

جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

قسم العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

الموضوع

أليات تطوير قطاع السياحة في الجزائر

2010 / 2000

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية

فرع التحليل الاقتصادي

تحت إشراف:

أ.د/ بن حمود سكيينة

إعداد الطالب:

جاب الله إلياس

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

مقررا

عضوا

عضوا

عضوا

أ.د/ كواش خالد

أ.د/ بن حمود سكيينة

د/ بوعقلين بديعة

د/ هدير عبد القادر

د/ مدني جميلة

السنة الجامعية 2015/2016

شكر وتقدير

أول شكر لله عز وجل على توفيقه لنا لإتمام هذا المجهود

وكل التقدير لأستاذتي الفاضلة بن حمودة سكينه على توجيهاتها القيمة وصبرها علي

وأشكر كل من ساهم معي في عملي هذا راجيا الله أن يجعلها في ميزان حسناتهم

وشكرا

الإهداء

إلى من أحببتهم حبا خالصا لوجه الله تعالى
ولم أجد ما أعبر لهم عن حبي إلا أن أقدم لهم هذه الرسالة
إلى أمي و أبي

الفهرس

المقدمة العامة أ.

الفصل الاول: الإطار النظري للسياحة

2	تمهيد الفصل
3	المبحث الأول: مفاهيم أساسية للسياحة
3	المطلب الأول: ماهية السياحة والسائح
5	المطلب الثاني: أنواع السياحة
8	المطلب الثالث: أهمية السياحة
11	المبحث الثاني: متطلبات السياحة
11	المطلب الأول: عناصر الجذب السياحي
14	المطلب الثاني: أركان ومكونات السياحة
18	المبحث الثالث: التنمية السياحية
18	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية
20	المطلب الثاني: أشكال التنمية السياحية
22	المطلب الثالث: أهداف التنمية السياحية
24	خلاصة الفصل:

الفصل الثاني : السياحة في الجزائر

26	تمهيد الفصل
27	المبحث الأول : السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000 - 2010)
27	المطلب الأول : المقومات السياحية في الجزائر
29	المطلب الثاني المعوقات السياحية في الجزائر
33	المبحث الثاني : القطاع السياحي في الجزائر
33	المطلب الأول : الهياكل السياحية والمؤسسات التكوينية في الجزائر
37	المطلب الثاني : واقع العمل داخل القطاع السياحي في الجزائر
40	المطلب الثالث: جهود الدولة لتطوير المقومات السياحية في الجزائر

المبحث الثالث: السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية.....	42
المطلب الأول : المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر	42
المطلب الثاني : مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر	46
المطلب الثالث: المشاريع الإستثمارية السياحية ودورها في عملية التنمية الاقتصادية.....	51
خلاصة الفصل	57

الفصل الثالث: عوامل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر

تمهيد الفصل	59
المبحث الأول: الألية الاقتصادية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي	60
المطلب الأول: الإستثمار المباشر كأداة لتنمية السياحة في الجزائر	60
المطلب الثاني : دور الإستثمار الغير المباشر في النهوض بالسياحة.....	62
المطلب الثالث: فعالية الدعاية الإعلانية في النشاط السياحي.....	66
المبحث الثاني: الألية الإجتماعية والثقافية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي	69
المطلب الأول : الوعي السياحي	69
المطلب الثاني : الجودة السياحية.....	72
المطلب الثالث: التكوين السياحي.....	75
المبحث الثالث : مشروع الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي.....	79
المطلب الأول: برنامج التنمية السياحية لآفاق 2010 و 2013.....	79
المطلب الثاني : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025	87
المطلب الثالث: الأهداف المسطرة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025	88
خلاصة الفصل.....	96
الخاتمة العامة	98
المراجع	104

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة	19
02	تطور طاقات الإيواء في الجزائر للفترة 2003-2009	42
03	تطور طاقات الإيواء على حسب نوعية المنتج السياحي للفترة 2000-2010	43
04	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة 2000-2010	44
05	تطور السياحة العكسية للفترة 2003-2009	45
06	البرنامج التكميلي لدعم النمو والمخصصات المضافة له للفترة 2005-2009	46
07	ملخص للمؤشرات السياحية في الجزائر للفترة 2001-2010	47
08	مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2000-2010	48
09	مساهمة القطاع السياحي في توفير فرص العمل للفترة 2000-2010	48
10	تطور مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات للفترة 2000-2010	50
11	أهم المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الإستثمارية السياحية قيد الإنجاز في نهاية سنة 2010	52
12	توزيع المشاريع السياحية قيد الإنجاز حسب المنتج في نهاية 2010	53
13	توزيع المشاريع الإستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب التصنيف في نهاية سنة 2010	54
14	أهم المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الإستثمارية السياحية المتوقعة في نهاية سنة 2010	55
15	توزيع المشاريع الإستثمارية السياحية المتوقعة حسب المنتج في نهاية 2010	55
16	توزيع المشاريع الإستثمارية السياحية المتوقعة حسب التصنيف في نهاية سنة 2010	56
17	خطة الأعمال بالأرقام أفاق 2015	90
18	توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (أفاق 2025)	92
19	الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الإنطلاق	93
20	القرى السياحية	94

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	الرقم
4	أنواع السياحة	01
7	التقسيم العام لأنماط السياحة	02
88	م.ت.ت.س (SDAT2025) جزء من م.و.ت.إ. (SNAT2025)	03
91	الأهداف الخمسة للأقطاب السياحية	04

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

تطورت السياحة عبر العصور مع تطور الحضارة الإنسانية، فقد كان الإنسان يترحل ويتنقل بحثاً عن أماكن ملائمة للعيش، حيث تتوفر الأراضي الخصبة و المياه العذبة، ومع تقدم الحضارات أصبح للإنسان حاجات أكبر تدفعه للترحال والسفر، وهكذا تطور مفهوم السياحة تدريجياً إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليوم في عصرنا الحديث، حيث أصبحت محركاً هاماً من محركات الإقتصاد العالمي، ومصدراً معتبراً من مصادر الدخل الوطني لعدد كبير من دول العالم، فقد صارت السياحة قطاعاً إقتصادياً يسير وفق إستراتيجيات واضحة وأليات دقيقة تعبر عن رؤية كل دولة لهذا المجال الحيوي، ورغبتها في إستغلاله بالشكل الأمثل، حسب إمكانيات كل دولة سواء كانت إقتصادية أو ثقافية أو إجتماعية... وغيرها، وإذا لاحظنا تجارب بعض دول العالم ممن تعتمد على السياحة كمورد أساسي للدخل فإننا نلمس هذا الدور بشكل واضح لقطاع السياحة في تنمية وتطوير هذه الدول، كما أن دول العالم التي تحتوي وتتوفر على مقدرات سياحية هامة تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا عالميا، لا تختلف اهتمامات هذه الدول من دولة إلى أخرى بهذا القطاع، لذلك نجد أن هناك تفاوت في هذا المجال بحيث هناك دول سياحية وأخرى غير سياحية، ليس كون هذه الأخيرة فقيرة من ناحية المقدرات والمعالم السياحية، ولكن لقلة الإهتمام وعدم إعطاء الأولوية لها.

رغم امتلاك الجزائر على إمكانيات سياحية هائلة ومقومات جذب سياحي يمكن أن يجعل منها بلداً سياحياً بامتياز، فإنها لا تزال بعيدة على مستوى تلك المؤهلات فهي تحتل مرتبة غير مشرفة فلم يصل القطاع السياحي إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته ضعيفة مقارنة مع الدول المجاورة، رغم تبني الجزائر عدة سياسات تطويرية لقطاع السياحة، فالنهوض بالسياحة في الجزائر أمر حتمي لا بد منه في الظروف الراهنة، وذلك لتنويع مصادر الدخل القومي، وخلق بدائل إقتصادية دائمة وفعالة لكسب الثروة خارج قطاع المحروقات، الذي يواجه أزمة إقتصادية عالمية، لذلك تمثل السياحة أحد الرهانات الكبيرة لتحقيق التنمية الإقتصادية في وقتنا الحالي.

أولاً: الإشكالية:

الإقبال السياحي يبقى ضعيفا جدا، على الرغم من التنوع والثراء في مقومات وعناصر الجذب السياحي التي تمتاز بها الجزائر من مناظر طبيعية خلابة من شواطئ وجبال وصحاري ومنابع مياه معدنية وتنوع رائع في المناخ حسب المناطق، إضافة إلى الموروث التاريخي الحضاري، من هنا تتمحور إشكالية دراستنا حول: ماهي إمكانية تطوير القطاع السياحي في الجزائر؟

وهذا يقودنا لطرح التساؤلات التالية :

أ - ماهي أسباب تأخر السياحة في الجزائر؟

ب- ماهي المعوقات التي تواجه السياحة في الجزائر؟

ج- ماهي الآليات اللازمة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

يمكن طرح فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- الامكانيات التي تزخر بها الجزائر تمكنها من احتلال المراتب السياحية الهامة.
- القطاع السياحي في الجزائر يمكن أن يكون كمورد اخر خارج قطاع المحروقات.
- يكمن النهوض بالسياحة من خلال الارادة الفعلية للجهات الرسمية.

ثانيا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- إبراز أهمية السياحة ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية.
- التعرف على المخزون السياحي الذي تملكه الجزائر.
- التعرف على مدى أهمية السياحة في تحريك العجلة الإقتصادية.
- الوعي بأن الطاقة السياحية هي كبديل للطاقة النفطية في الجزائر.
- إبراز الآليات المطبقة من طرف الدولة من مخططات تنموية والتنويه بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة لأفاق 2025.

ثالثا: دوافع إختيار البحث:

- إن إختيار هذا الموضوع جاء لعدة اعتبارات منها:
- الإهتمام المتزايد بالسياحة في الساحة العالمية .
- المساهمة في التوعية بأهمية السياحة لدى الفرد الجزائري بصفة خاصة.
- النتائج الإيجابية المحققة في الكثير من الدول رغم بساطة إمكاناتها مقارنة بالجزائر.
- المساهمة في زيادة إثراء موضوع السياحة في الجزائر.

رابعا: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى دور القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، وهل يمكن له أن يكون كمورد آخر في الجزائر، وماهي السبل الواجب تطبيقها للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر في ظل الأزمات المالية الحالية، وخاصة بعد التذبذبات لأسعار البترول العالمية.

خامسا: حدود الدراسة:

تتمثل حدود دراستنا في الفترة الزمنية والمكانية التي تطرقنا لها في عنوان بحثنا والمتمثل في أليات تطوير قطاع السياحة في الجزائر من: (2000 الى 2010).

سادسا: صعوبات البحث:

من أبرز الصعوبات التي عرقلت سيرورة هذا البحث العلمي، قلة مصادر المعلومات السياحية في الجزائر وان وجدت بعض المعلومات مثل الكتب والبحوث العلمية نلاحظ عدم حدائتها ومواكبتها الظروف الحالية.

سابعا: منهج الدراسة:

من أجل إعداد هذا البحث إتبعنا في دراستنا المنهج الوصفي لوصف السياحة في الجزائر، و إتبعنا أيضا المنهج التحليلي لتحليل البيانات والمعطيات ولتشخيص القطاع السياحي وإعطاء صورة واضحة عنه، وتم الإعتماد على البيانات المستقاة من وزارة السياحة والديوان الوطني للإحصاء و البنك العالمي وغيرها من المصادر.

ثامنا: تقسيمات الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية وتم تقسيم معظم الفصول إلى ثلاثة مباحث:

فالفصل الأول تناولنا فيه الإطار النظري للسياحة، فتطرقنا في المبحث الأول لمفاهيم أساسية حول السياحة والسائح أما المبحث الثاني فتناولنا فيه متطلبات السياحة من عناصر وأركان ومكوناتها، أما المبحث الثالث تطرقنا فيه لمفهوم التنمية السياحية وأهدافها .

أما الفصل الثاني تناولنا فيه نظرة على السياحة في الجزائر فتطرقنا في المبحث الأول إلى واقع السياحة في الجزائر للفترة ما بين 2000 و2010 وفي المبحث الثاني تناولنا فيه القطاع السياحي الجزائري من هياكل ومؤسسات تكوينية وغيرها أما بالنسبة للمبحث الثالث ذكرنا فيه السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الإقتصادية.

والفصل الثالث والأخير تناولنا فيه عوامل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر فتطرقنا في المبحث الأول إلى الآلية الإقتصادية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي أما في المبحث الثاني فتناولنا فيه الآلية الإجتماعية والثقافية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي، أما المبحث الثالث فتطرقنا فيه إلى مشروع الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي.

الفصل الأول:

الإطار النظري للسياحة

تمهيد الفصل:

تعد السياحة واحدا من أهم القطاعات الإنتاجية المذرة للعملة الصعبة والدخل الوطني عموما، وتعتبر بدورها صناعة متكاملة كل القطاعات الإنتاجية وهي أداة لدفع وتطوير قطاعات إنتاجية أخرى مثل النقل والمواصلات، خدمات الإتصال، الفنادق، الكهرباء والغاز وغيرها، فالسياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم تقوم عليها إقتصاديات كثير من الدول والتي تنطلق من المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها كما يتميز المردود المادي لصناعة السياحة عن غيره من مردودات المرافق الإنتاجية بأنه مردود متفرع ومتشعب تستفيد منه مختلف الأنشطة سواء إقتصادية، إجتماعية، سياسية أو ثقافية، ومن هنا يتبين الدور الفعال والعلاقة الوثيقة بين القطاع السياحي والتنمية الإقتصادية بمفهومها الواسع، وقد عرفت البلدان المتطورة أهمية هذا القطاع فركزت على تنميته وجعله من أولوياتها الملحة وخططها المستقبلية، ويلاحظ هذا الإهتمام من خلال النمو السريع لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، حيث تعمل معظم الدول على الإجتهد في توفير المناخ المناسب للجذب السياحي وتوفير البنية التحتية وتطويرها بإستمرار لإستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح، وسنحاول من خلال هذا الفصل الأول إبراز المفهوم العام للسياحة في المباحث الثلاثة التالية كما يلي:

المبحث الأول: مفاهيم أساسية للسياحة

المبحث الثاني: متطلبات السياحة

المبحث الثالث: التنمية السياحية

المبحث الأول: مفاهيم أساسية للسياحة

السياحة قديمة قدم الانسان وبها يشبع فضوله في معرفته للمناطق والمساحات من الجبال والسهول والأنهار والبحار والصحاري والتي تسكنها مجتمعات متعددة ،لابد من التعرف عليهم، أي أن السياحة هي مناطقية واجتماعية وترفيهية، أن مفهوم السياحة هو مفهوم شاسع وذلك الى كل مختص وهو يعالج ويقدم المفاهيم الاساسية والمتعارف عليها لدى المختصين في السياحة، وهذا المفهوم يختلف من باحث الى آخر، وفي هذا المبحث سنحاول إيضاح ذلك .

المطلب الأول: ماهية السياحة والسائح

تمثل السياحة موردا إقتصاديا مهماً، ما جعل كل الدول تهتم بها، ويؤدي السائح في هذه الصناعة دور المحرك التي تدور به عجلة إزدهارها. ومن خلال هذا المطلب سيتم التعرف على كل من السياحة والسائح وأنواع كل منهما.

1. تعريف السياحة

تعددت التعاريف التي مسّت السياحة وذلك لتعدد جوانب وحيثيات وطبيعة ومكونات السياحة وسيتم ذكر أهم التعاريف التي يمكن التطرق إليها كما يلي:

1.1. تعريف جويير فرولر Guyer Freuller (1905):

" السياحة ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والإستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة"¹.

2.1. تعريف شوليرن شرانتهومن Hermanvon Schulird (1910):

الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الإقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم إرتباطا مباشرا"².

3.1. تعريف هوزكر Hunziker وكرافت Kreft (1943):

" السياحة هي مجموعة العلاقات والأعمال الناتجة عن التنقل خلال أيام لأشخاص وذلك خارج أماكن إقامتهم الأصلية، بحيث هذه التنقلات وأيام الإقامة لا تكون بغرض مكسب مهما كان"³.

¹ - كمال درويش، محمد الحماحي، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1997، ص 249.

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

³ - Ahmed Tessa, Economie et Aménagement du Territoire, OPU, Alger, p 21.

4.1. تعريف المنظمة العالمية للسياحة (OMT): " السياحة تتعلق بالأنشطة المبدولة من طرف الأشخاص أثناء أسفارهم ورحلاتهم في أماكن تختلف عن أماكن إقامتهم المعتادة لفترة متتالية والتي لا تتجاوز سنة لأغراض ترفيهية، أعمال أو أغراض أخرى"¹.

2. ماهية السائح

لقد تعددت التعاريف المتعلقة بالسائح، ويمكن ذكر بعضها كما يلي:

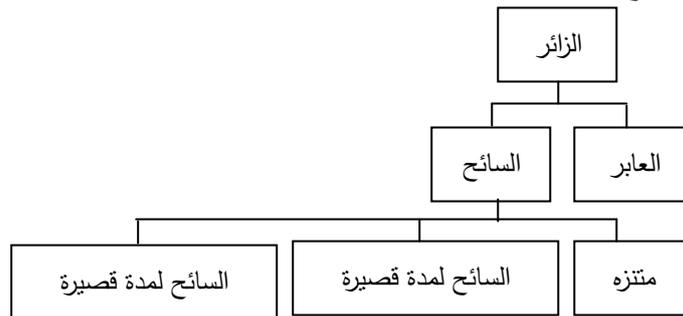
1.1. تعريف مؤتمر روما العالمي للسياحة عام 1963: " السائح هو من يزور بلدا غير بلده الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة، لأي سبب من الأسباب ما عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره، أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة، وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأي غرض من الأغراض غير غرض العمل بأجر"².

2.1. تعريف مارك بوير Marc Boyer: " السائح هو كل شخص يسافر من أجل الترفيه، ويغادر لمدة أكثر من 24 ساعة عن مكان إقامته والمنتقل لمدة أقل من 24 ساعة يسمى منتزه"³.
مما سبق نستنتج أن الفرق بين السائح والمنتزه هو مدة الإقامة بعيدا عن الإقامة الأصلية. وخصائص السائح هي الانتقال بطرق مشروعة، الإقامة لأكثر من 24 ساعة وأقل من سنة وأخير عدم إشتغاله بوظيفة بأجر.

3- أنواع السياح

يمكن التفريق بين أنواع السياح وفقا للشكل التالي:

الشكل رقم 01: أنواع السياح



Source: Belfet Michel, Marketing des Services Touristiques et Hôtelières Ellipses, Edition marketing S.A, Paris, p: 16.

¹- صلاح الدين عبد الوهاب، نظرية السياحة الدولية، دار الهناء للطباعة والنشر، مصر، 1992، ص 14.

²- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، ص 37.

³- Marc Boyer, Histoire de L'invention du Tourisme, Edition de Pube, Assais, 2000, p 9.

فالعابر يمكن أن يكون سائحا بالرغم من أن غرضه ليس السياحة، كالمسافر لمدة طويلة يمكنه أن يأخذ قسطا من الراحة قبل أن يصل إلى المنطقة المقصودة في إحدى المحطات السياحية.

أما السائح فيكون الغرض الأساسي من سفره هو السياحة، فعلى أساس مدة إقامته نجد¹:

- المتنزه = 0 ليلة.
- السائح لمدة قصيرة أقل من 3 أيام.
- السائح لمدة طويلة أكبر من 3 أيام وأقل من سنة.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

هناك عدة أنواع من السياحة تعددت حسب عدة معايير تقسيم ويمكن ذكر أهمها كما يلي:

1- حسب عدد الأشخاص: يتضمن هذا المعيار نوعين هما²:

- سياحة فردية: هذه السياحة يقوم بها فرد أو مجموعة من الأفراد دون الاعتماد على برنامج منظم ووقت محدد.

- سياحة جماعية: هي عكس الأولى ويتم ترتيبها من طرف شركات سياحية.

2- حسب وسيلة النقل المستعملة: حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية³:

- سياحة برية.
- سياحة بحرية أو نهريّة.
- سياحة جوية.

3- حسب السن: من خلال هذا المعيار تتبثق الأنواع الآتية⁴:

- سياحة الطلائع: وترتبط بالأطفال ذوي الأعمار من 07 إلى 14 سنة.
- سياحة الشباب: وتخص الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 21 سنة.
- سياحة الناضجين: وهي موجهة للأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و 55 سنة⁵.
- سياحة المتقاعدين: تتعلق بكبار السن حيث تمس فترات طويلة وأسعار مرتفعة.

¹- Louis Barma Jean, Marketing du Tourisme et de L'hôtelière, Edition d'organisation, Paris, 2001, P 17.

²- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 52.

³- محمد يسري عبس، السياحة، مفهومها، أنماطها، وأنواعها، دار الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2001، ص 113.

⁴- نفس المرجع. ص 114.

⁵- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 67.

- 4- حسب مدة الإقامة: هذا المعيار يحتوي على ثلاث أنواع هي¹:
- سياحة موسمية: وتكون حسب مواسم السنة وبدورها تقسم إلى السياحة الصيفية والسياحة الشتوية.
 - سياحة أيام: تكون مدة هذه السياحة قصيرة جدا فغالبا ما تكون بين يومين وأسبوع.
 - سياحة عابرة: تنتج بسبب تنقل الإنسان من مكان إلى آخر وبسبب عطب، تزويد بالطاقة يمس وسيلة النقل مثلا، تقوم شركات سياحية بتنظيم رحلات مبرمجة تكون قصيرة جدا حسب وقت التوقف.
- 5- حسب الحدود السياسية: وفقا لهذا المعيار نجد نوعان هما²:
- السياحة الداخلية: يقوم بها السياح داخل بلدانهم من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى.
 - السياحة الخارجية: هي عكس سابقتها، تكون في دول أخرى ولأكثر من ليلة على الأقل.
- 6- حسب الدخل: عن طريق هذا المعيار نجد الأنواع التالية³:
- سياحة أصحاب الدخل المرتفع: مثل رجال الأعمال الذين يقومون برحلات بالطائرات واليخوت.
 - سياحة أصحاب الدخل المتوسطة: مثلا الرحلات التي يقوم بها موظفي الشركة.
 - سياحة اجتماعية: مثلا رحلات الدخل المحدود.
- 7- حسب الجنس: وهنا يتم التمييز بين نوعين من السياحة هما⁴:
- سياحة الرجال: هذه السياحة تخص فئة الرجال فقط.
 - سياحة النساء: هذه السياحة تخص فئة النساء فقط.
- 8- حسب الهدف: وفقا لهذا المعيار نجد عدة أنواع منها:
- السياحة العلاجية: تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى⁵.
 - السياحة الترفيهية: تكمن فيها الحاجة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد⁶.
 - السياحة الرياضية: مثل تسلق الجبال، رياضة الصيد، رياضة ركوب السيارات والدراجات.

¹- خالد كواش، السياحة، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007، ص 88.

²- مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1999، ص 14-33 .

³- محسن أحمد الحضري، التسويق السياحي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989، ص 52.

⁴- نفس المرجع، ص 52.

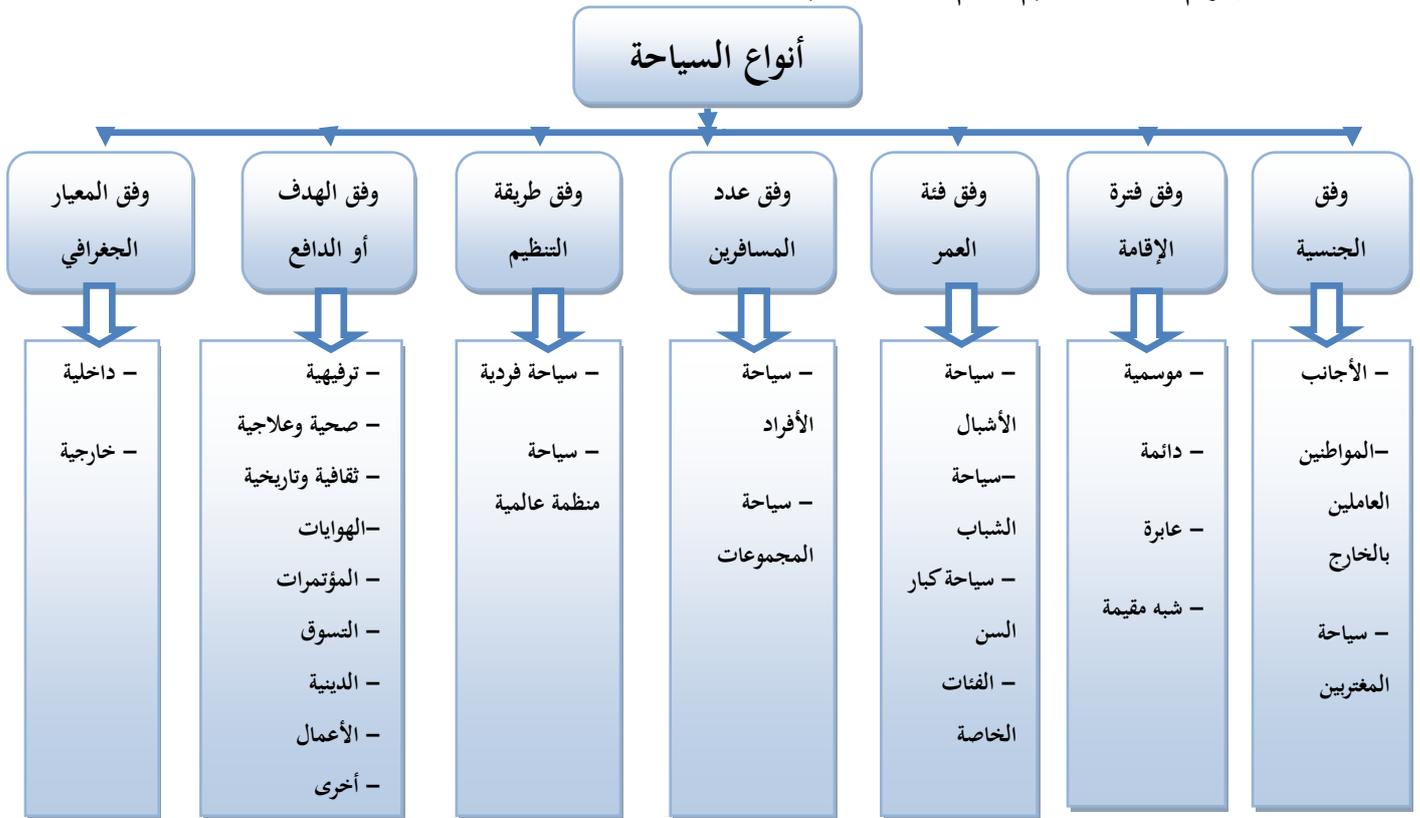
⁵- أمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص 71.

⁶- مروان السكر، مرجع سبق ذكره، ص 14 - 33.

- **السياحة الثقافية:** تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الشخص وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها¹، وهذا النوع من السياحة مشهور ومعروف في مصر واليونان وإيطاليا.
- **السياحة الدينية:** وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية.
- **السياحة الرسمية:** وقد تكون سياسية مثل مشاركة أعضاء الوفود في إحتفالات دولية أو محادثات رسمية، وقد تكون إقتصادية مثل مشاهدة المعارض التجارية والصناعية.
- **السياحة الإجتماعية:** وتكون هذه السياحة للمحافظة على بقاء العلاقات الإجتماعية بين الأسر والأفراد، ومن أبرزها السفر من أجل زيارة الأقارب وهذا النوع مشهور في الدول التي لها جاليات تعيش في الدول المجاورة.
- **السياحة العبورية:** برزت هذه السياحة نتيجة الحاجة إلى العبور لوقت قصير من خلال أراضي دولة معينة للوصول إلى دولة أخرى، وهي تتراوح بين يوم وأربعة أيام.

وسنحاول تلخيص كل ما سبق في الجدول أسفله الذي يبين تقسيمات أنواع السياحة :

الشكل رقم 02: التقسيم العام لأنماط السياحة



المصدر: محمد يسري عيس، مرجع سبق ذكره، 2001، ص 29.

¹- عشي صليحة، الآثار التتيموية للسياحة، ماجستير العلوم الإقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2004، ص 12.

المطلب الثالث: أهمية السياحة

أصبحت السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة وهي كالآتي:

أهمية السياحة :

للسياحة دوراً كبيراً في الإقتصاد العالمي، في ظل مفهوم التنمية، حيث أصبحت السياحة الصناعة المرغوب فيها والأكثر حضارة والأقل تلويثاً للبيئة.

وتلعب السياحة دوراً هاماً في التنمية المستدامة، على اعتبار أنها تبرر عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، وتحافظ على عناصر الجذب السياحي من حيث:

1- الأهمية البيئية والعمرانية: تساعد السياحة على تحقيق إستغلال أمثل للموارد الطبيعية وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة إستخدامها، على اعتبار أنها ثروة وطنية، كذلك تدفع النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث إستخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة مع الإهتمام بالبيئة وبالبعد الجمالي للمعطيات، سواء كانت طبيعية أم من صنع الإنسان، وتبرز هذه الأهمية خاصة من خلال¹:

أ- المحافظة على المعطيات العمرانية: تساعد السياحة في تبرير تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة، كتطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق الوطنية والإقليمية، والبنائيات ذات الطابع الجمالي وذلك لكونها عناصر جاذبة للسياح.

ب- تحسين نوعية البيئة: توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث، الضجيج، معالجة النفايات، كما تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع، والتصاميم الإنشائية المناسبة، إستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

2- الأهمية الإجتماعية والثقافية: بالإضافة إلى أنه من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والإحترام وتلاقي القيم والعادات قبولا من الجانبين وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات، وتقريب المسافات الثقافية بينهم، إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الإتصال والتواصل فيما

¹ - عميش سميرة، أثر التنمية السياحية المستدامة على مواجهة ظاهرة البطالة دراسة حالة الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، جامعة غرداية، الجزائر، 2013، ص9.

بينها¹، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم، كما توفر السياحة الحوافز وتساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية، والتي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستعرض للدمار والتدهور، وبالتالي إلى ضياع التراث التاريخي للمنطقة، إضافة إلى ما يلي²:

أ- المحافظة على الموروثات التاريخية والثقافية والأنماط المعمارية المعاصرة المميزة.

ب- إحياء الفنون والمناسبات التقليدية والصناعات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.

ج- تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية.

د- دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح والسكان).

3- الأهمية الاقتصادية: للسياحة العديد من الآثار الاقتصادية الأخرى والتي من ضمنها ما يلي³:

أ- **تحقيق الرواج الاقتصادي:** إن المبالغ التي تدخل قطاع السياحة تدور في حركة الإقتصاد الوطني، فالإستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة، إضافة إلى أن الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وكذا المدخول من إعادة بيع المنتج السياحي إلى المستهلكين وأصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة، مما يساهم في تحريك العجلة الاقتصادية.

ب - **تسويق بعض السلع:** غالبا ما يقدم السياح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلية، وطبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي، فكلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زادت الصادرات.

ج- **تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية:** تحتاج السياحة حتى تؤدي مهمتها على أكمل وجه، إلى بنى تحتية متنوعة كالطرق ومشروعات صرف المياه، ومياه الشرب، وسائل النقل، بالإضافة إلى مطارات وموانئ مناسبة، إضافة إلى التطوير العمراني للمناطق الرئيسية من أجل الجذب السياحي.

وبالتالي فإن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي وأنظمة التخلص من النفايات والاتصالات، من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة.

¹ - هالة الرفاعي، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للإيداع والتنمية، مصر، 1998، ص223.

² - Ministère du tourisme: plan d' action pour le développement durable du tourisme en Algérie, horizon 2010, p 8.

³ - عميش سميرة، مرجع سبق ذكره، ص10.

د- زيادة الإستثمار الوطني والأجنبي: تتضمن السياحة مجالات مختلفة للإستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، القرى السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل، وبالتالي ترتفع الإستثمارات في هذا المجال، كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الإقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية والإستثمارات فيها.

وتأسيسا لما سبق يمكن تأشير أهمية تنمية الصناعة السياحية من خلال:

هـ- تحسين ميزان المدفوعات:¹ وذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما ستحققه السياحة من موارد نتيجة ايجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة، متزامنا مع ما تحصل عليه الدولة من منافع اقتصادية حيث من الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية وكذلك الداخلية مما يسهم في زيادة الناتج القومي للدولة بشكل مباشر وغير مباشر وبالتالي المساهمة في عملية البناء الاقتصادي فضلا عما تحققه هذه الصناعة من انتعاش شرائح واسعة من المجتمع.

و- توفير فرص عمل وحل مشكلة البطالة:

ذلك أن التوسع في صناعة السياحة والمشروعات المرتبطة بها يساهم في توفير فرص عمل جديدة مما يخفف من البطالة وبالتالي يؤدي ذلك الى ارتفاع مستوى الدخل والرفاهية للمجتمع وزيادة معدل إنفاق السياح والتأثير المباشر للسياحة في توفير فرص عمل يكون أولا من القطاع السياحي للقطاعات المرتبطة به.²

¹- أسيا محمد إيمان الاتصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى، 2002، ص32.

²- أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1988، ص25.

المبحث الثاني: متطلبات السياحة

إن تلبية الطلب السياحي يتم من خلال تركيز الجهود التسويقية على تشكيلة متعددة من الخدمات السياحية. والتي يُمكن أن تتمثل في خدمات: النقل - جوي، بحري، بري، خدمات الإيواء والإطعام - فنادق، مطاعم، وغيرها، خدمات الترفيه منتجعات، مزارات، وغيرها.

إن هذه الخدمات تقدم للسائح مباشرة من قبل المؤسسات السياحية فهي تلعب دور الوسيط بينها وبين السائح وسيتم التطرق إلي هذه النقاط كما يلي :

المطلب الأول: عناصر الجذب السياحي

وهي مجموعة العناصر والعوامل التي تكون متكاملة فيما بينها بطريقة تضمن زيادة التدفق السياحي، أي كل ما يجعل الفرد يرغب في التنقل إلى أماكن مختلفة من أجل الراحة والاستجمام والمتعة أو لأي دافع آخر من دوافع السياحة كالعلاج أو المشاركة في المؤتمرات العلمية.

ويمكن تلخيص هذه العوامل فيما يلي :

1-العوامل طبيعية:

هي مجموع المقومات الطبيعية التي تتوفر عليها منطقة معينة وتجعلها مصدرا لجذب السياح وهي:

أ- **المناخ:** يفضل السائحون الجو المعتدل الجاف¹، حيث تكمن أهمية هذا العنصر في ورغبات الأفراد، ويوجد أيضا من ينتقل من المواطنين إلى مناطق معينة داخل دولتهم أو خارجها تهطل فيها الثلوج من أجل التمتع بالترليج على الجليد والتمتع بمناظر الثلوج وهي تغطي الأرض والأشجار.

ب- **التضاريس:** كالوديان والجبال والبحار وغيرها، فكثير من الأفراد يتوجهون للمناطق التي تتوفر على تضاريس مختلفة من أجل التمتع بالمناظر الطبيعية الخلابة، مثل المناطق الصحراوية، كذلك نجد هوة تسلق الجبال يزورون الأماكن التي يوجد بها الجبال الشاهقة من أجل أن يحظوا بفرصة ممارسة هوايتهم، كذلك الحال بالنسبة لراكبي الأمواج حيث يتوجهون إلى البحار.

ج- **الأشجار والنباتات والحيوانات:** إن تنوع الأشجار والنباتات في منطقة ما يضيف عليها جمالا خاصا، حيث تستقطب هذه لمناطق الكثير من الأفراد وخصوصا الباحثين في مجال علم النبات والذين يجوبون العالم لأجل استكشاف أنواع النباتات والأشجار، كذلك الأمر بالنسبة للباحثين في المجال الحيواني.

¹ - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2001، ص145.

2- العوامل الاقتصادية:

هي مختلف العوامل المتعلقة بالجانب الإقتصادي في الرحلة السياحية نذكر منها:

- تكاليف الوصول إلى وجهة السائح، حيث أن بعد المسافة وتوفر المواصلات للوصول إلى المنطقة تلعب دورا كبيرا في جذب السياح، إلى جانب باقي العوامل.

- أسعار المنتجات في المنطقة والتي تلعب دورا كبيرا في جذب السياح من حيث توافرها مع القدرة الشرائية لمختلف الفئات السياحية، فإذا كانت أسعار المنتجات في تلك المنطقة مرتفعة فهذا بطبيعة الحال يكون عائقا للفئات الإجتماعية صاحبة الدخل المتوسطة والمحدودة، لكن هذا لا يسبب مشكلة للأغنياء، وفي المقابل فإن المناطق التي تتوفر على أسعار منتجات منخفضة تجذب الأفراد الذين يبحثون عن منتجات المنخفضة السعر.

هذا العامل يمكن أن يكون أكثر أهمية في حالة سياحة التسوق، حيث أن الأفراد يتنقلون لمناطق مختلفة من أجل البحث عن الأسعار المنخفضة دون إغفال عامل الجودة وتميز المنتج في تلك المنطقة.

- تكاليف الخدمات السياحية، وهذا العامل هو من ضمن المقومات الأكثر أهمية، حيث أن موائمة أسعار هذه الخدمات مع دخل الفرد السائح هي عامل أكثر من جاذب للسياحة، نذكر على سبيل المثال تكلفة إستئجار سيارة للإستعمال الشخصي من طرف السائح في المنطقة، تكلفة المبيت في الفندق، تكلفة الدخول للحدايق ومدينة الملاهي، فإذا تلائمت هذه التكاليف مع مختلف الفئات كانت بمثابة كنز للمنطقة من أجل جذب السياح¹.

- طبيعة الخدمات السياحية: إذا توافرت منطقة ما على خدمات سياحية مميزة تتناسب وتطلعات الأفراد، جعلت الأفراد ينتقلون إليها وبالتالي يزداد تدفق السياح: مثلا توافرها على فنادق مميزة موجهة لكافة فئات المجتمع (فئة الأغنياء، فئة ذوي الدخل المتوسط، الشباب)، وجود مراكز تجارية كبيرة تقدم خصومات على الشراء، توفر خدمات ترفيهية من ألعاب، مسابقات... وغيرها.

- توفر وسائل النقل والمواصلات: وتعد وسائل النقل والمواصلات المختلفة من أهم العوامل البشرية المؤثرة في السياحة، فالدولة التي تعمل على الرفع من مستوى السياحة لا بد لها من الإهتمام بكافة

¹ - أمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص95.

الخدمات، وخاصة الطرق والمواصلات، بإعتبارها جسر للتواصل بين المعالم السياحية المختلفة من جهة، ومناطق إيواء السياح وإستقرارهم من جهة أخرى.¹

3- عوامل ثقافية وإجتماعية وتاريخية

أ- العوامل الثقافية وتاريخية :

وهي مجموعة العناصر المتعلقة بثقافة المنطقة وإرثها التاريخي مثل²:

- العادات والتقاليد في المنطقة: حيث أن كثير من الأفراد يتوجهون لمناطق مختلفة من أجل التعرف على عادات وتقاليد تلك المناطق، مما يساهم في تنمية الروابط الأخوية والعلاقات الإنسانية بين الشعوب المختلفة.

- الآثار والتاريخ: إن وجود آثار قديمة لشعوب سابقة في منطقة معينة يساهم في جذب السياح للتعرف على حضارة تلك المنطقة، كذلك الأمر بالنسبة لتاريخ المناطق، فالمناطق التي شهدت أحداث تاريخية مهمة هي مصدر جذب للمهتمين بتاريخ الشعوب والحضارات المتعاقبة³.

- المعارض والتظاهرات الثقافية: إن إقامة معارض ثقافية في منطقة معينة مثلاً معرض الكتاب أو معرض التكنولوجيات الحديثة، وكذلك التظاهرات الثقافية كالمؤتمرات والملتقيات العلمية والسياسة والاجتماعية لها دور كبير في التقريب بين وجهات نظر بين الشعوب المختلفة وتشجيع تواصل الحضارات، كذلك تسمح هذه التظاهرات بتشجيع التبادل العلمي والخبرات بين الباحثين من مختلف بلاد العالم مما يدفع بعجلة التطور العلمي والتكنولوجي والفكري في العالم.

ب- عوامل إجتماعية وأمنية:

وهي كل ما يتعلق بإستقرار المنطقة من الناحية الأمنية أو من ناحية سيادة القانون فيها، وصفات وخصائص المضيفين وسماتهم الشخصية ويمكن شرح ذلك كمايلي:

_ الطيبة وحب الآخرين والصدق وعدم النفور والإحتقار، وعدم وجود مشاعر عدائية ناحية الضيف أو سيادة مشاعر الحيطة والحذر، يمثل أمر جد مهم للسياح.

_ عنصر الكرم ومساعدة الضيوف (السياح) له دور هام في ترك إنطباع جيد لدى السائح عن المنطقة ككل، مما يساهم في تسويق صورة حسنة للبلاد، نتيجة إتصاف المنطقة بطيبة سكانها وكرمهم.

¹ - ونيس عبد القادر الشركسي، زينب إدريس مليطان، السياحة الصحراوية في شعبية وادي الحياة، مجلة الساتل، ليبيا، 2006، ص166.

² - داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص54.

³ - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 146.

المطلب الثاني: أركان و مكونات السياحة

أركان السياحة:

- هناك العديد من الأركان السياحية التي تمثل حلقة الوصل بين السياحة والسائح والتي تتمثل في مايلي¹:
- **النقل:** يعد النقل روح السياحة فبدون النقل لا وجود للنشاط السياحي، فهو يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالنقل وما يقدمه من وسائل.
 - **الإيواء:** أول شيء يفكر فيه الفرد السائح قبل الخروج من مكانه الأصلي، هو مكان الإقامة في البلد، أو المكان محل الزيارة، ففي بعض أنواع السياحة نجد السائح يحجز مكان إقامته في البلد المضيف له وهو لم يخرج بعد من موطنه.
 - **البرنامج:** وهو يشمل مواعيد الزيارات لمختلف المناطق والمعالم الأثرية والتاريخية وأماكن التسلية والترفيه، بالإضافة إلى المحلات والأسواق.
 - **البنية التحتية:** وتضم الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي، أو منطقة سياحية كشبكات المياه وشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، البنوك فبدون هذه المنشآت لا يصح بناء أي مشروع سياحي.
 - **البنية الفوقية:** وتشمل على منشآت الإقامة والإيواء، مكاتب المعلومات السياحية (وكالات السفر والسياحة، شركات سياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين).

مكونات السياحة

تتحدد مكونات النشاط السياحي في عدة محاور يمكن تلخيصها كالتالي:²

- 3-1- وسائل الإقامة:** والتي تشمل الفنادق والشاليهات والشقق الفندقية، المخيمات والمنتجعات السياحية والقرى السياحية وتخضع هذه الأخيرة إلى شروط عدة نذكر منها:
- **معيار الموقع:** حسب هذا المعيار، الموقع يلعب دوراً مهماً في تصنيف الفنادق وتحديد درجاتها ونوع زائريها، وحسب هذا المعيار يمكن أن نجد التصنيفات التالية:
 - فنادق وسط المدينة التي تستقبل رجال الأعمال وسائحي الإجازات.
 - فنادق المطارات والتي تستقبل سائحي العبور وملاحي الطائرات وفي بعض الأحيان رجال الأعمال.

¹- ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره ص47.

²- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، ص54.

- فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تسيّر إقامة سائحي الإجازات.
- معيار الخدمة: تبعاً لهذا المعيار يمكن تقسيم وسائل الإقامة إلى:
 - وحدات إقامة تقدم خدمات سياحية كالفنادق، الموتيلات، بيوت الشباب، الفنادق العائمة.
 - وحدات إقامة تقوم على الخدمة الذاتية كالكرفانات والمخيمات والفيلات والشاليهات ويجب أن تشمل هذه الوحدات على التسهيلات للراحة.
- معيار التسهيلات المتاحة: تتعدد التسهيلات المتاحة التي تقدمها وحدات الإقامة السياحية، ولعل من أهمها مايلي:
 - تسهيلات خاصة بالحجز، كالحجز عن بعد أو الحجز الآلي.
 - تسهيلات خاصة بوسائل الاتصال كخدمات الهاتف الدولي، الفاكس، التلكس، والبريد الإلكتروني.
 - تسهيلات ترفيهية كتوفر العديد من المطاعم والنوادي وملاعب التنس والفولف والمسابح والحمامات السياحية.
- 2- النقل السياحي: يعدّ النقل من أهمّ العناصر التي يقوم عليها النشاط السياحي، فالمنتج السياحي لا ينقل وإنما يستوجب تنقل السائح إليه، لذلك كان لتطور وسائل النقل الفضل الكبير في تطور هذه الأخيرة، ويشتمل النقل السياحي على الأنواع التالية:
 - النقل الخارجي: ويتجسد هذا النوع من النقل في حالة انتقال السائح من بلده الأصلي إلى دولة أخرى، ويكون عن طريق الطائرات، السفن، أو عن طريق السكك الحديدية، السيارات، الحافلات، والتي تتحدد تبعاً لبعدها المسافة، تكلفة النقل، مدة الرحلة، الإمكانيات المادية للسائحين ومدى توفر مقومات كل وسيلة من وسائل النقل كالمطارات والموانئ والطرق البرية.
 - النقل الداخلي: ويكون في حالة تنقل السائح داخل حدود دولته، معتمداً في تحركاته على وسائل النقل المختلفة، جوية، برية، بحرية.
- ومن الوسائل التي يعتمد عليها النقل السياحي:
 - النقل الجوي: والذي يعدّ أسرع وسيلة وأكثر راحة وأماناً (الطائرات).
 - النقل البري: والذي يعتمد على وسيلتين رئيسيتين هما السيارات والسكك الحديدية.
 - النقل المائي: ويكون عن طريق السفن.

3- **الشركات والوكالات السياحية:** تقوم هذه الأخيرة بدور هام في مجال النشاط السياحي، فشرركات السياحة تقوم بنشر وكالاتها في مناطق البلد بغية التوسط بين السائح والبلد المضيف، فهاته الوكالات تعتبر مكاتب استشارة لزبائنها من السواح وتنقسم شركات السياحة إلى:

- **منظمي الرحلات:** هذا النوع من الشركات يقوم بتجميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمه في شكل رحلة ويتواجد منظمو الرحلات في البلاد المصدرة للسائحين، ويتحمل مسؤولية التسويق والدعاية للبرامج السياحية التي يعدّها.

- **وكالات الخدمات السياحية:**¹ تتواجد في البلاد المستقبلة للسائحين وتكون مسئولة على تنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقا.

- **وكالات السفر والسياحة:** يوجد هذا النوع من وكالات السفر والسياحة في الأسواق التي تعتبر مصدرا للسائحين، ويطلق عليها الوسطاء، والتي تتولى البيع لما ينتجه منظمو الرحلات، وتعتمد هذه الوكالات في عملها على انتشارها ووجودها في التجمعات السكانية وقربها من العميل، وتقوم كثير من دول العالم بتنظيم عمل شركات السياحة ووكالات السفر عن طريق إصدار التشريعات التي تنظم هذا النشاط وتختلف من دولة لأخرى.

ويشتمل نشاط شركات السياحة الأعمال التالية:

- حجز وبيع تذاكر السفر.
- خدمات الترقية السياحية.
- خدمات النقل السياحي.
- خدمات المزارات السياحية.
- حجز الغرف والفنادق.
- إعداد وتنفيذ البرامج السياحية.
- القيام بالرحلات السياحية.

4- **الإرشاد السياحي:** يعد من الأنشطة المكملة للنشاط السياحي، ويتطلب هذا الأخير كفاءة علمية ومهنية عالية وخبرة كافية في المجال التاريخي والجغرافي والطبيعي والحضاري كذلك اللغات الأجنبية الأساسية العالمية، كل هاته الصفات لا بد وأن تتوفر في المرشد السياحي أو الدليل حتى يتمكن من الرد على إستفسارات السواح عند زيارة المناطق الأثرية والمتاحف.

¹ - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 150.

- 5- الترفيه: ويتمثل في الأنشطة التي تقوم بها المحلات العامة السياحية، والتي تعتبر فرع من فروع المنشآت السياحية التي يتصل نشاطها إتصالاً مباشراً بالعمل السياحي.
- 6- الأمن والإستعلام: يعدّ الأمن من أهمّ مكونات النشاط السياحي ولا بدّ أن يتوفر الأمن حتى تقوم حركة سياحية، فهي شديدة الحساسية بالظروف الأمنية.
- 7- المشتريات السياحية: يدخل هذا النشاط ضمن الأنشطة المرتبطة بالعمل السياحي، لما له من تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنفاق السياحي، حيث يزداد إقبال السائحين على شراء التذكارات السياحية والسلع والهدايا، ويعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة، ويمثل أحد أهم مصادر العملة الصعبة، ويدرج ضمن الأنشطة الدعائية والإعلامية القويّة والمؤثرة في الخارج.

المبحث الثالث: التنمية السياحية

سنحاول في هذا المبحث ايضاح و تبيان مفهوم التنمية السياحية، من خلال التطرق الى أهم التعاريف التي نسبت لها، و التصنيفات الذي صنفت بها.

المطلب الأول : مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية

تعريف التنمية السياحية: أصبح مصطلح التنمية المستدامة شائع الإستعمال بشكل رسمي في تقرير "مستقبلنا المشترك" الصادر عن اللجنة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية (لجنة بورتلاند) عام 1987، حيث دعت اللجنة إلى التنمية التي تلبي إحتياجات الجيل الحاضر دون أن تعرض إحتياجات أجيال المستقبل إلى الخطر¹.

وبشكل عام فإن هذا التعريف يحدد فقط الإطار العام للتنمية المستدامة التي تطالب بالتساوي بين الأجيال في تحقيق الإحتياجات الرئيسة، ومن أهم التعاريف التي تناولت التنمية المستدامة نذكر منها:

تعريف هيئة الأمم المتحدة: إتفقت دول العالم في مؤتمر الأرض عام 1992 على تعريف التنمية المستدامة في المبدأ الثالث الذي أقره مؤتمر الأمم المتحدة للتنمية والبيئة الذي إنعقد في ريودي جانيرو سنة 1992، على أنها "ضرورة إنجاز الحق في التنمية بحيث تتحقق على نحو متساو والحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل"².

تعريف البنك الدولي: عرفها على أنها " تلك التي تهتم بتحقيق التكافؤ المتصل الذي يضمن إتاحة نفس الفرص الحالية للأجيال القادمة، وذلك بضمان ثبات رأس المال الشامل أو زيادته المستمرة عبر الزمن"³.

ب- أبعاد التنمية المستدامة: تركز التنمية المستدامة على عدة عناصر أساسية تتشكل على ثلاثة أبعاد والمتمثلة في مايلي⁴:

¹ - هاجر سعدي، لامية لعلام، دور التنمية السياحية المستدامة في ترقية السياحة الصحراوية في الجزائر، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 27-28 أبريل 2014، ص12.

² - عبد الله خبابة، رابح بوقرة، الواقع الإقتصادي من التاريخ القديم إلى بداية القرن الواحد والعشرين، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2009، ص202.

³ - بوتلجة عبد الناصر، بورحلة ميلود، دور الدولة في تحقيق التنمية المستدامة في ظل الاقتصاد الإسلامي، التجربة المغربية، الملتقى الدولي مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الإسلامي، جامعة قلمة، الجزائر، يومي 3-4 ديسمبر 2012، ص224.

⁴ - مسعود صديقي، محمد مسعودي، الجباية البيئية كأداة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، يومي 7-8 أبريل 2008، ص3.

- **البعد الإقتصادي:** ويتمحور حول عنصرين مهمين هما تحقيق النمو والكفاءة في إستغلال الموارد، فالنمو المتواصل يؤدي إلى تحسين مستوى الدخل الوطني والفردى وبالتالي تحسين مستوى المعيشة، أما الكفاءة فيقصد بها حسن إستغلال الموارد المتاحة، وذلك بتحقيق أكبر قدر ممكن من الإنتاج والمنافع بأقل الموارد والتكاليف.

- **البعد الإجتماعي:** تسعى التنمية المستدامة إلى تحقيق الإستقرار في النمو السكاني والرفاهية للمجتمع من خلال تحسين مستوى الخدمات الصحية والتعليمية الأساسية خاصة في المناطق الريفية وتحقيق الأمن الغذائي، وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية والقوى في التنمية وتطوير الإنتاج، وتعزيز التضامن الإجتماعي، وإحترام حقوق الإنسان وتوفير الأمن وتنمية الثقافات المختلفة للمجتمعات.

- **البعد البيئي:** إن هذا البعد يتعلق بالحفاظ على البيئة والموارد المادية بها والنهوض بها، ومن هنا فالتنمية المستدامة هي الإستخدام الأمثل للأراضي والموارد المائية والمحافظة على المساحات الخضراء. والجدول رقم (1) التالي يوضح أبعاد التنمية المستدامة وعناصرها:

الجدول رقم 01: الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة

البعد البيئي	البعد الإجتماعي	البعد الإقتصادي
النظم الإيكولوجية	المساواة في التوزيع	النمو الإقتصادي المستديم
الطاقة	الحراك الإجتماعي	كفاءة رأس المال
التنوع البيولوجي	المشاركة الشعبية	إشباع الحاجات الأساسية
الإنتاجية البيولوجية	التنوع الثقافي	العدالة الإقتصادية
القدرة على التكيف	استدامة المؤسسات	

المصدر: عثمان محمد غنيم، ماجدة أبو زنت، إشكالية التنمية المستدامة في ظل الثقافة الإقتصادية السائدة، مجلة علمية محكمة تصدر عن عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، المجلد 35، العدد1، جانفي 2008، ص177.

وتعكس تلك الأبعاد جملة من الخصائص، نلخصها فيما يلي:¹

- مراعاة حق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية.
- المحافظة على البيئة والمحيط الطبيعي بكل محتوياته.

¹- السعيد دراجي، التنمية المستدامة من منظور الإقتصاد الإسلامي، الملتقى العلمي الدولي، سلوك المؤسسة الإقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، يومي 20-21 نوفمبر 2012، ص6.

- الإهتمام بالجانب البشري كمحور أساسي في العملية التنموية، وتلبية إحتياجاته الأساسية بما يحفظ له كرامته ومعيشته خاصة للفقراء.
- إعطاء الحق لكل أفراد المجتمع في المساهمة في التنمية وإشراك الجميع في إتخاذ القرار وفقاً لتنوع خصوصية المجتمعات من الناحية الثقافية والدينية والحضارية.

المطلب الثاني: أشكال التنمية السياحية

للتنمية السياحية أشكال متعددة نذكر منها:

- تطوير المنتجات السياحية:

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

- القرى السياحية:

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

تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام، و يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحدد عناصر الطلب السياحي والطاقة الإستيعابية.

- منتجات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجات دمج برامج إستعمالات الأراضي والتنمية الإجتماعية، مع عدم إهمال البعد الإقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الإستثماري للمشاريع من: فنادق، إستراحات، ... وغيرها، في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

- منتجات العزلة:

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

- السياحة الحضرية:

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

- سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الإجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة. ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو إستثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لإستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.¹

- سياحة الرياضة البحرية:

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

¹ - صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، 2004، ص130.

المطلب الثالث: أهداف التنمية السياحية

تسعى التنمية السياحية إلى تحقيق الأهداف التالية، ويمكن تلخيصها ما يلي:

- **زيادة الدخل الوطني:**¹ من أهم أهداف التنمية في الدول المتخلفة زيادة الدخل الوطني، حيث أن الدافع الأساسي إلى إحداث تنمية مستدامة يكمن في فقرها وانخفاض مستوى معيشتها، والذي يقتضي زيادة الدخل الوطني الحقيقي من خلال زيادة السلع والخدمات التي تنتجها الموارد الإقتصادية المختلفة.
- **تحسين مستوى المعيشة:** لتحسين مستوى المعيشة تعمل التنمية المستدامة على إشباع الحاجات الأساسية للأفراد الحالية والمستقبلية²، وتحسين جودة الحياة من خلال توفير فرص العمل وكذلك التعليم والعناية الصحية والخدمات الإجتماعية والسكن، بالإضافة إلى إعتراف حقوق الأفراد وتمكينهم المشاركة في إتخاذ القرار.
- **تقليل التفاوت في الدخل والثروات:** يعتبر تقليل التفاوت في الدخل والثروات من بين الأهداف الهامة التي تسعى التنمية المستدامة إلى تحقيقها، فجميع الدول تعاني من فوارق كبيرة في توزيع الدخل، بحيث تملك غالبية أفراد المجتمع نسبة ضئيلة من الثروة في حين تحصل على نصيب قليل من الدخل الوطني، بينما تملك فئة صغيرة من أفراد المجتمع على جزء كبير من الثروة وتتحصل على نصيب عالي من الدخل.
- **ترشيد إستخدام الموارد الطبيعية:**³ ويتم ذلك من خلال الحفاظ على الموارد الطبيعية، وعدم إستنزافها عن طريق الإستخدام العقلاني لهذه الموارد بحيث لا يتجاوز هذا الإستخدام معدلات تجددتها الطبيعية، بالإضافة إلى البحث عن بدائل لهذه الموارد حتى تبقى لفترة زمنية طويلة، ولا تخلف نفايات بكميات تعجز البيئة عن إمتصاصها.
- **ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع:** تسعى التنمية المستدامة إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة بما يخدم أهداف المجتمع من خلال توعية أفراد المجتمع بأهمية التقنيات الحديثة في المجال التنموي، وكيفية إستخدامها قصد تحسين نوعية حياة المجتمع، مع إيجاد الحلول المناسبة للسيطرة على المخاطر والمشكلات البيئية الناجمة عن استخدام هذه التكنولوجيا.

¹- عامر عيساني، الأهمية الإقتصادية لتنمية السياحة المستدامة "حالة الجزائر"، دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2009، ص 61-62.

²- مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، مجلة التواصل، عدد 26، 2010، ص 138-140.

³- هاجر سعدي، لامية لعلام، مرجع سبق ذكره، ص 13-14.

– **زيادة عدد السائحين:**¹ تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية المستدامة إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها، سواء أكان ذلك من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، وقصد توسيع حجم الطلب فيجب عرض منتجات سياحية جديدة.

– **تمديد متوسط مدة الإقامة:** يعد متوسط مدة الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في أي بلد، إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، فقد حرصت البلدان السياحية على زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية للحركة السياحية، ويتم ذلك من خلال تحسين وتطوير المناطق السياحية التقليدية، ثم التركيز على خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات وبأسعار تنافسية.

– **زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح:** يلعب متوسط الإنفاق اليومي للسائح دوراً هاماً في تعظيم أو تقليل الناتج الإقتصادي من السياحة، ويتوقف متوسط الإنفاق اليومي للسائح على عدة عوامل يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق البعض الآخر بمدى توافر مجالات الإنفاق التي تجذب السائحين، فالعرض هنا يخلق الطلب ويؤثر عليه، كما تدفع نوعية الطلب إلى تطوير المنتج السياحي، وتعمل مختلف الدول إلى الرفع من مستوى إنفاق السائح اليومي، من خلال التركيز على جذب السائحين ذوي الدخل المرتفعة، وذلك عن طريق:

• إعداد مختلف المناطق السياحية وتهيئتها بمراكز البيع.

• الإهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين من الإقامة، الإطعام، المواصلات، الزيارات وغيرها.

– **الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني:** من السلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي، فمعظم الدول السياحية تحرص على إستخدام مواردها المحلية عند إقامة وتشبيد وصيانة مكونات العرض السياحي بها، غير أن الدول النامية لا تستطيع الإعتماد على المكون الوطني اعتماداً كلياً، لذلك ينبغي عليها بذل مجهودات أكثر لإحلال المنتجات المحلية بدلاً من الواردات قصد تعظيم مردودية القطاع السياحي.

– **المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية:** تتميز الصناعة السياحية الناتجة في أي دولة سياحية بقدراتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع، ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة، من خلال خلق فرص عمل متزايدة، وتنمية مناطق نائية، أي تحقيق تنمية سياحية إقليمية، فضلاً عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات وتوفير العملات الصعبة.

¹ – عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 62.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل إيضاح أهم المفاهيم المعتمدة في مجال السياحة ، من تعاريف ومفاهيم وأنواع وغيرها من النقاط التي تم المرور بها والتي تبيّن مدى الدور الهام الذي تلعبه السياحة في حياتنا حيث تعد من أهم القضايا المعاصرة التي تشغل علماء الاجتماع والإقتصاد والسياسة والإدارة، هذا المصطلح البسيط لفظه الواسع مفهومه فرض نفسه على رجال الحكم وصناع القرار في جميع دول العالم التي أصبحت تنظر إلى السياحة على أنها السبيل الوحيد للنهوض بإقتصادياتها وتحقيق إستقرارها الإقتصادي والسياسي لأنها تشمل كل جوانب الحياة سواء كانت سياسية، إقتصادية، إجتماعية وثقافية.

وسنحاول من خلال الفصل الثاني التعرف مرة أخرى على السياحة، لكن نخص التعريف بالسياحة في الجزائر من شتى الجوانب : الطبيعية، الإجتماعية، السياسية، الإقتصادية... وغيرها.

الفصل الثاني: السياحة في الجزائر

تمهيد الفصل:

تمتلك الجزائر قدرات هائلة للمنافسة في الميدان السياحي كونها تعتبر من بين عشر الدول الأجل في العالم من ناحية الموارد السياحية حسب هيئات دولية ، حيث تعتبر السواحل الجزائرية الأقل تلوثا مقارنة مع الكثير من الدول المتوسطية بما فيها الأوروبية. وتزخر الجزائر أيضا بمعالم وأثار رومانية وقلاع ومسارح في العديد من الولايات، وصحراء لا يكاد يوجد لها نظير في صحاري العالم حسب وزارة السياحة ، بالإضافة إلى المناظر الطبيعية الخلابة و المتنوعة في كافة أرجاء البلاد.

تعتبر السياحة عنصر جذب للإستثمار بنوعيه الوطني والأجنبي، فهي تتيح نقل الخبرات والأفكار الجديدة التي من شأنها إعلاء قيمة المنطقة السياحية، وإذا كانت السياحة والإستثمار السياحي قد ساهمتا بقوة في زيادة النمو الاقتصادي للعديد من الدول فكيف يمكن أن تخدم بذات القدر سياسة التنمية الاقتصادية في الجزائر وهل أن الإستثمار السياحي يعد الأكثر تبريرا من الخيارات الإستثمارية المتاحة أمام برنامج التنمية في ظل المتغيرات العالمية والتحديات المعاصرة .

وسنذكر في هذا الفصل الثاني المباحث التالية:

- المبحث الأول: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2010).
- المبحث الثاني: القطاع السياحي في الجزائر.
- المبحث الثالث: السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية .

المبحث الأول: واقع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000-2010)

تمتلك الجزائر مقومات سياحية هائلة نتيجة شساعة مساحتها وتنوع أقاليمها، مما يستلزم استغلالها بسياسات فاعلة لتطوير القطاع السياحي الذي يعتبر من القطاعات الاقتصادية المهمة، إذ يساهم في الناتج المحلي الإجمالي للعديد من الدول بنسب مرتفعة، ويعتبر مصدرا أساسيا للعملة الصعبة، وتخفيض معدلات البطالة، بالإضافة إلى تطوير المناطق المنعزلة وبالتالي تحقيق التوازن الجهوي، وسنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على واقع السياحة الجزائرية تاريخيا وطبيعيًا وإجتماعيًا وإقتصاديًا كما يلي :

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

إن الخصائص الطبيعية والجغرافية والبشرية التي تميزت بها الجزائر جعلت منها، أكبر البلدان في القارة الإفريقية من حيث المساحة، إذ تتربع على مساحة 2.381.471 كلم²، وبشريطها الساحلي الذي يمتد على طول 1660 كلم¹، ويعدد سكان يقدر بـ 38 مليون نسمة، بهذا العدد الكبير من السكان وهذه المساحة الشاسعة إحتوت الجزائر تنوعا ثقافيا حضاريا، بشريا، بيولوجيا وطبيعيًا فريدا من نوعه في منطقة البحر الأبيض المتوسط ودول شمال أفريقيا.

فالمعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تتفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، فمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية إلى الفينيقية إلى البيزنطية والرومانية وأخيرا الإسلامية، التي فرضت نفسها على التاريخ، والشاهد عليها قلعة بني حمادة ببجاية²، ومايزيد من رونقها تلك الشواطئ الرملية والصخرية الخلابة، والسلاسل الجبلية المطلة من الشرق إلى الغرب في سلسلتين ثلية وصحراوية تتخللها سهول واسعة وبحيرات وحطائر طبيعية تعيش بها حيوانات وطيور نادرة، ثروة حموية من مياه حارة وجوفية، ، ويرافق هذا التنوع التضاريسي تنوع مناخي متميز، وصحراء تصنف إلى حد كبير إلى رتبة مواقع التراث العالمي ومحميات (طاسيلي، الهقار ووادي مزاب)، باهرة الجمال تمثل علامة سياحية فارقة عن كل الدول، وعلاوة على ذلك الموقع الجغرافي الذي تحسد عليه في البحر الأبيض المتوسط نظرا لقربها من أهم الأسواق السياحية .

¹ الموسوعة الحرة ، ويكيبيديا، تاريخ الإطلاع 2014/3/15.

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1>

² - أحمد قايد نور الدين، إدارة الجودة في القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة

الوادي، الجزائر، يومي 27-28 أبريل 2014، ص12.

كل هذه المقومات السياحية الهائلة تسمح في بناء قاعدة سياحية متينة وتنافسية تتيح أنماطا سياحية متنوعة في الجزائر والتي يمكن تلخيصها كما يلي:

- **السياحة الترفيهية:** يعد الترويج عن النفس والترفيه عنها الغاية الأساسية من الرحلة السياحية، والجزائر بمقوماتها السياحية الكبيرة من شواطئ وغابات وشلالات وصحراء تملك كل وسائل الترفيه، وتشير بعض الإحصائيات إلى أن نصيب سياحة الراحة والعطلات إلى إجمالي السياحة يقدر بـ 73%¹.

- **سياحة الشواطئ:** تعتبر السواحل الجزائرية من أهم المقاصد السياحية في الجزائر، يقصدها السياح المحليون والأجانب للاستمتاع بفصل الصيف بمناخه المعتدل، وأهم شواطئها: وهران، مستغانم، الجزائر العاصمة، تيبازة، جيجل، عنابة، سكيكدة والقالة.

- **السياحة العلاجية:** يتوفر بالجزائر ما يزيد عن 200 منبع وحوض مسجل وموثق رسميا تعود إلى العهد الروماني، وتتمتع كلها بميزات علاجية هامة خاصة فيما يتعلق بالأمراض الجلدية وآلام المفاصل، منها حمام بوحنيقية بمعسكر، حمام دباغ بقالمة، حمام بوحجر بعين تموشنت، حمام ريغة بعين الدفلى، بوغرة في تلمسان وحماما الصالحين ببسكرة وخنشلة وغيرها، إضافة إلى مركز المعالجة بمياه البحر في سيدي فرج الذي يدعم هذه الثروة ويطور السياحة العلاجية، ونشير أيضا إلى أن 60% من المنابع الحموية غير مستغلة بعد، ما يتيح عرضا سياحيا هاما إذا ما حظي بفرصة الإستثمار، دون أن ننسى أن السياحة العلاجية لا تقتصر على التداوي بالمياه المعدنية فقط، بل تتعداها إلى إستغلال الطمي والدفن في الرمال كما هو الحال في الصحراء الجزائرية وكذا المعالجة في بعض الكهوف التي تنبعث منها غازات بخارية مثلما هو عليه الأمر في كهف "كريف" بخنشلة².

- **السياحة الثقافية:** يعتبر التراث الثقافي عنصرا هاما من العرض السياحي في الجزائر، هذه الأخيرة التي تعاقبت عليها حضارات كثيرة تركت الكثير من الآثار تروي خبايا ذلك الزمن، وتعد الآثار والنقوش في الهقار والطاسيلي التي تعود إلى حضارات ما قبل الميلاد، كذلك الآثار الرومانية في كل من تيمقاد بباتنة وجميلة بسطيف وتيبازة، إضافة إلى الآثار الإسلامية في كل من تلمسان، قسنطينة، غرداية والقصبه بالعاصمة، والآثار الأوروبية من كنائس وكاتدرائيات كبرج سانتا كروز بوهران وسانت أوغسطين في عنابة، دون أن ننسى منتجات الصناعة التقليدية التي تعكس تاريخ، عادات وسلوكيات كل منطقة، وأيضا التظاهرات

¹ - مليكة زغيب، سوسن زيرق، السياحة الإلكترونية ودورها في التنمية السياحية في الدول العربية، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم وإستشراف، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص8.

² - مليكة زغيب، سوسن زيرق، مرجع سبق ذكره، ص9.

الثقافية العديدة نذكر منها الجزائر عاصمة الثقافة العربية سنة 2008، والمهرجان الإفريقي سنة 2009، تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية سنة 2011.¹

- **السياحة الصحراوية:** الصحراء الجزائرية من أجمل الصحارى في العالم والتي أصبحت تستقطب إهتمام الخبراء والهيئات السياحية العالمية، خصوصا وأن أهم المواقع الصحراوية مصنفة كتراث عالمي من قبل اليونسكو، كغرداية، الهقار والطاسيلي، كذلك جانت، تمنراست، والقصور في بشار، الواحات أيضا جزء هام من المنتج الصحراوي الجزائري، وأبرزها الساورة وبسكرة وغرداية وأدرار.

- **السياحة البيئية:** من أنواع السياحة الواعدة في الجزائر الغنية بالعديد من المحميات الطبيعية كمحمية القالة، الحظيرة الوطنية لثنية الحد، والحديقة الوطنية قورايا المصنفة محمية طبيعية عالمية سنة 2004، دون أن ننسى حظيرتي الهقار والطاسيلي المصنفتين حسب اليونسكو²، وتتميز هذه المحميات والحظائر بتنوع بيولوجي هام ونادر، مما يسمح بتطوير عدة أنماط سياحية كالسياحة الاستكشافية ومراقبة الطيور وغيرها من الأنماط التي تجلب السياح الذين يستمتعون بالطبيعة الغراء التي لم تؤذيها يد الإنسان بعد.

المطلب الثاني: المعوقات السياحية في الجزائر

هناك العيد من المعوقات التي تواجه قطاع السياحة الجزائري والتي سوف نذكرها في مايلي:

1- الافتقار إلى الوعي السياحي

للسياحة دور هام في تطوير وتنمية الإقتصاد الوطني وجب أن تكون محل إهتمام من طرف جميع الأطراف في الدولة، سواء بالحكومة أو الجمعيات والمجتمع المدني والمواطن على حد سواء، فعملية إيقاظ الوعي بحقيقة أهمية القطاع السياحي هي قضية وطنية، غير أنها غائبة حاليا على مستوى صانع القرار السياسي والإقتصادي وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى النقاط التالية:³

¹ - عبد الوهاب سويبي، شوشاوي نسيم، لشهب حمزة، السياحة في الجزائر واقع وفاق، المؤتمر الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 24-25 أبريل 2012، ص3.

² - مقيم صبري، رحال سمية، التخطيط الإستراتيجي كوسيلة فعالة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في إطار المخطط التوجيهي لأفاق 2025، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم وإستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص10.

³ - مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2003، ص124.

- عدم وجود دراسات على مستوى الوزارة المكلفة بالسياحة تبين بصفة دقيقة الأجهزة المسؤولة عن التوعية السياحية قصد تحميلها المسؤولية ومدى الإمكانات اللازمة لتأدية مهامها.
- عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر، إذ أنه ليس هناك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى.
- ويبقى أهم عنصر فاقده للوعي السياحي في الجزائر هو المواطن، بحيث ينقصه إدراك الأهمية السياحية لبلدنا ومدى الإمكانات المتوفرة التي تجعل السياحة مورد مستدام يغنينا عن إرتفاع وانخفاض أسعار المحروقات .
- في الأخير يجب التأكيد على أن الثقافة السياحية تعد بمثابة ركيزة أساسية يبنى عليها الوعي السياحي للأفراد.

2- عدم الإستقرار على مستوى تسيير وهيكله القطاع

القطاع السياحي في الجزائر يراوح مكانه منذ الإستقلال، ما عدا الفترة الوجيزة التي إستقلت فيها السياحة بوزارة خاصة فإن أغلب الفترات كان تسيير قطاع السياحة موكل إلى قطاعات وزارية أخرى، وإن كان ذلك من حيث المبدأ ليس عائقا أمام تنمية السياحة، غير أن عدم الإستقرار التنظيمي من شأنه أن يعثر الجهود المبذولة لتنمية القطاع فضلا على الدلالة بأن السياحة قطاع ثانوي.

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

3- نقص المرافق والمنشآت القاعدية للقطاع السياحي

الإهتمام المتأخر بتنمية السياحة في الجزائر جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للسياحة سيما منها طاقة الإيواء، ويتجلى ذلك في النقاط التالية¹:

- عدم وجود طرق سريعة تربط الجهات الأربع للجزائر ببعضها، ماعدا مشروع الطريق السيار شرق-غرب، فالطرق الأخرى ذات نوعية لا تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي.
- نقص في وسائل الاتصال والمواصلات فالمطارات الجزائرية لازالت لم تواكب التطور العالمي في هذا المجال وأسعار النقل الجوي لا تشجع على السياحة سيما السياحة الداخلية؛
- افتقار تام لربط المواقع السياحية والأثرية ببعضها البعض بما يمكن السائح من زيارتها بسهولة.

¹ - مليكة حفيظ شبايكي، مرجع سبق ذكره، ص 125.

- التلوث الكبير الذي تعاني منه أغلب شواطئ الجزائر فضلا على الإهمال الذي تعرفه خلال فصل الصيف.

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

4- الإفتقاد إلى سياسة تسويقية فعالة

دون وضع تخطيط لاستراتيجية تسويقية فعالة تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي لا يمكن الإعتماد على العمل الإداري لتسويق المنتج السياحي الجزائري، إذ لابد من استخدام الوسائل الحديثة ومنها التسويق السياحي بما يمكننا من إبراز المقومات السياحية الجزائرية وإستقطاب جيد للسواح، غياب سياسة تسويقية فعالة أعاق التنمية المستدامة للسياحة¹.

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

5- الظروف الأمنية

إن الظروف الأمنية التي مرت بها الجزائر في السنوات السابقة كانت من بين أكبر المعوقات التي ضربت بالسياحة في الجزائر، إذ لا يمكن لبلد ما أن يكون محل استقطاب سياحي وفي نفس الوقت يعرف اضطرابات أمنية تعيق تحرك السياح داخله، فالجزائر عرفت في عشرية التسعينات ظروف أمنية جعلت القطاع السياحي يتراجع كثيرا في المنسوب السياحي، فقد كانت سنة 1995 أضعف سنة من حيث عدد السياح إذ بلغ 519.576 سائح وهو ثاني أضعف عدد منذ سنة 1967 حيث كان آنذاك 497.900 سائح².

6- مشاكل أخرى

ويمكن حصرها في مايلي :

- عدم تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي عن طريق تقديم قروض مالية بأسعار فائدة منخفضة .
- غلاء أسعار النقل الجوي من وإلى الجزائر، أدى إلى تغيير وجهة السياح نحو دول أخرى .
- عدم وضع تسهيلات للمستثمرين الأجانب في القطاع السياحي، مما أدى لإنعدام الجو التنافسي السياحي في الجزائر .

¹- إسماعيل بوغازي، لمين تغليسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم وإستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص17.

²- عبد القادر موزاوي، علي سماي، السياحة في الجزائر واقع وآفاق، المؤتمر الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 24-25 أفريل 2012، ص5.

- عدم وجود الأيدي العاملة المسيرة للهياكل السياحية.
- مشاكل ضعف البنى التحتية للطرق والإتصالات والمواصلات الحديثة .. وغيرها.
- عدم وجود استراتيجية واضحة لقطاع السياحة .

المبحث الثاني: القطاع السياحي في الجزائر

في هذا المبحث سنلقي الضوء على القطاع السياحي الجزائري، إبتداءا بالتعرف على أهم الوكالات السياحية في الجزائر والمؤسسات التكوينية للقطاع وغيرها وسيتم ذكر كل ماسبق كما يلي :

المطلب الأول: الهياكل السياحية والمؤسسات التكوينية في الجزائر

1- الهياكل السياحية: يمكن حصر أهم الهياكل السياحية في الجزائر فيما يلي¹:

أ. وكالات السياحة والأسفار: قدر عددها سنة 1999 بـ 348 وكالة سياحية وأسفار موزعة عبر التراب الوطني، وقد قدر عدد الذين إستعملوا هذه الوكالات في تنقلاتهم حوالي 40.789 سائح وأغلبهم من جنسية جزائرية برقم 38.008 سائح جزائري و 2.781 سائح أجنبي، وتم تقدير رقم الأعمال الإجمالي لوكالات السياحة والأسفار بحوالي 4.796 مليون دج.

ب. المؤسسات الفندقية لقطاع عمومي وخاص: يمكن أن نقدر رصيد الجزائر في المجال الفندقي بين عمومي وخاص بحوالي 776 وحدة، ذات سعة فندقية وإجمالية قاربت 67,087 سرير، أما السعة من حيث الوجبات فهي بحوالي 16.708 وجبة. يشغل على مستوى هذه الفنادق حوالي 3.732 مستخدم، وفي نهاية 1999 قدر رقم الأعمال الإجمالي بحوالي 56,423 مليون دج.

ت. المطاعم المصنفة: لا تتعدى عدد المطاعم المصنفة في بلادنا 286 مطعم، 21 مطعم مصنف بأربعة نجوم (*4) و 102 بثلاثة نجوم (*3) ومعلوماتنا عن هذه المطاعم تبقى جد ضئيلة وهي تقريبا منعدمة خاصة فيما يخص عدد المستخدمين وعدد الوجبات ورقم الأعمال الإجمالي.

2- الوكالات التي تساهم في تنظيم القطاع السياحي

إن الجزائر أصبحت تولي القطاع السياحي أهمية بالغة، وأدرجته ضمن الخطة الوطنية للتنمية ويظهر ذلك جليا من خلال دعم وتشجيع القطاع الخاص المحلي والأجنبي، وتنظيم الهيئات المختلفة للقطاع. وكذلك هياكل القطاع المختلفة، فنلاحظ أنه على المستوى المحلي وفي كل ولاية نجد مديرية للسياحة بالإضافة إلى تنصيب بداية من 1997 مديريات جهوية للترقية السياحية، وكذلك تنصيب مفتشيات سياحية على مستوى كل الولايات السياحية لمراقبة الخدمات السياحية إضافة إلى الهيكل الإداري الذي يسيّر وينظم القطاع، مؤسسات تتكفل بإنجاز المشاريع ومتابعتها واستغلالها لتحقيق الأهداف المسطرة.

¹ - فريد كورتل، آمال كحيلة، التنمية السياحية في الدول العربية واقع وآفاق تطويرها المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم واستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص13.

وعليه فالقطاع السياحي يتكون حاليا من:

أ. **الديوان الوطني الجزائري للسياحة¹**: يكمن دور الديوان الوطني للسياحة في إعادة بعث نشاط السياحة الاستقبالية وإحياء الوجهة الجزائرية من خلال تصميم ووضع حيز التنفيذ سياسة ترقية وإشهار المقصد السياحي الجزائري يعتبر الديوان بمثابة أول مؤسسة سياحية أنشأتها الدولة قصد تنمية القطاع السياحي، وكان ذلك في 1962 بموجب الأمر رقم 62-27 المؤرخ في 25 أوت 1962. هذا الديوان كان يعمل تحت وصاية وزارة الشؤون الاقتصادية وأوكلت له القيام بالمهام التالية:

- ممارسة الوصاية والرقابة على كل الهيئات والإدارات التي تقوم بالنشاط السياحي.
- استشارة السلطات العمومية حول المسائل السياحية والدعاية والإشهار.
- تطبيق النصوص والقوانين المتعلقة بالتنظيم في المجال السياحي.
- ترقية المنتج الجزائري السياحي.

وفي سنة 1994، بعد إنشاء وزارة السياحة أصبح الديوان الوطني للسياحة يعمل تحت وصاية الوزارة، وأسندت له المهام التالية:

- الدعاية والإشهار.
- إنجاز الاستثمارات السياحية نظرا لإنعدام الوسائل والأدوات الخاصة المتعلقة بانجاز المشاريع، أجبرت الوزارة على إنشاء مكتب تقني داخل الديوان الوطني الجزائري للسياحة مكلف بانجاز الدراسات التقنية.

ب. **النادي السياحي الجزائري²**: أنشئ سنة 1962 للقيام بالتنشيط السياحي وتسويق المنتج السياحي الجزائري، ونشاطه يتمثل فيما يلي:

- تنسيق وتنشيط التظاهرات السياحية مع المنظمات الوطنية والدولية.
- تنظيم الرحلات الدينية، الحج، العمرة....
- تنظيم الرحلات السياحية المتنوعة عبر التراب الوطني وخارجه.

ت. **المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية³**: أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 70/ 98 في 24 شوال 1418 ، الموافق لـ 21 فيفري 1998 ، في شكل مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ، توضع الوكالة تحت وصاية وزارة السياحة ، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستغلال المالي، ولها المهام الآتية:

¹ - هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة ماجستير، علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص58.

² - فريد كورتل، آمال كحيل، مرجع سبق ذكره، ص14.

³ - أحمد قايد نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص13.

1. تنشيط وترقية وتأطير النشاطات السياحية في إطار السياسة الوطنية لتطوير السياحة والتهيئة العمرانية.

2. تسهر الوكالة على حماية مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها.

3. اقتناء الأراضي لإنشاء الهياكل السياحية وملحقاتها.

4. القيام بالدراسات والتهيئة المخصصة للنشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

5. تساهم في ترقية الأماكن داخل مناطق التوسع مع المؤسسات المعنية.

6. تقوم بكل أعمال ترقية مناطق التوسع السياحي وتطويرها.

7. تكلف الوكالة باقتناء الأراضي الضرورية للاستغلال السياحي لمنابع المياه المعدنية ذات القيمة

العلاجية العالية وتقوم بدراسات التهيئة الضرورية.

• إنجاز كل الدراسات التقنية المتعلقة بالقطاع السياحي.

• القيام بمهمة التنسيق.

ث. **الوكالة الوطنية للتنمية السياحية:** أنشئت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية تحت وصاية وزارة

السياحة والصناعات التقليدية سابقا، ويمكن تصنيفها كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع

بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتعتبر الأداة الأساسية المؤهلة للتسيير، التنمية، الاستغلال العقلاني

وحماية العقار السياحي، وكذلك تعد الوكالة إحدى الهيئات الرئيسية المسؤولة عن تجسيد السياسة الوطنية

للتنمية السياحية.

ومن بين خدمات الوكالة لدينا:

• تنمية مناطق التوسع السياحي.

• إعادة بلورة دراسات تهيئة لمناطق التوسع السياحي.

ج. **الحركات الجموعية في السياحة** يمكن تقدير الحركات الجموعية في السياحة بحوالي 88 جمعية

موزعة على مستوى التراب الوطني، وهذا العدد يضم أيضا عدد دواوين السياحة.

ح. **مديريات السياحة والصناعات التقليدية:** يوجد على مستوى الوطن 48 مديرية للسياحة، بمعنى أنه

في كل ولاية من ولايات الوطن يوجد مديرية للسياحة. هذه المديريات تعمل على تنشيط وتنظيم السياحة على

المستوى الولائي. من خلال تدعيم وتوسيع حجم الإستثمارات في هذا الميدان.

خ. ن اويدلا ونطولا ءحايئلا:¹

مء ءاشنا ن اويدلا ولاطينا سلليا ءا مبوبء موسرما 88-214 المؤرخ في 31/10/1989، ءيا نئنا الماءة الأولى مئا على الأنا: نئشا مؤسءة عموميا ءاا طابع إءاري نسمى الءيوان الوطنيا للسياءة، نئمء بالشءصيا المعنوية.

مؤسءاا النكوين السياءيا في الءزائر:

نءكر هنا أهم المءارس والمعاهء المساهمة في تطوير ونكوين الاطارات السياءيا وهي كما يلي :

1-المءرسة الوطنية العليا للسياءة: المؤسءة بموجب مرسوم نئفياي رقم 94-255 مؤرخ في سنة 1994 يئضمن إنشاء المءرسة الوطنية العليا للسياءة (ء.ر. ءء 54-1994) المعدل والمئم بمرسوم نئفياي رقم 98-104 مؤرخ في 31 مارس سنة 1998 (ء.ر. ءء 19-1998)²، ونءواء بالءزائر العاصمة.

2-المعهد الوطني للنقنياا الفنءياة والسياءيا: المؤسس بموجب مرسوم نئفياي رقم 94-256 مؤرخ في سنة 1994 يئضمن إنشاء المعهد الوطني للنقنياا الفنءياة والسياءيا. (ء.ر. ءء 54-1994) المعدل والمئم بـ: مرسوم نئفياي رقم 02-455 مؤرخ في 21 ءيسمبر سنة 2002 (ء.ر. ءء 85-2002)، ونءواء بولاية ئيزي وزو.

وقرار مؤرخ في 5 ماي سنة 1999، يءء ءء الشعب ونقسيم ءء الطلبة بينها ونظام الءراساا وكءا كيفاا ءمل المجلس التربوي للمعهد الوطني للنقنياا الفنءياة والسياءيا، (ء.ر. ءء 34-1999) وقرار مؤرخ في 19 أءوبر سنة 2003، يئضمن إنشاء ملء للمعهد الوطني للنقنياا الفنءياة والسياءيا، (ء.ر. ءء 64-2003).

3- مركز الفنءة والسياءة: المؤسس بموجب مرسوم نئفياي رقم 94-257 مؤرخ في سنة 1994 يئضمن إنشاء مركز الفنءة والسياءة، (ء.ر. ءء 54-1994)، وقرار مؤرخ في 5 ماي سنة 1999، يءء ءء الشعب ونقسيم ءء الطلبة بينها ونظام الءراساا وكءا كيفاا ءمل المجلس التربوي لمركز الفنءة والسياءة. (ء.ر. ءء 34-1999)، ويءواء بمنطقة بوسعاة .

¹ - هءير ءء القاءر، مرجع سبق نءره، ص59.

² - زايءي مريم، نئمية السياءة الصءراوية بءء ءءق نئمية سياءيا مسءاماة في الءزائر، الملقى الوطنيا ءول السياءة الصءراوية في الءزائر، ءامعة الواءيا، الءزائر، يوميا 27-28 أفريل 2014، ص14.

وقد تم مؤخرا إستحداث مدارس تكوينية جديدة على المستوى الوطني من خلال مانص به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 :

الخريطة الجديدة للمدارس السياحية في الجزائر:

حسب ماجاء في برنامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) فإنه سيتم مايلي :¹

- تحديث ثلاثة مدارس سياحية موجودة سابقا .

- إطلاق مدرستين جديدتين .

- السبع مؤسسات التكوين المهني مخصصة للسياحة.

1- المدارس الموجودة الواجب تحديثها في الجزائر :

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة في الجزائر العاصمة .ENST.

- المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة في تيزيوزو .INTHT.

- المعهد الوطني للفندقة والسياحة في بوسعادة .INTHT.

2- المدارس المصممة للتجهيز :

المدرسة السياحية بتييازة.

المدرسة السياحية بعين تموشنت.

3- المدارس السبع لوزارة التكوين والتعليم المهني :

ستخصص سبع مدارس للتكوين السياحي في سبع مناطق مختلفة وهي كالأتي

الطارف، تلمسان، عين بنيان، بومرداس، تيزي وزو , تمنغاست, وغرداية .

المطلب الثاني: واقع العمل داخل القطاع السياحي الجزائري

مرت الجزائر بتأثيرات أمنية وسياسية وإقليمية صعبة، تسببت في إنحسار حركة السياحة الأوروبية إلى

المنطقة الجنوبية من إقليم الجزائر عموما، مقابل تنامي السياحة المغربية في كل من تونس والمغرب كمقصد

تقليدي للسياحة المغاربية .

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.س 2025"، كتاب2، المخطط الاستراتيجي، الحركات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، الجزائر، جانفي 2008، ص 50.

نتيجة لذلك تركز الإهتمام في تلك الفترة على الترويج للسياحة لمنطقة الجنوب ولبعض الأقاليم فقط، وبعد عودة الإستقرار والأمن عملت وزارة السياحة تحت رعاية وإشراف الحكومة المركزية على إعادة هيكلة القطاع السياحي الحكومي والخاص من خلال إطلاق بنى إدارية جديدة في الوزارة وإحداث غرف السياحة. أصبحت تنمية القطاع السياحي في الجزائر تشكل أولوية من أولويات الدولة التي تزعم تنفيذ هذا الخيار تبعا لحظة إستراتيجية تركز على ترقية عدة أقطاب سياحية في الجزائر، تبرز مؤهلاتها الطبيعية العديدة المتمثلة في إمتداد مساحة البلاد وتباين مناخها وثراء تراثها الطبيعي والثقافي والفني مما يسمح بممارسة شتى النشاطات السياحية والترفيهية ومواصلتها طول السنة¹.

شرعت الجزائر في تنمية القطاع السياحي ووضع مخطط لتدعيمه منذ ما يقارب ثلاثة عقود، رغم ما واجهتها من ظروف داخلية، سياسية وإقتصادية معاكسة وما نتج عنها من إفتقاد للأمن والإستقرار وقلة التنظيم وضعف الإمكانيات التقنية والمادية، و تسعى الجزائر اليوم إلى وضع سياسة تنموية شاملة تتكلف بها الدولة بالتعاون مع المجتمع المدني حتى تبلغ غايتها من سد الحاجة المتزايدة إلى منتج سياحي تنافسي من جهة وإلى الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي وتحسين الظروف المعيشية المحلية من جهة ثانية، في هذا الإطار، تلعب الدولة والمؤسسات العمومية دور المنسق والمنظم والمشرف أو المدير العام، وتفتح مجال الإستثمار للممولين الخواص تبعا للمخطط التالي:

على المستوى الوطني: تحدد الحكومة الإطار القانوني الذي يرضى القطاع بحيث يسمح ويشجع التشاور ما بين المؤسسات سيما تلك الساهرة على ترقية الحرف التقليدية والحفاظ على التراث الثقافي والطبيعي.

على مستوى القطاع: تساهم وزارة السياحة في الحفاظ على الموارد الطبيعية ومراقبة النشاط والخدمات السياحية من حيث الكمية والنوعية.

على المستوى الجهوي:² يتم إعداد مخطط سياحي جهوي منسق بعين المشاريع السياحية حسب المعطيات الإقتصادية والإجتماعية والطبيعية والثقافية الجهوية ويضع برنامجا لتكوين الموارد البشرية وتطوير نشاط الإعلام والإتصال وداعيا المجتمع المدني إلى المشاركة فيها وذلك محاولة منه للتغلب على بعض تحفظات السكان المحليين المتخوفين من النشاط السياحي وآثاره السلبية على حياتهم اليومية وهو يتسبب مثلا

¹ قرزير محمود، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الإقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2006، ص8.

² أحمد عروة نجاه "توظيف الحرف التقليدية في القطاع السياحي في الجزائر، ملتقى دولي لإقتصاديات السياحة ودورها في التنمية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2006، ص10.

في طلب متزايد للموارد المائية وفي إرتفاع الأسعار خلال الموسم السياحي مما يجب الإنتباه إليه وحسن تدبيره مقدما.

لهذا الغرض يرمي المخطط الوطني للتهيئة السياحية إلى تلبية حاجيات وتطلعات الفئة الشابة من السكان خاصة وهي الأكثر تضررا من الحرمان والكبت، إلى جانب الحفاظ على المحيط الطبيعي والثقافي، لكنه يعمل أيضا على تنمية القطاع السياحي لكونه يسمح بتجنيد الأموال بالعملة الصعبة وبإنشاء مناصب شغل كثيرة.

يتم إذا تنفيذ هذا المخطط بناء على ترقية المؤهلات الطبيعية والثقافية والحضارية والحفاظ عليها في نفس الوقت، لذلك اقترحت الوزارة المعنية بعض المحاور الأساسية لتنمية سياحية مستدامة تتمثل في:

- خلق مناصب عمل خصوصا على مستوى الجماعات المحلية التي تساهم بشكل مباشر وفعال في التوازن والتنسيق الجهوي والإقليمي:

- تنويع الأنشطة السياحية وتحسين خدماتها كما ونوعا حسب الطلب، وحسب المعايير الدولية المتعارف عليها والتي تكز أساسا على البعد الثقافي والبيئي والطبيعة الجيولوجية للمنطقة:

- في هذا السياق تتكفل وزارة السياحة بالتنسيق بين بعض الاهتمامات والمشاريع المتعلقة بـ:

- التنمية الإجتماعية و الإقتصادية وإستغلال التراث الثقافي والموارد الطبيعية والبشرية بما في ذلك المواقع الطبيعية النادرة التي تحتاج إلى رعاية خاصة.

- حسن تدبير واختيار الهياكل والترتيبات العمرانية السياحية.

- إتخاذ الإجراءات المناسبة لترقية التقاليد الشعبية والحرف التقليدية والحفاظ عليها.

- تحديد دور المستثمرين والجمعيات الغير حكومية وكل مشارك مباشر أو غير مباشر في النشاط

السياحي.

- كيفية تحسيس وإسهام السكان المحليين.

- التعاون الجهوي والدولي.

- أساليب إشراك وسائل الإعلام والنشاط الجمعي.

المطلب الثالث: جهود الدولة لتطوير المقومات السياحية في الجزائر

للجزائر مقومات سياحية كبيرة، ، وسوف نستعرض في هذا المبحث جهود الدولة لتحسين أداء هذا القطاع. ويمكن أن نتلخص هذه الجهود أساسا في النقاط التالية:¹

1- تحسين المناخ السياسي، الاجتماعي والثقافي: عرفت الجزائر أزمة أمنية حادة خلال التسعينات ونتجت عنها تبعات وتكاليف كبيرة على كل المستويات، حيث تسببت في تشويه صورة الجزائر على المستوى الإقليمي والدولي، مما أدى إلى تقليص جاذبيتها للاستثمار، وقد تجاوزت الجزائر هذه الوضعية مع بداية الألفية الثالثة بمجموعة من الإجراءات التي اتخذتها منها تكريس سياسة المصالحة من أجل استعادة الأمن، قيام الجزائر بالتوفيق بين مبادئ الديمقراطية العالمية وقيمها الثقافية والحضارية الخاصة، والسعي لحماية حقوق الإنسان التي يضمنها جهاز شامل يتكون من آليات برلمانية وقضائية، وجمعية، بالإضافة إلى انضمام الجزائر إلى المنظمات الدولية التي تُعنى بحقوق الإنسان، وبذل مجهودات كبيرة لتحسين الوضع الاجتماعي خاصة بعد الآثار السلبية لبرامج مؤسسات بريتون وودز، بغرض تخفيض الفوارق الاجتماعية، وتحسين عدالة توزيع الدخل وتخفيض معدلات الفقر.

ولا شك أن هذه الإجراءات من شأنها أن تدعم الاستقرار السياسي في الجزائر ليشكل أساسا لتحفيز الاستثمار الخاص وإقناع الأجانب لاستغلال الفرص الاستثمارية المتاحة في الاقتصاد الجزائري في مختلف المجالات منها السياحة.

2- تحسين المناخ الاقتصادي: تتنل في مختلف البرامج المعتمدة للنهوض بالاقتصاد الوطني، سواء تلك المرتبطة بمؤسسات بريتون وودز، أو برامج الإنعاش ودعم النمو الاقتصادي، بهدف فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالنفط، لضمان الاستقرار الاقتصادي الكلي، والانفتاح الإيجابي على العالم الخارجي، بتحرير التجارة الخارجية.

3- تطوير المناخ القانوني والتنظيمي: تتمثل في مختلف القوانين الخاصة بملف الاستثمار، سواء المرسوم التشريعي 12-93 لعام 1993، الأمر رقم 03-01 لعام 2001 المتعلق بتطوير الاستثمارات، الأمر رقم 08-06 لعام 2006، إضافة إلى الهيئات المتمثلة في الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار، الشباك الوحيد، ووزارة المساهمة وترقية الإستثمار، وبذلك فقد حرصت السلطات تهيئة المقومات الأساسية لتفعيل الاستثمارات في مختلف القطاعات بما في ذلك قطاع السياحة لخدمة الأغراض التنموية المختلفة.

¹ - عميروش شلغوم، مناد إدري، تأثير ضعف مقومات الجذب السياحي على مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم وإستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص7.

4- الإجراءات الخاصة أساسا بدعم قطاع السياحة: بالإضافة إلى التحفيزات والضمانات التي منحتها الجزائر للمستثمرين في مختلف القطاعات من خلال مختلف القوانين السابقة الذكر 1993، 2001، 2006، قامت بوضع تحفيزات خاصة بالقطاع السياحي، كما عرف مجال تشجيع الاستثمار السياحي صدور مجموعة من القوانين، لتنفيذ إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة، التي شرعت فيها الحكومة بداية من سنة 2003 وهذا من أجل تهيئة وتسهيل عملية الاستثمار في القطاع السياحي.

المبحث الثالث: السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية

للسياحة دور فعال في الدورة التنموية الاقتصادية للبلاد، وفي هذا المبحث سنستعرض مدى فاعلية القطاع السياحي الجزائري وأهم المؤشرات السياحية المؤثرة داخل القطاع وهي كالتالي :

المطلب الأول: المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر

نحاول أن نقيم هنا الدور الذي يؤديه قطاع السياحة في الاقتصاد الجزائري وذلك من خلال بعض المؤشرات التي نستدل بها على درجة تطور ونمو السياحة في الجزائر ودرجة تحقيق أهدافها، ومن هذه المؤشرات نذكر:

1- تطور طاقة الإيواء¹ : تمثل طاقات الإيواء القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية، والتي تعتبر أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم واهتمام الدولة بالقطاع السياحي، وقد حدث تطور ملحوظ في الجزائر في السنوات الأخيرة وذلك بعد إنتهاجها لإستراتيجية وطنية لتنمية القطاع ، والجدول رقم (2) أسفله يوضح ذلك :

الجدول رقم 2: تطور طاقات الإيواء في الجزائر للفترة 2000 إلى 2010

البنادق	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
5*	4 604	4 506	4 832	4 959	4 590				3914	3914	3 948
4*	3 222	3 187	3 592	3 757	3 383				1847	2531	3 560
3*	21 310	19 272	14 659	14 740	14 857				15394	16128	14 090
2*	5 519	4 882	5 454	5 424	5 415				12358	12660	8 070
1*	2 541	2 563	2 084	4 212	2 315				3967	3967	3 804
غير مصنف	29 891	32 113	41 946	44 381	51 474				49162	49494	58 905
المجموع	67 087	66 523	72 567	77 473	82 034	82 808	84 869	84 559	86642	88694	92 377

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن تطور طاقات الإيواء في الجزائر في تزايد مستمر حيث إنتقل من 67087 سرير سنة 2000 الى 92377 سرير سنة 2010 أي بنسبة 37,69 بالمائة، ونلاحظ في سنة

¹ - زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر 2011، ص164.

2001 نقص الإقبال على الفنادق 2* الذي تراجع بما قيمته 637 سرير مقارنة بالسنة 2000 وكذلك نلاحظ سنة 2007 قد تراجعت بما قيمته 310 سرير من إجمالي قيمة الطاقات الكلية، أما عن باقي السنوات فهي في تزايد مستمر وقد بلغ ذروته سنة 2010 بما يعادل قيمته 92377.

2- التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر: لقد شهدت التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر تطورا

مستمرًا خلال فترة الدراسة كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 3: تطور طاقات الإيواء على حسب نوعية المنتج السياحي للفترة 2000 إلى 2010

مناطق الإيواء	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الحضرية	31 506	33 493	43 424	35 204	48 680	42 628	44 561	44 251	56 491	57 419	52 085
الساحلية	19 723	17 531	19 308	26 034	21 770	23 148	23 148	23 148	15 427	16 551	31 322
الصحراء	7 679	7 723	3 214	8 105	4 431	11 511	11 639	11 639	10 635	10 635	3 770
حموية	6 335	6 530	5 236	6 905	5 742	4 608	4 608	4 608	3 757	3 757	4 111
مناخية	1 844	1 246	1 385	1 225	1 411	913	913	913	332	332	1 089
المجموع	67 087	66 523	72 567	77 473	82 034	82 808	84 869	84 559	86 642	88 694	92 377

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

من الجدول نلاحظ رقم (3) نلاحظ أن طاقة الإيواء في المناطق الحضرية تستقطب حوالي 56 بالمائة من مجموع المنتج السياحي، وتليها في المرتبة الثانية السياحة الساحلية التي كانت بنسبة 33 بالمائة، أما باقي القيمة والمقدرة ب 11 بالمائة فكانت طاقة الإيواء مقسمة فيها بين السياحة الصحراوية والحموية والمناخية.

الجدول رقم 4 : تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2010)

السنوات	عدد السياح الوافدين	معدل التغير %
2000	865.984	-
2001	901.416	4.1
2002	988.061	9.61
2003	1.166.287	18.03
2004	1.233.719	5.78
2005	1.443.090	16.97
2006	1.637.582	13.47
2007	1.740.000	6.25
2008	1.772.000	1.83
2009	1.911.506	7.29
2010	2.301.834	8.31

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) بأن أعداد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة 2000-2010 تتميز بتزايد مستمر، حيث ارتفعت من 865.984 سائح سنة 2000 إلى 1.911.506 سنة 2009 بزيادة تقدر بـ 1045522 سائح بمعدل زيادة 120.73%، وسبب التراجع سنة 2008 يرجع إلى الأزمة الاقتصادية العالمية.

ويعتبر نصيب الجزائر من السياحة الدولية الوافدة ضئيلاً مقارنة بدول المنطقة العربية وفي منطقة البحر الأبيض المتوسط، مثل اليونان وتركيا والبرتغال والأردن، إذ يمثل السياح الأوروبيون أكبر حصة من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، حيث يأتي في مقدمتهم السياح الفرنسيين، الأسبانيين، ثم الإيطاليين والألمان، أما على مستوى القارة الإفريقية فتعتبر تونس المصدر الأول من حيث عدد السياح القادمين إلى الجزائر، ثم السياح المالين والليبيين والمغاربة¹.

¹ - سميرة عميش، أثر تطور الطاقة الفندقية في الجزائر على إيراداتها المالية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 11، الجزائر، 2011، ص 268.

وبمقارنة تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر بتطور طاقات الإيواء خلال الفترة 2000-2010 ارتفعت خلال الفترة طاقة الإيواء بمقدار 11221 سرير بمعدل زيادة قدر ب : 14.48 % ، وفي المقابل ارتفع عدد السياح الوافدين بـ 745219 سائح بمعدل زيادة تقدر بـ 63.89 % مما يبين أن معدل الانفاق على الإيواء لا يتوافق ومعدل الزيادة في عدد السياح الوافدين فهناك عجز يقدر بـ 733998 سرير.

3- التدفقات السياحية العكسية¹: يقصد بها الجزائريين المتوجهين إلى الخارج، حيث بلغ عددهم سنة 2003 حوالي 1.253.901 سائح غادروا الجزائر إلى وجهات مختلفة واستمرت في الارتفاع، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم 5: تطور السياحة العكسية للفترة (2003-2009)

السنوات	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
عدد الجزائريين المتوجهين إلى الخارج	1.253.901	1.416.861	1.513.491	1.349.113	1.500.000	1.539.406	1.677.000

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء.

نلاحظ من خلال الجدول (5) أن عدد السياح الجزائريين المتوجهين إلى الخارج في ازدياد مستمر رغم التراجع الطفيف المسجل سنة 2006 ، لكن عند المقارنة مع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر ابتداء من 2006، نلاحظ ارتفاع عدد السياح الوافدين أكثر من عدد السياح الجزائريين المتوجهين إلى الخارج، ويعتبر هذا اتجاه جيد، وعهد جديد بالنسبة للسياحة الجزائرية يعكس إرادة الدولة لجعل الجزائر بلد استقبال للسياح بدل الإرسال.

4- التدفقات النقدية²:

يرتبط تطور قطاع السياحة إرتباطا وثيقا بما تحققه هذه السياحة من إيرادات والتي لها دور كبير في تنمية السياحة وتحسين الأداء الإقتصادي، وترتبط الإيرادات السياحية بحجم الإنفاق على السياحة وخدماتها،

¹ - زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص169.

² - مصيطفى عبد اللطيف، عبدات مراد، بن سانية عبد الرحمان، أثر الإنفاق العام والسياحي على المؤشرات الإقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم وإستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص3.

وبالتالي كلما زاد العرض السياحي من بنى أساسية وخدمات زادت نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي ارتفاع إيراداتها، وبالنسبة للجزائر فقد برمجت في بداية الألفية الثالثة سلسلة من البرامج التنموية الهادفة والمتكاملة لتنشيط الاقتصاد الوطني، حيث أقر في 2001 برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي للفترة 2001-2004 بقيمة إجمالية تقدر بـ 525 مليار دينار جزائري، خصص جزء كبير منها لتهيئة وإنجاز الهياكل القاعدية وكان النصيب الأكبر لقطاع الأشغال الكبرى والهياكل القاعدية والتي إستحوذت على ما يقارب من 40 % من إجمالي المبالغ المخصصة.

ثم جاء البرنامج التكميلي لدعم النمو للفترة 2005-2009 وذلك قصد تحريك عجلة التنمية الاقتصادية وخلق ديناميكية متواصلة في فعاليات النشاط الاقتصادي، والجدول رقم (6) الموالي يبين المخصصات المخصصة للبرنامج.

الجدول رقم 6: البرنامج التكميلي لدعم النمو والمخصصات المضافة له (2005-2009)

البيان	مخطط دعم الإنعاش الاقتصادي	البرنامج التكميلي لدعم النمو	برنامج الجنوب	برنامج الهضاب العليا	تحويلات حسابات الخزينة	المجموع
المبالغ	1071	5394	432	668	1140	8705

المصدر: مصيطفى عبد اللطيف، عبدات مراد، بن سانية عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص4.

المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر

مؤشرات لواقع السياحة في الجزائر للفترة (2001-2010):

تعمل الجزائر على تطوير قطاعها السياحي وتدعيم مكانتها في السوق السياحية العالمية، لما للقطاع السياحي من أهمية ودور كبير في زيادة موارد البلد من النقد الأجنبي وتوزيع مصادر الدخل وزيادة مستويات التوظيف والتشغيل، وقد سمح هذا الاهتمام بتحقيق جملة من المؤشرات الايجابية من خلال تدعيم المقومات السياحية بإمكانات مادية تمثلت في توفير البنى التحتية حتى تستجيب للطلب السياحي المحلي والأجنبي، ومن خلال الجدول التالي سنوضح أهم النتائج التي حققتها الجزائر من حيث التدفقات البشرية والمالية، بالإضافة إلى طاقات الإيواء المنجزة والليالي السياحية المحققة:

الجدول رقم 7: ملخص للمؤشرات السياحية في الجزائر للفترة (2010-2001)

السنوات	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	الوحدة
الإيرادات (مليار دولار)	//	0.33	0.3	0.22	0.22	0.18	0.18	0.11	0.11	0.1	0.96	
سياح (مليون سائح)	2.07	2	1.77	1.7	1.64	1.44	1.23	1.2	1	0.9	1.2	
ليالي (مليون ليلة)	5.94	5.65	5.35	5.12	4.9	4.7	4.5	4.3	4.13	4.02	4.3	
أسرة (ألف)	92	88.7	85.9	85	84.9	83.9	82	77.5	73.5	72.5	7.7	

المصدر: عماري سمير، بلحسين دلندة، التنمية السياحية في الجزائر واقعها وآفاقها المستقبلية، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، تقييم وإستشراف جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و27 فيفري 2013، ص8.

من خلال الجدول رقم (7) نلاحظ ما يلي:

- تحصلت الجزائر على 33مليون دولار مقابل 2 مليون سائح، وهو ما يعادل 165 دولار كمتوسط إنفاق لكل سائح زار الجزائر خلال سنة 2009.
- بخصوص الليالي السياحية فنلاحظ أنها تطورت بنسب متفاوتة من سنة لأخرى.
- أما بخصوص التناسب بين عدد الأسر وإجمالي الليالي السياحية فنسجل بلوغ 50 ليلة لكل سرير متاح كمتوسط خلال الفترة 2001-2010.

1. واقع مساهمة قطاع السياحة في قضايا التنمية الاقتصادية بالجزائر:

لقد شرعت الجزائر في تنفيذ سياسة شاملة للتنمية السياحية، قناعة منها بأن القطاع ينطوي على قدرات هامة تساهم في تطوير إقتصادها، وتساعد في حل مشكلاتها الإقتصادية والإجتماعية التي تواجهها، إذ تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي العالمي تصل إلى 10%، وفيما سيأتي أهم الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة في الجزائر¹:

❖ مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

إن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي مقاسة بالنسبة المئوية تعد جد ضعيفة كما يتضح من خلال الجدول رقم (8) الآتي:

¹- عماري سمير، بلحسين دلندة، مرجع سبق ذكره، ص9.

الجدول رقم 8 : مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2010-2000)

الوحدة %

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
المساهمة	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7	2.05	2.3	2.3

المصدر: عماري سمير، بلحسين دلندة، مرجع سبق ذكره، ص9.

بالنظر للجدول رقم (8) أعلاه نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تمثل نسبة متدنية جدا ولم تتجاوز نسبة 2.3% في أحسن الأحوال، وهي بذلك أقل من المعدل العالمي الذي يقدر بنسبة 10%، وهي نتيجة تعكس مستوى تطور قطاع السياحة في بلادنا خلال هذه الفترة.

إن ضعف مردودية القطاع السياحي ومحدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تعود أساسا إلى أن هذا القطاع لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ الإستقلال، وسبب ذلك إعتقاد الدولة على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد، وهي بذلك عكس كثير من الدول العربية غير النفطية كالمغرب وتونس ومصر والتي عملت على منح القطاع السياحي فيها مكانة بالغة ضمن الأولويات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية ومنذ زمن بعيد، نجد أن نظرة بلادنا لهذا القطاع كانت اتسمت بالتحفظ والتخوف في بعض الأحيان، ولم يستفد من الإهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر مما إنعكس سلبا على النتائج المحققة في القطاع.

❖ مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل:

الجدول رقم (9) أسفله يوضح تطور العمالة في القطاع الفندقي والمقاهي والمطاعم وغيرها في الجزائر

كما يلي:

الجدول رقم 9: مساهمة القطاع السياحي في توفير فرص العمل للفترة بين (2010-2000)

السنوات	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2010
العدد	82000	95000	103000	165000	172000	193900	204400	320000	39600
معدل النمو	----	%15.85	%8.42	%60.19	%4.42	%12.73	%5.42	%56.6	23.7

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

بالنظر إلى معطيات الجدول رقم (9) أعلاه نلاحظ أن نسبة حجم العمال في القطاع السياحي في الجزائر بالنسبة للمجموع العام يبقى ضعيف وغير كافي من حيث قدرته في توفير فرص العمل، إذ تعادل ما نسبته 15,85% في سنة 2001 ، أما بعدها فنلاحظ تذبذب وعدم إستقرار في معدلات النمو، وهذا راجع للظروف الإقتصادية والإجتماعية والسياسية في الجزائر التي يمكن شرحها كالآتي :

- الأمن: لا شك أن تناقص التدفقات السياحية باتجاه الجزائر خلال السنوات السابقة يعود إلى تدهور الأوضاع الأمنية إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي.

- الترفيه: ضعف تنسيق بين الأطراف المعنية بترفيه السياحة : الديوان الوطني للسياحة، الخطوط الجوية الجزائرية، أصحاب الفنادق وغيرها.

- نقص هياكل الإستقبال السياحية والخدماتية.

- الإستثمارات: نقص الإستثمارات والهياكل القاعدية للسياحة.

- تدهور تغطية الخدمات في الفنادق الجزائرية.

- المحيط الاجتماعي والثقافي وما له من أثار على استقبال السياح.

❖ مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات:

ميزان المدفوعات هو سجل منتظم أو بيان حسابي شامل لكل المعلومات الاقتصادية التي تتم بين الأشخاص المقيمين على أقاليم دول أخرى في فترة زمنية معينة عادة ما تكون سنة، وتأخذ السياحة مكانها في هذا الميزان ضمن الصادرات غير المنظورة نظرا لما تجلبه من عملات أجنبية، فهي تساهم في تحسين من وضعية ميزان المدفوعات وذلك من خلال القيمة الصافية للميزان السياحي، الذي يجمع بين الإيرادات والنفقات السياحية، والفرق بينهما يمثل الرصيد الذي يعكس مدى مساهمة وتأثير القطاع السياحي على ميزان المدفوعات¹. والجدول التالي يبين مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات في الجزائر².

¹ - أحمد قايد نور الدين، الأهمية والأثر الإقتصادي لتنمية قطاع السياحة حالة الجزائر، الملتقى الوطني حول إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، يومي 9-10 مارس 2010، ص3.

² - عميروش شلغوم، مناد إدري، مرجع سبق ذكره، ص15.

الجدول رقم 10: تطور مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات بالمليون دولار خلال الفترة (2010-2000)

السنوات	الإيرادات السياحية	النفقات السياحية	الرصيد
2000	102	193	-91
2001	100	194	-94
2002	111	248	-137
2003	112	255	-143
2004	178.5	340.9	-162.4
2005	184.3	370	-185.7
2006	215.3	380.7	-165.4
2007	218.9	376.7	-151.8
2008	300	394	-94
2009	330	470	-140
2010	400	500	100

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أعلاه أن الإيرادات السياحية سجلت تطورا ملحوظا، حيث إرتفعت من 102 مليون دولار سنة 2000 إلى 400 مليون دولار سنة 2010، وبالرغم من هذه الزيادة إلا أن رصيد الميزان السياحي سجل عجزا طوال هذه الفترة، وهذا راجع إلى أن السوق السياحية الجزائرية مصدرية وليست مستقبلة.

ويغض النظر عن ارتفاع عدد السياح في السنوات الأخيرة تبقى قيمة المبلغ الذي أنفقه الجزائريون في الخارج بالعملة الصعبة أعلى من قيمة المبلغ الناتج من إنفاق السياح غير المقيمين، ويمكن إرجاع أسباب ذلك إلى:

- ضعف طاقات الإيواء ونوعية الخدمات السياحية المقدمة، نتيجة لنقص الإستثمارات السياحية.
- ضعف وجهة الجزائر السياحية نتيجة لغياب الترويج الذي يجذب السياح وفي نفس الوقت المستثمر الأجنبي.
- إرتفاع أسعار الخدمات السياحية مقارنة بدول الجوار.
- نقص تأطير الموارد البشرية في مجال السياحة.

من خلال ما سبق يمكننا القول أن مساهمة قطاع السياحة في الجزائر في التنمية الإقتصادية يبقى جد ضعيفة ومتواضع مقارنة بالإمكانات المتوفرة، وهو ما تترجمه أكثر وضعيته ضمن مؤشر تنافسية قطاع

السياحة والسفر الصادر عن منتدى الإقتصاد العالمي لسنة 2010. حيث شمل المؤشر 139 دولة في العالم، وأشار التقرير إلى أن الجزائر تحصلت على المرتبة 113، وبذلك حسنت ترتيبها بمرتبتين مقارنة بالعام 2000 أين تحصلت على المرتبة 115.

المطلب الثالث: المشاريع الإستثمارية السياحية ودورها في عملية التنمية الإقتصادية

بالرغم من إمتلاك الجزائر لإرث طبيعي وحضاري متنوع، إلا أن استغلاله يبقى بعيدا عن طموحات الجزائر من أجل النهوض بهذا القطاع، وسنحاول معرفة الجهود السابقة الذكر على أداء القطاع السياحي في الجزائر، من خلال التطرق إلى وضعية الإستثمارات السياحية في نهاية 2010، بالإضافة إلى تحليل بعض مؤشرات أداء السياحة، ووضعية الجزائر في مؤشر السياحة والسفر، ومن خلال دراسة وضعية المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة في نهاية 2010 وبداية 2011، لاحظنا وجود نوعين من المشاريع الإستثمارية تتمثل في مشاريع سياحية قيد الانجاز ومشاريع سياحية متوقفة.

1- المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الانجاز في نهاية 2010

1-1- المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الاستثمارية السياحية في نهاية 2010

والجدول التالي يوضح لنا وضعية المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الانجاز في نهاية 2010 كما يلي:

الجدول رقم 11: أهم المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الإستثمارية السياحية قيد الانجاز في نهاية 2010

المؤشرات	عدد المشاريع	عدد الأسرة	مناصب الشغل المتوقعة	التكلفة المتوسطة مليون دج	التمويل الخاص	المساحة الإجمالية م ²	معدل الإنجاز المتوسط %	الزمن المتوسط لتحقيق المشروع بالسنوات
داخل منطقة التوسع	58	9183	1989	12473.51	3622.8	39493.7	53.94	4.4
خارج منطقة التوسع	263	25748	11435	110962.27	18411.45	1308782.12	57.56	4.3
المجموع	321	34931	13424	123435.78	22034.28	1703721.82	57.26	4.33

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements fin 2010.

حسب البيانات الواردة في الجدول رقم(11)، قدر عدد المشاريع بـ 321 مشروعاً سياحياً بتكلفة إجمالية متوقعة تصل إلى 123435.78 مليون دج، تتوزع على مساحة إجمالية فاقت 170 م²، و 58 مشروع يقع داخل منطقة التوسع السياحي و 263 تقع خارجها، وقد بلغ معدل الإنجاز المتوسط 57.26%، والزمن المتوسط المتوقع لتحقيق هذا المشروع 4.33 سنة، وسوف تسمح هذه المشاريع برفع طاقة الإيواء بـ 34931 سرير، ومن المتوقع إستحداث 13424 منصب شغل أي بمتوسط 0.38% منصب شغل مقابل كل سرير¹.

1-2- توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب المنتج في نهاية 2010

توزعت المشاريع السياحية قيد الإنجاز على مجموعة من المنتجات، والجدول رقم (12) يوضح ذلك.

¹ - عميروش شلغوم، مناد إدر، مرجع سبق ذكره ، ص 14.

الجدول رقم 12: توزيع المشاريع السياحية قيد الإنجاز حسب المنتج في نهاية 2010

المنتج	شاطئي	حضري	مناخي	معدني	صحراوي	غير محدد	المجموع
داخل منطقة التوسع السياحي	49	3	-	1	1	4	58
خارج منطقة التوسع السياحي	17	208	5	10	8	15	263
المجموع	66	211	5	11	9	19	321
نسبة كل منتج من إجمالي المشاريع	20.56	65.73	1.5	3.42	2.8	5.91	100

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements fin 2010.

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن المشاريع السياحية قيد الإنجاز في المنتج الحضري احتلت الصدارة بـ 65.73% ثم المنتج الشاطئي بـ 20.56%، أما النسبة الباقية والمقدرة بـ 13.63% توزعت على باقي المنتجات، وهذا يدل على أن معظم الاستثمارات وجهت للإتشاء فنادق، فمن 321 مشروع نجد 222 مشروع فندقي.

1-3- توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب التصنيف في نهاية 2010

توزعت المشاريع السياحية قيد الإنجاز على مجموعة من التصنيفات المختلفة، والجدول رقم (13) أسفله

يوضح ذلك كما يلي:

الجدول رقم 13: توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية قيد الإنجاز حسب التصنيف في نهاية 2010

التصنيف	خمس نجوم	أربع نجوم	ثلاث نجوم	نجمتين	نجمة واحدة	غير صنف	غير محدد	المجموع
داخل منطقة التوسع السياحي	1	-	10	5	9	9	24	58
خارج منطقة التوسع السياحي	7	19	42	33	26	71	65	263
المجموع	8	19	52	38	35	80	89	321
نسبة كل تصنيف من إجمالي المشاريع	2.49	5.91	16.19	11.83	11.7	24.92	27.72	100

Source: Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements fin 2010

من البيانات الواردة في الجدول رقم (13) أعلاه، نلاحظ أن المشاريع غير المصنفة تحتل الصدارة بنسبة 24.92% تليها المشاريع ذات ثلاث نجوم بنسبة 16.19% وبعدهما المشاريع ذات نجمتين ونجمة واحدة بنسبة 11.83% و 11.7% على التوالي، أما المشاريع خمس نجوم وأربع نجوم فلم تتعدى معا 8.4%.

2- المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة في نهاية 2010

1-2- المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة في نهاية 2010

لقد تم إحصاء 153 مشروع سياحي متوقف في نهاية 2009، بمعدل إنجاز متوسط قدر بـ 50.15% وبتكلفة متوقعة 22339.49 مليون دينار جزائري، والتي كانت من المفروض أن تضيف طاقات إيواء جديدة تقدر بـ 15877 سرير، وتشغل حوالي 5913 عامل، وزعت هذه المشاريع المتوقفة على مساحة إجمالية قدرت بـ 835810.19 مليون م²، وكانت أغلبها خارج منطقة التوسع السياحي¹، وتعتمد المشاريع السياحية المتوقفة على التمويل عن طريق القروض حيث أن نسبة التمويل عن طريق الأموال الخاصة لا يتعدى 35.82%، والجدول رقم (14) يبين ذلك.

¹ - عميروش شلغوم، مناد إدري، مرجع سبق ذكره، ص 15.

الجدول رقم 14: أهم المؤشرات المتعلقة بالمشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة في نهاية 2010

المؤشرات	عدد المشاريع	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل المتوقعة	التكلفة المتوقعة مليون دج	التمويل الخاص	المساحة الإجمالية م ²	معدل الإنجاز المتوسط
داخل منطقة التوسع السياحي	38	7615	2732	13597.37	5014.08	437682.79	48.68
خارج منطقة التوسع السياحي	115	8262	3181	8742.12	2989.85	398127.4	50.56
مجموع المشاريع	153	15877	5913	22339.49	8003.94	835810.19	50.15

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat: état des projets d'investissements fin 2010.

2-2- توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب المنتج في نهاية 2010

توزعت المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة على مجموعة من المنتجات، والجدول رقم (15) يوضح ذلك.

الجدول رقم 15: توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب المنتج في نهاية 2010

المنتج	حضري	شاطئي	معدني	مناخي	صحراوي	غير محدد	المجموع
داخل منطقة التوسع السياحي	4	33	1	-	-	-	38
خارج منطقة التوسع السياحي	85	11	6	3	9	1	115
المجموع	89	44	7	3	9	1	153
نسبة كل منتج من إجمالي المشاريع السياحية المتوقفة	58.16	28.75	4.98	1.96	5.88	0.065	

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements fin 2010

يتبين لنا من الجدول رقم (15) أعلاه أن معظم المشاريع السياحية المتوقفة هي مشاريع حضرية، حيث بلغت نسبتها 58.19%، وتليها المشاريع الشاطئية بنسبة 28.75%، أما المنتج الصحراوي فبلغت نسبة

المشاريع المتوقفة له ب 5.88% والمنتج المعدني 4.96%، ومن بين 153 مشروع متوقف يوجد 122 مشروع جديد و 22 مشروع إعادة تهيئة و 6 مشاريع توسعة.¹

2-3- توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب التصنيف في نهاية 2010

توزعت المشاريع السياحية المتوقفة على مجموعة من التصنيفات المختلفة، والجدول رقم (16) يوضح ذلك.

الجدول رقم 16: توزيع المشاريع الاستثمارية السياحية المتوقفة حسب التصنيف في نهاية 2010

المجموع	غير محدد	غير مصنف	*1	*2	*3	*4	*5	التصنيف
38	4	14	4	4	9	2	1	داخل منطقة التوسع السياحي
115	17	32	17	25	15	8	1	خارج منطقة التوسع السياحي
153	21	46	21	29	24	10	2	المجموع
100	13.72	30.06	13.72	18.95	15.68	6.53	1.3	نسبة كل تصنيف من إجمالي المشاريع المتوقفة

Source : Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements fin 2010

ويلاحظ من الجدول رقم (16) أن المشاريع السياحية المتوقفة في نهاية 2010 أغلبها مشاريع غير مصنفة حيث قدرت ب 30.06%، ثم تأتي المشاريع المصنفة في الدرجة الثانية ب 18.95% وبعدها المشاريع المصنفة في الدرجة الثالثة ب 15.68%، أما المشاريع المتوقفة المصنفة في الدرجة الخامسة فلم تتجاوز 1.30%. ويمكن إرجاع أسباب توقف المشاريع السياحية إلى ما يلي:²

- صعوبة الحصول على التمويل، حيث أنه أكثر من 50% من المشاريع السياحية المتوقفة وجدت صعوبة في الحصول على قروض بنكية بالإضافة مشكل جدولة الديون.
 - صعوبة الحصول على عقود الملكية التي تسمح للمستثمرين بطلب قروض بنكية.
 - أكثر من 25% توقفت لعدم تسوية الوضعية الإدارية كالحصول على رخص البناء.
 - بالإضافة إلى مشاكل أخرى تنشأ بين الشركاء.
- وتبين النقاط السابقة الذكر حجم المعوقات التي يعاني منها مناخ الإستثمار، والتي كان لها بالغ الأثر ليس فقط في صعوبة إنشاء المشاريع الاستثمارية، بل في توقف العديد منها قبل إستكمالها .

¹ - عميروش شلغوم، مناد إد، مرجع سبق ذكره ، ص16.

² - Ministère du Tourisme et L'artisanat : état des projets d'investissements, fin 2010.

خلاصة الفصل:

تأكد جليا بأن مقومات الجذب السياحي في الجزائر تتميز بالضعف الشديد، ما كان له بالغ الأثر السلبي على تطور الإستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية، ويشكل قطاع السياحة صورة واضحة عن المشاكل التي يتخبط فيها المستثمرين المحليين والأجانب لتجسيد مشاريعهم، فبالرغم مما اعتمد من أغلفة مالية، وقوانين وهيئات خاصة بهذا القطاع إلا أنه لا تزال الجزائر غير قادرة على استغلال مقوماتها السياحية الهائلة، وبهذا يتأكد تعدد مظاهر العجز في هذا القطاع على غرار باقي القطاعات الأخرى، وهو ما إنعكس سلبا في مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فمازلت السياحة غير مستغلة بالشكل الأمثل لتترجم بتوفير مناصب عمل يمكن أن تحد من البطالة وبالتالي رفع مستوى المعيشة مع تدفق المداخيل السياحية.

ويرجع ذلك إلى بعض المشاكل التي يعاني منها قطاع السياحة، نذكر منها:

- نقص المهارة الفنية وضعف النشاط الترويجي.
- نقص البنى الأساسية السياحية.
- نقص الاستثمارات السياحية وعدم الاستغلال الجيد لها.
- غياب السياسات والاستراتيجيات السياحية المتناسقة.
- نقص التنوع السياحي.

الفصل الثالث:

عوامل النهوض بالقطاع السياحي

في الجزائر

تمهيد الفصل:

إن السياحة في الجزائر تعاني نقصا وضعفا كبيرا، رغم كل ماتزخر به من مقومات طبيعية وتاريخية وثقافية وغيرها، ورغم كل المشاريع المخطط لها من طرف الحكومة الجزائرية لإنجاح التنمية السياحية في الجزائر، غير أن الجزائر لا تتصدر في قائمة الدول السياحية، فهذا يجعلنا نتساءل عن أسباب وطرق النهوض بهذا القطاع، الذي يعد ثروة هامة جدا، للنهوض بالإقتصاد الوطني، وخاصة في خضم أزمات النفط العالمية، والتي اثرت مباشرة على مسار تحقيق التنمية الإقتصادية في الجزائر ومن هنا، سنحاول من خلال هذا الفصل دراسة اليات النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر وذلك من خلال ما يلي:

المبحث الأول: الألية الإقتصادية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي.

المبحث الثاني: الألية الإجتماعية والثقافية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي.

المبحث الثالث: مشروع الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي.

المبحث الأول: الألية الاقتصادية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي

تتجلى الأهمية الاقتصادية للبنية التحتية لبلد ما من خلال الدور الذي يلعبه في مسار النشاط الاقتصادي فهو يمثل إضافة طاقات إنتاجية جديدة إلى الأصول الإنتاجية الموجودة في المجتمع بإنشاء مشروعات جديدة أو التوسع في المشروعات القائمة، أو إحلال أو تجديد مشروعات إنتهى عمرها الافتراضي، الأمر الذي يترتب عليه زيادة في الناتج القومي من السلع والخدمات التي تعود إيجابيا على السياحة .

المطلب الأول: الإستثمار المباشر كأداة لتنمية السياحة في الجزائر

قصد تنمية سياحية حقيقية يُستلزم على الدولة الجزائرية على وجه الخصوص، والمستثمرون الخواص في المجال السياحي على العموم القيام بالتدابير التالية¹:

ترقية الإستثمار السياحي: ويكون ذلك من خلال النقاط التالية:

1- بيئة العقار السياحي

فقد جاء في المادة 20 من القانون 03-03 المؤرخ في 17.02.2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية أنه "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأمالك العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص".

2- تمويل المشاريع السياحية

ويتم ذلك عن طريق التمويل مع مراعاة خصوصية الاستثمار في القطاع السياحي وما يتطلب من جهد كبير ورؤوس أموال كثيرة فضلا على استغراقه لوقت طويل، كل هذه الخصائص تجعل تمويل المشاريع السياحية لا بد أن تستفيد من المزايا التالية:

- منح قروض بمبالغ كبيرة ولمدة طويلة تبعا لحاجة المشاريع السياحية، قصد إنشائها في مواقع استراتيجية وتصميمات ذات صبغة جمالية تمكنها من استقطاب السواح؛
- تخفيض فوائد القروض إلى أدنى مستوياتها مما من شأنه أن يشجع الإستثمار في المجال السياحي.
- تنويع عملية دعم الإستثمار في المشاريع السياحية سيما تخفيضات الرسوم والضرائب.

¹- عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2009، ص120-121.

3- دعم وإعادة تأهيل المنشآت السياحية

تنص المادة رقم 03 من قانون 03-03 المؤرخ في تاريخ فيفري 2003 على: "تعتبر ذات منفعة عامة الاشغال المتعلقة بتحديد تصنيف, حماية, تهيئة, ترقية, وإعادة تأهيل المناطق ومواقع التوسع السياحي",¹ وذلك من أجل تحسين ورفع قدرات الإيواء السياحية، إذ يتطلب من السلطات العمومية إعادة تأهيل المنشآت السياحية سواء على مستوى القطاع العام أو القطاع الخاص الذي يجب أن تعطى له الأولوية في إنشاء منشآت سياحية مقابل دعم يتلقاه الخاص وفق الطرق المشار إليها في ترقية الاستثمار السياحي.

4- المرافق والمنشآت القاعدية للقطاع السياحي

الإهتمام المتأخر بتنمية السياحة في الجزائر جعلها تعاني من نقص كبير في الهياكل القاعدية للسياحة سيما منها طاقة الإيواء، ويتجلى ذلك في النقاط التالية:

- عدم وجود طرق سريعة تربط الجهات الأربع للجزائر ببعضها، ماعدا مشروع الطريق السيار شرق-غرب، فالطرق الأخرى ذات نوعية لا تمكن الجزائر من أن تكون قطب سياحي.
- نقص في وسائل الاتصال والمواصلات فالمطارات الجزائرية لازالت لم تواكب التطور العالمي في هذا المجال وأسعار النقل الجوي لا تشجع على السياحة سيما السياحة الداخلية.
- إفتقار تام لربط المواقع السياحية والأثرية ببعضها البعض بما يمكن السائح من زيارتها بسهولة.
- التلوث الكبير الذي تعاني منه أغلب شواطئ الجزائر فضلا على الإهمال الذي تعرفه خلال فصل الإصطياف.
- صعوبة الإستثمار في القطاع السياحي لما يتطلب من رؤوس أموال كبيرة فضلا على عدم مرونته بحيث لا يمكن تحويل النشاط السياحي في حالة الركود أو الإفلاس إلى نشاط آخر.

¹ - صالح موهوب، تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقتراح سبل ترفيتها، رسالة ماجستير، العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2006، ص168.

المطلب الثاني: دور الإستثمار الغير المباشرة في النهوض بالسياحة

لا تقتصر الإستثمارات السياحية على المؤسسات الفندقية فقط، بل تشمل أيضا الحرف والصناعات التقليدية التي تعرف إقبالا كبيرا من طرف السياح وهذا ما يسمى بالإستثمار "الغير المباشر"¹، ولقد تم تجسيد العديد من المشاريع في هذا المجال التي ساهمت في التقليل من البطالة وكذا ترويج السلع والخدمات ذات الإنتاج المحلي وسنتطرق من خلالها إلى ما يلي:

تطوير وتنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف أفاق 2020

عرف قطاع الصناعة التقليدية والحرف خلال المرحلة السابقة عدة محطات تركت بصماتها على مسار تطوره. كانت أولى هذه المحطات إصدار الأمر 01-96 التي يحدد القواعد العامة للصناعة والحرف والذي أعطى للقطاع إطارا قانونيا وتنظيميا من خلال تحديد صفة الحرفي وأشكال ممارسة النشاط وكيفياتها وميادينها بالإضافة أنه كرس عدة إمتيازات لصالح القطاع، كما زوده بهيئات تأطير جوارية إرتقت بالخدمات المقدمة للحرفي.

أما المحطة الثانية فتشمل محطتين أولاهما تحويل القطاع إلى الدائرة الوزارية المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية إعترافا بدوره الإقتصادي ونثمينا له، وتبع ذلك إعداد أول مخطط عمل للتنمية المستدامة للصناعة التقليدية والذي كان يهدف إلى توفير الشروط الضرورية حتى يقوم القطاع بتحقيق الأهداف المنوطة به.

وحتى يستطيع قطاع الصناعة التقليدية والحرف القيام بالأعمال الملقاة على عاتقه وتحقيق الأهداف المسطرة له ومواجهة التحديات الحالية والمستقبلية، أصبح من الضروري البحث عن الحلول المبتكرة للعوائق التي تحد من نمو القطاع وتطوره والتي تتضمن إعادة النظر في عدة أمور:

1- التشريع والتنظيم: ² يتطلب مجموعة من الإجراءات تتمثل في النقاط التالية:

1-1- قانون الصناعة التقليدية والحرف: رغم النقاط الإيجابية التي جاءت بها الأمرية 10-96 إلا أن إصلاح الإطار التشريعي أصبح ملحا على ضوء عدد من التطورات يقع على رأسها مطابقة الإطار

¹ - كمال رزيق، بوكابوس مريم، الإستثمارات السياحية كأداة لتنمية السياحة في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم وإستشراف، غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص10.

² - وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، جلسات الصناعة التقليدية، حصيلة وأفاق 2020، الجزائر، نوفمبر 2009، ص72.

التشريعي للصناعة التقليدية والحرف مع القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة 01-18 خصوصاً ما تعلق بالمقاربة بين تعريف الحرفي والمؤسسة المصغرة¹.

إن إعادة النظر في تعريف الحرفي على أساس أنه مؤسسة مصغرة لا يستجيب فقط لما ذكرناه أعلاه ولكن أيضاً هو إستجابة لممارسات الواقع حيث أظهرت الدراسات والتحقيقات الميدانية أن غالبية الحرفيين يلجؤون إلى إستخدام اليد العاملة المأجورة بشكل دائم.

إن تبني هذا النهج في تعريف الحرفي له انعكاسات أخرى مباشرة على تحديد عدد من المفاهيم خصوصاً كميّات ممارسات النشاط، وفي نفس السياق يجب إعادة تعريف المقولة وتعاونية الصناعة التقليدية وخصائصهما بالإضافة لمراجعة الإجراءات التنظيمية الأخرى الخاصة بسجل الصناعة التقليدية والحرف وأجهزة التطبيق وقائمة النشاطات، والواجبات والإمكانيات والعقوبات، لذلك فإن المقترح الناتج هو إعداد قانون يضبط الحرف والصناعة التقليدية وإعداد نصوصه التطبيقية.

1-2- تنظيم المهنة: إن للأمر 01-96 الكثير من المحاسن،² منها ثمن تجربة الغرف الجهوية للحرف ونص على تأسيس غرف الصناعة التقليدية والحرف التي أخذت على عاتقها العمل الميداني الجوّاري لتسيير قطاع الصناعة التقليدية والحرف إقليمياً باعتبارها أداة تطبيق إستراتيجيات وبرامج الحكومة للوزارة المكلفة بالصناعة التقليدية، وقد واجه عمل الغرف في الميدان عدة صعوبات كان أهمها أنها ورثت تركيز الإهتمام على ميدان الصناعة التقليدية دون ميداني حرف الإنتاج والخدمات، كما واجهت الغرف في تسيير سجل الصناعة التقليدية والحرف منافسة غير محفزة من السجل التجاري على مستويين الأول الإبقاء على عدد من النشاطات الحرفية ضمن قائمة النشاطات الإقتصادية، والثاني إزدواجية التسجيل بالنسبة للمقاولات الحرفية.

1-3- تشريعات الضرائب: يخضع المسجلون في سجل الصناعة التقليدية والحرف كغيرهم من المتعاملين الإقتصاديين إلى الضرائب والرسوم المنصوص عليها قانوناً.

يشكل الضغط الضريبي عبئاً ثقيلاً يعيق نمو القطاع وتطوره مما ينعكس سلباً على الأداء الإقتصادي للحرفيين ومن ثم على ديناميكية إنشاء مناصب الشغل وخلق الثروة، وبناءً على ذلك نقترح ما يلي :

¹- بودي عبد القادر، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي، رسالة دكتوراه، العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 2005، ص122.

²- مرسوم رئاسي رقم 12-23 المؤرخ في 7 أكتوبر 2010، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية.

- تخصيص قطاع الصناعة التقليدية والحرف بنظام جبائي محفز ومبسط (نظام الجزافية الضريبية الموحدة) من 2% إلى 4 % .

- تعميم الإستفادة من الامتيازات الجبائية لحاملي المشاريع في إطار أجهزة التشغيل المسجلين مباشرة في سجل الصناعة التقليدية والحرف.¹

1-4- الشارات المهنية: يعرف مجال اللافتات وكتابة أسماء الأنشطة على واجهات المحلات والورشات فوضى في العملية الإشهارية بسبب عدم وجود نظام خاص بذلك، وقد بادر القطاع منذ سنة 2005 في إنضاج فكرة إعداد شارات مهنية لجميع أنشطة الصناعة التقليدية والحرف وقد بلغت هذه العملية مراحل متقدمة من حيث إعداد مشروع الهيئات، وإنطلاق إعداد المراجع القانونية وعليه نقترح²:

- توحيد الشارات المهنية حسب النشاطات الحرفية.

- إصدار النصوص المنظمة للشارات المهنية.

- تمييز الشارات المهنية حسب درجة الحرفي المعلم.

1-5- التنظيمات الجموعية: القانون الخاص بالجمعيات لا يسمح بتأسيس إلا جمعيات تدخل في مجالات ثلاثة وهي المجال الإجتماعي والثقافي والرياضي، ولذلك نقترح :

- إعادة النظر في التشريع الخاص بالجمعيات ليسمح بتأسيس جمعيات مهنية.
- إعطاء دعم ورعاية للجمعيات الناشطة في مجال الصناعة التقليدية والحرف وتأهيلها لتصبح شريك أساسي للوزارة الوصية.

1-6- مدونة النشاطات: تعتبر مدونة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف أحد أهم الركائز التي يعتمد عليها القطاع في إستراتيجيته التنموية وتتضمن المدونة الأنشطة التي تأخذ الطابع الحرفي وبالتالي فإنها تضع الفوارق بينهما وبين مدونة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري، ومن جهة أخرى وبالرغم من الفصل بين المدونتين إلا أن مدونة الأنشطة الاقتصادية مازالت تتضمن عددا معتبرا من الأنشطة الحرفية، وبالرغم من تحيين المدونة وتوسيع عدد أنشطتها من 224 نشاط إلى 339 نشاط إلا أن

¹ - وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره، ص73.

² - شنيني عبد الرحيم، شريف نصر الدين، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر رؤية إستراتيجية وتنموية أفاق 2020، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص10.

هناك أنشطة أخرى تنتظر الإضافة بسبب أن التحيين يتطلب تعديل المرسوم التنفيذي المحدد للنشاطات، مما يحرم عددا معتبرا من الحرفيين من ممارسة نشاطاتهم، وبناءا على ذلك نقترح¹:

- فصل الأنشطة الحرفية عن مدونة الأنشطة الاقتصادية مع إلغاء إمكانية التسجيل في السجل التجاري.

- تحويل تحيين مدونة النشاطات من مرسوم تنفيذي إلى قرار وزاري.

- إصدار مدونة النشاطات المنظمة.

- توسعة قائمة النشاطات الممارسة بالبيت والمنتقلة.

1-7- العمل البيتي: يساهم العمل البيتي في خلق الأنشطة الاقتصادية المعاشية التي تزيد في دخل الأسرة، فإنه لعب ويلعب دورا مهما في توريث الصناعة التقليدية للأجيال ومن ثم الحفاظ على كثير من الأنشطة المهدة بالزوال.

إلا أن التحولات الاقتصادية والأنماط التنموية التي عرفت الجزائر قد أثرت تأثيرا مباشرا على هذا النمط من الأنشطة، لذلك يقع على الدولة ومؤسسات التأطير المبادرة بما يلي:

- وضع آليات لتأطير العمل البيتي.

- وضع برنامج لإنعاش ودعم الأنشطة الآيلة للزوال والممارسة في البيوت.

- تحديد بدقة النشاطات الآيلة للزوال.

1-8- التسجيل والبطاقة الحرفية: التسجيل يتطلب وثائق تثبت إمكانية ممارسة هذه المهنة ويفضي

التسجيل في حالة توفر الشروط إما إلى إصدار البطاقة الحرفية للشخص الطبيعي والتي تكسب صاحبها صفة الحرفية، وكذلك الشأن بالنسبة لمستخرج سجل الصناعة التقليدية والحرف بالنسبة للكيفيات الأخرى.

تؤثر هذه العملية على تطور تعداد الحرفيين إنشاء وتطورا، بحيث إن الملف المطلوب في عملية التسجيل يلقي بثقله على إنشاء الأنشطة، كما أن شكل البطاقة وتسميتها ينفرد الكثير إلى غيرها وعلى هذا الأساس نرى ضرورة القيام بما يلي:

- تخفيف إجراءات التسجيل والشطب.

- إتاحة إمكانية استرجاع الأنشطة.

- تغيير تسمية البطاقة المهنية للحرفي إلى "السجل الحرفي" ويضاف إليها كيفية وشكل ممارسة النشاط.

¹ - شنيني عبد الرحيم، شريف نصر الدين، مرجع سبق ذكره، ص 11.

- إصدار السجل الحرفي بشكل ولون ومضمون جديد.
- تأمين السجل الحرفي من التقليد والتزوير.
- إعادة النظر في دور البلديات ومراسل البلدية في عمليات التسجيل.
- 2- محور التكوين والتأهيل وتنمية المهارات¹ :**
- 2-1- تكوين وتأهيل عمال القطاع:** ولتجسيد ذلك من الضروري:
 - إعداد مخططات التكوين والتكوين المستمر للموارد البشرية.
 - عقد إتفاقيات شراكة مع منظمات دولية في مجال التكوين.
 - تعميم الإستفادة من التكوين طويل المدى لكافة إطارات القطاع في المجالات التي تفيدها الصناعة التقليدية والحرف.

2-2- تأهيل وتنمية مهارات الحرفيين: لذلك نوصي في مجال التأهيل بما يلي:

- إعداد مخططات التكوين للحرفيين.
- إدماج الحرفي المعلم في مراكز التكوين المهني.
- تنمية قدرات الحرفيين في مجال المعلوماتية وتشجيع التكوين الفردي في إطار التكوين المستمر.
- إعداد برامج التمهين في إطار الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.
- تعزيز وتفعيل برنامج إحداث وتسيير المؤسسة“ حسن تسيير مؤسستك” لتأهيل الحرفيين.
- تعزيز ودعم قدرات القطاع في عملية التكوين عن بعد وإعداد دليل التكوين عن بعد.
- تأسيس مراكز الإمتياز لبعض الحرف.

المطلب الثالث: فعالية الدعاية الإعلانية في النشاط السياحي

يعتبر الإشهار السياحي أحد أهم أنواع الدعاية الإعلانية والذي يهتم أساسا بالسياحة وهو الإعلان الذي يهدف لتوليد الرغبة لزيارة البلد أو المنطقة السياحية المعينة لدى أكبر عدد ممكن من السياح عبر إبراز مقومات ذلك البلد أو تلك المنطقة السياحية، بالأسلوب المناسب في الوقت المناسب، مع التركيز على دوافع

¹ - وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية، مرجع سبق ذكره، ص 74.

الزيارة لدى السياحة، ويعمل كذلك على إبراز المغريات التي تجذب السياح للمنطقة مثل التسهيلات المختلفة والإيواء المناسب ووسائل النقل المريحة.¹

1- خصائص الإشهار السياحي

يجب أن يتوفر في الإعلان السياحي جملة من الخصائص ليكون قادر على تحقيق أهدافه منها:
- اعتماد الإعلان السياحي على بيانات ومعلومات صحيحة والتي تبين الواقع السياحي بدون أي تضليل أو كذب.

- ملائمة الرسالة الإعلانية مع عادات وتقاليد وقيم الجمهور المخاطب.²
- قدرة الرسالة الإعلانية على الوصول لأكبر عدد من الجمهور المستهدف من خلال الإشهار.
- تناسب الرسالة الإعلانية مع الجمهور المخاطب فكريا ولغويا، أي يجب أن يكون مستوى الرسالة الإعلانية في شكل تقديمها هو نفسه مستوى الجمهور أو يقاربه على الأقل، وبالتالي ضمان قدرة الجمهور المستهدف على إستقبال الرسالة وفهمها بشكل واضح .

2- الوسائل المستخدمة في الإشهار السياحي

1-1- التلفزيون

يعد هذا النوع أكثر الوسائل الإعلانية تفضيلا لدى المعلنين لاتساع المساحة الجغرافية التي يغطيها، وقدرته الكبيرة في الوصول لكافة شرائح المجتمع.

يحتل التلفزيون في وقتنا الحالي المرتبة الأولى بين الوسائل الإعلانية الأخرى، حيث تبث من خلاله الكثير من البرامج السياحية بأنواعها المختلفة: الدينية، العلاجية، الثقافية وغيرها.

1-2- الراديو:

هناك أنواع متعددة من الإعلانات الإذاعية يمكن عرض بعضها كما يلي:³
- إعلان الكلمة والموسيقى: في هذا النوع من الإعلان يقوم شخص بقراءة المادة الإعلانية أو الرسالة الإعلانية، وفي نفس الوقت تصاحب الإلقاء نغمات موسيقية معينة.

¹ - شريف مراد، دور بحوث التسويق في تفعيل الإعلان في المؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر، 2006، ص19.

² - أمال كمال حسن البرزنجي، الإعلان السياحي وأثره في نجاح النشاط السياحي والفندقي في المؤسسات السياحية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، الجامعة العدد 22، 2009، ص89.

³ - شريف مراد، مرجع سبق ذكره، ص30.

- إعلان الدقيقة الواحدة: يعتمد هذا الأسلوب الإذاعي، على رواية قصة قصيرة أو موقف فكاهي في مدة لا تزيد عن دقيقة واحدة، تعرض من خلالها الفكرة الإعلانية
- الإعلان المباشر: وهو عبارة عن قيام شخص معين بقراءة الرسالة الإعلانية بطريقة مباشرة، تشبه إلقاء الأخبار دون مصاحبة تأثيرات صوتية معها.
- الإعلانات الشخصية: وتعتمد تلك الإعلانات على شخصية معروفة، مثل نجوم الرياضة، أو السينما لتقديم المادة الإعلانية عن سلعة معينة، وعادة تبدأ الشخصية في تقديم نفسها أولاً، ثم التوجيه باستخدام السلعة.
- 1-3- الصحف:** تقدر نفقات الإعلان في الصحف عالمياً بنحو 30 بالمائة من مجموع نفقات الإعلانات، حيث تعد من أكثر الوسائل الإعلانية فاعلية في المؤسسات السياحية لإنتشارها وتنوع أشكالها.
- 1-4- المجلات:** تتنوع المجلات من مجلات عامة تتناول مختلف الميادين ومجلات خاصة تتعلق أساساً بالجانب السياحي، وتعتبر المجلات من أكثر الوسائل فاعلية في نشر الإعلانات بصفة عامة والإعلانات السياحية بصفة خاصة، وتنقسم المجلات كذلك حسب إصدارها فهناك الأسبوعية كما هناك الشهرية والنصف شهرية.
- 1-5- الإعلانات الحرة¹:** ونقصد بها الملصقات المرسومة والمصورة والأشكال المعروضة على المساحات الجدارية، أو تأخذ شكل اللوحات المضيئة، والتي تحتل مكاناً بارزاً في الأماكن العامة في المدن وعلى الطرق السريعة، وكذلك على القطارات والحافلات.
- تنقسم هذه الإعلانات إلى ما يلي:²
- الملصقات: وهي الإعلانات المطبوعة على الورق وفيها والتي تلتصق مراكز التسويق، أو في الشوارع الهامة، أو الطرق التي تصل بين المدن.
- اللافتات المنقوشة: وهي عبارة عن تركيبات خشبية ينقش عليها الإعلان، أو هي عبارة عن الإعلان الذي يكون على الحوائط الجانبية للمنازل.
- الأشكال المضيئة: وتكون في شكل مصابيح مضيئة بالطرق، تظهر السلعة نفسها أو اسم السلعة، أو علامتها التجارية، وقد تثبت على أعمدة النور بالشوارع أو فوق أسطح المنازل، وتستخدم الإضاءة وألوانها في لفت نظر المعلن إليه للإعلان.

¹- بودي عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص78.

²- شريف مراد، مرجع سبق ذكره، ص28.

المبحث الثاني: الألية الإجتماعية والثقافية كمطلب للنهوض بالقطاع السياحي

للسياحة أهمية اجتماعية وثقافية كبيرة، تساهم في التطور الإجتماعي والثقافي في الدول السياحية، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والإهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم وإتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يعمل في إفتاحهم على العالم الخارجي وزيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات، وبين شعوب الدول المستضيفة لهم ، لكن لتحقيق هذه النتيجة لابد من توفر عدة شروط وهي كالآتي:

المطلب الأول: الوعي السياحي

السياحة تعمل على تدعيم التفاهم بين الشعوب والاهتمام بالتراث الحضاري وتعمل على زيادة التعرف على القيم الثقافية وهي وسيلة فعالة من وسائل الاتصال الفكري باعتبار أنها تهذب الحواس وتوسع المدارك ، من هذا كان لابد على الدول التي تسعى لتحقيق التنمية السياحية أن تعمل على زيادة الوعي السياحي والثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع¹، فاحترام السائحين والمحافظة على الموارد السياحة العادات والتقاليد، و القيم الحضارية، والموروث المعماري، والغابات، والمياه، وغيرها ، يجب أن يكون شعورا داخليا لدى الجميع من أول المسؤولين عن قطاع السياحة إلى أفراد المجتمع العاديين .

مفهوم الوعي السياحي:

وهو إدراك المواطن لأهمية السياحة في بلده وقيمتها ودورها على المستوى الإقتصادي والإجتماعي والسياسي والثقافي والبيئي، والإقتناع بضرورة المشاركة الإيجابية في دفع عجلة التنمية السياحية من خلال إحترام الآثار والمزارات السياحية في بلده والحفاظ عليها، واحترام السائحين والتحلي بالسلوكيات الإيجابية، ورفض السلوكيات السلبية لتكوين صورة ذهنية طيبة للبلد بالخارج، وذلك مع ممارسة النشاط السياحي في السفر والرحلات كلما أمكنه ذلك.²

1- إفتقاد الوعي السياحي في الوسط الجزائري

من أكبر العراقيل التي تواجه التنمية السياحية في الجزائر هي عدم إدراك المواطن الجزائري لأهمية السياحة، فعملية إيقاظ الوعي بحقيقة أهمية القطاع السياحي هي قضية وطنية لا تكتمل بالفرد فقط بل هي

¹ - هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيقية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص 44 .

² - حسن رجب، النهضة السياحية ومستقبلها، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1996، ص 143-144.

قضية سيادية أولاً، غير أنها مغيبة حالياً على مستوى صانعي القرار، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى النقاط التالية:

- عدم وجود دراسات على مستوى الوزارة المكلفة بالسياحة تبين بصفة دقيقة الأجهزة المسؤولة عن التوعية السياحية قصد تحميلها المسؤولية ومدى الإمكانات اللازمة لتأدية مهامها.

- عدم وجود تنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر، إذ أنه ليس هناك تنسيق بين مديريات السياحة والوكالات السياحية والمؤسسات السياحية الأخرى .

ويبقى أهم عنصر فاقده للوعي السياحي في الجزائر هو المواطن، بحيث ينقصه إدراك الأهمية السياحية لبلدنا ومدى الإمكانات المتوفرة التي تجعل السياحة مورد مستدام يغنينا عن ارتفاع وإنخفاض أسعار المحروقات.

2- ضرورة النهوض بالوعي السياحي في الجزائر

للعوعي السياحي أهمية كبيرة في تدعيم مفاهيم السياحة في الجزائر، فالعديد من المواقع السياحية تعاني من مشكلات متعددة أهمها: عدم تقبل أبناء المجتمع المحلي لفكرة السياحة، إضافة إلى أن هناك من ينظر إلى السائح كفرد غريب منبوذ، ، لذا يظهر في بعض الأحيان سلوكاً عدائياً تجاه السائح خاصة من الأطفال صغار السن في هذه المواقع السياحية وأيضاً ظاهرة التسول المستمر وظاهرة المواقف الغير المسرحة للسيارات في الشوارع، وغيرها من السلوكيات الأخرى .

ومن الأبعاد المباشرة للوعي السياحي أنه يساعد على تعميق مفهوم الإنتماء والولاء الوطني من خلال إستشعار أهمية المكتسبات الوطنية الناجمة من السياحة، والإعتزاز بالمقومات السياحية ومظاهر الحضارة والمواقع الأثرية والمحافظة عليها، فالوعي السياحي يعمل على تعميق مفاهيم تتعلق بتقبل أفراد المجتمع للسياحة وللمجموعات السياحية على إختلاف دينها وعاداتها والتعامل بإيجابية معهم مما يمكنهم من تطبيق ممارسات وسلوكيات حضارية تعكس طبيعة المجتمع الجزائري، وتشجيع مبدأ إحترام وفهم وقبول الآخرين على إختلاف.

أديانهم وثقافتهم¹، يعتبر نشر الوعي السياحي بمثابة تهيئة المناخ لإستقبال النشاط السياحي والسائحين وإيجاد أفراد قادرين على التعامل مع السائحين وإشعارهم بالترحيب الدائم وهذا يتلزم مايلي:

¹ - وزاني محمد، صحراوي مروان، الوعي السياحي سبيل لتجسيد السياحة المستدامة، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26- 27 فيفري 2013، ص9.

• زيادة معرفة الفرد الجزائري بأجزاء ومناطق الجزائر وما تملكه من مقومات جذب سياحية سواء أكانت طبيعية أم بشرية، والتعرف على التسهيلات السياحية وأنواع السياحة التي تمارس في بلادنا والمساهمة في تعزيز النشاط السياحي.

• معرفة الفرد الجزائري بفوائد الصناعة السياحية وأهمية السياحة لمستقبل البلاد، فهناك شرائح كبيرة من المواطنين تستفيد بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال مشاركتها في السياحة، بدءا بالفنادق والمطاعم وشركات السياحة وإنهاء بالمواطن العادي الذي يستفيد بشكل غير مباشر من خلال تحقق الزيادة الدخل القومي، وبالتالي إمكان تحسين الخدمات والبنية الأساسية وزيادة المرتبات، وبالتالي رفع مستوى المعيشة.

• إحترام السائح في كل التعاملات وإقامة العلاقات الودية معه وتقديم المعونة له والحديث معه بلطف وفخر، وتسهيل كل الإمكانيات لخدمة السائح منذ وصوله البلاد وحتى مغادرته منها، وذلك في نواحي الاتصالات والنقل والتسوق والتحويلات البنكية حتى زيارة المناطق السياحية، وهنا يظهر الدور الكبير للأفراد في معاملة السائح بشكل جيد وعدم إستغلاله سواء بالمبالغة في أسعار السلع والخدمات أو تذاكر دخول المزارات أو أسعار الإقامة أو غير ذلك من التصرفات المنفرة، فيجب أن يلمس السائح أن الجميع مستعدون لخدمته.¹

• تشجيع السياحة الداخلية في الجزائر بين مستويات الشعب المختلفة، وخاصة الأطفال والشباب لأن ذلك يؤدي مباشرة إلى تأصيل المشاركة السياحية وإتباع السلوك السليم تجاه مقومات الجذب السياحي والحفاظ عليها.

• التركيز على أن السياحة ظاهرة حضارية وإحدى وسائل الإتصال الثقافي بين الأمم والشعوب ومصدر للدخل القومي ولا تتعارض مع قيم المجتمع وتقاليد الأديان السماوية ما تتم في ضوء الضوابط والمعايير الأخلاقية التي حددتها الدولة.

¹ - داليا محمد تيمور زكي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

المطلب الثاني: الجودة السياحية

سنحاول التطرق في هذا المطلب للجودة السياحية وذلك من خلال إبراز مفهومها ومدى فعاليتها في الجزائر.

1- مفهوم الجودة السياحية

تعرف المنظمة الدولية للسياحة " الجودة في السياحة هي حاصل عملية تستدعي إرضاء جميع الحاجات، المتطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص المنتج والخدمة بسعر مقبول، وتطابقا مع الشروط التعاقدية موضوع الاتفاق المشترك والمحددات الضمنية للجودة من أمن وحماية، نظافة، قابلية التواصل، شفافية، الصدق وانسجام النشاط السياحي مع بيئته البشرية والطبيعية"¹.

حسب دراسة أساتذة التسويق (Zeithml, Parasuraman et Berry) والتي تعتنى بنوعية الخدمة، يرى فيها الأساتذة أن الزبائن يستعملون عناصر أساسية لتقييم جودة الخدمة السياحية، وتضم هذه العناصر ما يلي:²

- الكفاءة: إمتلاك القدرات والمعارف المطلوبة لأداء الخدمة.
- الإعتمادية: توفى المنظمة بوعودها من أول مرة .
- الإستقبال: قدرة أفراد المنظمة على تقديم الخدمات في أي وقت.
- قابلية التواصل: سهولة التواصل الفيزيائي والبسيكولوجي مع المنظمة .
- التفهم: إستيعاب ما هو مرغوب فيه.
- المصداقية: الثقة، الأخذ في الحسبان مصلحة الزبون .
- الإتصال: القدرة على الإنصات للزبون ولغة يفهمها الزبون .
- الأمن: حماية الزبون من ضرر جسماني، معنوي ومادي .
- الأدب: الإحترام، اللطف، التقدير ...
- الجوانب المادية للخدمة: مظهر الأفراد، معدات النقل، الفنادق، المطاعم .. وغيرها.

¹ - site officiel de l'organisation mondiale du tourisme <http://www.unwto.org/date 22/09/2013>

² - Zeithml, Parasuraman et Berry, Servqual: A Multiple-Item Scal for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Volume64, Number, spring 1988.

2- الجهود المبذولة للنهوض بجودة القطاع السياحي بالجزائر.

تتوفر الجزائر على خصائص أخرى تدعم صناعة السياحة كالمواصلات التي تعد من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل وتحتوي الجزائر على:¹

1-2- النقل الجوي: عرف النقل الجوي في الجزائر تطورا ملحوظا، إذ نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني، أغلبها مطارات دولية، وتغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا وإفريقيا والشرق الأوسط كما تغطي هذه الشركة أهم المدن الداخلية والمناطق الساحلية.

2-2- النقل البري: يبلغ طول الشبكة الطرقات في الجزائر أكثر من 90000 كلم منها:

-الطرق الوطنية 22000 : كلم- الطرق الولائية 26000 : كلم- .الطرق الثانية 42000 : كلم.

-الطرق في طور الإنجاز 3200 كلم وهي خصوصا طريق اليسار شرق غرب كما تبلغ شبكة السكك الحديدية 4200 كلم تتكون من: (1435 كلم شبكة عادية، 1055 كلم شبكة ضيقة، 305 كلم شبكة مزدوجة، 299 كلم شبكة كهربائية).

2-3- الإتصالات: عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تفتحا على سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية

إذ مما يسمح بتقديم خدمات " ADSL " . أصبح الهاتف وشبكة الانترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام معتبرة للسياح.

كل هذه العوامل وغيرها التي لا يمكن حصرها في هذه الورقة جعل الجزائر وجهة مناسبة جدا لممارسة السياحة في مختلف أشكاله: الشاطئ، والجبال، ومنتجع صحي، الثقافية والرياضية، والصحراء والاستكشاف، هواية المشي لمسافات طويلة... وذلك كله على طول العام.

وعلى الرغم من هذه المزايا الطبيعية والثقافية والتاريخية والجغرافية التي تمتاز بها الجزائر والمساعدة على الأداء السياحي إلا أن هذا القطاع من النشاط الاقتصادي لا يصل للجودة الحقيقية اللازمة، فمنذ الاستقلال لم تعطى الجزائر قطاع السياحة دورا رياديا في مختلف السياسات الإنمائية وبيدوا ذلك جليا من خلال المخصصات المالية الضئيلة المخصصة والمكرسة للترويج لهذا القطاع.

وعلى الرغم من عدم الإهتمام بهذا القطاع إلا أن النتائج المحققة فيه تعتبر مشجعة، ووفقا لتقرير منظمة حول الأماكن السياحية الهامة، فقد تم تصنيف الجزائر كرايع دولة على مستوى (untwo) السياحة العالمية قارة أفريقيا، باستبعاد كلا من مصر وليبيا (بمنظور عدد السياح الوافدين في العام 2007 والذين بلغوا

¹ - أحمد قايد نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 12.

1,743 ألف سائح بما يمثل 3.9 في المائة من إجمالي القارة. وهو ما يشير إلى نمو سنوي بمعدل 6.4 في المائة حيث بلغ عدد السياح 1,638 ألف سائح في العام . 2006 وفي هذا السياق نجد أن هذا يشير إلى معدل نمو سنوي مركب بلغ 10.5 في المائة على مدار فترة 7 أعوام من العام 2000 إلى العام 2007 ومن ناحية أخرى، بلغت متحصلات السياح 215 مليون دولار أمريكي في العام 2006 ، بالمقارنة بمستواها البالغ 84 مليون دولار أمريكي في العام 2005 ، بمعدل نمو سنوي 16.8 في المائة.¹

بلغت إجمالي قيمة العائدات السياحية 219 مليون دولار أمريكي سنة 2007، بالمقارنة بمستواها البالغ 208.9 مليون دولار أمريكي سنة 2011

ومع إدراك أهمية القطاع، عمدت الحكومة إلى رفع مستوى أداء السياحة في المستقبل القريب. ولتحقيق هذا الهدف قامت الحكومة بالعديد من الخطوات بدءا من تنمية البنية التحتية، وبصفة أساسية الطرق والنقل، ومن الجدير بالذكر أنه تم تخصيص 8.2 مليار دولار أمريكي لمشروعات الأعمال العامة، كما قامت الحكومة بتوظيف خطة تسمى " هوريزون " 2025 والتي تهتم بصفة رئيسية بتحسين البنية التحتية، علاوة على ذلك، فقد تم تأسيس مطار دولي جديد للجزائر في العام 2006 كما وقعت كلا من وزارة التخطيط الوطني والبيئة والسياحة 80 عقدا مع مختلف المستثمرين الجزائريين في العام 2008، بهدف إقامة مشروعات سياحية بدء من العام 2008 وتتضمن هذه المشروعات التي تقدر تكلفتها بنحو 20 مليار دينار جزائري إقامة مارينا وفنادق.

كذلك تبنت الحكومة خطة لتطوير قطاع السياحة، والتي سيتم الانتهاء منها بنهاية العام 2013 ومن المستهدف أن يصل عدد السياح إلى 3 مليون سائح بنهاية مدة الخطة. وتتضمن الخطة تحسين الفنادق السياحية ومظهر الغرف مقترنة بتحسين جودة الخدمات المقدمة. ويقدر لتكلفة هذه الخطة أن تصل إلى 232 مليار دينار جزائري وتهدف إلى توسيع طاقة الفنادق لتبلغ 187 ألف سرير، مرتفعة من 92 ألف سرير في بداية العام 2007 وهو ما سينتج عن خطة التوسع التي تغطي 174 منطقة سياحية مختلفة.

¹- SAHEL SIDI MOHAMMED , KERRIS BAHIDJA CHERIFA, Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie: quelle stratégie ?, 2ème Journée de Recherche sur le Tourisme , 3 Avril 2009 , Groupe Sup de Co La Rochelle, P 6.

المطلب الثالث: التكوين السياحي

تطرقنا في المطلبين السابقين لمدى أهمية الوعي والجودة السياحية للنهوض بالقطاع السياحي، لكن لا يكتمل هذا التمازج بدون التكوين، وسنحاول تناوله في هذا المطلب من خلال إبراز دور التكوين السياحي في الجزائر من خلال كمايلي:

1- تصريح وزيرة السياحة والصناعات التقليدية:¹

أكدت وزيرة السياحة والصناعة التقليدية، نورية يمينة زرهوني، بمستغانم، أن الإستثمار والتكوين في مجال السياحة من أولوية القطاع خلال المخطط الخماسي الحالي 2015-2019 نظرا للعجز الكبير المسجل في مرافق الإستقبال.

وأبرزت زرهوني، في تصريح صحفي على هامش الزيارة للولاية، أن المخطط المذكور يشجع الإستثمار من أجل إنجاز المشاريع السياحية لمضاعفة الأسرة لإستقبال المواطنين والسياح الأجانب و"خلق المنافسة للوصول إلى النوعية".

من جهة أخرى، أكدت الوزيرة على أهمية التكوين في المجال السياحي، مشيرة إلى أن ولاية مستغانم إستفادت من معهد للتكوين المهني في مجال السياحة والفندقة.

وفي مجال الصناعة التقليدية، أكدت السيدة زرهوني أن "القطاع يوظف أكثر من 700 ألف حرفي والعدد مرشح للارتفاع بعدما كان في عام 2006 لا يتجاوز 300 ألف، وذلك بفضل آليات التمويل من خلال مساعدات الصندوق الوطني لدعم الصناعة التقليدية بتوفير العتاد والدورات التكوينية في مختلف الحرف".

2- الطلب في مجال التكوين السياحي سيبلغ 35 ألف مقعد بيداغوجي في أفق 2015:²

سيصل الطلب على التكوين في قطاع السياحة في أفق 2015 إلى حدود 35 ألف مقعد بيداغوجي في مختلف التخصصات حسب المديرية الفرعية للتكوين والمتابعة البيداغوجية بوزارة السياحة والصناعة التقليدية "كريمة قيراط" في تصريح لها أن "إحتياجات قطاع السياحة في مجال التكوين في تزايد مستمر وستصل إلى حدود 35 ألف منصب في أفق 2015".

¹- موقع، جريدة الفجر الجزائرية، تاريخ الإطلاع 2015/10/27.

http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=297797

²- موقع بوابة المواطن، تاريخ الإطلاع، 2015/10/27.

http://www.elmouwatin.dz/?%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%88%D9%8A%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84

و لهذا الغرض قررت الوزارة الأتي: "سيتم تخصيص نسبة 5 بالمئة من برامج التكوين لميدان التسيير و 10 بالمئة في الإستقبال و 25 بالمئة في الإيواء والخدمات المتعلقة به إلى جانب التكوين بنسبة 45 بالمئة لفن الطبخ و 15 بالمئة في ميدان الخدمات السياحية المختلفة.

وفي مجال العرض، ذكرت مديرة التكوين بوزارة السياحة والصناعة التقليدية السيدة "صليحة ناصر باي" في سنة 2013، بأن القطاع يتوفر حاليا على أربعة معاهد تكوينية "تمثل طاقة إستيعاب تقدر ب 880 مقعدا بيداغوجيا، علما بأن هذه المؤسسات قد كونت لحد الآن أزيد من 9000 طالب.

وذكرت السيدة "صليحة ناصر باي" أن المدرسة الوطنية العليا للسياحة المتواجدة بفندق الأوراسي بالجزائر العاصمة، قد كونت 1391 متريص عبر 34 دفعة منهم 54 خلال السنة الجارية 2013.

كما تخرج 4419 متريص، منهم 125 هذه السنة، من المعهد الوطني للفندقة والسياحة ببتيزي وزو وملحقة تلمسان، بينما تخرج من المعهد الوطني للفندقة والسياحة لبوسعادة أزيد من 3500 تقني عبر 40 دفعة منهم 117 خلال 2013.

وأنه قد تم توسيع مجال هذه المدارس وذلك تنفيذاً للخريطة الجديدة للتكوين في المجال السياحي التي تنتهجها الوزارة.

وفي هذا الإطار أصبح معهد التقنيات الفندقية والسياحية ببتيزي وزو معهدا وطنيا للفندقة والسياحة يكون تقنيين سامين في مختلف مهن السياحة والفندقة إستجابة للطلب الكبير على هذه التخصصات.

كما رقي مركز الفندقة والسياحة ببوسعادة لتكوين التقنيين في مهن الفندقة والسياحة ليصبح كذلك معهدا وطنيا للفندقة والسياحة يكون تقنيين سامين أيضا.

وفي هذا الصدد تطرقت السيدة المديرة إلى مشروع إنجاز مدرسة وطنية عليا جديدة ببتيزا ذات طاقة إستيعاب تقدر ب 1200 مقعد بيداغوجي وأخرى في عين تيموشنت ب 400 مقعد بيداغوجي.

و يحتاج القطاع إلى حوالي 30.000 يد عاملة مؤهلة جديدة في غضون 2014 إلى جانب إعادة رسكلة اليد العاملة المتواجدة بالقطاع بالنظر لعدد الأسرة التي سيتم إستقبالها في غضون 2014.

وتعتمد سياسة القطاع على برنامج التكوين الأولي إضافة إلى إعادة رسكلة المستخدمين لرفع مستوى الموارد البشرية وتحسين الخدمات في المجال السياحي.

وفي هذا الشأن أبرزت السيدة "ناصر باي" مكانة المنظومة التكوينية في تثمين العنصر البشري في قطاع السياحة والتي تعتبر إستثمارا إستراتيجيا في التكفل بحاجيات التنمية السياحية ورفع التحديات في تحسين مستويات التأهيل والتكيف مع سوق العمل.

ونظرا للطلب المتزايد في مجال التكوين في مهن السياحة فإن الوزارة تركز على تنفيذ برامجها التكوينية على المؤسسات التابعة لها وكذا على أزيد من 100 مركز يشرف عليها قطاع التكوين والتعليم المهنيين في إطار إتفاقية الشراكة المبرمة بين الوزارتين.

العمل على تحسين الخدمات:

وعلى صعيد آخر، يؤكد المسؤولون على أن الإجراءات الجديدة التي إتخذت بعد مصادقة الحكومة على الخريطة الجديدة للتكوين في المجال السياحي، والتي تهدف إلى ضمان توزيع جغرافي متجانس ومتناسق في التكوين، وفق الأقطاب السياحية وتحسين الخدمات إستجابة لطلبات الزبائن . كما تطرقت المديرية من ناحية أخرى إلى دور القطاع الخاص في المساهمة في تكوين أعوان في المجال السياحي، لاسيما في المهن وفي الخدمات مشيرة إلى "توفر 36 مؤسسة معتمدة حاليا تغطي نسبة 20 بالمئة من التكوين السياحي".

3- ضرورة العمل على تكوين اليد العاملة بمجال السياحة:

بهدف إرساء مستقبل سياحي:¹

أوضح كاتب الدولة لدى وزير السياحة والصناعات التقليدية المكلف بالسياحة محمد أمين حاج سعيد خلال إطلاعه على مشاريع تخص قطاعه بولاية سطيف سنة 2013، أنه أصبح من المهم جدا العمل على تكوين يد عاملة في مجال السياحة، مشددا على ضرورة إعطاء أهمية قصوى للموارد البشرية قبل الإستثمار في حد ذاته، لإرساء مستقبل سياحي يتماشى مع الهياكل المنجزة. كما حث ذات المسؤول كافة المستثمرين على توظيف مستخدمين مؤهلين لعرض منتجات سياحية ذات نوعية مقبولة، سواء فيما تعلق بالسياحة الداخلية أو الخارجية، وأفاد بأن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المصادق عليه من طرف الحكومة يركز على 5 محاور من بينها مخطط الجودة الذي يأخذ بعين الإعتبار التكوين وإعادة رسكلة المؤسسات الفندقية سواء كانت رسكلة الفندق أو المستخدمين، مضيفا بأنه لا يكفي إنجاز فنادق حتى ولو كانت فخمة إذا لم تكن اليد العاملة التي ستتكفل بتسييرها في مستوى الهياكل السياحية المنجزة.

¹ - جريدة الحرية الجزائرية، تاريخ الإطلاع، 2015/10/27، <http://www.el-hourria.com/index.php/economie/item/12939>

في ذات السياق أشار محمد أمين حاج سعيد إلى إتفاقية أبرمت مؤخرا بين وزارة السياحة، ووزارة التكوين والتعليم المهنيين لغرض إحصاء المهن التي يستوجب إدراجها في سلك التكوين المهني لتكوين وتأهيل اليد العاملة في المجال السياحي.

المبحث الثالث: مشروع الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي

تشكل السياحة المحرك الجديد للتنمية المستدامة، ودعم النمو والمحرك الرئيسي لقطاع الخدمات في الاقتصاد، نظرا لما لها من مقومات خلق الثروة وفرص العمل وتوفير الدخل الدائم.

فتعتزم الجزائر تنفيذ ما يقرب من 700 مشروع سياحي في جميع أنحاء الجزائر، بتكلفة تقدر بـ 975 مليار دينار أي بما يقرب من 13 مليار دولار، حيث من المقرر أن أغلبية هذه المشاريع، والتي يقوم بها مستثمرون من القطاع الخاص من شأنها أن تساهم بخلق 36 ألف فرصة عمل جديدة بمختلف الخدمات السياحية، هذا فضلا عن وضع خطة سياحية تهدف إلى استقطاب 5.2 مليون سائح بحلول العام 2015.

لقد كان رهان الجزائر خلال السنوات الأخيرة، تدارك التأخر المتراكم في قطاع السياحة، ولأجل ذلك فقد وضعت السلطات العمومية قطاع السياحة والصناعة التقليدية في صلب انشغالاتها الرئيسية، فقد سجلت هذا القطاع بين القطاعات ذات الأولوية في المخطط الخماسي للتنمية 2010-2014.

والتحدي الآخر هو دمج السياحة الداخلية ضمن الشبكة التجارية للسياحة العالمية، وذلك بفضل إبراز الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي مرجعي على الصعيد الدولي، وللقيام بذلك فقد قررت الدولة وضع إطار عمل استراتيجي مرجعي ورؤية إلى أفق 2025، مدعومة بالأهداف الواردة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، الذي يعتبر أحد مكونات المخطط الوطني لتهيئة الإقليم إلى عام 2025، الذي نص عليه القانون رقم 02-01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة.

من الضروري الإشارة إلى أن الرهان الأساسي لتنمية قطاع السياحة هو إعتباره كبديل اقتصادي لموارد النفط والغاز للبلاد في السنوات المقبلة، وسنحاول التطرق في هذا المبحث الثالث والأخير إلى أهم الخطط المتخذة من طرف الحكومة الجزائرية في الفترة الأخيرة وسنحاول ذكر مدى فعالية هذه القرارات في الواقع وماهي الإيجابيات والسلبيات الناجمة عنها .

المطلب الأول: برنامج التنمية السياحية لآفاق 2010 و 2013

لترقية الصناعة السياحية تقرر وفق الوزارة الوصية تطوير القطاع الخاص بترقية المنتج السياحي وتجديد الفنادق الحالية وتشجيع الإستثمار في المجال وتهيئة مناطق التوسع السياحي وتشجيع الصناعات التقليدية وحمايتها؛ حيث يرمي المخطط الموضوع لسنة 2010 وذلك بزيادة طاقات الإيواء على مرحلتين يتم إنجاز 20000 سرير في المرحلة الأولى من 2001 إلى 2005 و 30000 سرير للفترة من 2006 وإلى 2010 ليصل العرض السياحي المتوقع إلى 118000 حسب المخطط نهاية 2010؛ ولتحقيق ذلك يجب توفير 75

مليار دج لتمويل دراسات التهيئة السياحية وأعمال إعادة تأهيل مناطق التوسع السياحي والنقل السياحي والترفيه والمخيمات؛ وتعزيز البنية التحتية خاصة في قطاع النقل والخدمات؛ وتحسين صورة الجزائر باعتبارها وجهة سياحية جديدة. لهذه الأسباب ركزت الدولة مجهوداتها خلال المرحلة الأولى (2001-2005) على عمل ترقوي مدعم لإعادة فتح على الأقل حصة السوق السياحية الدولية التي وصلت في سنة 1990 إلى 685.000 سائح أجنبيو الهدف هو الوصول إلى 1.2 مليون سائح أجنبي نهاية 2010 وحوالي 980000 سائح مغترب نهاية 2010.¹

حسب مقاييس المنظمة العالمية للسياحة فإن إضافة سريرين في القطاع السياحي يسمح بفتح منصب شغل مباشر وثلاث مناصب شغل تابعة؛ وعليه سيتم توفير آلاف مناصب الشغل الدائمة في القطاع إضافة إلى رفع الإيرادات من العملة الصعبة فالتقديرات تشير إلى حوالي مليار دولار كإيرادات من مجموع السياح الأجانب والجزائريين المغتربين و1.6 مليار دولار باحتساب تكاليف النقل.²

الأهداف النوعية للبرنامج:

تشمل الأهداف النوعية على تحسين نوعية الخدمات السياحية، تحسين صورة الجزائر السياحية في العالم، وتأطير النشاطات السياحية على المستوى المحلي بما يتماشى والتطورات الحاصلة في العالم وعموما تتمثل هذه الأهداف في:

- تحسين نوعية الخدمات: ³ من خلال الرقابة وتنظيم الصناعات الحرفية المرتبطة بالسياحة وتحسين التسيير الفندقي والبيئة السياحية خاصة فيما يتعلق بالنظافة والوقاية الصحية وحماية المستهلك إضافة إلى المحافظة على أمن وسلامة الأشخاص والممتلكات والمحافظة على الموارد الطبيعية والتراث الثقافي وتسهيل الإجراءات الإدارية المرتبطة بتنقل الأشخاص. بالإضافة إلى فتح مكاتب الصرف على مستوى الموانئ والمطارات والمراكز الحدودية والأقطاب السياحية والفنادق بالتنسيق مع القطاع المصرفي وتحسين خدمات النقل الجوية والبحرية خاصة من ناحية الأسعار التنافسية وتكثيف الوكالات خاصة في الجنوب الكبير.

¹ - شرقي مهدي، خلف الله بن يوسف، مكانة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري وآفاق تطويره، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26-27 فيفري 2013، ص10.

² - المجلس الإقتصادي والإجتماعي، لجنة آفاق التنمية الإقتصادية والإجتماعية، مشروع التقرير حول المساهمة من أجل تحديد السياسة السياحية الوطنية، الجزائر، نوفمبر، 2000.

³ - كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية، 2004، ص197.

- الترقية السياحية: عبر إعادة تنظيم الديوان الوطني للسياحة على من خلال تزويده بمندوبيات جهوية وممثليات في الخارج، وعلى مستوى القانون التأسيسي من خلال تحديد وتقييم الوظائف السامية وتكريس دور الاحترافية في النشاط الترقوي، مما يضمن له التنفيذ بنوع من الاستقلالية وتعزيز الدور الإعلامي عن طريق الإعلان والإشهار في القنوات المتخصصة، وإصدار مجلة سياحية متخصصة ومواقع على شبكة الإنترنت، وتنظيم أحداث ثقافية ذات أبعاد دولية عبر مختلف الأقطاب السياحية العالمية وإشراك الجمعيات الثقافية والمنظمات المهنية في إبراز المنتج السياحي وتحسيس الأوساط الشعبية بأهمية المنتج السياحي وفوائده.¹
 - تحسين وتكييف مشاركة الجزائر في التظاهرات السياحية الدولية وتدعيم النشاطات السياحية على المستوى المحلي بالمعدات والوسائل الضرورية للقيام بمهامها مما استدعى تحويل اللجنة الوطنية لتسهيل النشاطات السياحية إلى مجلس أعلى للسياحة تحت وصاية رئاسة الحكومة، وتكثيف مهامه بإعداد قانون أساسي، وتشريع قوانين متعلقة بتطوير وترقية النشاطات السياحية .
 - تهيئة المناطق السياحية وتحديد العقار السياحي: يهدف البرنامج إلى تهيئة 20 منطقة توسع سياحي من أصل 174 منطقة مسجلة منذ 1988 في إطار المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، مع مراعاة التراث الثقافي في اختيار مواقع البناءات والمنشآت السياحية وشرع فيها خلال الثلاثي الأخير من سنة 2003.
 - تمويل المشاريع وإعادة الاعتبار للمنشآت الفندقية والسياحية بتشجيع البنوك على تقديم قروض طويلة الأجل تتناسب مع الاستثمار السياحي وإنشاء بنوك متخصصة في تمويل المشاريع والاستثمارات السياحية، بمعدلات فائدة مغرية لإنجاز منشآت جديدة وترميم وعصرنة المنشآت الموجودة.
 - دعم التكوين والتأهيل: على اعتبار أن الموارد البشرية هي العنصر الأساسي لإنجاز وتقديم الخدمات السياحية، فإنها ستستفيد من برنامج خاص يتضمن تحديث برامج التكوين وإنشاء مراكز تكوين جديدة وفتح مراكز بحث للمؤطرين في المجال وادماج أكثر للحرف السياحية في منظومة التكوين المهني.
- في ظل هذه الاستراتيجية حققت الجزائر نتائج معتبرة فقد ارتفع عدد السياح الأجانب من 196200 سنة 2001 إلى 441000 سائح أجنبي سنة 2005 ومن حيث المداخيل من العملة الصعبة فقد حققت الجزائر 200 مليون دولار سنة 2006.²

¹ -Ministère du tourisme, Plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, op.cit, p28.

² -وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة، رسالة ماجستير، العلوم الإقتصادية، جامعة تلمسان، الجزائر 2011، ص164.

برنامج التنمية لآفاق 2013

جاء هذا البرنامج تحت عنوان "تصور تطوير قطاع السياحة للفترة 2004-2013" وذلك بعد مضي سنتين من تنفيذ مخطط التنمية المستدامة للسياحة الجزائرية في آفاق 2010 حيث كان من الضروري إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق. وذلك تماشيا مع التطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، يستمد هذا البرنامج محتواه من المبادئ الأساسية المكرسة في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري 2003، والمتعلقة خاصة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي، وباستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية، كما ويتضمن يتضمن توضيحا لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها في القطاع من خلال:¹

1- الأهداف المرجوة من البرنامج

أ. الأهداف النوعية: تشمل على مايلي:

- تهمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- تحسين صورة الجزائر السياحية وعرض منتجاتها في الدورات السياحية الدولية.
- تحسين أداء قطاع السياحة من خلال الشراكة بالتسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية والمحافظة على البيئة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.

ب. الأهداف الكمية: شكل حجم المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي في السنوات الأخيرة انطلاقة لتعزيز الانتعاش المستدام للقطاع الذي لم يساهم سوى بـ 01% من الناتج الداخلي الخام خلال العشرية الماضية. وأهم المؤشرات القطاعية ما يلي:

- زيادة التدفقات السياحية: إن تحسن المحيط السياحي في السنوات الأخيرة سمح بتطور محسوس، حيث بلغ عدد السياح 988.000 سائح سنة 2002 منهم 251.000 سائح أجنبي أي أكثر من 25%، وهذه الحركة ستتجه نحو زيادة التدفقات خلال المرحلتين التاليتين:

¹ - فريد كورنل، آمال كحيلة، مرجع سبق ذكره، ص 16.

المرحلة 2004-2007: بتطبيق نسبة نمو متوسط للزيادة بـ: 10% خلال هذه المرحلة للثلاث السنوات الأخيرة (2000، 2001، 2002) سيسجل مجموع 1.591.000 سائح في نهاية سنة 2007. حيث يبلغ عدد السياح الأجانب 679.000 سائح متوقع، وهذا باعتماد نسبة نمو متوسط تقدر بـ: 22% تم تسجيلها خلال الفترة ما بين 2000 و 2002.

المرحلة 2008-2013: تم الحصول على التدفق خلال هذه المرحلة بتطبيق نسبة نمو متوسط عند بداية العشرية 10% أعيد تعديلها سنويا بنصف نقطة 0,5% ابتداء من سنة 2008، لتصل التدفقات إلى: 1.507.000 وإذا اعتبرنا نمو التدفقات للأجانب يعرف إعادة تعديل بانخفاض يقدر بـ: 3,5% فإننا سوف نحصل على 1.200.000 سائح، وعليه فإن العدد المرتقب في آفاق 2013 سيقارب 3.100.000 سائح منهم 1.900.000 سائح أجنبي.

إن زيادة التدفقات السياحية المتوقعة خلال المرحلتين ستحقق بفضل استغلال طاقات الإيواء الجديدة، وكذلك بفضل إعادة تأهيل الحظيرة الفندقية الموجودة، وإمكانية تطور أشكال خصوصية أخرى للإيواء، لاسيما لإعادة تأهيل القصور الداوي، الباي... وغيرها فإستعمال الإقامات ذات الأهمية التاريخية يجلب زبائن من الفئة الراقية.

وينتظر استغلال أمثل لطاقات الإيواء عن طريق الإسراع في مسار الخصوصية والشراكة، الذي يتدعم بالتسخير الكمي والنوعي لعملية ترويج صورة البلاد والمنتجات السياحية بالخارج، كما أن التحسن الدائم للمحيط الاقتصادي والتحرير التدريجي للخدمات سيساهم لا محالة في زيادة التدفقات السياحية نحو الجزائر، وهذا ما يتطلب تنويع وتحسين طرق وقدرات النقل الدولية.

• **تنمية الإستثمار السياحي:** إن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لقطاع ذو قيمة مضافة كبيرة، والذي يمكن أن يؤدي دور المحرك للاقتصاد الوطني على غرار الكثير من البلدان التي لا تتوفر على مؤهلات مشابهة للسياحة الجزائرية.

سيعرف الاستثمار السياحي وتيرة توسع عبر مرحلتين مختلفتين بسبب ضعف عوامل تنمية القطاع على مدى السنوات السابقة من جهة، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات الموصى بها لإعادة تفعيله من جهة أخرى. فنمو القطاع في المرحلة الأولى مرهون بالمشاريع المسجلة والمتوفرة والتي يتوقع إنهاؤها خلال هذه المرحلة، وتتدعم هذه التوتيرة عن طريق الشروع في مشاريع جديدة، مع بداية سنة 2008 (شراكة واستثمار أجنبي). نتيجة لرفع العقبات المرتبطة بالحصول على العقار والقروض البنكي والعمل الترويجي، الذي سييادر به القطاع. وتتمثل هاتين المرحلتين في:

المرحلة 2004-2007: يتوقع إنجاز طاقة إيواء إضافية تقدر بـ: 55.000 سرير من قبل المتعاملين بمعنى أن الاستثمارات تصل إلى 82,5 مليار في نهاية المرحلة.

المرحلة 2008-2013: المشاريع المنجزة لهذه الفترة تكون من النوع المتوسط والرفيع، لتصل طاقة الإيواء إلى 60.000 سرير، بفضل استثمار 150 مليار دج، بتبني كلفة متوسطة للإرجاع تقدر بـ: 2,5 مليون دج للسرير الواحد، وعليه يصل الاستثمار خلال الفترة الممتدة بين سنتي 2004 و 2013 إلى 232,5 مليار دج دون احتساب قيمة الأرض.

رفع طاقات الإيواء: تم تسجيل منذ بداية 2001 إلى يومنا هذا دخول 8.300 سرير حيز الاستغلال، بعد إنجاز 115 فندق. ونظرا لتعرض القطاع لعقبات عديدة تعيق الاستثمار، يتم في هذه المرحلة التحضير لإزالتها لبلوغ مجموع كلي يقدر بـ: 187.000 سرير في آفاق 2013، بطاقة سنوية تمتد على كل مرحلة قدرها 11.500 سرير، حيث يتم إنجاز 55.000 سرير للمرحلة الأولى و 60.000 سرير للمرحلة الثانية.

لقد وضعت الحكومة الجزائرية إستراتيجية لتنمية قطاع السياحة، مدعمة إياه بإصدار ثلاثة قوانين أساسية، وذلك بهدف ضمان استمراريتها ومدتها بكل الشروط الضرورية، وهي تهدف إلى رفع ثلاثة تحديات كبرى تتمثل في رفع طاقة الإيواء السياحي وتنويعه وملائمته مع المعايير الدولية، تحسين نوعية الخدمات وجعلها أكثر تنافسية وأخيرا الترويج للمنتج السياحي في الأسواق الخارجية والحصول على نصيب من التدفقات المالية العالمية للسياحة، ولهذا الغرض وضعت الدولة كل الأدوات الإدارية والتقنية والجبائية والمالية اللازمة لتنفيذ هذه الاستراتيجية، حيث تم تعزيز دور كل من الديوان الوطني للسياحة (الهيئة المكلفة بالترقية السياحية) والوكالة الوطنية لتنمية السياحة (الهيئة المكلفة بالاستثمار السياحي)، وهذه الإستراتيجية تركز على تشجيع مبادرات القطاع الخاص وعمليات الشراكة مع الأجانب من أجل إنجاز المشاريع الاستثمارية، ويبقى دور الدولة أو السلطات العمومية منحصر في التشريع والتأطير والمراقبة وتحسين المحيط.¹

2- تقييم برنامج 2013

سيتم تقييم البرنامج التنموي الذي إعتمده الجزائر لتنمية السياحة الجزائرية من خلال مقارنة بعض المؤشرات السياحية المزمع تحقيقها من خلال هذا البرنامج مع تلك المعتمدة في برامج التنمية السياحية التي تبنتها كل من مصر والمغرب تونس كما يلي:

¹ - هدير عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 243.

الجوانب الإيجابية للبرنامج

تتجلى الجوانب الإيجابية لهذا لبرنامج في الآثار الاقتصادية والاجتماعية الإيجابية للتنمية السياحية، من خلا مساهمتها الفاعلة - بشكل مباشر أو غير مباشر - في زيادة الدخل الوطني والفردى بفضل قدرة النشاط السياحي على جلب العملة الصعبة وخلق مناصب شغل جديدة بالإضافة إلى تحريك القطاعات الأخرى، لأن السياحة هي نشاط يعتمد نجاحها على القطاعات الاقتصادية الأخرى، ويمثل البرنامج التنموي للسياحة الجزائري في آفاق 2013 خير دليل على عزم وإصرار الحكومة الجزائرية على تحقيق الاستفادة القصوى من الاستفادة من هذه الآثار من خلال زيادة مناصب الشغل ومضاعفة الإيرادات.

أ- **زيادة مناصب الشغل وطاقات الإيواء:** إن النسبة المعتمدة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تبين أن إنجاز سرير واحد يعني إنشاء 0,5 منصب شغل مباشر، و 1,5 منصب شغل غير مباشر، وذلك حسب المنشأة السياحية، وعليه فإن مؤشر تقدير مناصب الشغل المحدثة في السياحة متعلق بعدد الأسرة المنجزة من طرف الدولة، وحسب برنامج التطوير السياحي في الجزائر لآفاق 2013 فإن طاقات الإيواء يقدر لها أن تصل الى 187000 سرير في سنة 2013 بنسبة نمو تقدر ب 5,65 % بعدما كان مقدرا في سنة 2010 بحوالي 157 ألف سرير بنسبة نمو تقدر ب 6,80 % وعليه فإن مناصب الشغل التي سيتم استخدامها لسنة 2013 هي 57500 منصب شغل مباشر و 172500 منصب شغل غير مباشر، أي بمجموع يصل إلى 230000 منصب عمل.

ب- **زيادة الإيرادات السياحية:** إن ارتفاع نسبة الوافدين إلى الجزائر حسب برنامج 2013 والذي يتوقع أن يصل 3098531 سائح في سنة 2013 ، بنسبة نمو تقدر ب 13 % بإمكانه أن يزيد من تطور الإيرادات من خلال التقدير الذي ارتكز على أساس 133 مليون دولار أمريكي مسجلة سنة 2000، والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر النفقات المتوسطة السنوية لكل سائح، أما إيرادات الجزائريين المقيمين بالخارج فلا يمكن التحكم فيها، وعليه فإن المداخيل السنوية المتوقع الوصول إليها في سنة 2013 هي 1,3 مليار دولار أمريكي، وذلك من خلال تطبيق الإنفاق المتوسط لكل سائح والمقدر ب 520 دولار أمريكي بزيادة تقدر ب 3 % سنويا، بناء على 133 مليون دولار المحققة في سنة 2002 أي (133 مليون دولار مضروبة في عشرة)، وإجمالا فإنه سيصل مجموع الإيرادات النظرية المحصلة في آفاق 2013 إلى 6,4 مليار دولار.

الجوانب السلبية للبرنامج

- إنطلاقاً من الخطط المسطرة في السنوات السابقة في الجزائر نجد الكثير من النقاط التي لم يتم تحقيقها رغم تنامي المخططات والإستراتيجيات إذ يمكن أن نلاحظ ما يلي:¹
- نجد الجزائر تتوقع أن تستقطب 3,1 مليون سائح فقط وذلك في أفق 2013 ، بالرغم من إنفرادها بمميزات أحسن من دول أخرى.
 - نجد برنامج التطوير السياحي الجزائري لأفانق 2013 ، خطط للوصول إلى 187 ألف سرير فقط، وهو رقم ضعيف في مثل هذا التنافس العالمي الحالي.
 - وكذلك هو الحال بالنسبة للعمالة، فإن زيادة طاقات الإيواء وزيادة توافد السياح سيؤدي إلى تطوير العمالة، وزيادة التدفقات النقدية، نجد برنامج 2013 الجزائري سيحقق 230 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر، وإيرادات تصل إلى 4,6 مليار دولار، وهذا الرقم جد ضئيل إذا ما قورن بدول أخرى وبالخصائص السياحية التي تمتلكها الجزائر.
 - عدم توفير الأراضي لإقامة المشروعات السياحية، وإن وجدت فهي غالية الأثمان وصعبة الحصول عليها، والتي نجدها في مصر مثلاً بيعت بدولار رمزي للمتر المربع.
 - عدم تحفيز المستثمرين بالشكل التنافسي من خلال تبسيط الإجراءات وتوفير البنى التحتية اللازمة، وإصلاح النظام المصرفي.
 - إرتفاع معدلات الضريبة على الأنشطة السياحية والفنادق، وعدم التركيز على الإعفاءات الجمركية.
 - عدم توفير القروض الإستثمارية السياحية.
 - عدم وضع برنامج لتدريب الكوادر العاملة في السياحة.
 - عدم توفير الحوافز للمشاريع الموافق عليها.
 - عدم التنسيق بين كافة الفروع الإقتصادية التي تهتم بالسياحة والتي لها تضارب في الإختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع الإستثمارية
 - عدم إعطاء أهمية لإنشاء المطارات الدولية والطرق السريعة.

¹ - فريد كورنل، آمال كحيلة، مرجع سبق ذكره، ص 18.

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ت.س) SDAT 2025

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وهو مخطط تقف الدولة إلى جانبه، إذ يعلن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الأفاق على المدى المتوسط (2015) ، وال المدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستدامة، والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمي الذي يبرر الكيفية التي تعتمدها الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي، العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية، والدعم الإيكولوجي في أطر التنمية المستدامة على مستوى البلاد بالنسبة للعشرين سنة المقبلة.

يمثل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لأفاق 2025 ، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تنمية القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق القفزة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات لكونها مصدرا أيلًا للنضوب.¹

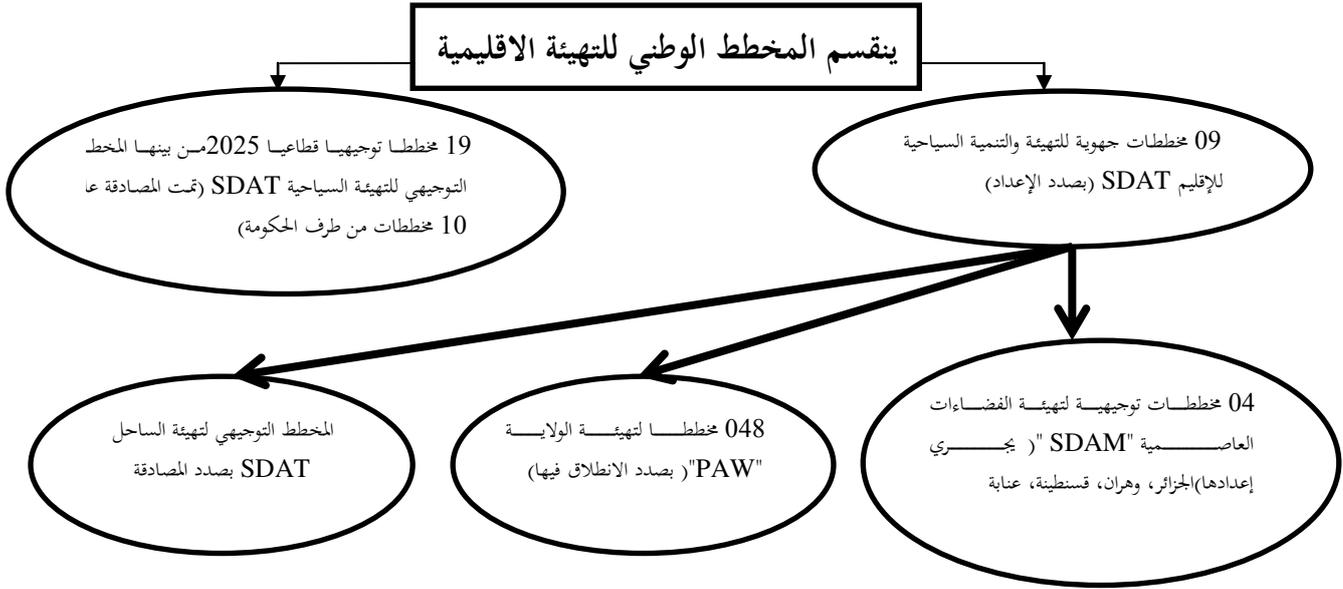
ويعتبر النهج الجديد كأول خطوة للرقى بقطاع السياحة وذلك بإقامة عدة عقود مع عدة شركات وطنية وأجنبية لإنشاء قرى ومدن ومراكز سياحية تكون وجهة للسياح.

والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية م.ت.ت.س (SDAT): هو حصيلة ناضجة لمسار طويل من الأبحاث، التحريات، الدراسات، الخبرات والمشاورات فهو حصيلة دراسة واسعة تمت مع المتعاملين الوطنيين والمحليين الخواص منهم والعموميين، طيلة الجلسات الجهوية والإثراء التي تم عقدها، حيث تكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" من ستة كتب.²

¹ - صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه، العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010، ص122.

² - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 2، مرجع سبق ذكره، ص3-4.

الشكل رقم 03: م.ت.ت.س (SDAT2025) جزء من م.و.ت.إ. (SNAT2025)



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 1، الجزائر، جانفي 2008، ص 11.

المطلب الثالث: الأهداف المسطرة للمخطط م.ت.ت.س "SDAT2025"

1- الأهداف الخمسة للمخطط¹

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي:
- ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.
- تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.
- إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة امتياز ومنازة في حوض المتوسط قصد: المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.
- المساهمة في تحسين التوازنات الكلية: الميزان التجاري للمدفعات، توازنات الميزانية .
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعة، الصناعة التقليدية، الخدمات).

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 1، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، الجزائر، جانفي 2008، ص 22-23.

• النظر إلى السياحة في إطار مقارنة عرضية تشمل مختلف العوامل (النقل، التعمير، البيئة، التنظيم المحلي، التكوين) تأخذ بعين الاعتبار منطق جميع المتعاملين الخواص (الجزائريين وأيضاً الأجانب) والعموميين.

• الإنسجام مع إستراتيجية القطاعات الأخرى وإحداث حركة شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار م.ت.و.إ. "SNAT2025"

• التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة، يتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية (إقتران الإجماعي بالإقتصادي وبالبيئة).

• تهمين التراث التاريخي الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإن إستراتيجيات السياحة المستدامة عليها إحترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.

• التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية، ضمن أفاق تجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية بما في ذلك مجموعة المواد والطاقت المتاحة والتي تستجيب لحاجات المستهلكين الدوليين. بالإضافة إلى هذه الأهداف الخمسة السابقة هناك أهداف أخرى مادية ونقدية.

الأقطاب السياحية السبع وأهدافها

لقد تم من خلال هذا المخطط تقسيم الجزائر إلى 07 أقطاب سياحية اعتمادا على معايير تنسيقية مع وضع مشاريع سياحية عبر مختلف هذه الأقطاب، تتمثل هذه الأقطاب فيما يلي:¹

- القطب السياحي للامتياز شمال الشرق: عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة.
- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، بلدية، عين الدفلى، الشلف، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيليزان.

• القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه...

• القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات القرارة، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار.

• القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير (الطاسيلي ناجر): إليزي، جانت.....

¹ - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق SDAT 2025، الكتاب 3، الأقطاب السياحية السبعة للامتياز POT، الجزائر، جانفي 2008، ص6.

• القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: الهقار، تمنراست.

كما ذكرنا سابقا لقد حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم سبعة مناطق سياحية كبرى وفقا للمؤهلات الخاصة بكل منطقة من التراب الوطني: المنطقة الشمالية/ وسط، المنطقة الشمالية/ شرق1، المنطقة الشمالية/ شرق2، المنطقة الغربية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الجنوب، منطقة الصحراء الكبرى. وفيما يلي جدول لبيان الخطة بالأرقام:

الجدول رقم 17: خطة الأعمال بالأرقام آفاق 2015

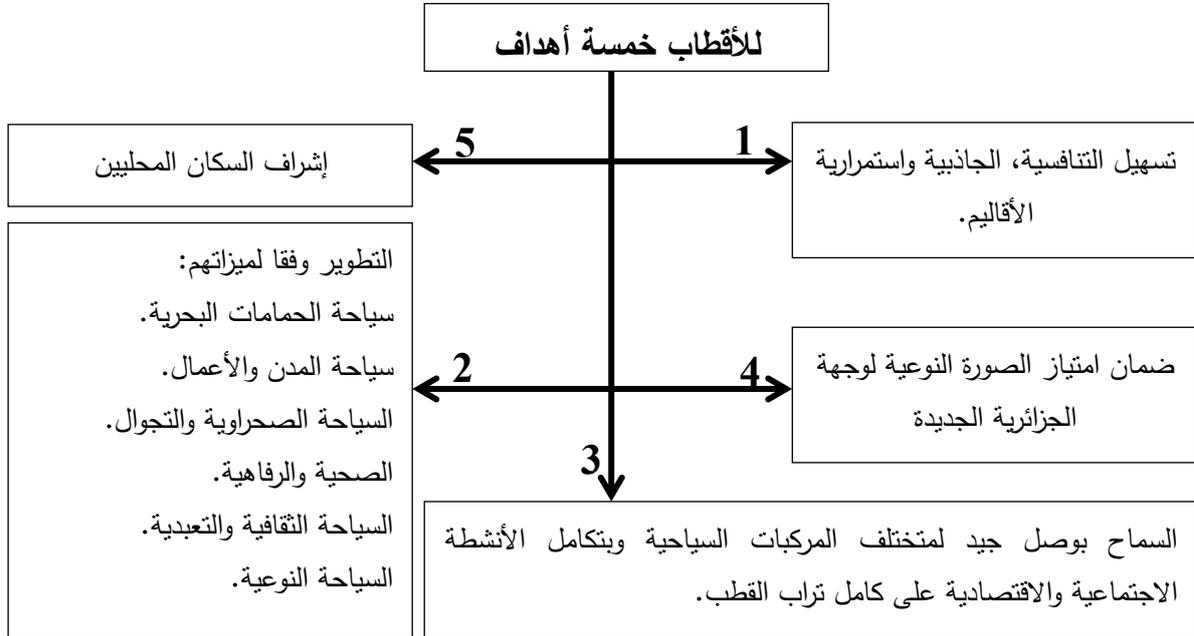
السنة	2007	2015
عدد السواح	1,7 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84 869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7 %	3 %
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200 000	400 000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51 200	91 600

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص 18.

من خلال الجدول رقم (17) أعلاه نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عن عدد الأسرة فبلغ مستوى التطور المستهدف بـ 1,8 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية لـ 69 1598 سريرا.

ولهذه الأقطاب السياحية السبعة خمسة أهداف رئيسية، والموضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم 04: الأهداف الخمسة للأقطاب السياحية



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 2، مرجع سبق ذكره، ص 45.

2- الإنجازات السياحية المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

(م.ت.ت.س) SDAT 2025

1-2- المشاريع¹

أما عن المشاريع المدرجة ضمن هذا المخطط فيقدر عددها بـ 80 مشروع موزعة على الأقطاب السياحية السبعة على النحو المبين في الجدول التالي:

¹ - فاطمة الزهراء زرواطي، رقية ملاح، الجاذبية السياحية الصحراوية في الجزائر التمتع المرتقب، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 27 و28 أبريل 2014، ص 18.

الجدول رقم 18: توزيع مشاريع المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (أفاق 2025)

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز
23	شمال شرق
32	شمال وسط
18	شمال غرب
04	جنوب غرب (الواحات)
02	الجنوب الكبير (توات - القرارة)
01	الجنوب الكبير (الأهقار)
00	الجنوب الكبير (الطاسيلي)
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية أفاق 2025 SDAT، الكتاب 5، المشاريع ذات الأولوية السياحية، الجزائر، جانفي 2008، ص 6.

من معطيات الجدول رقم (18) نلاحظ أن المخطط قد أهمل وبدرجة كبيرة تنمية السياحة في الأقطاب السياحية التي تنتمي للقسم الجنوبي للبلاد، بالرغم مما تزخر به هذه الأخيرة من مؤهلات لا تقل عن أهمية السياحة الساحلية بحيث أننا نجد 73 مشروع في الشمال مقابل 7 فقط في الجنوب.

2-2- الفنادق¹

أما بالنسبة للفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الإنطلاق 274 فندق ب 29386 سرير.

¹ - فاطمة الزهراء زرواطي، رقية ملاحي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

الجدول رقم 19: الفنادق التي شرع فيها والتي هي بصدد الانطلاق

عدد الأسرة	عدد الفنادق	الأقطاب
5965	86	القطب السياحي شمال شرق
9295	49	القطب السياحي شمال وسط
10.146	85	القطب السياحي شمال غرب
2092	26	القطب السياحي جنوب شرق الواحات
1513	23	القطب السياحي جنوب غرب توات
150	01	القطب السياحي جنوب الكبير طاسيلي
225	04	القطب السياحي الجنوب الكبير
29.386	274	المجموع

المصدر: عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص132.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (19) أن مجموع عدد الفنادق في الأقطاب الأربعة الجنوبية تعادل 54 فندقا، مقابل 220 فندق في الأقطاب الثلاثة الشمالية، وهذا يعتبر تهميش لدور وأهمية المناطق والسياحة الصحراوية.

2-3- القرى السياحية¹

أما بالنسبة للقرى السياحية، 20 قرية سياحية متميزة، وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي ومصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.

¹ - فاطمة الزهراء زرواطي، رقية ملاحي، مرجع سبق ذكره، ص20.

الجدول رقم 20: القرى السياحية

الأسرة	المستثمر	إسم المشروع	الأقطاب
2440	الشركة الإماراتية ELLC	القرية السياحية مسيدة	القطب السياحي شمال شرق
4938	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية سيدي سالم	
1282	سيفيتال	القرية السياحية أقربون بجاية	القطب السياحي شمال وسط
2697	الشركة الاماراتية ELLC	القرية السياحية صيران بومرداس	
17510	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية سياح	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	
5985	الشركة الاماراتية ELLC والمجموعة الكويتية	القرية السياحية عين طاية الجزائر	
2004	المجموعة الإماراتية EMIRAL	القرية السياحية موريتي الجزائر	
460	شركة التنمية الفندقية الجزائر	القرية السياحية الساحل الجزائر	
360	الشركة الإماراتية القدرة	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	
6885	الشركة السعودية سيدار	القرية السياحية زرالدة	
1240	الشركة الإماراتية إعمار	القرية السياحية العقيد عباس تيبازة	
1426	مجموعة سيفيتال	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيبازة	
5900	مراغ وهران	الحلم السياحي وهران	القطب السياحي شمال غرب
220	إقامة هيليو فرنسا	القرية السياحية هيليو كرسنيل وهران	
732	الشركة الإماراتية ELLC	موسكاردا تلمسان	
92	مجموعة الجنوب SID	قصر ساسين تيميمون - أدرار.	القطب السياحي جنوب غرب
1000	المجموعة الإماراتية ELLC	حديثة ديتا الجزائر	القطب السياحي شمال وسط

المصدر: عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 133.

نلاحظ من الجدول رقم (20) أن المشاريع المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 فيما يخص القرى السياحية التي وزعت على عدة أقطاب في الوطن أنها قد أهملت المناطق الصحراوية، فنصيب القطب السياحي جنوب غرب الذي يضم قصر، ساسين، تميمون، أدرار، حضي بنسبة أسرة 92 فقط على عكس المناطق الأخرى والشمالية على وجه الخصوص التي كانت لها الحصة الأكبر، مع العلم أن السواح الأجانب الوافدون للجزائر يهتمون أكثر بالسياحة الصحراوية، وهذا مايجب على الجهات المعنية إعادة النظر في التقسيم السياحي في الجزائر.

خلاصة الفصل:

إن عملية ترقية وتحسين الصورة السياحية في الجزائر يتطلب عملا وصراحة كبيرة، وفي هذا السياق جات السياسات الجديدة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2010 و 2013 و 2025 وربما مخططات قادمة أخرى، نظرا لعدم تفعيل ماتم التنبؤ به، إن النهوض بالقطاع السياحي الجزائري لا يتوقف على القرارات والمراسيم والمخططات المبرمجة من الدولة، ويتبين هذا من خلال التأخر والتباطؤ الواضح للنشاط التنموي السياحي منذ سنوات الإستقلال إلى يومنا هذا، إن تهميش دور السياحة في الجزائر راجع لإعتماد الدولة على مصدر إنتاجي ومورد نقدي وحيد، يرتكز على البترول، الثروة الأيلة للزوال حتما لامحالة، لما شهده العالم مؤخرا من تذبذبات كبيرة في سوق الذهب الأسود، والجزائر كانت أول المتضررين، وهذا ما يوجب على الحكومة الجزائرية إعادة الإعتبار، في تحديد مصادر دخلها حسب الأولويات.

الخاتمة العامة

أولاً: الخلاصة

إجتهدنا في دراستنا حول إعطاء صورة واضحة لواقع القطاع السياحي الجزائري، ومن خلال إبراز المكانة التي أعطيت لهذا القطاع في إطار الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية، على ضوء البرامج الإستثمارية المخططة لها والمنفذة، وعليه يمكن القول بأنها لا تحتل صدارة الترتيب في أولويات الحكومة، رغم كل ما تزخر به الجزائر من مقومات طبيعية وبشرية أو حتى مادية، ولكن يجب أن نعي بأن خيار السياحة في الجزائر ضرورة حتمية أكيدة، رغم كل ما تملكه من ثروات نفطية، يزعم بأنها كافية لتحقيق التنمية المستدامة، إلا أن تفعيل هذا الهدف الإقتصادي، لا يتحقق بالإعتماد على مورد واحد، بل هو مرتبط بالتكافل بين أكثر من مصدر سواء صناعي أو زراعي أو سياحي وغيرها من الموارد الهامة، إن أهم محور يعيق المسار السياحي في الجزائر منذ سنوات الإستقلال الى يومنا هذا، هو عدم الوعي سواء على مستوى الفرد المواطن أو على مستوى المسؤولين للدولة، أما على مستوى الفرد فنجد المواطن الجزائري لا يساهم تماما في السياحة، وهذا يعتبر أكبر عائق للمجتمع السياحي، فهم يعتبرون القائم على تقديم الخدمات المباشرة والغير مباشرة للسائح، من إقامة، وأطعمة ومشروبات وغيرها، وتعتبر هذه الفئات من العمالة أي المورد البشري أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي، ويلقى هذا العنصر أهمية كبيرة في النشاط السياحي لكونه الخط الأمامي، المستقبل للسائح ضمن إطار العملية السياحية، وبالتالي فإن السائح يتأثر بشكل مباشر بالمحيط الإجتماعي للبلد المضيف بأدائهم الجيد وإستقبالهم الحسن، فإذا كانوا على المستوى المطلوب في أداء مهمتهم فإن ذلك بالطبع سيؤثر على الحركة السياحية بالإيجاب، أما على المستوى الحكومي يتجلى عدم الوعي السياحي من خلال عدم إبراز وتفعيل النية الحقيقية للنهوض بالقطاع السياحي، وهذا ليس بالمخططات والقوانين فقط فكل ماسبق من سنوات في مجال السياحة الجزائري تبين أن أكبر عائق للسياحة عدم تفعيل الأهداف المسطرة، نظرا لعدم الوعي بمدى أهمية النشاط السياحي كمورد مجدد للطاقة في الجزائر، ففي العالم الحديث تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من الدول، أهم القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الإقتصادية، من خلال معالجة الإختلالات كالتضخم والبطالة وغيرها، كما أنه أداة جذب للإستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية، فلو حللنا القطاع السياحي الجزائري على ضوء الإستثمارات المخططة، والمنفذة يمكننا القول بأنه ما يزال يحتل مكانة ثانوية ولم يرق إلى سلم الأولويات رغم قيام الجزائر بعدة إصلاحات منذ سنوات الثمانينات، وهذا يظهر وبوضوح تهميش القطاع السياحي، ولعل هذا

راجع لطبيعة النموذج التنموي القائم على الصناعة المصنفة التي تتطلب إتمادات مالية معتبرة على حساب القطاعات الأخرى، فبذلك كانت الإستثمارات السياحية غير كافية.

ثانيا: إختبار الفرضيات

الفرضية الاولى: التي تعتبر أن للسياحة نصيب وافر من الأهمية في المخططات التنموية لكنها لا تعود بالجدوى الفعلية للنهوض بالقطاع السياحي، وهذا ما تم تأكيده من خلال النمط الإستثماري والنصيب الكمي الضعيف الذي حضي به القطاع منذ بداية التشريعات والتوجيهات في المخططات التنموية بعد الإستقلال إلى يومنا هذا، فنلمس النقص الكبير والمتراكم عبر النتائج المتحصل عليها داخل القطاع السياحي في الجزائر.

الفرضية الثانية: التي رأينا فيها بأن القطاع السياحي في الجزائر يمكن أن يكون كمورد بديل خارج قطاع المحروقات ، وهذا تم برهانه في النمط التنموي للقطاع الإستثماري السياحي ، الذي يتجلى ضعفه في نقص البنية الأساسية للجذب السياحي، من فنادق ومطاعم ومراكز ترفيه وغيرها من العوامل المؤثرة في العملية السياحية، وذلك راجع لعدم إعطاء الأولوية للمشاريع التنموية خارج المحروقات منذ الإستقلال.

الفرضية الثالثة: إمكانية النهوض بالسياحة من خلال الإرادة الفعلية والتكافل بين كافة القطاعات، والذي يؤكد سبب تباطؤ العمل فيما بين القطاعات هو عدم فاعلية الإدارة السياحية والفندقية أثناء تعرضها للمخاطر والأزمات يؤدي إلى سوء إتخاذ القرار ، وأن أغلب اليد العاملة الإدارية في المنظمات السياحة غير مؤهلة تقنياً ونفسياً ومهنياً للتعامل مع النشاط السياحي مما يخلق تداعيات سلبية على القطاع السياحي في الجزائر.

ثالثا: النتائج

بالنظر إلى النتائج المحققة نهاية سنة 2010، نلاحظ أن الجزائر لم توفق مرة أخرى في تحقيق الأهداف المسطرة للبرامج التنموية المعول عليها، وهذا راجع لعدة عوامل يمكن أن نذكرها كما يلي:

- ضعف القطاع السياحي في الجزائر راجع للتهميش من كل برامج التنمية وإعتباره قطاعا فرعيا لوحده .
- الأوضاع الغير المستقرة التي مرت بها الجزائر لفترات طويلة، هزت من المصادقية السياحة للمنطقة.
- الإعتماد المباشر على المورد النفطي، كمصدر لابديل له في الجزائر، أدى الى تكريس فكرة الثانوي للقطاع السياحي مما زاد في تماطل كافة المشاريع المبرمجة للقطاع.

- ضعف الترويج للمنتوج السياحي الجزائري، سواء على مستوى وسائل الإعلان أو على المستوى الرسمي السيادي للدولة.
- عدم مساهمة القطاع السياحي في النشاط التنموي، أدى الى زيادة نسبة البطالة وهذا راجع لقلة المشاريع الإستثمارية السياحية، مقارنة بالدول الأخرى التي يلعب فيها النشاط السياحي المحور الأساسي لتحقيق التنمية الإقتصادية.
- كما يعاني القطاع السياحي في الجزائر من أكبر مشكل إجتماعي، وهو الإفتقاد للوعي السياحي الذي يعتبره المفكرون كنقطة فصل لنجاح السياحة في أي منطقة كانت.
- إن التلوث البيئي في المناطق السياحية في الجزائر هو أكبر معضلة، فمن المستحيل تحقيق سياحة ناجحة ببيئة ملوثة، لكن عدم الإهتمام بالمرافق السياحية هو السبب المباشر الذي يجب إعادة مراجعته.
- غياب الإرادة الفعلية للجهات الرسمية، بالرغم من كل الإستراتيجيات المطبقة على الورق، والقوانين والمراسيم المسطرة، لكن لا فوائد تذكر ولا إيجابيات تحسب للقطاع السياحي في الجزائري.
- مشكلة التأطير السياحي، فالمدارس والمعاهد السياحية في الجزائر لم تصل للمستوى المطلوب نظرا، لعدم إعطائها صورة إعلانية جيدة، ومن أكبر المشاكل التي تعد على الجهات المسؤولة، عدم إدماج تخصصات السياحة في المستوى الجامعي، وهذا راجع للتقليل من أهمية القطاع السياحي في الجزائر.
- وأخيرا نتمنى أن يعنى موضوع النهوض بالقاطع السياحي الجزائري على المستوى الرسمي كهدف وكحقيقة حتمية لا بد الوصول لها، وأن نرى بلادنا الجزائر كقابلة مرغوبة للسياح، للوصول للتنافسية العالمية، وكبديل إقتصادي ومورد مجدد للطاقة بديل للبتروال في الجزائر، وتكون فيها السياحة كمساهم إنتاجي محرك لعجلة التنمية الإقتصادية.

رابعا: التوصيات والأفاق

- ضرورة الإهتمام بنشر الوعي السياحي بين أفراد المجتمع الجزائري.
- تطوير المنشآت السياحية من فنادق ومنتجعات ومراكز الترفيه وغيرها من عوامل الجذب السياحي.
- تحسين الخدمات السياحية، وهذا من خلال تأطير اليد العاملة المتخصصة الماهرة في المجال السياحي.
- لا بد من مراعاة النواحي الجمالية، والمعمارية في المدن الجزائرية، والتي تمثل أهم عناصر الجذب السياحي.

- ضرورة إبراز أهمية السياحة في إحداث التنمية الإجتماعية والاقتصادية، وذلك بإستخدام الوسائل الحديثة للتعريف بالمقومات السياحية الجزائرية.
- ضرورة تضافر كل الجهود لنجاح السياحة من خلال التنسيق بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر (القطاع الخاص، القطاع الحكومي، المؤسسات الرسمية وغير الرسمية.
- لابد من التفكير الجدي، والبحث العملي في إمكانية توفير الشروط الضرورية للإستغلال الأمثل للمقومات السياحية، وإمكانية الحصول على طرق التسيير والتكنولوجيا المناسبة بأقل الأسعار، قصد جعل مساهمة القطاع السياحي في الناتج الوطني أكثر فعالية.
- تقبل إستراتيجية الريح السياحي على المدى البعيد والمتعدد وليس أنيا فقط، لكون التدرج في العائد الإستثماري من أهم مميزات المنتج السياحي.
- ضرورة الإهتمام بجانب الكفاءات الوطنية في القطاعات الإستثمارية السياحية، لكونها أقدر على التعامل مع السائح، وبالتالي بناء وتكوين إطارات وطنية مؤهلة لممارسة السياحة يعد جزء من الإستثمار.
- تشجيع تدفق السياح بالتركيز على العمل الإعلامي من جانب توفر الأمن وتحسين صورة الجزائر السياحية في الخارج مقارنة بالنماذج الموجودة في الدول المجاورة التي تطورت في هذا المجال.
- توثيق العلاقة بين الآثار والجمهور لكي يصبح المواطن هو الرقيب الأول لثقائه وهذه مسؤولية أجهزة الإعلام والتعليم والمؤسسات الثقافية ووكالات الآثار والمتاحف والأجهزة الأمنية وإيجاد التكافل والتعاون بين أدوار هذه المؤسسات.
- لابد من تضافر الجهود بين كافة القطاعات، من خلال الإرادة الفعلية للجهات المسؤولة بأن السياحة مصدر ومورد لابد منه للجزائر كبديل خارج قطاع المحروقات.
- لابد من ترقية المنتج المحلي، بالوصول به لمستوى التنافسية الدولية، مما يجعله وجهة سياحية مرغوب فيها.

وأخيرا نعتبر هذا المجهود محاولة لإيضاح أهم المفاهيم السياحية ومدى سبل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، حيث أن الدراسات والبحوث في هذه المواضيع تبقى واسعة وقيمة، ولا يعني توقفنا عند هذه النقاط إمامنا بالموضوع، فالمجال يبقى مفتوح أمام الباحثين في المجال السياحي، ولعل من هذه العناوين التي تلقى الإهتمام ما يلي:

1. الإرادة الفعلية هي السبيل للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.
2. غياب الوعي السياحي كعائق للتنمية في الجزائر.
3. السياحة الجزائرية بين المخططات والواقع .
4. السياحة الصحراوية كمتطلب للتنمية الإقتصادية في الجزائر.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب:

- 1- أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1988.
- 2- أمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، دار أسامة للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2011.
- 3- حسن رجب، النهضة السياحية ومستقبلها، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1996.
- 4- خالد كواش، السياحة، دار التتوير للنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
- 5- داليا محمد تيمور زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.
- 6- صلاح الدين خريوطي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، 2004.
- 7- صلاح الدين عبد الوهاب، نظرية السياحة الدولية، دار الهناء للطباعة والنشر، مصر، 1992.
- 8- عبد الله خبابة، رايح بوقرة، الواقع الإقتصادي من التاريخ القديم إلى بداية القرن الواحد والعشرين، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2009.
- 9- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 1999.
- 10- كمال درويش، محمد الحماحي، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1997.
- 11- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 12- محسن أحمد الخضيرى، التسويق السياحي، مكتبة مدبولي، الطبعة الأولى، القاهرة، 1989.
- 13- محمد يسري عبس، السياحة، مفهومها، أنماطها، وأنواعها، دار الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2001.
- 14- مراد ناصر، التنمية المستدامة وتحدياتها في الجزائر، مجلة التواصل، العدد 26، 2010.
- 15- مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن 1999.
- 16- مصيطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001.
- 17- نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2001.
- 18- هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيقية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.

ثانيا: الرسائل والأطروحات:

- 1- بودي عبد القادر, أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 2005.
- 2- ريان درويش، الإستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1996.
- 3- زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.
- 4- شريف مراد، دور بحوث التسويق في تفعيل الإعلان في المؤسسة الإقتصادية، رسالة ماجستير، كلية علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2006.
- 5- عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة باتنة، 2004.
- 6- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية، حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.
- 7- مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الإقتصادية والإجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، 2003.
- 8- وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، دراسة القطاع السياحي لولاية سعيدة، رسالة ماجستير، جامعة تلمسان، 2011.
- 9- هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة ماجستير، علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

ثالثا: المجلات والمؤتمرات العلمية :

- 1- أحمد قايد نور الدين، إدارة الجودة في القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 27 و 28 أفريل 2014.
- 2- إسماعيل بوغازي، لمين تغليسية، واقع التنمية السياحية في الجزائر وأفاق تطويرها، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
- 3- آمال كمال حسن البرزنجي، الإعلان السياحي وأثره في نجاح النشاط السياحي والفندقي في المؤسسات السياحية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد 22، العراق، 2009.

- 4- بريش السعيد، شابي حليلة، ملتقى إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، يومي 15 و16 نوفمبر 2011.
- 5- بوتلجة عبد الناصر، بورحلة ميلود، دور الدولة في تحقيق التنمية المستدامة في ظل الإقتصاد الإسلامي التجربة المغربية، الملتقى الدولي حول مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الإقتصاد الإسلامي، جامعة قالمة، الجزائر، يومي 3 و4 ديسمبر 2012.
- 6- زايد مريم، تنمية السياحة الصحراوية بهدف تحقيق تنمية سياحية مستدامة في الجزائر، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 27 و28 أبريل 2014.
- 7- السعيد دراجي، التنمية المستدامة من منظور الإقتصاد الإسلامي، الملتقى العلمي الدولي "سلوك المؤسسة الاقتصادية في ظل رهانات التنمية المستدامة والعدالة الاجتماعية"، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، يومي 20 و21 نوفمبر 2012.
- 8- سميرة عميش، أثر تطور الطاقة الفندقية في الجزائر على إيراداتها المالية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، العدد 11، 2011.
- 9- شرقي مهدي، خلف الله بن يوسف، مكانة القطاع السياحي في الإقتصاد الجزائري وأفاق تطويره، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و27 فيفري 2013.
- 10- شنيني عبد الرحيم، شريف نصر الدين، قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر رؤية إستراتيجية وتنموية أفاق 2020، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013.
- 11- عبد الوهاب سويبي، شوشاوي نسيم، لشهب حمزة، السياحة في الجزائر واقع وأفاق، المؤتمر الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 24-25 أبريل 2012.
- 12- عميروش شلغوم، مناد إدر، تأثير ضعف مقومات الجذب السياحي على مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و27 فيفري 2013.
- 13- عميش سميرة، أثر التنمية السياحية المستدامة على مواجهة ظاهرة البطالة دراسة حالة الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و27 فيفري 2013.

- 14- فاطمة الزهراء زرواطي، رقية ملاح، الجاذبية السياحية الصحراوية في الجزائر التموقع المرتقب، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، يومي 27 و 28 أبريل 2014.
- 15- فريد كورتل، آمال كحيل، التنمية السياحية في الدول العربية واقع وآفاق تطويرها المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
- 16- قرزيز محمود، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2006.
- 17- مسعود صديقي، محمد مسعودي، الجباية البيئية كأداة لتحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، يومي 7 و 8 أبريل 2008.
- 18- مصطفى عبد اللطيف، عبدات مراد، بن سانية عبد الرحمان، أثر الإنفاق العام والسياحي على المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية في الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
- 19- مقيح صبري، رحال سمية، التخطيط الإستراتيجي كوسيلة فعالة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة بالجزائر في إطار المخطط التوجيهي لآفاق 2025، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
- 20- هاجر سعدي، لامية لعلام، دور التنمية السياحية المستدامة في ترقية السياحة الصحراوية في الجزائر، الملتقى الوطني حول السياحة الصحراوية في الجزائر، جامعة الوادي، الجزائر، يومي 27 و 28 أبريل 2014.
- 21- هالة الرفاعي، التأثيرات الإجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 1998.
- 22- وزاني محمد، صحراوي مروان، الوعي السياحي سبيل لتجسيد السياحة المستدامة، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.
- 23- يحي برويقات عبد الكريم، مولاي لخضر عبد الرزاق، الجودة في السياحة، حالة الجزائر، المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، جامعة غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013.

رابعاً: التقارير والمراسيم:

- 1- المرسوم الرئاسي رقم 12-23 المؤرخ في 7 أكتوبر 2010، المتضمن تنظيم الصفقات العمومية.
- 2- وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية "جلسات الصناعة التقليدية، حصيلة وآفاق 2020.
- 3- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "م.ت.ت.س 2025"، كتاب 2، الجزائر، جانفي 2008.

خامساً: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- Ahmed Tessa, Economie et Aménagement du Territoire, OPU, Alger 1993.
- 2- Louis Barma Jean, Marketing du Tourisme et de L'hôteliers, Edition d'organisation, Paris, 2001.
- 3- Marc Boyer, Histoire de L'invention du Tourisme, Edition de Pube, Assais, 2000.
- 4- Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, horizon 2010.
- 5- SAHEL SIDI MOHAMMED 'KERRIS BAHIDJA CHERIFA, Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie: quelle stratégie ? 2ème Journée de Recherche sur le Tourisme - 3 Avril 2009 - Groupe Sup de Co La Rochelle.
- 6- Zeithml, Parasuraman et Berry, Servqual: A Multiple-Item Scal for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Volume64, Number, spring 1988.

سادسا: الأنترنت:

- 1- موقع بوابة المواطن، تاريخ الإطلاع، 2015/10/27.
<http://www.elmouwatin.dz/?%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%83%D9%88%D9%8A%D9%86-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84>
- 2- موقع، جريدة الفجر الجزائرية، تاريخ الإطلاع 2015/10/27.
<http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news=297797>
- 3- جريدة الحرية الجزائري، تاريخ الإطلاع، 2015/10/27.
<http://www.el-hourria.com/index.php/economie/item/12939>
- 4- الموسوعة الحرة، ويكيبيديا، 2014/03/15.
<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1>
- 5- site officiel de l'organisation mondiale du tourisme 22/09/2013
<http://www.unwto.org/date>