الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون- تيارت-

كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

شعبة: علوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطالب:

بورياشـــي طاهـــــر

تحت عنوان:

النشاط السياحي ومدى مساهمته في التنمية الاقتصادية في الجزائر (2018-2023)

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

أ. د. عبد الهادي مختار	**رئيسا**
أ. بوحركات بوعلام	**مشرفا و مقررا**
أ. خياطي مختار	**مناقشا**

السنة الجامعية: 2024/2023

بسم الله الرحمن الرحيم

"إِنْ أُرِيدُ إِلَّا ٱلْإِصْلَٰحَ مَا ٱسْتَطَعْتُ ۚ وَمَا تَوْفِيقِىٓ إِلَّا

بِٱللَّهِ ۚ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ ﴿٨٨﴾"

سورة هود

إهداء

إلى من قال فيهما سبحانه وتعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم:

"وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُل رَّبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيراً"

الآية 24– الإسراء

الى من ربياني على حب العلم صغيرا وحقق الله حلمهما وأنا كبير

والدايا الحبيبن (رحمهما الله)

إلى الذي علمني السلوك القويم، وأنار حياتي بقبسات الهداية وعلمني أن الصبر هو طريق النجاح، إلى **روح أخي الحبيب** رحمه الله وأنار قبره

إلى من ساندتني وخطت معي خطواتي، ويسرت لي الصعاب، زوجتي العزيزة

وإلى زهراتي وفلذات كبدي **شيراز، شناز ميلنة وأنوار أنياس**

إلى أخوتي وأخواتي وأبنائهم وبناتهم

أهدي هذا الجهد المتواضع

شكر

أشكر المولى عز وجل الذي أنعم علي فأنار طريقي وسهل دربي نحو الهدف المرجو، فأشكره شكرا كثيرا وأحمده حمدا كبيرا يليق بمقامه الجليل.

عرفانا بالجميل والتقدير، أتقدم بجزيل الشكر للسيد رئيس جامعة ابن خلدون تيارت أ.د **بلقومان برزوق**، أستاذ **خياطي مختار** والأستاذ المشرف **بوحركات بوعلام** على مساعدته، ملاحظاتهم وتوجيهاتهم القيمة لإتمام هذا العمل المتواضع، سائلين المولى عز وجل أن يجعلها في ميزان حسناتهم.

الشكر موصول أيضا، الى أعضاء لجنة المناقشة التي قبلت الإشراف على مناقشة هذه المذكرة.

ولكل أساتذة وإداريي كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير –جامعة "ابن خلدون" تيارت أبعث تحية شكر وإحترام.

الملخص

الملخص

يعتبر قطاع السياحة من اهم القطاعات في العالم اليوم، حيث تطورت مجرد ظاهرة للتنقل والرغبة في الاستجمام إلى صناعة عالمية قائمة بذاتها ورافداً أساسيا لاقتصاد العديد من الدول، إذ أصبحت جزءاً لا يتجزأ من التنمية الشاملة، كذلك تعتبر أحد عناصر القوة الناعمة لما لها تأثير مباشر على تكوين صورة ذهنية واقعية عن الدول وشعوبها وامكانياتها، وانطلاقاً من أهميتها كقطاع يعول عليه للمساهمة في التنمية الاقتصادية، تم طرح اشكالية بحثنا التي تدور ما الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في دعم عملية التنمية الاقتصادية في الجزائر، فتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أهم التنائج المتمثلة في أنه رغم ما تتمتع به الجزائر من مقومات سياحية طبيعية وتاريخية هائلة، إلا أنها لازالت بعيدة كل عن درب الدول الرائدة في هذا المجال، وبالتالي تبقي مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الخام ضعيفة، أما أهم ما توصلنا إليه فهو ضرورة الاهتمام بالسياحة المحلية التي تعتبر السياحة المحلية عصب السياحة لأي دولة تسعى إلى النهوض بالقطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الصناعة السياحية، التنمية الاقتصادية، السياحة المحلية.

Abstract:

The tourism sector is considered one of the most important sectors in the world today, as a mere phenomenon of transportation and the desire for recreation has developed into a global industry in it own right and an essential source of the economy of many countries, as it has become an integral part of comprehensive development, it is also considered one of the elements of soft power because it has a direct impact on forming a realistic mental image of countries, their people, and their capabilities, and based on its importance as a reliable sector to contribute to economic development. the problem of our research was raised, which revolves around what role the tourism sector plays in supporting the economic development process in Algeria, from combining the descriptive approach to diagnosing the situation of the tourism sector in Algeria. Through this study, we reached the most important results, namely that despite the enormous natural and historical tourism potential that Algeria enjoys, it is still far from the path of the leading countries in this field, and thus the contribution of tourism remains Algeria's gross domestic product is weak, but the most important thing we have reached is the necessity of paying attention to local tourism, which considers local tourism the backbone of tourism for any country seeking to advance the tourism sector.

Keywords: tourism, tourism industry, economic development, local tourism .

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	الصفحة
الشكر	
الإهداء	
الملخص	
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
فهرس الأشكال	
المقدمة	أ-ز
الفصل الأول: الإطار النظري للمفاهيم الأساسية للسياحة	01
تمهيد	02
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة	03
المطلب الأول: مفهوم السياحة	03
أولا: تعريف السياحة	03
ثانيا: تعريف السائح	09
المطلب الثاني: خصائص السياحة	10
أولا: خصائص السياحة حسب طبيعتها	10
ثانيا: خصائص السياحة حسب تأثرها	12
ثالثا: خصائص السياحة حسب عناصرها	13
المطلب الثالث: الخدمات السياحية	13
أولا: تعريف الخدمات السياحية	14
ثانيا: خصائص الخدمات السياحية	15
ثالثا: أنواع الخدمات السياحية	17
رابعا: أسباب الاهتمام بالخدمات السياحية وإدارتها	19
المبحث الثاني: أساسيات السياحية	22
المطلب الأول: أنواع السياحية	22

أولا: السياحة حسب التصنيف الطبيعي	22
ثانيا: السياحة حسب اتجاه السياح	23
ثالثا: السياحة حسب التصنيف الثقافي	24
رابعا: السياحة حسب المرافق السياحية	26
المطلب الثاني: أهمية السياحة	27
أولا: الأهمية الاقتصادية	27
ثانيا: الأهمية الاجتماعية	29
ثالثا: الأهمية السياسية	29
رابعا: الأهمية البيئية	29
خامسا: الأهمية الثقافية	30
المطلب الثالث: مقومات السياحية	30
أولا: المقومات الطبيعية	31
ثانيا: الإمكانيات التاريخية والأثرية	32
ثالثا: المقومات الدينية	32
رابعا: المقومات الثقافية	32
خامسا: المقومات المادية	32
سادسا: المقومات المؤسساتية	32
المبحث الثالث: السياحة ودورها في التحقيق التنمية الاقتصادية	33
المطلب الأول: مدخل نظري للتنمية الاقتصادية	33
اولا: ماهية التنمية الاقتصادية	33
ثانيا: أبعاد وأهداف ومستلزمات التنمية الاقتصادية	34
المطلب الثاني: أهم نظريات التنمية الاقتصادية	35
أولا: النظريات الكلاسيكية للتنمية	35
ثانيا: النظريات النيوكلاسيكية	36
ثالثا: النظريات الحديثة للتنمية	39

المطلب الثالث: دور وأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية	41
اولا: دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية	41
ثانيا: أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية	44
خاتمة الفصل	53
الفصل الثاني: واقع النشاط السياحي في الجزائر ومدي مساهمته في التنمية الاقتصادية المحلية	53
تمهيد	55
المبحث الأول: نظرة عامة حول واقع السياحة في الجزائر	56
المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الجزائر	56
أولا: المقومات التاريخية والاثرية	56
ثانيا: المقومات الطبيعية	58
ثالثا: المقومات الفندقية	63
رابعا: البني التحتية	66
المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر	67
أولا: السياحة الساحلية	67
ثانيا: السياحة الحموية	69
ثالثا: السياحة الصحراوية	70
المطلب الثالث: تحليل الطلب السياحي في الجزائر	70
أولا: الطلب السياحي في الجزائر	70
ثانيا: معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر	74
المبحث الثاني: اثر السياحة الداخلية على التنمية الاقتصادية المحلية في الجزائر	81
أولا: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	81
ثانيا: مساهمة قطاع السياحة في التشغيل	82
ثالثا: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات	85
رابعا: مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي)	87
خامسا: الانفاق الحكومي الفردي	88

سادسا: الانفاق السياحي الداخلي	89
سابعا: عدد السياح الدوليين الوافدين الى الجزائر	91
ثامنا: الانفاق على السياحة الاعمال	93
خلاصة الفصل	95
خاتمة عامة (نتائج ومقترحات الدراسة)	95
المراجع	102

فهرس

الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1-1)	مزيج المنتجات السياحية	15
(2-1)	أرباح الصادرات حسب فئة المنتج لعام 2019	43
(3-1)	إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين (1950-2021)	45
(1-2)	أهم المواقع التراثية في الجزائر	57
(2-2)	أهم المتاحف الموجودة في الجزائر	58
(3-2)	الحظائر المحمية في الجزائر	61
(4-2)	تطور حجم إمكانات السياحة الحموية في الجزائر (2018-2023)	62
(5-2)	قدرة الإيواء حسب فئة التصنيف (2018-2023)	63
(6-2)	قدرة الإيواء حسب فئة الطابع (2018-2023)	64
(7-2)	وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب الطابع القانوني (2018-2023)	65
(8-2)	عدد المترددين على الشواطئ الجزائرية (2018-2023)	68
(9-2)	منحنى تطور عدد السياح في الموسم السياحي الصحراوي (2018-2022)	69
(10-2)	تطور تدفق عدد السياح في الجزائر (2018-2023)	70
(11-2)	ترتيب الجزائر من مؤشرات التنافسية السياحية	72
(12-2)	وضعية المشاريع السياحية في الجزائر (2018-2022)	74
(13-2)	وضعية وكالات السياحة والاسفار في الجزائر (2018-2022)	75
(14-2)	مناطق التوسع السياحي (2018-2022)	75
(15-2)	نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (2015-2022).	80
(16-2)	نسبة وعدد الوظائف في قطاع السياحة للفترة (2000-2019)	82
(17-2)	مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات (2010 -2020)	84
(18-2)	تطور مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (1995-2018)	86
(19-2)	تطور الإنفاق الحكومي الفردي على السياحة (1995-2018)	87
(20-2)	الإنفاق السياحي الداخلي (1995-2018)	89
(21-2)	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر (1995-2020)	90
(22-2)	تطور الإنفاق على سياحة الأعمال في الجزائر (1995-2019)	92

فهرس

الأشكال

رقم الشكل	عنوان الاشكال	الصفحة
(1-1)	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين (1950-2021)	46
(1-2)	وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب الطابع القانوني (2018-2023)	65
(2-2)	منحني الترددات على الشواطئ الجزائرية (2018-2023)	68
(3-2)	منحني وضعية المشاريع السياحية في الجزائر (2018-2022)	74
(4-2)	منحني تطور عدد وكالات السياحة والاسفار في الجزائر (2018-2022)	75
(5-2)	منحني مناطق التوسع السياحي (2018-2022)	76
(6-2)	منحني تطور السياحة في الناتج المحلي الخام (2015-2022)	80
(7-2)	اليات السياحة في توفير فرص العمل	81
(8-2)	منحني تطور عدد الوظائف في قطاع السياحة	83
(9-2)	منحني تطور مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات (2010 -2020)	84
(10-2)	منحني تطور الميزان السياحي للفترة 1999-2019	85
(11-2)	تطور مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي) (1995-2018)	86
(12-2)	منحني تطور الإنفاق الحكومي الفردي على السياحة (1995-2018)	88
(13-2)	منحني تطور الإنفاق السياحي الداخلي (1995-2020)	89
(14-2)	منحني تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر (1995-2020)	91
(15-2)	منحني تطور الإنفاق على سياحة الأعمال في الجزائر (1995-2019)	92

المقدمة

أصبحت التنمية الشاملة الشغل الشاغل لمعظم دول وحكومات العالم، وحتى يتحقق هذا الهدف فان الأمر يتطلب تعبئة وتجنيد كل الموارد المتاحة منها والبشرية، ضمن سياسات واستراتيجيات كلية قطاعية في إطار ما يسمى الهندسة الشاملة للاقتصاد.

إن من بين الأنشطة الاقتصادية التي تسعي دول العالم على تنميتها هي السياحة التي تعتبر موردا اقتصاديا يساهم بشكل معتبر في زيادة الدخل القومي لهذه المجتمعات، كما تعتبر مصدرا رئيسيا لجلب العملة الصعبة وكذا العمالة، وأثرها على توازن في ميزان المدفوعات، وهدفا لتحقيق برنامج التنمية الاقتصادية. فهي تعتبر أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع النمو الاقتصادي ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، كما أنها تعتبر وسيلة لنشر وتعريف ثقافات وحضارات الدول.

فالسياحة اليوم لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان الذي ينحصر بين المأكل والمشرب والتنزه، بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها، إضافة إلى ذلك الدور الفعال الذي تعلبه في اقتصاديات البلدان النامية والمتقدمة على حد سواء لما حققته الإيرادات السياحية من نتائج معتبرة تتقارب أحيانا مع الإيرادات من المبادلات الزراعية والغذائية في بعض الدول وتفوق العوائد النفطية في دول أخرى، فإذا كان القطاع الصناعي والزراعي من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد عليها جميع دول العالم في بناء اقتصاداتها، فإن السياحة تأخذ المرتبة الثالثة باعتبارها تصنف ضمن قطاع الخدمات، مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا للسياحة، ولا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين التنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام، فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية، كما قامت هذي البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي إضافة لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح.

أما في الجزائر فنرى انه رغم الإمكانيات السياحية الكبيرة التي تزخر بها والتي تؤهلها لاحتلال مكانة هامة في السوق العالمية السياحية، حيث لا يستهان بالمقومات السياحية التي تتوفر عليها (طبيعية، حضـــارية وتاريخية)، وخاصـــة عند مقارنة وضـــعيتها لهذا القطاع مع البلدان الشقيقة، إلا أنه يظهر التفاوت الكبير في مداخيل هذا الأخير والتي تعتبر جد محتشمة، مما يثبت عجز قطاع السياحة في الجزائر وغياب الثقافة السياحية.

إن اجتماع العوامل الســـالفة الذكر وكذا العديد من العوامل الأخرى كاعتبار أن هذا القطاع مصـــدرا للعملات الأجنبية ولفرص العمل، يجعل من الســـياحة في الجزائر قطاعا هاما على المستوي الجزئي والكلي من حيث مساهمته في مختلف مؤشرات التنمية الاقتصادية.

انطلاقا مما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسة لبحثنا المتمثلة فيما يلي:

ما الدور الذي يلعبه القطاع الســـياحي في دعم عملية التنمية الاقتصـــادية في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

- ✓ هل للقطاع السياحي مكانة في الاقتصاد الجزائري؟
- ✓ هل تمكن القطاع السياحي في الجزائر في تحقيق التنمية الاقتصادية؟

وللإجابة على هذه التساؤلات قمنا بوضع الفرضيات التالية :

فرضيات الدراسة:

*لا يزال قطاع السياحة في الجزائر متخلّف ولا تزال مساهمته ضعيفة في الناتج المحلي الاجمالي، أي أن مكانته في الاقتصاد جد ضئيلة؛

*يلعب قطاع السياحة دورا مهما في عملية التنمية الاقتصادية والتخلي عنه يؤدي إلى ضعف أداء الاقتصاد الوطني وحرمانه من مورد هام.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدّراسة الى إلقاء الضّوء على مفهوم السياحة والأهداف التي تسعى إليها وكذا إبراز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد والدور الذي يلعبه في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في جزئه الأول، أما الجزء الثاني فيحاول الوصول إلى وصف أهم عوامل العرض السياحي الجزائري من خلال التعرض لأهم المكتسبات والمقدرات السياحية الطبيعية، الثقافية والتاريخية التي تمتلكها الجزائر ووضع تصور واضح حول وضعية التنمية السياحية في الجزائر ومدى مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية.

أهمية الدراسة:

تأتي هذه الدّراسة لتسليط الضّوء على موضوع مهم ألا وهو الدور الفعال الذي يلعبه القطاع السياحي في تأثيره على التنمية الاقتصادية والاجتماعية وما يحققه من توفير فرص العمل، وزيادة في الدخل الوطني الإجمالي، وجلب للعملة الصعبة بالإضافة إلى ذلك تمكن أهمية الدراسة في معرفة القدرات السياحية التي تمتلكها الجزائر وما مدى مساهماتها بشكل واضح وملموس في التنمية الاقتصادية خاصة والتنمية بمفهومها الشامل عامة.

أ-الأهمية العلميّة:

يعتبر البحث العلميّ من أهم النشاطات التي يمارسها العقل البشريّ منذ القدم، فتقدم الأمم ونهضتها مقترن برعايتها به ومن هنا فإنّ هذه الأهمية للبحث العلميّ تتطلب الاهتمام بالتنمية الشاملة التي أصبحت الشغل الشاغل لمعظم دول العالم، وهذا يتطلب تعبئة وتجنيد كل الموارد المتاحة منها والبشرية، ضمن سياسات واستراتيجيات كلية قطاعية في إطار ما يسمى الهندسة الشاملة للاقتصاد، من بين الأنشطة الاقتصادية التي تسعي دول العالم على تنميتها هي السياحة.

فالأهمية العلمية التي تكتسيها هذه الدراسة هي تبيين القدرات التي تمتلكها الجزائر في هذا المجال ومدى مساهمته في رفع الإيرادات المتأتية منه، كذلك أهميته تكمن في التعريف بالجزائر بين شعوب العالم، بالإضافة الى ما تقدمه هاته الدراسة من معلومات وأرقام حديثة تقدم للبحوث العلمية القادمة قيمة علمية يمكن استغلالها.

ب -**الأهمية العمليّة:**

وتندرجا لأهمية العمليّة لدراستنا فيما يلي:

مدي مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية من خلال مساهمته في العمالة والناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات وتكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي).

مبررات الدراسة: هناك عدة دوافع لاختيار هذا الموضوع منها دوافع ذاتية تتمثل فـــي:

*محاولة إثراء البحوث العلمية والأكاديمية بهذا الموضوع.

دوافع موضوعية: تتمثل في:

*الاهتمام المتزايد بالسياحة العالمية من قبل مختلف بلدان العالم؛

*إبراز المقومات والإمكانيات السياحية للجزائر؛

*إبراز مدى مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية للجزائر؛

*نشر وترسيخ الثقافة السياحية في الجزائر حيث يعد شرطا أساسيا للنهوض بهذا القطاع.

الإطار المنهجي للدّراسة (المناهج، المقاربات والأدوات):

المناهج: بالنظر إلى طبيعة موضوع الدراسة ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المناهج الآتية:

1-**المنهج الوصفيّ:**

يظهر من خلال وصف الظاهرة قيد الدراسة وذلك في مجمل ما يخص هذا القطاع الحيوي وإمكانية التفصيل فيه من خلال التطرق الى الظروف المحيطة به وكذا جمع البيانات والمعلومات حول مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية.

2-منهج التحليلي:

لغرض جعل الدّراسة أكثر صلة بالواقع ونابعة منه، تمّ ربطها بواقع، لذا كان لابد من الاستعانة بمنهج التحليلي من خلال تحليل المعلومات والبيانات التي تندرج تحت منهج المسح لأهم الإحصائيات والمعلومات المتعلقة بمساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة الممتدة من 2018 إلى سنة 2023، ودراستها دراسة علميّة من خلال دراسة العلاقات بين المتغيرات ومقدار تأثيرها في بعضها البعض.

مجالات (حدود) الدّراسة:

أ-الحدود المكانيّة:

تنحصر الحدود المكانية لهذه الدراسة في تشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره التنموي من خلال المساهمة في المؤشرات الاقتصادية.

ب-**الحدود الزمنيّة:**

سأحاول في هذه الدراسة القيام بمسح لأهم الإحصائيات والمعلومات المتعلقة بمساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة الممتدة من 2018 إلى سنة 2023 من خلال مساهمته في العمالة والناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات وتكوين رأس المال المادي.

أدبيات الدّراسة (الدّراسات السّابقة):

لقد تم الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة التي تناولت السياحة، حيث تمت دراسة مختلف الأبحاث والدراسات التي تخصصت في تحليل وتقييم دور السياحة في تنمية اقتصاديات الدول، وقصد جعلها خلفية لدراستنا وستذكر منها:

***دراسة رفيق بودر بالة بعنوان "دور القطاع السياحي في تنمية الاقتصادية دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر و الأردن"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، اقتصاد التنمية، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - 2016 /2017** : تناول الباحث مفاهيم متعلقة بالسياحة وتطورها وأنواعها والأهمية المختلفة وأسس ومكونات السياحة وكذا مفهوم ومتطلبات وعناصر التنمية السياحية وعوامل نجاحها و الإطار النظري للتنمية الاقتصادية والتنمية المستدامة والتنمية السياحية المستدامة، والسياحة البيئية وتناول المسيرة التنموية للقطاع السياحي في الجزائر، وأفاق تنميته وتوصل إلى أن الجزائر تتوفر على العديد من المؤهلات والموارد السياحية، وتعتبر الجزائر من بين الدول القلائل على مستوى العالمي التي تتوفر على هذه الميزة لكن بالرغم من هذا الثراء، إلا أنها لم تولي لهذا القطاع الاهتمام الكاف في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

***دراسة للباحثة شرفاوي عائشة والموسومة بـ "السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية"، أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة الجزائر-3- 2015/2014:** تناولت الباحثة واقع السياحة في الاقتصاد الوطني، وما هي آليات تفعيلها في ظل المتغيرات الاقتصادية الدولية وكذا ابراز أهمية السياحة الاقتصادية والاجتماعية و إبراز مكانة السياحة الجزائرية ضمن منظومة الاقتصاد الوطني وتقييم أداء القطاع السياحي في ظل تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، وتوصلت الباحثة إلى ما يلي:

إن نقص اهتمام الدولة بقطاع السياحة، تردي وضعية المناخ الاستثماري، نقص احترافية مستخدمي القطاع، نقص البنية التحتية، وغيرها من النقاط السلبية كلها كانت سببا في ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري دوليا، كما أن السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع ظلت عاجزة للنهوض بالقطاع رغم انتهاج التخطيط كأساس علمي في عملية التنمية السياحية، حيث أن تحقيق التنمية السياحية المستدامة والتوازنات الاقتصادية الكبرى لن يكون إلا بمشاركة جميع الأطراف الفاعلة من مجتمع مدني والقائمين على القطاع السياحي.

*** دراسة للباحثة سعدي راضية بعنوان "ترقية قطاع السياحة في الجزائر (الدروس المستفادة من التجربة الصينية)" أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة الجزائر-3- 2023/2022 :** تناولت الباحثة مفاهيم أساسية حول السياحة والتنمية السياحية والتطور التاريخي لحركة السياحة الدولية، وكذا تطرقت الى وضعية القطاع السياحي في الجزائر، وانطلاقاً من أهميتها كقطاع يعول عليه للمساهمة في نمو الاقتصاد الوطني، تطرقت الى تشخيص وضعية القطاع السياحي في كل من الجزائر والصين، وتوضيح السياسات المتبعة التي أدت إلى ازدهار السياحة في الصين، وهذا بغية الاقتداء بها والمشي على خطاها، فتوصلت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى أهم النتائج المتمثلة في أنه رغم ما تتمتع به الجزائر من مقومات سياحية طبيعية وتاريخية هائلة، إلا أنها لازالت بعيدة كل البعد عن درب الدول الرائدة في هذا المجال، وأن ما حققته الصين في المجال السياحي يعتبر نموذجا يقتدى به، خاصة وأنها مرت بنفس المراحل التي تمر بها الجزائر حاليا من تدهور للقطاع ونقص في المقومات المادية للسياحة وضعف للموارد البشرية، أما أهم ما توصلت إليه الدراسة فهو ضرورة الاهتمام بالسياحة المحلية التي تعتمد عليها الصين بنسبة تفوق الثمانين بالمائة، إذ تعتبر السياحة المحلية عصب السياحة لأي دولة تسعى إلى النهوض بالقطاع السياحي.

*** دراسة حميدة بوعموشة بعنوان "دور القطاع السياحي في التمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ـ دراسة حالة الجزائر ـ"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس ـ سطيف ـ 2011-2012:** حيث تطرق الى مختلف المفاهيم حول السياحة وتطورها وأسسها وأركانها وأثارها وأهميتها، وكذا تطور التنمية ومفهم المؤشرات وأبعاد التنمية المستدامة، كما تناولت السياحة في الاقتصاديات العربية التجربة المصرية والتجربة التونسية والمغربية وقد توصلت في ختام الدراسة الى أسباب ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني وسبل النهوض به.

***دراسة سماعيني نسيبة بعنوان "دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر"، مذكرة لنيل الشهادة الماجستير في الإدارة الأعمال، إستراتيجية، جامعة وهران، 2013-2014** : حيث تناولت الدراسة مختلف المفاهيم حول السياحة ونشأتها وأنواعها وخصائصها وواقع السياحة في الجزائر من خلال مقومات وأنماط السياحة في الجزائر ووضعية السياحة بعد الاستقلال ومخططات التنمية الوطنية والتنظيم الهيكلي العضوي لقطاع السياحة، وكذا تم التطرق الى أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني من خلال الآثار الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ومعوقات السياحة الجزائرية ترقية القطاع وقد تناولت مخطط التهيئة الاقتصادية لأفاق 2025 ، وقد توصلت الدراسة أن ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني يعود أساسا إلى إهماله مختلف برامج التنمية الاقتصادية، واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد.

***دراسة صليحة عشي بعنوان "الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، اقتصاد التنمية جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010-2011** : حيث تطرقت الدراسة الى المقومات السياحية الطبيعية والتاريخية والحضارية في الجزائر وتونس والمغرب، وتناولت أهم مؤشرات السياحة في الجزائر وتونس والمغرب وكذا أثار السياحة في الجزائر وتونس والمغرب.

وتوصلت إلى أن أداء القطاع السياحي يظهر ضعيفا وغير قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من واقع إيرادات هذا القطاع ومدى مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، ويختلف الوضع في تونس والمغرب إذا يوصف أداء القطاع السياحي فيهما بالإيجابي وذلك من خلال النتائج التي تم تحقيقها على مستوى هذا القطاع.

***مقالة منشورة الدكتور يحي سعيدي، الأستاذ سليم العمراوي، بعنوان "مساهمة القطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية ـ حالة الجزائر–"، في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، العدد السادس والثلاثون ،2013** حيث تناولوا مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية وعناصر الجذب السياحة ومتطلبات التنمية السياحية وأهدافها وكذا دور السياحة في قضايا التنمية من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية ونقل التقنيات الحديثة والمتطورة وتشغيل الأيدي العاملة كذلك المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق وتحسين ميزان المدفوعات، وقد توصلوا إلى أن القطاع السياحي في الجزائر يعاني من عدة نقائص وضعف في برامج التنمية السياحية وذلك ما عكسه ضعف مساهمة هذا القطاع في قضايا التنمية في الجزائر و الاتجاه المتزايد للجزائريين على السياحة في الخارج.

***مقالة منشورة الدكتور شوقي ناجم، بعنوان "مساهمة لسياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، المجلد 05، 2023:**حيث تناولت هذه الدراسة واقع القطاع السياحي الجزائري من خلال جزئيين رئيسيين أولهما يعنى بذكر أهم المقومات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للسياحة الجزائرية، أما الجزء الثاني فيتطرق إلى مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية للبلد من خلال تحليل أهم مؤشرات القطاع السياحي الجزائري، أين لخصت الدراسة إلى أن الجزائر تزخر بمقومات سياحية متنوعة منتشرة على كافة التراب الوطني، فيما يعتبر أداء القطاع السياحي ضعيف وقد أوصت الدراسة بضرورة فتح المجال أمام القطاع الخاص، تكوين العنصر البشري والتخفيف من قيود البيروقراطية.

الفرق بين الدراسات السابقة وموضوع الدراسة:

يشترك هذا البحث مع الدراسات السابقة، من خلال التطرق إلى دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، وتختلف دراستنا مع الدراسات السابقة أنها تستعرض العلاقة بين القطاع السياحي مع التنمية الاقتصادية في الجزائر في الفترة ما بين 2018–2023.

صعوبات الدراسة:

*عدم توفر الاحصائيات والمعطيات المتعلقة بفترة موضوع الدراسة.

*ضيق الوقت المتزامن مع السّداسي الأول.

شرح هيكلة (هندسة) الدّراسة:

قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصليين حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للسياحة من خلال ثلاث مطالب حول مفهوم السياحة، خصائصها والخدمات السياحية، أما في المبحث الثاني فقد تناولنا المحددات الأساسية من خلال ثلاثة مطالب تتعلق بأنواع السياحة وأهميتها ومقومات الجذب السياحي، أما في المبحث الثالث فقد تناولنا السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية من خلال ثلاث مطالب حول مدخل نظري للتنمية الاقتصادية، نظريات التنمية الاقتصادية، ودور السياحة في تعزيز مؤشرات التنمية الاقتصادية.

أما الفصل الثاني فتناولنا فيه مساهمة النشاط السياحي الجزائري في التنمية الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة –الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى 2023– حث تطرقنا فيه إلى واقع القطاع السياحي في الجزائر وأهم معطيات الجغرافية للسياحة الجزائرية وكذا مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية من خلال مساهمته في العمالة والناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات وتكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي).

وفي ختام الدراسة ومن خلال الخاتمة سوف نحاول الحديث عن كيفية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، لتحقيق نتائج إيجابية في ظل المقومات السياحية الهائلة التي تتوفر عليها الجزائر، على ضوء الاستنتاجات المتوصل إليها، وسنورد بعضا من التوصيات التي نأمل أن تكون ذات نفع للباحثين ومتخذي القرار، مما يساعد على تطوير قطاع السياحة وجعله أكثر مردودية في الاقتصاد لدفع عجلة التنمية إلى الأمام.

الفصل الأول: الإطار النظري للمفاهيم الأساسية للسياحة

تمهيد:

تتصدر السياحة اهتمام معظم دول العالم، وذلك بقطاعيها العام والخاص، لما لها من دور هام في اقتصاديات هذه الدول، وتبرز أهميتها أساسا من كونها ظاهرة متعددة الجوانب تستثمر المظاهر الطبيعية للدول، وتستفيد من الملامح الثقافية والاجتماعية لشعوبها.

فالسياحة تعكس مدى التقدم الحضاري والاجتماعي والعلمي للشعوب وذلك لما لها من أبعاد اقتصادية وثقافية وسياسية واجتماعية، كما أنها ظاهرة إنسانية تتصف بالحركة وتتصل اتصالا وثيقا بالعالم الخارجي وبالمجتمع المحلي داخل حدود الدولة.

وعليه أصبحت السياحة تكتسي أهمية في المجالات المختلفة، فجاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول السياحة، وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كالتالي:

المبحث الأول: ماهية السياحة والذي تطرقنا من خلاله إلى مفهوم السياحة وكذا خصائص السياحة، بالإضافة إلى مفهوم الخدمات السياحية وخصائصها، أنواع الخدمات السياحية، بالإضافة إلى أسباب الاهتمام بالخدمات السياحية وإدارتها.

المبحث الثاني: أساسيات السياحية والذي خصصناه لكل أنواع السياحية، وكذا أهمية السياحية، بالإضافة مقومات السياحية.

المبحث الثالث: السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والذي تناولنا من خلاله إلى مدخل نظري للتنمية الاقتصادية، ونظرياتها وكذا دور القطاع السياحي في تحقيق مؤشرات التنمية الاقتصادية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة

تعتبر السياحة أحد الركائز الأساسية في الاقتصاد والتي تتأثر في تطورها بتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وسنحاول من خلال هذا المبحث تقديم إطار نظري عن السياحة، من خلال استعراض أهم النقاط المتعلقة بها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

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

أولا: تعريف السياحة

حظيت السياحة لعدة تعاريف اختلفت حسب الهيئة الصادرة عنها أو الفترة التي سادتها والتي سنتطرق لأهم التعاريف التي أعطيت لها.

أ- التعريف اللغوي للسياحة:

يعود مفهوم السياحة لكلمة " **Tour** " المشتقة من الكلمة اللاتينية" **Torno** " ، ففي عام**1643** م ولأول مرة، تم استخدام المفهوم " **Tourism** " ليدل على السفر أو التجوال أو الانتقال أو الترحال من مكان لآخر، حيث يتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين[1].

كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في سورة التوبة عند قوله تعالى: " فَسِيحُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ أَرۡبَعَةَ أَشۡهُرٖ وَٱعۡلَمُوٓاْ أَنَّكُمۡ غَيۡرُ مُعۡجِزِي ٱللَّهِ وَأَنَّ ٱللَّهَ مُخۡزِي ٱلۡكَٰفِرِينَ "[2] وفي قوله تعالى من نفس السورة: ٱلتَّٰٓئِبُونَ ٱلۡعَٰبِدُونَ ٱلۡحَٰمِدُونَ ٱلسَّٰٓئِحُونَ ٱلرَّٰكِعُونَ ٱلسَّٰجِدُونَ ٱلۡأٓمِرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَٱلنَّاهُونَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡحَٰفِظُونَ لِحُدُودِ ٱللَّهِۗ وَبَشِّرِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ "[3].

---

[1] خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، **صناعة السياحة في الأردن**، دار وائل للنشر، الأردن، 200، ص 18.

[2] القرآن الكريم، سورة التوبة الآية 1 و 2.

[3] القرآن الكريم، سورة التوبة الآية، 112.

كما عرفت أيضا باسم السفر أو السير في الأرض حسب التعبير القرآني في سورة العنكبوت في قوله تعالى: " قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانْظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنْشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ "[1].

وهناك العديد من المفاهيم اللغوية للسياحة نذكر من أهمها:

السياحة أو الحركة والتنقل غريزة إنسانية اجتماعية كغريزة المعرفة والدفاع عن النفس، فهي إحدى الطبائع البشرية، والسياحة لغة تمثل الانتقال من المكان الأصلي والرحيل والتجوال والعودة مرة أخرى إلى نفس المكان[2].

– كما نجد أن السياحة حسب قاموس لاروس " Larousse " هي عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، المالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السياح[3].

– وأشار قاموس " Oxford " إلى أن مصطلح سائح قد استخدم لأول مرة في اللغة الإنجليزية عام **1800** م، وأن مصطلح السياحة قد استخدم فعليا عام **1811** م[4].

– بينما قاموس روبارت " Robert " قد أوضح أن مصطلح سائح قد عرف في اللغة الفرنسية عام **1716** م، بينما عرف مصطلح سياحة عام **1741** م، حيث أشار هذا القاموس لاشتقاق مصطلحي السائح والسياحة من اللغة الإنجليزية[5].

– كما أن لفظ" السياحة "كان معروفا في اللغة العربية كذلك، حيث نجد أنه يعني التجوال، وعبارة" ساح في الأرض "تعني ذهب وسار على وجه الأرض[6] .

---

[1] سورة العنكبوت الآية 20.

[2] حسين كفافي، **رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية**، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987، ص 11.

[3] مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :**مبادئ السفر والسياحة**، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص 47.

[4] كمال درويش ومحمد الحماحمي، **رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ**، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1997 ، ص248.

[5] نفس المرجع السابق، ص 248.

[6] محسن أحمد الخضيري، **التسويق السياحي" مدخل اقتصادي متكامل"**، مكتبة مدبولي، دون ذكر مكان النشر، 2002 ، ص 70.

ب :التعريف الاصطلاحي للسياحة:

لم يتبلور مفهوم السياحة بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث، حيث جرت عدة محاولات لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة، فهي مفهوم متعدد الجوانب من الناحية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والدولية.

1-تعريف السياحة حسب بعض الهيئات الرسمية:

كما أن هناك بعض الهيئات ذات الطابع الرسمي والتي ساهمت في إثراء مفهوم السياحة وإعطاء تعريف لها حسب رؤيتها الخاصة مثل:

1.1- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: ترى الأكاديمية الدولية للسياحة بأن السياحة هي اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه، وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح، ففي تعريف لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لهيئة الأمم المتحدة سنة**1937** م، فقد أوصت بعدة إصلاحات لتعريف السائح حيث يقصد به كمبدأ عام أي شخص يسافر لفترة زمنية من 24 ساعة أو أكثر غير تلك التي يقيم فيها بصفة دائمة[1].

2.1- تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية للسياحة: بينما منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O.E.C.D) فترى في السياحة أنها صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من حركة البضائع[2].

3.1- تعريف المنظمة العالمية للسياحة: أما المنظمة العالمية للسياحة فقد حددت تعريفا للسياحة سنة**1963** م يفرق بين الزوار الذين يمثلون كل شخص يتوجه إلى بلد لا يقيم فيه، عادة لأغراض مختلفة وليس لممارسة مهنة مقابل أجر.

[1] يسرى دعبس، **صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق**، البطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003 ، ص 160.

[2] مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :**مرجع سابق**، ص 47.

4.1-تعريف الجمعية البريطانية للسياحة: أما تعريف هذه الجمعية للسياحة الذي ظهر عام **1981** م، فمفاده أن السياحة هي مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة والبقاء بعيدا عن المنزل[1].

5.1- تعريف هيئة الأمم المتحدة للسياحة: وفي اجتماع لهيلة الأمم المتحدة سنة **1963** تحت عنوان السياحة الدولية فقد تم تعريف السائح الدولي على أنه كل شخص يكون موجودا بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال أربع وعشرين ساعة أو أكثر[2].

2- تعريف السياحة حسب أهم الباحثين:

يطلق عليها اصطلاحا بأنها صناعة القرن العشرين وغذاء الروح وبترول القرن الحادي والعشرين، ومن أبرز التعاريف:

* تعتبر السياحة مجموعة علاقات وظواهر ناتجة عن السفر وإقامة الأفراد بحيث أن مكان الإقامة ليس رئيسيا وليس دائما وليس مكان عمل[3].

* عرفت السياحة بأنها مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة[4].

* وهي عبارة عن الزيارة لمدة ليلة واحدة على الأقل من أجل الاستمتاع بوقت الفراغ والإجازة أو أغراض أخرى مثل الأعمال وممارسة المهنة وأية أغراض سياحية أخرى[5] .

---

[1] مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ :**مرجع سابق**، ص47.

[2] مروان السكر، **مختارات من الإقتصاد السياحي**، الجزء الخامس، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 1999 ، ص14.

[3] كواش خالد ، **السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها"** ، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007 ، ص26.

[4] ماهر عبد العزيز توفيق، **صناعة السياحة**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997 ، ص –ص .21-22.

[5] محمد البنا، **إقتصاديات السياحة والفندقة**، الدارة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009 ، ص33 .

* السياحة هي جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، وهي عبارة عن انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد عبور الدولة الأخرى [1] .

3- تعريف السياحة حسب العوامل المؤثرة عليها: تتأثر السياحة بالعديد من العوامل الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، التكنولوجية والبيئية، ويمكن تعريف السياحة بواسطة العوامل المؤثرة عليها كما يلي[2]:

1.3- المحيط الاقتصادي: تمثل السياحة بالنسبة للاقتصادي، صفات النشاط الاقتصادي عن طريق إنتاج السلع والخدمات السياحية المتمثلة في الأدوات الرياضية، تجهيزات الترفيه، المباني، أما الخدمات فتتمثل في النقل، الإيواء، المطاعم، التنشيط والترفيه وغيرها، إنتاج السلع غير السياحية والتي يستهلكها السائح مثل النقل والهياكل القاعدية، وهذا ما يوضح وجود ترابط بين السياحة ومختلف الفروع الأخرى.

2.3- المحيط السياسي: في هذا المجال تتدخل الدولة لوضع سياسة سياحية معينة لتوجيه وتخطيط السياحة خاصة في البلدان النامية، باعتبار أن السياحة مورد أساسي لاقتصادها، كمصر، المغرب، تونس، فهي تعد ثالث بند من بنود حركة التجارة الدولية بعد المنتجات البترولية وصناعة السيارات. وهنا يجب أن نذكر بأن الوضع السياسي له علاقة وطيدة بالسياحة فهو الذي يساهم في تطورها أو تأخرها.

[1] عثمان محمود غنيم و بنيتا نبيل سعد، **التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل**، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع،2003، ص ص 22،23.

[2] كواش خالد، **مرجع سابق**، ص 29.

3.3- المحيط الاجتماعي: باعتبار السياحة كظاهرة اجتماعية، فهي تستحوذ على اهتمام الباحث الاجتماعي من حيث البطالة، التضخم، الهجرة، استهلاك الزمان والمكان، تبادل القيم والعادات، العلاقات الاجتماعية والتعارف، استرجاع قوة العمل، حيث أن هذه الحركة تتم إراديا واختياريا بغرض الترويح والاستجمام النفسي والبدني والعقلي.

كما أن الجانب الاجتماعي من السياحة يتمثل في كونها وسيلة للاتصال الثقافي والحضاري الذي يساعد على تكوين الشخصية السوية والتقليل من المسافات والفوارق بين الشعوب.

4.3- المحيط البيئي: يعتبر المحيط البيئي أساس السياحة، لأن العوامل الطبيعية كالطقس والمناخ، البحار، الجبال وغيرها، هي التي تحدد وجود السياحة باعتبارها المكون الأساسي والعرض الأصلي لها.

5.3-المحيط التكنولوجي: ككل الفروع الاقتصادية، تتأثر السياحة بالتطور التكنولوجي السائد في الدولة، خاصة في مجال التجهيزات السياحية ووسائل النقل المستعملة، فكلما كان التطور التكنولوجي إيجابيا كلما كانت النتائج السياحية إيجابية والعكس صحيح.

مما سبق نستنتج بعض النقاط التي توضح المفهوم الشامل للسياحة:

- وجود مناطق الجذب السياحي وهي الأماكن والمناطق التي يقصدها الزائر؛
- مدة إقامة الزائر في البلد المضيف لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة؛
- السياحة ظاهرة متكونة من العديد من العناصر والأنظمة الداخلية التي ترتبط وتتفاعل مع بعضها البعض؛
- تمثل السياحة مجموعة من الظواهر والأنشطة البشرية والعلاقات التي تتولد نتيجة عمليات الانتقال من مكان إقامتهم إلى البلد المستقبل، دون تحصيل أي دخل مادي.

4-السياحة كصناعة:

في محاولة لتعريف السياحة كصناعة، وهذا في العقود الماضية أين كان الاهتمام جديدا بدراسة السياحة أكاديمياً، اعتبر الكثير من المختصين السياحة بأنها غير موجودة كصناعة منفصلة يمكن تحديدها ولكنها تمثل قطاعًا عرضيًا للعديد من المجموعات والصناعات، فتم تحديد أربع مجموعات يجب أخذها في الاعتبار عند تعريف صناعة السياحة وهي[1]: السياح، والموردون، وحكومة الوجهة (المنطقة المضيفة)، وسكان الوجهة (المنطقة المضيفة)، في هذا السياق عرّفت صناعة السياحة: "على أنها العلاقة المتبادلة الناشئة عن تفاعل هذه المجموعات الأربع العريضة في عملية جذب السياح وتلبية احتياجاتهم".

كما يرى الاقتصاديون المعاصرون أن السياحة صناعة مثل غيرها من الصناعات وقد أخذوا منحيين في دراسة السياحة، يركز الأول على العرض والطلب وميزان المدفوعات والتبادل المالي الخارجي والانفاق على السياحة والتأثير الاقتصادي، بينما يركز المنظور الثاني على دور السياحة في تطوير الاقتصاديات الوطنية وتنمية المناطق السياحية: المنتجعات، المنتزهات، مراكز الترفيه، وغيرها[2]، غير أن هذا التعريف يأخذ بالمنهج الاقتصادي فقط مهملا الجوانب الأخرى كآثارها البيئية والاجتماعية.

كما أشارت أيضاً منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (O.E.C.D.) [3] إلى أن السياحة صناعة تعتمد على حركة الأفراد أكثر من البضائع، وفي سنة 1994م أعلن المجلس العالمي للسياحة[4] "أنها أصبحت أكبر الصناعات العالمية دخلا للاقتصاد القومي"، وبالتالي نستنتج أن النظرة إلى السياحة قد تغيرت من مجرد ظاهرة اجتماعية انسانية إلى صناعة مركبة تهدف لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في العصر الحالي.

---

[1] Michael M.Coltman, Tourism Marketing, Van Nostrand Reinhold, New York, USA, 1974, p 2.

[2] حمزة عبد الحليم درادكة، حمزة عبد الرزاق العلوان، مروان محمد أبو رحمة، مصطفى يوسف كافي، الجغرافيا والمعالم السياحية Tourism Geography، الطبعة الاولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 17.

[3] حمزة عبد الحليم درادكة، حمزة عبد الرزاق العلوان، مروان محمد أبو رحمة، مصطفى يوسف كافي، مبادئ السياحة Principle Tourism، الطبعة الاولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 18.

[4] هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة الاولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 11.

ثانيا: تعريف السائح: يعتبر السائح أو الشخص الذي يقوم بعملية السياحة العنصر الهام في النشاط السياحي لذلك وجب التطرق لمفهومه من خلال:

تعريف السائح: هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي، بهدف الكسب غير المادي أو للدراسة، وقد تشمل داخل بلده (سائح محلي) أو في داخل بلد غير بلده (سائح أجنبي)، ولفترة تزيد على أربعاً وعشرين ساعة[1].

كما أشارت اللجنة الاجتماعية والاقتصادية لغربي آسيا التابعة للأمم المتحدة أن السائح هو أي شخص يقوم برحلة بين دولتين أو أكثر لمدة تزيد عن الأربع والعشرين ساعة وتقل عن سنة وذلك بغرض قضاء عطلة أو وقت فراغ، ممارسة أعمال معينة، للتجارة أو لأية أغراض أخرى، حيث يتضمن النشاط السياحي خدمات الفنادق والمطاعم، خدمات وكالات السفر ومنظمي ومشغلي الرحلات، خدمات الإرشاد السياحي، وخدمات أخرى تتمثل في النقل والاتصالات والتنزه والمتاحف[2].

فالسائح هو الذي يسافر ويبقى بعيدا عن وطنه من أجل أسباب مختلفة لفترة زمنية معينة لا تقل عن الأربع والعشرين ساعة، دون قصد الإقامة الدائمة أو ممارسة أي أعمال تجارية، ولا يمكن اعتبار الفئات التالية من الأفراد ضمن فئات السياح[3]:

*المسافرون إلى بلد ما بغرض الحصول على عمل بهذا البلد؛

* الدارسون بمختلف المراحل التعليمية؛

* الأشخاص القادمون للإقامة الدولية؛

* المسافرون العابرون إلى بلد آخر ويغادرونه في نفس اليوم؛

*الأفراد المقيمون في مناطق الحدود؛

* الأفراد المقيمون في بلد ويعملون في بلد آخر مجاور من أجل التعليم.

---

[1] عصام حسن السعيدي، **إدارة مكاتب و شركات وكلاء السياحة و السفر**، دار الراية للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص15.

[2] إياد عبد الفتاح النسور، **أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيمي"**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ، ص، ص23،24.

[3] زيد منير عبوي، **المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة**، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2008 ، ص145.

المطلب الثاني: خصائص السياحة

تعد السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهي تتميز بعدة خصائص ارتأينا تبويبها من حيث طبيعة السياحة نفسها، تأثيرها، وعناصرها المكونة لها، ومن هذا المنطلق فإن خصائص السياحة تتمثل في:

أولا: خصائص السياحة حسب طبيعتها

تتميز السياحة من حيث السوق السياحي وكذا من حيث الخدمات المقدمة للمستهلك السائح بطبيعة تميزها عن مختلف المنتجات[1]:

* عدم إمكانية الاحتكار أو النقل في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة؛

*يمتاز المنتوج السياحي بخاصية الاختلاف لأنه دوما سيكون هنالك اختلاف في الجودة حتى لو كان هناك تطابق في الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة؛

*التكامل بين مختلف الخدمات السياحية المقدمة فالتقصير في إحداها يقلل من قيمة المنتج السياحي النهائي المقدم للسائح؛

*تتميز مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى تحتية وخدمات تكميلية؛

*السوق المستهدف لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية من مواطني الدولة إلى عملاء السياحة الخارجية من مواطني الدول الأخرى، فهو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية؛

*عدم مرونة أسعار المنتجات السياحية وذلك لكونها لا تتغير بشكل كبير مع تقلبات الطلب مقارنة بالسلع الأخرى.

[1] سعيد محمد المصري، **إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية" المفاهيم والاستراتيجيات"**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001 ، ص20.

ثانيا: خصائص السياحة حسب تأثرها

كما نلاحظ أن قطاع السياحة له تأثير على العديد من الجوانب جديرة بالذكر، تعطي للسياحة خصائص أخرى تتمثل في[1]:

تعد السياحة من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع؛

* يمتد نطاق المنافسة إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة دائما ما تكون عالمية بين الدول المختلفة، لهذا فهي أيضا تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛

* أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة؛

* كل فئات المجتمع بكل انتماءاتها المنظمية عامة أو خاصة، سواء كانت تهدف أو لا تهدف إلى ربح، تابعة للقطاع الحكومي أو غيره، فإنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، لأنها تشكل الصورة الذهنية المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة[2] ؛

* الاعتماد على المرافق السياحية الأخرى كالبنى التحتية في الموقع السياحي من نقل ومبيت.

كما أن الأنشطة السياحية تؤثر على المستوى الكلي للدولة من خلال عدة زوايا، نوردها في العناصر التالية[3]:

* التحسين المستمر للأنشطة البيئية والموارد الطبيعية وخاصة المحميات الطبيعية؛

---

[1] أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف، **تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية**، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 14.

[2] عبيدات محمد ، **التسويق السياحي"مدخل سلوكي"**، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000 ، ص19.

[3] محمد عبد الفتاح العشماوي :**المحاسبة السياحية**، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009 ، ص، ص 21،22.

* تعظيم قيم التواصل والاتصال بين الشعوب المختلفة وزيادة الحصيلة من ثقافاتها ومعارفها وتجاربها؛

* تدعيم خطط التنمية الإقليمية بالدولة وخلق مناطق عمرانية وصناعية جديدة قريبة من التجمعات السياحية.

* التحسين والتطوير المستمر للأنشطة العمرانية والثقافية، وتنمية الأنشطة الصناعية الحرفية الموروثة؛ التأثير على الدخل الفردي والقومي وتحسين معدلات النمو الاقتصادي؛

ثالثا: خصائص السياحة حسب عناصرها

تتميز السياحة على أساس العناصر المكونة لها بالخصائص التالية[1]:

* العنصر الحركي والمتمثل في الانتقال من مكان إلى آخر؛

* العنصر الساكن والمقصود به عملية الإقامة في المنطقة السياحية؛

*العنصر الإنساني وهو الفرد الذي ينتقل من مكان إلى آخر؛

* عنصر الغرض ويمثل مجموعة العناصر الغرضية المرتبطة بالطبيعة والبيلة والتاريخ وكذلك التسهيلات ومختلف الخدمات السياحية.

ومن خلال العديد من الخصائص التي تم استعراضها والتي تتمتع بها السياحة، تبين لنا أن جميعها تتفق على أن هناك عناصر أساسية تحددان السياحة هي" الانتقال، الغاية والمدة."

[1] كمال درويش ومحمد الحماحمي، **مرجع سابق**، ص250.

المطلب الثالث: الخدمات السياحية

تعتبر الخدمات السياحية المنتج الذي يُقدم للسائح والذي يساهم في العمل على إشباع رغباته وشعوره بالرفاهية، والتي سنتطرق لأهم مضامينها في هذا المطلب.

أولا: تعريف الخدمات السياحية

إن كلمة منتوج من الناحية اللغوية مصطلح شامل يعني جميع ما يقدم للمستفيدين من سلع وخدمات، أما المنتوج السياحي فهو:

* يعني المنتوج السياحي كل ما يقدم للسياح من المناظر الطبيعية والمسابح والفنون الشعبية، النصب التذكارية، الآثار التاريخية، الآثار الدينية، الرياضية والتسلية، وتعتبر كل هذه العناصر السابقة الذكر كمواد خام يجب تطويرها من أجل تلبية احتياجات الأسواق المختلفة. [1]

* في حين أن كلمة الخدمات السياحية يفهم منها على أنها مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح الراحة ومختلف التسهيلات عند استهلاك الخدمات والسلع السياحية وذلك خلال وقت سفرهم أو خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي[2].

الخدمات السياحية هي كل ما يشمل أحد العناصر التالية:

- التراث الطبيعي :ويتمثل في المناظر الطبيعية، الجغرافية؛
- التراث البشري :المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد؛
- الجوانب التنظيمية والسياسية والقانونية والإدارية للبلد؛
- مشاركة الشعب في الحكم وتهيئة وقت العمل وتخطيطه لأوقات العمل والعطل كذلك الترقية، الإشهار والتي تعد جوانب اجتماعية؛
- وسائل الخدمات من نقل، إيواء، مطاعم وغيرها؛
- الأنشطة الاقتصادية والمالية؛

[1] زكي خليل المساعد، **تسويق الخدمات وتطبيقاته**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 ، ص220.
[2] مروان السكر، **مختارات من الاقتصاد السياحي**، مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1997 ، ص 39.

– تعرض معظم المناطق السياحية منتجات وخدمات سياحية شاملة مثل الأشياء الثقافية والترفيهية، والخدمات المتعلقة بالمؤثرات، والخدمات الاجتماعية، والخدمات الدينية وغيرها وذلك بهدف وضع استراتيجية لمنتوج سياحي ما، حيث يخلق السياح الطلب على الخدمات السياحية التي تتمثل في العرض في السوق[1] .

والجدول الموالي يوضح عرض مزيج للمنتجات السياحية المختلفة والتي قد نجدها على مستوى مختلف المناطق والأماكن السياحية:

الجدول رقم (1–1): مزيج المنتجات السياحية.

الأماكن الدينية	– الآثار الدينية والطبيعية. – الأماكن الدينية.	–مختلف الأضرحة. –مراقد الأولياء.
الأماكن الثقافية	– المتاحف. – الآثار التاريخية.	–المسارح الفنية.
أماكن الترفيه والتسلية	– المنتزهات العامة. – الغابات.	–الحيوانات. –الغوص في البحار.
أهم الأحداث والمناسبات	– المهرجانات الثقافية. – المهرجانات الفنية.	–المعارض التجارية. –الاستعراضات.

المصدر :زكي خليل المساعد، **تسويق الخدمات وتطبيقاته**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص .223 .

ثانيا: خصائص الخدمات السياحية

إن الخدمات بشكل عام تتميز بكونها غير ملموسة وغير مادية، مما يعني من المستحيل تحسسها أو لمسها، كما لا يمكن فصلها عن مقدمها لأن هناك ترابط كبير بينهما وهذا ما يجعل من الصعب وضع نمط معين للخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها بنفس النوعية[2].

[1] سراب إلياس وآخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن،2001،ص 26.
[2] سراب إلياس وآخرون، **مرجع سابق**، ص ص 27،26.

كما تتميز الخدمات بالطلب المتذبذب وصـــعوبة كبيرة في التنميط بدرجة لأنها تتصف بالتغير والتنوع، بالإضافة إلى أن للخدمات السياحية خصائص كثيرة تميزها عن بقية الخدمات الأخرى جزء منها ينبع من طبيعة السياحة نفسها.

أما الجزء الآخر يعتمد على نوعية الحاجات المتميزة التي تلبى من خلال تقديم مختلف الخدمات، ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي[1]:

*عملية تقديم الخدمات السياحية تبدأ وتنتهي في مكان وزمان إنتاجها وهو ما يعني قابليتها للفناء؛

* تعتمد معظم الخدمات السياحية على العنصر البشري في عملية إنتاجها وتقديمها لأنها تقدم مباشرة للسياح؛

* الخدمات السياحية تلبي حاجات السياح الأساسية مثل النوم والأكل والشرب وغيرها أثناء فترة إقامتهم؛

* الخدمات المقدمة للسياح توحد جهود وأعمال العديد من الأفراد كجهود العاملين المتخصصين في السياحة وجهود وأعمال شركات ومنظمات أخرى كالمواصلات والاتصالات وغيرها؛

* التنوع الكبير في أشكال ووسائط الخدمات السياحية لأن الزبائن غير متجانسين من حيث الجنسية، العمر، الطبقة الاجتماعية، القدرة المادية والاهتمامات والخبرة عند ممارسة السياحة؛

* الاحتكاك المباشر والمستمر بين طاقم العمل والسياح مما يؤدي إلى الحكم على ثقافة وأدب السكان الأصليين للمنطقة الأصلية؛

* تعدد الأطراف المؤثرة على السياحة نظرا لتشابك صناعتها مع باقي النشاطات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية بالدولة؛

[1] أبو قحف عبد السلام ، **إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق**، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2004، ص 21.

* السياحة تتطلب نوعية وجودة من الخدمات لأنها تشبع حاجات ورغبات الأفراد خلال أوقات فراغهم لتحقيق الرفاهية والراحة لهم أو خلال ظروف خاصة كمقابلات الأعمال؛

* السرعة عند تقديم الخدمة لإشباع رغبة السياح خلال أوقات إقامتهم في الموقع السياحي وذلك للاستمتاع بأوقاتهم واستخدام جميع الإمكانيات السياحية الأخرى.

ثالثا: أنواع الخدمات السياحية

لقد صنفت المنظمة العالمية للسياحة المنتج السياحي إلى كل المقومات الطبيعية الممكنة كالمناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، التراث الطاقوي، وكذلك كل المقومات البشرية وما ترمز إليه من ثقافات للشعوب المختلفة وعاداتهم وتقاليدهم، وكذا المقومات التنظيمية والقانونية، الجوانب الاجتماعية ومنها التركيبات والبنيات الاجتماعية والعرقية للبلد، ووسائل الخدمات المختلفة كالنقل والإيواء والإطعام، إضافة إلى مختلف الأنشطة الاقتصادية والمالية[1].

وتختلف الخدمات السياحية تحت تأثير العديد من العوامل حيث يمكن تقسيمها إلى مايلي:

أ: الخدمات السياحية من حيث أهميتها

بما أن الخدمات السياحية هي مجموع الوسائل المادية الضرورية لتأمين أو تسهيل اشتراك الناس في السياحة وتحقيق أهدافها وخلق واستعمال الخدمات للسياح، ومن هذا المنطلق يمكن التمييز بين الخدمات السياحية الأساسية والخدمات السياحية التكميلية[2]:

01- **الخدمات السياحية الأساسية:** تتمثل الخدمات الأساسية في خدمات النقل بجميع وسائله التي تساهم في نقل السياح إلى وجهاتهم المرغوبة فيها داخل المنطقة السياحية، وخدمات الإيواء في الفنادق والموتيلات والشقق وغيرها، وكذا خدمات الطعام والشراب الموجهة للسياح.

---

[1] بلالطة مبارك و كواش خالد، **سوق الخدمات السياحية**، مجلة :العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 27 ، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2005 ، ص، ص151،150.

[2] سراب إلياس وآخرون، **مرجع سابق**، ص 86.

02- **الخدمات السياحية التكميلية:** وهي تتمثل في الرياضة والترفيه بأنواعه، المتاجر التي تقدم السلع الاستهلاكية، الخدمات الثقافية كالمسارح ومواقع الحفلات، الخدمات الأخرى الخاصة بالسياح كمحلات تصفيف الشعر، ورشات التصليح والبنوك بالإضافة إلى خدمات الاستقبال التي تشمل مكاتب السفر ومراكز الاستعلامات.

ب: الخدمات السياحية من حيث سوقها

ويمكن تقسيم الخدمات السياحية من حيث السوق السياحي إلى صنفين هما: [1]

01-**الخدمات السياحية من وجهة نظر العرض السياحي:** بالنظر لشكل القيمة الاستهلاكية للسلع والخدمات السياحية يمكن تقسيمها إلى عدة مجموعات تضم الخدمات السياحية المختلفة كالخدمات التي تؤمن المبيت والإطعام في المواقع السياحية، الخدمات التي توفر الرفاهية للسياح والخدمات الصحية، بالإضافة إلى التحف والسلع الأخرى التي تستهلك في الموقع السياحي.

02-**الخدمات السياحية من وجهة نظر الطلب السياحي:** أنواع الخدمات من وجهة نظر الطلب فهي قد تكون خدمات المواصلات، أو خدمات تأمين المبيت والإطعام في المرافق السياحية، أو الخدمات الترفيهية في المناطق السياحية.

ج: الخدمات السياحية من حيث طبيعتها

تتضمن الخدمات السياحية بالنظر إليها من حيث الطبيعة السياحية، جميع خدمات السياح والتسهيلات المقدمة لهم، بالإضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى نوضحها فيما يلي:

01-**خدمات الضيافة:** إن دور المنطقة المضيفة يفترض بها تقديم الاهتمام للسائح سواء من طرف المواطنين أو الهيئات والمؤسسات الرسمية أو غير الرسمية، لأن التجربة الإيجابية للسائح تجعله يشعر بالارتياح والأمان أي احتمالية أكبر في تكرار الزيارة والتأثير على الآخرين لزيارة البلد[2].

---

[1] مروان السكر، **مرجع سابق**، ص، ص115، 122.

[2] مقابلة خالد، **فن الدلالة السياحية**، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص 145.

02- **الخدمات الأمنية:** وتتمثل في بعض الخدمات المقدمة للسياح والتي من شأنها تفادي بعض المشاكل التي قد تعيق الحركة السياحية في المنطقة السياحية ومن ضمنها إعداد رجال الأمن وتوزيعهم، وحتى عمليات الإرشاد السياحي وتوفير مراكز الاستعلام السياحية والترفيه السياحي والمشتريات السياحية.

03- خدمات التسهيلات المختلفة: وتندرج ضمن التسهيلات المختلفة التسهيلات الصحية والخدمات الطبية عند الحاجة، الخدمات المالية، وغيرها من التسهيلات التي يحتاجها السائح أثناء رحلته السياحية.

رابعا: أسباب الاهتمام بالخدمات السياحية وإدارتها

سنحاول التعريج في هذا الفرع على دوافع الاهتمام بالخدمات السياحية كونها الحافز الرئيسي للطلب على السياحة بالإضافة إلى إدارتها.

أ: أسباب الاهتمام بالخدمات السياحية

يعتقد معظم خبراء السياحة أن التخطيط للمنتجات السياحية عمل ضروري وأساسي من أجل مضاعفة الآثار الإيجابية للسياحة من جهة، ومن جهة أخرى للتغلب على الآثار السلبية لها، ومن أهم الحقائق التي تبرر تكوين خطة مدروسة للمنتجات والخدمات السياحية هي الموازنة المثلى بين العرض السياحي والطلب السياحي، من أجل تحقيق أهداف المنظمة السياحية.

وبالتالي تحسين نوعية الخدمات باستمرار وكذا تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المنطقة السياحية، وهي من أهم المتطلبات الواجب توفرها في المقصد السياحي إلى جانب البنى التحتية[1].

[1] مقابلة خالد وعلاء السرابي، **التسويق السياحي الحديث**، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001 ، ص 136.

بالإضافة إلى أن من أهم أسباب الاهتمام بالخدمات السياحية ما يلي[1]:

- التوسع في فرص العمل والمساهمة في الاحتراف والتميز؛
- تنسيق التسهيل مع المنظمات العالمية؛
- المحافظة على التوازن البيلي وحماية الطبيعة؛
- تحسين البنية التحتية والفوقية.

ب: إدارة الخدمات السياحية

يتوقف نجاح الخدمة السياحية على مدى تميز الخدمة السياحية عن الخدمات السياحية المنافسة، وكذا طبيعة هذه الخدمات فكلما كانت تتميز بالسهولة وبيسر تقديمها كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسياح، كما أن وضوح الخدمة وارتفاع مستواها ومناسبة أسعارها يلعب دور هام في المد السياحي[2].

وتتضمن إدارة الخدمات السياحية أربعة عمليات أساسية تتمثل في التخطيط، التنسيق، التدريب وتقييم الخدمات، وهذه العمليات نوضحها كما يلي: [3]

01- **التخطيط للخدمات السياحية الضرورية:** لكل منطقة سياحية مميزاتها الخاصة التي تستقطب السياح سواء بهدف الترفيه أو بهدف زيارة الأماكن التاريخية أو الدينية أو غيرها، لهذا وجب التخطيط للخدمات الواجب تقديمها حسب طبيعة هذه المنطقة السياحية مع حاجات ورغبات وتوقعات السياح من خدمات الإطعام والمبيت، تقديم المعلومات اللازمة، كخدمات الأمن وخدمات الصحة العمومية وغيرها.

وعملية التخطيط هذه تتطلب كذلك توفير مراكز لخدمات السياح، توفير وكلاء للسياحة ونوادي للسيارات، مؤسسات للإيواء، مكاتب التذاكر، مؤسسات ومراكز ثقافية، خدمات البريد، ومحطات الوقود، والمحلات التجارية.

---

[1] نفس **المرجع السابق** ، ص 136.

[2] الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، **مرجع سابق**، ص63.

[3] **نفس المرجع** ، ص 63.

02- **تنسيق خدمات السياح:** إن عملية تنسيق خدمات السياح لا تتطلب معرفة بكيفية تقديم الخدمات فقط بل تحتاج أيضا لفهم دقيق لطبيعة العوائق والمشاكل التي تواجه الأفراد والمؤسسات الذين يقدمون تلك الخدمات، لهذا فلكي يتم التنسيق بشكل أفضل تحتاج كل مؤسسة لفهم واضح لحاجات السياح والعلاقات بين المؤسسات والوكالات والهيئات السياحية المختلفة ليتسنى لها الاستجابة بشكل يتناسب مع حاجات وتوقعات السياح.

03- **التدريب لتقديم الخدمات السياحية:** ويقصد بها إعداد برامج تدريب الإطارات البشرية في مجال الخدمات تنطلق من أدنى المستويات كسائق سيارة الأجرة إلى أعلاها كمنظم الرحلات، وكذا توعية جميع أفراد المجتمع وتثقيفهم حول أصول الضيافة من خلال الابتسامة، المجاملة والود.

ويمكن القول أن برامج التدريب تشمل كل الذين يقدمون خدمات شخصية أو لهم علاقة مباشرة بالسياح مثل رجال الأمن، المؤسسات المالية، أصحاب المحلات.

وتتم عملية التدريب من طرف خبراء في السياحة والتدريب السياحي من خلال موظفي النشاطات السياحية أو من خلال أصحاب ومدراء المؤسسات السياحية.

04- **تقييم برامج الخدمات السياحية والتدريب:** بعد تنفيذ البرامج المختلفة لابد من مراجعتها وتقييمها بشكل دائم ودوري للتأكد من تحقيقها لأهدافها ولاحتواء أي مستجدات قد تؤثر سلبا أو إيجابا على مدى فعالية هذه ال برامج، مما يعني تحيينها المستمر وفقا لمتطلبات السوق السياحي وهو ما يمثل تغذية رجعية تساعد على توفير المعلومات اللازمة عن السياح وخدماتهم المطلوبة.

المبحث الثاني: أساسيات السياحة

تحتل السياحة اهتمام متزايد من قبل الدول والحكومات لمساهمتها في بنائها، لذا فإن هذا المبحث سوف يشتمل على أهم الأساسيات المتعلقة بالسياحة.

المطلب الأول: أنواع السياحية

توجد عدة معايير لتصنيف أنواع السياحة والتي سنعرج على أبرزها فيما يلي:

أولا: السياحة حسب التصنيف الطبيعي

يعتبر التصنيف الطبيعي أحد أهم الأسس التي على ضوئها يتم تحديد أشكال وأنواع السياحة، ووفقا لهذا المعيار يمكن أن نجد الأنواع السياحية التالية[1]:

أ- السياحة الساحلية: يقصد بالسياحة الساحلية هي تلك السياحة التي تنشأ وتقام على سواحل المدن، فهي تتم من طرف الأفراد على امتداد شواطئ البحار والمحيطات، وتحظى باهتمام كبير من أجل الاستجمام أو لأغراض علاجية وذلك عن طريق:

- السباحة.
- الاستلقاء على الرمال.

ب- السياحة الصحراوية: تعد السياحة الصحراوية من أهم أنواع السياحة حسب التصنيف الطبيعي، حيث يمارس هذا النوع من السياحة في الصحاري الواسعة التي تتمتع بها بعض المناطق وذلك من أجل:

- ممارسة بعض الرياضات التي تحتاج إلى مساحات شاسعة كالرالي؛
- علاج بعض الأمراض عن طريق الرمال أو المناخ؛
- الاستمتاع بغروب الشمس.

[1] كمال درويش ومحمد الحماحمي، **مرجع سابق**، ص257.

ت- السياحة الحموية :وهي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند الأفراد، وتسمى بالسياحة الحموية لكونها تقام أساسا على مستوى الحمامات والمنابع المعدنية، حيث تعتبر كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتمارس السياحة الحموية بغرض:

- الشفاء التام من بعض الأمراض؛
- التخفيف من الآلام والأوجاع.

ث- السياحة المناخية والجبلية:

يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء.

أما السياحة الجبلية فعادة ما يكون لها فصل واحد إلا في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، وفصل صيفي لأغراض أخرى.

ثانيا: السياحة حسب اتجاه السياح

يعتبر التصنيف الطبيعي للسياحة أهم أسس أنواع السياحة، ومع ذلك توجد أسس أخرى تفرض بدورها أنواعا أخرى للسياحة كحركة السياح واتجاهاتهم داخليا أو خارجيا، ولذلك يمكن تقسيم السياحة حسب اتجاه السياح إلى:

أ- السياحة الداخلية: تتسم السياحة الداخلية بسفر مواطني الدولة داخل حدود بلادهم، وتشمل كذلك انتقال السياح داخليا ما بين المناطق المختلفة، وبالتالي يمكن القول بأن السياحة الداخلية ما هي إلا انتقال المواطن من مكان إقامته المعتاد إلى مكان الزيارة مع مراعاة النقاط التالية[1] :

- فترة الإقامة لا تقل عن الأربع والعشرين ساعة ولا تتجاوز ستة شهور؛
- قطع مسافة **40** كلم على الأقل أو **100** كلم وفقا للرأي السائد في أوروبا؛

[1] كمال درويش ومحمد الحماحمي، **مرجع سابق**، ص 255.

– السفر يكون لأي غرض من الأغراض ماعدا العمل والهجرة.

ب– السياحة الخارجية: يطلق مصطلح السياحة الخارجية على حركة السياح الذين يقصدون أماكن سياحية خارج وطنهم الأصلي، وهي من أوجه النشاط التي تمارس في تسفير السياح الوطنيين إلى الخارج أو استقبال السياح الأجانب وذلك بغرض قضاء أوقات فراغهم أو الراحة والاستجمام، أو المشاركة في نشاطات معينة[1].

وقد تكون السياحة الخارجية على نوعي هما:

01–**السياحة الدولية:** إن من أهم أشكال السياحة الخارجية نجد السياحة الدولية، فهي تمثل حركة الأفراد وتنقلاتهم عبر حدود الدول والقارات المختلفة والإقامة المؤقتة فيها بغرض السياحة، وهي تخضع للعديد من المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تسود المناطق السياحية.

02– **السياحة الإقليمية:** تعبر السياحة الإقليمية عن تلك السياحة التي يقوم الأفراد من خلالها بالسفر والتنقل بين الدول المجاورة لبلدهم الأصلي والتي تعد مناطق سياحية، كالسفر والإقامة في الدول العربية أو الإفريقية، دول حوض البحر الأبيض المتوسط، الدول الأوروبية وغيرها.

ثالثا: السياحة حسب التصنيف الثقافي

تأخذ بعين الاعتبار مختلف الجوانب الثقافية للمنطقة السياحية من ثقافات المجتمع وحضاراته، الآثار المتواجدة بالدولة، الجوانب الاجتماعية للأفراد، الأماكن الدينية المقدسة، إضافة إلى مختلف الأنشطة الثقافية التي تقام على مستوى الدولة وعلى رأسها الأنشطة الثقافية، وبناء على ذلك يمكن تصنيف السياحة من ناحية الجوانب الثقافية إلى عدة أنواع نوضحها كالاتي:

[1] محسن أحمد الخضيري، **مرجع سابق** ، ص 53.

أ- السياحة الثقافية: تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة أساسا بما يلي[1]:

- التعرف على تاريخ الدول وثقافاتها؛
- التقارب بين الشعوب وعاداتها وتقاليدها؛
- معرفة الصناعات التقليدية؛
- معرفة التظاهرات الثقافية المحلية المختلفة.

ب- السياحة الأثرية والحضارية: ترتكز السياحة الأثرية والحضارية على المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، والتي من شأنها أن توضح وتشرح مختلف الحضارات القديمة التي مرت على المنطقة السياحية، وهذا النوع من السياحة يساهم في التعرف على[2]:

- المواقع الأثرية للمناطق السياحية؛
- حضارات الشعوب؛
- المتاحف.

ت- السياحة الاجتماعية: تنتشر السياحة الاجتماعية خاصة في الدول التي لها جاليات تعيش في دول مجاورة لها جغرافيا، وتقام هذه السياحة بشكل أساسي للمحافظة مختلف العلاقات الاجتماعية مثل العلاقات الأسرية والعائلية، وذلك من خلال القيام بالسياحة وكذا زيارة :

- الأهل والأقارب.
- الأصدقاء والأصحاب.

---

[1] الديوان الوطني للسياحة، **صالون الصناعات التقليدية، من أجل إنعاش جديد**، مجلة :الجزائر سياحة، عدد رقم 02 ، بدون ذكر سنة النشر، مطبعة الديوان، الجزائر، ص20.

[2] مروان السكر، **مرجع سابق**، ص 17.

ث- السياحة الدينية: تعتبر السياحة الدينية من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في تدفق السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على المواقع الدينية في العالم وتاريخها، وبما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو ذاك حسب الديانات المختلفة للأفراد ومعتقداتهم[1].

حيث أن السياحة الدينية تمثل عاملا نفسيا وحافزا للسياح للتعرف على الموقع السياحي والدلالات الروحية والنفسية المرتبطة به، حيث يقصدها السائح لزيارة الأماكن المقدسة لأداء واجب ديني ومن أمثلتها[2]:

- مكة المكرمة بالنسبة للمسلمين.
- روما بالنسبة للمسيحيين.

ج- السياحة الرياضية: وهي ذلك النوع من السياحة الذي يكون الغرض منه الميل لمشاهدة المباريات الرياضية، المسابقات، أو العروض أو المهرجانات الرياضية، أو المشاركة في حضور البطولات العالمية أو المسابقات الرياضية المتنوعة، كما قد يكون الغرض من السياحة الرياضية إشباع حاجة الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه مثل[3]:

- التزحلق على الجليد؛
- الصيد بأنواعه؛
- تسلق الجبال، التخييم في الغابات أو الصحاري.

رابعا: السياحة حسب المرافق السياحية

تعتبر المرافق السياحية المختلفة من دعائم السياحة في أي دولة، ولكل سائح اعتباراته الخاصة في اختيار المرفق السياحي الذي يلائمه، وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف السياحة إلى الأنواع التالية: [4]

[1] عبيدات محمد ، **مرجع سابق**، ص 141.

[2] نفس **المرجع السابق**، ص 141.

[3] كمال درويش ومحمد الحماحمي، **مرجع سابق**، ص257.

[4] مروان السكر، **مرجع سابق**، ص 20.

أ- سياحة الفنادق والنزل: حيث أن السياحة في الفنادق من أكثر الأنواع شعبية وتفضيلا من قبل السياح، لأنها تؤمن راحة عالية ويقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية كالنوم والطعام إضافة إلى خدمات أخرى. أما السياحة في النزل (موتيل) فمدة الإقامة فيها لا تتجاوز الليلة الواحدة، وهي تمثل فنادق للسياح الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر، فهي عادة ما تكون على جوانب الطرق الطويلة ليستريح فيها المسافرون ويصلحون مركباتهم.

ب- القرى السياحية: ظهرت القرى السياحية بداية في فرنسا والنمسا بعد الحرب العالمية الثانية وكانت مخصصة لأعضاء النوادي السياحية آنذاك، وأصبحت السياحة القروية حاليا مواقع سياحية هامة لجميع السياح من مختلف الطبقات الاجتماعية، حيث يفضل عدد كبير منهم الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم الهدوء والطبيعة الجميلة، وأغراض أخرى ترفيهية.

ت- المخيمات السياحية: هذا النوع من السياحة يطلبها الكثير من السياح باختلاف أعمارهم ومستوياتهم، وهو ينشأ على مستوى المخيمات السياحية التي يمكن تقام في أي منطقة سواء في الصحاري، على الشواطئ، على مستوى الجبال أو في أي منطقة سياحية أخرى، وهذا النوع من السياحة في تطور مستمر، وسبب هذا التطور أن الناس يحبون الاقتراب من الطبيعة والابتعاد عن الإزعاج والضجيج.

المطلب الثاني: أهمية السياحية

للسياحة أهمية كبيرة ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على السواء، وفيما يلي عرض لأهمية السياحة في النقاط التالية.

أولا: الأهمية الاقتصادية

يمكن إبراز الأهمية الاقتصادية للسياحة في النقاط التالية:

أ- خلق مناصب شغل: إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا ما يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من **4** مرات بالنسبة لصناعة السيارات و **10** مرات قطاع البناء، فمثل فندق بـ **50** غرفة (**100** سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و **10** عمال موسميين و **10** عمال مؤقتين، والمجموعة يكون **12** منصب عمل دائم مباشر يضاف لها مناصب العمل غير المباشرة[1].

ب- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:[2]

* مساهمة رؤوس الأموال الاجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة؛
* المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد؛
* فروق تحويل العملة؛
* الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى؛

ت- تحسين ميزان المدفوعات: السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية، والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى[3].

---

[1] Jean Michel Hoemer ,Géographie de l'industrie touristique ,Ellipses ,Edition Marketing,1997,p4.

[2] أبو قحف عبد السلام و ماهر أحمد، **مرجع سابق**، ص 17.

[3] أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، **إدارة المنشآت السياحية**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص32.

ثانيا: الأهمية الاجتماعية

تكمن أهمية السياحة في الجانب الاجتماعي فيما يلي:[1]

– تحسين نمط حياة الأفراد، وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي؛

– زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بمختلف عادات وشعوب الطرف الآخر (السياح)؛

–التفاعل والاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة ومن جهة السياح، سواء كانوا حاملي جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى، الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي[2].

– توفر عادات السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة، والتي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب شغل؛

ثالثا: الأهمية السياسية

تتمتع السياحة بأهمية سياسية حيث تساهم في:

– السياحة تساهم في تحسين العلاقات بين الدول؛

– النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية[3]؛

– تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم؛

– تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة، ونشر مبادئ السلام العالمي.

رابعا: الأهمية البيئية

تتجلى الأهمية البيئية للسياحة فيما يلي:

---

[1] الأحمدي عصام الدين، **الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر**، النشرة الاقتصادية، بنك مصر، العدد 1، 1998، ص72.

[2] مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ ، **مرجع سابق**، ص112.

[3] أبو قحف عبد السلام و ماهر أحمد، **تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية**، المكتب العربي الحديث، الطبعة الثانية، مصر، 1999، ص 17.

الوعي المتزايد بأهمية البيئة وضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة وممارسات الشركات والمصانع من جهة أخرى، وبالتالي بدأ الوعي والعمل الميداني في التزايد من أجل العمل على إنقاذ البيئة واستدامتها للأجيال القادمة، وتجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية.

خامسا: الأهمية الثقافية

تكمن الأهمية الثقافية للسياحة فيما يلي:

– تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب، وأداة لإيجاد مناخ مشبع يُروج للتفاهم والتسامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي؛

– تساهم في انتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، وتوطد العلاقات بين الشعوب وزيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم أي انفتاحهم على مختلف ثقافات العالم[1]؛

– توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث والمواقع الأثرية والتاريخية، والتي تعد جزءا من ذاكرة وثقافة البلدان المضيفة؛

– تساعد على إنشاء المنتزهات وتعمل على المحافظة على البيئة وحمايتها، وتزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع؛

– تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.

[1] مخلوفي عبد السلام، **دور السياحة في التنمية المحلية**، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر، دار الثقافة، بشار، 2003، ص 04.

المطلب الثالث: مقومات السياحية

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات لعل أبرزها يكمن فيما يلي:

أولا: المقومات الطبيعية: وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا للسياح من جمال الطبيعة، والابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية ونجد:[1]

أ- المناخ: وهو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء، والمناطق الجبلية والساحلية في فصل الصيف، وبالتالي يمكن تقسيم المناخ في العالم إلى نمطين هما:[2]

1- مناخات هادئة: تتميز بقلة تقلب خصائص عناصرها، كمناخ البحر الأبيض المتوسط، والمناخات السائدة في المناطق الغابية، والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

2- مناخات تتسم بالإثارة: نظرا لكثرة تقلب خصائصها، كهبوب الرياح وسقوط الأمطار الغزيرة، وكثرة تساقط الثلوج، وهذا النوع من المناخ يؤثر سلبا على السياحة، كتدمير بعض المنشآت السياحية، وغلق الطرق والاتصالات.

ب- الموقع الجغرافي: يلعب دورا مهما في السياحة، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي، فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي.

ت- أشكال سطح الأرض: ويبرز من خلال التضاريس والسلاسل الجبلية والمسطحات المائية، هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية، وإقامة عليها منتجعات سياحية، مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق.

ث- الحمامات المعدنية: ويمكن استغلالها إما من أجل العلاج للمرضى، أو اللجوء إليها من للحصول على الراحة والمتعة.

---

[1] مراد ناصر، **دور السياحة في التنمية المستديمة- حالة الجزائر-**، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية- دراسة حالة تجارب بعض الدول"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 24و 25 أفريل 2012، ص 05.

[2] عليوات إبراهيم، **مرجع سابق**، ص 06.

ج- المناطق الصحراوية: تجلب هذه المناطق السياح نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى، كتوفرها على الكثبان الرملية.

ثانيا: الإمكانيات التاريخية والأثرية

تعتبر هذه الأخيرة من الإمكانيات السياحية الهامة، وتوجد في العالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية، من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات[1].

ثالثا: المقومات الدينية

تتمثل في الأماكن المقدسة والآثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم، من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم.

رابعا: المقومات الثقافية

تلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب، والتظاهرات الثقافية والفنية[2].

خامسا: المقومات المادية

تعتبر الإمكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد، وتتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (المطارات والطرقات والسكك الحديدية)، والبنى الفوقية كالفنادق والاتصالات والنقل... الخ.

سادسا: المقومات المؤسساتية

وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي والتي تساهم في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة، من خلال سن التشريعات والقوانين، والهياكل التنظيمية العامة، ووضع خطط التسوق وبرامج الترويج للسياحة.

---

[1] نعيم الطاهر وسراب إلياس، **مبادئ السياحة**، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص 147.

[2] Alain Mespeler et pierre bloc Durafour ,**le tourisme dans le monde**,4 éme édition , breal , France, 2000, p70.

المبحث الثالث: السياحة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية

إن أهم القضايا التي تركز عليها الدراسات والأبحاث هي قضية التنمية الاقتصادية خاصة في دول العالم الثالث نتيجة تعقد واتساع مشكلات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، اين تعتبر التنمية الاقتصادية في البلدان المختلفة الهاجس الأول الذي يشغل ميدانيا بال واضعي خطط التنمية فيها وفكريا بال الباحثين في مجال اقتصاد التنمية الذين كانت أبحاثهم عن اقتراح العديد من النظريات التي تهدف لتحقيق الانطلاق المنشود.

المطلب الأول :مدخل نظري للتنمية الاقتصادية

أولا :مفهوم التنمية الاقتصادية

لغة: من النماء وهو الزيادة والكثرة، وتنمية الشيء تعني إحداث النماء فيه.

أما **اصطلاحا:** اختلف الاقتصاديون كثيرا حول هذا المفهوم كما يقول الدكتور "إبراهيم العسل" إلى أن كل باحث يعرفها انطلاقا من الإديولوجيا الحاكمة لفكرة واختصاصه، فيما يراها الاقتصاديون الرأسماليون والاشتراكيون ازديادا في الناتج القومي وزيادة في دخل الفرد مع اختلافهم في السبل الموصلة إلى ذلك، يذهب الاجتماعيون إلى أنها وسيلة لتمكين الإنسان من تحقيق ذاته تحقيق قدر أكبر من الرفاه والتأمين.

هناك عدة مصطلحات فمنهم من يستخدم مصطلح النمو والبعض يستخدم مصطلح التنمية الاقتصادية، فالنمو يعني تغير مع تحسن أو تزايد قد يكون طبيعي أو عفوي، أما التنمية تعني تغير مع تحسن بفعل حدث أو إجراء إرادي.

تعرف **التنمية الاقتصادية** بأنها:" هي العملية التي من خلالها نحاول زيادة متوسط نصيب الفرد من إجمال الناتج القومي خلال فترة زمنية محددة وذلك من خلال رفع متوسط إنتاجية الفرد واستخدام الموارد المتاحة لزيادة الإنتاج خلال تلك الفترة[1].

[1] نعمة الله نجيب إبراهيم،" أسس علم الاقتصاد"، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000 ،ص499

وعلى العموم فإن التنمية الاقتصـادية "هي العملية التي من خلالها تحقق زيادة في متوسـط نصـيب الفرد من الدخل الحقيقي والتي تحدث من خلال تغيرات في كل من هيكل الإنتاج ونوعية السـلع والخدمات المنتجة، إضـافة إلى أحداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصـالح الفقراء[1]، فإن التنمية الاقتصـادية هي خطوة مهمة وجوهرية لوضـع البلد نحو الطريق الصحيح ودفع إلى التطوير والنجاح.

ثانيا: أهداف التنمية الاقتصادية

تتمثل أهداف التنمية في[2] :

أ-رفع المستوى المعيشة:

تحقيق مسـتوى مرتفع للمعيشـة من بين الأهداف الهامة التي تسـعى التنمية الاقتصـادية إلى تحقيقها في الدول المتخلفة اقتصـاديا، وذلك عندما يزيد عدد السكان بنسـبة أكبر من نسبة الزيادة في الدخل القومي، أو عندما يكون نظام توزيع هذا الدخل مختلا، فزيادة السكان بنسبة أكبر من زيادة الدخل القومي تجعل من المعتذر تحقيق زيادة في متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل، ومن ثم انخفاض مسـتوى المعيشـة، وبالتالي كذلك الحال لو أن نظام توزيع هذا الدخل كان مختلا فإن ما يحدث في هذه الحالة هو تحول معظم الزيادة التي تحققت في الدخل القومي إلى طبقة معينة من الناس هي الطبقة المسيطرة علة النشاط الاقتصادي.

ب -زيادة الدخل القومي:

إن الهدف الأساسـي للتنمية الاقتصـادية هو تحقيق زيادة في نصـيب الدخل القومي الحقيقي في أي بلد، وهذا الهدف تحكمه عوامل معنية كمعدل الزيادة السكان، وإمكانيات البلد المادية والفنية.

[1] محمد عبد العزيز عجيمة،"التنمية الاقتصادية"، دراسات النظرية وتطبيقية، كلية التجارة بجامعة الإسكندرية، مصر،2003 ، ص73/74 .

[2] كامل بكري،"التنمية الاقتصادية"، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان،1986، ص73 .

ت- تقليل التفاوت في الدخول والثروات:

إن الدخل في البلدان بفوارق كبيرة في توزيع الدخول والثروات إذ استحوذ طائفة قليلة من أفراد المجتمع على جزء كبير من ثروتها، كما تحصل على نصيب عال من الدخل القومي بينما لا تملك غالبية الأفراد من المجتمع إلا نسبة بسيطة جدا من ثروتها.

ث -تعديل التركيب النسبي للاقتصاد القومي:

تتمتع أغلبية البلدان المتخلفة بطابع الزراعي الذي يلعب دور مهم بالنسبة للقطاعات الأخر كمصدر من مصادر الدخل القومي مما يجعل تتعرض للتقلبات الإنتاج والأسعار وبتالي حدوث موجة الانتعاش والرواج أو انتشار الكساد والبطالة لهذا يجب تخصيص نسبة كبيرة من موارد البلاد وللتنمية من اجل النهوض بالصناعة سواء بإنشاء صناعات جديدة أو التوسع وتطوير الصناعات القائمة.

المطلب الثاني: أهم نظريات التنمية الاقتصادية

نظريات التنمية الاقتصادية هي تلك النظريات التي حاولت بحث وتفسير الظواهر المتعلقة بالتنمية الاقتصادية، من حيث الأسباب والمعوقات والمفاهيم المتعلقة بهذه الظواهر وصولا إلى بناء هيكل معرفي يمكن الاعتماد عليه في إحداث التنمية الاقتصادية، أو على الأقل النهوض بالمجتمعات التي تعاني من عدم وجود هذه التنمية أو ضعفها.

والقاسم المشترك بين مختلف النظريات هو التركيز على أهمية التراكم الرأسمال يفضلا عن العوامل التي تدعمه أو تعوقه ويمكن استعراض أهم اتجاهاتها فيما يلي:

أولا :النظرية الكلاسيكية:

أ - **أفكار التجار والطبيعيين:** يرى مفكرو الاتجاه التجاري والطبيعي يجب على الدولة أن تكون قوية لذلك تسمى نظريتهم" **قوة الاقتصاد**"، ويرون أن الثروة هي أهم العوامل لإحداث التنمية في المجتمع وحول مصدر الثروة من التجارة الخارجية.

ب- النظرية الكلاسيكية :هي أراء كل من آدم سميث، وريكاردو، وماليتس، المتعلقة بالنمو نظرا للنمو السكاني وتراجع النُّمو في رأس المال من خلال قانون تناقص الغلة، الذي يمثل بدوره عقبة أمام التنمية، وترتكز هذه النظرية أساسا على عنصر رأس المال والسكان كعناصر اقتصادية مباشرة في التنمية.

ثانيا :النظرية النيوكلاسيكية:

ظهر الفكر النيوكلاسيكي في السبعينيات من القرن التاسع عشر، وبمساهمات أبرز اقتصادييها:ألفريد مارشال، فيسكل وكلارك، قائمة على أساس إمكانية استمرار عملية النُّمو الاقتصادي دون حدوث ركود اقتصادي، كما أوردت النظرية الكلاسيكية، ولعل أهم أفكار النيوكلاسيك تتمثل في:

* أن النُّمو الاقتصادي عبارة عن عملية مترابطة متكاملة ومتوافقة، ذات تأثير إيجابي متبادل؛ حيث يؤدي نمو قطاع معين إلى دفع القطاعات الأخرى للنمو؛ لتبرز فكرة مارشال، المعروفة بالوفرات الخارجية.

* أن النُّمو الاقتصادي يعتمد على مقدار ما يتاح من عناصر الإنتاج في المجتمع (العمل، الأرض، الموارد الطبيعية، رأس المال، التنظيم، التكنولوجيا). يتطلب التركيز على التخصص وتقسيم العمل وحرية التجارة بالنسبة لعنصر العمل نجد النظرية تربط بين التغيرات السكانية وحجم القوى العاملة، مع التنويه بأهمية تناسب الزيادة في السكان أو في القوى العاملة مع حجم الموارد الطبيعية المتاحة.

فيما يخص رأس المال اعتبر النيوكلاسيك عملية النُّمو محصلة للتفاعل بين التراكم الرأسمالي والزيادة السكانية؛ فزيادة التكوين الرأسمالي تعني زيادة عرض رأس المال، التي تؤدي إلى تخفيض سعر الفائدة، فتزيد الاستثمارات، ويزيد الإنتاج، ويتحقق النُّمو الاقتصادي، هذا مع الإشارة إلى دور الادخار في توجيه الاستثمارات، يعتبر النيوكلاسيك الادخار عادة راسخة في الدول التي تشق طريقَها نحو التقدم، لتأخذ بذلك عملية الاستثمار والنُّمو شكلاً آليا ميكانيكيا.

* أما عنصر التنظيم فيرى أنصار النظرية أن المنظم يشغل التطور التكنولوجي بالصورة التي تنفي وجود أي جمود في العملية التطويرية، وهو قادر دائمًا على التجديد والابتكار.

* أن النُّمو الاقتصادي كالنُّمو العضوي – وصف مارشال – لا يتحقق فجأة، إنما تدريجيا، وقد استعان النيوكلاسيك في هذا الصدد بأسلوب التحليل المعتمد على فكرة التوازن الجزئي الساكن، مهتمين بالمشاكل في المجال القصير.أهم الانتقادات الموجهة إليها:

– التركيز على النواحي الاقتصادية في تحقيق النُّمو والتنمية متجاهلة النواحي الأخرى التي لا تقل أهمية؛ كالنواحي الاجتماعية، والثقافية، والسياسية.

– القول بأن التنمية تتم تدريجيا بخلاف ما هو متفق عليه في الكتابات الاقتصادية حول أهمية وجود دفعة قوية لحدوث عملية التنمية.

– الاهتمام بالمشكلات الاقتصادية في المدى القصير بدون الإشارة إلى ما قد يحدث على المدى الطويل.

– افتراض حرية التجارة الخارجية أمرٌ لم يسهل تطبيقه بعد ذلك مع وجود التدخل الحكومي والحواجز التجارية، خاصة بعد الثلاثينيات من القرن العشرين[1] .في هذه النظرية النيوكلاسيكية وردت نظريتين هما:

أ –النظرية الكينزية:

ترتبط هذه النظرية بأفكار الاقتصادي جون مايناردكينز(1883–1946)، الذي تمكن من وضع الحلول المناسبة للأزمة الاقتصادية العالمية للفترة من عام (1929–1932)، وبموجب هذه النظرية فإن قوانين نمو الدخل القومي ترتبط بنظرية المضاعف؛ حيث يزداد الدخل القومي بمقدار مضاعف للزيادة الحاصلة في الإنفاق الاستثماري، ومن خلال الميل الحدِّي للاستهلاك.

[1] عبلة عبد الحميد بخاري،" **نفس المرجع السابق**"، ص ص35/38 .

وترى هذه النظرية أن هناك ثلاثة معدلات للنمو، وهي:

01-معدل النُّمو الفعلي وهو يمثل نسبة التغيير في الدخل إلى الدخل.

02- معدل النُّمو المرغوب وهو يمثل معدل النُّمو عندما تكون الطاقة الإنتاجية في أقصاها.

03- معدل النُّمو الطبيعي، فهو أقصى معدل للنمو يمكن أن يتمخض عن الزيادة الحاصلة في التقدم التقني والتراكم الرأسمالي والقوة العاملة عند مستوى الاستخدام الكامل، ويجب أن يتحقق التعادل بين معدل النُّمو الفعلي ومعدل النُّمو المرغوب، وأن يتعادل أيضًا معدل النُّمو الفعلي مع المعدلين المرغوب والطبيعي؛ فالتعادل الأول يؤدي لتوفر القناعة لدى المديرين بقراراتهم الإنتاجية، أما إذا تعادل معدل النُّمو المرغوب فيه مع معدل النُّمو الطبيعي فليس هناك اتجاه لنشوء البطالة والتضخم[1] .

ب - النظرية الماركسية:

لقد فند كارل ماركس في نظريته للنمو الاقتصادي آراء الرأسماليين، وقد قامت نظريته في هذا الصدد على مجموعة من الفرضيات تتعلق بطبيعة الوظيفة التي يقوم الإنتاج في المجتمع، وكذا على نوع الابتكار والاختراع السائدين، وعلى طريقة تراكم رأس المال، إلى جانب فرضيات تتصل بمعدلات الأجور والأرباح السائدة.

وتعتبر نظرية فائض القيمة الأساس الفعلي للنظرية الماركسية في النُّمو، ويعرف فائض القيمة بأنه زيادة الإنتاج عن حاجة الاستهلاك، كذلك يرى ماركس أن التسيير المركزي للاقتصاد من أجل تحقيق المنفعة العامة سوف يؤدي بكل مؤسسة للبحث عن فائدتها الخاصة، وبالتالي الاستغلال الأمثل لمواردها الطبيعية والقوة العاملة ويرى ماركس أن المقياس السليم لسلوك الأفراد هو طريقة الإنتاج السائدة؛ أي إن هناك تنظيمًا معينًا للإنتاج في المجتمع يتضمن:

[1] توفيق عباس عبد عون المسعودي،" **دراسة في معدلات النمو للأزمة لصالح الفقراء** (العراق -دراسة تطبيقية) "، مجلة العلوم الاقتصادية العدد 26 ، المجلد السابع، العراق، 30 أفريل 2010 ، ص،ص32/31 .

* تنظيم العمل عن طريق التعاون والتقسـيم المثمر بين المهارات العمالية، وعن طريق الوضع القانوني للعمال من حيث الحرية والاسترقاق.

* البيئة لجغرافية والمعرفة بطرق استخدام موارد الثروة الموجودة.

* الوسائل العلمية الفنية المطبقة في الإنتاج، وحالة العلم بوجه عام.

ما يعاب على **ماركس** هو إهماله لدور الطلب في تحديد القيمة المضـافة، وتحديده للعمل فقط كمحدد للقيمة، كما أن الواقع ينفي ما ذهب إليه ماركس من أن أجور العمال تتجه نحو الانخفاض، بل على العكس نجد الأجور في ارتفاع لفترات طويلة في الدول الرأسـمالية المتقدمة دون أن يؤثر ذلك على فائض القيمة المحقق، كما أن التنبؤ الماركســي بزوال الرأسمالية كان عكسيا[1].

ثالثا: النظرية الحديثة

ركزت هذه النظرية على النُّمو الاقتصـادي في الأجل الطويل، نتيجة استمرار الفجوة التنموية بين البلدان الصــناعية المتقدمة والبلدان النامية، منها :نموذج بول رومر وروبرت لوكاس سـنة 1986 ، التي تمحورت حول تطوير الإطار التاريخي لتحقيق تحول نوعي ذاتي في مجال المعرفة والتقدم التقني، أما الأســاتذة غريك مانكي، ديفيد رومر وديفيد ويل) (1992) فقد اسـتندت أبحاثهم على الصـياغة الجديدة لدالة الإنتاج بالترابط مع السـلاسـل الزمنية وإحصــاءات النُّمو في البلدان النامية، التي ترتكز على أهمية التقدم التقني في النُّمو الاقتصـادي من خلال الاكتشـافات والاختراعات والابتكارات[2]، تتلخص جل النظريات الحديثة للتنمية في:

[1] بنابي فتيحة،"**السياسة النقدية والنمو الاقتصادي – دراسة نظرية**–"، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أمحمد بوقرة– بومرداس، الجزائر ،2009/2008 ص ص : 17/16.

[2] توفيق عباس عبد عون المسعودي، "**مرجع سبق ذكره**" ، ص 34.

أ –نظرية الدفعة القوية ذات الأسلوبي :تتمثل فكرة النظرية في أن هناك حاجة إلى دفعة قوية أو برنامجا كبيرا ومكثفا في شكل حد أدنى من الاستثمارات بغرض التغلب على عقبات التنمية ووضع الاقتصاد على مسار النمو الذاتي وتؤكد الفكرة الأساسية لهذه النظرية على أنه لا يمكن للدول النامية القضاء على حالة التخلف التي تعيش فيها دون القيام بدفعة قوية أو سلسلة من تلك الدفعات المتمثلة بالقيام باستثمارات ضخمة لإقامة الهياكل الاقتصادية الأساسية، وإنشاء مشروعات متكاملة عديدة حتى يتمكن الاقتصاد من الخروج من طوق الركود والوصول إلى حالة من النمو في مختلف الأنشطة الاستثمارية [1] .

ويرى منتقدو الدفعة القوية أن هذا الأسلوب غير مناسب لحالة البلدان النامية، وذلك لعدة أسباب منها ضيق السوق الداخلي، ونقص الموارد الطبيعية، وانخفاض الإمكانيات المالية والتي تعتبر ضرورية لإنجاز الدفعة القوية والافتقار إلى مؤسسات التمويل المتخصصة، وكذلك بسبب الإجراءات التي تفرضها السلطات على مرور السلع والخدمات إلى العالم[2].

ب – نظرية النمو المتوازن:

وتركز هذه الإستراتيجية على تنمية جميع القطاعات الاقتصادية دون تمييز، بحيث تنمو هذه القطاعات المختلفة بمعدل يتلاءم واحتياجات الطلب الكلي، كما أنها تفترض وفرة عرض رأس المال الذي تحكمه المقدرة والرغبة في الادخار، كما يتوقف الطلب على رأس المال الحافز على الاستثمار، وترجع هذه النظرية القائمة على التنمية الشاملة إلى الأهمية التكاملية التي يشكل كل قطاع فيها سوقا لناتج القطاع الآخر[3].

---

[1] تقي عبد سالم،" **البعد العالمي وأثره على مستقبل التنمية في العراق**"بحث منشور في كتاب(رؤية في مستقبل الاقتصاد العراقي)، مركز العراق للدراسات، بغداد 2006 ، ص13 .

[2] بن سعدة بختة،" **معالجة الصحافة الوطنية لقضايا التنمية الاقتصادية المستدامة**"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاتصال والإعلام، دورة جوان2012–2013، ص94.

[3] كامل بكري: "**التنمية الاقتصادية**"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 1986 ، ص120 .

ت – نظرية النمو غير المتوازن:

يرى أنصـــار نظرية النمو غير المتوازن أن يكون هناك تركيز من قبل الدول على قطاع رئيسي ورائد في المجتمع نتيجة لقلة الموارد المالية للاستثمارات في خطط التنمية، والتي سيؤدي هذا القطاع الرائد إلى جذب القطاعات الأخرى إلى مرحلة النمو المتوازن مما سيؤدي إلى تحقيق التنمية المنشودة على مستوى كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، بمعنى أنه ليس من الضـروري بأن تنمو جميع القطاعات الاقتصـادية بالمعدل نفسـه، بل إنه يسـتحسـن التركيز على بعض القطاعات الرائدة التي تكون بمثابة النواة التي تبني على التنمية.

المطلب الثالث :دور وأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسـي في التنمية الاقتصـادية ولذلك نجد ضـخامة الاسـتثمارات المختلفة في القطاع السـياحي كما حدث في إيطاليا وإسـبانيا واليونان والمكسيك وتركيا، وغيرها من البلدان التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.

وسوف نتطرف في هذا المبحث عن دور وأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية ثم التنمية السياحية وأثرها على الاقتصاد الوطني وفي الأخير نستنتج بعض المشاكل التي تعرقل القطاع السياحي في الجزائر.

أولا :دور السياحة في التنمية الاقتصادية

نوضح بإيجاز أهم المزايا التي تبين دور السياحة في التنمية الاقتصادية[1].

تعتبر السياحة مصـدراً مهماً من مصـادر اكتساب العملات الأجنبية وذلك بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من هذه العملات، ولا ينكر أن العملات الصعبة، خصوصاً في الدول النامية كمصر وتونس والمغرب والجزائر، تمكن البلد من استيراد السلع والخدمات وتسند العملة المحلية ما يؤدي إلى التقليل من التضخم وغلاء المعيشة.

[1] رؤوف محمد علي الأنصاري،"**الأمين العام للهيئة الاستشارية العراقية للأعمار والتطوير**"، خبير عراقي ورؤيته لإصلاح الوضع في العراق 24 يناير2019 .

وكذلك تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول، وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عالميا من جانب الحكومات والخبراء، حيث الإصـرار على أن الدولة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع الســياحي فيها، تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصـــادية وتحســـين الهيكل الاقتصادي، ويظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي، مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير أكبر قدر من العملات الأجنبية التي ينفقها السائحون خلال مدة إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية.

كما أن هذا الإنفاق السـياحي يحقق أثرا مضـاعفا إذا أعيد إنفاقه لعدد من المرات على تحسين السلع والخدمات، مما يؤدي إلى مضـاعفة هذا الدخل، ولا تقتصـر الفائدة التي تعود على الاقتصاد القومي من النشاط السياحي الجاري، بل إن الإنفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة، بما يحتاجه من سلع وخدمات، كما يمكن للحكومة التحكم في مساهمة السياحة في الإيرادات الحكومية بالقدر الذي تحتاجه، متمثلاً في أشكال ضريبية مباشرة وغير مباشرة على الأرباح التجارية والصناعية والجمركية.

كذلك أصـبحت السـياحة واحدة من أكثر الصـناعات الرائدة دوليا، إذ تعتبر عنصـراً رئيسـياً لتنويع الصـادرات لكل من الاقتصـاديات الناشـئة أو المتقدمة، مع قدرة قوية على تقليل العجز التجاري والتعويض عن ضـعف عائدات التصـدير من السـلع والخدمات الأخرى، ويأتي تصـــنيف قطاع الســـياحة عالميا كثالث أكبر قطاع يدر أرباحاً من الصـــادرات في العالم بعد قطاعي المحروقات والكيماويات حيث تفوقت على منتجات الســـيارات والمواد الغذائية، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (1-2): أرباح الصادرات حسب فئة المنتج لعام 2019 (ترليون دولار أمريكي)

القطاع	أرباح الصادرات (ترليون USD)
المحروقات Feuls	2.310
الكيماويات Chemicals	2.194
السياحة الدولية International Tourism	1.742
منتجات السيارات Automotive products	1.528
التغذية Food	1.502

المصدر: سعدي راضية بعنوان "ترقية قطاع السياحة في الجزائر (الدروس المستفادة من التجربة الصينية)"، أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة الجزائر-3- 2023/2022

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن إجمالي أرباح الصادرات من السياحة الدولية بلغ 1.742 ترليون دولار أمريكي عام 2019[1]، في حين بلغ إجمالي أرباح الصادرات لكل من منتجات السيارات والمواد الغذائية 1.528 و 1.502 ترليون دولار أمريكي على التوالي، أي أن السياحة احتلت وبجدارة المركز الثالث لإجمالي أرباح الصادرات.

بالنسبة للسياحة المحلية للمواطنين، سواء كانوا جزائريين أو مقيمين أهمية كبرى، إذ ترتبط بمعرفة الأفراد لتراث البلد وحضارته، وبذلك يزداد الوعي الثقافي والفكري الذي يؤدي بالتالي إلى زيادة القدرة على العمل والإنتاج، تبعا لما يتاح للفرد من الراحة والاستمتاع بإجازته، ومن هنا يتضح أنه يجب على الدولة أن توفر للأفراد فرصة السياحة المحلية كأحد العوامل الرئيسية لدفع عجلة التنمية السياحية.

تعتمد العديد من الدول على السياحة، كمصدر مهم من مصادر الدخل الوطني، واستطاعت هذه الدول الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي كما يحدث في الولايات المتحدة وإسبانيا وإيطاليا، وغيرها من بلدان العالم .إن الدخل السياحي له شأن كبير في اقتصاديات الدول السياحية .فهو يعزّز ميزان المدفوعات ويعتبر مصدرا كبيراً لتوفير فرص العمل للمواطنين مما يدعم مستواهم المعاشي والاجتماعي.

[1] https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456 visited 13/02/2022.

ثانيا :أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية

ولأهمية السياحة فقد أصبحت ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطاً وثيقاً بعد أن كانت عِلماً مجرداً يدرس في الجامعات والمعاهد .وتعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي في الدول السياحية، اهتمت المنظمات العالمية كالبنك الدولي ومنظمة اليونسكو التي أصبحت تنظر إلى السياحة كعامل أساسي ومهم للتقريب بين الثقافات.

وفقاً للتقرير الصادر عن المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) سيستعد قطاع السياحة والسفر العالمي لإضافة 11.1 تريليون دولار خلال العام الجاري (2024) وبذلك فإن المساهمة الاقتصادية العالمية المتوقعة ستتجاوز على مستوى على الاطلاق سابق لها وهو 10 تريليونات دولار في 2019، وفي غضون عقد اخر يتوقع ان تصبح السياحة صناعة تبلغ قيمتها 16 تريليون دولار، و449 مليون وظيفة وستشكل حينئذ 11.4% من اجمالي الناتج المحلي العالمي[1].

وأكد تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة على أن أداء صناعة السياحة والسفر في 2023 وفر زخما للعام الجاري، عندما أسهم ب 9.9 تريليون دولار، كما توقع التقرير ان يصل إنفاق كل من السياح المحليين والدوليين الى نحو 7.2 تريليون دولار موزعة بين 5.4 تريليون دولار من إنفاق المسافرين المحليين و1.89 تريليون دولار بالنسبة للسياح الدوليين وفيما يلي أهم الآثار الاقتصادية للقطاع السياحي:

1. توفير العملات الصعبة:

فالسياحة تعتبر من المصادر المباشرة والرئيسية بتوفير العملات الصعبة من خلال إنفاق السياح على تذاكر الطيران ووسائل النقل والإيواء والطعام والشراب والضرائب الحكومية وغيرها من العائدات المتأتية من الخدمات والنشاطات السياحية[2].

[1] https://wttc.org consulté le 12.04.2024 à 20h00

[2] محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 34.

فمنذ أعقاب الحرب العالمية الثانية عام 1950م، شهدت حركة السياحة الدولية تزايداً سريعاً في حجم السائحين، ويعود سبب ذلك إلى ارتقاع المستوى الاقتصادي الذي حققته الكثير من الدول وخاصة الدول الصناعية الكبرى، حيث لم تعد السياحة قاصرة على طبقة محددة بعينها كما كانت قبل منتصف القرن العشرين، بل أصبحت تشمل مختلف قطاعات المجتمع خاصة في الدول المتطورة صناعيا[1]، وفي الجدول التالي بعض الإحصائيات لعدد السياح الدوليين الوافدين:

الجدول (1-3): إجمالي عدد السياح الدوليين الوافدين (مليون سائح)

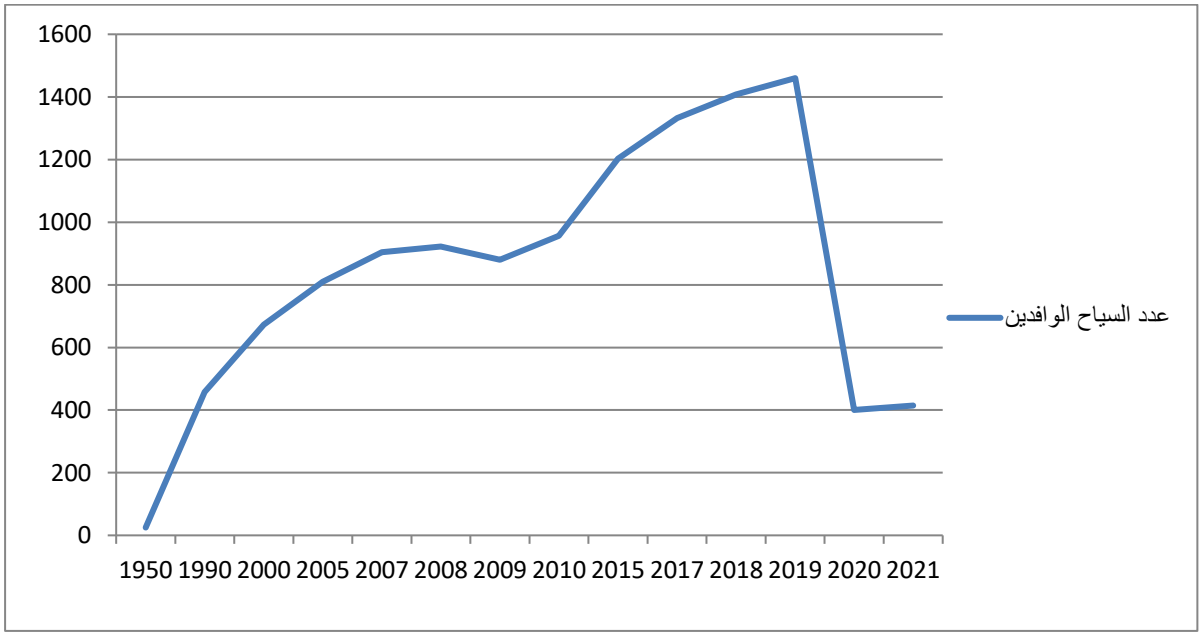
السنة	1950	1990	2000	2005	2007	2008	2009
عدد السياح الوافدين	25	458	673	810	904	922	880
السنة	2010	2015	2017	2018	2019	2020	2021
عدد السياح الوافدين	956	1203	1333	1408	1460	400	415

المصدر: سعدي راضية بعنوان "ترقية قطاع السياحة في الجزائر (الدروس المستفادة من التجربة الصينية)"، أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة الجزائر-3- 2023/2022، ص 52.

ونلاحظ من خلال المعطيات المدونة في الجدول أعلاه أن زيادة السائحين تزايدت بمعدلات سريعة إذ كان عدد السائحين لا يزيد عن 25 مليون سائح فقط في سنة 1950 ليصل بعدها إلى ما يزيد عن 458 مليون سائح في سنة 1990 أي بزيادة قدرها ثمانية عشر مرة تقريبا، بينما شهدت فترة التسعينات انخفاضا في معدل الزيادة لأعداد السائحين، ويرجع ذلك إلى أثار حرب الخليج التي أثرت بصورة سلبية في حركة السياحة الدولية خلال تلك الفترة.

[1] منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، الطبعة الاولى، مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 177.

الشكل (1-1): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين (مليون سائح)



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على الجدول رقم (1-3).

وبحلول عام 2000 أخذ أعداد السائحين في التزايد مرة أخرى ليصل عددهم نحو 673 مليون سائح، و 810 مليون سائح سنة 2005 لتواصل التزايد حتى الأزمة المالية لسنة 2008، أين تشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية (UNWTO) إلى أن أعداد الوافدين من السياح الدوليين عام 2008 وصل إلى 922 مليون، أكثر من 904 مليون عام 2007، حيث شكلت نموا بمقدار 2%، أي أن إجمالي هذا النمو اعتمد على النتائج الكبيرة التي تحققت خلال الربع الأول من العام قبل تداعيات أسواق المال وما تلاها من ركود، وقد أظهر النصف الثاني من نفس العام تحولا مفاجئا باتجاه افقي لأعداد القادمين من السياح الدوليين ونموا سلبيا في كل من الستة الأشهر الاخيرة لعام 2008، لتظهر النتيجة في سنة 2009 أين انخفض عدد السياح إلى 880 مليون سائح، ثم بدأ القطاع في التعافي سنة 2010 بتسجيل 956 مليون سائح، ثم نلاحظ استمرار في الزيادة ليصل عدد السياح إلى أعلى مستوى سنتي 2018 و 2019 بتسجيل 1408 مليون سائح و 1460 مليون سائح على التوالي و هذا قبل جائحة فيروس كورونا، إذ تتميز هذه الفترة بالنمو القوي للسياحة الدولية.

انخفض عدد السياح الدوليين الوافدين انخفاضًا حادًا في عام 2020 مقارنة بالعام السابق بسبب جائحة فيروس كورونا (COVID-19)، حيث وصل إلى حوالي 400 مليون سائح، وهو أدنى رقم مسجل منذ عام 1989، هذا بعدما سجلت سنة 2019 أعلى مستوى للسياحة الدولية بـ 1460 مليون سائح، في حين زاد حجم السياحة الدولية الوافدة بنحو 3.8% في عام 2021، إلا أنه ظل أقل بكثير من مستويات ما قبل الجائحة، حيث بلغ حوالي 415 مليون سائح.

2. زيادة الناتج المحلي الإجمالي GDP:

تشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى 11% على المستوى العالمي، وبالإضافة إلى ذلك يعتبر قطاع السياحة من أكبر القطاعات المكونة للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، كما أن بعض الدول المصدرة للبترول أعطت السياحة أهمية كبرى في الاقتصاد[1].

3. تحسين ميزان المدفوعات:

السياحة كصناعة تصديرية غير منظورة تساهم في تحسين ميزان المدفوعات في البلد، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، وزيادة موارد النقد الأجنبي والمنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى[2].

[1] عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2013، ص 64.

[2] يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013، ص 101.

فالميزان السياحي جزء من ميزان المدفوعات التجاري لأي بلد، فعند تنفيذ مشاريع سياحية جديدة تزداد نسبة مساهمة السياحة من ميزان المدفوعات مما يؤدي إلى زيادة شدة الجذب السياحي للمجاميع الوافدة مما يزيد من حجم العملات الأجنبية كإيرادات بعد خصم التكاليف التي تتحملها المشاريع السياحية بالعملات الأجنبية حيث تقوم الفنادق بشراء كل مستلزمات ضيوف الفندق وحسب طلباتهم من الخارج[1].

فالولايات المتحدة الأمريكية حققت سنة 2019 أكبر فائض سفر في العالم بقيمة 62 مليار دولار أمريكي، ناتج عن عائدات السياحة البالغة 214 مليار دولار أمريكي ونفقات 152 مليار دولار أمريكي، بينما سجلت إسبانيا ثاني أكبر فائض سفر في العالم مع 52 مليار دولار أمريكي، ومن بين الاقتصاديات الناشئة، تتمتع تايلاند وماكاو (الصين) بأكبر فوائض سفر، بينما سجلت المكسيك وكرواتيا وماليزيا والهند وجمهورية الدومينيكان والمغرب فائضًا يقدر من 6 مليار دولار أمريكي إلى 15 مليار دولار أمريكي[2].

4. توفير فرص العمل (زيادة في التشغيل):

تحتاج المشاريع السياحية بدءًا من مراحلها التحضيرية والإنشائية وما تتطلبه من بنية تحتية وفوقية حتى مرحلة التشغيل عمالة بشرية مباشرة وغير مباشرة، حيث أن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، والذي يترتب عنه هو الآخر ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغيرها من الآثار والمنافع الأخرى، والتي تؤدي إلى تحقيق درجة عالية من الاستقرار الاجتماعي والسياسي في البلاد، حيث ينشئ القطاع السياحي ثلاث أنواع من الوظائف وهي[3]:

***الوظائف السياحية المباشرة:** نتحدث عن الوظائف السياحية المباشرة في حالة الوظائف التي تقدم خدمات بصورة مباشرة للسائح مثل مؤسسات الإقامة، النقل السياحي .

---

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة Foundamentals of Funding and finance for Tourism Industry، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 15.

[2] https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456 visited 04/03/2022.

[3] قويدر لويزة، اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2010، ص 235.

***الوظائف السياحية غير المباشرة:** من أجل إنتاج سلع وخدمات يتم استهلاكها من طرف السواح، فإن قطاع السياحة يعتمد على قطاعات اقتصادية أخرى حيث أن المنتجين يستعملون استهلاكات وسيطية من القطاعات الأخرى، وبالتالي فإن عملية الاستهلاك الوسيطي لهذه القطاعات يؤدي إلى خلق وظائف مباشرة وغير مباشرة.

***الوظائف المحثة:** ينتج عن الاستهلاك السياحي خلق وظائف وهذه الوظائف تحقق مداخيل لأصحابها حيث يتم إنفاقها في الاقتصاد المحلي، أي أن الوظائف المحثة تكون ناتجة عن الأثر المضاعف للإنفاق المداخيل الموزعة من طرف الأفراد الذي يشغلون وظائف مباشرة أو غير مباشرة مثل فتح محل إضافي للحلاقة أو مقهى إضافي للإنترنت وغيرها.

وفقًا لتقرير الأثر الاقتصادي لعام 2019 الصادر عن المجلس العالمي للسفر والسياحة WTTC، كان السفر والسياحة مسؤولاً عن وظيفة واحدة من كل 10 وظائف (إجمالي 333 مليونًا)، وخلق 1 من كل 4 وظائف جديدة، مما ساهم بنسبة 10.3٪ في الناتج المحلي الإجمالي، لتنخفض سنة 2020 إلى 5.3٪ بسبب القيود المستمرة على التنقل (جائحة COVID 19)، ليشهد بعدها عام 2021 زيادة إلى 6.1٪، كما تم فقدان 62 مليون وظيفة في عام 2020 وهو ما يمثل انخفاضًا بنسبة 18.6٪، تاركًا 271 مليون موظف فقط في جميع أنحاء القطاع السياحي على مستوى العالم، وثم تم استعادة 18.2 مليون وظيفة في عام 2021 ليصل العدد إلى 289 مليون موظف، وهو ما يمثل زيادة قدرها 6.7٪ على أساس سنوي[1].

نرى من خلال ما سبق أن للسياحة دوراً جد فعال في الاقتصاد العالمي، حيث يشمل قطاع السفر والسياحة العديد من الصناعات بما في ذلك النقل والإقامة وشركات السفر وخدمات الطعام والشراب وغيرها، غير أنها تأثرت جميعها بجائحة كورونا (COVID 19)، وهذا ما يلاحظ بحسب الإحصائيات السابقة والاحصائيات المعلن عنها أيضاً في شهر مايو من عام 2022 على موقع Statista Research Department[2].

[1] https://wttc.org/Research/Economic-Impact visited 02/02/2024.

[2] https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/ visited 01/02/2024.

5. زيادة الدخل القومي:

يولّد قطاع السياحة صادرات غير منظورة والتي تعتبر جزءا هاما من الدخل القومي، فزيادة أعداد التدفق السياحي يزيد من حجم الدخل السياحي والذي بدوره يؤدي إلى زيادة الدخل القومي من خلال المكون المحلي بالعملة المحلية والمكون الاجنبي بالعملات الأجنبية[1]، كما يوفر قطاع السياحة للحكومة مدخلات تتأتى بشكل مباشر أو غير مباشر، ويشمل الدخل المباشر الضرائب ورسوم الرخص والمهن السياحية التي تدفعها المؤسسات للحكومة مما ينفقه السياح لقاء الخدمات التي توفرها لهم، اما الرسوم والضرائب غير المباشرة فتتأتى من الرسوم والضرائب مثل ضريبة المبيعات وضريبة الدخل ورسوم الجمارك وغيرها[2].

6. أثر المضاعف السياحي:

الفكرة الأساس لأثر المضاعف السياحي هو أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد القومي دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة وتضخم المرتبات والمكافئات التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجةً للسياحة، فإن النقد الحر الذي يدخل إلى الدولة من السياحة يستخدم في استيراد بضائع وخدمات تحتاج إليها الدولة من الخارج، هذه البضائع والخدمات المستوردة تمتص داخل الدورة الاقتصادية والإنتاجية للدولة، وتثمر في مدفوعات للخزانة العامة، نتيجة الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة، وريع إعادة البيع إلى المستهلكين، وأصحاب الحرف والصناعات، ما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والانفاق داخل الدولة، وقد عرّف المضاعف السياحي على انه: "عدد المرات التي ينتقل فيها الدخل السياحي من جهة لأخرى، قبل أن يختفي أثره"[3].

---

[1] موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة Foundamentals of Funding and finance for Tourism Industry، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 15.

[2] محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 34.

[3] محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي، التنمية السياحية والسياسات المالية النقدية، الطبعة الاولى، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 24.

7. تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار:

يؤدي تطوير المشاريع السياحية إلى زيادة الاستثمار والادخار والترويج لتصدير المنتجات المحلية، مما يؤثر إيجابيا على مستوى دخل الفرد والدخل القومي، كما للسياحة قدرة عالية على خلق سلسلة من العمليات والنشاطات الانتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي، وذلك بسبب امتداد آثار الطلب السياحي المعقدة والمركبة في العديد من السلع والخدمات إلى القطاعات الرئيسية والثانوية التي تسهم في تصنيع المنتوج السياحي، والتي تزيد في بعض الاحيان عن 140 قطاعا، والسياحة كصناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للاستثمار مثل: الفنادق ومراكز الاستشفاء والمطاعم والملاهي ومراكز الرياضة والقرى السياحية وشركات السفر ووسائل النقل السياحي، بالإضافة للمشروعات الكبرى مثل: تخطيط مدن سياحية متكاملة، تتضمن مجتمعات سياحية متعددة[1].

8. الترابط مع القطاعات الاقتصادية:

يتواكب النمو السياحي مع الانتعاش الاقتصادي في قطاعات عديدة تتأثر إيجابا او سلبا بالقطاع السياحي ومنها الزراعة والنقل والصناعات التقليدية وغيرها، فصناعة السياحة تلعب دورا رئيساً في الدخل القومي للدولة من خلال مساهمتها المباشرة واتساع حجم السوق الاستهلاكي للقطاعات الاقتصادية الاخرى، فكلما زادت ايرادات العملة الصعبة فإنها تدعم بدورها ميزان المدفوعات والقوة الشرائية للعملة المحلية بالإضافة إلى الحد الأدنى من العجز[2].

9. نقل التقنيات الحديثة والمتطورة:

تعمل الدول التي ترغب في زيادة مواردها من السياحة على استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة كلما كان ذلك ممكنا في جميع مرافقها وخدماتها السياحية، وباستطاعة الاستثمارات الأجنبية فعل ذلك بشكل يقود القدرات الوطنية المستخدمة في هذا المجال[3].

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 25.

[2] محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 34.

[3] يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013، ص 101.

10. تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين:

إن تواجد الشـركات العابرة للقارات في الدول المسـتقطبة للاسـتثمارات في مجال السياحة يمكن أن يساعد في ترسيخ أسس وأساليب الإدارة الحديثة في المنشآت السياحية التي يتم إقامتها وفقا لمقتضيات ما تتطلبه صناعة السياحة من مواكبة في مجال التسيير العصري للمنشآت السياحية، وتبرز أهمية العقود الإدارية في مجال إدارة الفنادق كأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال الإدارة، وخير مثال على ذلك ما هو مطبق بالنسـبة لسـلسـلة فنادق هيلتون في جميع أنحاء العالم[1].

[1] شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه علوم، كلية علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2015، ص 43.

خاتمة الفصل الأول:

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى الإطار النظري للسياحة من خلال استعراض أهم مكونات هذا الإطار من مفهوم وخصائص ومراحل التطور مع التعريج على أساسياتها متمثلة في أهمية وأنواع وكذا المقومات الخاصة بالسياحة مع إبراز للخدمات السياحية كونها من بين أبرز مكونات الطلب السياحي والتي تلعب دور مهم في عملية الجذب السياحي.

بعد التعرض لكل من السياحة و الخدمات السياحية من خلال التطرق لخلفيتهما النظرية يتضح بأن السياحة أصبحت أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في عالم اليوم، فبعد ما كانت نشاطا يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء في مستهل القرن العشرين أصبحت ظاهرة جماهيرية خاصة في البلدان الأكثر نموا بحلول السبعينات وغدت في متناول فئات أوسع من الناس في معظم البلدان بسبب تحسن ظروف المعيشة والعمل، وتطور وسائل النقل، وظهور الحاجة إلى الراحة والترفيه أثناء العطل والإجازات، يمكن القول بأن السياحة من بين أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد ومن بين البدائل الفعالة للاقتصاديات الريعية.

الفصل الثاني:

واقع النشاط السياحي في الجزائر ومدي مساهمته في التنمية الاقتصادية

تمهيد:

الدول والحكومات في سعي دائم لتحقيق التنمية من خلال مختلف العمليات والبرامج التي من خلالها يمكن توحيد جهودها وجهود مواطنيها من أجل تحسين أوضاعها على المستوى الاقتصادي، والاجتماعي، وحتى الثقافي من أجل المساهمة في التقدم والرقي، بما يحفظ كرامة المواطن ويُحسن من أوضاعه الاجتماعية. ويلعب القطاع السياحي دور فعال كونه من القطاعات الحساسة والمساهمة بشكل كبير في تحقيق التنمية وخاصة التنمية المحلية ولعل قطاع السياحة في الجزائر لا يخلوا من مساهمته في هذه التنمية من خلال خلقه لمناصب العمل وكذا تأثيره على ناتجها المحلي.

وعليه أصبحت السياحة تكتسي أهمية في المجالات المختلفة، فجاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول مدي مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية في الجزائر، وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كالتالي:

المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في الجزائر والذي خصصناه لواقع وتنافسية القطاع السياحي في الجزائر، وكذا أنواع السياحة في الجزائر، بالإضافة إلى معيقات السياحة في الجزائر.

المبحث الثاني: أهم معطيات الجغرافية للسياحة الجزائرية والذي تطرقنا فيه الى البنية التحتية للنقل، المناخ وكذا الموارد والمقومات الطبيعية، الحضارية وكذا التاريخية للسياحة الجزائرية.

المبحث الثالث: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التنمية الاقتصادية والذي تناولنا من خلاله إلى مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي بالجزائر، مساهمة قطاع السياحة في التشغيل، بالإضافة إلى مساهمة قطاع السياحية في تكوين رأس المال المادي وكذا التطرق الى عدد السياح الدوليين الوافدين الى الجزائر.

المبحث الأول: نظرة عامة حول واقع السياحة في الجزائر

نستعرض من خلال هذا المبحث واقع وتنافسية القطاع السياحي في الجزائر وكذا مختلف أنواع السياحة الموجودة فيه، إضافة لتحليل الطلب السياحي في الجزائر محاولين بذلك تسليط الضوء على السياحة بشكل عام في الجزائر.

المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي في الجزائر:

تزخر الجزائر بالعديد من عناصر الجذب السياحي حيث يجتمع التاريخ والطبيعة ليعطي للبلد أصولا سياحية رائعة خلافا لأغلب الوجهات السياحية العالمية، حيث يمكن لأغلب هذه الموارد وخاصة الطبيعية منها إن تم استغلالها بعقلانية أن ترتقي بالبلاد لتصبح من أهم أروع المقاصد السياحية في العالم بأسره.

أولا- المقومات التاريخية والأثرية: عرفت الجزائر الحضارة على مر العصور، فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى نحو **7** ألاف عام قبل الميلاد، كما احتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية، والحضارة النوميدية التي امتدت إلى كامل شمال القارة الإفريقية والتي تعامل معها الأمازيغ سكان الجزائر آنذاك، واحتلتها كل من الإغريق والرومان سنة **42** قبل الميلاد. أعطى هذا الغزو لحضارة الجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها حتى في المناطق الداخلية كمدينة "تيمقاد"، بالإضافة إلى آثار أخرى موجودة بتيبازة وشرشال وغيرها.

ثم جاءت الحضارة الوندالية والبزنطية، وخضعت في القرن السابع قبل الميلاد لحكم قرطاج، وفي عام **682** ميلادي بدأ عصرها الإسلامي، من خلال خلافات عديدة كالخلافة الفاطمية، الحمادية، والمرابطين الذين نقلوا الحضارة الأندلسية والفن المعماري الإسلامي إلى بلادنا، وأخيرا الخلافة العثمانية.

وبالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونيسكو في مواقع التراث الدولية، التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنايات والمدن[1]، سجل العديد من المواقع الأثرية في الجزائر ندرج بعضها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-1): بعض أهم المواقع التراثية في الجزائر.

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
مسجد كتشاوة	ثقافي	1792
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تيمقاد	ثقافي	1982
تيبازة	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992
الطاسيلي ناجير	مختلط	1982
الأهقار	مختلط	1987

المصدر: سعداوي موسى، صدوقي زروق، **السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية**، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني، ص: **108**.

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيدا هاما من المتاحف، والتي يمكن إبراز أهمها من خلال الجدول الموالي:

[1] سعداوي موسى، صدوقي زروق، **السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية**، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني، ص: 107، 108.

الجدول رقم (2-2): أهم المتاحف الموجودة في الجزائر.

اسم المتحف	موقع المتحف	محتويات المتحف
المتحف الوطني سيرتا	قسنطينة	يحوي عدد هائل من الحفريات التي تم اكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل.
متحف باردو الوطني	الجزائر العاصمة	تعرض به حفريات من أصل الشعوب (اثنوغرافيا)، وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة إلى قطع أثرية افريقية.
المتحف الوطني زبانة	وهران	يشتمل على حفريات عن عصور ما قبل التاريخ، وعن أصل الشعوب.
المتحف الوطني للمجاهد	الجزائر العاصمة	يعرض آثار عن الثورة.
المتحف الوطني للفنون الجميلة	الجزائر العاصمة	تعرض فيه ألوان من الفن العصري (كالرسم، التصوير، النحت والنقش).
المتحف الوطني للفنون الشعبية	الجزائر العاصمة	يضم معروضات عن الصناعة التقليدية، والتقاليد والفنون الشعبية.
متحف تيمقاد	باتنة	يضم قطعا من الفسيفساء، آثار قديمة (نقود، أسلحة، تماثيل).
متحف هيبون	عنابة	آثار قديمة (نوميدية، رومانية).

المصدر: بن طالبي فريد، جاري فاتح، شلال زهير، **القطاع السياحي في الجزائر: واقعه وتحدياته**، ص: **9**.

ثانيا-المقومات الطبيعية: للجزائر إمكانات طبيعية كبيرة تساعدها على تقديم المنتج السياحي الجيد والمنافس لغيره، وذلك يعود إلى التنوع البيئي والمناخي الفريد من نوعه بالعالم، وفيما يلي عرض لتلك المقومات التي تزخر بها الجزائر.

1-الموقع الجغرافي : تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الإفريقية بين خطي **9**غرب غرينتش و **12** شرقه، وبين دائرتي عرض **19** و**37** شمال خط الاستواء، تبلغ مساحتها حوالي **2.381.791** كلم^2، تعتبر الجزائر ثاني أكبر بلد إفريقي وعربي من حيث المساحة بعد السودان، والعاشر عالميا، كما تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي[1].

2-المناخ: تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ، وهي:[2]

- **مناخ البحر الأبيض المتوسط:** يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر إلى شهر أبريل، تتميز بفصلين الأول ممطر ودافئ وطويل وهو الشتاء، والثاني يكون جاف وحار وقصير وهو الصيف.

- **المناخ الشبه حار:** يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي، ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، والأمطار فيه أقل كمية لا تتجاوز **400** ملم/السنة.

- **المناخ الصحراوي:** يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة وبجو جاف وارتفاع في درجات الحرارة التي تتعدى أحيانا**40** درجة مئوية، كما يتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر، أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ، وهذا ما ينشط حركة السياح في فصل الشتاء حيث يغطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات.

3-التضاريس: تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب، وهي أقاليم مختلفة تتمثل في:[3]

---

[1] صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، **السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول**، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017، ص: 56.

[2] نفس **المرجع السابق**، ص 56.

[3] بوفاس شريف، منصف خديجة، مداخلة موسومة بعنوان: **ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات**، الملتقى الوطني حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، 22 و23أفريل 2014، ص: 8.

- **منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي:** المتميزة بطول شريط ساحلي 1200 كلم مطل على البحر الأبيض المتوسط، وكذا عدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود إلى عصور مختلفة.

- **منطقة السلسلة الأطلسية:** المتمثلة في جبال الأوراس، الونشريس، ...، والمتميزة بقمم جبلية عالية وتوجد بها أكبر قمة في الشمال "المسماة بلالة خديجة" علوها 2308م، وكذا سلسلة جبلية موازية للسواحل تتميز بإمكانيات تنموية كبيرة لمختلف أنواع السياحة.

- **منطقة الهضاب العليا:** المتميزة بمناخها القاري وبمواقعها الأثرية وصناعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

- **منطقة الأطلس الصحراوي:** المتواجدة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى والتي يمكن أن تساهم في تنمية العديد من أنواع السياحة (المناخية، المعدنية، الصيد، ...).

- **منطقة واحات شمال الصحراء:** والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل ارتفاعا من درجات الحرارة بالصحراء الكبيرة، وبها تتمركز الواحات بنخيلها وبحيراتها، وبتوفر صناعات تقليدية.

- **منطقة الصحراء الكبرى:** وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، الطاسيلي)، وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة وبالحرارة المعتدلة لجميع فصول السنة، والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية.

4-الحظائر المحمية: أحصت مديرية البيئة والغابات **11**حظيرة محمية عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي وتعتبر مناطق جذب سياحي، يوجد منها ثمانية **(8)** في الشمال، وواحدة في الهضاب، حظيرتين في الجنوب، كما هي مبينة في الجدول التالي.

الجدول رقم (2-3): الحظائر المحمية في الجزائر.

اسم الحظيرة	موقع الحظيرة	مساحة الحظيرة	مميزات الحظيرة
الحظائر الموجودة في منطقة الشمال			
حظيرة جرجرة	-	18850 هكتار	تستقر فيها الثلوج لمدة 3 أشهر
حظيرة القالة	الطارف	77 ألف هكتار	50 نوع من الطيور
حظيرة ثنية الحد	تيسمسيلت	3425 هكتار	سلسلة الونشريس، غابات الأرز
حظيرة بلزمت	باتنة	60 ألف هكتار	-
حظيرة تازا	جيجل	3807 هكتار	متحفا فعليا للطبيعة والحيوانات البرية لاسيما القرود
حظيرة الشريعة	الجزائر العاصمة	27 ألف هكتار	متحفا فعليا للطبيعة والحيوانات
حظيرة قورايا	بجاية	-	جبال، طبيعة، حيوانات
حظيرة تلمسان	تلمسان	8225 هكتار	-
الحظائر الموجودة في الهضاب			
حظيرة جبل عيسى	-	24.5 ألف هكتار	-
الحظائر الموجودة في الجنوب			
حظيرة الأهقار	تمنراست	450 ألف كلم^2	تضم هضبتي الأتاكور، المنتجات الأثرية، طبيعة
حظيرة طاسيلي	إليزي	80 ألف كلم^2	ذات طابع أثري (النقوش، رسومات صخرية، ...)

المصدر: صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر **2017**، ص: **57**.

5-الحمامات المعدنية: تزخر الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة تجذب السياح المحليين وخصوصا الأجانب، ويتوفر بالجزائر ما يفوق **200** منبع للمياه الحموية الجوفية، السواد الأعظم منها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق طوله **1200**كلم، لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر[1]. والجدول الموالي يعرض تطور حجم الإمكانات الحموية في الجزائر.

الجدول رقم (2-4): تطور حجم إمكانات السياحة الحموية في الجزائر خلال الفترة 2018-2023.

السنة	العدد		المؤسسات الناشطة				مشاريع في طور الانجاز	مشاريع متوقفة
	المنابع الحموية	منح استغلال المياه الحموية	محطات حموية		187مركز العلاج بمياه البحر			
			عمومية	خاصة	عمومية	خاصة		
2018	282	83	8	15	2	1	38	19
2019	282	92	8	18	2	1	43	20
2020	282	93	8	18	2	1	44	20
2021	282	93	8	19	2	1	44	20
2022	282	92	10	21	2	1	23	35
2023	282	93	08	24	2	1	25	33

المصدر: مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية

كما أن هذه المحطات المعدنية مجهزة بمرافق استقبال جد عالية، ومعدات كافية، وإشراف طبي على يد أطباء مؤهلين وفق الأساليب العلمية لتقديم الرعاية الطبية للأفراد الذين يقصدونها، ومن أهم هذه الحمامات نجد: حمام الصالحين (بسكرة)، حمام قرقور (سطيف) حمام بوغرارة (تلمسان)، حمام بوحنيفية (معسكر)، حمام مسك الطين بقالمة[2].

[1] سعداوي موسى، صدوقي زروق، **مرجع سابق** ،ص: 106.

[2] صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، **مرجع سابق** ،ص: 58.

ثالثا- المقومات الفندقية: تعتبر طاقة الإيواء أو القدرة الاستيعابية للفنادق قبل أن تكون مورد من موارد الربح والحصول على العملة الأجنبية، إحدى المقومات التي تساعد على جذب السياح وإيوائهم وتقديم لهم العديد من الخدمات لراحتهم، كذلك تعتبر إحدى المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس تقدم القطاع السياحي للبلد، وفي الجزائر عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظا وهذا ما تثبته أرقام الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-5): قدرة الإيواء حسب فئة التصنيف خلال الفترة 2018-2023.

الفئة / السنة	2018	2019	2020	2021	2022	2023
فندق 5*	6 734	7 234	7 345	7 613	8 559	8724
فندق 4*	4 746	6 161	6 824	7 935	10 223	11705
فندق 3*	5 886	6 427	6 861	7 707	9 083	10505
فندق 2*	5 185	5 381	5 995	7 935	10 403	11893
فندق 1*	11 684	12 612	12 724	13 027	14 075	15060
فندق غير مصنف	8 590	9 456	9 456	9 456	9 456	9019
إقامة سياحية 2*	384	384	384	384	384	400
إقامة سياحية1*	313	313	313	313	806	806
موتيل نزل طريق2*	93	93	93	93	152	209
موتيل نزل طريق1*	30	86	86	148	168	280
نزل ريفي 2*	16	16	16	16	16	16
نزل ريفي 1*	20	20	20	20	20	20
قرية عطل3*	274	274	274	274	434	434
قرية عطل2*	0	0	0	0	0	625
قرية عطل1*	0	0	0	0	616	670
نزل مفروش" وحيدة الصنف"	91	205	205	205	205	205
نزل عائلي" وحيدة الصنف"	426	426	426	426	426	426
هياكل أخرى موجهة للفندقة	9 786	9 984	9 984	9 984	9 984	9984
محطة الاستراحة" وحيدة الصنف"	170	170	170	170	170	170
مجموع المؤسسات المصنفة	54 428	59 242	61 176	65 706	75 180	81151
مؤسسات فندقية في طريق التصنيف	64 727	66 434	66 438	66 560	70 346	69901
المجموع	119 155	125 676	127 614	132266	145 526	151052

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

من خلال الجدول أعلاه يتضح جليا أن الطاقة الاستيعابية للفنادق في الجزائر في تطور تدريجي من سنة إلى أخرى، ولكن بالرغم من هذا التطور في المجموع الكلي للفنادق وعدد الأسرة الكلية غير أنها تتطور بنسبة ضئيلة (نسبة لا تعتبر جيدة بالمقارنة وإمكانات الجزائر)، وبالأخص للفنادق ذات **5** نجوم التي بقيت في نفس عدد الفنادق تقريبا خلال سنتين، وكذا نفس الكلام لعدد الأسرة، ولكن ما نلاحظه أيضا بشكل ملفت حسب الجدول أن توزيع الطاقات وفق الدرجات تمركز في الفنادق غير المصنفة أو ذات نجمة واحدة (حالة المؤسسة مصنفة)، والمؤسسات الفندقية في طريق التصنيف.

الجدول رقم (2-6): قدرة الإيواء حسب فئة الطابع خلال الفترة 2018-2023.

السنة / فئة	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية
حضري	74 712	1 002	80470	1045	81 863	1 070	85577	1115	93 906	1 154	97.721	1.197
ساحلي	32 581	249	32926	252	32 971	253	33588	258	37 586	283	39.059	298
صحراوي	5 477	73	5895	76	6 299	80	6620	83	6 946	86	6.986	87
حموي	4 502	25	4502	25	4 598	27	4598	27	5 189	33	5.339	34
مناخي	1 883	19	1 883	19	1 883	19	1883	19	1 899	20	1.947	22
المجموع	**119 155**	**1 368**	**125 676**	**1 417**	**127 614**	**1 449**	**132266**	**1502**	**145 526**	**1 576**	**151.052**	**1.638**

المصدر: مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية

من خلال الجدول أعلاه يتضح جليا أن الطاقة الاستيعابية للفنادق في الجزائر في تطور تدريجي من سنة إلى أخرى، ولكن بالرغم من هذا التطور في المجموع الكلي للفنادق وعدد الأسرة الكلية غير أنها تتطور بنسبة ضئيلة، وكذا نفس الكلام لعدد الأسرة.

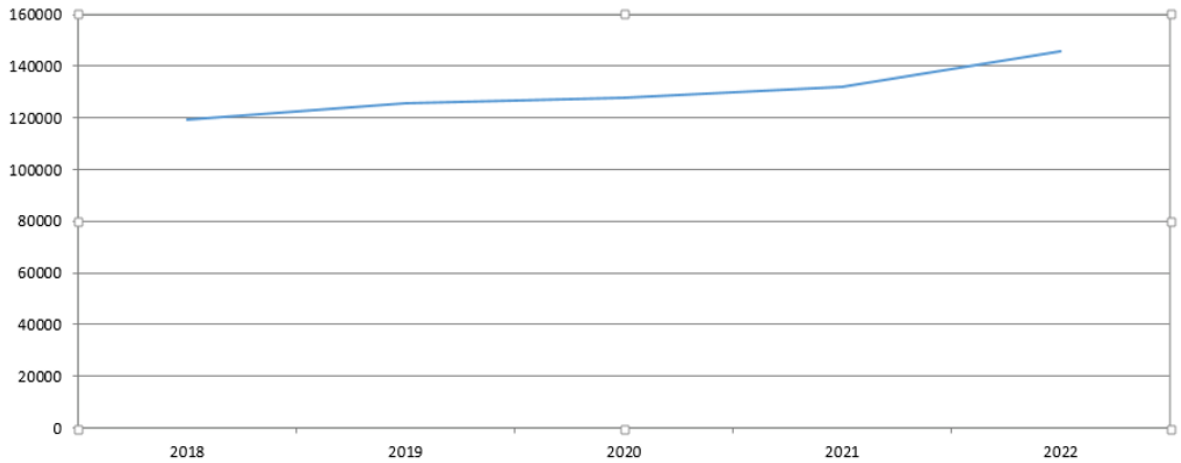
الجدول رقم (2-7): وضـــعية الحظيرة الوطنية للفنادق حســـب الطابع القانوني خلال الفترة 2018-2023.

الطبيعة القانونية	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسا الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية
عام	18 657	67	18657	67	19 215	78	19557	80	**19717**	**81**	19.925	83
خاص	93 992	239	99230	1285	100 610	1 306	104920	1357	**118 020**	**1430**	123.258	1.488
الجماعات المحلية	3 134	54	3 134	54	3 134	54	3134	54	**3134**	**54**	3.214	56
المشترك (العام والخاص)	3 372	08	4655	11	4 655	11	4655	11	**4655**	**11**	4.655	11
المجموع	**119 155**	**1 368**	**5 676**	**1 417**	**127 614**	**1 449**	**132266**	**1502**	**145 526**	**1 567**	**151.052**	**1.638**

المصدر: مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية

من الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد الفنادق في القطاع الخاص أكبر من القطاع العام، وهذا راجع إلى التسهيلات الممنوحة من طرف الدولة للخواص في إنشاء المشاريع الاستثمارية الموجهة للسياحة من أجل النهوض بالقطاع.

الشكل رقم (2-1): تطور قدرة الايواء للحضيرة الفندقية في الجزائر 2018-2023



المصدر: اعداد الباحث بناء على البيانات مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجدول رقم (2-7).

رابعا: البنى التحتية:

والتي تنقسم إلى ثلاث فئات مبينة كمايلي:

1-النقل البري للطرق والسكك الحديدية:

تتكون شبكة الطرق الجزائرية حاليا من: أكثر من 127000 كيلومتر منها ما يفوق 96000 كيلومتر معبدة، كما تتوفر على 10102 من الهياكل الهندسية نجد منها 3478 على الطريق السيار شرق غرب، هذا ويبلغ طول الطريق السيار شرق غرب 1216 كيلومتراً منها 1100 كيلومتر مستغلة حاليا لحركة المرور[1].

أما فيما يخص السكك الحديدية فتشير إحصاءات وزارة النقل والأشغال العمومية الجزائرية إلى أنّ طول شبكة السكك الحديدية سنة 1999 بلغ 1700 كلم، قبل أن يرتفع الرقم كمرحلة أولية إلى 4200 كلم بعد استلام عدد من المشاريع التي كانت قيد الإنجاز بين سنتي 2014 و2017، ثم ارتفع الرقم مجدّدًا ليصل إلى 6300 كلم في 2019، بفضل استلام عدد من الخطوط أهمّها الخط الاختراقي للغرب الرابط بين جنوب ولاية سيدي بلعباس وولاية بشار، وفي آخر تصريح للوزارة أعلنت أنها في سنة 2022 بلغت 6500 كم، هذا وتعد الوزارة على المدى المتوسط أي مع استكمال البرنامج الوطني لتطوير السكة الحديدية، خاصّة مع مشروع ربط جميع مناطق الشمال، أنّه سيزيد طول خط الشبكة الحديدية على المستوى الوطني.

النقل الجوي والمطارات:

أما بالنسبة للنقل الجوي فتملك الجزائر أكثر من 45 مطارا موزعة بين مختلف الولايات، منها 15 مطاراً دولياً، و30 مطاراً محلياً، كما تسيطر الشركة الوطنية(الخطوط الجوية الجزائرية)على النقل الداخلي والخارجي للأشخاص[2].

[1] دراسة للباحثة سعدي راضية بعنوان "ترقية قطاع السياحة في الجزائر (الدروس المستفادة من التجربة الصينية)" أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير –جامعة الجزائر-3- 2023/2022

[2] ميمش أمينة، هميسي مريم، التكامل بين القطاعات: حالة النقل الجوي والسياحة الصحراوية في الجزائر، مذكرة مقدمة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص 48.

النقل البحري:

تمتلك الجزائر العديد من الموانئ البحرية على الشـــريط الســـاحلي بطول إجمالي يقارب 1622 كم عبر 14 ولاية على ساحل البحر الأبيض المتوسط، وقد شيّدت الجزائر منذ القدم عدة موانئ لأغراض شتى كالصيد البحري والدفاع والتجارة، منها 14 ميناءاً تجارياً 8 منها لنقل المسـافرين في كل من: العاصـمة، وهران، تلمسـان، بجاية، سـكيكدة، جيجل، مسـتغانم وعنابة[1].

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

بما أن الجزائر – كما تطرقنا آنفا – تتربع على رقعة جغرافية تقدر مساحتها بحوالي **2.381.471** كلم^2، وأيضـا تسـتحوذ على طول شـريط ساحلي معتبر **1200** كلم، كما أنها تقع في وســط شــمال غرب القارة الإفريقية بين خطي **9**غرب غرينتش و **12**شــرقه، وبين دائرتي عرض **19** و**37** شـمال خط الاسـتواء، ما يؤدي إلى تنوع المواسـم المناخية على طول السـنة، وهذا ما يجعلها بلدا تتنوع فيه المقاصد السياحية.

أولا: السياحة الساحلية

تعتبر السياحة الساحلية من أكثر أنواع السياحة انتشارا في الجزائر، بفضل الشريط الســاحلي الممتد على مســاحة **1200**كلم، ولقد حظي هذا النوع من الســياحة بالاهتمام وجهز بمركبات سياحية من فنادق وبيوت الاصطياف والأكواخ والفيلات الصيفية، وقد أختيرت مناطق كبرى من أجل التوسع السياحي، وهي:[2]

***غرب مدينة الجزائر:** موريتي، نادي الصنوبر، سيدي فرج، زرالدة، وتيبازة.

***في الغرب:** الأندلسيات في وهران.

***في الشرق:** بجاية، جيجل، عنابة، سرايدي، القل، سكيكدة، والقالة.

[1] https://ar.wikipedia.org/wiki/قائمة_موانئ_الجزائر visited 09/04/2024.

[2] سماعيني نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص: استراتيجية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة وهران، 2013/ 2014، ص: 62.

والجدول الموالي يوضح تطور عدد الشواطئ الموجودة بالجزائر سواء المرخصة أو غير المرخصة، وأيضا تطور عدد المترددين على الشواطئ الجزائرية خلال الفترة **2018-2023**.

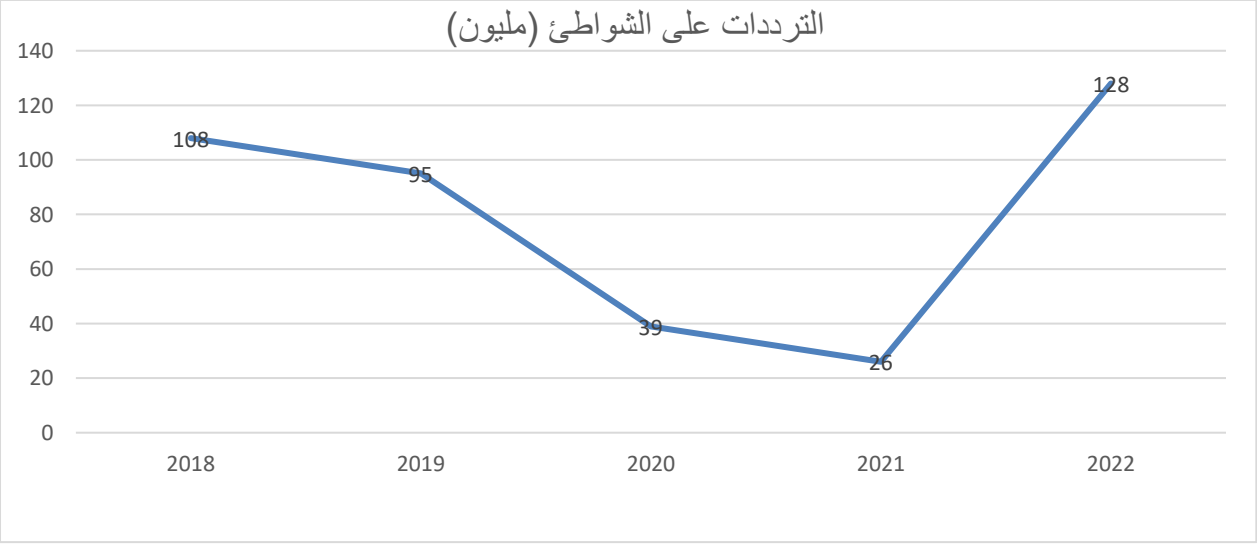
الجدول رقم (2-8): عدد المترددين على الشواطئ الجزائرية خلال الفترة 2018- 2023

الوحدة (مليون)

السنة	2018	2019	2020	2021	2022	2023
العدد الإجمالي للشواطئ	611	581	565	585	602	617
عدد الشواطئ المرخصة للسباحة	404	426	362	409	432	428
عدد الشواطئ الغير مرخصة للسباحة	207	155	203	176	170	189
الترددات على الشواطئ (مليون)	108	95	39	26	128	-

المصدر: مديرية المنظومات الإعلامية والإحصائيات لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الشكل رقم (2-2): منحني الترددات على الشواطئ الجزائرية خلال الفترة 2018-2023



المصدر: اعداد الباحث بناء على بيانات الجدول رقم (2-7).

من الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد المترددين على الشواطئ في تزايد مستمر، اين عرف تراجع كبير خلال سنة 2020 و2021، وهذا لما شهده العالم لعمليات الغلق بسبب جائحة كوفيد19، إلا أنه عرف نوع من النمو والانتعاش خاصة خلال سنة 2022.

ثانيا: السياحة الحموية

تمتلك الجزائر إمكانيات هامة من الحمامات المعدنية والتي تسمح لها باستقبال السياح المهتمين بهذه السياحة بهدف صحي أو الاستجمام أو الراحة، ولقد تم إحصاء **202** منبع للمياه سنة **1986** ليصل عددها فيما بعد إلى **282** سنة **2014**، ومن بينها: حمام الصالحين (بسكرة)، حمام قرقور (سطيف) حمام بوغرارة (تلمسان)، حمام بوحنيفية (معسكر)، حمام مسك الطين بقالمة، وهي مركبات سياحية مجهزة بمرافق صحية ومرافق ترفيهية.

ثالثا: السياحة الصحراوية

تمثل السياحة الصحراوية خاصية مميزة تضاف إلى التراث السياحي في الجزائر، فالمناطق الصحراوية تتمتع بمناظر جميلة وآثار ونقوش صخرية وهذا ما جعلها قطب سياحي حقيقي لجلب السياح الأجانب، ولقد أنشئت في هذه المنطقة فنادق نذكر منها: فندق القائد ببوسعادة، فندق الزيبان ببسكرة، فندق سوف بالوادي، فندقي الرستميين والجنوب بغرداية، وفندق طاهات بتمنراست. والشكل الموالي يعرض عدد السياح في الموسم السياحي الصحراوي.

الشكل رقم (2-9): تطور عدد السياح في الموسم السياحي الصحراوي 2018-2022.

السنة	2018	2019	2020	2021	2022
المقيمين	300 143	240927	127 418	512 871	465 025
الأجانب	25 871	23501	12 857	15 035	26 827
المجموع	**326 014**	**264428**	**140 275**	**527 906**	**491 852**

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

نلاحظ أن عدد السياح الأجانب في الموسم السياحي الصحراوي في تزايد مستمر، أين عرف تراجع كبير خلال سنة 2020 و2021، وهذا لما شهده العالم لعمليات الغلق بسبب جائحة كوفيد19، إلا أنه عرف نوع من النمو خاصة خلال سنة 2022، ولكن بالرغم من ذلك لم يرقى الى المستوى المطلوب مقارنة بما تزخر به المناطق الصحراوية من مقومات سياحية.

المطلب الثالث: تحليل الطلب السياحي في الجزائر

سندرس في هذا المطلب الطلب السياحي في الجزائر، بالإضافة إلى أهم المعوقات المعرقلة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر وذلك كما يلي:

أولا: الطلب السياحي في الجزائر

نلخصه من خلال التعرض لعدة مؤشرات الدالة عليه كما يلي:

أ- تطور تدفق عدد السياح في الجزائر:

أضحت السياحة إحدى الصناعات المهمة في العالم في الوقت الحالي، إذ فاقت معدلات نمو الزراعة والصناعة، كما تجاوزت أهميتها الصناعات التحويلية والخدمية جميعها، وقد سجلت منظمة السياحة العالمية عام نموا ايجابيا في إيرادات القطاع السياحي خلال عام 2023 أين قدرت إجمالي إيرادات 13 دولة عربية من السياحة حوالي 709 مليارات دولارات أي بزيادة في عدد السياح تقارب 38% مقارنة بعام 2022[1]، حيث سجلت الجزائر أكثر من مليونين سائح والجدول الموالي يوضح التدفق السياحي إلى الجزائر خلال الفترة 2018-2023:

الجدول رقم (2-10): تطور تدفق عدد السياح في الجزائر خلال الفترة 2018-2023

السنوات	الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2018	2 018 753	638 360	2 657 113
2019	1 933 778	437 278	2 371 056
2020	509 736	81 295	591 031
2021	66 995	66 995	125 238
2022	757 380	757 380	1 398 048
2023	2.195.519	1.096.989	3.292.508

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

[1] حميداتو محمد الناصر، حميداتو نصر، **أثرالنشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي: دراسة قياسية للفترة 1997-2013**، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 9، 2015، جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي، ص: 75.

يتضـــح من الجدول أعلاه أن تطور تدفق الوافدين من الســـياح للجزائر متذبذب خلال ســـنة 2020 و2021، كذلك بالنســـبة لتطور عدد تدفق الســـياح، ويمكن إرجاع هذا التذبذب لتفشي وباء COVID-19، والذي أثر بشكل كبير على قطاع السياحة حول العالم بسب القيود المفروضة على السفر، إلا أنه عرف نوع من الانتعاش خاصة خلال سنة 2023، إلى أن هذه الزيادة ضـــعيفة ومتذبذبة، مما يفســـر أن العروض الســـياحية التي تقدمها الجزائر ورغم الجهود المبذولة للنهوض بهذا القطاع، تبقي غير كافية بالشكل المطلوب.

ب- مؤشرات تنافسية السياحة الجزائرية:

تسعى الجزائر جاهدة الى تعزيز قدراتها الاقتصادية، ودفع عجلة التنمية وتحقيق التنوع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، خاصة بالنظر الى تلك الاضرار التي نجمت عن الاعتماد بشـــكل حاد على النفط، وقد باتت من متطلبات تنويع الاقتصـــاد كضـــرورة لتخفيف مخاطر الاعتماد على المحروقات الاهتمام بالقطاع الســـياحي والعمل على تطويره وتنميته على نحو خاص، بما يجعل من هذا القطاع أكثر قدرة على المنافسة وتفعيل دوره في التنمية الاقتصادية.

لكن بالنظر الى الواقع هذا القطاع نجد أن الجزائر تحتل المراتب الأخيرة بالرغم من المقومات السياحية الهائلة التي تتمتع بها ومخططات التنمية وسياسة الدولة المتجهة نحو ترقية هذا القطاع وجعل من الجزائر مقصدا سياحيا عالميا.

فبحسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية 2022، تم تصنف الجزائر ضمن البلدان الأقل تنافسية في القطاع السياحي، حيث بلغ عدد السياح الذين زاروا الجزائر خلال هذه السنة ما مجموع 2 ملاين و 39 ألف، زائر وهذا الرقم يضـــع الجزائر في المرتبة 11 ترتيب الدول العربية في السياحة و المرتبة 85 عالميا في ترتيب أكثر دول سياحية في العالم، وكذلك الرابعة بالنسـبة لترتيب دول شـمال إفريقيا بعد والمغرب، تونس ومصـر، أين بلغت عوائد السـياحة في الجزائر بلغت حوالي 209 مليون دولار فقط[1].

[1] https://amjd.org/%D8%AA%D8%B1%D8%AAD9%8A%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%A9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9ù85%.html. Consulté le 15.04.2024 à 21h00.

كذلك حسب تصنف تقرير للمنتدى الاقتصادي العالمي لدافوس لعام **2017**، الجزائر ضمن البلدان الإفريقية الأقل تنافسية في القطاع السياحي، حيث جاءت في الترتيب **118**عالميا، ضمن 136 دولة شملتها الدراسة، أما على مستوى شمال إفريقيا فقد جاءت الجزائر في المرتبة الرابعة بعد تونس ومصر والمغرب.

فيما أدرج تصنيف بلوم للاستشارات "Bloom Consulting المتخصص في تحليل وتقيم أداء الترويج السياحي للدول"، الجزائر في المركز **26** إفريقيا من حيث جذب البلدان للسياح خلال عام **2018**[1]،والجدول الموالي يمثل الترتيب والتنقيط الذي حصلت عليه الجزائر من خلال جميع المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية القطاع حسب تقرير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة لسنة **2017**.

الجدول رقم (2-11): ترتيب الجزائر من مؤشرات التنافسية السياحية.

البلد	الترتيب	مؤشرات التنافسية السياحية	التنقيط العام
الجزائر	118	بيئة الاعمال	04
		السلامة والامن	5.3
		الصحة والنظافة	4.9
		الموارد البشرية	04
		الاستعداد التكنولوجي	3.7
		أولويات صناعية	2.8
		الانفتاح الدولي	1.5
		التنافسية السعرية	06
		الاستدامة البيئية	3.7
		البيئة التحتية	2.1
		الموارد الطبيعية	2.2
		الموارد الثقافية	2.1

Source: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, p: 10 – 23.

[1] بوغليطة إلهام، بن عوالي الجيلالي، **واقعصناعة السياحة الداخلية ضمن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية: على ضوء الإحصاءات الوطنية لولاية سكيكدة**، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 3، 2019، ص: 44، 45.

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح واقع القطاع السياحي بالجزائر، نلاحظ أن معظم نقاط المؤشرات الجزئية المكونة للمؤشر الكلي لتنافسية السياحة كانت ضعيفة، وهذا ما يبين أن الجزائر لا تزال متأخرة في أغلب المجالات الداعمة للقطاع السياحي، مما يجعلها وجهة غير سياحية، حتى بالنسبة لمؤشر الموارد الطبيعية وذلك بسبب إهمال الجزائر لهذا المورد.

فما عدى مؤشر التنافسية السعرية وبدرجة أقل مؤشر السلامة والامن ومؤشر التنافسية السياحية ومؤشر الصحة والنظافة، فباقي المؤشرات هي ضعيفة.

وعموما يبقى الوضع العام للسياحة في الجزائر وفقا لتقرير التنافسية لعام **2017** وكذلك بالنسبة لإحصائيات منظمة السياحة العالمية لسنة **2022** سيئا للغاية، ما يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع، والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الذي يمكن أن يكون مصدر دخل إضافي للدولة الجزائرية يمكنها التخلص من التبعية المفرطة لقطاع المحروقات.

ثانيا: معوقات القطاع السياحي في الجزائر

توجد عدة معوقات التي تعرقل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر والتي نوجزها فيما يلي:

أ- معوقات الاستثمار السياحي:

يمثل الاستثمار السياحي مجموع ما ينفق في قطاع السياحة، وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية، ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجها السياحي.

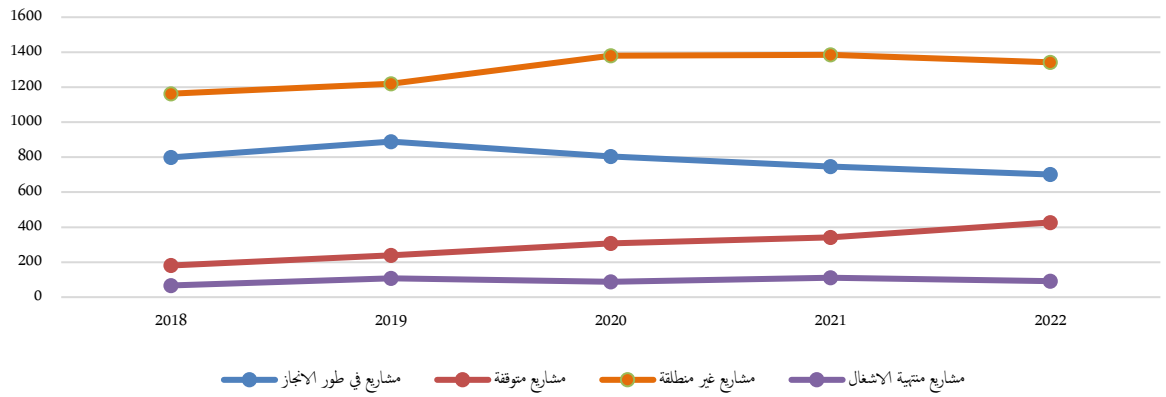
وفي هذا الصدد عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت الباب أمام الاستثمارات السياحية، فوضعت العديد من الامتيازات بغية جلب الاستثمارات الأجنبية في المجال السياحي[1]، والجداول الاتية تعرض تطور المشاريع الاستثمارية السياحية، وضعية وكالات السياحة والاسفار ومناطق التوسع السياحي، في الجزائر خلال الفترة **2018-2022**.

الجدول رقم (2-12): وضعية المشاريع السياحية في الجزائر خلال الفترة 2018-2022.

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية[2]، متاح على الموقع: www.mta.gov.dz

السنة / وضعية المشاريع	2018	2019	2020	2021	2022
مشاريع في طور الانجاز	799	889	804	747	701
مشاريع متوقفة	181	239	308	342	427
مشاريع غير منطلقة	1 163	1220	1 380	1385	1 342
مشاريع منتهية الاشغال	67	107	87	111	92
المجموع	**2210**	**2455**	**2579**	**2585**	**2 562**

الشكل رقم (2-3): منحني وضعية المشاريع السياحية في الجزائر (2018-2022)



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

[1] فقير سامية، لعروم محمد أمين، **آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030**، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الأول حول: آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، منظم من طرف معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية وبالشراكة مع الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، المركز الجامعي ببريكة، يومي 30 و31 أكتوبر 2017، ص: 7.

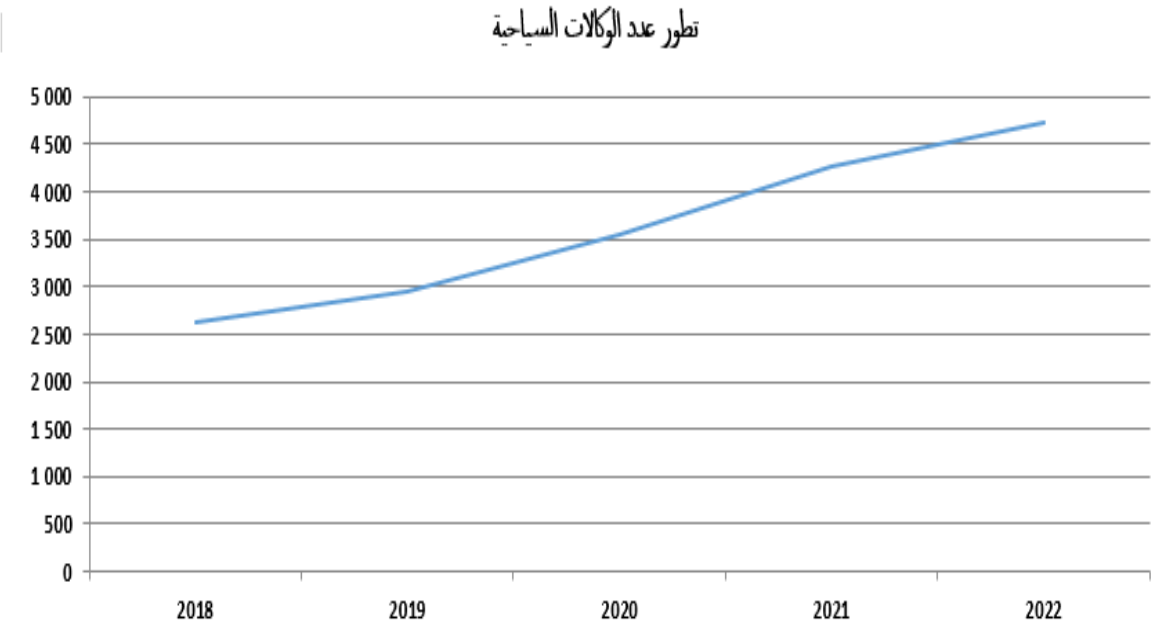
[2] https://www. www.mta.gov.dz visited 13/02/2024

الجدول رقم (2-13): وضعية وكالات السياحة والاسفار في الجزائر (2018-2022)

السنة	2018	2019	2020	2021	2022	2023
عدد الوكالات السياحية	2 626	2 942	3 546	4 267	4 722	4999

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

الشكل رقم (2-4): منحني تطور عدد وكالات السياحة والاسفار في الجزائر (2018-2022)

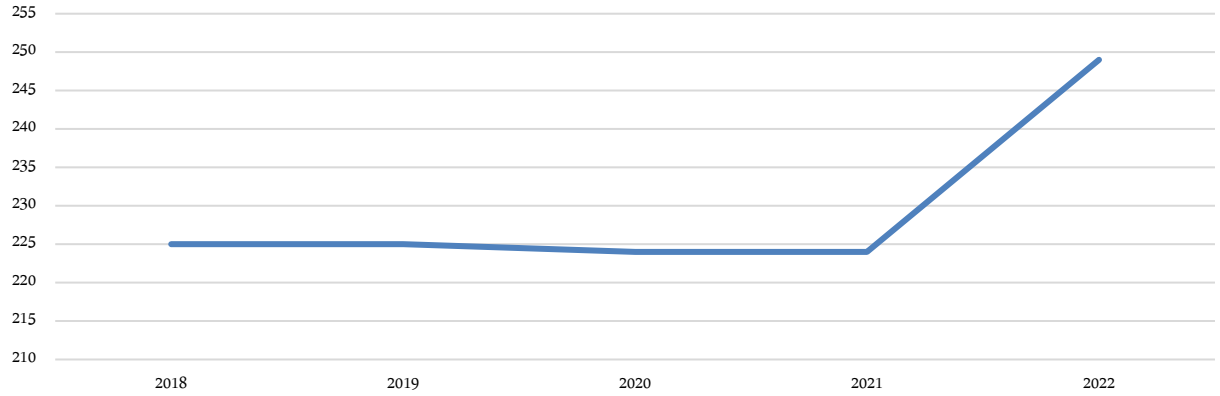


الجدول رقم (2-14): مناطق التوسع السياحي خلال الفترة 2018-2022.

السنة	2018	2019	2020	2021	2022	2023
عدد مناطق التوسع السياحي	225	225	224	224	249	249

المصدر: المديرية العامة للسياحة

الشكل رقم (2-5): منحني مناطق التوسع السياحي خلال الفترة 2018-2022



المصدر: عداد الباحث اعتمادا عن بيانات المديرية العامة للسياحة.

من خلال تحليل المعطيات المشـــارة في الجداول أعلاه، نلاحظ أن عدد المشـــاريع الاسـتثمارية الموجهة لقطاع السـياحة في تزايد مسـتمر خلال الفترة **2018-2022**، حيث كان عدد المشـاريع غير منطلقة على مسـتوى لجنة تقييم تطور المشـاريع عام 2018 حوالي **1163** مشـروع ليصـل عام **2022** إلى **1342** مشـروع، كما يتبين أنه يوجد العديد المشـاريع متوقفة، ويمكن إرجاع ذلك لوجود عدة عراقيل قد يواجهها المســتثمر ســواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، لعل أهم تلك العراقيل ما يلي:

01-عائق العقار الصـناعي: يتطلب النشـاط في العقر السـياحي موارد كبيرة لإنشـاء المرافق السياحية الأساسية (فنادق، مراكز سياحية)، وهنا نذكر عدة تلاعبات وعمليات مضاربة اســتغلت الثغرات القانونية في هذا المجال، وعليه جاء قانون **03/03** الصـــادر في **17**فيفري **2003** والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية، ولكن رغم ذلك تبقى هناك عراقيل حالت دون تثمين مناطق التوسع السياحي، من أهمها نذكر ما يلي[1]:

- الانقطاع الملاحظ في مجال متابعة وإتمام المشروع الإجمالي للتوسع السياحي؛
- عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي؛

[1] عويـنان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**، أطروحة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، التخصص: نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3، 2013/2012، ص: 219، 220.

- عدم استكمال معظم دراسات التهيئة والتي لم تنتهي (مراحل الإنجاز والتمويل)؛
- عدم وجود الأدوات والآليات المختصة في تسيير العقار السياحي؛
- تراجع مساحات مناطق التوسع السياحي نظرا للتدهور الحاصل في المواقع السياحية؛
- تدهور الموارد الطبيعية بسبب زحف الرمال وغياب قواعد العمران، مما أدى إلى تغيير الموارد عن طبيعتها السياحية.

02-العوائق الإدارية والقانونية للاستثمار السياحي: يواجه المستثمر السياحي سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري عدة عراقيل، ولعل من أهمها نجد العراقيل الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي، والتي يمكن حصرها في النقاط التالية[1]:

أ-كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية: فرغم التسهيلات التي تقدمها الإدارة للمستثمر السياحي، إلى أن الواقع يكشف أن الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر بموجبها إلى أداء **14**مرحلة قبل الوصول إلى إنشاء مؤسسته.

ب-الفساد الإداري وغياب الشفافية: إن كثرة العراقيل وتعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية

03-العوائق الاقتصادية للاستثمار السياحي: كما يتخبط الاستثمار السياحي في عدة عوائق اقتصادية، تتمثل في[2]:

أ-النقص في البنية التحتية المادية والاجتماعية: مثل الطرقات، والموانئ، والمطارات، والاتصالات، إضافة إلى التعليم والصحة والتكوين، ولتعزيز هذه الخدمات الأساسية فائدة مزدوجة، فمن ناحية تقوم بحسين مؤشرات التنمية البشرية ومن ناحية أخر تساهم في ترقية ودعم السياحة المحلية والدولية.

[1]فقير سامية، لعروم محمد أمين، **مرجع سابق** ،ص: 7، 8.
[2]فقير سامية، لعروم محمد أمين، **مرجع سابق** ، ص: 8.

ب-عدم الاستقرار الاقتصادي: يعد الاستقرار الاقتصادي للدولة عاملا حاسما ومهما لاستقطاب المستثمر الأجنبي ومنع هروب رؤوس الأموال للخارج، ويظهر عدم الاستقرار الاقتصادي في حالات مختلفة من أهمها التضخم، والتخفيض المستمر لقيمة العملة الوطنية.

ت- تدهور الوضع الأمني: لا شك أن تناقص التدفقات السياحية باتجاه الجزائر خلال السنوات السابقة (لاسيما العشرية السوداء) يعود إلى تدهور الأوضاع الأمنية، إذ أن العامل الأمني شديد التأثير على الطلب السياحي[1].

ث-ضعف الثقافة السياحية:

بالنظر إلى معتقدات المجتمع الجزائري وقيمه نجد أنه ينظر إلى بعض المهن على أنها أقل قيمة، كتلك التي تعتمد على المجاملات التي هي أساس الخدمات السياحية، وخاصة ما يتعلق منها بخدمات الضيافة (الاستقبال والضيافة)، أو تلك المرتبطة بالصناعات التقليدية والحرفية، ونقص الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري يجعله أيضا لا يفرق بين السائح والضيف، فمنهم من ينظر إلى السائح بأنه ضيف مما يستدعي التكفل) مصاريف تحركاته واستهلاكه) [2].

ج- مشاكل التلوث البيئي وتدهور التراث الثقافي: التدهور البيئي يعد أحد الأسباب الرئيسة التي دفعت السياح وخاصة الأجانب إلى الامتناع عن زيارة الجزائر، وذلك راجع إلى نوعية الخدمات المقدمة والحالة السيئة للشواطئ بسبب كثرة النفايات والاستغلال العشوائي لرمال الشواطئ الساحلية، ونفس القول بالنسبة للصحراء الجزائرية فحالها لا يختلف عن السواحل، فالمعالم التاريخية والأثرية أصبحت مهددة بالزوال بسبب الأضرار الطبيعية والبشرية، وأهم شيء هو غياب الرقابة من طرف سلطات الضبط والهيئات القائمة على القطاع السياحي[3].

[1] سعداوي موسى، صدوقي زروق، **مرجع سابق** ،ص: 110.
[2] عويـنان عبد القادر، **مرجع سابق** ،ص: 230، 231.
[3] فقير سامية، لعروم محمد أمين، **مرجع سابق** ،ص: 9.

خ- تغيير الوجهة السياحية: في بعض الأحيان قد لا يجد السائح المحلي راحته في بلده نظرا لعدة أسباب قد تكون ضعف الخدمات السياحية المقدمة وارتفاع أسعارها، أو عدم موافقتها مع تطلعاته، كل هذه الأسباب كفيلة بتغيير وجهة السائح المحلي وجهة سياحية أخرى تتماشى وفقا لإمكانياته وتطلعاته، وهذا ما حصل مع السياحة الجزائرية حيث يتوجه سنويا أكثر من 2 مليون جزائري إلى الجارة تونس بسبب الأسعار المعقولة وجودة الخدمات السياحية، خاصة ما يتعلق بالإيواء والإطعام ونوعية الهياكل والمنشآت[1].

ح- ضعف الصناعة التقليدية: للصناعات التقليدية دور مهم جدا في تنشيط السياحة، وواقع الصناعات التقليدية في الجزائر يعاني العديد من المشاكل المتراكمة والصعوبات التي عمقت مشكلته وحالت دون تطوره، مما انجر عنه عزوف الجزائريين وذوي الاختصاص تدريجيا عن امتهان الأنشطة الحرفية ومن أهم المشاكل والصعوبات التي عملت على الحد من تطور الصناعات التقليدية، نذكر[2]:

- مشكل التموين بالمادة الأولية والعتاد الضروري لعملية الإنتاج؛

- مشكل التمويل، حيث غالبا ما ترفض مؤسسات التمويل والمصارف عن تزويد الأنشطة الحرفية باحتياجاتها من التمويل لأغراض الاستثمار والتوسع لمواجهة نفقات الاستغلال، ويرجع ذلك إلى ارتفاع درجة المخاطرة على القروض المقدمة للحرفيين، نظرا لغياب الضمانات المناسبة؛

- مشكل التسويق، حيث يجد الحرفيون مشاكل عديدة في تسويق منتجاتهم مما يؤثر سلبا على إنتاجهم؛

- صعوبة الحصول على المحلات من قبل الحرفيين؛

- ضعف برامج التكوين وقلة مراكز التكوين المتخصصة، مع عدم وجود نظام تمهين مناسب للصناعات التقليدية تدعمه إجراءات تشجيعية وتحفيزية.

[1] عوينان عبد القادر، **مرجع سابق**، ص: 245، 246.
[2] **المرجع نفسه**، ص: 256، 257.

المبحث الثاني: أثر السياحة الداخلية على التنمية الاقتصادية في الجزائر

نستعرض من خلال هذا المبحث دور قطاع السياحة في التنمية على المستوى المحلي من خلال مساهمتها في عدة مؤشرات اقتصادية.

أولا: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي بالجزائر

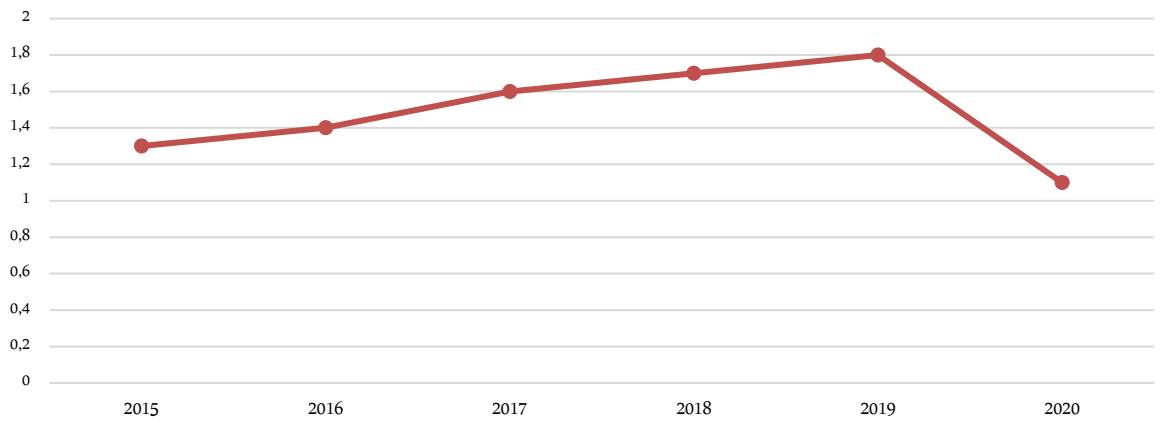
تنقسم مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري إلى مساهمة مباشرة وغير مباشرة، اين يظل قطاع السياحة يساهم بنسبة قليلة في الناتج المحلي الخام إذ لم تتجاوز النسبة **1.7%** خلال الفترة الممتدة من **2015** إلى غاية سنة **2022**، وذلك ما يوضحه الجدول الموالي.

الجدول رقم (2-15): نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (فرع فنادق ،المقاهي ، المطاعم) بالجزائر خلال الفترة(2015-2022).

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
حصة السياحة في ن.م. خ (٪)	1,3	1,4	1,6	1,7	1,8	1,1	1.5	1.7

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم (2-6): منحني تطور السياحة في الناتج المحلي الخام (2015-2022).



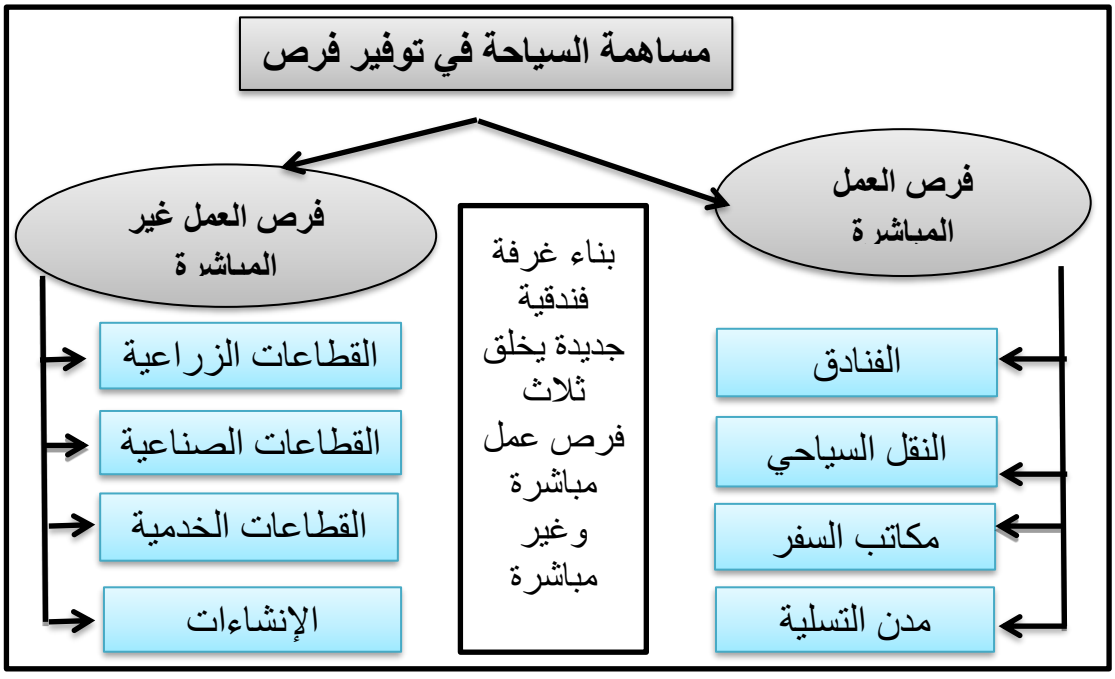
المصدر: اعداد الباحث اعتمادا عن بيانات المديرية العامة للسياحة.

يلاحظ من خلال الشكل السابق تطور نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي عموما إلا أنها لم تتعدى **1.8%** خلال طول الفترة **(2015-2022)**، وهي تعتبر نسبة ضئيلة جدا. ويمكن ان يعود السبب الرئيسي الى تركيز الجزائر على القطاع النفطي مهملة باقي القطاعات بما فيها السياحة، فطالما اعتبر القطاع السياحي قطاعا هامشيا كغيره من القطاعات الأخرى بخلاف قطاع المحروقات الذي اعتمدت عليه الدولة كليا.

ثانيا: مساهمة قطاع السياحة في التشغيل

تعتبر السياحة مصدر رئيسي للعمالة حيث تولد فرص عمل متنوعة في قطاعها[1]، إذ توفر نحو **200** مليون فرصة عمل أي حوالي **8%** من مجموع فرص العمل في العالم[2]، حيث أن قطاع الإيواء الفندقي وحده يستخدم حوالي **11.3** مليون عامل على النطاق العالمي، والشكل الموالي يوضح طرق خلق قطاع السياحة لفرص العمل.

الشكل رقم (2-7) :آليات السياحة في توفير فرص العمل.



المصدر:إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان،2009، ص222.

[1] زيد منير سلمان، **الاقتصادالسياحي**، دار الراية، الأردن، 2008، ص 25.

[2] الساحلي عبد الرحمن والهبر حبيب، **الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي**، دليل مفهوم السياحة المستدامة، سلسلة 01، ص 02.

كماعرف عدد العاملين في القطاع السياحي نمو ملحوظا خلال الفترة (**2000-2019**)، إلا أن الرقم المسجل يبق بعيدا عن الإمكانيات السياحية الكبيرة للجزائر بسبب مراكز الإيواء غير المصنفة والتي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء في الجزائر حيث أن مناصب التوظيف فيها ضعيفة عكس فنادق **5** نجوم و**4** نجوم التي تمتاز بقابلية الجدول الموالي يبين عدد العاملين في القطاع السياحي الجزائري بصفة كلية، وفيمايلي جدول يوضح تطور نسبة وعدد الوظائف التي يساهم بها قطاع السياحة الجزائري خلال الفترة 2000-2019:

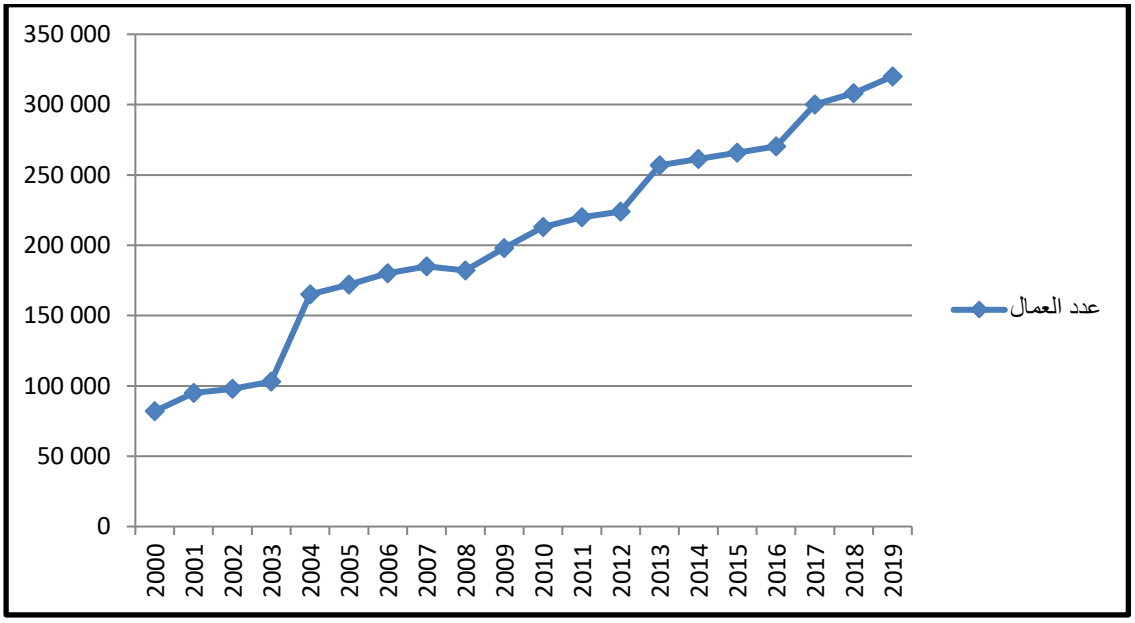
الجدول (2-16): نسبة وعدد الوظائف في قطاع السياحة للفترة 2000-2019

Années	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre d'Emploi	82 000	95 000	98 000	103 000	165 000	172 000	180 000	185 000	182 000	198 000
Taux de croissance	-	15,85%	3,16%	5,10%	60,19%	4,24%	4,65%	2,78%	-1,62%	8,79%
Années	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Nombre d'Emploi	213 000	220 000	224 028	256 775	261 289	65 803	270 317	300 000	308 027	320 000
Taux de croissance	7,58%	3,29%	1,83%	14,62%	1,76%	1,73%	1,70%	10,98%	2,68%	3,89%

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات معدلة في وزارة السياحة

من خلال معطيات الجدول أعلاه نلاحظ بأن عدد العاملين في القطاع السياحي عرف نمواً ملحوظا ولكن بشكل ضئيل جدا، ففي سنة 2000 كان عدد المناصب أو الوظائف المباشرة التي يحققها القطاع لا يتجاوز 82000 ليصل سنة 2019 إلى 320000 منصب فقط، والشكل الموالي يوضح منحنى تطور عدد الوظائف خلال 19 سنة:

الشكل (2-8): منحني تطور عدد الوظائف في قطاع السياحة الوحدة مليون موظف



المصدر: من إعداد الباحث إعتمادا على الديوان الوطني للإحصائيات

يتضح جلياً من الشكل أنه رغم الزيادة في عدد المناصب إلا أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في التشغيل تبقى منخفضة بشكل كبير وبعيدة جداً عما تحققه دول الجوار، وهو ما يوضح تأخر تحقيق مجمل الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، لجملة من الأسباب التي يمكن ذكرها بإختصار[1]:

- ✓ نقص الاستثمارات السياحية وتوقف بعضها بسبب جملة من المعوقات التي صادفتها؛
- ✓ مراكز الإيواء غير المصنفة والتي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء في الجزائر حيث أن إمكانية التوظيف فيها ضعيفة عكس الفنادق ذات التصنيف العالي التي تمتاز بقابلية توظيف؛
- ✓ هناك بعض الوظائف التي لا يتم التصريح بها وخصوصا على مستوى القطاع الخاص؛
- ✓ نقص اليد العاملة المؤهلة في المجال السياحي.

وهو ما يستدعي العمل على تفعيل انجاز البرامج والمشاريع المسطرة بهدف تحسين أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، خاصة في ظل الإمكانيات التي يتمتع بها.

[1] هني حيزية، زيدان محمد، تطوير السياحة مدخل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 10.

ثالثا: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات

يساهم قطاع السياحة في ميزان المدفوعات للدولة من خلال الإيرادات التي تحققها السياحة، وذلك بتوفيرها لمختلف الخدمات المتعلقة بالقطاع، سنعرض تطور هذه المساهمة من خلال الجدول الموالي.

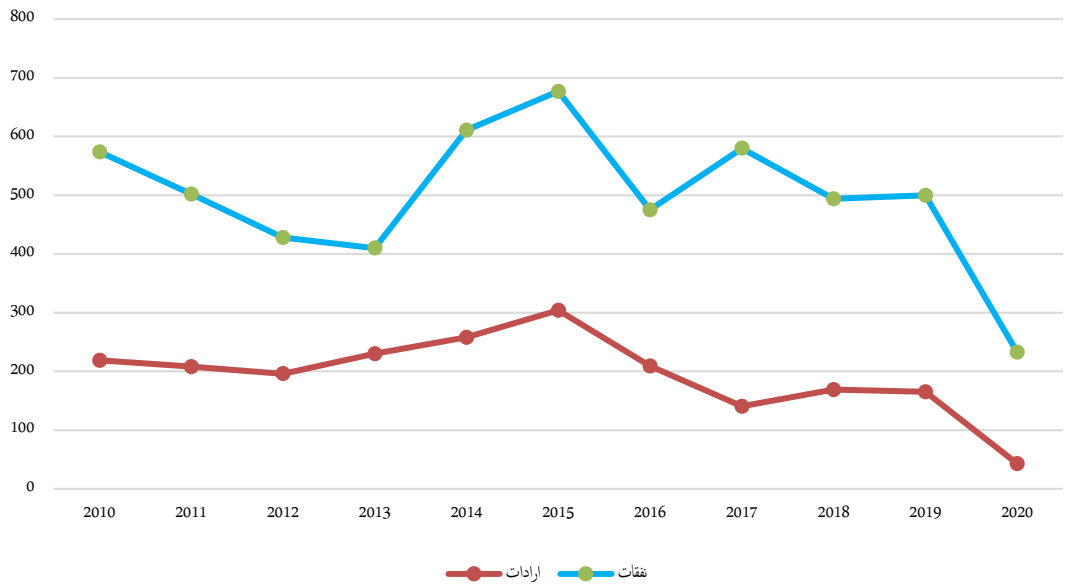
الجدول رقم (2-17): مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات خلال الفترة (2010 -2020)

الوحدة: مليون دولار امريكي

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ايرادات	219	208	196	230	258	304
نفقات	574	502	428	410	611	677
السنوات	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	/
ايرادات	209	140.5	169	165	42.9	/
نفقات	475	580	494	500	232.6	

المصدر: المديرية العامة للسياحة

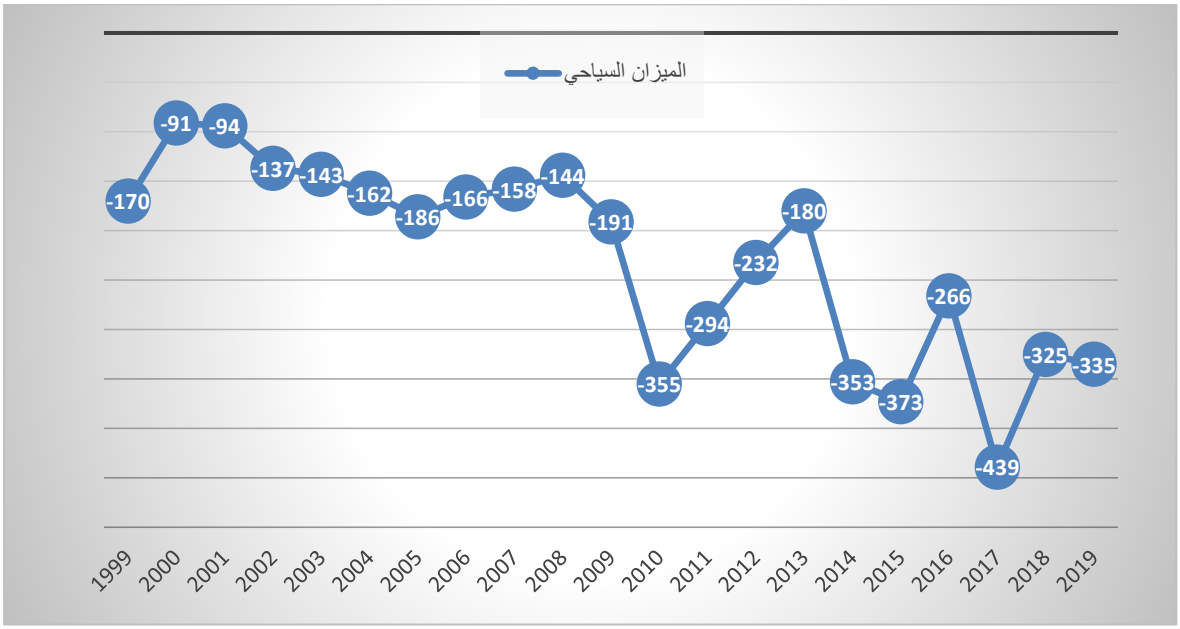
الشكل رقم (2-9): منحني تطور مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات (2010 -2020)



المصدر: عداد الباحث اعتمادا عن بيانات المديرية العامة للسياحة.

من خلال البيانات الواردة في الجدول نلاحظ أن النفقات السياحية شهدت خلال الفترة (2010-2020) أيضا تذبذبات بين الزيادة والنقصان حيث بلغت أعلى قيمة لها 677 مليون دولار عام **2015** مقارنة بـ 232.6 مليون دولار عام **2020**، وبالرغم من كل ذلك نلاحظ أن قيمة النفقات السياحية كانت أكبر من قيمة الإيرادات السياحية، ولهذا السبب نجد أن ميزان المدفوعات السياحي ذو رصيد سلبي وهذا راجع إلى أن ما ينفق في الخارج أكثر من إيرادات السياح الوافدين إلى الجزائر، وذلك نظرا لتفضيل الخروج من الجزائر للسياحة.

الشكل رقم (2-10): تطور الميزان السياحي للفترة 1999-2019



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على احصائيات الديوان الوطني للسياحة

يوضح المنحنى قيمة عجز الميزان السياحي خلال الفترة 1999-2019، والتي نرى من المنحنى أنها سالبة طول الفترة المدروسة، أين نرى تذبذب في قيمته بين إنخفاض وارتفاع، إلا أننا نلاحظ أن المعدل العام في انخفاض مستمر مسجلا القيم -439، -325، -335 خلال السنوات 2017، 2018، 2019 على التوالي، وهو ما يبين أن العملة الصعبة التي ينفقها الجزائريون خارج الوطن أكبر بكثير من العملة المنفقة داخل الوطن، وهو ما يبين ضعف الاستراتيجية التسويقية للمنتوج السياحي الجزائري وعدم القدرة على جذب السياح المحليين قبل الأجانب، لذلك تعتبر الجزائر دولةً مصدرة للسياح لا مستقطبةً لهم.

رابعا: مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي):

يصف الجدول أدناه تطور مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي) في الجزائر خلال الفترة 1995 – 2018.

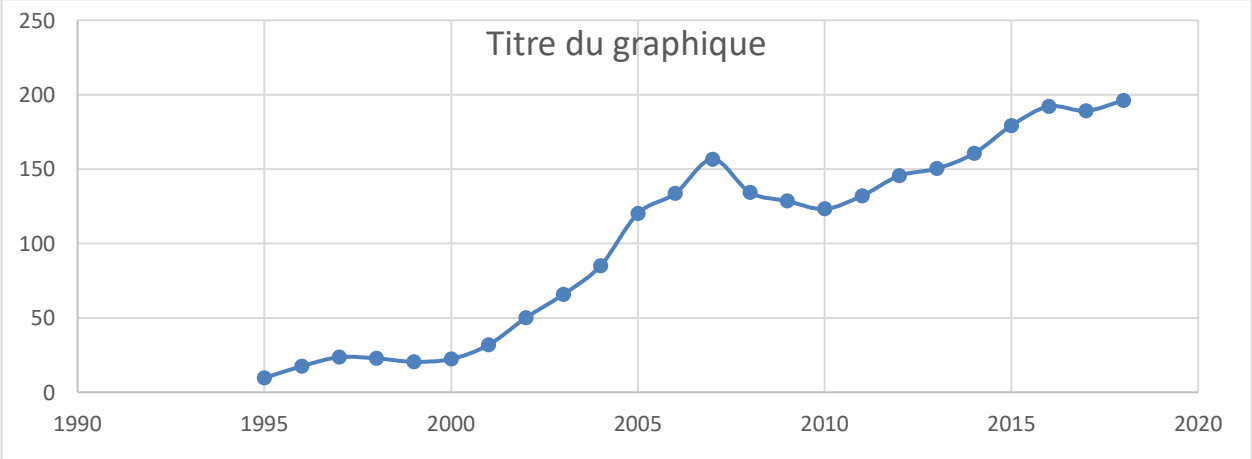
الجدول رقم (2-18): تطور مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي) في الجزائري (1995-2018)

الوحدة: مليار دولار

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ت. ر.م السياحي	9.62	17.51	23.6	22.8	20.5	22.36	31.81	50.04
السنوات	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
ت. ر.م السياحي	65.7	85.03	120.1	133.6	156.6	134.3	128.5	123.2
السنوات	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
ت. ر.م السياحي	132.0	145.54	150.3	160.5	179.2	192.14	189.1	196.1

المصدر: المديرية العامة للسياحة

الشكل رقم (2-11): منحني تطور مساهمة القطاع السياحي في تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي) في الجزائري (1995-2018)



المصدر: عداد الباحث اعتمادا عن بيانات المديرية العامة للسياحة.

من خلال الجدول السابق يتضح أن حجم تكوين رأس المال المادي (الاستثمار السياحي) سجل أدنى قيمة له سنة 1995 بقيمة قدرت بـ 9.62 مليار دينار في حين وصل إلى أعلى قيمة له سنة 2018 والمقدرة بـ 196.12 مليار دينار، وقد شهد تكوين رأس المال المادي ثباتا نسبيا خلال الفترة 1999/1995 نتيجة الوضعية الاقتصادية والأمنية الصعبة التي عرفتها الجزائر في تلك الفترة، والتي شهدت تراجعا كبيرا في أداء القطاعات الاقتصادية عامة والقطاع السياحي بشكل خاص، ومع مطلع الألفية الثانية شهد تكوين رأس المال المادي ارتفاعا محسوسا بعد ارتفاع النفط وتخصيص مبالغ إضافية للقطاع السياحي في إطار مختلف البرامج المسطرة.

خلال الفترة 2008- 2010 عرف حجم تكوين رأس المال المادي تراجعا نتيجة انخفاض العوائد النفطية ومن ثم الإنفاق السياحي الحكومي خاصة و أن نسبة هذا الأخير تفوق نسبة الإنفاق القطاع الخاص، بسبب العراقيل التي تحول دون تنمية الاستثمارات الخاصة سواء كانت محلية أو أجنبية بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف الاستثمار السياحي وطول المدة للحصول على عوائده، وقد عاود تكوين رأس المال المادي الارتفاع ابتداء من سنة 2011 نظرا لزيادة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية و المحلية الحكومية منها خاصة بعد ارتفاع أسعار النفط.

خامسا: الإنفاق الحكومي الفردي:

يمكن توضيح تطور النفقات الحكومية الفردية على القطاع السياحي الجزائري خلال فترة 1995- 2018 من خلال جدول الموالي.

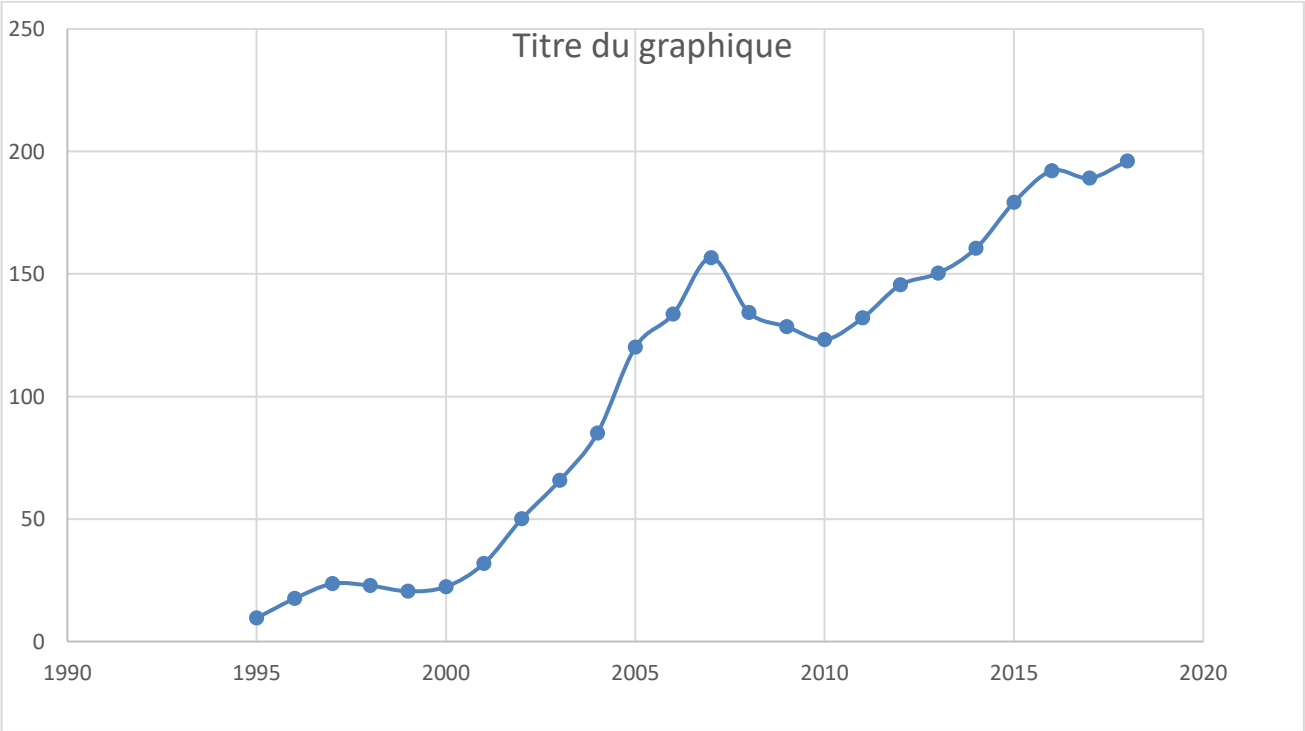
الجدول رقم (2-19): تطور الإنفاق الحكومي الفردي على السياحة في الجزائري .

الوحدة: مليار دولار

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ا.الحكومي	0.427	0.462	0.580	0.671	0.740	0.759	0.846	0.956
السنوات	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
ا.الحكومي	1.066	1.171	1.206	1.332	1.523	2.048	2.260	2.934
السنوات	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
ا.الحكومي	4.295	4.704	4.564	4.897	5.189	5.284	5.181	5.283

المصدر: مقالة منشورة الدكتور شوقي ناجم، بعنوان "مساهمة لسياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، المجلد 05، 2023، ص .364

الشكل رقم (2-12): منحني تطور الإنفاق الحكومي الفردي على السياحة.



المصدر: اعداد الباحث اعتمادا عن بيانات الجدول السابق.

الملاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الإنفاق الحكومي على السياحة في الجزائر يتطور على طول الفترة الممتدة من سنة 1995 إلى غاية سنة 2018، إلا أن يعد منخفضا بالمقارنة مع المعدلات العالمية، حيث كان الإنفاق الحكومي 0.42 مليار دينار في بداية الفترة ووصل إلى 5.28 مليار دينار في نهايتها، أي أنه تضاعف بمقدار أكثر من 12 مرة، فمن المعروف أن الاقتصاديات الريعية كالاقتصاد الجزائري، تعتمد بصفة كبيرة جدا على الإنفاق الحكومي لتطوير بشتى قطاعاته، ذلك أن هذه الاقتصاديات لامتلك قطاع خاص متطور ومبادر، الأمر الذي جعل الإدارة تتحكم في معظم الاستثمارات المحلية، وهو الأمر الذي يفسر الإنفاق المتزايد للحكومة على قطاع السياحي .

سادسا: الإنفاق السياحـــي الداخلـــــي:

أي ما يتم إنفاقه من قبل المقيمين على السياحة في الجزائر، والجدول الموالي يصف هذا الإنفاق على إمداد الفترة 1995-2020.

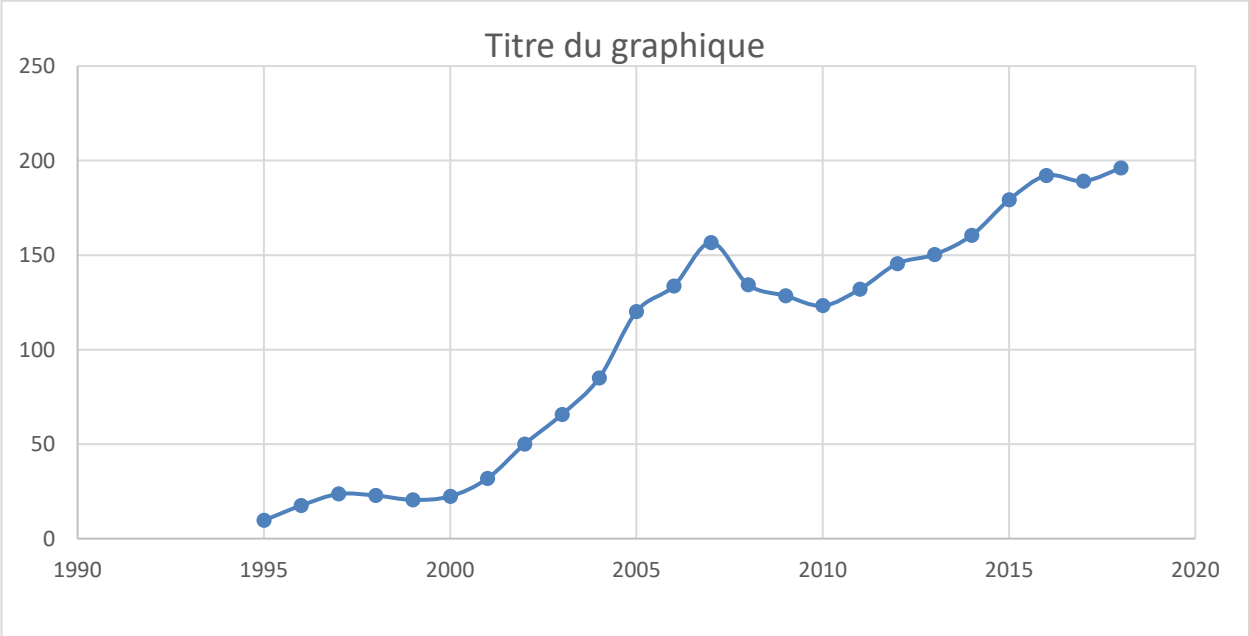
الجدول رقم (2-20): الإنفاق السياحي الداخلي الجزائري 1995-2020.

الوحدة: مليار دولار

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ن. الداخلية	1.37	1.60	1.77	1.85	1.90	2.14	2.19	2.34	2.89
السنوات	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**
ن. الداخلية	3.94	5.16	5.04	5.83	7.11	6.83	7.48	8.98	9.52
السنوات	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
ن. الداخلية	10.39	9.92	8.09	7.47	7.74	7.68	7.85	4.07	

المصدر: مقالة منشورة الدكتور شوقي ناجم، بعنوان "مساهمة لسياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، المجلد 05، 2023، ص 362.

الشكل رقم (2-13): منحني تطور الإنفاق السياحي الداخلي الجزائري 1995-2020.



المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على بيانات الجدول رقم (2-22).

قدر الإنفاق السياحي بـ 7.85 مليار دولار سنة 2019 بعد أن كان 1.37 مليار دولار فقط سنة 1995، أي أن الإنفاق السياحي الداخلي أرتفع بأكثر من 5 أضعاف، ويرجع ذلك إلى كون السياحة الداخلية أحد أهم أنواع السياحة ومن أكثر الأنواع درا للأرباح، وذلك لأنها توفر خدمات عادة ما تكون في مستوى الطلب المحلي، أي أنها تراعي الدخل المحلي للفرد وتراعي أيضا العادات والتقاليد و الممارسات التي يحبذها هذا الفرد، وتحاول دائما أن توفر له الجو الملائم والمتوقع، وتشير الشواهد إلى تزايد الرحلات السياحية سواء الفردية أو الجماعية الثقافية منها والترفيهية سواء في العطل أو في المناسبات والمهرجانات.

سابعا: عدد السياح الدوليين الوافدين:

يبرز الجدول الموالي المعطيات العددية لعدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال فترة 1995-2020.

الجدول رقم (2-21): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر (1995-2020)

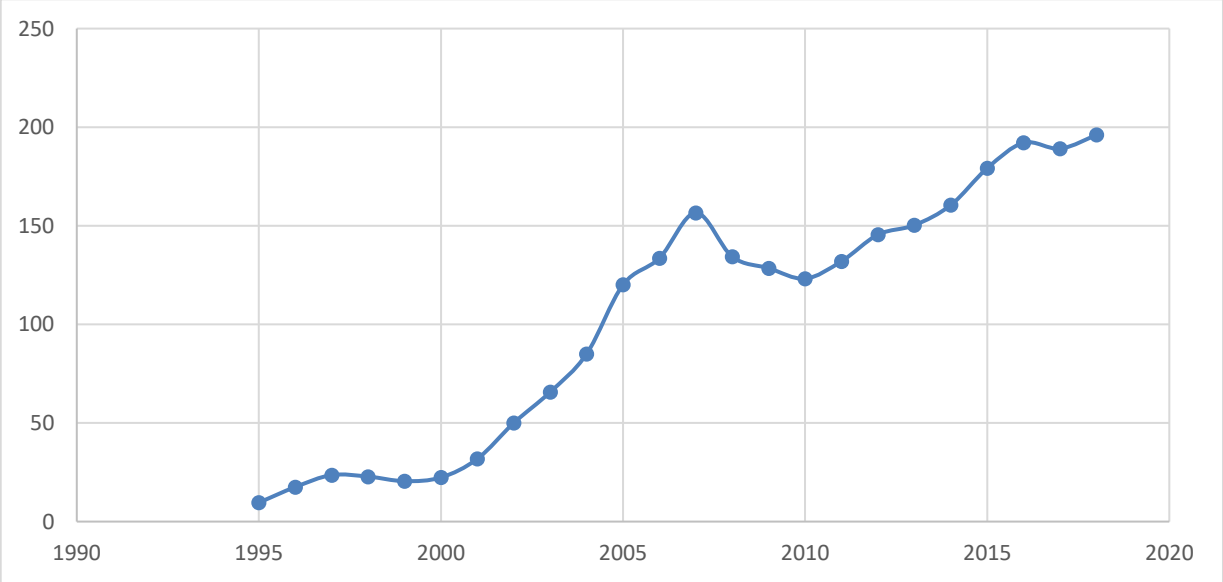
الوحدة: مليون سائح

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
عدد الوافدين	0.09	0.09	0.09	0.10	0.17	0.17	0.17	0.19	0.25
السنوات	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**
عدد الوافدين	0.30	0.36	0.42	0.57	0.55	0.65	0.65	0.90	0.98
السنوات	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
عدد الوافدين	0.96	0.94	1.08	1.32	1.07	2.01	2.37	0.59	/

المصدر: بن شوك وهيبة، 2018، محددات الطلب السياحي الدولي الجزائر: نموذج الجاذبية باستخدام بيانات لنابلا خلال الفترة (2000-2016)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، ص 101.

- مقالة منشورة الدكتور شوقي ناجم، بعنوان "مساهمة لسياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، المجلد 05، 2023، ص 365.

الشكل رقم (2-14): منحني تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر



المصدر: اعداد الباحث اعتمادا على بيانات الجدول رقم (2-23).

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن المدى السياحي لعدد الوافدين على السياحة الجزائرية تراوح بين 0.09 و 2.37 مليون سائح أجنبي، أي أن عدد السياح الأجانب الوافدين الى الجزائر تضاعف بأكثر من 26 مرة، فيما يعتبر رقم 2.3 مليون سائح رقما ضعيفا جدا بالمقارنة بدول الجوار التي تمتلك تقريبا نفس الجغرافيا السياحية، وعادات و تقاليد ولغة واحدة، كذلك يعتبر عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر ضعيفا وهامشيا بالقياس إلى الدول الرائدة سياحيا (يزور فرنسا و إسبانيا أكثر من 90 و 83 مليون سائح على التوالي)، الأمر الذي يدل على ضعف القطاع السياحي الجزائري وقلة تنافسيته الإقليمية والعالمية، رغم أن الوضع الأمني والسياسي في الجزائر مستقر بالمقارنة مع الأزمات التي تعرضت لها الدول السياحية العالمية ودول الجوار، ورغم الوفرة المالية التي دامت لأكثر من 14 سنة في الجزائر، والمقومات التي تمتلكها كتنوع أقاليمها ومناخها وعاداتها وتقاليدها.

ثامنا: الإنفاق على السياحة الأعمال:

يمثل الجدول التالي تطور نفقات سياحة الأعمال في الجزائر خلال فترة 1995-2019:

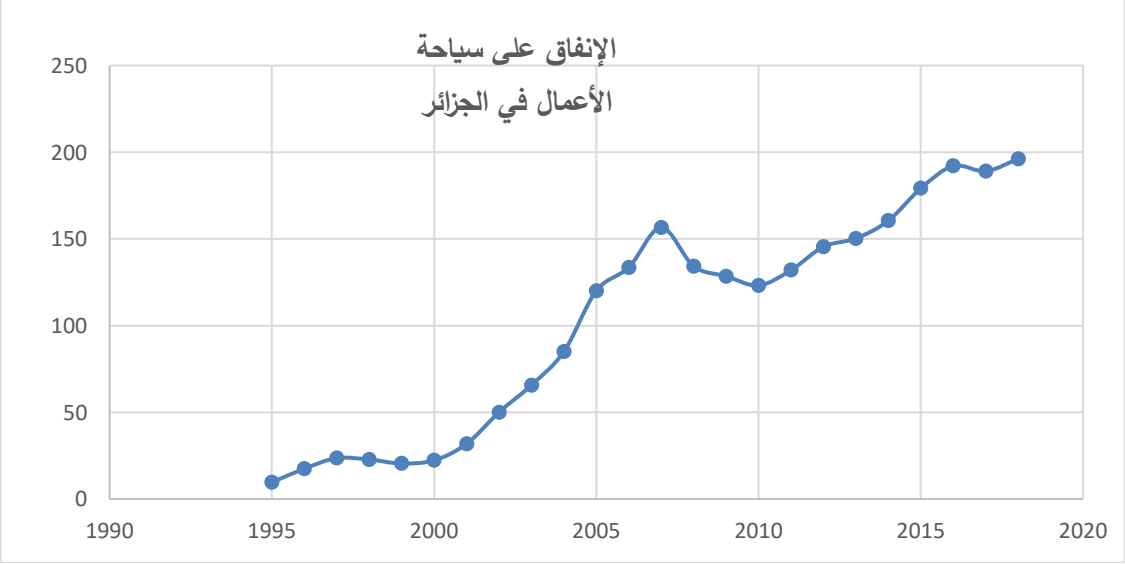
الجدول رقم (2-22): تطور الإنفاق على سياحة الأعمال في الجزائر 1995-2019

الوحدة: مليار دولار

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
ن س أ	0.37	0.43	0.50	0.52	0.56	0.60	0.65	0.68	0.74
السنوات	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**
ن س أ	0.87	1.10	1.21	1.40	1.80	1.46	1.66	2.13	2.23
السنوات	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	/	/
ن س أ	2.21	2.27	1.82	1.77	1.81	1.85	1.84	/	/

المصدر: مقالة منشورة الدكتور شوقي ناجم، بعنوان "مساهمة لسياحة في التنمية الاقتصادية في الجزائر، في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، المجلد 05، 2023، ص 366.

الشكل رقم (2-15):منحني تطور الإنفاق على سياحة الأعمال في الجزائر 1995-2019



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على احصائيات الجدول رقم (2-37)

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه أنفق رجال الأعمال على السياحة الجزائرية 0.37 مليار دولار سنة 1995 كحد أدنى وحوالي 1.85 مليار دولار سنة 2018 كحد أعلى، ويبقى هذا الرقم ضعيفا بالمقارنة مع المعدلات العالمية، ويرجع ذلك إلى أن السياحة الجزائرية لا تجلب الكثير من رجال الأعمال الأجنبيين لقلة الاستثمارات الأجنبية في البلد، وبالتالي قلة الإيرادات من هذا النوع من السياحة، وترجع أسباب انخفاض الإنفاق إلى أن رجال الأعمال المحليين عادة ما يتوجهون للسياحة والاستثمار خارج البلد.

خاتمة الفصل الثاني:

تتجلى أدوار التنمية الاقتصادية المحلية في العمل على تحسين ظروف الحياة وإطار حياة المواطنين من خلال تطوير مراكز الحياة وترقية نوعية الخدمات الجوارية وتحسين فاعلية البرامج والأجهزة الاجتماعية وضمان العدالة في الاستفادة من المرافق والخدمات الأساسية، كما تعمل على تحفيز المواطن للمشاركة في عملية التنمية وهذا يكون بتقديم الدعم المادي والمعنوي وإشعاره بأنه عنصر مهم وفعال في مجتمعه وأنه بإمكانه تقديم خدمات لازمة للتنمية.

تزخر الجزائر بالعديد من عناصر الجذب السياحي حيث يجتمع التاريخ والطبيعة ليعطي للبلد أصولا سياحية رائعة خلافا لأغلب الوجهات السياحية العالمية، حيث تمتلك مجموعة من المقومات الطبيعية والثقافية وحتى الحضرية منها مما يجعلها من أهم أروع المقاصد السياحية في العالم بأسره، ولكن يجب أن تطور الاستثمار السياحي من خلال تحفيز تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية، ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجها السياحي.

تلعب السياحة دور هام في التنمية الاقتصادية المحلية من خلال مساهمتها في قضايا التنمية على غرار المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي للبلد، وكذا مساهمتها في خلق مناصب العمل المباشرة وغير المباشرة إضافة إلى المساهمة في ميزان المدفوعات، إلا أن هذه المساهمات وإن تعددت إلا أنها تبقى متذبذبة وضعيفة في بعض الأحيان إذ وجب تنميتها والعمل على زيادتها مما يعود بالإيجاب على الاقتصاد والوطن.

كل هذه المقومات السياحية المتنوعة والمتعددة تؤهلها بأن تكون قطبا سياحيا بامتياز، إلا أن عدم استغلال هذه الموارد جعل القطاع السياحي في الجزائر يسجل أرقاما ضعيفة في التوازنات الاقتصادية الكبرى، وهذا ما رأيناه من خلال المؤشرات الاقتصادية للسياحة والتي لم تسجل أرقاما معتبرة بالنسبة للقطاع.

الخاتمة

يعتبر قطاع السياحة من أكبر الصناعات نموا في العالم، وبالتالي فهو يحتل مكانة وأهمية كبرى، يعول عليها كل الدول، خاصة النامية منها، من أجل النهوض باقتصادياتها وذلك باستغلال المساهمة الكبيرة للقطاع في التنمية الاقتصادية خاصة والتنمية الشاملة عامة، إلا أن خيار تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال التعويل على السياحة لا يزال غير محققا في البلد.

أصبحت السياحة علماً يدرس وفق مناهج دراسية، فكان للسياحة عدة مداخل لدراستها تتباين من مدخل مؤسسي إلى إجتماعي، تاريخي، وغيرها من المداخل، وصولا إلى المدخل الاقتصادي الذي هو محل موضوعنا، والذي عرّف السياحة من خلال تركيزه على العرض والطلب وميزان المدفوعات والعملات الأجنبية والعمالة والنفقات والتنمية والمضاعف وعوامل اقتصادية أخرى، وهو ما يفيد في توفير إطار لتحليل السياحة ومساهماتها في التنمية الاقتصادية للبلد.

كذلك تعتبر عناصر الجذب السياحي العامل الرئيسي لجذب وتوجيه السائح إلى زيارة مناطق غير التي اعتاد عليها، وتتكون من عدة عناصر أو عوامل، منها الطبيعية كالمناظر الجميلة، والمياه النظيفة والهواء النقي، وتعتبر عامل رئيسي للقدرة التنافسية للوجهة السياحية، والعوامل التاريخية والأثرية كالمواقع التاريخية والآثار القديمة، ثم العوامل الاجتماعية والدينية كعادات وتقاليد الشعوب الأخرى وكذلك المساجد والاضرحة والاماكن المقدسة، بالإضافة إلى العوامل الثقافية كالمسارح والمتاحف والمهرجانات وغيرها، إلى جانب العوامل المادية والتي تتمثل في الخدمات الاولية الواجب توفرها لأي منطقة سياحية من بنى تحتية كالطرق والخدمات الصحية والبنوك، وبنى فوقية من مراكز للإيواء وخدمات الضيافة إلى خدمات النقل والمواصلات ووكلاء السفر وغيرهم، هذا بالإضافة إلى العوامل السياسية والمؤسساتية من إستقرار الحالة الأمنية في البلاد.

كل هذه العوامل ساعدت السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي من خلال ما تشكّله من عائدات وآثار مهمة في قطاع الخدمات، حيث أصبحت تشكل نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، بالإضافة إلى توفير العملات الصعبة، وتحسين ميزان المدفوعات وكذا توفير فرص العمل ، فصناعة السياحة تلعب دورا رئيساً في الدخل القومي للدولة من خلال مساهمتها المباشرة واتساع حجم السوق الاستهلاكي للقطاعات الاقتصادية الاخرى.

ومن خلال بحثنا هذا حاولنا الإجابة على التساؤلات المطروحة في إشكالية بحثنا، لنتوصل إلى مجموعة من النتائج يمكن توضيحها فيمايلي:

*يعتبر الموقع الاستراتيجي للجزائر من بين أهم الميزات التي تتمتع بها، إذ تحتل مساحة قدرها 2,3 مليون كلم^2 حيث تمثل أكبر بلد إفريقي وعربي، تطل على البحر الأبيض المتوسط، ويوجد بها العديد من التضاريس، فنجد في الشمال الساحل الممتد على طول 1600 كلم، ثم في الوسط الهضاب والسلاسل الجبلية، والجنوب الذي يمثل الصحراء الكبرى، وهذا ما ساهم في تنوع مناخها بين الشمال والجنوب بحيث نجد الفصول الأربعة طيلة السنة ، كما تزخر الجزائر بقدرات ومؤهلات حموية معتبرة وموزعة عبر كل التراب الوطني، تتسم مياهها الحموية بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية، بالإضافة إلى الشريط الساحلي الذي يعبر عن قدرة تنافسية لتطوير السياحة الصحية والترفيهية.

*أما بالنسبة للمقومات التاريخية فكانت الجزائر قديما مقصد لمختلف الحضارات، فالمعالم التي تنفرد بها جعلها مهداً للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على إنتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي، وتزخر الجزائر بتنوع القوميات (الشعوب والقبائل) وتنوع الحضارات التي تعاقبت عليها، كما يوجد بالجزائر العديد من المتاحف موزعة على كل ربوع التراب الجزائري، تغطي عدداً من المواضيع المختلفة مثل: الآثار، الفنون، الصناعات التقليدية القديمة، التاريخ الطبيعي، العلوم وغيرها.

هذه المقومات تدل على الثراء الذي تزخر به الجزائر، الضـــارب في عمق التاريخ والحضـارة، هذا ويشـمل التراث الحضـاري والثقافي للجزائر رصـيدا هاما من المعالم نذكر ما صنف منها من طرف منظمة اليونسكو: كتيمقاد، جميلة، قصر ميزاب، والطاسيلي نجار (مدينة سـيفار الغامضـة) وغيرها، بالإضـافة إلى الصـناعات التقليدية والحرف واللباس التقليدي التي تعتبر جزءاً هاما من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري.

*كما توصلنا من خلال الدراسة أنه بالنسبة للمقومات المادية والبشرية فهي جد متأخرة ولا تلبي احتياجات السـياح سـواءاً كماً أو نوعاً، فغياب الموارد البشـرية المؤهلة، وكذا ضـعف البنى التحتية من عدد أسرة والتي وصـل عددها إلى 81151 سـرير فقط بالنسـبة للمؤسـسـات الفندقية المصـنفة لسـنة 2023، ،التي تعبّر عن نقص تطوير السـياحة في البلاد، على غرار المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية المتنوعة والغنية مقارنة بالدول المجاورة أو حتى الدول الرائدة في هذا المجال، التي يمكن أن تجعل من الجزائر مقصـــداً ســـياحياً بإمتياز إذا ما تم استغلالها أحسن استغلال.

*إن من خلال المؤشرات الاقتصادية للسياحة يمكن تشخيص وضعية القطاع السياحي في الجزائر، بداية من الميزان السياحي الذي لاحظنا من خلال الاحصائيات المقدمة من طرف وزارة السـياحة أنه في حالة عجز دائمة بقيم سـالبة، تبيّن أن النفقات السـياحية دائما أكبر من الإيرادات السـياحية، إذ سـجلت سـنة 2019 عجزا قدّر بـــ -335 مليون دولار أمريكي، أما بالنسـبة للتشـغيل فيعد قطاع السـياحة من القطاعات الأكثر توفيراً لفرص العمل غير أن عدد الوظائف في قطاع الســياحة في الجزائر لســنة 2019 لم تتجاوز 320 ألف موظف، أي أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في التشغيل تبقى منخفضة بشكل كبير وبعيدة جداً عما تحققه دول الجوار، أمل بالنسبة لمساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي GDP فلم تتعد 1,8% وهي نسـبة جد ضـئيلة، وهو ما يثبت **صـحة الفرضـية الاولي** والتي نصـت على: أن قطاع السياحة في الجزائر لا زال متخلفاً ولا تزال مساهمته ضئيلة في الناتج المحلي الاجمالي، أي أن مكانته في الاقتصاد ضئيلة جدا.

*نفقات السياحة الداخلية هي الأخرى تعد ضعيفة، وهذا يرجع بالأساس إلى النمط الاستهلاكي الضعيف للفرد الجزائري نتيجة عدة عوامل أهمها ضعف الدخل في المتوسط، وبالتالي فالسياحة الداخلية لا تساهم بمعدلات جيدة في التنمية الاقتصادية، وهو ما يتوافق مع **صحة الفرضية الثانية** والتي نصت على: أن قطاع السياحة يلعب دورا مهما في عملية التنمية الاقتصادية والتخلي عنه يؤدي إلى ضعف أداء الاقتصاد الوطني وحرمانه من مورد هام.

*الاستثمارات السياحية في الجزائر ضعيفة ومتذبذبة نتيجة التخبط الذي يعاني منه قطاع الاستثمار في الجزائر، بسبب ارتباطه باستثمارات الحكومة التي تعتمد في مداخليها وميزانيات القطاعات المكونة للاقتصاد المحلي على أسعار النفط من جهة، وغياب قطاع خاص قوي وفعال من جهة أخرى، بالإضافة إلى بدائية الإدارة، كثرة البيروقراطية وغياب قطاع بنكي فعال، وبالتالي فالاستثمارات السياحية هي الأخرى لا تساهم بشكل ملموس في تحسين أداء القطاع.

مقترحات البحث:

من خلال من النتائج المتوصل يمكننا إقتراح جملة من التوصيات، والتي يمكن للجزائر الاقتداء بها لأجل ترقية السياحة، حتى تستطيع أن تكون في ركب الدول الرائدة في هذا المجال، تتمثل فيمايلي :

1- العمل على تطوير البنى التحتية في البلاد من طرق وسكك حديدية عالية السرعة، وكذا التنوع في وسائل النقل كاستغلال الثروة المائية والشواطئ لإثراء النقل البحري، بالإضافة إلى تحسين خدمات النقل الجوي التي تتسم بالاحتكار الذي أدى إلى نقص الاحترافية في الخدمات؛

2-تحسين بناء البنية التحتية للمعلومات وتطوير "سياحة الإنترنت"، إذ يمكن أن يؤدي تعزيز تطوير "الإنترنت + السياحة" إلى تحسين كفاءة السفر وترقية التجربة السياحية؛

3-الإهتمام الجاد بالسياحة المحلية، التي يمكن لها ان تساهم بمعدلات جيدة في التنمية الاقتصادية؛

04-التركيز على الحدائق والمنتزهات إذ لا يستهان بالمداخيل المتأتية منها، مع مراعاة التخفيض لبعض الفئات كالطلبة، الأطفال، لجعل السياحة نمط عيش وشيء ضروري لحياة المجتمع؛

05-العمل على تخفيض أسعار الفنادق لتتناسب والسياح المحليين: حيث ان الأسعار الغالية قد تأدي الي نفور السياح المحليين الى السفر الى الدول الأجنبية، وهو ما يشجع السياح المحليين على السياحة الخارجية كتونس وغيرها.

06- العمل على تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي والعمل على توسيع مجالاته من خلال الإعفاءات والتسهيلات المقدمة للشركات الأجنبية، والقضاء على مشكل العقار السياحي الذي يشكل عائق أساسي بالنسبة للمستثمرين، وبذلك يمكن جلب التسهيلات والخبرة اللازمة دون "بيع" أصول الدولة للمصالح الأجنبية؛

07-تقديم حوافز جذابة للاستثمار الأجنبي في منتجعات الدولة، كإصدار إعفاءات ضريبية بالنسبة لشركات السياحة التي تعمل لأكثر من 10 سنوات؛

08-العمل على ضبط تسعير خدمات السياحة عن طريق إدخال تصنيف المواسم السياحية، فيتم تحديد أوقات المواسم السياحية المزدحمة وأوقات الركود، كما يجب أن يسمح للمؤسسات الخاصة بحرية إختيار أسعار خدماتها إي اتباع آليات إقتصاد السوق؛

09-إصلاح إدارة المؤسسات السياحية العمومية عن طريق منح نوع من الاستقلال الذاتي في شؤون الموظفين والشؤون المالية والتشغيلية بدرجة معينة من الإدارة العليا؛ عن طريق مكافأة الموظفين على أساس أدائهم، فتصبح الإدارة قائمة على المنطق الاقتصادي، كما يجب على جميع شركات السياحة، بما في ذلك وكالات السفر والفنادق، وضع نظام تقييم صارم للموظفين؛

10- التركيز على التعليم والتدريب السياحي من قبل الدولة من اجل للقضاء على مشاكل الإدارة وسوء جودة الخدمة، وذلك عن طريق تخصيص ميزانية لإنشاء مراكز البحوث السياحية و تسهيل دورات في السياحة في الخارج، من شانها النهوض بهذا القطاع؛

11- تطوير مناطق الجذب السـياحي وذلك عن طريق رفع الوعي بالأهمية المتسـاوية لتطوير مناطق الجذب وزيادة قدرات الاسـتقبال للمرافق والخدمات السـياحية، أي عدم التركيز على قدرات الإيواء دون التركيز على مناطق الجذب السياحي؛

12-العمل على تحسـين جودة خدمات الفنادق لتلبية المعايير الدولية للفندقة، إذ لا زالت الفنادق في الجزائر تفتقر للاحترافية في التعامل مع السياح،

13-السـهر على الاهتمام برضـا العملاء وضـمان تقديم خدمة جيدة من خلال الطلب من وكالات السفر والسياحة إيداع مبالغ مالية لدى الوكالة الوطنية للسياحة كوسيلة لضمان تقديم خدمة جيدة للسـياح، وكذا كتعويضـات للعملاء عندما لا تكون الخدمات المقدمة على مسـتوى المعايير أو الشروط المنصوص عليها في العقود، وهذا بهدف تشجيع وكالات السفر على أن تهتم أكثر برضا العملاء؛

14-اقامة معارض للسـياحة الدولية من أجل تعزيز التعاون الثقافي والسـياحي مع الدول الأجنبية وتعزيز الثقة في سوق السياحة الوافدة على المدى الطويل؛

15-العمل على زيادة الميزانية المخصـصـة للسـياحة، وهي يمكن ان تسـاهم في نجاح القطاع، إذ لا يمكن أن ننتظر مداخيل كبيرة من قطاع لا يُستثمر فيه.

16-تعزيز الوعي الثقافي السـياحي لدى السـكان المحليين، من خلال العمل المبكر على الأجيال منذ الطفولة، بالقيام بالرحلات المدرسـية ونشـر ثقافة السـياحة منذ الصـغر، لتصـبح السياحة نمط عيش للسكان المحليين قبل استقبال السياح الأجانب؛

17-تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في القطاع السياحي من خلال منحه المزيد من الامتيازات وإزالة العراقيل التي تواجهه؛

18-ضرورة الاستفادة من تجارب البلدان الرائدة في مجال السياحي.

قائمة

المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

I. الكتب المقدسة:

1. القرآن الكريم: سورة قريش، سورة التوبة، سورة العنكبوت.

II. الكتب:

1. خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
2. حسين كفافي، رؤية عصرية للتخطيط السياحي في مصر والدول العربية، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1987.
3. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001.
4. كمال درويش ومحمد الحماحمي، رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1997.
5. محسن أحمد الخضيري، التسويق السياحي" مدخل اقتصادي متكامل"، مكتبة مدبولي، دون ذكر مكان النشر، 2002 .
6. يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، البطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2003.
7. مروان السكر، مختارات من الإقتصاد السياحي، الجزء الخامس، مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن، 1999.
8. كواش خالد، السياحة" مفهومها، أركانها وأنواعها" ، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
9. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.

10. عثمان محمود غنيم وبنيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع،2003.
11. محمد البنا، إقتصاديات السياحة والفندقة، الدارة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009.
12. حمزة عبد الحليم درادكة، حمزة عبد الرزاق العلوان، مروان محمد أبو رحمة، مصطفى يوسف كافي، مبادئ السياحة Principle Tourism، الطبعة الاولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
13. هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة الاولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
14. عصام حسن السعيدي، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، دار الراية للنشر، الطبعة الأولى، الأردن،2009.
15. إياد عبد الفتاح النسور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية" مدخل مفاهيمي"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 .
16. زيد منير عبوي، المصطلحات السياحية والفندقية الحديثة، دائرة المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2008.
17. سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية" المفاهيم والاستراتيجيات"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
18. أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، 1999. عبيدات محمد، التسويق السياحي"مدخل سلوكي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000.
19. محمد عبد الفتاح العشماوي :المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009 .
20. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
21. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1997.

22. سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن،2001.
23. أبو قحف عبد السلام، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2004.
24. مروان السكر. مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
25. مقابلة خالد وعلاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001.
26. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
27. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 1997.
28. سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن،2001.
29. سراب إلياس وآخرون. أبو قحف عبد السلام، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر.
30. مروان السكر، مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
31. مقابلة خالد وعلاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001.
32. أبو قحف عبد السلام وماهر أحمد، أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
33. الأحمدي عصام الدين، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر، النشرة الاقتصادية، بنك مصر، العدد 1، 1998.
34. أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.

35.الأحمدي عصام الدين، الآثار الاقتصادية لأزمة السياحة في مصر، النشرة الاقتصادية، بنك مصر، العدد 1، 1998.

36.نعيم الطاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، الأردن، 2007.

37. نعمة الله نجيب إبراهيم،" أسس علم الاقتصاد"، مؤسسات شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000.

38.محمد عبد العزيز عجيمة،"التنمية الاقتصادية"، دراسات النظرية وتطبيقية، كلية التجارة بجامعة الإسكندرية، مصر 2003 .

39.كامل بكري،"التنمية الاقتصادية"، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان،1998.

40.تقي عبد سالم،" البعد العالمي وأثره على مستقبل التنمية في العراق" بحث منشور في كتاب (رؤية في مستقبل الاقتصاد العراقي)، مركز العراق للدراسات، بغداد 2006 .

41.كامل بكري: "التنمية الاقتصادية"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، لبنان، 1986 .

42. .رؤوف محمد علي الأنصاري،"الأمين العام للهيئة الاستشارية العراقية للأعمار والتطوير"، خيبر عراقي ورؤيته لإصلاح الوضع في العراق 24 يناير 2019 .

43. محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

44. محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.

45.منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، الطبعة الاولى، مؤسسة عالم الرياضة للنشر ودار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، مصر، 2014.

46.يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013.

47. .موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة Foundamentals of Funding and finance for Tourism Industry، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
48. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة Foundamentals of Funding and finance for Tourism Industry، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
49. محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
50. محمد دياب، صفاء عبد الجبار الموسوي، حسين منعم الطائي، التنمية السياحية والسياسات المالية النقدية، الطبعة الاولى، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
51. محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
52. الساحلي عبد الرحمن والهبر حبيب، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، دليل مفهوم السياحة المستدامة، سلسلة 01.
53. هني حيزية، زيدان محمد، تطوير السياحة مدخل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
54. زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، الأردن، 2008،

III.الأطروحات والرسائل الجامعية:

1.شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة دكتوراه علوم، كلية علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2015.

2.سماعيني نسيبة، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، تخصص: استراتيجية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة وهران، 2013/ 2014.

3.قويدر لويزة، اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2010.

4.عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه علوم، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2013.

5.بن سعدة بختة،" معالجة الصحافة الوطنية لقضايا التنمية الاقتصادية المستدامة"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاتصال والإعلام، دورة جوان2012-2013.

6.بنابي فتيحة،"السياسة النقدية والنمو الاقتصادي – دراسة نظرية-"، رسالة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أمحمد بوقرة- بومرداس، الجزائر ،2009/2008 .

7. دراسة للباحثة سعدي راضية بعنوان "ترقية قطاع السياحة في الجزائر (الدروس المستفادة من التجربة الصينية)" أطروحة دكتوراه في كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير -جامعة الجزائر-3- 2023/2022

VI.الملتقيات:

1. فقير سامية، لعروم محمد أمين، آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي الأول حول: آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، منظم من طرف معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية وبالشراكة مع الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين، المركز الجامعي ببريكة، يومي 30 و31 أكتوبر 2017.

2.بوفاس شريف، منصف خديجة، مداخلة موسومة بعنوان: ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر: الواقع والتحديات، الملتقى الوطني حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، 22 و23 أفريل 2014.

3.مراد ناصر، دور السياحة في التنمية المستديمة– حالة الجزائر–، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية– دراسة حالة تجارب بعض الدول"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر، 24و 25 أفريل 2012.

4.مخلوفي عبد السلام، دور السياحة في التنمية المحلية، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر، دار الثقافة، بشار، 2003، ص 04.

V.المجلات:

1. بوغليطة إلهام، بن عوالي الجيلالي، واقع صناعة السياحة الداخلية ضمن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية: على ضوء الإحصاءات الوطنية لولاية سكيكدة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 3، 2019.

2.صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد الثاني، ديسمبر 2017.

3.حميداتو محمد الناصر، أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي: دراسة قياسية للفترة 1997–2013، مجلة رؤى اقتصادية، العدد 9 جامعة الشهيد حمة لخضر– الوادي، 2015.

4.سعداوي موسى، صدوقي زروق، السياحة في الجزائر ودورها في التنمية الاقتصادية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد الثاني.

5.يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس والثلاثون، 2013.

6.توفيق عباس عبد عون المسعودي،" دراسة في معدلات النمو للأزمة لصالح الفقراء(العراق –دراسة تطبيقية) "، مجلة العلوم الاقتصادية العدد26 ، المجلد السابع، العراق، 30 أفريل 2010 .

7. الديوان الوطني للسياحة، صالون الصناعات التقليدية، من أجل إنعاش جديد، مجلة : الجزائر سياحة، عدد رقم02 ، بدون ذكر سنة النشر، مطبعة الديوان، الجزائر مروان السكر.

8.بلالطة مبارك وكواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة :العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد27 ، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر 2005.

9.بلالطة مبارك وكواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة :العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد27 ، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2005.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

I. الكتب:

1. Michael M.Coltman, Tourism Marketing, Van Nostrand Reinhold, New York, USA, 1974.
2. Jean Michel Hoemer ,Géographie de l'industrie touristique ,Ellipses ,Edition Marketing,1997.
3. Alain Mespeler et pierre bloc Durafour ,**le tourisme dans le monde**,4 éme édition , breal , France, 2000,
4. Schéma Directeur D'aménagement Touristique "SDAT 2025", Livre 1 le diagnostic : audit du tourism algerien, Janvier 2008.

I. التقارير:

1. The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2007.
2. The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2009.
3. The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2011.
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2017.
7. The Travel & Tourism Competitiveness Reports 2019.
8. World Economic Forum (2013) , The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

9. World Economic Forum (2015) , The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015, Ed. By ; J. Blanke and Th. Chiesa. Geniva.

ثالثاً: مواقع الأنترنت

1. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456 visited 13/02/2022.
2. https://wttc.org consulté le 12.04.2024 à 20h00
3. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456 visited 04/03/2024
4. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456 visited 04/03/2024
5. https://wttc.org/Research/Economic-Impact visited 02/02/2024.
6. [1]https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/ visited 01/02/2024.
7. https://amjd.org/%D8%AA%D8%B1%D8%AAD9%8A%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AD%D%8A%D8%A9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9ù85%.html. Consulté le 15.04.2024 à 21
8. مقومات-الجذب-السياحي في الجزائر، على الموقع:
http://baytdz.com
9. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456.
10. https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD .