الصعبة ، بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية من خلال تحسين العرض السياحي خاصة فيما يتعلق بجودة المنتج السياحي الجزائري¹.

يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى التحسين المستمر والدائم لصورة الجزائر السياحية بهدف تغيير التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون حول السوق السياحية الجزائرية وهذا بجعل من السياحة الجزائرية سوق رئيسي وهام وليست سوقا ثانوية ، كما يهدف إلى تحقيق تكامل القطاع السياحي مع بقية قطاعات الاقتصاد الوطني ، من خلال الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى كالزراعة والبناء والأشغال العمومية والصناعة التقليدية².

بما أن استراتيجيات السياحة المستدامة هي تلك التي تراعي وتحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية ، انطلاقا من هذا عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على إقامة علاقة متينة مع العناصر الأساسية للتراث الاقليمي الذي يشمل الانسان الطبيعة ، المناخ والتراث التاريخي ، إذ تشكل هذه العناصر صورة السياحة وجاذبيتها وموقعها ونتاجها ، كما تراعي التنمية المستدامة للموارد البيئية والمحافظة عليها من خلال ادخال الديمومة البيئية في مجمل حلقات التنمية السياحية

1 Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme
SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE " SDAT 2025 , Livre 1 Le diagnostic : audit
du tourisme Algérie , janvier 2008 , p23

² عوينات عبد القادر ، السياحة في الجزائر – التحديات والرهانات ، في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، مجلة معارف ، العدد 12 ،
جامعة ألكلي محند أولحاج ، 2012 ، ص 148 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

المطلب الثاني : مراحل إعداد المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT 2025 .

يعتمد إعداد 2025 SDAT على تشخيص معمق بمساهمة نقاش الملتقيات المحلية والجهوية والوطنية ، وقد سمح هذا النقاش بإبراز وشرح الرهانات الكبرى للسياحة وإشكالياتها الكبرى واتجاهاتها على الصعيد الوطني والدولي ، وفيما يخص مراحل إعداد 2025 SDAT موضحة في الشكل التالي

:

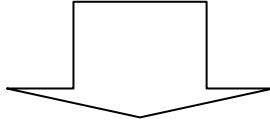
الفصل الثالثالمخطط السياحي آفاق 2025

الشكل رقم 04: مراحل إعداد SDAT 2025 .

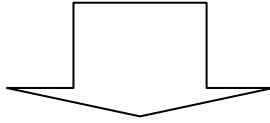
المرحلة الأولى : حصيلة تشخيص الاتجاهات العالمية ، الإشكاليات والرهانات



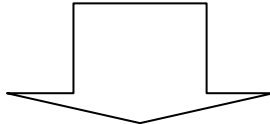
المرحلة الثانية : تحديد التوجهات الاستراتيجية .



المرحلة الثالثة : تحديد الخطوط التوجيهية ل SDAT 2025 الحركيات الخمس



المرحلة الرابعة : برامج العمل ذات الأولوية (الانطلاقة 2008 – 2015) مخطط التهيئة



المرحلة الخامسة : تحديد استراتيجية الإنجاز والمتابعة .

المصدر : وزارة تهيئة الاقليم والبيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 ، الكتاب رقم (2) : المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، جانفي 2008 ، ص 25 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الشكل يوضح المراحل الأساسية التي تم إعداد بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، ولقد تم الاعتماد في هذا المخطط على التشخيص ، من خلال مساهمة النقاش المتعلق بالملتقيات المحلية والجهوية والوطنية في هذه العملية .

المطلب الثالث : الرهانات والتحديات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

رفعت الوزارة الوصية مجموعة من الرهانات والتحديات للسياحة الجزائرية في المجال الاقتصادي ، الإجماعي ، الثقافي والبيئي ، وذلك في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ، قصد النهوض وتطوير القطاع السياحي .

أولا : الرهانات التي تواجه السياحة الجزائرية .

تم إحصاء خمس رهانات للتحويل السياحي في الجزائر ، وذلك من انعكاساتها على بقية الأنشطة منها التشغيل ، التنمية المحلية ، الثقافية ...إلخ ، ومن هذه الرهانات نجد :¹

- الرهانات الاقتصادية ؛

- الرهانات الثقافية ؛

- رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية ؛

- الرهانات حول التشغيل ؛

- رهانات تحسين صورة الجزائر .

والجدول الموالي يوضح أهم الرهانات مفصلة .

¹ وزارة السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب رقم (1) : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ، ص 76 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الجدول رقم 05: الرهانات الخمسة للسياحة الجزائرية .

طبيعة الرهان السياحي	صور الرهانات السياحية
الرهانات الإقتصادية	<ul style="list-style-type: none"> - زيادة الموارد من وسائل الدفع الخارجي . - الأثار المترتبة عن ميزان المدفوعات . - أثار السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى (الفلاحة ، الصناعة التقليدية ، البناء ، الأشغال العمومية ، الخدمات الأخرى المختلفة) .
الرهانات حول التشغيل	<ul style="list-style-type: none"> - توفير فرص كبيرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة . - تعتبر السياحة أداة فعالة لإدماج الشباب في الحياة الاجتماعية والمهنية . - مساهمة السياحة في تثبيت السكان ، وبالتالي الحد من الهجرة والنزوح الريفي .
رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية	<ul style="list-style-type: none"> - تعد السياحة العنصر الأساسي لأية سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية . - تعمل السياحة على ترميم الموارد المادية وغير المادية ، مع تعارضها مع أي شكل من أشكال تهديد الموارد البيئية
الرهانات الثقافية	<ul style="list-style-type: none"> - السياحة عامل سلام وحوار بين الثقافات . - تعمل السياحة على ترميم التراث الثقافي الغنية به بلادها . - تعد السياحة وسيلة لإفتاح بين ثقافات الشعوب المختلفة .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

رهنات تحسين صورة الجزائر السياحية .	- تحمل السياحة رهانا هاما والمتمثل في تحسين صورة الجزائر
	- تساهم في تقوية جاذبية وجهة الجزائر خاصة فيما يتعلق بالإستثمار السياحي والفندقي .

المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية،

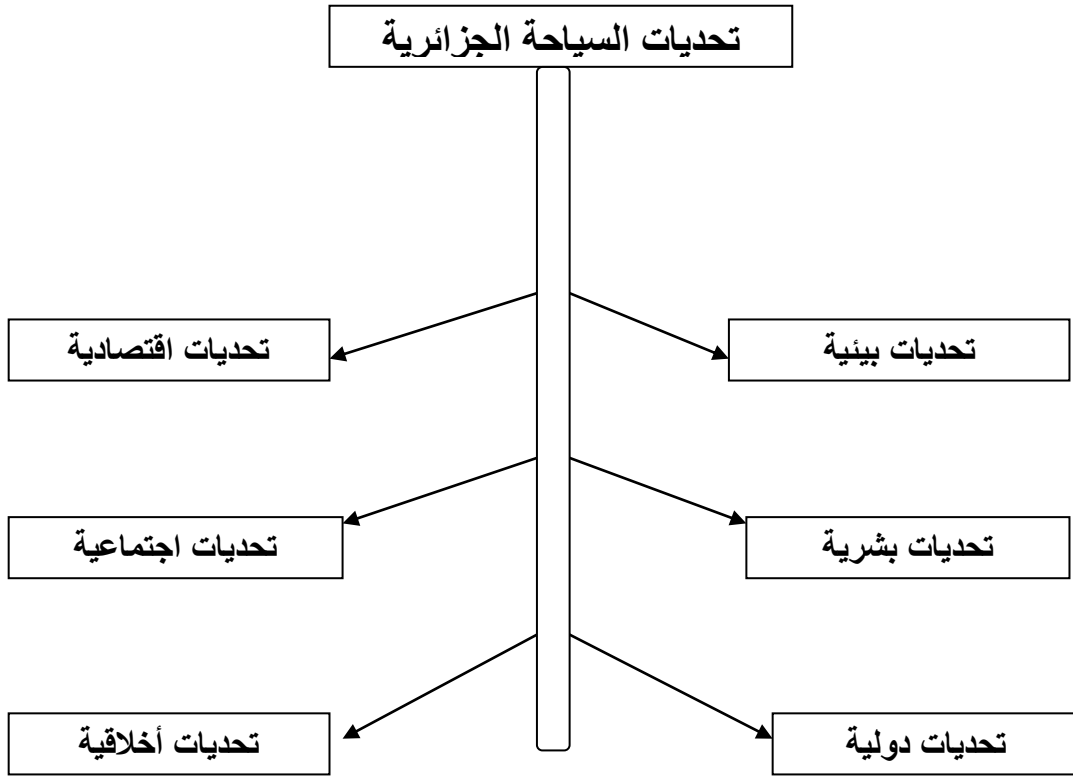
الكتاب رقم (1) : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، ص 76 .

ثانيا : التحديات التي تواجهها السياحة الجزائرية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 .

هناك مجموعة من التحديات رفعت من أجل تحسين والنهوض بالقطاع السياحي وهي موضحة في الشكل الموالي :

الفصل الثالثالمخطط السياحي آفاق 2025

الشكل رقم 05: يوضح تحديات السياحة الجزائرية .



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT

.2025

يظهر الشكل أن للسياحة الجزائرية مجموعة من التحديات التي لا بد عليها من مواجهتها منها ما هو محلي ومنها ما هو دولي ، إذ تعتبر التحديات الاقتصادية أهم هذه التحديات نظرا لكون التفتح على العالم محفوفًا ويشوبه العديد من المخاطر ، حيث يصبح الاقتصاد الوطني عرضة للصدمات المرتبطة بالعولمة ، ومختلف المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة والاتحاد الأوروبي ، ظف إلى ذلك الاندماج الجهوي في الوطن العربي والقارة الإفريقية ، إما في ما يتعلق بالتحديات الاقتصادية التي يجب على السياحة الجزائرية مواجهتها يتمثل في تشجيع واستقطاب الاستثمارات

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الأجنبية المباشرة، ونقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتسيير ، والدخول إلى الأسواق السياحية العالمية .

إن التحديات البيئية لا تقل أهمية عن التحديات الاقتصادية ، لأن تحقيق تنمية سياحية مستدامة أمر يتطلب المحافظة على النظم البيئية ، ولهذا تم إدراج حماية وتثمين الأنظمة البيئية في المخطط التوجيهي الأول للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، وذلك بهدف إعادة التوازنات المفقودة في الأنظمة البيئية إلى حالتها الأصلية ، ويتعين على السياحة الجزائرية مواجهة التحديات الاجتماعية من خلال إيجاد منتجات سياحية متكيفة مع حاجات الشباب بالإضافة إلى توفير لهم وظائف دائمة .¹

يعد توفير الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلي ، وذلك من خلال تحسيسهم وإشراكهم في تطوير سياحتهم والمساهمة في ترقيتها ، والعمل على توفير الموارد البشرية ذات الكفاءة المهنية من خلال توفير التكوين السياحي في مختلف مجالات الخدمات السياحية ، تعد هذه الأخيرة من بين التحديات التي تواجه السياحة الجزائرية كذلك ، كما يجب اكتساب شرعية حقيقية في ميدان السياحة المستدامة والسياحة البيئية ، إذا ما أراد القطاع السياحي الدخول في نادي الفاعلين السياحيين والمهنيين والعصريين ، والعمل على مراعاة الحاجيات الجديدة للسياح الدوليين والتركيز بالخصوص على تنمية السياحة الشاطئية ، السياحة الصحراوية السياحة الثقافية والسياحة الحضرية والأعمال .

ولمواجهة التحديات السابقة لابد من العمل على تحقيق الشروط المسبقة والضرورية لسيرورة

السياحة في الجزائر وهي :²

¹ وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب رقم 1 : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ، ص 18 .
² عوينات عبد القادر ، السياحة في الجزائر ، تحديات ورهانات في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص 147 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

- لابد من الاعتراف بالسياحة كأولوية أساسية وطنية ، من خلال تحقيق الإرادة السياسية بغية تحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 ؛
- وضع استراتيجية واضحة المعالم من خلال معرفة نقاط القوة والضعف وتكزن شاملة للعمل ؛

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

المبحث الثاني : الديناميكيات الخمس التي يقوم عليها مخطط SDAT .

إن التوقع الجديد للسياحة الجزائرية يستدعى من الدولة وكل شركائها الفاعلين في قطاع السياحة التجنيد من أجل العمل على إنعاش سريع ومستدام للسياحة فمذ سنة 2008 شرعت الدولة في تنفيذ البرامج المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والمتمثلة في :

مخطط وجهة الجزائر من خلال التطرق إليه في المطلب الأول والأقطاب السياحية للامتياز في المطلب الثاني ، مخطط النوعية والجودة في المطلب الثالث ، مخطط الشراكة في المطلب الرابع وفي المطلب الخامس والأخير مخطط تمويل السياحة.

المطلب الأول: مخطط وجهة الجزائر:

إن عودة الجزائر إلى الواجهة في صناعة السياحة يستدعى منها تثمين الوجهة السياحية الجزائرية وإعطاء صورة جيدة عن الجزائر لمحو الانطباعات السيئة التي تكونت لدى الرأي العام الأجنبي عن المجتمع الجزائري خلال العشرية بسبب الأوضاع الأمنية السيئة التي عانت منها البلاد، فمخطط تثمين الوجهة الجزائرية متميزا ذو علامة تجارية تكون شعارا لهذه الإستراتيجية مستقبلا تركز هذه الإستراتيجية على سبعة قواعد أساسية هي:¹

ثقافة وذهنية: اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات وإعداد الصورة والسوق من أجل الاتصال والبيع.

2-الالتزام: تنشيط وتنسيق متناسب ودائم لمخطط التسويق مع تجنيد وسائل الاتصال الحديثة مالية، بشرية وتقنية.

3-الأدوات: اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد أفلام، أقراص، أنترنيت، شاشات فيديو، فضاءات مرئية.

¹ وزارة تهيئة الإقليم ، مرجع سبق ذكره ، ص 25 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

4-فضاءات الاتصال :تبنى وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني، جناح لكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف :الاستقبال، الإعلام، فضاءات المحلات، المعارض.

المسعى : شراكة فعالة على المستوى المحلي والمستوى الدولي وامتلاك مرجع مشترك للتجانس،

التنسيق والتعاون مع توحيد العمل في كافة الهيئات: الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة ONAT

الوكالة الوطنية للساحة ONT ودار الجزائر، تشجيع ربط السياسات القطاعية مع المحافظة على الشركاء والمحترفين .

إن تسويق وجهة الجزائر السياحية لا تأتي ثمارها كإستراتيجية حاضرا أو مستقبلا إلا إذا كانت متأهبة تترصد كل جديد في الأسواق السياحية سواء على المستوى المحلي أو الدولي وهذا ما يعرف باليقظة الإستراتيجية المتمثلة في نظام ذكاء إقتصادي في مجال السياحة للرصد والمتابعة والتقييم لكافة المعلومات السياحية، حيث تم إقامة مركز مزود بكافة الوسائل العلمية اللازمة للمراقبة والرصد السياحي (le spoet) هدفه معرفة تدفقات الاستثمارات وتحليلها إلى جانب تدفقات واتجاهات السياح الدوليين حتى تكون السياحة الجزائرية مطلعة على متطلبات الأسواق الدولية.

المطلب الثاني : الأقطاب السياحية للإمتياز POT

القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للإمتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة الترفيهية، الأنشطة الضرورية وحتى الكمالية لرفاهية المقيمين يستجيب لطلب السوق ويتوفر على استقلالية كافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي وهو متعدد الأبعاد (البعد الاجتماعي، الثقافي، التجاري) كما يمكن لرقعتها الجغرافية أن تجمع عدة مناطق أو منطقة توسع سياحي¹ وهذه الأقطاب هي :

¹ وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 2 المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص 38

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

1. **القطب السياحي للإمتياز شمال - شرق (POT.NE)** : يتكون من الولايات التالية :

سكيكدة، فالمة، عنابة الطارف، سوق أهراس، تبسة، يمتد على مساحة قدرها 80347 كلم

2، يتميز بأكثر من 300 كلم من الشاطئ و 874000 هكتار من الغابات، كما يعتبر نقطة

ارتكاز وقاطرة للتنمية السياحية على المستوى

الجهوي ذات الهيمنة الاستجمامية ويتوفر على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة الجبلية¹

برمجت مجموعة من المشاريع السياحية بهذا القطب وتتمثل في :فنادق الشبكة وفنادق ضخمة،

فنادق معيارية والقرى السياحية للإمتياز، وتتمثل في (القرى السياحية مسيدة بالطارف، سيدي سالم

بعنابة، الحديقة السياحية دار دنيا بعنابة) .

2- **القطب السياحي شمال وسط POT.N.C** : يتكون هذا القطب من الولايات التالية :الجزائر

العاصمة، تيبازة، البليدة، بومرداس الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية، يمتاز

هذا الإقليم بإطلالته على البحر المتوسط الممتدة على 615 كلم ما يعادل % 51 من الساحل

الجزائري ويتربع على مساحة إجمالية قدرها 33.817 كلم².

يعرف هذا القطب عدة ورشات للبناء والتجهيز وتم برمجة فيه مشاريع أقطاب التنافسية والامتياز

وتتمثل في:

- **المدينة الجديدة سيدي عبد الله**، قطب عملي وتكنولوجي مزود بحظيرة أنترنيت، جامعة

ومركز إفريقي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والتكنولوجيات المتقدمة.

-**المدينة الجديدة بوينان** :تطوير قطب علمي وتكنولوجي، مركز دولي للأعمال ثقافي مزود بمركز

للرياضة والترفيه تطوير فرع العلوم الحية والبيولوجيا لتوفير إطار حياة عالي النوعية.

¹ وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 3 المخطط التوجيهي للسياحة ، الأقطاب السياحية للإمتياز ، جانفي 2008 ، ص 09 .

² الأقطاب السياحية للإمتياز ، على الموقع www.andi.dz تاريخ الأطلاع 15 / 04 / 2018 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

ج -المدينة الجديدة بوفزول :تطوير قطب خدمات رفيع المستوى، مركز تجاري كبير، مسبح أولمبي، تنشيط مركز الهضاب العليا..

أما المشاريع الخاصة بتوسيع الطاقة الفندقية بالقطب باعتباره قطبا هاما واستراتيجيا في موقعه(وسط البلاد يربط بين باقي الأقاليم وفيه عاصمة البلاد.إلخ..) فقد برمجت عدة مشاريع تتمثل في :¹

- الفنادق الجديدة: فنادق الشبكة، الفنادق الفخمة، الفنادق المعيارية.
- توفر هذه الفنادق 9595 سرير حتى تستجيب للطلب المحلي والدولي ظف إلى ذلك مجموعة القرى السياحية وهي:

- القرى السياحية :فرور الجزائر، زرالدة، عين طاية، العقيد عباس، واد بلاح سيزاري بتيبازة، الصغرات بيومرداس، بودواو البحري، أفريون ببجاية وحديقة دنيا الجزائر العاصمة.

القطب السياحي شمال غرب POT.NO : يتكون هذا القطب من الولايات الغربية : وهران، عين تموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر، سيدي بلعباس وغليزان.

تبلغ مساحته 35000 كلم² ، قطب موجه لكي يصبح الوجهة المفضلة في الخريطة السياحية لبلادنا إذ يقع على بعد أقل من ساعتين عن الأسواق الرئيسية الموفدة للسياح في أوروبا (فرنسا، إسبانيا) من أجل ذلك يتم الاهتمام بتأهيله من حيث المرافق الضرورية من البنية التحتية (الأشغال جارية لتوسيع شبكة الطرقات بترامواي وهران، الطريق السيار شرق _غرب بمدخله على مختلف كبريات المدن ومحطة تحلية مياه البحر والطريق السريع وهران عين تموشنت، كهربية خط السكة الحديدية شرق_غرب) ، وتتمثل أهم المشاريع فيما يلي :²

¹ وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 44 – 55 .بتصرف .
² وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب 5 : المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جنفي 2008 ، ص 10

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

_ الفنادق السياحية الجديدة وتتمثل في :فنادق الشبكة، الفنادق الضخمة، الفنادق المعيارية بسعة 10146 سرير.

_ القرى السياحية للامتياز تشمل :الحلم السياحي مداغ بوهران، هيلوس كريستل بوهران موسكاردا بتلمسان وحديقة دنيا وهران .

_ **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق الواحات (OASIEN) POSTE** : يتكون هذا القطب

من ثلاث ولايات هي :غرداية، بسكرة والوادي، يمتد على مساحة 160000 كلم 2 بعدد سكان يقدر ب 1.5 مليون نسمة وتعتبر غرداية بمثابة قطب كبير وبوابة الدخول للصحراء¹.

يعرف هذا القطب إعادة تهيئة المطارين الدوليين ليكونا جسرا ورابطا مهما لعملية تدفق السياح نحو القطب وهما المطار الدولي ببسكرة و غرداية، كما يتم إنجاز الطريق العابر للصحراء من أجل توفير مداخل كثيرة للمستثمرين في المنطقة وتسهيل عملية الاستثمار السياحي؛

أما فيما يخص المشاريع السياحية المبرمجة لتوسيع طاقات الإيواء في القطب فهي قليلة مقارنة بالإمكانات التي يشملها القطب والقادرة على منح التنوع السياحي حيث يعرف القطب إنجاز 26 فندقا خاصا من الفنادق المعيارية بسعة 2092 سرير².

_ **القطب السياحي للامتياز جنوب - غرب توات القرارة** :³

يتكون من ولايتي أدرار وشار، يمتد على مساح 603000 كلم 2 ، يبلغ عدد السكان المتمركزين فيه 900000 نسمة يعتبر من المواقع الغنية بالمظاهر الطبيعية والحضارية يعرف عدة مشاريع للتهيئة منها مشروع طريق القصور لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) في إطار برنامج اليونسكو حول " صحراء الثقافات والشعوب" ، أما فيما يخص المشاريع السياحية فتتمثل في:

¹ الأقطاب السياحية السبعة للامتياز على الموقع : www.andi-dz تاريخ الإطلاع 13 / 03 / 2018

² وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 5 ، مرجع سبق ذكره ، ص 11 .

³ وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 3 ، مرجع سبق ذكره ، ص 87 - 93 بتصرف .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

- لفنادق الجديدة تتكون من : الفنادق الفخمة، الفنادق المعيارية.

- القرية السياحية :قصر ماسين بتيميمون أدرار 912 : سرير فخم.

6-القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير طاسيلي ناجر (PTGS):

يقع في ولاية إليزي يمتد على مساحة تقدر بحوالي 284618 كلم 2 ويحتضن حوالي 400000

ساكن وهو قطب تراثي ذو بعد عالمي فيه ثروات وآثار فريدة من نوعها ومنطقة متوفرة على العقار

السياحي الصالح للاستثمار بمنطقة التوسع السياحي بجانت

بالإضافة إلى ستة ينابيع للحمامات المعدنية.

7 - القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير (POT.GS) " الأهفار " : يقع بولاية تمنراست،

يمتد على مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم 2 يقطن به حوالي 137175 نسمة، به تراث

مصنف عالميا وهو قطب إستراتيجي¹.

يعرف هذا القطب برمجة أربعة فنادق بسعة 225 سرير مقارنة بالإمكانيات الهائلة لتطوير

سياحة متميزة ومتفردة في المنطقة والعالم كافة ، خاصة بالسياح المغامرين الذين يعشقون المغامرة

وحب المعرفة ذوي القوة الشرائية العالية بحكم هشاشة النظام البيئي الذي لا يتحمل زيارة أعداد كبيرة

من السياح من أجل الحفاظ على البيئة فإن المشاريع قليلة.

المطلب الثالث : مخطط الجودة P Q T

إن مخطط النوعية السياحية يهدف إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني ويعتمد على التكوين

والتعليم واستعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال التي تتماشى ومتطلبات التسيير للمنشآت السياحية

والفندقة وإخضاع الخدمات السياحية لمعايير الجودة العالمية.

¹ الأقطاب السياحية السبعة للامتياز www.andi.dz تاريخ الاطلاع 03 / 04 / 2018 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

أولا : إجراءات تنفيذ المخطط :وتتمثل في¹:

- الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة وتحديد التزاماته للمحترفين على مستوى :
الإعلام والاتصال، الاستقبال المشخص، كفاءة العمال، مراقبة المواقع، النظافة والصيانة،
وتأمين المورد المالي.
- إبرام عقود الرخص :التوعية السياحية مع المؤسسات المنخرطة.
- تقويم المحترفين: بإيجاد دمغة (ختم) عليها" السياحة النوعية "الجزائرية توضع على مدخل
مؤسساتها ويهدف المخطط إلى:
 - تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي
 - منح رؤية جديدة للمحترفين.
 - حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.
 - اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية .

ثانيا : مستلزمات تطبيق مخطط الجودة :إن المسعى الذي سطرته الإستراتيجية التسويقية في
المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من أجل الترويج للوجهة الجزائرية، وجهة يطمح المسؤولين أن
تكون بعلامة تجارية متميزة بنوعيتها، ولن يكون ذلك إلا من خلال الالتزام بالمعايير الدولية المعمول
بها في الصناعة السياحية، ولكي يتم ذلك يجب استعمال الأدوات والوسائل العلمية العصرية دون أن
ننسى أن المورد البشري هو أهم عنصر في حلقة الجودة.

1- مخطط تكوين النوعية :يلعب الأفراد (المستخدمين) دورا أساسيا في الصناعة السياحية، فهم
سفراء الصناعة السياحية ولكي ننجح في تقديم صناعة سياحية ذات نوعية يجب تعزيز المؤسسات

¹ شرفاوي عائشة، أطروحة دكتوراه السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، جامعة الجزائر ، الجزائر ،
2015 ، ص ص 202 – 205 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

السياحية بكل أنواعها بكفاءات بشرية تكون على المستوى المقبول دوليا وتقدم خدمات تحفز السياح الأجانب على التفكير في العودة للجزائر لأنها من أجمل دول العالم، ولأنها تقدم خدمات راقية بفضل:

- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات واحترافية القيادات والمؤطرين في المدارس السياحية.

- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين بالمدارس السياحية.

- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي.

ومن أجل تحقيق كل هذا يستلزم دعم جهاز التكوين والتدريب السياحي بمدارس جديدة

وتحديث المدارس الموجودة ومراكز التكوين المهني لذلك تقرر إطلاق مشروعين لإنجاز مدرستين متخصصتين في كل من تيبازة وعين تموشنت.

2 - استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال: لمواكبة التطورات التي تحدث في تطبيقات تكنولوجيا

الإعلام والاتصال في كافة الميادين واتساع نطاق استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات

التجارية وما تنتجه من مزايا لكل الأطراف المتعاملة، فالسياحة الإلكترونية أصبحت من متطلبات

العمل السياحي الدولي حيث تبدأ من العرض المقدم على صفحات التواصل الاجتماعي في مواقع

المؤسسات السياحية وغيرها إلى غاية الحجز لذا يجب إدخال نظام التسيير الإلكتروني وتوفير كل

متطلبات نجاحه، فإن احترافية السياحة في الأسواق لدولية تستدعي استخدام السياحة الإلكترونية

والتسويق الإلكتروني للترويج للوجهة السياحية الجزائرية.

المطلب الرابع : مخطط الشركة العمومية _الخاصة:

إن فعالية القطاع السياحي تستوجب من الدولة إعادة الاعتبار للقطاع الخاص كشريك

أساسي للنهوض بالقطاع السياحي فلا يمكن تصور عملية تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين

القطاعين العام والخاص، حيث يعمل المتعاملون الناشطون في كلا القطاعين سوية من أجل استجابة

أكثر فعالية للطلب الجماعي عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

يتقاسم كل من القطاعين العام والخاص مهمة بناء قطاع سياحي متميز بإنجازاته وفعال في أدائه حيث تقوم كل من الدولة والجماعات المحلية على المستوى المحلي بتهيئة وتوفير البنية التحتية اللازمة لصناعة السياحة دون أن ننسى الدور الأساسي للدولة كمنظم وحارس، تسهر على الأمن والاستقرار داخل البلد.

أما القطاع الخاص فيكون دوره المساهمة في عملية البناء وإقامة المؤسسات السياحية الفنادق، مؤسسات النقل، المطاعم الملاهي، المراكز التجارية وغيرها.

إن عملية الاستثمار السياحي تقع على عاتق القطاع الخاص فهو وحده الكفيل بتطوير مثل هذه الاستثمارات كما يحدث في كل الدول السياحية الكبرى وحتى عند دول الجوار.

أولا : أهداف مخطط الشراكة: تتمثل في مجموع الأهداف التالية¹.

- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية المطارات، الموانئ، المراكز الحدودية...الخ.
- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية النظافة، المياه، التطهير، الطاقة...الخ
- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للامتياز.
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر.
- تعميم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة.
- صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.

ثانيا : مسعى مخطط الشراكة : إن تبني إستراتيجية الشراكة بين القطاع العام والخاص لتطوير وتنمية القطاع السياحي تتمحور أساسا حول بناء شراكة فعالة بين مختلف الفاعلين في إنتاج المنتج السياحي وتسويقه من المستثمرين إلى أصحاب الفنادق وكل الناشطين الآخرين الناقلين،

^{1 1} شرفاوي عائشة، نفس المرجع السابق ، ص 207 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

المرشدين...الخ وذلك من خلال التجمع في مجموعات متجانسة للدفاع عن مصالحها ودخول المنافسة الدولية في شكل منظم وكجماعة عمل.

إن المسعى لن ينجح إلا بتكوين رؤية تسييرية للقطاع يتقاسم الكل فيها الأدوار بواسطة التخلي عن المركزية في التسيير وتفويض المهام على المستوى العام للهيئات المحلية لمشاركة القطاع الخاص بتهيئة المناخ اللازم لترقية الاستثمار السياحي.

المطلب الخامس : مخطط تمويل السياحة:

يتميز الاستثمار السياحي بنوع من التعقيد والخصوصية كون المشاريع السياحية تحتاج إلى رؤوس أموال كثيرة تبقى مجمدة لفترة طويلة على شكل مباني وتجهيزات فمرحلة تحقيق المردودية طويلة مقارنة بالاستثمار في مجالات أخرى.

أولا :أهداف مخطط التمويل ، تتمثل فيما يلي:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة (PME)
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والنوبان.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية.
- تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية وبخاصة في إطار بنك متخصص.

ثانيا : بنك الاستثمار آلية جديدة لتمويل الاستثمار :إن الاستثمار السياحي استثمار كثيف رأس المال وطويل الأجل ومخاطره كثيرة من أجل هذه الخصوصيات سوف يتم إنشاء بنك الاستثمار السياحي الذي يتكيف مع طبيعة المشاريع السياحية ويرافق هذه المشاريع في عملية التمويل بإيجاد

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الصيغ اللازمة لذلك والتكفل بالجوانب الأساسية لتأهيل وبناء صناعة السياحة في الجزائر بواسطة جملة الإجراءات التالية :¹

- إجراءات الدعم والإلزام بالاكنتاب في مخطط نوعية السياحة، وتكون بمجوع المساهمات التالية :
- مساهمة الصناديق الخاصة.
- تمويل مكثف مع خصائص السياحة.
- تحفيزات نوعية اتجاه الاستثمار في الهضاب العليا التابعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والجنوب.
- عمليات التأهيل عن طريق تخصيص مبلغ من صناديق التأهيل.
- الإلزام بالاكنتاب في مخطط نوعية السياحة.
- الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات: تشجيع النشاط الصحراوي، العلاجي والصحي...عن طريق تكييف شروط القرض مع هذه الأنشطة ومنحها تحفيزات ضريبية خاصة بها .
- المساعدة في اتخاذ القرار وتقييم المخاطر، بواسطة تقديم الخبرة الأولية للمشروع وإجراء الدراسات اللازمة للمشاريع المقدمة.
- المساعدة لتمويل عتاد الاستغلال :من أجل اقتناء عتاد عصري لضمان تقديم خدمات عالية من ناحية النقل، الإطعام، الترقية بمرافقة المؤسسات الصغيرة خاصة التي تستثمر هذه النشاطات ولا يمكن أن تمويلها بمصادرنا الخاصة.

¹ من الموقع : www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages. تاريخ الاطلاع : 21 / 04 / 2018 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

المبحث الثالث : حصيلة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية للفترة 2008 - 2014 .

إن الرهانات التي رفعتها الجزائر في مخططها الإستراتيجي للانطلاق بالقطاع السياحي وبناء اقتصاد سياحي يعول عليه لمرحلة ما بعد البترول لم تكن رهانات عشوائية أو قرارات ارتجالية بل كانت نتاجا لعدة دراسات ونقاشات من الأطراف الفاعلة في قطاع السياحة وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا المبحث من خلال التطرق إلى تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهيكل الفندقية في المطلب الأول ، وتهيئة العقار السياحي واستغلال المحطات الحموية في المطلب الثاني ، بينما تطرقنا في المطلب الثالث إلى نتائج الإنظام إلى مخطط الجودة ، وإنجازات الشراكة والتمويل في المطلب الرابع وأخيرا نتائج تسويق وجهة الجزائر السياحية في المطلب الخامس .

المطلب الأول : تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهيكل الفندقية:

لقد برمج إنجاز 75000 سرير من النوع الفخم بغرض استقبال 2.5 مليون سائح في حدود سنة 2015 والجدول الموالي يوضح نسبة الإنجاز وتقدم الأشغال إلى غاية 2014 في الهياكل الفندقية المبرمجة خلال هذه الفترة.¹

¹ شرفاوي عائشة، أطروحة دكتوراه السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، مرجع سبق ذكره ، ص 212 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الجدول رقم 06 : يوضح وضعية المشاريع السياحية سنة 2014 .

سنة 2014				سنة 2013				
التكلفة	عدد	عدد	مجموع	التكلفة	عدد	عدد	مجموع	
الكلية 10	مناصب الشغل	الأسر	المشاريع	الكلية 10	مناصب الشغل	الأسر	المشاريع	يع
190,34	2552	54884	385	173,89	2808	5157	377	مشاريع في طور الانجاز
4	6			3	3	0		
27,70	3797	9123	104	23,58	6850	1401	129	مشاريع متوقفة
						7		
93,84	1300	33860	296	65,42	8093	1726	219	مشاريع غير منطلقة
	6					3		
30,38	2971	6377	76	2,56	576	1793	21	مشاريع تم انجازها
342,26	4530	10424	861	265,45	4360	8464	746	المجموع
	0	4		1	2	3		

المصدر:وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2014 ،

الجزائر، ص 27 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

يظهر من الجدول أنه تم الموافقة على 861 مشروع، أنجز منها 76 مشروع فقط بنسبة % 8.8 من إجمالي المشاريع المقبولة وطاقات إيواء بلغت 6377 سرير حوالي % 8.50 من إجمالي المشاريع المبرمجة 75000 (سرير) و 375 مشروع قيد الإنجاز أي % 44.7 من إجمالي المشاريع المقبولة بطاقات إيواء 54884 سرير حوالي 73 % الإجمالي ، وإذا فرضنا أن المشاريع قيد الإنجاز قد انتهت بها الأشغال نهاية 2015 فإن نسبة الإنجاز

ستنصل إلى % 80 من مجموع ما تم برمجته من طاقات الإيواء 75000 سرير، لكن إلى غاية اليوم هناك تأخر في نسبة الإنجاز التام تقدر ب % 90 والباقي كلها عبارة عن مشاريع قيد الإنجاز أو متوقفة لأسباب كثيرة أهمها مشكل التمويل ومشكل العقار السياحي الحيازة والتهيئة .

الجدول رقم 07 : وضعية الحظيرة الفندقية بين 2008 – 2014 .

2014		2013		فئة التصنيف
عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	
4242	08	4242	08	الفنادق 5 نجوم
1800	06	1600	05	الفنادق 4 نجوم
5829	39	5775	38	الفنادق 3 نجوم
4605	46	4605	46	الفنادق 2 نجوم
10639	149	10639	149	الفنادق 1 نجمة
8406	156	8406	156	الفنادق دون نجوم
384	2	384	2	اقامة سياحية 2 نجوم

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

313	01	313	1	اقامة سياحية 1 نجمة
93	02	93	2	موتيل /نزل طريق 2 نجوم
30	1	30	01	موتيل نزل طريق 1 نجمة
16	1	16	01	نزل ريفي 2 نجوم
20	1	20	01	نزل ريفي 1 نجمة
274	1			قرى العطل 3 نجوم
91	05	426	03	نزل مفروش وحيد الصنف
9381	196	9381	196	هياكل أخرى موجهة للفندقة
52886	555	52613	549	في طريق التصنيف
170	06	170	06	محطة الاستراحة
426	10	426	10	نزل عائلي وحيد الصنف
99605	1185	98804	1176	المجموع

المصدر:وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2014 ، الجزائر، ص 09 .

أما إذا أخذنا وضعية الحظيرة الفندقية الحالية نهاية 2014 فأغلب الفنادق ليست مصنفة أو هي في طريق التصنيف منذ سنة 2008 إلى غاية نهاية 2014 ، إذ سجلت تأخيرا كبيرا بالنسبة لإعادة تهيئتها وتأهيل ما يستحق أن يؤهل إلى المستوى المطلوب وباقي الهياكل الفندقية مصنف نجمة أو نجمتين وهي هياكل ليست مطلوبة من طرف الأجانب ، فالطلب لدى دول الجوار مرتفع

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

على الهياكل من صنف 3 نجوم التي تتناسب مع سياحة فاخرة وفق خدمات جيدة، ذلك 0 نجوم و 05 نجوم التي تضيف الطابع الجمالي على المدن السياحية وتشجع قيام الهياكل الفاخرة من صنف 4 سياحة الأعمال والمؤتمرات.

المطلب الثاني: تهيئة العقار السياحي واستغلال المحطات الحموية

من بين 205 منطقة للتوسع السياحي التي تم إحصاؤها 53207 هكتار تم تهيئة عشرة مناطق فقط للاستغلال كما أن الأعمال جارية من أجل إضافة 39 منطقة توسع أخرى، وسجل تأخر كبير في تهيئة العقار السياحي مما أدى إلى توقف وإلغاء مشاريع كثيرة لهذا السبب. وفيما يخص صياغة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مستوى الولايات فقط انطلقت العملية في بعض الولايات وهي تسعة ولايات والباقي قيد الدراسة .

كما تم منح 150 عقد امتياز سنة 2014 لاستغلال المنابع الحموية موزعة على القطاع العام والخاص .

كما تم إنجاز خريطة وطنية للمنابع الحموية 202 منبع التي تم إحصاؤها حسب الدراسات الخاصة بالأهمية العلاجية لكل منبع.

الفصل الثالثالمخطط السياحي آفاق 2025

الجدول رقم 08: يوضح وضعية استغلال المنابع الحموية نهاية 2014.

العدد	المؤسسات الناشطة		مشاريع متوقفة	مشاريع متوقفة				
	مركز حموي				مركز العلاج بمياه البحر			
	عمومية	خاصة						
المنابع	المياه الحموية	عمومية	خاصة	الانجاز				
سنة 2013	202	50	08	07	01	01	20	11
سنة 2014	202	47	08	07	01	01	15	14
تطور	00	03	00	00	00	00	05	- 03

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سابق، ص 29 .

إن عدم الإسراع في استغلال هذه المنابع الحموية لدفع السياحة العلاجية وحل كل المشاكل المرتبطة بالاستثمار فيها يعتبر هدر لطاقات يمكن أن تدفع بالسياحة الجزائرية في هذا المجال قدما لسد الطلب الداخلي وحتى الدولي.

المطلب الثالث : الانضمام لمخطط الجودة.

إن تطبيق مخطط الجودة والانضمام إليه لاكتساب علامة السياحة الجزائرية التي تعبر عن ارتفاع المؤسسات الوطنية إلى مصاف المعايير الدولية المعمول بها في هذا المجال من أهم رهانات تطور

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

القطاع السياحي والتي يعول عليها لنجاح إستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 لذلك سعت العديد من المؤسسات للدخول ضمنه والاستفادة من المزايا التي يوفرها حيث تم:¹

- تنصيب المجلس الوطني للجودة السياحية.
- اتخاذ التدابير اللازمة والقوانين المحفزة على الانضمام لمخطط الجودة واكتساب علامة " جودة السياحة الجزائرية" وتخفيض الضرائب حسب ما نص عليه قانون المالية التكميلي 2009 .

• وبما أن التكوين والتدريب هو أساس الارتقاء بجودة المورد البشري فقد تم الاهتمام بتكوين الإطارات التي تتولى هي أيضا عملية تكوين المستخدمين في القطاع السياحي وتأطير الطلبة على مستوى المدارس المتخصصة.

- تخصيص ميزانية مقدرة ب 1.5 مليار للفترة الخماسية 2014 - 2010 من أجل تدعيم الاجراءات الخاصة بتطبيق مخطط الجودة في المؤسسات العمومية.
- فتح المجال لدراسة التخصص في الجامعات والمعاهد الخاصة .

المطلب الرابع: إنجازات الشراكة والتمويل:

في إطار الشراكة بين مؤسسات الدولة والأطراف الفاعلة تم إنشاء عدة جمعيات ناشطة على المستوى الوطني والمحلي منها:²

- 1-الفدرالية الوطنية لدواوين السياحة وأصحاب الفنادق.
- 2-الفدرالية الوطنية لوكالات السياحة والأسفار.
- 3-النقابة الوطنية لوكالات السياحة والأسفار.

¹ شرفاوي عائشة ، مرجع سبق ذكره ، ص 213 .

² Ministère du Tourisme et de L'artisanat , **Bilan d'étape de la mise en oeuvre du schéma d'aménagement touristique (SDAT)**,avril 2013 , p 15.

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

كذلك عقد العديد من الشراكات بين مختلف الفاعلين لرفع من كفاءة السياحة ، حيث نبرز أهم الشراكات فيما يلي :

- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال لتعميم استعمال تقنيات الاتصال الحديثة في صناعة السياحة لتعزيز القدرات التنافسية وترقية الوجهة السياحية الجزائرية.
- وزارة التكوين المهني لدعم مخطط التكوين والنوعية لتكوين المستخدمين وتكوين عمال أكفاء ومؤهلين في ميدان السياحة.
- اتفاق الشراكة مع الشريك الأوروبي (الإتحاد الأوروبي) والمنظمة العالمية للسياحة في مجال تطوير السياحة والصناعة التقليدية

المطلب الخامس: نتائج تسويق الوجهة السياحية الجزائرية:

إن أصعب مهمة تواجه صناع السياحة في الجزائر سواء من القطاع العام أو الخاص هو محو الصورة والانطباعات السيئة التي تكونت عن الجزائر كوجهة سياحية داخليا أو خارجيا، فأصعب تحدي بالنسبة لهم هو نشر الوعي والثقافة السياحية لدى المواطنين المحليين والمقيمين في الخارج الذين مازالوا لا يؤمنون بقدرات الجزائر في بناء سياحة بسبب ارتفاع أسعار الخدمات السياحية في الداخل مقارنة بأسعار دول الجوار ومازالوا يفضلون قضاء عطلهم خاصة الصيفية في الشواطئ التونسية بدل شواطئ بلادنا لأنها أقل تكلفة وأكثر رفاهية، زد على ذلك تفتح المجتمعات الأخرى مقارنة بمجتمعنا فيما يخص قبول السياحة كظاهرة لها إيجابياتها وسلبياتها ولكنها صناعة لا بد منها لتنويع مداخل الاقتصاد الوطني وكأي صناعة أخرى ، فصناعة البترول مثلا لها آثارا وأضرارها على الطبيعة والإنسان والحيوان لكننا قبلناها ، و لا بد أن يكون نفس الحال بالنسبة لصناعة السياحة.

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

ومن أجل ترسيخ مبدأ التعاون والتحسيس بأهمية الحفاظ على المكاسب الطبيعية كل سنة وفي بداية موسم الاصطياف تقوم الجماعات المحلية بمشاركة الجمعيات الوطنية والمحلية بإقامة مبادرات لتنظيف الشواطئ والقيام بحملات إعلامية تهدف إلى توعية السكان بأهمية الحفاظ على الطبيعة ونظافة الأماكن العمومية.

أما على مستوى العمل الدولي لترقية وتسويق الوجهة الجزائرية تقوم وزارة السياحة ممثلة أيضا بمجموع مؤسساتها بمجموعة من النشاطات أبرزها :¹

- 1- تنظيم المعرض الدولي للسياحة والأسفار (SITEV) طبعة في كل السنة
 - 2-إنجاز دليل خاص بالفنادق على مستوى التراب الوطني وآخر خاص بالوكالات السياحية.
 - 3-طبوع مجموعة من الكتيبات باللغتين العربية والفرنسية للتعريف بالجزائر وتراثها الثقافي والشعبي منها " الهقار و الطاسيلي"، "عالم الطمانينة"، " الواحات بوابة الصحراء... " الخ.
 - 4-استعمال مواقع الأنترنت في المؤسسات العمومية للتعريف والترويج بالوجهة السياحية الجزائرية
- ونذكر:

- موقع وزارة السياحة www.mta.dz
- موقع الديوان الوطني للسياحة www.ont.dz
- موقع الجزائر سياحة موقع تجاري www.algeriantourism.com
- بالإضافة إلى مواقع الوكالات السياحية والفنادق التي تروج لصناعة السياحة وغيرها.
- الأقراص المضغوطة التي توزع على مختلف القنصليات بالخارج وتوزع في المعارض الوطنية والدولية.

¹ شرفاوي عائشة ، مرجع سبق ذكره ، ص 216 .

الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

خلاصة الفصل .

توصلنا من خلال هذا الفصل إلى أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو مجموعة من التنظيمات والإجراءات التي تهدف من خلالها الدولة بالرقى في المجال السياحي من خلال وضع الخطط والبرامج التي يمكن من خلالها الاستغلال الأمثل لمختلف ما تحويه الجزائر من جوانب عرض سواء الطبيعية أو الثقافية ، حيث ركزت الدولة في هذا المخطط على خمس ديناميكيات أساسية تمحورت أساسا حول تامين مخطط وجهة الجزائر ،الأقطاب السياحية للامتياز، مخطط النوعية مخطط الشراكة ومخطط تمويل السياحة كل هذا بهدف التغلب على مختلف التحديات التي تعيق الاستثمار في هذا المجال وصنع موقعة سياحية تتنافس بها على المصاف العالمي .

الخاتمة

الخاتمة

أصبحت الظاهرة السياحية من أهم الظواهر الإقتصادية والاجتماعية في العصر الحالي وتحولت إلى صناعة القرن الواحد والعشرين بفضل النمو السريع الذي عرفته بعد الثورة الصناعية وما أحدثته من تطورات تكنولوجية أدت إلى تطور وسائل النقل والاتصال خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تحولت الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية تنقل المسافرين عبر أقطار العالم وزادت الحاجة إلى السفر بعد تحسن الظروف المعيشية وزيادة العطل للعمال وأصبحت السياحة مطلبا لفئات كثيرة المجتمعات المتقدمة فهي بمثابة غذاء للروح بعدما كانت تقتصر على الطبقة البرجوازية في القرن التاسع عشر.

وعلى غرار باقي دول العالم اهتمت الجزائر بالمجال السياحي في الفترة الأخيرة نظرا لتعلق هذا القطاع بكافة القطاعات الأخرى و المردودية الكبيرة التي يجلبها حيث يهدف لبناء اقتصاد بديل للمحروقات وهذا ما تسعى إليه الحكومة من خلال المخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي يعتبر بكرة التوجه للاقتصاد البديل من خلال الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد التي تملكها الجزائر سواء الطبيعية ، البشرية أو الثقافية ، كذلك يوضح المخطط الأهداف الإستراتيجية المراد بلوغها وكذا الديناميكيات الأساسية التي يمكن تطبيقها لتكوين سمعة سياحية تليق بمكانتها الدولية والإقليمية .

ومن خلال دراستنا لموضوع المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025 وفي فترته الأولى ما بين 2008 – 2015 يمكن القول ان معالم السياحة قد بدأت تبرز وتساهم في تنمية الاقتصاد الوطني ولو بنسبة ضعيفة وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الأساسية للدراسة التي مفادها عدم مساهمة السياحة في الجزائر في تمويل الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 و نتبنى الفرضية البديلة التي تنص عكس ذلك ، كذلك تم التوصل إلى جملة من النتائج والتوصيات يمكن إدراجها في النقاط التالية :

الخاتمة

- السياحة نسيج صناعي متكامل يؤثر في مجمل القطاعات الإقتصادية وعلى المتغيرات الكلية من خلال أثارها على الدخل وميزان المدفوعات والتشغيل وبالتالي تؤدي إلى تنشيط الحركة التجارية بصفة خاصة وتنمية الاقتصاد ككل بصفة عامة .
- تأثرت السياحة بالمتغيرات الإقتصادية التي عاشها العالم بعد الحرب العالمية الثانية مما أدى إلى تحولها من مجرد ظاهرة هدفها الترفيه والاستجمام إلى صناعة تهدف إلى تنمية الاقتصاديات الدولية.
- رغم الثراء الطبيعي وامتلاك الجزائر لمقومات الجذب السياحي إلا أن السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع ظلت عاجزة للنهوض بالقطاع السياحي رغم انتهاج التخطيط كأساس علمي في عملية التنمية السياحية سواء خلال الاقتصاد الموجه أو خلال الانفتاح والتوجه نحو اقتصاد السوق.
- نقص اهتمام الدولة بقطاع السياحة، فالسياحة الجزائرية تدفع ثمن الخيارات الإقتصادية الفاشلة التي أهملت القطاع السياحي منذ الاستقلال وغياب إرادة سياسية حكيمة لبناء قطاع سياحي مستدام.
- تردي وضعية المناخ الاستثماري في الجزائر وضعف جاذبيته مما أدى إلى عزوف كثير من المستثمرين الخواص جزائريين وأجانب عن الاستثمار في القطاع السياحي بسبب كثرة العراقيل الإدارية والتنظيمية وغياب الشفافية ونقشي ظاهرة الفساد الإداري في جميع المستويات.
- نقص احترافية مستخدمي القطاع السياحي بسبب ضعف التكوين والتدريب السياحي الذي لا يرقى إلى المستويات المقدمة في الدول المتقدمة.
- الإخفاق في تسويق الوجهة السياحية الجزائرية بسبب ضعف الإستراتيجية التسويقية المعتمدة وإهمال دور التسويق الإلكتروني للسياحة ودور المكاتب الدبلوماسية الجزائرية.

الخاتمة

- عدم استقرار الجهاز الإداري والتنظيم القائم على القطاع وتشتت عملية التسيير والإدارة بين أجهزة القطاع مما أدى تداخل المهام وتضارب الاختصاصات بين المسيرين مع وجود مركزية شديدة في اتخاذ القرارات وغياب التنسيق والتشاور مع الأطراف الفاعلة في القطاع السياحي.
- نقص الوعي السياحي بغياب الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري مما ينعكس سلبا في الحفاظ على البيئة والمرافق العامة والاستغلال الأمثل للمناطق السياحية من طرف المستثمرين.

التوصيات .

- بناء على النتائج المتوصل إليها ندرج مجموعة التوصيات والاقتراحات التالية .
- ضرورة تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص بإقحام ممثلين عن القطاع الخاص في الجهاز الإداري.
- العمل على استقرار الجهاز الإداري القائم على القطاع السياحي.
- ضرورة تنويع المنتجات السياحية الجزائرية بتجسيد برنامج الأعمال الذي سطره مخطط وجهة الجزائر في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من حيث الفروع الواجب تطويرها لاستقطاب أسواق جديدة.
- يجب توفير إطار تنظيمي وقانوني لبيئة الأعمال الإلكترونية مع توفير البنية التحتية اللازمة لهذه الأعمال، فالسياحة الإلكترونية أصبحت ضرورة وحتمية في المعاملات الدولية.
- ينبغي تكثيف الحملات الترويجية على المستوى الدولي لتسويق وجهة السياحة الجزائرية.
- يجب الاهتمام بقطاع الصناعات التقليدية والعمل على ترقيته.

الخاتمة

- ينبغي تكثيف برامج التعليم والتدريب التي تراعي مستويات البرامج الدولية المقدمة في هذا المجال لتكوين عنصر بشري كفاء وفعال الذي سيكون الاستثمار الحقيقي لبناء السياحة الجزائرية.
- ضرورة تنويع المنتجات المالية القادرة على تمويل المشاريع السياحية في البنوك التجارية وكذلك العمل على تشجيع ظهور بنوك الاستثمار السياحي.
- العمل على تطوير البنية التحتية والمرافق الضرورية خاصة النقل بكل أنواعه بفتح المجال أمام الاستثمار الخاص في قطاع النقل.
- العمل على نشر الوعي السياحي والبيئي بإدماج مادة الثقافة السياحية في المناهج التعليمية منذ الأطوار الأولى وتكثيف الحملات الإعلامية التي تروج إلى دعم بناء سياحة مستدامة في الجزائر.
- العمل على التطبيق الصارم للقوانين التي تحمي البيئة وتحافظ على الموارد السياحية وتمنع الاستغلال العشوائي لهذه الموارد.
- العمل على تثمين الموروث الثقافي والحضاري والتعريف به دوليا من خلال إقامة مهرجانات دولية والمشاركة في التظاهرات الدولية .

قائمة المراجع

المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية .

1. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ، تسويق سياحي ، الرياض ،
2008،

2. أحمد الجراد ، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب
الطبعة الأولى ، القاهرة ، 1988 .

3. أحمد فوزي ملوخية ، التنمية السياحية ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ،
2007.

4. بشير مصطفى ، نهاية الربيع - الأزمة والحل - ، دار الجسور للنشر
والتوزيع ، الجزائر ، 2015 .

5. حمدي عبد العظيم ، اقتصاديات السياحة ، مدخل نظري وعملي متكامل
، مكتبة الشرق ، القاهرة ، 2000 .

6. زكي خليل المساعد ، تسويق الخدمات وتطبيقاته ، دار المناهج ، الأردن ،
2005

7. صبري عبد السميع حسين ، أصول التسويق السياحي ، جامعة حلوان ، كلية
السياحة والفنادق ، القاهرة ، 1992 ،

8. علي أحمد هارون ، أسس الجغرافيا الاقتصادية ، دار الفكر العربي القاهرة،
، 2000

المراجع

9. فؤادة عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي ، عالم الكتب القاهرة ، 2004 .
10. كاترين قبو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 2008 .
11. ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن 2008 .
12. محسن أحمد الخضيري ، التسويق السياحي ، مدخل اقتصادي متكامل ، مكتبة مدبولي ، القاهرة
13. محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الثانية ، الاسكندرية ، 1995.
14. محمد عبيدات ، التسويق السياحي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .
15. محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، الاسكندرية ، مصر ، دار المعرفة الجامعية
16. محمود الديماسي وآخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .

المراجع

17. معهد التخطيط القومي ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساته على الاقتصاد القومي ديسمبر 1998.
18. نبيل الروبي ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، القاهرة، 1987 ،
19. نعيم الطاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001
20. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب الأول : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، وزارة السياحة والصناعة التقليدية .
21. وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 2 المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، وزارة السياحة والصناعة التقليدية .
22. وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 3 المخطط التوجيهي للسياحة ، الأقطاب السياحية للإمتياز ، جانفي 2008 ..
23. وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب 5 : المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جنفي 2008 .

ثانيا _ المذكرات :

المراجع

1. احمد لشهب ، السياحة في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 1987
2. جودي عبد القادر .، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر ، أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر 2006 .
3. حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، مذكرة مقدمة انيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة البليدة ، 2006 .
4. خالد كواش ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، 2003 - 2004 ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر
5. دمداد نوال ، الإستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 2010
6. ريان درويش ، الاستثمارات السياحية في الأردن ، رسالة ماجستير ، معهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 1996 .
7. شرفاوي عائشة، أطروحة دكتوراه السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية ،جامعة محمد خيضر ، الجزائر ، 2015.

المراجع

8. صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في

تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر

الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول

" جامعة البليدة يومي 24 و 25 افريل 2012

9. متولي عبد العاطي محمد علي ، التقييم الاقتصادي الاستراتيجيات تنشيط

الطلب السياحي في وقت الأزمات ، رسالة للحصول على درجة العضوية

في العلوم الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، المعهد القومي

للادارة العليا ، القاهرة ، 2000 .

ثالثا _ المجالات :

1. الرجباني المنجي ، السياحة والبيئة ، مجلة البيئة ، الهيئة العامة للبيئة ،

العدد 07 ، ليبيا 2002.

2. خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر ، مجلة

علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،

جامعة الجزائر ، العدد 13 2005 .

3. عوينات عبد القادر ، السياحة في الجزائر - التحديات والرهانات ، في ظل

المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، مجلة معارف ، العدد ، جامعة

أكلي محند أولحاج 2012 .

المراجع

رابعاً _ الملتقيات

1. حياة بن سماعيل ، زايدى حسيبة ، أقطاب السياحة الصحراوية للامتياز ودورها في تحويل الجزائر إلى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والإستثمار السياحي بولاية بسكرة ، الملتقى الدولي الثاني حول : دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية والاجتماعية " يومي 11 و 12 مارس 2012 ، جامعة محمد خيضر بسكرة

2. قزير محمود ، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية ، ملتقى دولي حول تسيير وتميز الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، يومي 1 و 2 ديسمبر 2014.

3. محمد العطا عمر ، الندوة العلمية " أثر الأعمال الارهابية على السياحة "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية ، دمشق .

خامساً _ المؤتمرات

1. عمر أبو العينين ، تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي ، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وادارتها ، جامعة المنصورة 22 - 23 مارس 1988 .

المراجع

2. معيزي قويدر ، السياحة في الجزائر واقع وآفاق ، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة المؤتمر العلمي الدولي حول - السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24 و 25 أفريل 2012 .

سادسا _ المواقع الإلكترونية

1. الحظائر الوطنية في الجزائر ، على الموقع www.al-fadjr.com ،
2. الأقطاب السياحية للإمتياز ، على الموقع www.andi.dz .
3. أهم المتاحف الوطنية على الموقع : www.ahwahatech.com .
4. إيلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية على الموقع www.djazairss.co m ،
5. المعالم الجزائرية بين الانتشار والاندثار ، على الموقع : www.esslamonline.com .
6. جغرافيا الجزائر ، على الموقع : www.onec-education.com .
7. www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages الأقطاب

السياحية للإمتياز

ثامنا _ المراجع باللغة الفرنسية

المراجع

1. G p la zoto géographique du tourisme , maison paris 1990 .
2. ROBERT LANQUARD , LE MARKETING TOURISTIQUE , PARIS , 1981 .
3. Ministère du Tourisme et de L'artisanat ,Bilan d'étape de la mise en oeuvre du schéma d'aménagement touristique (SDAT),avril 2013

المخلص

الملخص

الملخص:

تتمحور هذه الدراسة حول المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025 الذي يعد إستراتيجية بديلة لتنمية الاقتصاد خارج قطاع المحروقات ، حيث يشمل المخطط الديناميكيات الأساسية التي اعتمد عليها في تنشيط السياحة حيث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق للجوانب الأساسية التي تقوم عليها السياحة و تحليل مدى التقدم في إنجاز مختلف المشاريع لتتوصل في الأخير لبعض النتائج مفادها توفر الجزائر على مقومات النشاط السياحي ومحاولة استثمار هذه الجوانب من خلال المخطط رغم المشاكل العديدة التي تواجه الدولة وانعكاسها على تقدم مختلف مشاريع.

الكلمات المفتاحية: المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، التنمية ، السياحة ، الاستثمار السياحي .

Abstract :

This study focuses on the National Plan for Tourism Development Horizons 2025, which is an alternative strategy for the development of the economy outside the hydrocarbons sector. The plan includes the basic dynamics on which tourism has been based. We followed the analytical descriptive approach by addressing the basic aspects of tourism and analyzing progress in The completion of various projects to arrive at the final results of some of the availability of Algeria on the fundamentals of tourism activity and try to invest these aspects through the scheme despite the many problems facing the state and its reflection on the progress of various projects scheme.

Keywords: SDAT 2025 , Development, tourism, tourism investment.