



جامعة ابن خلدون - تيارت



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات

دور التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية

للجزائر

دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

الأستاذ المشرف:

د. نجاح عائشة

من إعداد الطلبة :

- العايدي أحمد

- بن عوالي ياسين

لجنة المناقشة:

الصفة	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ :
رئيسا	أستاذ محاضر - أ -	مروان صحراوي
مقررا	أستاذ محاضر - أ -	نجاح عائشة
مناقشا	أستاذ مساعد - ب -	بوشقيفة حميد
مناقشا	أستاذ محاضر - ب -	خاشعي محمد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 13 جوان 2022

السنة الجامعية : 2022/2021





جامعة ابن خلدون - تيارت



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في شعبة العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات

دور التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية

للجزائر

دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

الأستاذ المشرف:

د. نجاح عائشة

من إعداد الطلبة :

- العايدي أحمد

- بن عوالي ياسين

لجنة المناقشة:

الصفة	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ :
رئيسا	أستاذ محاضر -أ-	مروان صحراوي
مقررا	أستاذ محاضر -أ-	نجاح عائشة
مناقشا	أستاذ مساعد -ب-	بوشقيفة حميد
مناقشا	أستاذ محاضر -ب-	خاشعي محمد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 13 جوان 2022

السنة الجامعية : 2022/2021

# الإهداء

الى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما  
الى اخواتي وأبنائهم حفظهم الله  
الى من ساندتني في كل الظروف "فاطيمة الزهراء"  
الى كل عائلتي و أصدقائي وأحبائي  
والى كل من ساعدني في إتمام هذا العمل .  
(العايدي أحمد )

إهداء لصاحب الوجه الطيب (الوالد الكريم محمد).  
لمن أفضلها على نفسي ولما لا وهي التي ضحت من أجلي  
ولم تدخر جهداً من أجل إسعادي دائماً (والدتي الحبيبة العزيزة)  
الإخوة الأعزاء حفظهم الله .جميع أصحاب ذلك ( العهد )  
بدون استثناء إلى عائلة الوالدين (عائلة بن عوالي)  
أصدقاء الحياة و زملاء الدراسة وكل من وقف بجانبني  
وساعدني بكل ما لديه وفي كثيرمن الجوانب  
أقدم لكم هذا البحث وأمل أن يرضيكم.  
( بن عوالي ياسين)

# الشكر

بعون الله و فضله تم الانتهاء  
من اتمام هذا العمل العلمي ،  
فله الحمد والشكر  
كما نشكر:

- الأستاذة نجاح عائشة على قبولها الإشراف  
على هذا العمل ، وعلى توجيهاتها وملاحظاتها القيمة.  
- كما نشكر كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية  
والتجارية وعلوم التسيير الذين رافقونا طيلة  
السنوات الخمس .  
ونشكر كل من مد لنا يد العون من قريب او بعيد.

## فهرس المحتويات

ارقام الصفحات

المحتويات

اهداء

التشكر

قائمة الجداول البيانية

قائمة الاشكال البيانية

قائمة الملاحق

قائمة المختصرات

أ-و.....	مقدمة
07.....	الفصل الأول : مدخل للسياحة والتسويق السياحي
09 .....	المبحث الأول : مفهوم السياحة.....
09 .....	المطلب الأول : تعريف و نشأة السياحة.....
14.....	المطلب الثاني : أهمية واهداف السياحة .....
17.....	المطلب الثالث :مقومات السياحة وخصائصها .....
19.....	المبحث الثاني : اساسيات حول السياحة.....
19 .....	المطلب الأول : أنواع السياحة.....
24 .....	المطلب الثاني : الأهمية المختلفة للسياحة.....
25 .....	المطلب الثالث : نتائج السياحة والمشاكل التي تواجهها.....
27 .....	المبحث الثالث : ماهية التسويق السياحي .....
27.....	المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي .....
29.....	المطلب الثاني : المزيج التسويقي السياحي.....
31 .....	المطلب الثالث : دور السياحة في تحقيق التنمية.....
34.....	خلاصة الفصل:.....
35.....	الفصل الثاني : واقع السياحة في الجزائر وسياسات دعم المكانة السياحية للجزائر.....
37.....	المبحث الأول : واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال.....
37.....	المطلب الأول : السياحة قبل صدور ميثاق السياحة لسنة 1966 .....
38.....	المطلب الثاني : السياحة في الجزائر بعد صدور ميثاق السياحة لسنة 1966 .....
38 .....	المطلب الثالث : واقع السياحة الجزائرية من خلال المخططات التنموية .....
40 .....	المبحث الثاني : استراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر.....

40.....	المطلب الأول : مفهوم الخوصصة
41 .....	المطلب الثاني : مراحل وتقنيات الخوصصة
42.....	المطلب الثالث : بعض تجارب الخوصصة السياحية في الجزائر
44.....	المبحث الثالث : واقع الاستثمار السياحي في الجزائر
44 .....	المطلب الأول : أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر ومحدداته
45 .....	المطلب الثاني : الاطار التشريعي للاستثمار السياحي
47.....	المطلب الثالث : تحفيزات دعم وترقية الاستثمار السياحي
49.....	المطلب الرابع : معوقات تطوير الاستثمار السياحي والحلول المعالجة لذلك
55 .....	خلاصة الفصل
56.....	الفصل الثالث : دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 (SDAT)
58 .....	المبحث الأول : مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 (SDAT)
58.....	المطلب الأول : مخطط اعمال تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر
64.....	المطلب الثاني : عرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030
72.....	المطلب الثالث : مخطط الاعمال التوجيهي للتهيئة السياحية
76.....	المبحث الثاني : تحليل محتوى الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي
76 .....	المطلب الأول : تهمين وجهة الجزائر
85.....	المطلب الثاني : اقطاب الامتياز السياحية للجزائر
93 .....	المطلب الثالث : مخطط نوعية السياحة
93 .....	المطلب الرابع : مخطط الشراكة
93 .....	المطلب الخامس : مخطط تمويل السياحة
95.....	المبحث الثالث : الاستراتيجية الوطنية للتهيئة السياحية افاق 2030
95.....	المطلب الأول : المشاريع ذات الأولوية للاستثمار السياحي
96 .....	المطلب الثاني : تشخيص واقع التسويق السياحي في الجزائر
100 .....	المطلب الثالث : دراسة النتائج المحققة من المخطط التوجيهي
101 .....	المطلب الرابع : الاستثمارات السياحية في الجزائر
104 .....	خلاصة الفصل
106.....	خاتمة
109.....	قائمة المراجع
115.....	الملاحق
116.....	الملخص

## قائمة الجداول:

الصفحات	عنوان الجدول	رقم الجدول
41	المؤسسات الفندقية المعروضة للخصخصة	(1-2)
47	الامتيازات الممنوحة للاستثمارات السياحية	(2-2)
61	جهود الجزائر في مجال تطبيق التنمية المستدامة	(1-3)
66	برامج المخطط الوطني للتهيئة الاقليمية	(2-3)
69	خطة الاعمال السياحية لعام 2015	(3-3)
70	الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية	(4-3)
72	تطور طاقة الإيواء آفاق 2013	(5-3)
73	تطور عدد السياح للمرحلة 2013/2008	(6-3)
73	تطور المداخيل من العملة الصعبة آفاق 2013	(7-3)
74	خطة الاعمال بالأرقام المرحلة الأولى 2015/2007	(8-3)
78	الشروط السبعة لانجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر	(9-3)
79	مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع والاسواق	(10-3)
80	تنظيم الأسواق الخارجية	(11-3)
81	مخطط تسويق وجهة الجزائر	(12-3)
86	الفنادق الحديدية لقطب الامتياز شمال شرق	(13-3)
87	عدد الاسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للامتياز شمال غرب	(14-3)
87	اقطاب التنافسية والامتياز للقطب شمال غرب	(15-3)
88	القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال غرب	(16-3)
89	عدد الاسرة الخاصة بالقطب شمال غرب	(17-3)
90	القوى الحقيقية بالقطب	(18-3)
91	الفنادق المنجزة او بصدد الانجاز	(19-3)
91	الفنادق التي أنجزت او بصدد الإنجاز لقطب الاهداف	(20-3)
93	الطاقة الفندقية للاقطاب السبعة	(21-3)
95	المشاريع والفنادق والاسرة في الأقطاب السياحية	(22-3)
101	المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب قطاع النشاط خلال الفترة 2017/2002	(23-3)
102	المشاريع الاستثمارية في الجزائر للسداسي الأول لعام 2018 حسب قطاع النشاط	(24-3)
103	المساهمات المباشرة والاجمالية للسياحة في التشغيل	(25-3)



## قائمة الاشكال البيانية :

الصفحات	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	مفهوم السائح	(1-1)
30	عناصر المزيج التسويقي	(2-1)
67	المخطط التوجيهي للتهيئة الاقليمية	(1-3)
68	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030	(2-3)
71	تحديات السياحة الجزائرية	(3-3)
83	مبادئ نظام الرصد	(4-3)
92	المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية اقطاب الامتياز آفاق 2030	(5-3)

## قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحات
(1)	وضعية الحضيرة الوطنية للفنادق حسب التصنيف	
(2)	وضعية الحضيرة الوطنية للفنادق حسب الطابع	
(3)	وضعية تقدم مخطط التهيئة السياحية للولايات نهاية 2014	
(4)	دخول السواح عبر الحدود الجزائرية	
(5)	تطور النفقات والايرادات السياحية بين سنوات 1999 و 2009	
(6)	القرى السياحية المراد إنجازها في اطار المخطط التوجيهي 2030	

قائمة المختصرات:

المختصرات	المعنى
<b>SDAT 2030</b>	<b><i>Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique</i></b>
<b>ANDT</b>	<b><i>Agence Nationale de Développement du Tourisme</i></b>
<b>MTA</b>	<b><i>Ministère du Tourisme et de L'artisanat</i></b>
<b>SNAT</b>	<b><i>Schéma National d'Aménagement du Territoire</i></b>
<b>DTA</b>	<b><i>DIRECTION DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT</i></b>
<b>SONATOUR</b>	<b><i>Société Nationale du Tourisme et de l'Hôtellerie</i></b>
<b>SNAT</b>	<b><i>Schéma National d'Aménagement du Territoire</i></b>

# مقدمة

### مقدمة

إن النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي بداية من منتصف القرن العشرين، جعل من السياحة أحد أهم المكونات الأساسية في الهيكل الاقتصادي لدى العديد من دول العالم، ذلك بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة بالعملة الصعبة التي يمكن أن توفرها، ورفعها من الناتج المحلي الإجمالي، والقدرة على جذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية، واستحداث مناصب الشغل، وتحسين رصيد الميزان التجاري، بالإضافة إلى تهيئة الأقاليم وتثمين الموروث الطبيعي والثقافي، وتوطيد العلاقات الدولية. وإثر كل ذلك استأثرت السياحة اهتمام كل الفاعلين والعاملين في القطاع بتبني عدة سياسات لإنعاش هذه الصناعة من خلال توسيع القدرات السياحية وتسويقها، وتكوين الأطر من مختلف المستويات والتخصصات، لضمان استمرارية المد السياحي، والجزائر من بين الدول التي تتمتع بكل المواصفات التي تجعل منها بلدا سياحيا بامتياز، بالنظر إلى موقعها الجغرافي وتنوعها البيئي والثقافي إلى جانب تاريخها العريق الذي تجسده المناطق الأثرية.

ولذلك عمدت السلطات الوصية على القطاع السياحي بوضع عدة برامج ومخططات تعكس إرادة الدولة في تثمين المؤهلات التي من شأنها أن تصبح مقاصد سياحية، وكان آخر هذه البرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030، الذي يحدد المعالم السياحية الكبرى ويبرز الأهداف الكمية والنقدية المراد بلوغها، من خلال جملة من الأطر الخاصة بتنمية القطاع السياحي، وترسيخ مفهوم جديد ومستدام للسياحة الجزائرية .

وقد جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 كتجسيد وترجمة لإدارة الدولة الفعلية والحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية، وجسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية، والإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير والمتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة.

**الإشكالية :** للإلمام بموضوعنا وانطلاقا مما ذكرناه سابقا يمكننا طرح الإشكالية الرئيسية التالية :

ما مدى مساهمة التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية للجزائر في ظل المخطط التوجيهي

**للهيئة السياحية 2030**

ومن الإشكالية الرئيسية قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية :

- ما أهمية التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية ؟

- ما هو واقع السياحة في الجزائر ؟

إلى أي مدى يمكن لسياسة الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية النهوض وتطوير القطاع السياحي حتى عام 2030 ؟

**فرضيات البحث :** كإجابة على التساؤلات المطروحة نضع الفرضيات التالية :

- يعتبر التسويق السياحي الركيزة الأساسية لدعم المكانة السياحية؛

- واقع السياحة في الجزائر متقلب كثيرا نظرا للعديد من الظروف التي تؤثر عليه؛

- تبنت الجزائر المخطط الوطني للتهيئة السياحية لآفاق 2030 قصد جعل الصناعة السياحية النشاط

الأساسي لاقتصاد الدولة باعتبارها مصدر استقطاب للعملة المحلية والأجنبية على حد سواء.

**أسباب اختيار الموضوع :** من بين أهم الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع، ما يلي :

- نظرا لأهمية الموضوع ، كما نجد بأن له علاقة بتخصصنا؛

- زيادة تفاقم وتردي وضع القطاع السياحي رغم كل الامكانيات المتوفرة مقارنة بالدول المجاورة ؛

- تسابق دولي نحو القطاع السياحي كونه يعتبر حلقة تربط جميع القطاعات وتساهم في تطورها؛

- تعتبر السياحة بديل لقطاع المحروقات في الجزائر للمستقبل، ويشكل القطاع السياحي إحدى البدائل

المتاحة لاحتلال مكانة هامة في الاقتصاد الوطني، نظرا للإمكانيات المتاحة في هذا المجال .

**أهداف البحث :** تهدف دراستنا إلى تحقيق ما يلي :

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالسياحة، والتنمية السياحية المستدامة،
- التعرف على أهم المراحل التي مرت بها السياحة الجزائرية؛

1

- إبراز المناخ السياحي ومقومات وامكانيات الجزائر السياحية في الجزائر ؛
- تشخيص مختلف العراقيل والمشاكل التي تقف أمام نهوض السياحة الجزائرية؛
- دراسة وتحليل الأهداف التي يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتحقيقها.

**أهمية البحث :** تكمن أهمية موضوع بحثنا في ما يلي :

تظهر أهمية هذه الدراسة في كون أن موضوع السياحة من أهم المواضيع، حيث أصبح قطاع السياحة من أهم القطاعات وخيارا استراتيجيا يمكن الاعتماد عليه في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني، من خلال رفعه لمعدلات نمو الاقتصاد واستمراريتها، ويعتبر عامل لتوفير فرص العمل ومصدر للعملة الصعبة، كما تظهر أهميتها في الاهتمام الكبير الذي أولته الجزائر في السنوات الأخيرة لقطاع السياحة من خلال مختلف برامجها واستراتيجيتها التنموية الجديدة المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.

**حدود الدراسة :** تظهر حدود هذه الدراسة كما يلي :

**الحدود المكانية والموضوعية :** تناولت دراستنا دور التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية للجزائر، وركزنا في دراستنا على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 بالجزائر، بحيث حدد مكان إجراء دراستنا هو إسقاطها على الواقع الجزائري.

## المقدمة

الحدود الزمانية: تتضمن الدراسة تطور قطاع السياحة بالجزائر ابتداء من سنة 2000 حيث فكرت الجزائر في إيجاد بديل لقطاع المحروقات فكان الهدف هو النهوض وتطوير قطاع السياحة إلى غاية 2030 .

أدوات و منهج الدراسة : للإجابة على التساؤلات المطروحة في بحثنا ولاختبار صحة الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي بالنسبة للفصلين الأول والثاني (الجانب النظري)، والمنهج المسحي التحليلي في الفصل التطبيقي (الفصل الثالث)، وتم استعمالهما في ضبط مختلف المفاهيم المتعلقة بالسياحة وتحليل مختلف أبعادها ومختلف الاحصائيات والاستراتيجيات المعتمدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

الدراسات السابقة : اعتمدنا في بناء دراستنا على العديد من الدراسات السابقة، بحيث نذكر منها ما يلي :

الدراسة الأولى : أطروحة دكتوراه للباحث عوينان عبد القادر تحت عنوان : السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية وعلوم التسيير تخصص علوم اقتصادية بجامعة الجزائر 03 .

هدفت هذه الدراسة الى :

- تحديد مفهوم السياحة والسياحة الدولية، وأنواعها المختلفة، ورصد مختلف الآثار الناجمة عنها
- تشخيص السياحة الجزائرية وموقعها من السياحة الدولية بصفة عامة، والسياحة العربية بصفة خاصة؛
- تسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف أمام النهوض وتطوير السياحة الجزائرية؛
- وتحليل الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛ ومعرفة مدى نجاعة الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية .



الدراسة الثانية : مقالة منشورة للدكتورة فوزية بوخبزة والدكتور بن عطة محمد بعنوان : استراتيجية تحقيق تنمية سياحية وفق المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2030 في الجزائر ، في مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة المجلد : 03، العدد : 01 (2021) ،

هدفت هذه الدراسة الى :

- التعرف على واقع الصناعة السياحية في الجزائر بالدراسة والتحليل،
- تسليط الضوء على استراتيجية الدولة لتحقيق تنمية سياحية في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لسنة 2030
- ادراك أهمية هذا القطاع كمورد رئيسيا يسهم في زيادة الدخل الوطني، وكذا نشاطا محفز لمختلف القطاعات الأخرى كان للجهات الوصية وصناع القرار زيادة الاهتمام بهذا القطاع الاستراتيجي .
- الدراسة الثالثة : أطروحة دكتوراه أجراها الطالب عامر عيساني، بعنوان "الأهمية الاقتصادية لتنمية المستدامة – حالة الجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة.

هدفت هذه الدراسة الى :

- الجوانب النظرية للسياحة والسياحة الدولية، ومختلف الآثار الناجمة عنها،
- الاستراتيجية السياحية للجزائر ومقارنتها مع الاستراتيجية السياحية لتونس ومصر،

الدراسة الرابعة : مقالة منشورة للدكتورة ادير رانية والدكتور غزالي عمر تحت عنوان : الاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2030 في مجلة الإبداع المجلد 09 العدد :01(2019) .

تهدف الدراسة الى :

- ابراز التوجهات الاستراتيجية لتنمية القطاع السياحي في الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2030،

- تجنيد كل الفاعلين والعاملين في القطاع من أجل تثمين واستغلال الإمكانيات السياحية المتاحة،
- تحليل وتقييم الإنجازات الفعلية للقطاع السياحي وفقا للأهداف التي جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

### التعليق على الدراسات السابقة ومجال الاستفادة منها :

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة الوثيقة بدراستنا الحالية لاحظنا أن جميع هذه الدراسات أجمعت على أن للتسويق السياحي الأثر الكبير في دعم و تطوير المكانة السياحية للجزائر أما في ما يخص مجال الاستفادة منها نذكرها فيما يلي:

- ✓ الاطلاع على الدراسات النظرية والبحوث التطبيقية، ومعرفة تفكير الباحثين واستعمالهم للأساليب التحليلية وطرق توظيفها في تحقيق أهداف الدراسة الحالية.
- ✓ التعرف على المصادر العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة والتي تمكن من الاطلاع عليها وتتبع نتائجها.
- ✓ الاستفادة من الدراسات السابقة في صياغة أهداف الدراسة الحالية .
- ✓ الاستفادة من الأساليب وطرائق التحليل المستعملة في الدراسات السابقة فيما يخص الجانب التطبيقي وإسقاطها على دراستنا الحالية.

### صعوبات البحث : من خلال بحثنا تعرضنا الى بعض الصعوبات يمكن إيجازها فيما يلي :

- صعوبة الحصول على المعلومات و البيانات من الهيئات المختصة والمهتمة بالسياحة ؛
- النقص الفادح في الاحصائيات المتعلقة بالسياحة وعدم تفصيلها ما أعاق عملية التحليل والتفسير خاصة الجديدة التي تخص السنوات الحالية ؛
- نقص في الكتب المختصة في التسويق السياحي على مستوى مكتبة الكلية .

هيكل البحث : لقد قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول ومقدمة وخاتمة.

وجاء الفصل الأول بعنوان "مدخل للسياحة والتسويق السياحي"، ويتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، حيث تناول المبحث الأول "مفهوم السياحة"، والمبحث الثاني تناول "أساسيات حول السياحة"، أما المبحث الثالث فتناول "التسويق السياحي".

وجاء الفصل الثاني بعنوان "المناخ السياحي في الجزائر وسياسات دعم المكانة السياحية للجزائر"، والذي يتكون من ثلاث مباحث، حيث جاء المبحث الأول بعنوان "واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال"، أما المبحث الثاني فتناول "استراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر"، وتناول المبحث الثالث "واقع الاستثمار السياحي في الجزائر".

أما الفصل الثالث فجاء بعنوان "دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030"، حيث جاء المبحث الأول بعنوان "مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030"، والمبحث الثاني تناول "تحليل محتوى الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030"، أما المبحث الثالث فتناول "الاستراتيجية الوطنية للتهيئة السياحية آفاق 2030" وقبل تناول الفصول بدأت دراستنا بالمقدمة العامة للموضوع والذي شملت أهم العناصر من توطئة، الاشكالية، الفرضيات، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة، تقسيمات البحث... إلخ.

وانتهت الدراسة بأهم النتائج المتوصل إليها، ثم إدراج التوصيات التي نعتقد أنها يمكن أن تساهم في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر

# الفصل الأول

مدخل للسياحة والتسويق السياحي

### تمهيد

للسياحة أهمية خاصة لمعظم شعوب العالم منذ العصور القديمة، وتضاعفت أهميتها مع تزايد دورها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي والسياسي، حيث شهد قطاع السياحة في العالم نمواً متزايداً وأصبحت السياحة صناعة هامة في عصرنا الحاضر، تؤثر بصورة فعّالة في الاقتصاد الوطني وتغير من المستوى الاجتماعي فيه بل أصبحت علماً من العلوم الحديثة ترتبط بعلم الاقتصاد، وصناعة تصديرية تضع على أساسها بعض الدول استراتيجياتها التنموية.

فتطور السياحة لا يعتمد على توفير الموارد السياحية ومناطق الجذب السياحي، وإنما في كيفية استغلال واستخدام تلك الموارد في عملية تنمية السياحة، وكذلك تعاون كافة العناصر والإمكانيات وجهود القطاعات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي، ولن يتم ذلك إلا من خلال تنمية التسويق السياحي، وتطبيق مفاهيم وأساليب التسويق الحديث في مجال السياحة، ولذلك سوف نحاول في هذا الفصل الى التطرق للمباحث التالية :

المبحث الأول : مفهوم السياحة

المبحث الثاني : أساسيات حول السياحة

المبحث الثالث : التسويق السياحي

## الفصل الأول : مدخل للسياحة والتسويق السياحي

### المبحث الأول : مفهوم السياحة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية شهدت تطورات سريعة خلال النصف الثاني من القرن العشرين ، نظرا لاستفادتها من التطورات العديدة التي مست الجوانب الخدمائية ، سواء فيما يتعلق بوسائل النقل وخاصة النقل الجوي، وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى توفير وسائل الراحة، وبهذا احتلت السياحة مكانة عالمية هامة لدى الدول والحكومات ، إذ رأت في السياحة قطاعا استراتيجيا وموردا دائما، إذ لا جدال أن هناك علاقة وثيقة بين قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية

### المطلب الأول : تعريف ونشأة السياحة

#### أولا : تعريف السياحة

**01. تعريف السياحة في الإسلام :** إن المفهوم اللغوي لفظ السياحة نجد أنه يعني التجوال وعبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض وجاء في كتب أخرى لفظ السياحة يعني : "الضرب في الأرض ومنها سيح الماء" أي جريانه، ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع ففي سورة التوبة ورد قوله تعالى " بَرَاءَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (1) فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ ۗ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ " <sup>1</sup> ، ومعنى سيروا أيها المشركين سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها لكم أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيلا وهذا ما يدخل الآن ضمن السياحة الدينية، وفي نفس الآية من سورة التوبة (111-112) " إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ \* التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ " <sup>2</sup>.

ومعنى السائحون هنا العالمون لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم سياحة أمي الصوم، "ويقول المفسرون أن السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم، وفي سورة التحريم ورد قوله تعالى في الآية الرابعة " عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَقَنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ زُجُوجًا خَيْرًا مِنْكَ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ

<sup>1</sup> سورة التوبة رقمها 9 مدنية ، الآية رقم (1-2) من سورة التوبة

<sup>2</sup> سورة التوبة الآية 111-112

سَائِحَاتٍ تَيْبَاتٍ وَأَبْكَارًا" <sup>1</sup>، ومعنى السائحات هنا صائحات سمي الصائم سائحا لأنه يسيح من النهار بلا زاد وقال بعض المفسرون مهاجرات أو صائحات.

**02. تعريف السياحة عند بعض الباحثين :** لقد تعددت التعاريف واختلفت بين الباحثين نذكر منها ما يلي :

**يعرف السويسري (Akoller) أكولر** أن السياحة السويسرية تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون مؤقتا بسويسرا بعيدا عن مقر إقامتهم للأسباب التالية : <sup>2</sup>

- الأسباب الصحية أو الترويح أو إرضاء احتياجات ثقافية ؛
- الأسباب المهنية ( رحلات رجال الأعمال ، مؤتمرات ) ؛
- الأسباب التعليمية الطلبة ؛

**Akoller** في هذا التعريف حدد أنواع السائحين المترددين على سويسرا كمجتمع مضيف دون الإشارة إلى المدة التي يجب أن يقضيها السائح كحد أدنى أو أقصى لكي نعتبره سائحا.

- **تعريف الاقتصادي النمساوي (VAU SCHULLER) فونش** وليرن للسياحة على أنها: " كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة" بحد أنه من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية.

- **تعريف ماكتوش و زملائه (Mcintosh) فالسياحة** هي "مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال، والدول والمجتمعات المضيئة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين" <sup>3</sup>، من هذا التعريف نلاحظ أن السياحة تركز على أربعة عناصر وهي: السائح، مؤسسات الضيافة، الحكومات التي تمارس نوعا من الضيافة، الناس الذين يقطنون في المناطق التي يزورها السائح.

- **يعرف العالمين السويسريين سنة 1924 (Humziker et Kraft) السياحة** بأنها: "مجموعة النشاطات الناتجة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي، طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط. بناء على التعاريف السابقة يمكننا تعريف السياحة بأنها: هي السفر بهدف الترفيه أو التطبيب أو الاكتشاف، وتشمل السياحة توفير الخدمات المتعلقة بالسفر. والسائح هو الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة

<sup>1</sup> سورة التحريم رقمها 66 مدنية الآية رقم 4

<sup>2</sup> يسرى دعيس، "السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية"، ط1، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص14.

<sup>3</sup> حميد عبد النبي الطائي، "أصول صناعة السياحة"، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص23.

لمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزله، وذلك حسب تعريف منظمة السياحة العالمية التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

### 03. تعريف السياحة لبعض المنظمات والمؤتمرات الدولية العالمية للسياحة :

- تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة، والسفر الدولي المنعقد في روما 1963م أقر أن السياحة "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة، ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية، والسياحة كالتأثير لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية"<sup>1</sup>.

- مؤتمر (أوتاوا) بكندا 1991 عرف السياحة بأنها : "الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن، وأن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه"<sup>2</sup>.

ومن خلال هذين التعريفين نلاحظ :

- السياحة هي عملية انتقال من مكان إلى آخر لفترة قصيرة ومؤقتة.
- الغرض من السياحة لا يكون الكسب المادي كما أنما قد تكون داخلية أو خارجية.
- المنظمة العالمية للسياحة : قامت المنظمة العالمية للسياحة بإعطاء تعريف للسياحة على أنها : مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى"<sup>3</sup>.

### 04. مفهوم السائح : لقد تعددت تعاريف السائح منها :

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين (روما 1963م) : حيث عرف السائح على أنه : "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"<sup>4</sup>.

وبناء عليه نقول أن هذا التعريف قد شمل فئتين من الزائرين هما : السائحين والمتترهين

أ.السائحين : وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورونها

<sup>1</sup> محي محمد مسعد، "الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي"، المكتب العربي الحديث، مصر، د ت، ص61.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 62.

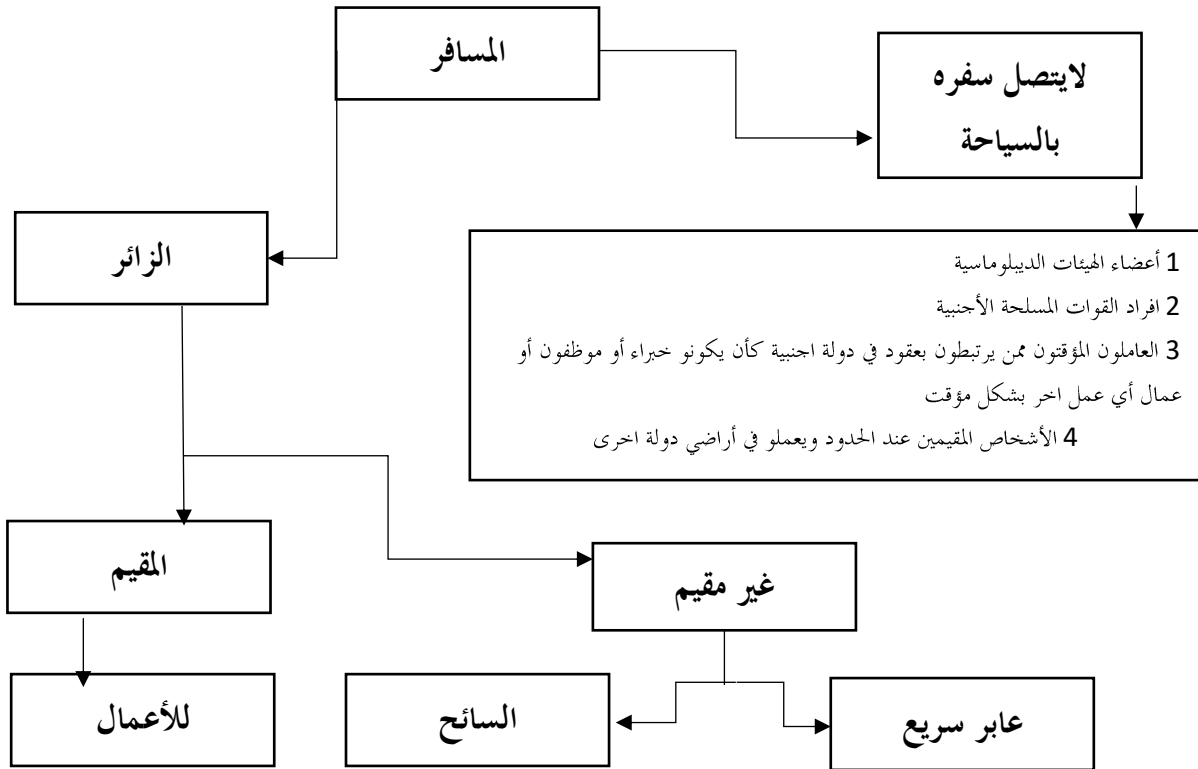
<sup>3</sup> Jean Pierre et Michel Balfet, **Management du tourisme** , 2ème Edition, Pearson Education France,2007,p4

<sup>4</sup> يسرى دعبس، "السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية"، مرجع سبق ذكره، ص23 .



ب. المنتزهون: هم الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها<sup>1</sup> ويمكن توضيح التطور من المسافر إلى السائح بالمخطط التالي

الشكل رقم (1-1) مفهوم السائح



المصدر : Michel Balfet, Marketing des services touristiques et hoteliers, Ellipses, p10.

ثانيا : نشأة السياحة

**01. مرحلة العصور القديمة :** "إن غريزة التنقل والتَّرحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعياً لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر لو احتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد وتحمك تصرفاته والتزاماته"<sup>2</sup>، وقد بدأت رحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة في الألف الخامس قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع ومن خصائص هذه المرحلة هي :<sup>3</sup>

- ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية في مصر والحضارة الرومانية؛
- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية.

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة" دار زهران، الأردن، 2008، ص 14.

<sup>2</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، دار زهران، الأردن، 2008، ص 14.

<sup>3</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، "مبادئ السياحة"، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 12.

أما عن أنواع الرحلات التي قام بها الانسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تتركز على ما يلي :<sup>1</sup>

- تحقيق الفائدة.

- حب الاستطلاع.

- الدافع الديني.

أ. تحقيق الفائدة : ونعني بها خلق علاقات متبادلة بين القبائل المختلفة و التي تكون أحيانا متجاورة و قد تكون بعيدة، و لقد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شاطئ البحر الأبيض المتوسط حيث كانت تجارهم مع الشعوب المجاورة، كما كانت هناك رحلات يقوم بها أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم و بلاد الشام و اليمن كما ورد في القرآن الكريم " لِإِيْلَافِ قُرَيْشٍ إِيْلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ " و الكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات.

ب. حب الاستطلاع : أدى الدافع لمعرفة عادات و تقاليد الشعوب الى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف عليها و أهم الرحالة (هيروودت المؤلف الاغريقي) من أوائل الرواد في العصور القديمة<sup>2</sup>.

ج. الدافع الديني : " دفع هذا الشعور الناس الى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة مثل الصينيين الذين يعبدون "البوذا" يقطعون آلاف الكيلومترات، كما كان يقوم العرب بزيارة مكة لغرض العبادة و التجارة وهو ما يطلق عليها السياحة الدينية"<sup>3</sup>.

**2. مرحلة العصور الوسطى :** "تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر والمعروف أن الإمبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور القديمة، وقد كانت مركز الإشعاع الفكري والحضاري والتجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسفار عبر العالم"<sup>4</sup>، وقد كان اتجاه السياحة في تلك العصور الى التجارة، الحج، رحلات الدراسة حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للقرن الرابع عشر والثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى، وكانت البلاد الإسلامية أكثر تقدما من أوروبا وبعداد وقرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية و قد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم ومن أشهرهم ابن بطوطة، ابن جبير، البيروني ... وغيرهم ، وقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى حيث كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة، وكثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص (14-15).

<sup>2</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، "مبادئ السياحة"، مرجع سبق ذكره ص14.

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص15.

<sup>4</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، "مبادئ السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص (15-16).

السياسية الموجودة في الدول الأخرى، كانت هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة"<sup>1</sup>

### 03. مرحلة العصر الحديث : بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغيرات عديدة

في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، كما أحدثت الثورة الصناعية تغيراً واضحاً في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت وازدادت بعد الحرب العالمية الثانية حيث بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى مدنية وكذلك السيارات والقطارات ويرى دوكلاس بيرس (DOUGLAS PEARCE) أن علم السياحة تطور تطوراً ملحوظاً بدأ يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية ويرجع ذلك إلى :

- التطورات التكنولوجية التي أدت تحسين طرق ووسائل الإنتاج مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني وتحسين ظروف العمل وزيادة أوقات الفراغ والاجازات الممنوحة ؛
- تقدم وتطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات، وبالتالي تقارب المسافات ؛
- سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة ؛

- ارتفاع معدلات الدخول والثروات والنظرة للسياحة كضرورة حتمية ؛

- اهتمام المنظمات والهيئات الدولية والمجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.

وعليه لم يعد سفر اليوم كشأنه بالأمس، كما لم يعد رحالة اليوم مثل الرحالة القدامى لأن الثورة التكنولوجية وتقدم وسائل النقل وكثرة عدد المسافرين لم تجعل من المسافر رحالة (بالمعنى التقليدي)، حيث تدير المكاتب السياحية وتعلن عن موضوع الرحلة في عدة طرق عن طريق وضع العديد من الصور التي تنقل الحقيقة وتكشف مختلف الأماكن التي تكون كامنة

### المطلب الثاني : أهمية وأهداف السياحة

#### أولاً : أهمية السياحة

تعد السياحة وسيلة اتصال وتلاقي فكري وتبادل ثقافي وتعارف بين الشعوب، وعامل مهم في وحدة الشعوب والإنسانية ونشر التسامح والتفاهم بين الشعوب لإحلال الإسلام والأخوة ونبذ الفرقة والعداء كما للسياحة أيضاً أهمية بالغة في تطوير الاقتصاد الوطني، حتى أصبحت تسمى بصناعة القرن وتكمن أهمية صناعة السياحة فيما يلي<sup>2</sup>:

#### 01. الآثار المباشرة للسياحة على الاقتصاد :

أ. تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : إذ تعد السياحة مورد اقتصادي مهم لجلب العملة الصعبة فالسائح

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص (17-18).

<sup>2</sup> أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد الدعواد، "إدارة المنشأة السياحية"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 19.

الأجنبي منذ وصوله يبدأ بالإنفاق في البلد الذي يزوره<sup>1</sup>.

**ب. (نقل التكنولوجيا) الإدارة الحديثة :** تساهم المشاريع السياحية في عديد من الدول من نقل التكنولوجيا من البلد الأم إلى البلد المضيف، إذ يلعب السائح أو المسافر أيضا هذا الدور من خلال جلبه لأجهزة ومعدات حديثة، والدولة المضيعة لسواح تجدها نفسها مجبرة على مساندة التطور التكنولوجي.

**ت. توفير العمالة :** من خلال خلق مناصب شغل.

**ج. تحسين ميزان المدفوعات :** إن مداخيل السياحة خاصة بالعملة الصعبة تحسن من ميزان مدفوعات البلد المضيف.

### 02. الآثار غير المباشرة للسياحة على الاقتصاد :

**أ. الأثر المضاعف :** ويعرف المضاعف على أنه : "العلاقة بين الزيادة في الدخل الوطني والزيادة في الاستثمار"<sup>2</sup>، والآثار المضاعف للسياحة يعبر عن الإنفاق السياحي، وهو كل ما يصرفه السائح مقابل استهلاك الخدمات السياحية سواء من مواطني الدولة أو الزائرين.

**ب.- تأثير الاقتصاد في السياحة :** يؤثر الاقتصاد في السياحة من خلال ما يلي<sup>3</sup>:

- القاعدة الأساسية لقيام السياحة هي العامل المادي (الاقتصادي).
- الظاهرة السياحية لا يمكن أن تتحقق في ظل اقتصاد يشكو العوز وتدني المستوى المعيشي ومستوى الدخل.
- الاقتصاد متمثلا في عاملي الدخل والادخار يؤثر بشكل فعال في النشاط السياحي من خلال الطلب والعرض السياحي.

**ت. أثر السياحة على سوق بعض السلع :** يقوم السياح بتخصيص جزء مما سينفقونه لشراء بعض السلع المميزة والغير موجودة في بلدانهم على غرار التحف والتذكارات السياحية.

**ث. أثر السياحة على تنمية مرافق الدولة :** من خلال قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية من طرق وكل مشروعات البنية التحتية نتيجة حصولها على العملة الصعبة

**ج. الآثار الاجتماعية الإيجابية للسياحة :** هناك آثار إيجابية نذكر منها :

- تغير البناء أو التركيب الاجتماعي للسكان والبناء المهني وخلق مهن جديدة.
- التغيير في تركيب الطبقات الاجتماعية ، تطوير المؤسسات وأنماط العيش.
- التطوير الاقتصادي والثقافي.

<sup>1</sup> حميد عبد النبي الطائي، "الأسس العلمية في إدارة المنشأة الفندقية"، دار زهران، الأردن، 2000، ص19.

<sup>2</sup> أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد الدعواد، "إدارة المنشأة السياحية"، مرجع سبق ذكره، ص 32.

<sup>3</sup> أحمد فوزي ملوخية، "مدخل الى علم السياحة"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص100.

- تغيير سلوك الإنسان والعادات والأخلاق.
- التغيير في العلاقات الإنسانية.
- كما أن هناك بعض الآثار السلبية للسياحة على الدولة المستقبلية منها :
- تكثر المهن والاختصاصات المهنية على حساب الإنتاجية أو الصناعية.
- انتشار الفساد الاجتماعي ونمو طبقة من الوسطاء الذين يحاولون الكسب بأي الطرق.
- ظهور بعض العادات السيئة نتيجة تقليد السياح .

### ثانيا : أهداف السياحة

للسياحة عدة أهداف يمكن تلخيصها في الأهداف التالية :<sup>1</sup>

- أ . **الأهداف السياسية** : فهي ترمي لتحسين علاقات الاتصال بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي.
- **فبالنسبة للاستقرار الداخلي** : تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة.
- **أما بالنسبة للاستقرار الخارجي** : وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول، إذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول.
- ب . **الأهداف الاجتماعية** : يحقق القطاع السياحي الأهداف التالية :
- **تشغيل اليد العاملة** : وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة مما يساعد القضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناجمة عن الفراغ وعدم العمل وهذا ما يبرز أن السياحة تعتمد على العنصر البشري.
- **إعادة توزيع السكان** : من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمرافق الضرورية وتجميع السكان مما يؤدي إلى إعادة توزيع السكان حولها مما يؤدي إلى إعادة توطين حضاري
- رسم الخريطة الجغرافية .
- **المساهمة في رفع المستوى المعيشي** : عن طريق زيادة الدخل الفردي والوطني الذي يتسبب فيه القطاع السياحي.
- ج . **الأهداف الاقتصادية** : وتمثل فيما يلي :<sup>2</sup>
- تحقيق وتدعيم إيرادات الخزينة العمومية.
- زيادة الدخل الفردي والوطني.
- تحسين وضعية ميزان المدفوعات.

<sup>1</sup> علاء إبراهيم العسالي، "السياحة في الوطن العربي"، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، صص(27\_29).

<sup>2</sup> قزير محمود، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية، ملتقى دولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، يومي 01 و02 ديسمبر، 2014، صص183.

- تحريك دواليب التنمية الاقتصادية.
- المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة.
- زيادة مستوى التشغيل وتقليص البطالة (مناصب دائمة وموسمية أو مؤقتة).
- توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده .

### المطلب الثالث : مقومات السياحة وخصائصها

#### أولا : مقومات السياحة

تضم المقومات السياحية خمس مجموعات رئيسية تشمل المقومات الطبيعية التي تجمع بين الموقع والأقاليم الجغرافية وطبيعة التنوع الحيوي، والمقومات الحضارية التي تبين البعد الزمني للمعالم السياحية الأثرية التاريخية وتصور الحياة التي عاشتها تلك المجتمعات وما خلفتها من فلكلور شعبي تتوارثه الأجيال المتعاقبة، والبنية الأساسية بما تشتمل عليه من مشاريع الخدمات التي يتطلبها السوق السياحي من طرق ومواصلات واتصالات ومياه وغيرها من الخدمات الأساسية اللازمة لجذب الطلب السياحي المحلي والدولي على السواء، بالإضافة إلى مناخ الجذب السياحي الذي ينبغي توفره في دول العرض السياحي لجذب الإستثمارات السياحية والطلب السياحي، والترويج السياحي، أهم المقومات السياحية:

**01. المقومات الطبيعية :** تتأثر صناعة السياحة بملامح البيئة الطبيعية المحيطة بالمنتج السياحي والتي لعبت دورا هاما في توزيع مواقع وأماكن الاستجمام وفي تحديد أنماط السياحة ومحاور حركة تدفق السياح، فالبيئة الطبيعية بملامحها الجمالية وطبيعتها الواسعة والمتنوعة أهمية خاصة في السوق السياحي الدولي حيث يلجأ إليها الإنسان بحثا عن الاستجمام والمتعة لتجديد نشاطه.

**02. المقومات السياحية الحضارية :** "تطور استغلال الإنسان لبيئته الطبيعية تطورا كبيرا منذ ظهور الإنسان على سطح الأرض، وقد سار هذا التطور من البسيط إلى المعقد، من الحرف البدائية كحرفة الجمع والالتقاط إلى حرف معقدة كحرفة الصناعة، ومن مسكن العراء والكهوف إلى المنازل، لذا فالمقومات السياحية الحضارية تقوم على دراسة تفاعل الإنسان مع بيئته الطبيعية عبر العصور"<sup>1</sup>.

**03. البنية التحتية :** "تمثل البنية التحتية في الخدمات والمنشآت الأساسية التي ينبغي أن تكون كافية لتلبية احتياجات السكان والسياح في الحاضر والمستقبل وبحيث تكون تصميمات المرافق العامة، وشبكات المياه والكهرباء وغيرها، متوافقة مع طبيعة المنطقة وعوامل الجذب السياحي بما واحتياجاتها .

وتشمل البنية التحتية التجهيزات والإنشاءات التي تسمح للسائح بالبقاء في المنطقة السياحية في ظروف مريحة تتوفر بها شبكة ( الطرق ، الصرف الصحي ، الكهرباء..). وغيرها من الخدمات الأساسية التي يحتاج إليها السائح والتي يؤدي النقص فيها إلى حدوث مشاكل ومضايقات قد يصبح من الصعب استمرار بقاء السائح في ظل وجودها.

<sup>1</sup> الصقار فؤاد محمد، "دراسات في الجغرافيا البشرية"، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1970، صص(98-99).

## المبحث الثاني : اساسيات حول السياحة

للسياحة أنواع وأشكال مختلفة ومتعددة لا يمكن حصرها نظرا لتعدد و تنوع سبب قيام ظاهرة السياحة، ولهذا يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس، ولكل نوع من هذه الأنواع خصائص معينة، كما أن للسياحة أهمية كبيرة في جميع المجالات منها الاقتصادية من خلال مساهمتها في زيادة الدخل الوطني والمساهمة في الناتج الداخلي الإجمالي.

### المطلب الأول : أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع و الرغبات و الاحتياجات المختلفة فهناك السياحة الثقافية، الترفيهية، العلاجية وغيرها، والتي ساعد على انتشارها التطور العلمي الاقتصادي والاجتماعي وما صاحبها من تطلعات ومتطلبات لم تكن معروفة من قبل مثل سياحة المؤتمرات والمعارض، و قد صنفت أنواع السياحة لعدة عناصر هي :<sup>1</sup>

#### أولا : وفقا للدافع أو الهدف :

- 01. السياحة الدينية :** "يمكن تعريف السياحة الدينية بأنها : "ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها، وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد أو ذاك فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما، مثل : زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين"<sup>2</sup>.
- 02. السياحة الرياضية :** "يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية، وبطولات العالم ويعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع القديمة، والتي كانت تشمل رحلات الصيد، وفي الوقت الحاضر أصبح يمثل هذا النوع صيد الأسماك، التجديف، ركوب الخيل... وغيرها وقد تزايدت أهميتها نتيجة زيادة اهتمام المجتمعات البشرية بهذا النوع من النشاط، والسمة الأساسية لهذا النوع هو إقامة المهرجانات السياحية والرياضية وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من ممارسيها"، وقد شهد هذا النوع من السياحة تطورات نوعية في عدد كبير من البلدان مثل اسبانيا، اليونان، تركيا، لبنان... وغيرها، حيث تتوفر الخدمات الترفيهية المكاملة والخدمات الصحية وما زالت تحظى بإقبال شعبي كبير مما يجعلها سفيرا للتعريف بالدول ووسيلة لتسويق منتوجاتها"<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، "التخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص48.

<sup>2</sup> محمد عبيدات، "التسويق السياحي"، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص141.

<sup>3</sup> حميد عبد النبي الطائي، "الأسس العلمية في إدارة المنشأة الفندقية"، مرجع سبق ذكره، ص259.

**303. سياحة المؤتمرات :** "يعتبر هذا النوع من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الكبير الذي شهده العالم في السنوات العشرين الأخيرة، وما تبع هذا من تطور كبير في العلاقات الاقتصادية والسياسية، الثقافية واجتماعية بين معظم دول العالم، ويرتبط هذا النوع بأنواع أخرى كسياحة المعارض، ومن عوامل ظهورها هو زيادة التخصص العلمي والمهني ما يترتب على ذلك من تغير في التركيب الاجتماعي والتطور التكنولوجي الأمر الذي يؤدي إلى كثرة عقد اللقاءات العلمية والمهنية والثقافية... وغيرها، وتعرف سياحة المؤتمرات بأنها تطور لصناعة السياحة عن طريق تنظيم مؤتمرات دولية مهمة تمتاز بضخامة الحجم وعلو الدرجات ووفرة الأرباح بالإضافة إلى تطوير البلد المضيف".

"ويتطلب هذا النوع من السياحة وجود تسهيلات وخدمات سياحية لقاعة المؤتمرات بالإضافة إلى أساليب الترجمة الفورية هذا من ناحية وتوفير الإقامة المناسبة والنقل والتسهيلات من ناحية أخرى لأن المشاركين في هذا النوع من السياحة لا يقضون معظم وقتهم في الفنادق و القاعات بل يكرسون جزء من وقتهم في الاستحمام والرحلات السياحية القصيرة ومن الدول العالمية المشهورة بهذا النوع من السياحة اسبانيا، هولندا، أمريكا ومن الدول العربية قطر، الإمارات العربية المتحدة، تونس"<sup>1</sup>.

**04. السياحة الثقافية :** عرف سميت Smith السياحة الثقافية بأنها : "امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية المجتمعات قديمة ونلاحظ من خلال ذلك ظواهر مثل : أساليب المنازل والحرف، ومعدلات الزراعة والري...، كما عرف ريتش وزيتز السياحة ثقافية بأنها عنصر جاذبية للمناطق السياحية وقد أبرز مجموعة عناصر تجذب السائحين إلى أماكن معينة منها : الحرف اليدوية، اللغة، التقاليد، الدين، فن المعمار الفن والموسيقى...، إن السفر للاطلاع على طراز الحياة المتنوعة يمثل نوعا من السياحة الثقافية وفرصة للاطلاع على ما كانت عليه حياة الناس وثقافتهم وحضارتهم في الأزمنة القديمة، فالزيارات إلى بيوت الشخصيات البارزة التي أثرت التاريخ مثل شكسبير و نابليون ومانديلا في جنوب إفريقيا... وغيرها، تمثل نوعا من أنواع السياحة الثقافية التي تستقطب فضول السياح من شتى أنحاء العالم كما يعتمد هذا النوع من السياحة على إقامة المهرجانات الثقافية والشعرية مثل : مهرجان بابل في العراق ومهرجان السينما العربية أو توزيع جوائز الأوسكار في أمريكا أو مهرجان كان للسينما العالمية...، وبعد هذا النوع من السياحة أحد أشكال السياحة التي يسعى إليها السائحون بهدف إشباع رغبتهم المعرفية حيث يعتمد هذا النوع على إقامة الندوات الثقافية وكذا المعارض الخاصة بالكتب والمسابقات الثقافية"<sup>2</sup>.

**05. السياحة العلاجية :** " تعد السياحة العلاجية من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد وتشجع على الشفاء من بعض الأمراض كما ترجع أهمية

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، "التخطيط السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص34.

<sup>2</sup> وفاء زكي إبراهيم، "دور السياحة في التنمية الاجتماعية - دراسة تقويمية للقرى السياحية"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص22.



هذا النوع من السياحة إلى التطور والتقني الهائل، وما تبع ذلك من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت التي أدت إلى ظهور أمراض كثيرة مثل القلق والتوتر النفسي وأمراض الجهاز التنفسي، مما دفع المعالجين للعودة إلى الطب الطبيعي عن طريق استخدام حمامات الرمال عيون المياه الساخنة وأشعة الشمس... وغيرها، وتعد مدينة بات في بريطانيا ومدينة مونتاكاتيني في إيطاليا، والبحر الميت وحمامات ماعين في الأردن من المعالم السياحية المعروفة عالمياً حيث تتوفر فيها المسابح والينابيع الطبيعية الخلابه فهذا النوع يساعد على خلق انطباع إيجابي للسياح خاصة بالنسبة للمرضى الذين يتم معالجتهم بصورة جيدة أو يشفون من أمراضهم وهذا يتطلب ضرورة تطوير المناطق السياحية والعلاجية وتوفير الخدمات المساعدة الجيدة لها، كما يؤدي إلى تشغيل الكادر الطبي وزيادة كفاءته ومهاراته وتوفير عدد كبير من العاملين في المجال الطبي وهذا بدوره يساعد على رفع الدخل الفردي والقومي للبلد المعني<sup>1</sup>.

**06. السياحة الترفيهية :** ويعرفها بعض للمتخصصين على أنها "تغيير مكان الإقامة لفترة لغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر، ويتحلل هذا النوع الاستمتاع بممارسة الهوايات المختلفة كصيد السمك والغوص تحت الماء وغيرها، من الهوايات المختلفة التي يمارسها السائحون، ويعتبر هذا النوع من أقدم الأنماط السياحية التي عرفها العالم حيث تشير بعض الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية تسير بمعدل أسرع من الأنواع الأخرى في كثير من الدول، ومثال ذلك دول بحر المتوسط التي تعتبر من أكثر المناطق اجتذاباً لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة خاصة المنتزهات الطبيعية، والمناظر الخلابة والحداثة العامة واعتدال المناخ صيفاً وشتاءً، والهدف من هذه الرحلة هو قضاء وقت الفراغ والعطلات لاستعادة النشاط والحيوية، ولا تقتصر السياحة الترفيهية على التنوع الطبيعي وإنما تشمل أيضاً المؤسسات الترفيهية التي هي من صنع الإنسان<sup>2</sup>.

**ثانياً : وفقاً للموقع الجغرافي :**

**01. السياحة الداخلية :** تمثل السياحة الداخلية انتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم، وهنا ينتقل السائح من مكان إقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها، وأن يقضى ليلة على الأقل في المكان المزار ليس بغرض العمل ولكن بعرض الترفيه والاستحمام أو لأسباب دينية أو حضور مؤتمر أو ندوة. وترجع أهمية السياحة الداخلية في أنها تزيد من وحدة المجتمع والتضامن الاجتماعي، والتمسك بالقيم السائدة مما يخلق شعوراً بالوطنية والانتماء والهدف من هذا النوع أنه مصدر لا ينضب للدخل القومي حيث يساعد ذلك في تحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم المختلفة داخل الدولة، وذلك من خلال التوزيع الأمثل للدخل القومي بالإضافة إلى تنمية القطاعات الإنتاجية المختلفة داخل البلاد وبعد هذا النوع من

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص57.

<sup>2</sup> يسرى دعبس، "السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء الدول المتقدمة والنامية"، مرجع سبق ذكره، ص154.

السياحة ركيزة مهمة تعتمد عليها السياحة الخارجية، حيث أن تنشيطها يشجع على استكمال وتحسين المرافق السياحية المتعددة وخلق أماكن جديدة وبالتالي خلق قيادات فنية قادرة على تقديم أنواع مختلفة من الخدمات السياحية<sup>1</sup>.

**02. السياحة الإقليمية :** ويقصد بها "السفر والتنقل بين دول مجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية أو الإفريقية أو دول جنوب آسيا (أندونيسيا، ماليزيا، الفلبين، سنغافورة، تايلاند)، وتميز السياحة الإقليمية بقلّة التكلفة الإجمالية نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح، بالإضافة إلى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة، مما يؤدي بالكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة أولا ثم يلي ذلك التفكير في زيارة الدول الأبعد خاصة عند وجود تسهيلات ومميزات ومغريات سياحية تشجعهم على الأسفار الطويلة أو السباحة بين القارات"<sup>2</sup>.

**03. السياحة الخارجية الدولية :** ويقصد بها "انتقال السواح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تشجعه معظم دول العالم، وذلك للحصول على العملات الصعبة، كما يتطلب هذا النوع خدمات مختلفة، حيث كلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار، وتطورت البنية التحتية والفوقية كلما زاد عدد السواح الأجانب، وعليه يعتمد هذا النوع من السياحة على: توفر الخدمات السياحية، تطور البنية التحتية، توفر الأمن والاستقرار واحترام السواح، ثبات القوانين وانخفاض الأسعار"<sup>3</sup>.

### ثالثا : وفقا لمدة الإقامة

وتنقسم السياحة حسب هذا المعيار إلى ما يلي :<sup>4</sup>

**01. سياحة موسمية :** ويقصد بها "اتجاه السائحين في مواسم معينة صوب مناطق معينة دون أخرى، كما هو الحال في اتجاه السائحين إلى الشواطئ والجزر البحرية في فصل الصيف للاستحمام والاستمتاع باعتقال المناخ وممارسة الرياضة المالية والغوص والعيد...، ويندرج ضمن هذا النوع من السياحة زيارة الأماكن المقدسة في مواسم معينة، وكذلك حضور الموالد وما يصاحبها من شعائر في مواعيد محددة من السنة، وهذا ما يطلق عليها بالسياحة الموسمية لارتباطها بأوقات محددة من السنة.

**02. السياحة العابرة :** ويتكون هذا النوع من السياحة من نوعين هما :

- سياحة عابرة تكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية عن طريق الحافلات السياحية حيث أثناء توجهها إلى بلد ما يمر ببلد معين ويبقى فيها لمدة يوم أو يومين ففي هذه الحالة تقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم

<sup>1</sup> وفاء زكي إبراهيم، "دور السياحة في التنمية الاجتماعية - دراسة تفويجية للقرى السياحية"، مرجع سبق ذكره، صص (154-155).

<sup>2</sup> محمد الصيرفي، "التخطيط السياحي"، مرجع سبق ذكره، صص (49-50).

<sup>3</sup> ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، صص (70-71).

<sup>4</sup> فؤاد رشيد سمارة، "تسويق الخدمات السياحية"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، صص (107-108).

رحلات سياحية قصيرة لهؤلاء السواح.

- سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات كأن يكون تعطل طائرة أو وجود إضرابات، فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات الزيارة إلى أماكن، ويكون هذا النوع من السياحة بدون تخطيط مسبق أو تنظيم، كما تعتمد على المرونة المتوفرة في الشركات السياحية مدى وجود علاقة بينها، وبين شركات الطيران.

رابعا : وفقا للعدد :<sup>1</sup>

**01. السياحة الفردية :** هذا النوع من السياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامة حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، وكل سائح من هذه المجموعة له دوافعه الخاصة ورغباته الخاصة التي جاء لتحقيقها، ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات السياحية تعتمد على مقدرتهم المادية والرغبة التي يحققونها، ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء وتأثير الإعلان والترويج السياحي، ومدى ثقافة السائح، إذ أنها سياحية لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد.

**02. السياحة الجماعية :** وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا، وضمن برنامج يشمل الأماكن المنوي زيارتها ومكان المنام والطعام وغيرها، وتنضم طريق وكالات السياحة والسفر وتنقسم إلى قسمين :

أ. **سياحة غير منظمة :** تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية والإقليمية المنوي استخدامها أي بدون تخطيط مسبق.

ب. **سياحة جماعية منظمة :** يكون برنامج الرحلة معد مسبقا من قبل شركات السياحة أو وكالات السياحة والسفر ومحددة ظروف الطعام والمبيت والأماكن المنوي زيارتها.

**المطلب الثاني : الأهمية المختلفة للسياحة**

تعد السياحة وسيلة اتصال وتلاقي فكري وتبادل ثقافي وتعارف بين الشعوب، وعامل مهم في وحدة الشعوب والإنسانية ونشر التسامح والتفاهم بين الشعوب لإحلال الإسلام والأخوة ونبد الفرقة والعداء، كما للسياحة أيضا أهمية بالغة في تطوير الاقتصاد الوطني، حتى أصبحت تسمى بصناعة القرن، وتكمن أهمية صناعة السياحة فيما يلي :<sup>2</sup>

**الأهمية الاقتصادية :** "يؤثر رواج السياحة بشكل مباشر على رواج الاقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها، إذ يؤدي إلى انتقال الأموال من جيوب السائحين إلى جيوب أصحاب هذه الخدمات والسلع والمنشغلين بها، فيتفرع عن هذا الانتقال للأموال سلسلة أخرى من الإنفاق، ولا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية، وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما

<sup>1</sup> مروان السكر، "مختارات من الاقتصاد السياحي"، دار مجداي للنشر، الأردن، 1999، صص (22-23).

<sup>2</sup> أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد الدعواد، "إدارة المنشأة السياحية"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 19.

ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بقطاع السياحة (مباشرة وغير مباشرة)، فيتولد عن ذلك الإنفاق اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها<sup>1</sup>.

ويمكن تلخيصها كما يلي :<sup>2</sup>

- تؤدي السياحة دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل.
- تعتبر السياحة أحد مصادر الدخل الوطني من خلال مشاركتها في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية، وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة والمدفوعات التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول، كما وتلعب دورا مهما في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعد من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للاستثمار مع تكلفة أقل.
- **الأهمية الاجتماعية** : تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية في ما يلي :<sup>3</sup>
- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي بمختلف، عادات وشعوب الطرف الآخر (السياح).
- زيادة اهتمام الشعوب المضييفة بعادات وقيم أجدادها وأبائها والحفاظ عليها من الزوال والاضمحلال.
- رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي والحضاري.
- تحسين نمط حياة الأفراد، وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي.
- تؤدي السياحة إلى تنمية عدد كبير من الخدمات المتكاملة، وكثيفة العمالة بمختلف مستوياتها وبالتالي القضاء على البطالة، وما ينجر عنها من آفات اجتماعية خطيرة
- **الأهمية الثقافية** : نلخصها في ما يلي :
- تعمل السياحة على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين.
- توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية والتاريخية.
- تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف (الحوار بين الحضارات).

**الأهمية البيئية**: نلخصها في ما يلي :<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عدلي زهير، سعدي راضية، "مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الامارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع"، مجلة علوم الاقتصاد والسيير والتجارة، العدد 32، 2015، ص39.

<sup>2</sup> هاني نوال، "تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية"، مجلة الباحث، العدد13، 2005، ص74.

<sup>3</sup> عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT2025"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2012-2013، ص27.

<sup>4</sup> عدلي زهير، سعدي راضية، "مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الامارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع"، مرجع سبق ذكره، ص40.

- المحافظة على العناصر البيئية المختلفة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.
- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم.
- الأهمية السياسية :** للسياحة أهمية سياسية حيث تساهم في :<sup>1</sup>
- السياحة تؤدي إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات .
- تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر، وتساعد على التفاهم بين شعوب الدول المختلفة، ونشر مبادئ السلام العالمي.
- تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب دول العالم من خلال العلاقات الودية التي تنشأ بينها.

### المطلب الثالث : نتائج السياحة والمشاكل التي تواجهها

ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي كما يلي :

#### أولا : الآثار الإيجابية للسياحة

ونجد منها ما يلي :<sup>2</sup>

- السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية ؛
- تعتبر السياحة وسيلة التقاء الشعوب مع بعضها البعض، إذ توفر الاحتكاك المباشر بين هذه الشعوب، وبالتالي انفتاح الشعوب على العالم.
- تعمل السياحة على تطوير وسائل النقل والمواصلات، وإقامة المطارات والموانئ وشق الطرقات ؛
- تؤدي السياحة إلى الرفع من المداخيل المحققة من الضرائب ؛
- تساعد السياحة على ترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي ؛
- الحفاظ على الآثار التاريخية وترقيتها.

#### ثانيا : الآثار السلبية للسياحة " :

للسياحة آثار سلبية نذكر منها ما يلي :<sup>3</sup>

- قد تؤدي السياحة إلى حدوث خلل اجتماعي من خلال تأثير العادات والتقاليد للمجتمعات الغربية على الدول التي تتميز أسرها بالمحافظة ؛

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025"، مرجع سبق ذكره، صص(27-28).

<sup>2</sup> نعيم الطاهر، وسراب إلياس، "مبادئ السياحة"، مرجع سبق ذكره، ص28.

<sup>3</sup> يسرى دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، مرجع سبق ذكره، ص89.

- عادة ما يحدث تمايز الأفكار والاتجاهات والمعارف واللغة، وغياب التفاهم بينهما ؛
- تعمل السياحة على زيادة أسعار السلع والخدمات، من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف، كما يؤدي ذلك إلى ارتفاع أسعار العقارات ؛
- في كثير من الأحيان تؤدي السياحة إلى ترك آثار سلبية على البيئة ؛
- تعمل السياحة كذلك على نشر الجريمة، وتشجيع على تهريب الآثار، نظرا لارتفاع أثمانها ؛
- "قد تخلق السياحة مشكل للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية."<sup>1</sup>

### ثالثا : المشاكل التي تواجه السياحة :

- تشكو السياحة من جملة من المشاكل نذكر منها ما يلي :
- نقص المقومات السياحية الذاتية : قد يعاني بلد ما من نقص الموارد السياحية الطبيعية منها : والتاريخية والثقافية، هذا ما يشكل عائقا أمام تطوير السياحة لهذا البلد ؛
- تراجع الوعي السياحي : لا تزال بعض البلدان تعاني من نقص الوعي بالأهمية المختلفة للسياحة من جميع النواحي (اقتصادية، اجتماعية، وثقافية )
- نقص البنى الأساسية للسياحة : هناك الكثير من بلدان العالم تشتكي من نقص الهياكل الأساسية لإقامة سياحة ناجحة، وقد تكون هذه البنى الأساسية فوقية أو تحتية ؛
- غياب الاستثمارات السياحية : تعاني عديد من الدول من غياب المشاريع الاستثمارية السياحية، وخاصة البلدان النامية منها.
- الأمن السياحي** : يعتبر توفير الأمن وسلامة السياح من الأمور الهامة والأساسية، التي لا بد من توفرها في البلد السياحي، إذ أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بوعافية رشيد، "أثر تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات على القطاع السياحي"، المؤتمر العلمي الدولي حول : "السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البلدة، يومي 24/25 أفريل لسنة، ص13.

<sup>2</sup> هياضي فاطمة الزهراء ، "التدريب كأحد متطلبات تحقيق الجودة الشاملة في قطاع السياحة في ظل إستراتيجية السياحة العربية"، مرجع سبق ذكره، ص04.

## المبحث الثالث : التسويق السياحي

يتشكل التسويق السياحي من خلال عناصر المزيج التسويقي الذي يعتبر الأداة الرئيسية التي تساهم في خلق وتطوير الطلب على المنتجات السياحية، وذلك من خلال الكشف عن الحاجات النفسية والفسولوجية لدى القطاعات المستهدفة، وبذل الجهد على تحويلها إلى طلبات لسلوك استهلاكي للخدمات السياحية.

### المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي

أولاً: تعريف التسويق السياحي وأهدافه

هناك عدة تعاريف للتسويق السياحي سوف نتطرق إليها من خلال ما يلي :

يعرف كريد باندرروف (Krid Pendrof) التسويق السياحي على أنه : "التنفيذ العملي المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت خاصة أم عامة، على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي، وهذا بغرض تحقيق الإشباع لمجموعة من المستهلكين (السياح)، وبما يحقق عائداً ملائماً يضمن استمرارية النشاط"<sup>1</sup>.

وعرف بارتليس (Bartles) التسويق السياحي على أنه : "عملية موجهة نحو السائح تهدف إلى تأمين وتلبية احتياجاتهم الاستهلاكية، وذلك عبر القنوات التوزيعية للمؤسسات السياحية المختلفة، والتي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط وقيود البيئة الخارجية التي تنشط فيها هاته المؤسسات السياحية"<sup>2</sup>.

كما تم تعريف التسويق السياحي على أنه : "التنفيذ المنظم systematic والمنسق coordinated للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي والدولي، لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة، والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة، نمو سياحي أو دخل سياحي... إلخ"<sup>3</sup>.

وبالتالي يمكن اعتبار التسويق السياحي على أنه : ذلك النشاط التقني والإداري الذي تقوم به المؤسسات السياحية محلياً ودولياً لتحديد الأسواق السياحية، والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف زيادة حركة النمو السياحية، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي، وبين الدوافع والرغبات للقطاعات السوقية المختلفة المستهدفة.

بحيث يسعى التسويق السياحي إلى تحقيق الأهداف التالية :<sup>4</sup>

- إرضاء السائح : الهدف الأساسي من التسويق السياحي هو إرضاء المستهلك ، حيث يحصل السياح على

<sup>1</sup> فراح رشيد، "دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره ، ص07.

<sup>2</sup> نفس المرجع ، ص08.

<sup>3</sup> خالد مقابلة، وعلاء السراي، "التسويق السياحي الحديث، سلسلة السياحة والفنادق"، دار وائل للنشر، الأردن، 2000، ص12.

<sup>4</sup> نفس المرجع، ص13.

- الخدمات المناسبة بأسعار منافسة وبطريقة مرضية وملائمة ومتوافقة مع توقعاتهم وأذواقهم؛
- جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا : وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد؛
  - تحقيق الأرباح : " إذ يعمل التسويق السياحي على مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية"<sup>1</sup> ؛
  - احتكار سوق سياحي معين وتقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معقولة.
- كما يعتمد التسويق السياحي على ثلاث ركائز هي:<sup>2</sup>
- دراسة الحاجات والرغبات والإمكانيات والأذواق المتصلة بالمستهلكين أو المستخدمين في الأسواق المستهدفة للسلع والخدمات محليا وخارجيا ؛
  - تحديد ذلك القدر من الإشباع الذي تحصل عليه مؤسسة إنتاجية أو تسويقية أو كلاهما معا ؛
  - توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة وبإشراف مباشر من الإدارات العليا.
- ثانيا : أهمية التسويق السياحي ووظائفه.
- العناصر التالية تبرز أهمية التسويق السياحي:<sup>3</sup>
- التسويق يساعد على دراسة سلوك المستهلك، فإذا تمكنا من دراسة سلوك المستهلك يصبح من السهل دراسة درجة أو مستوى توقعهم ؛
  - يساعد التسويق السياحي على زيادة حدة التنافس، إذ تلعب حدة المنافسة بين المؤسسات السياحية دورا كبيرا في تقديم خدمات مناسبة وبأسعار منافسة ؛
  - يسهل التسويق السياحي عملية تخطيط المنتج السياحي ؛
  - يساهم التسويق السياحي في تسهيل عملية تحديد الأسعار، وذلك من خلال جعلها أكثر مصداقية من خلال معرفة كاملة بالظروف المتغيرة في السوق ؛ كما يساهم في تطوير عمليات الترويج، حيث تلعب الاستراتيجيات التسويقية دورا هاما في التأثير على المستهلك، كما تلعب الإعلانات التجارية والحملات الدعائية أهمية كبيرة في التأثير على سلوك المستهلك.
- ويعمل التسويق السياحي على تحقيق ثلاث وظائف هي:<sup>4</sup>
- الاتصال : وهي عملية إقناع المستهلكين بملائمة الخدمات السياحية مع توقعاتهم ورغباتهم ؛

<sup>1</sup> صحراوي بن شبيحة، وبن حبيب عبد الرزاق، " دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في دول المغرب العربي"، مرجع سبق ذكره، ص05.

<sup>2</sup> عبيدات محمد، "التسويق السياحي حل سلوكي"، ط2، دار وائل للنشر، الأردن، 2008، ص16.

<sup>3</sup> تحاليد مقابلة، وعلاء السراي، مرجع سبق ذكره، ص17.

<sup>4</sup> هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها"، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص علوم تجارية، جامعة الجزائر، ص 200.



- التنمية : عن طريق تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة ؛

- المراقبة : وتعمل على الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتوفرة.

**ثالثا : الخصائص التسويقية للسياحة والبيئة العامة لها.**

تتميز السياحة بمجموعة من الخصائص التسويقية منها <sup>1</sup>:

- تعدد العناصر والأجزاء المكونة للمنتج السياحي العنصر البشري هو العنصر الهام في إدارة المكان أو الموقع السياحي ؛

- المنتج السياحي الأصلي هو شيء متجدد ؛

- أساس المنتج السياحي هو التطوير والصيانة وتقديم المزيد من الخدمات والتسهيلات السياحية ؛

- عدم اكتمال المنتج السياحي دون اكتمال وتوفير كافة الخدمات والتسهيلات.

وتكتمل البيئة العامة للتسويق السياحي كما يلي : <sup>2</sup>

- العميل : يعتبر العميل نقطة البداية والنهاية في العملية التسويقية، ولهذا وجب التركيز عليه ؛

- التحديد الدقيق للمزيج التسويقي، وهذا من خلال ما يحتويه من سلع وخدمات من سعر ومكان توزيعها والقائمين عليها وعملية الترويج التي تحظى به ؛

- الدراسة والتحليل والتخطيط والتنفيذ والرقابة على البرامج والنشاطات التسويقية ؛

- البيئة السياحية والتي تضم كل من الموردين والوسطاء والمنافسين والجمهور ؛

- البيئة الكلية وتضم العوامل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.

### المطلب الثاني: المزيج التسويقي السياحي

يعبر المزيج التسويقي للخدمات السياحية عن مزيج من الأنشطة والأجزاء مع بعضها البعض، بهدف الحصول على توليفة مع دراسة السعر المناسب لذلك ، ثم القيام بعملية الترويج له لأجل تحقيق منفعة للسائح.

**أولا : المزيج التسويقي السياحي :**

**01. تعريف المزيج التسويقي السياحي :** يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه : "مجملة التغيرات التي يراقبها منتج السلع والخدمات، والتي تمكن من تطوير عرض منتجاته على الزبائن المستهدفين، ونقصد بذلك مجمل الوسائل العملية التي تطبق على السوق" <sup>3</sup>.

كما يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه : "برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات) والسعر والمكان (المكان السياحي) والترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على الآخر" <sup>4</sup>.

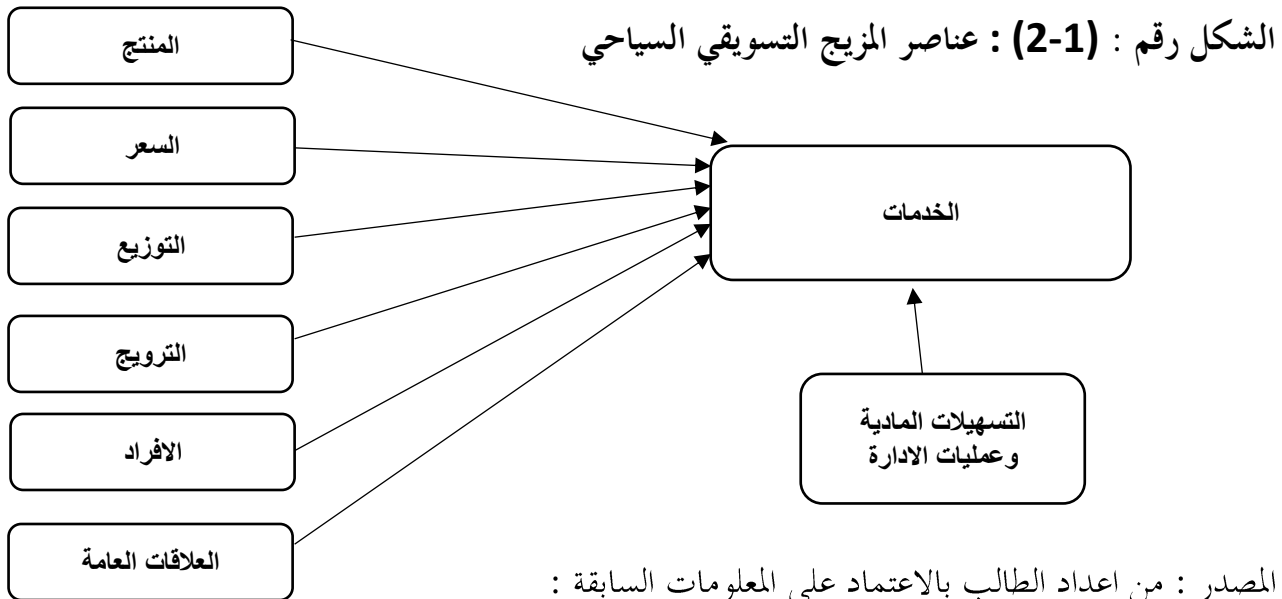
<sup>1</sup> عبيدات محمد، "التسويق السياحي حل سلوكي"، مرجع سبق ذكره، ص72.

<sup>2</sup> لحشم قسيمة، وفاطمة قبة، "التسويق السياحي أداة لتحقيق التنمية السياحية في الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص10.

<sup>3</sup> كاترين قبو، "التسويق"، ترجمة وردية راشد، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2008، ص137.

<sup>4</sup> ماهر عبد العزيز، "صناعة السياحة"، مرجع سبق ذكره، 2008، ص 14.

ويعرف كذلك على أنه : "مجموعة من المتغيرات القابلة للسيطرة، والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية في الأسواق المستهدفة والمحددة مسبقاً"، ويتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية وهي : (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع)، كما قام judd عام 1986 بإضافة عنصر الأفراد، وأضاف koller عام 1986 العلاقات العامة، وأضاف magrath في نفس السنة الأفراد والتسهيلات المادية وعمليات الإدارة، وبالتالي أصبح للمزيج التسويقي سبعة عناصر<sup>1</sup>. أما فيما يخص المزيج التسويقي السياحي فيتكون كذلك من سبعة عناصر وهي (المنتج السياحي، التسعير السياحي، التوزيع السياحي، الترويج السياحي، الأفراد، التسهيلات المادية وعمليات الإدارة)، وهي موضحة في الشكل التالي



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على المعلومات السابقة :

من الشكل أعلاه يمكن شرح عناصر المزيج التسويقي السياحي كما يلي :

- **الخدمة (المنتج السياحي)** : وهو عبارة عن مجموعة من العناصر داخل إقليم الدولة، حيث يشكل المنتج السياحي مصدراً مهماً لجلب السياح ؛
- **التسعير السياحي** : وهو يعبر عن كافة مصاريف الإنتاج السياحي من تكاليف الإطعام، النقل والإيواء، وغيرها من الخدمات السياحية المرافقة ؛
- **التوزيع السياحي** : ويعتمد التوزيع السياحي على قناتين هما طريقة التوزيع المباشر وذلك بالاتصال المباشر مع المستهلكين النهائيين، وطريقة التوزيع غير المباشرة وتعمل على توزيع الأعباء ومصاريف على مختلف المتعاملين والوسطاء في عملية التوزيع السياحي ؛
- **الترويج السياحي** : يمثل مختلف الجهود الترويجية المبذولة عن طريق مختلف وسائل الاتصال المختلفة بغية توضيح الصورة السياحية للبلد ؛

<sup>1</sup> زكي خليل المساعد، "تسويق الخدمات وتطبيقاته"، دار المناهج، الأردن، 2005، ص 217.

- الأفراد: ويقصد به ذلك العنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية و يشارك في تقديمها؛
- التسهيلات المادية: وترتبط هذه التسهيلات بوجود الأماكن السياحية كالحدايق والمساحات الخضراء، وكذلك الهندسة المعمارية للمباني وتأثيرها، ونوع الأماكن السياحية والآثار السياحية والأماكن الاستجمامية؛<sup>1</sup>
- عمليات الإدارة: وترتبط بإدارة الوظائف التسويقية من خلال تحليل وتخطيط وتنفيذ البرامج السياحية المصممة.
- قنوات المزيح التسويقي السياحي: وهذه القنوات هي عبارة عن شبكات التي يصل من خلالها المنتج السياحي إلى السوق، وتتكون هذه القنوات من: <sup>2</sup>
- وكالات السفر: حيث تقوم ببيع خدمات السفر للجمهور والقيام كذلك بعمليات الحجز، وبيع التذاكر مقابل عمولات؛
- وكالات السياحة: تقوم بتحضير مخطط أو رزمة سفر (نقل، إقامة، إ طعام، ترفيه) لمدة معينة تعرضها للزبائن الراغبين فيها.
- نوادي وجمعيات السفر: وتعتمد في نشاطها على وكالات السفر والسياحة، وتعمل على تصميم رحلات سياحية خاصة لأعضائها.

### المطلب الثالث: دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية السياحية

#### أولاً: أهمية التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي:

يعتبر التسويق السياحي عاملاً مهماً لتحقيق التنمية السياحية؛ نظراً لما يقوم به من دور في التعريف والترويج للمنتج السياحي؛ وإقناع العملاء بزيادة طلبهم على المنتجات السياحية.

وتمثل التنمية السياحية "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية؛ وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي تمثل بالتالي هدفاً تسعى إليه المؤسسات الخدمات السياحية؛ وستتطرق خلال هذا المبحث إلى إبراز الدور الذي يكتسبه التسويق السياحي في دعم وتطوير التنمية السياحية؛ وكذا الحد من الأزمات التي يواجهها القطاع السياحي"<sup>3</sup>.

#### ثانياً: مكانة التسويق السياحي في تحقيق التنمية السياحية:

تعرف التنمية السياحية المستدامة بأنها: "تلك التي تلبى احتياجات السياح والمواقع المضييفة؛ إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل؛ كما تمثل القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية؛ ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية؛ والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عبيدات محمد، "التسويق السياحي حل سلوكي"، مرجع سبق ذكره، ص20.

<sup>2</sup> جودي سامية، وخير الدين جمعة، "التسويق كمتطلب أساسي للسياحة الصحراوية - واقع ولاية بسكرة"، مرجع سبق ذكره، ص10.

<sup>3</sup> أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية"، ط1، دار الكتاب، مصر، ص43.

<sup>4</sup> صلاح الدين خربوطلي، "السياحة المستدامة"، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، سوريا، 2004، ص23.

ثالثاً : مكونات التنمية السياحي:

تتكون التنمية السياحية من عناصر عدة أهمها :<sup>1</sup>

- عناصر الجذب السياحي: وهي تتمثل في العناصر الطبيعية (مثل المناخ، الغابات... إلخ)، وعناصر من صنع الإنسان؛ (كالمنتزهات؛ المناطق الأثرية والتاريخية).
- النقل : بأنواعه المختلفة البري؛ البحري والجوي.
- أماكن النوم : سواء التجاري منها كالفنادق أو أماكن النوم الخاص؛ مثل بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- التسهيلات المساندة : بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك؛ .. إلخ.
- خدمات البنية التحتية : كالمياه والمجاري والكهرباء والاتصالات؛ ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية السياحية؛ وتنفذ عادة من قبل القطاع العام أو القطاع الخاص أو الاثنين معاً.
- إن التنمية السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي كالتالي :
- تدريب الجهاز اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي؛ حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها؛ لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- "المحافظة على حقيقة المواقع السياحية؛ لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية"<sup>2</sup>.
- "إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة.
- دعم الدولة للقطاع السياحي؛ وذلك عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية؛ ويكون عبر خطة إعلانية تسويقية للسياحة في البلد السياحي.
- ترافق خطة التنمية السياحية مع خطة اقتصادية لتحقيق نمو متوازن في القطاعات الأخرى الزراعية والصناعية والاجتماعية.
- تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية؛ ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة السوق السياحية المحلية من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين، وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
- تؤدي النظافة والخدمات السياحية دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية؛ فحين يتم السهر على نظافة الشوارع والشواطئ و الآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي؛ تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

<sup>1</sup> عثمان محمد غنيم، ونبل سعد بنتا، "التخطيط السياحي"، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 1999، ص54.

<sup>2</sup> مصطفى عبد القادر، "دور الإعلان في التسويق السياحي"، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003، ص(199-200).

### خلاصة الفصل :

من خلال دراستنا لهذا الفصل توصلنا الى مايلي :

- السياحة ظاهرة عالمية وليدة العصور البدائية، وشهدت نموا ورواجا واسعا بعد الحرب العالمية الثانية، حين شهد الوضع الدولي استقرارا بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية، وبالتالي برزت السياحة كظاهرة هامة في القرن العشرين، واعتمدت في الكثير من الدول نظرا لفوائدها الايجابية في جميع المجالات، حيث بدأت تلفت نظر الحكومات بأنواعها واختلاف نظمها السياسية والاجتماعية والدينية في وقتنا الحاضر.
- أصبحت السياحة علما يدرس في الجامعات والمعاهد العليا المتخصصة وصناعة متميزة وتجارة مربحة، كما زاد وعي الشعوب وارتفع المستوى التعليمي وزاد الدخل الفردي، كل هذا جعل شعوب العالم يفكرون في التنقل بين أرجاء العالم من أجل قضاء العطل والتتره والاستجمام والاستكشاف،
- تطورت السياحة وأصبحت السياحة صناعة، حيث عرفت هذه الصناعة نموا متواصلا سواء من حيث المداخيل أو عدد السياح، لما كان له آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية طالت كل بقعة من بقاع العالم.

# الفصل الثاني

واقع السياحة وسياسات دعم المكانة السياحية  
للجزائر

## الفصل الثاني : واقع السياحة وسياسات دعم المكنة السياحية للجزائر

### تمهيد :

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من دول العالم، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة إيرادات النقد الأجنبي.

وتعتبر هذه الأخيرة قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ تساهم بنسبة 12% من مجموع الإنتاج العالمي، و 7% من الاستثمارات العالمية، و 11.8% من عدد العاملين فيها، ومن المتوقع أن يبلغ عدد السياح في العالم نحو 1.6 مليار سائح بحلول سنة 2020 م ينفقوا أكثر من 2000 مليار دولار. والجزائر رغم ما تمتلكه من مقومات سياحية كبيرة جدا نادرا ما تكون مجتمعة في بلد واحد من

شريط ساحلي يمتد على طول 1200 كلم، وصحاري مصنفة من أجمل صحاري العالم، قادرة على

جعلها عجلة التنمية الاقتصادية وخاصة مع التوجه العالمي إلى صناعة السياحة الصحراوية، والتي أصبحت تعرف بـسياحة الأغنياء، إذ تساهم بنسبة 70% من عائدات القطاع السياحي في بعض الدول العربية كالإمارات العربية المتحدة، لكن السياحة الجزائرية لم ترتقي إلى المستوى المطلوب إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة .

وبناء على ما سبق قمنا بالتطرق للمباحث التالية :

المبحث الأول : واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال.

المبحث الثاني : استراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر.

المبحث الثالث : واقع الاستثمار السياحي في الجزائر.

## المبحث الأول : واقع السياحة الجزائرية بعد الاستقلال

سعت الجزائر منذ الاستقلال إلى النهوض بقطاعها السياحي، وكانت البداية من ميثاق السياحة سنة 1966، ثم إدراج السياحة في المخططات التنموية، سعياً منها إلى جعل قطاع السياحة قطاعاً مدر للثروة، وترقية المنتج السياحي الجزائري، وحالياً تسعى الدولة الجزائرية إلى ضرورة تعزيز قطاع السياحة وعصرنته، وإعطائه المكانة الحقيقية.

### المطلب الأول : السياحة قبل صدور ميثاق السياحة لسنة 1966

بعد حصول الجزائر على استقلالها وجدت نفسها أمام هياكل سياحية ضعيفة وغير قادرة على تلبية الطلب السياحي، مقارنة مع ما تملكه الجزائر من إمكانيات طبيعية، وآثار تاريخية، ومناطق غابية، وحمامات معدنية، بالإضافة إلى اتساع الساحل الجزائري، ما أدى إلى تشكيل عدة شواطئ مستقبلية للسياح، ركزت السياسة المنتهجة بعد الاستقلال من قبل الدولة على قطاعات دون أخرى، إذ اهتمت بقطاعات الصناعة والفلاحة والصحة والتعليم، واعتبرت قطاع السياحة ليس من أولويات الخطة التنموية، هذا بالإضافة إلى قلة الموارد المالية والإمكانيات المتاحة باعتبار الجزائر دولة حديثة الاستقلال، ورغم أن القطاع السياحي لم يحظى باهتمام كبير آنذاك، إلى أنه تم وضع برنامج في الفترة ما بين 1962 و 1966، وكان يهدف هذا البرنامج تهيئة مناطق التوسع السياحي وهي :<sup>1</sup>

- **الجهة الغربية للوطن** : تم إنشاء فندق الأندلسيات بولاية وهران ؛

- **الجهة الشرقية** : تم إنشاء فندق سرايدي بعنابة وفندق بالقالة ؛

- **الجهة الغربية للجزائر العاصمة** : تم إنشاء مركب موريتي ومركب سيدي فرج بتيازة.

وما يلاحظ وهو أن الدولة ركزت على المناطق الكبرى في البلاد، وكان هدفها هو بناء مرافق للأعمال والملتقيات والمؤتمرات، كما تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري للسياحة سنة 1962، تحت إشراف وزارة الشباب والرياضة والسياحة، وفي سنة 1964 حاولت الدولة إعطاء دفعة جديدة للسياحة فأنشأت وزارة خاصة بها سميت وزارة السياحة، إلا أنه يمكن إرجاع إهمال السياحة آنذاك إلى عدة أسباب وهي :

- نظرة الدولة اتجاه السياحة باعتبارها نشاط ثانوي ؛

- غياب الكفاءات والعمال المؤهلين في المجال السياحي ؛

- ضعف الهياكل السياحية من وسائل الراحة والترفيه والنقل ؛

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، الملتقى الوطني حول : "السياحة في الجزائر الواقع والآفاق معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي بالبويرة، يومي 11 و 12 ماي 2011، ص05.



- غياب وهشاشة شبكة الطرقات والمطارات والموانئ ؛
- غياب وسائل الترويج السياحي والوكالات السياحية.

### المطلب الثاني : السياحة في الجزائر بعد صدور ميثاق السياحة 1966.

بعد صدور ميثاق السياحة يوم 26 مارس 1966، والذي يعبر عن بداية اهتمام الدولة

بقطاعها السياحي، فبعد تقييم شامل لمجمل المشاكل التي كانت تعاني من السياحة، بالإضافة إلى حصر الثروات السياحية من طرف وزارة السياحة، واستنادا إلى عملية التقييم هاته تم تحديد سياسة الدولة اتجاه السياحة من خلال ميثاق السياحة، حيث تم تحديد التوجهات الأساسية للسياحة الجزائرية كما يلي :<sup>1</sup>

- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الخارجية، بغية جلب العملة الصعبة، نظرا لحاجة الجزائر للموارد المالية لأجل تغطية برامج التنمية المختلفة ؛

- خلق مناصب شغل من خلال توسيع هياكل القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية ؛
- إنشاء جهاز خاص بالتكوين السياحي والفندقي لأجل تأهيل اليد العاملة.

ومن أجل بلوغ تلك الأهداف تم وضع استراتيجية لتنمية قطاع السياحة من خلال :

- إصلاح كل المرافق المخصصة للسياحة عبر الشواطئ والمناطق السياحية الجبلية والريفية ؛
- إحصاء الآثار السياحية والتاريخية وتحسينها، مع العمل على خلق تقاليد وثقافة سياحية لدى المواطن ؛
- تسهيل إجراءات الدخول عبر الحدود والمطارات ؛
- العمل على إنشاء الوكالات السياحية في داخل الوطن وخارجه بغية الدعاية والاشهار للمنتج السياحي الجزائري ؛
- العمل على تطوير الصناعة الفندقية وإعادة تأهيلها، مما يجعلها تتماشى ورغبات السياح الأجانب
- إنشاء هياكل لتكوين الكفاءات والإطارات السياحية.

<sup>1</sup> عونان عبد القادر، "الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، مرجع سبق ذكره، ص 05.

المطلب الثالث: واقع السياحة الجزائرية من خلال المخططات التنموية

حاولت الدولة إدراج القطاع السياحي في المخططات التنموية كما يلي :<sup>1</sup>

1. **المخطط الثلاثي (1967-1969) :** تم برمجت القطاع السياحي في هذا المخطط وخصص له 282 مليون دينار جزائري كاستثمارات سياحية، بغية إنجاز 13.081 سرير، وفي هذا المخطط تم التركيز على السياحة الشاطئية إذ خصص له 6795 سرير، في حين السياحة الصحراوية خصص لها 1818 سرير فقط.
2. **المخطط الرباعي الأول (1970-1973) :** حدد هذا المخطط هدف رئيسي وهو رفع قدرات الإيواء لبلوغ 35 ألف سرير، وتم تخصيص لهذا المخطط غلاف مالي يقدر ب 700 مليون دينار جزائري، كما أعطيت الأهمية في هذا المخطط إلى المشاريع المتبقية من المخطط السابق بنسبة 60 % فضلا عن القيام بما يلي :
  - إعادة تهيئة نادي الصنوبر البحري والفنادق الحضرية ؛
  - تنمية السياحة في تيارزة وبلاد القبائل ؛
  - تخصيص ميزانية 120 مليون دينار لإنجاز ثمانية حمامات معدنية.
3. **المخطط الرباعي الثاني (1974/1977) :** شهد هذا المخطط عدة تغيرات على مستوى التنظيم السياحي كما يلي :

- إلحاق المصالح التجارية (SONATOURE)\*بالوكالة التجارية (DTA)\*؛
- إنشاء الشركة الوطنية للسياحة (SON-ALTOURE) سنة 1976؛
- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية.

4. **المخطط الخماسي الأول (1984-1980) :** هدف المخطط هو الوصول إلى طاقة إيواء تقدر ب 50.880 سرير، وتم تخصيص لذلك غلاف مالي ب 3400 مليون دينار لتغطية تكاليف هذه المشاريع، بالإضافة إلى تطوير ثلاث مناطق سياحية نموذجية موزعة على الجهات الشرقية والوسط والغرب، والموجهة أساسا نحو السياحة الداخلية.

5. **المخطط الخماسي الثاني (1985/1989) :** أدركت الحكومة أهمية السياحة في هذا المخطط، مما أدى إلى برمجت عدة مشاريع سياحية خصصت لها غلاف مالي يقدر 1800 مليون دينار، وبالتالي يمكن القول من خلال المكنة الضعيفة التي كان يحتلها القطاع السياحي ضمن المخططات التنموية أن الدولة لم تولي اهتماما كبيرا لقطاع السياحة ، هذا ما شكل عائقا كبيرا أمام تطوير السياحة الجزائرية بعد هذه المرحلة .

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025SSDAT"، مرجع سبق ذكره، ص74.

\*

\*Sonatour ; Société Nationale Du Tourisme Et De L'hôtellerie

\*\* Dta : Direction Du Tourisme Et De L'artisanat

## المبحث الثاني : استراتيجية الخوصصة السياحية في الجزائر

بغية إعطاء الدولة دفعة قوية لقطاعها السياحي قامت الدولة بإدخال إصلاحات جديدة على قطاعها السياحي من خلال وضع إستراتيجية خوصصة الوحدات الفندقية والسياحية، وتشجيع الاستثمار الخاص بهدف بروز صناعة سياحية في الجزائر.

### المطلب الأول : مفهوم الخوصصة

الخوصصة تعني "التحول الجزئي أو الكلي من المؤسسات التابعة للقطاع العام إلى القطاع الخاص، مع ميزة خاصة تتمثل في بيع الأصول، وتتمثل أيضا في وضع إطار تأسيسي وتنظيمي ملائم لتنمية القطاع الخاص وقوانين السوق ورفع الاحتكار وتحرير التجارة"<sup>1</sup>.

أما الأسباب التي أدت بالجزائر إلى خيار الخوصصة السياحية هي :<sup>2</sup>

- العجز الذي سجلته المؤسسات السياحية، حيث في سنة 1992 سجل عجزا ماليا ل 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة عمومية اقتصادية للتسيير الفندقي والسياحي ؛
  - ضعف القطاع السياحي وعجزه على عكس صورة الجزائر السياحية ؛
  - ارتفاع أسعار الخدمات السياحية مقارنة مع نوعيتها ؛
  - ضعف المستوى التكويني لمستخدمي القطاع السياحي ؛
  - ضعف حصة قطاع السياحة في امتصاص البطالة وخلق مناصب عمل ؛
  - غياب الثقافة والصيانة والمتابعة في المرافق السياحية.
- وكان هدف الدولة من وراء الخوصصة السياحية ما يلي :<sup>3</sup>
- الخوصصة الكلية للتسيير ؛
  - الخوصصة الجزئية أو الكلية لرأس المال ؛
  - الخوصصة الكلية للاستثمارات المستقبلية ؛
  - إعادة توجيه المؤسسات السياحية لإخراجها من طرق التسيير القديم.

<sup>1</sup> - هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها"، مرجع سبق ذكره، ص 166 .

<sup>2</sup> - Hachimi Madouche , " le tourisme en Algérie" , édition houma ,Alger , 2003, p 80

<sup>3</sup> ربحي كريمة، "إستراتيجية خوصصة التسيير وأثرها على القطاع السياحي" ، مرجع سبق ذكره، ص12.

### المطلب الثاني: مراحل وتقنيات الخوصصة

مرت خوصصة القطاع السياحي في الجزائر بمرحلتين هما :<sup>1</sup>

- عرض المشاريع الفندقية التي هي في طور الانجاز أو الانتهاء منها، مست هذه العملية (05) فنادق هي : (الفندق الدولي لمطار الجزائر، فندق اللوس بالوادي، فندق بجاية، فندق المسيلة، وفندق شاطوناف بوهران) إلا أن هذه العملية لم تسفر عن بيع أي فندق من هذه الفنادق، رغم تقديم بعض العروض لشرائها، حيث حظي فندق شاطوناف بوهران بطلب لأجل شراءه من أحد المستثمرين الخواص بمبلغ 20 مليار دينار، إضافة إلى 500 مليون كإيجار للأرض سنويا، وهذه العملية لم تتم نظرا لعدم توفر المشتري على المبالغ اللازمة. وقد تم تقديم عرض إضافي لمجموعة من المؤسسات الفندقية، حيث تم تصنيفها إلى ثلاث أصناف (جيدة صنف (أ)، متوسطة صنف (ب)، دون متوسطة صنف (ج))، نظرا لعدم تمتعها بنفس الوضعية، سواء الوضعية المالية أو المادية وحتى التجارية، وقد تم هذا التصنيف وفق المعايير التالية (الموقع، المردودية، حالة تجهيزات المؤسسة، الانجازات السابقة).

ووفقا لهذه المعايير قامت وزارة السياحة بتصنيف 60 مؤسسة سياحية كما هي موضحة في الجدول أدناه.

الجدول رقم: (1-2) المؤسسات الفندقية المعروضة للخوصصة

المؤسسات	الصنف أ	الصنف ب	الصنف ج	المجموع
فنادق حضرية من الطراز العالي	03	/	/	03
فنادق حضرية من الطراز المتوسط	06	10	02	08
مركبات شاطئية	07	02	01	10
فنادق صحراوية	06	07	05	18
محطات معدنية	/	07	01	08
محطات مناخية	/	02	/	02
مركز الاستحمام بمياه البحر	01	/	/	01
المجموع	23	28	09	60

المصدر: وزارة السياحة، مديرية الإحصائيات، الجزائر، 2008، ص.

ولأجل بلوغ أهداف الخوصصة السياحية استندت الجزائر على عدة تقنيات لخوصصة مؤسساتها السياحية هي :  
- عقود التسيير : وذلك من خلال "اللجوء إلى مسير خاص يتوفر على الكفاءة والخبرة والمهارة، حيث يضمن هذا التعاقد مسؤولية تسيير المؤسسة حسب دفتر الشروط، وتتولى الدولة مهمة حماية المؤسسة

<sup>1</sup> بوخدوي وهيبية، "تقييم أصول المؤسسات العمومية للقطاع السياحي في إطار عملية الخوصصة - دراسة حالة فندق سفير"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص86.

العمومية من أخطار الاستغلال" <sup>1</sup>.

- عقود الكراء: ويقصد بها اتفاقية يتم بموجبها منح تسيير خدمة عمومية إلى مؤسسة خاصة، إذ تلتزم طول مدة العقد بتوفير الوسائل اللازمة لاستغلال هذه الخدمة، وأجر المؤسسة المسيرة يكون مباشرة من طرف المستعمل للخدمة العمومية.

- الاكتتاب في رأس المال: يتمثل في بيع الدولة لجزء من الأسهم التي تمتلكها في المؤسسات السياحية، والهدف من البيع الجزئي للأسهم هو إمكانية الرقابة على المؤسسة السياحية الخاضعة للخصوصية.

- بيع الأصول للمستثمرين: والمستخدمين الذين تتوفر فيهم الكفاءة والخبرة في مجال السياحة، وقد قامت مؤسسة السياحة موريتي والنادي السياحي الجزائري بإتباع هذه الطريقة نص القانون المصادق عليه سنة 1995 وسنة 2001 على خمسة طرق من الخصوصية وهي: <sup>2</sup>

- التنازل عن طريق السوق: من خلال عرض الأسهم والقيم المنقولة في بورصة القيم المنقولة؛

- التنازل عن طريق المناقصة: يتم التنازل عن الأسهم والقيم المنقولة عن طريق مناقصة وطنية مفتوحة ووطنيا أو دوليا؛

- خصوصية التسيير: ضع كذلك للمناقصة سواء محدودة أو مفتوحة وطنية أو دولية؛

- التعاقد بالتراضي: يلجأ إلى هذا النوع في الحالة الاستثنائية التي تقرها الحكومة في الحالات التالية: تحويل التكنولوجيا، التنازل عن طريق المناقصة، التنازل عن طريق المناقصة لم تأتي بشمار.

### المطلب الثالث: بعض تجارب الخصوصية السياحية في الجزائر

بعد صدور القانون رقم 01/89 المؤرخ في 07/02/1989، والمتضمن المبادئ العامة التي تحكم

عقود التسيير قامت الحكومة بعدة تجارب في مجال خصوصية القطاع السياحي ومنها:

01. تجربة مجمع أكور (L'expérience de groupe accor): وهو مجمع فرنسي له شهرة عالمية،

بدأ التعامل مع الجزائر من خلال إبرام عقدين للتسيير هما: <sup>3</sup>

- عقد التسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط (فندق سوفيتال) سنة 1992؛

- عقد التسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط (فندق مطار الجزائر) سنة 2000.

وتم الحفاظ على استمرار العقدين إلى وقتنا الحالي، وقد استطاع مجمع أكور أن يقدم عدة خدمات

خاصة فيما يتعلق بفندق سوفيتال فيما يتعلق بالتسيير الجيد والفعال.

<sup>1</sup> ربحي كريمة، "إستراتيجية خصوصية التسيير وأثرها على القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص 04.

<sup>2</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد، 47، المؤرخة في 22 أوت 2001.

<sup>3</sup> ربحي كريمة، "إستراتيجية خصوصية التسيير وأثرها على القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص 12.

02. تجربة مجمع فلامينكو (L'expérience de groupe flamengo) : وهو مجمع إسباني يعمل في

إطار النشاط السياحي والفندقي، حيث قام هذا المجمع بإبرام عقدين من عقود التسيير هما :

• عقد مع فندق الرياض (مؤسسة التسيير السياحي سيدي فرج) ؛

• عقد مع فندق الزينيين (مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان) ؛

إلا أن مجمع فلامينكو فشل في الاستمرار نظرا للأسباب التالية :

- غياب الخبرة لمجمع فلامينكو؛

- ضعف اتصالاته الدولية وشبكاته الترويجية للسياحة على المستوى الدولي .

03. تجربة مجمع هيلتون (L'expérience de groupe Hilton) : قام مجمع الهيلتون بإبرام عقد

تسيير سنة 1993 يخص فندق الجزائر الدولي ، وكانت المؤسسة الجزائرية ساحلي (Sahli) الطرف الثاني

في العقد، وهي مؤسسة مختلطة ما بين المؤسسة الجزائرية (Safax)، والمؤسسة الكورية دايوو (Daewoo)

و لم يستمر هذا العقد طويلا وتم فسخه نظرا للمشاكل الأمنية المتدهورة، بالإضافة إلى ضعف مداخل

الفندق، وخلال سنة 2000 قام مجمع فلامينكو إبرام عقد مع شركة دايوو (Daewoo)، وقد واجه

تطبيق الخوصصة السياحية مجموعة من العقبات منها :<sup>1</sup>

- مشكل تقييم المؤسسات العمومية ، نظرا لضعف التقييم المحاسبي وغياب التزاهة في الوثائق المحاسبية ؛

- غياب السوق المالي الذي يعمل على زيادة المدخرات لأجل الاستثمار ؛

- نقص رؤوس الأموال لدى المستثمرين ؛

- غياب بنك معلومات سياحي بغية تسهيل عملية الخوصصة ؛

- الموقف المعارض لعملية الخوصصة، خوفا من تدهور الوضع الاجتماعي للعمال.

<sup>1</sup> ربحي كريمة، "إستراتيجية خوصصة التسيير وأثرها على القطاع السياحي"، مرجع سبق ذكره، ص14.

## المبحث الثالث: واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

المشاريع السياحية المنجزة خاصة في فترة السبعينات كلها تعود إلى الدولة، وبالتالي دور القطاع الخاص كان ضعيفا، حتى بعد تخلي الدولة عن الاستثمار السياحي لم يرافقه استثمارات القطاع الخاص لأجل سد هذا الفراغ.

### المطلب الأول: أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر ومحدداته

يكتسي الاستثمار السياحي في الجزائر أهمية كبيرة، نظرا لاستعداد السياحة الجزائرية وتقبلها لمثل هذه الاستثمارات بالإضافة إلى ما يلي: <sup>1</sup>

- فرص الاستثمار متاحة في السياحة الجزائرية، إذ تعتبر نقائص العرض السياحي في الجزائر فرصا مهمة للاستثمار، خاصة في ظل الطلب السياحي المتزايد، حيث لا تزال بعض المناطق السياحية عذراء، فهي تفتقر لكثير من الإمكانيات السياحية كالفنادق والمطاعم... إلخ، ضف إلى ذلك توافر الموارد الطبيعية كل هذه النقائص تشجع وتجلب الاستثمار السياحي فيها.

- "مساهمة الاستثمار السياحي في تنويع موارد الاقتصاد الوطني، إذ يشكل القطاع السياحي بديلا حقيقيا لقطاع المحروقات في المستقبل القريب إذا تم ترقيته، حيث يساهم في توفير مداخيل بالعملية الصعبة من السياحة الخارجية، ومنه تقليل من التركيز على قطاع المحروقات كقطاع رئيسي في نمو الاقتصاد الوطني - مساهمة قطاع السياحة في التقليل من حدة البطالة، نظرا لتشابكه مع قطاعات اقتصادية أخرى، حيث عمل قطاع السياحة على توفير أزيد من 79 ألف منصب في الفترة (2006/1993)"<sup>2</sup>.

- "تتوفر السياحة الجزائرية على مزايا تنافسية غير مستغلة: تشهد الأسواق العالمية ارتفاع حدة المنافسة، مما استدعى على الدول التخصص في قطاعات التي تملك فيها مزايا تنافسية قوية، والجزائر يمكن أن تملك حصة في الأسواق العالمية للسياحة من خلال تركيزها على جلب الاستثمارات السياحية الأجنبية منها. ورغم الأهمية الذي يكتسبها الاستثمار السياحي إلا أنه توجد مجموعة من المحددات تعمل على الحد من نموه منها:

- **التسهيلات والحوافز**: الاستثمارات السياحية شأنها شأن باقي الاستثمارات في القطاعات الأخرى، تتأثر بالتحفيز والتسهيلات التي تمنحها الدولة، خاصة فيما يتعلق بجانب الاستقرار والمنظومة القانونية

<sup>1</sup> تيري يوسف، "الاستثمار السياحي في الجزائر - الأهمية والمعوقات"، مرجع سبق ذكره، ص 04.

<sup>2</sup> الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، منشورات 2006.

والتشريعية المرتبطة بالاستثمار، بالإضافة إلى توفير العقار السياحي بأسعار تحفيزية وتوفير البنية التحتية بدون مقابل للمستثمر، حيث تسترد التكلفة عن طريق الإيجار<sup>1</sup>.

- التخطيط السياحي : يعمل التخطيط السياحي على رسم الاستراتيجية السياحية لفترة زمنية معينة، وبالتالي توفير الموارد السياحية لغرض تحقيق تنمية سياحية سريعة ؛
- الترويج لإمكانيات الاستثمار السياحي المتوفرة : تحتاج فرص الاستثمار المتوفرة إلى التعريف بها والترويج لها، لأجل إقبال المستثمرين عليها.

- تقديم المساعدات الفنية : تعمل الدولة على توفير مجموعة من الوسائل الفنية بغية جلب الاستثمارات الخاصة بها، وتكمن هذه الوسائل الفنية في دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية، وتأهيل المتدربين في المجال السياحي<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني : الإطار التشريعي للاستثمار السياحي.

في نهاية سنوات الثمانينات حاولت الجزائر الانتقال من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق ، فعمدت إلى سن تشريعات منها :

أولا : قانون 10/90 المؤرخ في 14 أفريل 1990 المتعلق بالنقد والقرض، يعتبر هذا القانون الحجر الزاوية للإصلاحات الاقتصادية، وقد سمح للأجانب والجزائريين غير المقيمين بتحويل رؤوس أموالهم إلى الجزائر لتمويل أي نشاط اقتصادي غير محتكر من قبل الدولة، وذلك حسب الشروط التالية :

- يجب أن يكون الاستثمار أداة لتحقيق مناصب الشغل ؛
- التسيير يكون بتأهيل إطارات ومستخدمين جزائريين ؛
- نقل التكنولوجيا والعمل على توازن سوق الصرف.

ثانيا : قانون الاستثمار 12/93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993: يعتبر هذا القانون محفزا قويا لتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي وقد نص على ما يلي :<sup>3</sup>

- تحويل رؤوس الأموال المستثمرة والفوائد المترتبة عنها ؛
- منح تحفيزات جبائية وأخرى جمركية هامة ؛

- يحظى الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الوطنيون والأجانب بنفس المعاملة من حيث الحقوق والالتزامات المتعلقة بالاستثمار ؛

<sup>1</sup> عبد المنعم منال، "السياحة تشريعاتها ومبادئها"، ط1، دار الصفا، الأردن، 2000، ص26 .

<sup>2</sup> هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر آفاق تطورها"، مرجع سبق ذكره، ص159.

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 04 المؤرخة بتاريخ : 10/10/1993، ولقانون رقم 12/93، المؤرخة في 05 أكتوبر 1993 .



- اللجوء إلى المحاكم الدولية في حالة التزاعات بالنسبة للمستثمرين غير المقيمين في الجزائر؛
- تغطية الاستثمارات عن طريق المعاهدات الدولية الثنائية أو المتعددة الأطراف والمتعلقة بتشجيع الاستثمارات والضمانات التي وقعت عليها الجزائر؛
- لا يتم تطبيق المراجعات أو الإلغاءات التي قد تطرأ في المستقبل على الاستثمارات في إطار هذا المرسوم التشريعي إذا طلب المستثمر ذلك صراحة.
- وبعد صدور هذا القانون تم إنشاء وكالة وطنية للتهيئة السياحية تهدف إلى :
  - تهيئة المناطق السياحية ؛
  - تهيئة المناطق المقترحة للتوسع السياحي.
- هذا وقد منح قانون 12/93 ضمانات داخلية وخارجية لم تكون موجودة من قبل، لأجل تسهيل إرساء الجزائر لقواعد السوق.
- ثالثا : قانون تطوير الاستثمار رقم 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار :<sup>1</sup>
  - واصلت الجزائر في سن التشريعات الخاصة بالاستثمار لأجل جلب المزيد من الاستثمارات، وقد نص هذا القانون على ما يلي :<sup>2</sup>
    - المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب ؛
    - إلغاء التمييز في الاستثمار بين القطاع العام والخاص ؛
    - وبموجب هذا القانون تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI\*) وحدد مهامها كما يلي:
      - ضمان ترقية الاستثمارات وتطويرها ومتابعتها ؛
      - تسيير صندوق دعم الاستثمار ؛
      - التأكد من احترام الالتزامات التي تعهد بها المستثمرين خلال مدة الإعفاء ؛
      - تسهيل استفتاء الشكليات التأسيسية عند إنشاء المؤسسات وانجاز المشاريع ؛
      - استقبال المستثمرين المقيمين وغير المقيمين وإعلامهم ومساعدتهم في إطار تنفيذ مشاريعهم الاستثمارية.
  - رابعا : القانون رقم /01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، ويسعى لتحقيق ما يلي
    - إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية ؛
    - تنويع العرض السياحي؛

<sup>1</sup> الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47، مرجع سبق ذكره، ص.

<sup>2</sup> الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، "النصوص القانونية المتعلقة بتطوير الاستثمار في الجزائر"، نشرة 2003، ص

\* ANDI : Agence Nationale de Développement de L'investissement

- العمل على حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة ؛

- تميم التراث السياحي.

المطلب الثالث : تحفيزات وتدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي.

عملت الدولة على منح العديد من التحفيزات والامتيازات في مجال الاستثمار السياحي كما يلي :

أولا : الامتيازات الممنوحة وفق قانون الاستثمار لسنة 93 :

تم منح عدة امتيازات منها :

- النظام العام الذي يخص الاستثمارات التي تنجز في المناطق الحرة والنوعية ؛
- النظام النوعي الذي يخص المناطق التي أعطيت لها الأولوية في التنمية ؛
- النظام الخاص بالجنوب الكبير ويشمل الولايات (أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف).
- النظام الخاص بالطرف الثاني من الجنوب ويشمل الولايات بشار، غرداية، النعامة، ورقلة، واد سوف، بسكرة، الجلفة).
- نظام الاتفاقيات ويخص الاستثمارات العامة والإستراتيجية.

الجدول رقم: (2-2) يوضح الامتيازات الممنوحة للاستثمارات السياحية

امتيازات النظام	النظام العام	المناطق الخاصة	الطوق الثاني للجنوب	الجنوب الكبير
المساعدات على الإنجاز	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات
حقوق التسجيل	إعفاء	أعفاء	أعفاء	أعفاء
حقوق التسجيل لعقود تأسيس الشركات ورفع رؤوس أموالها	%0.5	%0.5	%0.5	%0.5
الرسم العقاري	إعفاء من 02 الى 05 سنوات	إعفاء من 05 الى 10 سنوات	إعفاء من 07 سنوات على الأقل	إعفاء على 10 سنوات
TVA	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
الحقوق الجمركية	%03	%03	%03	%03
اشغال المنشآت القاعدية	لا شيء	تكفل كلي او جزئي	تخفيض 10%	تكفل جزئي او كلي
التنازل عن الأراضي العمومية	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية	امتيازات يمكن ان تصل الى الدينار الرمزي	تخفيض 50%	امتيازات يمكن ان تصل الى الدينار الرمزي
التخفيض على نسبة الفوائد	لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، مجلة الاستثمار والشراكة في السياحة، 1994، ص15.

يمثل الجدول الامتيازات الممنوحة من الدولة للاستثمارات السياحية، حيث انقسمت إلى عدة اقسام

نذكر منها : الرسم العقاري والحقوق الجمركية والتنازل عن الأراضي العمومية وهذا كله في سبيل تطور

القطاع السياحي.

هذا وقد منح قانون 93 مجموعة من الضمانات للمستثمرين هي :<sup>1</sup>

- مبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين الجزائريين والأجانب ؛
- ضمانات التحويل والتنازل لرأس مال المستثمر الناجم عنه ؛
- اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة النزاع المستثمر الأجنبي والدولة الجزائرية.

**ثانيا : الامتيازات الممنوحة وفق قانون الاستثمار لسنة 2001 :2**

- "منح هذا القانون في النظام العام والاستثنائي ،أما المتعلقة بالنظام العام فهي الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع غير المستثناة والمستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة المستوردة أو المقتناة محليا، والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار ؛
  - الإعفاء من دفع حق نقل الملكية يعوض عن كل المقننات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني؛
  - وفيما يخص النظام الاستثنائي نجد :

- الاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة ؛
- وكذا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني.

**ثالثا : الامتيازات الممنوحة للاستثمار في إطار قانون 2 /2003 :**

ومن هذه الامتيازات نجد:

- تطبيق معدل الضريبة على أرباح الشركات 19% عوض 25% ؛
- يطبق على رقم الأعمال للنشاطات السياحية الرسم على النشاط المهني 2% ؛
- تخضع النشاطات السياحية المنصوص عليها في قانون الرسم على القيمة المضافة 7% ؛
- تخضع عقود زيادة رأس المال الشركات السياحية لرسم 0.5%، عندما تكون الأرباح والمؤونات المدججة في رأس المال لم تخضع من قبل للضريبة على أرباح الشركات ؛
- تخضع عقود تكوين الشركات السياحية لحق التسجيل بنسبة 0.5%، على المبلغ الإجمالي للأموال المنقولة والعقارية دون أن يقل هذا الحق عن 1000دج.

<sup>1</sup> عليوش قريوع كمال، "قانون الاستثمار في الجزائر"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص63.

<sup>2</sup> أمر رقم 03/01 مؤرخ في أول جمادى الثانية عام 1422 الموافق ل 20 غشت سنة 2001، والمتعلق بتطوير الاستثمار، الجزائر.

### المطلب الرابع : معوقات تطوير الاستثمار السياحي والحلول المعالجة لذلك

عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت المجال أمام الاستثمارات السياحية، "فوضعت العديد من امتيازات بغية جلب الاستثمارات الأجنبية في المجال السياحي، ولكن في الأمر الواقع يوجد عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري، وسوف نتطرق في هذا المطلب عن أهم العوائق التي تواجه الاستثمار السياحي في الجزائر"<sup>1</sup>.

#### أولا : عائق العقار السياحي

"يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحميين أو الأجانب، نظرا لتعدد إجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى، وحاليا لا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من العراقيل والممارسات منيا ما هو موضوعي، ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة والمضاربة في العقار"<sup>2</sup>.

#### 01. تشكيل العقار السياحي : تنص المادة 20 من القانون 03-03 على أنه يتشكل العقار السياحي

القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص.

أ. الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية : ويقصد بها تلك الأملاك الوطنية العمومية التي تتكون من الحقوق والأملاك العقارية، التي يستعملها الجمهور إما مباشرة واما بواسطة مرفق عام، شريطة أن تكيف في هذه الحالة بحكم طبيعتها أو تهيئتها الخاصة، تكييفا مطلقا أو أساسيا مع الهدف الخاص بهذا المرفق، كما يدخل ضمنها الثروات والموارد الطبيعية، وتكون هذه الأملاك على حالتين إما طبيعية أو اصطناعية، وفي كلتا الحالتين هي غير قابلة للتصرف والتقادم والحجز، وهما نوعان في الأصل يعتبران ملك وطني عمومي، وفي نفس الوقت عقار سياحي لكونهما ينظمان أنشطة سياحية في حضانة العقار السياحي"<sup>3</sup>.

ب . الأراضي التابعة للأماكن الوطنية الخاصة : عرفت المادة 03 الفقرة 2 من القانون 30\_90 بأنها : الأملاك الأخرى غير المصنفة ضمن الأملاك الوطنية العمومية، والتي تؤدي وظيفة امتلاكية ومالية فتمثل

<sup>1</sup> سامية فقير، محمد أمين لعروم، "آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي التهيئة السياحية أفاق □□□□"، الملتقى الدولي الأول : حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي، بركة، الجزائر، يوم 31 و30 أكتوبر 2017.

<sup>2</sup> عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر، الإمكانيات والمعوقات (2000\_2025) في ظل استراتيجية السياحة الجديدة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025"، أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 2012، ص20.

<sup>3</sup> تقار مختار، مصطفى عبد النبي، "طرق اكتساب العقار السياحي في القانون الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 02 الجزائر 2018، صص(225-226).

الأمالك الوطنية الخاصة وتباع هذه الأملاك الخاصة المتواجدة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية والضرورية لإنجاح البرامج الاستثمارية المحددة في مخطط التهيئة السياحية لوكالة التنمية السياحية وسواء كانت هذه الأملاك تابعة للدولة أو إحدى مجموعاتها الإقليمية، فإن تكون من الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، كما قد تكون أراضي تم إلغاء تخصيصها أو تخصيصها أو اتفاق ودي.

**ت . الأراضي التابعة للخواص :** وهي عبارة عن ملكية خاصة موجودة داخل مناطق التوسع السياحي، أي أنها في شكل ملكيات عقارية خاصة ذات طابع سياحي، تتميز بحق التمتع والتصرف في المال العقاري أو الحقوق العينية، من أجل استعمالها وفق وظيفتها أو غرضها، إذ تلجأ الوكالة الوطنية للتنمية السياحية إلى اقتنائها إذا استدعت الضرورة ذلك، وتكون محل ممارسة حق الشفعة أو نزع الملكية للمنفعة العمومية، إذ تتواجد هذه الأملاك الخاصة في حالة مشيدة أو قابلة للتشييد وبها خصائص سياحية محمية غالبيتها عبارة عن فنادق وقرى سياحية ومطاعم.

**2. مشكلة العقار السياحي :** رغم الإجراءات القانونية إلا أنه تبقى هناك عدة عراقيل حالت دون تثمين مناطق التوسع ومنها:<sup>1</sup>

- أ. سوء التسيير، فرغم وجود إطار تشريعي إلا أن السلطات لم تستطع مراقبة هذا المورد لكونه يسير من عدة منتجين (الوكالات العقارية، الجماعات المحمية، الإدارة السياحية)، مما أدى إلى تسيير فوضوي لا يسمح للإدارة بالتصرف في أخذ قرار منح الأراضي وإقرار سياسة مناسبة للتنمية السياحية.
- ب. عدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بتحديد الموارد السياحية بسبب نقص الاعتمادات المالية الممنوحة لهذا الغرض مما أدى إلى وضعية صعبة وغير ثابتة للحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي مما ساهم في الإقامات الفوضوية والبناءات غير الشرعية والإضرار بالطبيعة.
- ت. التأخر في تحضير مناطق التوسع وهيئتها بسبب نقص إمكانيات الدراسات نتيجة لقوة وحجم إنجاز منشآت الاستقبال مع الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها وغايتها السياحية.
- ث. المضايقات التي يواجهها المتعاملون للحصول على قطع أراضي والانتفاع بها فأمام صعوبة الحصول عليها ظهر تأخر كبير في وتيرة إنجاز المشاريع الاستثمارية لعمليات المضاربة والمتعلقة بقطع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وذلك خرقا للتشريع المتعلق بالبيئة والتعمير والعقار السياحي، مما أدى إلى ارتفاع أسعار العقار السياحي وعزوف القطاع الخاص على الاستثمارات سواء (أجنبي، ومحلي)، حيث بلغت طلبات الاستثمار السياحي 2 % من مجموع طلبات الاستثمار فمبلغ الحصول واقتناء العقار

<sup>1</sup> صورية مساني، "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر لفترة 1995/2014 دراسة قياسية"، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم تجارية، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف، 2018/2019، ص 233.

السياحي يصل وحده إلى 30 % من الإستثمارات الأجنبية.

ج. عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي فسن القوانين وحده لا يكفي فأهمية القوانين تأتي عند تطبيقها على أرض الواقع واتخاذ إجراءات ردعية ضد المضاربين ومدمري البيئة.

**ثانيا : عراقيل مختلفة أثرت هي الأخرى على تراجع الاستثمار السياحي**

إضافة إلى مشكلة العقار، هناك عراقيل أخرى تؤثر سلبا على استقطاب المستثمرين السياحيين أهمها :

**01. العوائق الإدارية والقانونية :** يتخبط الاستثمار السياحي في العديد من العراقيل المتعلقة بكثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية إلى جانب بروز الفساد الإداري و لتدهور الاستقرار السياسي وغياب التكتلات السياحية الدولية العربية.

أ . **كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية :** عند تسليط الضوء على الوضع الإداري في الاستثمار السياحي بصفة خاصة، نجد أنه يتميز بالبيروقراطية التي كانت نتيجتها خسارة ملايين الدولارات، وفي ظل توافر كل من الجزائر وتونس والمغرب على مزايا تنافسية سياحية متشابهة نظرا للتقارب الجغرافي بين الدول الثلاث، تكون لدى توافر التسهيلات الإدارية دور كبير في قرار المستثمر وهو ما تسبب في خسارة 9 ملايين دولار كاملة في قطاع السياحة.

وكذلك كشف مسيرو الوكالات السياحية الخاصة عن وجود عديد المشاريع السياحية، التي بادرت

بها الوكالات السياحية والمستثمرون الخواص في إدراج الوزارة الوصية منذ 3 سنوات بدون رد على أصحابها، سواء بالسلب أو الإيجاب، وهذا ما يبقى الإمكانات السياحية دون استغلال خاصة مع المال الذي بدأ يعترض السياح الأجانب من المنتج السياحي لتونس الذي بدأ يعترض السياح الأجانب الذي يجلب إليه عشرات الآلاف من السياح الجزائريين سنويا<sup>1</sup>.

**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 لتسهيل الإجراءات والحصول على الخدمة... ويرى بعض المحللين أن أسباب زيادة جرائم الفساد عموما والجرائم الاقتصادية وقضايا الاختلاس والرشوة خصوصا في السنوات الأخيرة إلى عدم نجاعة آليات المراقبة التي تعتمد عليها الجزائر في متابعة صرف الميزانيات الضخمة المخصصة لتمويل مشاريعها الخاصة بالبنية التحتية والنقص الكبير في عدد القضاة المكلفين بمعالجة هذه القضايا"<sup>2</sup>.

**ت. تدهور الاستقرار السياسي :** "يلعب الاستقرار السياسي دورا مهما وذا أثر فعلي على توافد الاستثمارات السياحية، وخلال فترة التسعينات عاشت الجزائر أزمة سياسية أثرت سلبا على مكانة الجزائر الدولية، مما أدى إلى

<sup>1</sup> سامية فقير، محمد أمين لعروم، "آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للهيئة السياحية آفاق □□□□"، الملتقى الدولي الأول : حول آليات تفعيل الاستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي بريكمة، يومي 31 و30 أكتوبر السنة، ص4.

<sup>2</sup> ، نفس المرجع، ص5.

تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع و ذلك من قبل مراكز التقييم الدولية، هذه الوضعية التي مرت بها الجزائر جعلت المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها وزيارتها<sup>1</sup>.

**ث. غياب التكتلات السياحية الدولية العربية :** "يجعل عدم انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة في وضعية تنافسية أقل مقارنة مع الدول المتقدمة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية، إذ أن أكبر الدول استقطابا للاستثمارات السياحية ، الدول المنضمة لمنظمة العالمية للتجارة"<sup>2</sup>.

## 02. العوائق الاقتصادية للاستثمار السياحي :

هناك عوامل أخرى تقف أمام الاستثمار السياحي وتعرقله، بحيث أن هذه العوامل لاتقل أهمية عن العوائق الأخرى التي سبق ذكرها، المتمثلة في صعوبة التمويل وضعف الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية وهذا ما سوف نتطرق إليه في النقاط التالية :<sup>3</sup>

### أ. عائق تمويل الاستثمار السياحي :

تشكل القروض البنكية المشكلة الأكبر بالنسبة للمستثمرين في الجزائر، فتمويل الاستثمارات يعاني من بطء شديد، وهذا ما أكده 72% من المستجوبين الذين قاموا بتغطية ذاتية لميزانية الاستغلال في مقابل 70% من قاموا بتمويل استثماراتهم ذاتيا.

إن النظام البنكي الجزائري لا يزال دون المستوى المطلوب نتيجة لمجموعة من الأسباب كنقص الخبرة المهنية لدى المشرفين على البنوك الجزائرية، وكذا الاعتماد على الطرق التقليدية في تسيير البنوك، بالإضافة إلى سيادة القطاع العمومي الذي لا يزال مبنيا على القطاع البنكي.

والذي أدى الى تدهور الاوضاع بلة الفضاء الأخيرة للبنوك وهي بنك الخليفة والبنك التجاري والصناعي، الأمر الذي أدى للتشكيك في نجاعة النظام البنكي الجزائري وخلق نوع من التخوف لدى المستثمر الأجنبي في تعامله مع البنوك، والأكثر من ذلك فإن الخدمات التي تقدمها البنوك رديئة جدا، فيستلزم تحصيل صك بنكي لدى نفس البنك وفي نفس المدينة لمدة تتراوح في العادة ما بين 06 و17 يوما، وترتفع إلى ما بين 33 و 34 يوم، عندما يتعمق الأمر بينكيين مختلفين وفي مدينتين مختلفتين .

ومنه فإن إصلاح النظام البنكي وتحديث وسائل التسيير لهذا القطاع أصبح ضروري ليوكب الإصلاحات الاقتصادية، وذلك لتحقيق النتائج المرجوة لترقية الاستثمار المحلي والأجنبي على حد سواء.

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000/2025) في ظل استراتيجية السياحة الجديدة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025"، مرجع سبق ذكره، ص222.

<sup>2</sup> بن لكحل نوال الأغا تغريد، "السياحة في الجزائر ومقوماتها ومعوقاتهما"، الملتقى الدولي حول : الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة يومي 27 و26 نوفمبر 2014، المركز الجامعي تيبازة، ص284.

<sup>3</sup> بن لكحل نوال الأغا تغريد، "السياحة في الجزائر مقوماتها ومعوقاتهما"، مرجع سبق ذكره، ص284.

ب. ضعف الحوافز الموجهة للاستثمارات السياحية : نجد قانون الاستثمار الجزائري يقدم حوافز متنوعة بما فيها الحوافز الضريبية إلى جميع القطاعات الاستثمارية دون تحديد قطاعات بعينها، بالتالي يفتقر إلى التفضيل فيما بينها، وبين القطاع السياحي .

**03. المشاكل الإضافية تقف حاجزا أمام الاستثمارات السياحية :** إضافة إلى العوائق الإدارية والاقتصادية التي أدت إلى عدم تطور الإستثمار السياحي في الجزائر هناك مشاكل أخرى أثرت سلبا على السياحة الجزائرية وتمثل فيما يلي :

أ. **تدهور المحيط الطبيعي والثقافي :** "تعددت وتعقدت العراقيل التي يواجهها المستثمر في القطاع السياحي على المستوى التقني والإداري والمالي تضاعفت بوجود مناخ غير ملائم للتنمية السياحية ويتعلق الأمر بتدهور البيئة الطبيعية وتعرضها لمختلف أنواع التلوث، فالازدحام الكبير الذي تعرفه الشواطئ الجزائرية بسبب قلة المرافق السياحية على مستوى البلاد وانعدام سياسة التنمية السياحية ترمي إلى ترقية السياحة في المناطق الداخلية أدى إلى تدهور الشريط الساحلي وتشويه مناظره، بالإضافة إلى ظاهرة الاستغلال الفوضوي لرمال الشواطئ هذا ما جعل السواح الأجانب يمتنعون عن التردد على الشواطئ الجزائرية وبالتالي يصبح الاستثمار فيها غير فعال، إضافة إلى ضعف الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري تجعله لا يفرق بين السائح والضيف"<sup>1</sup>.

ب. **ضعف دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال :** يظهر ذلك من خلال صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع السياحة، حيث أصبحت السياحة الإلكترونية من أهم متطلبات التسيير العصري للسياحة، وأصبح التسويق الإلكتروني للسياحة يطغى على أساليب التسويق الكلاسيكية والمواقع الإلكترونية القليلة الموجودة مثل موقع وزارة السياحة [www.ont.dz](http://www.ont.dz) وموقع المؤسسات التابعة له والموقع التجاري [www.algeriantourism.com](http://www.algeriantourism.com) وغيرها لا تروج للسياحة الجزائرية بما تستحقه، "فلا يمكن أن ننجح في تسويق الوجهة السياحية الجزائرية دون أن تستعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصالات فعلى كل الفاعلين في قطاع السياحة من مؤسسات مسيرة وعلى رأسها وزارة السياحة ومؤسسات القطاع الخاص من فنادق، وكالات سفر، مطاعم، متاحف وغيرها... أن تدرج التسويق الإلكتروني كأولوية لبرامجها الإعلامية والترويجية، لأننا أمام جيل جديد هو جيل الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي هي وسيلة للتعرف على الشعوب والدول والمواقع الإلكترونية الموجودة لا تكفي وحدها إذا لم تدعم بوسائل الدفع الإلكترونية الآمنة التي تمكن السائح من الحجز والسفر دون عناء التنقل من كرسيه لا توثي ثمارها"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سامية فقير، محمد أمين لعروم، آليات تنفيذ استراتيجيات الاستثمار السياحي في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2030، الملتقى الدولي حول : آليات تفعيل الاستثمار السياحي ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، معهد الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي-بريكة-، يومي 30 و31 أكتوبر 2017، ص7.

<sup>2</sup> شرقاوي عائشة، "السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والتغيرات الاقتصادية الدولية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العموم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2014، 2015، صص(180-181).



كما أن غياب التكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي يظهر من خلال غياب المعلومة السياحية ونقص في المعطيات والإحصائيات في مجال السياحة الأمر الذي يشتكي منه المستثمرون خاصة الأجانب فعلى القائمين على قطاع السياحة أن يفكروا في إنشاء بنك المعلومات السياحية ونظام للتعليم السياحي من أجل جذب المستثمرين وتوفير كل المعلومات التي تهمهم دون عناء البحث عنها

**ت. إهمال دور القطاع الصناعي التقليدية في تنمية السياحة :** تلعب الصناعة التقليدية دور أساسي في تقديم صورة عن البلد (حرفه، حضارته، ثقافته)، التي تنعكس في المنتجات التي ينجزها كصناعة الملابس الصوفية والحقيقية المستعملة، صناعة السجاد والأفرشة الفخار، فالسياحة والصناعة التقليدية تشكلان نشاطا متكاملًا وغالبا ما يكون هذا النشاط ضروريا لتحسين ظروف معيشة سكان المنطقة من خلق مناصب شغل وفك العزلة وكذلك تخفيف وتيرة هجرة الشباب.

الصناعات التقليدية تشكل عنصرا هاما في المنتج السياحي، هذه النشاطات يقوم بها الحرفيين الخواص الذين يحتاجون إلى دعم من طرف السلطات العمومية لاسيما في تأطيرها المهني من خلال تحفيزات جبائية مالية، نظرا للصعوبات التي يواجهها الاستثمار في هذا المجال والتي تتمثل في :

- صعوبة الحصول على مقررات وقروض لاسيما الحرفيون الذين يمارسون نشاطهم في البيت أو الذين لا يتوفرون على ضمانات بنكية.
- عدم وجود شبكة تنظيمية لوظائف التمويل والتسويق مليئة مع خصوصيات هذه الحرف لأن الحرفي لا يستطيع على بعض المواد الأولية والتجهيزات بسهولة.
- ضعف برامج التكوين وعدم وجود نظام تمهين ملائم للصناعات تدعمه إجراءات تحفيز.

خلاصة الفصل :

توصلنا من خلال دراسة هذا الفصل الى مايلي :

- تبنت الجزائر بعد الاستقلال، نهج اقتصاديا متمثل في الصناعات المصنعة، والذي لم يولي أهمية كبرى لقطاع السياحة، بالرغم ما للجزائر من مؤهلات سياحية مميزة،
- جاء ميثاق السياحة سنة 1966، والذي رسم الخطوط الأولى للسياحة الجزائرية، ثم جاءت بعده المخططات الوطنية 1967 إلى غاية 1989، والتي حققت نتائج إيجابية في زيادة عدد الهياكل السياحية، التي لا تزال ليومنا هذا، ولكنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري وترقيته محليا أو دوليا.
- تأثير الأحداث التي عرفتها الجزائر خلال التسعينات، من عدم استقرار أمني وذلك لتعرضها لعدة هجمات إرهابية، وتخريب لمنشآت الدولة، وكذا عدم الاستقرار الاقتصادي الذي صاحب هذه الأحداث، كل هذه الأحداث وغيرها جعلت القطاع السياحي الجزائري يتخلف ويتراجع بصورة واضحة،
- عودة الاستقرار والأمن إلى البلاد، عملت الدولة الجزائرية على إعادة بعث القطاع السياحي من خلال فتح المجال للاستثمارات المحلية و الأجنبية، بتبني خيار الخوصصة والشركة الأجنبية في المجال السياحي،

# الفصل الثالث

دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

**SDAT 2030**

## الفصل الثالث : دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.

## تمهيد الفصل الثالث :

أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاعها السياحي وعصرنته، وإعطائه المكانة الحقيقية، إذ شرعت الوزارة الوصية في سنة 2000 في إعداد خطة حول تطوير قطاع السياحة في آفاق 2010، وخلصت إلى صيغتها النهائية في سنة 2001 تحت عنوان "مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، وبعد مرور سنتين على تنفيذ هذا المخطط بات من الضروري إدخال بعض التعديلات من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق، لمسيرة التطورات الجديدة داخليا وخارجيا، فجاءت بمشروع جديد سمي آفاق 2013 لتحديد الأهداف الكمية والنوعية وإجراءات دعم وترقية الاستثمار السياحي، بالإضافة إلى المنتجات الواجب ترقيتها لسنة 2013، وأخذوا بعين الاعتبار لمختلف الأهداف المرجوة الاقتصادية والاجتماعية لقطاع السياحة، وبالتالي النهوض بهذا القطاع يتطلب تحديد الاختيارات المستقبلية، وتحديد الأهداف النوعية والكمية المنتظرة وقد جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 كتجسيد وترجمة لإدارة الدولة الفعلية والحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية، وجسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية، والإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير والمتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة.

وعليه سوف نعالج هذا الفصل من ثلاث مباحث كما يلي :

## المبحث الأول : مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030 .

## المبحث الثاني : تحليل محتوى الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي SDAT 2030

## المبحث الثالث : الاستراتيجية الوطنية للتهيئة السياحية آفاق 2030

**المبحث الأول : مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030\***

لقد سبق إصدار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر، إذ صادق المجلس الشعبي الوطني يوم 2003/01/06 على مشروع القانونين المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة والمواقع السياحية، وبهذا تكون السلطات الجزائرية قد لجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات التنمية المستدامة لقطاع السياحة، والقوانين الخاصة باستغلال الشواطئ، وكذا مناطق التوسع السياحي.

**المطلب الأول : مخطط أعمال تحقيق التنمية السياحية المستدامة في الجزائر**

أولا : التنمية المستدامة

**01. تعاريف التنمية المستدامة :** عرف مفهوم التنمية المستدامة عدة تعاريف من أهمها:<sup>1</sup>

**التعريف الاقتصادي:** ويعني مصطلح التنمية المستدامة "استخدام الموارد ينبغي ألا يقلل من الدخل الحقيقي في المستقبل"

**التعريف الاجتماعي والإنساني :** وتعني "السعي من أجل استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية."

**التعريف البيئي:** "وتعني حماية الموارد الطبيعية، والاستخدام الأمثل للأراضي الزراعية والموارد المائية **التعريف التكنولوجي:** وتعني "نقل المجتمع إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تكنولوجيا منظمة للبيئة، وتنتج الحد الأدنى من الغازات الملوثة".

**02. مبادئ التنمية المستدامة :** من أهم مبادئها نجد ما يلي :<sup>2</sup>

- تحديد الأولويات بعناية : من خلال التشدد في وضع الأولويات وتنفيذ إجراءات العلاج على مراحل ؛
- الاستخدام الرشيد للموارد البيئية الناضبة و التوقف عن هدرها ؛
- الإشراف الكامل للمواطنين على التصدي للمشكلات البيئية ؛
- الالتزام بقدرة البيئة على التعامل المأمون مع ما بلغته فيها من نفايات وملوثات ؛
- إدماج البيئة من البداية، حيث أن الوقاية البيئية أفضل من علاجها.

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص26.

<sup>2</sup> برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، الصندوق العربي للإقتصاد والاجتماعي، تقرير التنمية الإنسانية العربية، 2000، ص42.

\*SDAT: Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique

**3. مؤشرات التنمية المستدامة :** يضم الكتاب الصادر عن لجنة التنمية المستدامة نحو 130 مؤشر

مصنفة في أربع مجموعات كما يلي :<sup>1</sup>

**أ. المؤشرات الاقتصادية :** من أهم المؤشرات الاقتصادية نجد.

- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ؛

- نسبة إجمالي الاستثمار إلى الناتج المحلي الإجمالي ؛

- مجموع الدين الخارجي كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي.

**ب. المؤشرات الاجتماعية :** ومن أهمها نجد ما يلي :

- مؤشر الفقر البشري ؛

- معدل البطالة ؛

- معدل التعليم ؛

- معدل النمو السكاني.

**ت. المؤشرات البيئية :** ومنها ما يلي :

- متوسط نصيب الفرد من الموارد المائية ؛

- متوسط نصيب الفرد من إجمالي الأراضي المزروعة ؛

- كميات الأسمدة المستخدمة سنويا ؛

- الأراضي المصابة بالتصحّر ؛

- التغير في مساحة الغابات.

**ج. المؤشرات المؤسسية :** ونجد منها ما يلي :

- خطوط الهاتف الرئيسية لكل 100 نسمة ؛

- الحواسيب الشخصية لكل 100 نسمة ؛

- مستخدمي الانترنت لكل 100 نسمة.

**ثانيا : أساسيات حول التنمية المستدامة.**

تعتمد التنمية المستدامة على مجموعة من المتطلبات وهي التنمية الاقتصادية بصورتها العامة

<sup>1</sup> الرفاعي، سحر قدوري، المنظر الاقتصادي للتنمية المستدامة، "التجارة الدولية وآثارها على التنمية المستدامة"، المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية، تونس 29 أوت 2006 ، ص 27.

والتي "تهدف إلى توفير الحل لإشكالية التخلف الاقتصادي والنمو الاقتصادي، والتنمية البشرية باعتبار البشر هم الثروة الحقيقية للأمم، وإدخال البعد البيئي في الاقتصاد"<sup>2</sup>.

**01. تحديات التنمية المستدامة :** هناك العديد من القضايا التي ينبغي مواجهتها لتحقيق التنمية المستدامة وهي :<sup>1</sup>

**أ. ضعف معدلات النمو:** تعاني الكثير من الدول النامية من ضعف معدلات النمو، وبالخصوص الدول العربية، حيث فشلت في تحقيق الحد الأدنى من الانخفاض المستدام في الفقر، والذي يتطلب أن تكون نسبة النمو من نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، 3% فالفجوة هي في حدود 2%؛

**ب. تفشي وتعاقد معدلات البطالة :** ساهم تباطؤ النمو الاقتصادي وتراجع معدلات التشغيل في تفشي ظاهرة البطالة، وبالرغم من الم أن توسط العربي لمعدل نمو فرص الشغل هو 2.1 % وهو لا يواكب المعدل العالي من العرض للعمالة والبالغ حوالي 3.4%؛

**ت. تدني مؤشر الاستدامة البيئية :** يقيس هذا المؤشر وضع النظم البيئية في حالتها الطبيعية وتلك التي تم إدارتها والضغوط التي تتعرض لها، بما في ذلك استنزاف الموارد الطبيعية وزيادة معدلات التلوث.

**ث. النظام الايكولوجي للمياه العذبة :** تمثل المياه العذبة أهم النظم الايكولوجية والتي تمثل 3% من مياه الكرة الأرضية، والباقي 70% من المياه العذبة حبيسة في الأنهار والجبال الجليدية، وغير متوفرة للاستعمال البشري؛

**ج. تدني مؤشرات البحث والتطوير :** تحتل الدول العربية المراتب الأخيرة في الإنفاق على البحث العلمي وعدد براءات الاختراع وحقوق التصنيع، فهي تنفق مبالغ ضئيلة في هذا المجال لا يتعدى خمس ما تنفقه أي بلد متقدم ، أما العاملون في مجال البحث العلمي لا يتجاوز 1% من العاملون في مجال البحث العلمي للدول المتقدمة"<sup>2</sup>.

**02. معوقات التنمية المستدامة :** هناك بعض المعوقات التي تواجه البلدان النامية ولاسيما البلدان العربية في تطبيق التنمية المستدامة وهي :<sup>1</sup>

<sup>2</sup> دونانو رومانو (2003)، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، المركز الوطني للسياسات الزراعية، وزارة الزراعة والإصلاح الزراعي بالتعاون مع منظمة الأمم المتحدة للأغذية والزراعة، دمشق، ص61.

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر، "تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص33.

<sup>2</sup> صعب نجيب، "البيئة العربية في امتحان دافوس"، مجلة البيئة والتنمية، شركة المنشورات التقنية المحدودة المجلد، 07 العدد، 2002، ص06.

أ. الحروب والنزاعات المسلحة والاحتلال الأجنبي : أهم مكسب للسلام هو تجنب تكلفة الحرب، لأن حياة ورفاهية وكرامة الإنسان تمثل أرقى ما تطلعت إليه الأمم في كل زمان ومكان، وفقا لهذا فإن تحليل التأثير المتبادل بين السلام والتنمية يكشف لنا أن كلا منهما سبب ونتيجة للأخر ومن بين النتائج التي تخلفها الحروب نذكر ما يلي :<sup>11</sup>

- الخسائر المختلفة والمتنوعة ؛
  - حالة الحرب تفرض أولوية تخصيص الموارد لأغراض الدفاع وعرقلة التجارة والاستثمار؛
  - يحدث السلام والأمن آثارا ايجابية طويلة الأجل على السياحة والإيرادات بالعمولات الصعبة.
  - غياب الديمقراطية: إذا كانت المشاركة الشعبية أساسا للتنمية المستدامة فالديمقراطية شرط أساسي لعملية المشاركة فيها ؛
  - الفقر: يعد الفقر في مفهومه العام وصف لظاهرة ذات أبعاد متعددة بالغة التعقيد والتشابك ؛
  - التضخم السكاني غير الرشيد: أصبحت ظاهرة الانفجار السكاني في أغلب الأقطار النامية عقبة إلى جانب العقبات المتعددة الأخرى أمام خطط ومشاريع التنمية الاقتصادية والاجتماعية المختلفة.
  - المستوى التعليمي والثقافة : يعد التعلم حق من حقوق الإنسان ، باعتبار أنه الوسيلة العملية لانطلاق الفئة المهمشة في إطار الفقر والجهل للإسهام الف لاع في إطار اتجاه الوظيفة ؛
- 03. جهود الجزائر في مجال التنمية المستدامة :** بذلت الجزائر جهودا من خلال وضع آليات مؤسسية وقانونية ومالية لضمان إدماج البيئة والتنمية في عملية اتخاذ القرار، وقد تم إنجاز العديد من الأعمال المهمة في إطار مجهودات التنمية خلال السنوات الأخيرة، والتي تدخل ضمن تطبيق جدول أعمال القرن 21، والجدول أدناه يوضح ذلك.

<sup>1</sup> مركز الإنتاج الإعلامي، "التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول"، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الإعلامي، الإصدار الحادي عشر، جامعة الملك عبد العزيز، 2012، ص 107.



الجدول رقم (03-01): جهود الجزائر في مجال تطبيق التنمية المستدامة.

هزيلة	بعض البيانات الجيدة لكنها ناقصة	جيدة
- التعاون والتجارة الدوليان	- إدماج الإشكالية البيئية في عملية اتخاذ القرار	- محاربة الفقر
- الحفاظ على التنوع البيولوجي	- حماية الجو	- تغيير أنماط الاستهلاك
- الترتيبات المؤسسية الدولية	- الحفاظ على التنوع البيولوجي	- التخطيط والإدارة المتكاملة للموارد الأرضية
	- الموارد المائية	- محاربة إزالة الغابات
	- المواد الكيميائية السامة	- محاربة التصحر
	- العلم في خدمة التنمية المستدامة	- الاستغلال المستدام للجبال
	- الإعلام من أجل اتخاذ القرار	- دعم التنمية الزراعية الريفية
		- نفايات خطرة
		- التربية والتوعية العامة والتدريب

المصدر: بوزيان الرحمان هاجر و بكرى فطيمة، "التنمية المستدامة في الجزائر بين حتمية التطوير وواقع التسيير"، ورقة بحثية، جامعة خميس مليانة، ص 07.

يشير الجدول الى جهود الجزائر في مجال تطبيق التنمية المستدامة حيث تباينت هذه الجهود من جيدة الى هزيلة

أما في يخص تطبيق التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية للجزائر فهو ضعيف نظرا لعدة أسباب

هي:

- إدماج أبعاد التنمية المستدامة في التسيير هو إحدى الآليات التي تخص المؤسسات التي تنشط في ظل محيط ليبرالي؛

- التنمية المستدامة تخص المؤسسات التي لا تعاني من مشكلة الأداء المالي، أي إنها حققت مستويات أداء اقتصادي عالي، وانتقلت بذلك إلى الاهتمامات البيئية والاجتماعية.

**ثالثا : التنمية السياحية المستدامة.**

تعتبر التنمية السياحية من أحد أنواع التنمية، "إذ يعتبر هذا النوع من التنمية معاصرا عند

العديد من دول العالم إلا أن التنمية السياحية قد تهمل بعض الجوانب كالجانب البيئي مثلا،

ولهذا جاءت التنمية السياحية المستدامة كأداة لإدارة الموارد البيئية لخدمة المجتمعات مع الحفاظ عليها.

**1. التنمية السياحية :** للتنمية السياحية مفهوم واسع و متداخل وتم فاعل مع برامج مختلفة، يؤدي إلى

تقدم ونمو السياحة، التي هي جزء من التنمية الاقتصادية للدولة<sup>2</sup>، كما أن التنمية السياحية تعرف على

<sup>1</sup> لعاب عبد الرحمان وبقة الشريف، "التنمية المستدامة والتحديات الجديدة المطروحة أمام المؤسسات الاقتصادية \_ مع الإشارة للوضع الراهن

للجزائر"، المؤتمر العلمي الدولي حول "التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس - سطيف، يومي 08/07 أفريل 2008، ص 15.

<sup>2</sup> محي محمد مسعد، "الاتجاهات الحديثة في السياحة"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008، ص 38.

أفما ذلك التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية والبيئية المتاحة، وتوفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح .

والتنمية السياحية هي ذلك التكامل بين كافة العناصر الطبيعية منها والبيئية، مع توفير كافة التسهيلات وتنمية المنتج السياحي، لاجتذاب أكبر قدر من السياح.

كما أن للتنمية السياحية عدة أشكال، تعبر عن مدى اهتمام الدولة بقطاعها السياحي، وتقدم مسار التنمية السياحية فيها، ومن أهم أشكال التنمية السياحية نجد :

- المنتجعات السياحية و: تعرف على أنها تلك المواقع و الأماكن التي تتوفر فيها خدمات متعددة و أنشطة سياحية متنوعة ، بغية توفير جو من الترفيه و الاستراحة.

-القرى السياحية : يعتمد قيام السياحة على القرى السياحية، و هي توفير مجموعة من الإمكانيات الطبيعية و المادية كالشواطئ ، الموانئ ، الجبال ، الحدائق العامة ، مواقع تاريخية ، ملاعب رياضية ، هذه المقومات تستهوي السكان لأجل الترفيه عن النفس<sup>1</sup> .

منتجعات العزلة : تتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها، و عادة ما تقع هذه المنتجعات في المناطق البعيدة و الآهلة ، كالجزر و الجبال و الوصول إليها يتم من خلال الطرق البرية الضيقة ، واستعمال القوارب أو المطارات الصغيرة و ، يعتبر هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المنفصلة في أغلب دول العالم.

**2. التنمية السياحية المستدامة :** عرفت منظمة السياحة العالمية السياحة المستدامة بأنها تلك التنمية التي

تعمل على سد احتياجات السياح و المواقع المضييفة إلى جانب حماية حق الأجيال القادمة في التمتع بهذه المواقع في المستقبل<sup>2</sup>، بحيث يتمتع هذا النوع من التنمية بمجموعة من الخصائص هي :<sup>3</sup>

- تعمل السياحة المستدامة على تحقيق آفاق آمنة للشركات، بالإضافة إلى أنها تحقق العدالة و التماسك الاجتماعي ؛

- تحذ من التلوث و تدهور الموارد البيئية و تحافظ على التنوع البيولوجي ؛

- تحسين نوعية الحياة المعيشية للسكان المحليين وإشراكهم في التخطيط السياحي.

كما تقوم التنمية السياحية المستدامة على مجموعة من المبادئ، ومن أهمها ما يلي :<sup>4</sup>

<sup>1</sup> رميدي عبد الوهاب و عامر كمال، "التنمية السياحية وعلاقتها بحماية البيئة"، الملتقى العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، مرجع سبق ذكره، ص 06.

<sup>2</sup> بن موسى محمد، وعادي سمير، "السياحة بين تحدي التنمية ورهان الاستدامة"، الملتقى العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، مرجع سبق ذكره، ص 10.

<sup>3</sup> عشي صليحة، "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2001، ص15..

<sup>4</sup> عبد الرحمن السحالي، وحيب المير، "الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي"، دليل مفهوم السياحة المستدامة، سلسلة01، مصر، 2005، ص06.

- يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات الحماية، أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة ؛
- يجب أن تتبع الوكالات والمؤسسات والجماعات والأفراد المبادئ الأخلاقية التي تحترم ثقافة بيئية، واقتصاد المنطقة المضيئة والطريقة التقليدية لحياة المجتمع المضيف ؛
- يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف؛
- ضرورة عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية، بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع ؛
- يجب أن يتم تنفيذ برنامجا للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة؛
- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم أعداد السياح الوافدين وتأمينهم وتزويدهم بالمعلومات، أي دون إحداث أضرار بالبيئة ؛
- معرفة الطاقة الاستيعابية للسياحة البيئية، أي الحد الأعلى من السياح الذين يمكن استقبالهم في المواقع السياحية ؛

كما تصبوا السياحة المستدامة لتحقيق مجموعة من الأهداف، نذكر منها :<sup>1</sup>

- مساهمة السياحة في الازدهار الاقتصادي للمناطق المضيئة ؛

- زيادة عدد الوظائف المنشأة في القطاع السياحي ؛

- تحقيق الإنصاف الاجتماعي ؛

- المحافظة على التنوع البيولوجي ؛

- المحافظة على نظافة البيئة ؛

- تحقيق كفاءة استخدام الموارد.

## المطلب الثاني : عرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030

### أولا : مشروع المخطط

1. تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية : هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمي ، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر، 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وبالتالي تصبوا الدولة من خلال هذا المخطط إلى ما يلي :<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حمداني محي الدين، "دور السياحة في تحقيق أهداف التنمية للألفية"، الملتقى العلمي الدولي حول : السياحة ورهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، مرجع سبق ذكره، ص 09.

<sup>2</sup> عوينان عبد القادر، "الإستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة آفاق 2030"، الملتقى العلمي الدولي حول : السياحة ورهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول، مرجع سبق ذكره، ص 06.

- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط وذلك في آفاق 2015، والمحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد وذلك في آفاق.

تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ و تحديد شروط قابلية تجسيده<sup>1</sup> .

- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار)؛

- المساهمة في المبادلات والانفتاح على الصعيد الوطني والدولي ؛

- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة ؛

وبالتالي يعبر هذا المخطط عن إرادة الدولة الفعلية من خلال تبيين مختلف القدرات السياحية

الثقافية والتاريخية، بغية استغلالها لصالح السياحة الجزائرية والنهوض بها وجعلها قطبا سياحيا في المنطقة الأورو متوسطية، "ويعد هذا المخطط أرضية العمل الرئيسية لتنمية السياحة في الجزائر، وكذلك تجسيد التوجه الساعي إلى تبيين الإمكانيات التي تتوفر عليها الجزائر، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية نتيجة عمل فكري واستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص"<sup>2</sup>.

**2. مضمون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية :** تسعى الدولة من خلال المخطط الوطني للتهيئة

الإقليمية إلى تحقيق تجسيد ثلاث محاور كبرى لهذا المخطط وهي :<sup>3</sup>

- تحقيق العدالة الاجتماعية ؛

- تحقيق الفعالية الاقتصادية ؛

- القيام بعملية الدعم الايكولوجي.

سيتم تجسيد هذه المحاور في إطار التنمية المستدامة وتشمل كل مناطق الوطن خلال العشرين سنة القادمة، كما يهدف المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية إلى التطبيق الميداني والعملية استنادا إلى عدة برامج في شكل خطوط رئيسية<sup>4</sup>، والجدول التالي يوضح ذلك .

<sup>1</sup> بريش السعيد، وشابي حليلة، "دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة"، ملتقى استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، 15-16 نوفمبر 2001، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ص 13.

<sup>2</sup> وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، "المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030"، الكتاب رقم 03 : الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، جانفي 2008، ص 03.

<sup>3</sup> عوينان عبد القادر، "الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030"، مرجع سبق ذكره، ص 03.

<sup>4</sup> عوينان عبد القادر، "الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030"، مرجع سبق ذكره، ص 10.

الجدول رقم (03-02): برامج المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية

رقم المحور	هدفه	برامج المحور
01	ضمان إقليم مستدام	ديمومة المورد المائي - المحافظة على التربة ومحاربة التصحر ؛ - التراث الثقافي؛ - المخاطر الكبرى ؛ - الأنظمة البيئية ؛
02	خلق حركية إعادة التوازن الاقليمي	فرملة التوسع نحو الساحل وتوازنه ؛ - خيار الهضاب العليا ؛ - خيار تنمية الجنوب ؛ - نظام حضري متسلسل ومفصل. - إعادة الموقعة الصناعية و الإدارية ؛
03	ضمان جاذبية وتنافسية الاقليم	- الانفتاح الدولي للأقاليم ؛ - التنمية المحلية ؛ - الفضاءات الجديدة ؛ - أقطاب التنافسية والامتياز ؛ - نحو عواصم المدن ؛ - عصرنة وتشبيك هياكل الأشغال العمومية النقل، الإمداد والاتصالات ؛
04	تحقيق العدالة الاقليمية	التجديد الحضري و سياسة المدينة ؛ -استدراك و تأهيل المناطق ذات العوائق مع التجديد الريفي؛
05	ضمان حكم إقليمي راشد	يندرج هذا الخط التوجيهي في إطار المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2025، وذلك وفق منطق الشراكة، بالإضافة إلى وظائف التحكم والضبط، حيث تضطلع الدولة بسياسات عمومية قوية، قادرة على ضمان مستوى عالي من التضامن الفضائي والإقليمي، وتبقى الدولة فاعلا اقتصاديا في بعض الميادين الحساسة خاصة الخروقات وتطور الدولة إمكانياتها للتدخل، وتحدد الأدوات والترتيبات التي تسمح لها بإيجاز سياساتها العمومية وتنسيقها مع القطاع الخاص، الذي يضمن بصفة تدريجية تنمية النظام الإنتاجي في جزء كبير منه.

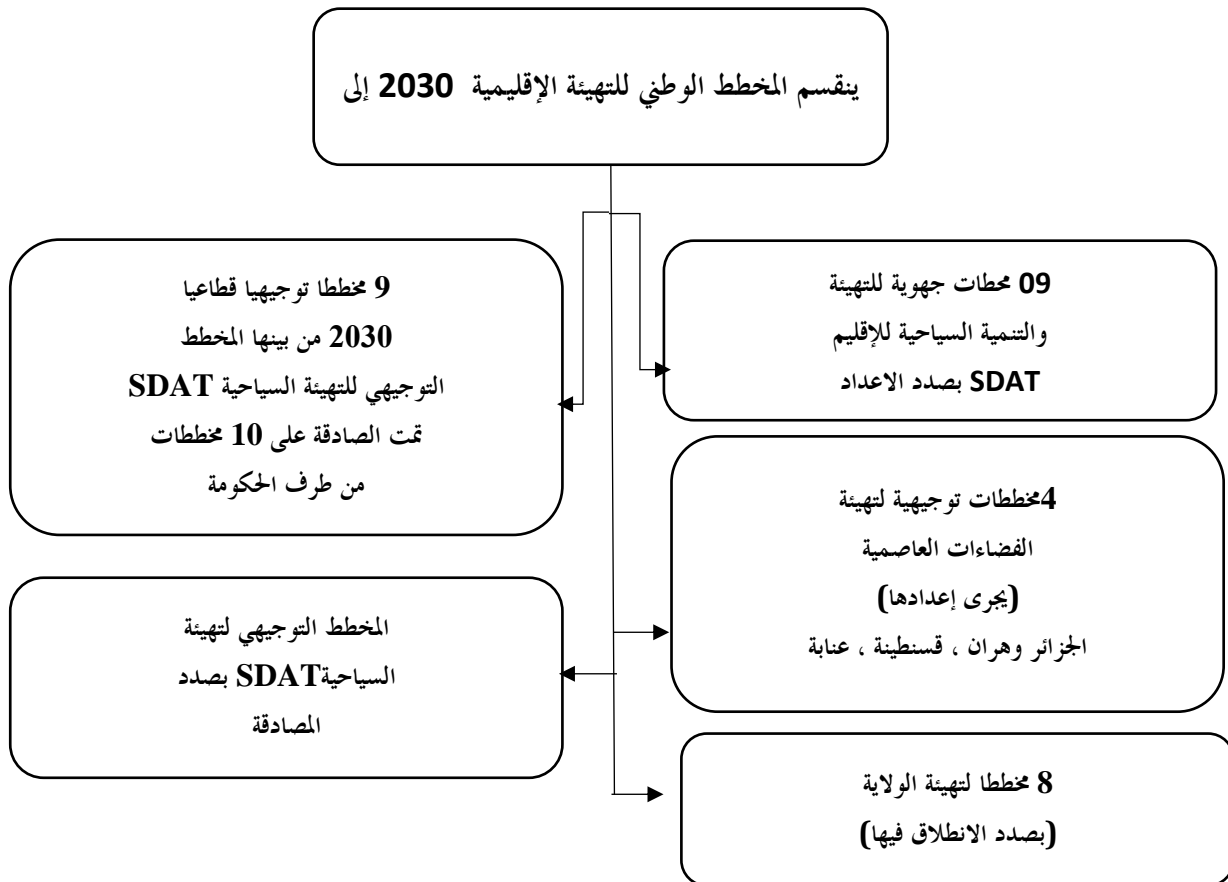
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"، SDAT 2030، الكتاب رقم 01: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص9.

يتضح من خلال الجدول أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يتكون من خمسة خطوط رئيسية، يندرج تحت كل خط توجيهي مجموعة من البرامج الجزئية عددها 20 برنامجا تسعى هذه البرامج إلى تحقيق الهدف الرئيسي لكل خط توجيهي، إذ يهدف الخط التوجيهي الأول إلى تحقيق إقليم مستدام وذلك من خلال 05 برامج إقليمية، ويهدف الخط التوجيهي الثاني إلى خلق حركية إعادة التوازن الإقليمي، وذلك من خلال ستة برامج إقليمية، أما الخط التوجيهي الثالث يعمل على ضمان جاذبية وتنافسية الأقاليم، وذلك من خلال ستة برامج إقليمية كذلك، أما الخط التوجيهي الرابع فهدفه تحقيق العدالة الإقليمية من خلال ثلاث برامج إقليمية، وأخيرا الخط التوجيهي الخامس الذي يسعى إلى ضمان حكم إقليمي راشد،

كما تشكل هذه الخطوط الخمسة الرئيسية التوجهات الاستراتيجية للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم ، كما تستجيب للرهانات الكبرى لهذا المخطط.

ثانيا : مكانة و موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية : يحتل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مكانة هامة من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، بحث يعد من بين المخططات الأولى التي تم المصادقة عليها.

**1. مكانة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية :** يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، كما يوضحه الشكل التالي :  
الشكل رقم (03-01): المخطط التوجيهي للتهيئة الإقليمية.



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الكتاب رقم 01 : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 11 .

يتضح من خلال الشكل أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يتكون من 19 مخططا توجيهيا قطاعيا وذلك لآفاق 2030، وقد أعلن وزير تهيئة الإقليم والبيئة بالجزائر العاصمة "عن تخصيص غلاف مالي يقدر ب 21 ألف مليار دينار جزائري لتجسيد هذا المخطط في إطار التنمية المستدامة خلال الفترة (2010/2014)، وأوضح كذلك أن هذا الغلاف المالي سيخصص لتجسيد المشاريع التنموية القطاعية"، وهذا المخطط الذي يعد الأول من نوعه يرمي كذلك إلى خلق نوع من التناسق في إنجاز مختلف المشاريع القطاعية، ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، من بين هذه

المخططات 19 عشر والتي تم المصادقة عليه من قبل الحكومة ودخل حيز التنفيذ، كما يتكون المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية من 48 مخططا لتهيئة الولاية، وهي بصدد الانطلاق فيها، كما يوجد 04 مخططات توجيهية لتهيئة الفضاءات العاصمية، وهي مركزة في أربع ولايات ساحلية بالدرجة الأولى وهي : الجزائر وهران، قسنطينة وعنابة، إذ ركزت السلطات على أربع ولايات كبرى في البلاد، وحضيت هذه الأخيرة باهتمام واسع.

**2. موقع SDAT من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية :** أما فيما يخص موقع SDAT في بنية المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، 2030 فهو موضح في الشكل التالي :

الشكل رقم (03-02) : المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 .



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الكتاب رقم 01، "تشخيص وفحص السياحة الجزائرية"، مرجع سبق ذكره، ص 12.

يتضح من خلال الشكل أعلاه أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمي، يتكون من 19 مخططا توجيهيا، شملت العديد من القطاعات التي تخص التنمية الوطنية ، أما فيما يخص موقع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في بنية المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية فهو يشكل جزءا منه موجه أساسا لتطوير السياحة الجزائرية.

### ثالثا : أهداف ومراحل إعداد SDAT 2030.

يرمي المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي سطرت من أجل ترقية السياحة الجزائري ، و لهذا تم تصميم هذا المخطط وفق عدة مراحل منسجمة لتجسيده الفعلي على أرض الميدان.

#### 1. الأهداف العامة، المالية والنقدية المخطط التوجيهي للتهيئة : يحقق هذا المخطط الاهداف التالية :

- تتمين صورة الجزائر.
- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات.
- التوفيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.
- تتمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري.
- تنشيط التوازنات الأخرى الكبرى-الانعكاسات على القطاع

#### الأهداف المادية والنقدية : يمكن إدراج الاهداف المادية والنقدية في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-03) : خطة الأعمال السياحية لعام 2015

السنة	2007	2015	المضروب فيه
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون	1.74x
عدد الأسر	84.868 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم	159.869x1.8
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 بالمئة	3 بالمئة مقدرة	1.3x
إيرادات (مليون دولار )	2.5	1500 الى 2000	7x الى 9
مناصب شغل	200.000	400.000 مباشرة وغير مباشرة	2x
التكوين : مقاعد بيداغوجية	51200	91600	142800

المصدر : وزارة التهيئة والإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب رقم 02 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، جانفي 2008، ص 18.

#### 2. مراحل إعداد SDAT 2030 : يعتمد إعداد SDAT 2025. على تشخيص معمق بمساهمة

نقاش الملتقيات المحلية والجهوية والوطنية، وقد سمح هذا النقاش بإبراز وشرح الرهانات الكبرى للسياحة وإشكالياتها الكبرى واتجاهاتها على الصعيدين الوطني والدولي، وفيما يخص مراحل إعداد SDAT 2030. موضحة كالتالي: <sup>1</sup>

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، "المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، SDAT2025 الكتاب رقم 02: المخطط الاستراتيجي الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، جانفي 2008، ص 25.



المرحلة الأولى : حصيلة تشخيص الاتجاهات العالمية، للإشكالية والرهانات.

المرحلة الثانية : تحديد التوجهات الاستراتيجية.

المرحلة الثالثة : برامج العمل ذات الأولوية.

المرحلة الخامسة : تحديد استراتيجية الانجاز والمتابعة.

رابعا : الرهانات التي تواجه السياحة الجزائرية وتحدياتها .

تم إحصاء 05 رهانات للتحويل السياحي في الجزائر، وذلك من انعكاساتها على بقية الأنشطة منها التشغيل، التنمية المحلية، الثقافية... إلخ، ومن هذه الرهانات نجد ما يلي :<sup>1</sup>

- الرهانات الاقتصادية ؛

- الرهانات الثقافية ؛

- رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية ؛

- الرهانات حول التشغيل ؛

- رهانات تحسين صورة الجزائر.

والجدول التالي يوضح هذه الرهانات بنوع من التفصيل أكثر.

الشكل رقم (03-04) : الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية

طبيعة الرهان السياحي	صور الرهانات السياحية
الرهانات الاقتصادية	- زيادة الموارد من وسائل الدفع الخارجي. - الآثار المترتبة على ميزان المدفوعات. - آثار السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى (الفلاحة، الصناعة التقليدية، البناء والأشغال العمومية، الخدمات الأخرى المختلفة).
الرهانات حول التشغيل	- توفير فرص كبيرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. - تعتبر السياحة أداة فعالة لإدماج الشباب في الحياة الاجتماعية والمهنية. - مساهمة السياحة في تثبيت السكان ، وبالتالي الحد من الهجرة والنزوح الريفي.
رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية	- تعدد السياحة العنصر الأساسي لأية سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية. - تعمل السياحة على تشمين الموارد المادية وغير المادية، مع تعارضها مع أي شكل من أشكال تهديد الموارد البيئية.
الرهانات الثقافية	- السياحة عامل سلام وحوار بين الثقافات. - تعمل السياحة على تشمين التراث الثقافي الغني بلادنا. - تعدد السياحة وسيلة لانفتاح بين ثقافات الشعوب المختلفة.
رهانات تحسين صور الجزائر السياحية	- تحمل السياحة رهانا هاما والمتمثل في تحسين صورة الجزائر. - تساهم في تقوية جاذبية وجهة الجزائر خاصة فيما يتعلق الاستثمار السياحي والنقدي.

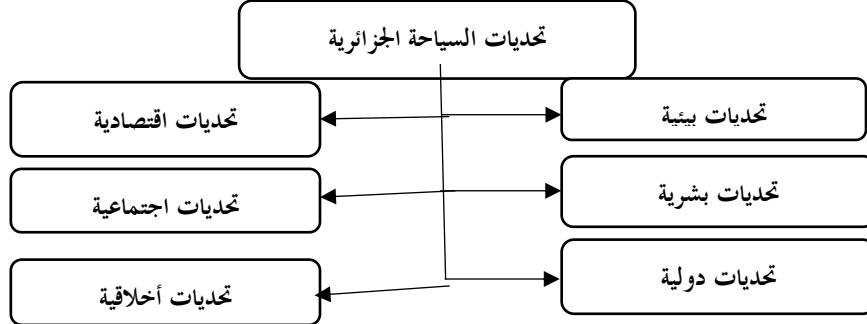
المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، SDAT2025 ، الكتاب رقم 01 : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، مرجع سبق ذكره ص 15 .

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme Livre 1 "Le diagnostic : audit du tourisme Algérie" , op-cit , P17

ثانيا: تحديات السياحة الجزائرية.

هناك مجموعة من التحديات رفعت من أجل تحسين و النهوض بالقطاع السياحي و هي موضحة في الشكل التالي :

الشكل رقم (03- 04) : تحديات السياحة الجزائرية



المصدر : من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030 .

يظهر الشكل أن للسياحة الجزائرية مجموعة من التحديات التي لا بد عليها من مواجهتها منها ما هو محلي ومنها وما هو دولي، إذ تعتبر التحديات الاقتصادية أهم هذه التحديات نظرا لكون التفتح على العالم محفوف ويشوبه العديد من المخاطر، أما فيما يتعلق بالتحديات الاقتصادية التي يجب على السياحة الجزائرية مواجهتها يتمثل في تشجيع واستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ونقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتسيير، والدخول إلى الأسواق السياحية العالمية.

### المطلب الثالث : مخطط الاعمال التوجيهي للتهيئة السياحية

أولا : الأهداف المادية للمرحلة 2008/ 2013 .

تجسد الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في طاقة الإيواء، وعدد السياح، بالإضافة إلى المداخيل بالعملة الصعبة، وهذا في آفاق 2013.

1. تطور طاقة الإيواء مطلع 2013 : إن الطاقة الفندقية المحتمل الوصول إليها في نهاية المرحلة (2013/2008)، ستكون أكثر من 60 ألف سرير، أي بمتوسط سنوي يقدر ب 10 آلاف سرير، كما يوضحه الجدول التالي :

الجدول رقم (03- 05) : تطور طاقة الإيواء آفاق 2013. (الوحدة: ألف سرير)

السنوات	عدد الأسرة	نسبة النمو
2008	137	7.87
2009	147	7.30
2010	157	6.80
2011	167	6.37
2012	177	5.99
2013	187	5.65

المصدر: وزارة السياحة ، البيئة وتهيئة الإقليم ، تطور قطاع السياحة للفترة 2008.2013

من خلال الشكل يتضح أن زيادة عدد الأسرة للمرحلة 2013/2008 يكون متزايد سنويا بقيمة 10 آلاف سرير سنويا، حيث تعتمزم الوزارة الوصية الوصول إلى 187 ألف سرير سنة 2013، وبالتالي الوصول إلى 50 ألف سرير يتم انجازه خلال هذه الفترة، هذا الإنجاز يعتبر خطوة إيجابية يدعم طاقة الإيواء الموجودة ويحسن من نوعية الخدمات السياحية، وتعمل الأقطاب ذات الأولوية على توفير 40 ألف سرير بمقاييس دولية 30، 1 ألف سرير منها يكون من الطراز الرفيع، وهذا على المدى القصير جدا، و 10 آلاف سرير الباقية تكون على المدى المتوسط، وهذا يتزامن مع استقبال الجزائر أزيد من 3 مليون سائح في آفاق 2015، حيث يتطلب استقبال هذا العدد من السياح توفير 75 ألف سرير من النوعية الجيدة<sup>1</sup>.

**2. تطور عدد السياح للمرحلة 2013/2008 :** أما فيما يخص التدفقات السياحية لهذه المرحلة فهو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (03 - 06) : تطور عدد السياح للمرحلة (2013/2008) . (الوحدة: مليون سائح)

السنوات	عدد الأسرة	نسبة النمو %
2008	1,75	11
2009	1,95	11
2010	2,17	12
2011	2,43	12
2012	2,7	13
2013	3,09	13

المصدر: وزارة السياحة ، البيئة و تهيئة الإقليم الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي : الحركيات

الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره، ص 18

تتوقع الوزارة الوصية استقبال أزيد من 3 مليون سائح في آفاق سنة 2013، أي بمعدل تطور 13 %، وهو رقم مقبول للسياحة الجزائرية ، إذا ما قورن مع عدد السياح للدول المجاورة فهو ضعيف جدا، حيث استقبلت تونس هذا العدد من السياح سنة 1990 واستقبلت مصر سنة 1995 حوالي 3 مليون سائح، أما المغرب سنة 1997 استقبل 03 مليون سائح، ويعتزم هذه البلدان الشقيقة استقبال أزيد من 12 مليون سائح في آفاق 2013 ، وبخصوص مناصب الشغل وحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي، حيث يؤدي إنجاز سريرين إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة، وثلاث مناصب غير مباشرة في الأنشطة المرتبطة بالسياحة، وحسب التقديرات للمنظمة العالمية للسياحة وتقديرات المبرمجة في المخطط

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، "الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره، ص 17 .

فإن عدد المناصب الجديدة التي ستنشئها السياحة آفاق 2013 هو 57.600 منصب شغل مباشر و172.500 منصب شغل غير مباشر، وبالتالي عدد المناصب الشغل المنجزة في نهاية سنة 2013 هو 230 ألف منصب شغل

**3. تطور المداخيل بالعملة الصعبة آفاق 2013 :** وباعتبار أن متوسط الإنفاق للسائح قدر ب 520 دولار أمريكي لسنة 2002، فقد تم تقدير الإيرادات السنوية آفاق 2013 على أساس هذا المتوسط، والجدول التالي يوضح ذلك .

الجدول رقم (03 - 07) : تطور المداخيل من العملة الصعبة آفاق 2013.

السنوات	المداخيل(مليون دولار)
2008	485
2009	692
2010	722
2011	822
2012	1076
2013	1313

المصدر: عيساني عامر ، مرجع سبق ذكره، ص132.

تشير بيانات الجدول أن المداخيل السياحية المتوقعة للفترة 2013/2008 تزيد بوتيرة متسارعة، حيث توقعت الوزارة الوصية أن الإيرادات السياحية لسنة 2013 ستبلغ 1313 مليون دولار، بعدما كانت متوقعة 485 مليون دولار في سنة، 2008 أي زيادة بمقدار 828 مليون دولار خلال 05 سنوات، ولكن الواقع يكشف أنه خلال سنتي 2008 و 2009 لم تحقق النتيجة المرجوة من الإيرادات السياحية، حيث أن خلال سنة 2008 تم تحقيق 300 مليون دولار، و 330 مليون دولار سنة 2009، أي أن هناك عجز بمقدار 185 مليون دولار سنة 2008 و 262 مليون دولار سنة 2009 وهذا يدل على أن الإنفاق السياحي مزال متواضعا في الجزائر، ويكمن إرجاعه إلى نوعية الخدمات المقدمة، لأن السائح يتفاعل مع مثل هذه الأشياء، فكلما كانت الخدمات توافق تفضيلات السياح كلما دفعت بالسياح للإنفاق أكثر.

**ثانيا : الأهداف النقدية للمرحلة 2015/2008**

تتحدد الأهداف النقدية للمرحلة 2015/2008 حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، من خلال تقدير حجم الاستثمار النوعي العام والخاص، وبالتالي وضع خطة الأعمال بالأرقام.

**1. خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة :** يمكن توضيح خطة الأعمال المسطرة من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم (03-08) : خطة الأعمال بالأرقام للمرحلة الأولى 2015/2007 .

السنة	1007	2015	المضروب فيه
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون	1.47X
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	سريير فخم 75.000	159.869 X1.8
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%	1.3x
إيرادات (مليون دولار )	250	1500 إلى 2000	9 إلى 7x
مناصب الشغل	200.000	400.000 مباشرة وغير مباشرة	2x
التكوين مقاعد بيداغوجية	51.200	91.600	/

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم 02: المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص 18 .

تبين أرقام الجدول أن تطور عدد السياح المتوقع مع المرحلة (2015/2008)، سيكون في حدود 2.5 مليون سائح وافد إلى الجزائر، أي زيادة بمقدار 800 ألف سائح خلال هذه المدة، أي بمعدل 100 ألف سائح سنويا، وبخصوص معدل تطور مساهمة الناتج المحلي الإجمالي كان بمعدل 1.3 مرة مع نهاية 2015، وبالتالي يصبح يساهم القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ب 3% سنة 2015 عوض 1.7 % سنة 2007، وبالنظر إلى اليد العاملة المؤهلة في القطاع السياحي سطرت الوزارة تكوين 91.600 مقعد بيداغوجي مع نهاية سنة 2015، بعدما كانت تكون فقط 51.200 مقعد بيداغوجي سنة 2007، طبعاً هذا يساهم أيضاً في رفع مستوى الخدمات السياحية ولأجل الوصول إلى التوقعات خلال هذه الفترة تم تقدير الاستثمار السياحي ب 2.5 مليار دولار بنوعيه الاستثمار العمومي والخاص، إذ تم تقدير الاستثمارات المادية سواء كانت عمومية أو خاصة ب 55 ألف دولار لكل سريير، وتم تقدير 5 آلاف دولار في على شكل استثمارات غير مادية، ليبلغ إجمالي الاستثمار المقدر خلال الفترة 2015/2008 بنوعيه العمومي والخاص سواء كان مادياً أو غير مادياً ب 60 ألف دولار لكل سريير.

## المبحث الثاني : تحليل محتوى الاستراتيجية الجديدة للمخطط التوجيهي

يجب أن تمثل السياحة الجزائرية وجهة في الأحواض الرئيسية الموفدة للزبائن ، لتأمين الإرادة و الالتزامات بغية تحديد إستراتيجية التسويق و تنفيذها بواسطة خطة عمل ، و هذا من خلال الحركة الأولى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

### المطلب الأول: تثمين وجهة الجزائر<sup>1</sup>

تثمين وجهة الجزائر من بين الخطوط الخمسة التي ركز عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، ويركز فيها على استراتيجية مخطط وجهة الجزائر ومخطط تسويقها، بالإضافة إلى إقامة نظام رصد والعناية بالسياحة الجزائرية، وهذا ما سوف نبرزه في هذا المبحث.

أولاً: إستراتيجية مخطط وجهة الجزائر .

تحسن صورة الجزائر مسألة أساسية، بغية زيادة شهرة الجزائر وإعطاء صورة شاملة لتصبح وجهة سياحية كاملة، ومن أجل هذا لا بد من وضع استراتيجية لتحسين صورة الجزائر

**1. محاور مخطط وجهة الجزائر<sup>2</sup>:** تعاني الجزائر في الوقت الحالي من بعض العادات السلبية من فوضى و قلة الأمن و بعض الانغلاق ، نظرا لغياب صورة واضحة عن الجزائر ، و بالتالي وجب على الجزائر الاعتماد على مميزاتها الخاصة من مناخ معتدل و متنوع و مواقع حضاري وثقافية ، لأجل تحسن صورتها و جذب الاستثمارات بغية تسويق المنتج السياحي ، و هذا ما جاء لأجله مخطط وجهة الجزائر الذي تمحور حول ثلاثة مكونات هي<sup>3</sup>:

-أ أن تركز إستراتيجية التسويق على:

-دراسة سوق العرض و الطلب؛

-التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية؛

-توجهات أهداف التسويق لكل سوق؛

التعرف على ثنائية منتج الأسواق؛

-تحديد الاستراتيجيات التجارية

<sup>1</sup> سعيدي يحي و العراوي سليم ، "قطاع السياحة و رهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر " ، مرجع سبق ذكره ، ص 12.

<sup>2</sup> [www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz) ، "وزارة السياحة والصناعة التقليدية " ، المخطط الهيكلي للتهيئة السياحية، 2022/03/22 /المخطط-التوجيهي-

للهيئة-السياحية/ [www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz)

<sup>3</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئية و السياحة ، "الكتاب رقم(02) : المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية" ، مرجع سبق ذكره ، ص24.

- التعرف على ثنائية منتوج الأسواق؛

- تحديد الاستراتيجيات التجارية.

**ب. تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يرتكز على :**

- التحديد والتدريب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط الاتصال والترقية ؛

- إعداد أدوات الاتصال والترقية ووسائل التنفيذ ؛

- بناء صورة جديدة وتوسيع شهرة وجهة الجزائر.

**ج. وضع جهاز رصد وحراسة :** وبالتالي يمكن القول أنه لا بد من إعادة الاعتبار للتنافسية السياحية

للجزائر بفضل استراتيجية التسويق السياحي، وهذا من أجل إعطاء الأولوية ورؤية وقراءة لختم الجزائر،

ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتوج وتسجيله منتوج سياحي جزائري.

**2. أهداف مخطط وجهة الجزائر :** يهدف مخطط وجهة الجزائر إلى تحقيق مجموعة من الأهداف ومن

أبرزها ما يلي :<sup>1</sup>

**أ. تنمية القدرة التساهمية للسياحة في الاقتصاد الوطني على أساس :**

- التنافسية والأداء ؛

- العدالة الاجتماعية ؛

- تثمين الهوية والموروث ؛

- شراكات وطنية ودولية بمنطق كاسب-كاسب.

**ب. جعل الجزائر وجهة منارة في المغرب والمنطقة المتوسطة، وهذا من أجل جعل الجزائر**

**وجهة متميزة وفريدة، ويتعلق الأمر ب :**

- تقويم (تثمين) الخاصيات التنافسية : الصحراء، الموروث، المواقع؛ تنشيط الجاذبية العامة للبلاد ؛

- استعادة الثقة ؛

**ج. التمرکز و التموقع في الفروع و الأسواق الهامة ، و ذلك من خلال :<sup>2</sup>**

- العمل في الفروع الواعدة و التكييف الدائم للعرض حسب الطلب؛

- إجراء تنظيم لأهداف الزبائن لمعرفة أقسام السوق وتحليل (تشخيص) تطور دوافع

المستهلكين، وفقا لتوقعاتهم وقدراتهم ؛

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , " **Livre 2Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires** " , op-cit , p33

<sup>2</sup> وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة، "الكتاب رقم (02): المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية" ، مرجع سبق ذكره، ص32 .

- تشجيع بروز الأقطاب السياحية للامتياز،

- تعزيز الصورة الإيجابية والقيمة عن الجزائر لكل الزبائن (المحليين والأجانب) .

### 3. شروط نجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر : يجب أن يركز المسعى الجديد لمخطط تسويق وجهة

الجزائر، على سبعة قواعد أساسية ضرورية و الموضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (03- 9) : الشروط السبعة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر.

ثقافة وذهنية	اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات ، و إعداد الصورة و السوق من أجل "الاتصال الواسع"
الالتزام	تنشيط و تنسيق متناسب و دائم لكل مخطط التسويق ، تجن مع يد وسائل الاتصال الحديثة مالية ، بشرية و تقنية مطلب للاحترافية و النوعية.
الأدوات	اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد ، أفلام ، أقراص ، صفحات أنترنت ، شاشات فيديو و فضاءات مرئية.
فضاءات الاتصال	-تبني وضعية مراقبة ورصد إستراتيجية على المستوى الوطني ، جناح بكل قطب إمتياز يوفر خمس وظائف) الاستقبال،الإعلام، فضاء المحالات، المعارض،فضاءات الصور.) -على المستوى الدولي: إستخدام " بيت الجزائر" كفضاء لرصد الأسواق الدولية.
المسعى	-شراكة فعالة على المستوى المحلي و الدولي ، متلاك مرجع مشترك للتجانس، التنسيق والتعاون -توحيد العمل في كافة الهيئات ، الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة ، الوكالة الوطنية للسياحة، و دار الجزائر، و تشجيع ربط السياسات القطاعية هيكلية والمحافظة على الشركاء
المسعى	-جعل الرصد أداة إرشاد وقياس: للقياس والمقارنة، الاستباق والتفاعل

المصدر: الكتاب رقم(02) : المخطط الاستراتيجي "الحركيات الخمس و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره ، ص25.

يمثل الجدول الشروط السبعة اللازمة لإنجاح وجهة الجزائر حيث سعت الدولة الى وضع خطط

واستراتيجيات من شأنها ان تكون ناجحة لإنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر

### 4.مخطط تسويق وجهة الجزائر : سعت الجزائر على غرار الدول السياحية الرائدة إلى وضع مخطط

لوجهتها السياحية ، تكون منافسة على المستوى الدولي و قادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية ،

بالإضافة إلى أنه يكون منتجا اقتصاديا و اجتماعيا

أ. مخطط الوجهة : يمكن تلخيص الأسواق المستهدفة و الفروع المختارة و أهم أهداف مخطط الوجهة

من خلال الجدول التالي:



الجدول رقم (03-10) : مخطط الوجهة حسب الأهداف الفروع والأسواق.

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	أهداف التسويق في المخطط
السوق الداخلية: الجزائريون المقيمون	المواد الواسعة الاستهلاك في الحمامات البحرية، الأسواق، العلاج والصحة، التعب، التجوال، الرياضة. منتوج الفروع الجديدة : (السياحة الصحية، أعمال ومؤتمرات، اتجاهات الجنوب، السياحة الزراعية، الصيد البحري، )	- تحديد التدفقات التحريض على الذهاب للعطل - تشجيع استهلاك "السياحة العلاجية والصحية والرفاهية" بغية تحسين الصحة العمومية. - تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة إضافية عالية، زيادة النفقة السياحية. - تنمية المنتج المتمحور حول الفروع المؤثرة في الصورة الإيجابية.
الجزائريون غير المقيمين	(الاستجمام البحري، تسوق المتعة، التسلية حول المدن، سياحة الذاكرة، اكتشاف الحرف والمهارة، المواقع الأثرية، التعبية)	- الحفاظ على إقامة الجزائريين غير المقيمين. - تطوير ومضاعفة الاقامات. - زيادة القيمة المضافة الاستهلاك (في كل إقامة). - إغراء الإقامة بعرض جذاب و متعدد العناصر.

المصدر : الكتاب رقم (02) : المخطط الاستراتيجي "الحركيات الخمس و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره ، ص 22.

من خلال الجدول يتضح أن مخطط وجهة الجزائر حدد الأسواق المستهدفة في السوق الداخلية، والذي يتكون من الجزائريون المقيمون والجزائريون غير المقيمون، وحدد كذلك هذا المخطط الفروع السياحية المختارة لهذه الفئة من السياح، بغية الوصول إلى عدة أهداف مسطرة من قبل هذا المخطط، وهذا من أجل ترقية بعض أنواع السياحة والنهوض بها وزيادة معدل الطلب عليها، كالسياحة العلاجية والصحية، ومحاولة تثبيت إقامة السكان المحليين والجزائريين غير المقيمين . ويمكن تنظيم وتقسيم الأسواق الخارجية إلى أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها وأسواق واعدة وأسواق بعيدة لكن ذات مستقبل، كما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم (03- 11) : تنظيم الأسواق الخارجية

أهداف مخطط التسويق	الفروع المختارة	الأسواق المطلوب الحفاظ عليها
- إعادة الثقة ، تجديد صورة الجزائر، التركيز على القيم القوية : سحر الصحراء، إظهار وتأمين طريقة استهلاك سياحة محترمة ودائمة . - التطوير والحفاظة على التدفقات و تشجيع الاستهلاك	- اتجاهات الجنوب، ثقافة السياحة العلاجية والصحية ذات الطراز الرفيع - أعمال و مؤتمرات - فروع تكميلية - ثقافية تعبدية والمتنوع النوعي (الصيد، الغطس، فن استكشاف المغاور)	الأسواق ذات الأولوية
		الأسواق الواعدة
		الأسواق البعيدة
- التركيز على الشركات لجعل زبائنها يستهلكون المنتج السياحي. - التركيز على المواقع والمناسبات الدينية.	- اتجاهات الجنوب - الحمامات البحرية - أعمال المؤتمرات - صيد بحري، ثقافي، علاجي وصحي.	دول الخليج

المصدر : الكتاب رقم(02) : المخطط الاستراتيجي "الحركيات الخمس و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره ، ص28.

من خلال الجدول يتضح أن هذا المخطط حدد عدة أسواق على عدة أصناف، فالنوع الأول الأسواق ذات الأولوية والتي هي أسواق تقليدية مرسله للسياح نحو الجزائر وهي أسواق فرنسا، اسبانيا، ايطالي وألمانيا، وحدد المخطط الفروع السياحية المختارة لمثل هذه الأسواق، أما النوع الثاني من الأسواق هي الأسواق الواعدة، وهي عبارة عن أسواق إفريقيا وهولندا والنمسا والدول الاسكندنافية، والنوع الثالث من هذه الأسواق هي الأسواق البعيدة ولكنها أسواق طموحة وذات مستقبل للسياحة الجزائرية، وتمثل في الأسواق الآسيوية كالصين واليابان، والسوق الروسية وأسواق أمريكا اللاتينية ككندا والولايات المتحدة الأمريكية، أما النوع الأخير من الأسواق هي أسواق الخليج الذي حدد لها المخطط فروع سياحية مختارة خاصة بهذا النوع من الأسواق، ويهدف المخطط من وراء هذا إلى بعث الثقة من جديد وتحسين صورة الجزائر، بالإضافة إلى الرفع من معدل الاستهلاك السياحي، إذ يعتبر هذا المخطط طموح، إذا تم تنفيذه وفقا ما هو مسطر له.

### 3-2- مخطط تسويق وجهة الجزائر.

يمكن توضيح مخطط تسويق وجهة الجزائر من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم (03-12) : مخطط تسويق و جهة الجزائر

الأسواق	الاهداف	أدوات التسويق
كل الاسواق	كل الاهداف	إبتكار "توقيع" جديد ميثاق ، تخطيطي ومواقع أترنت بثلاثة فضاءات (ترقية ، صحافة ،الجمهور كبير) (متعدد اللغات)
	دواوين السياحة ووكالات السفر	البحث التجاري ، تكوين فرق البيع ، التدريب السياحي ، رسالة إخبارية ، المعارض ، شبكة تسويق: فضاء يشجع الميل للسوق الفرنسية الاسبانية والايطالية
	الصحافة	شبكة تسويق :فضاء إعلامي ميل فرنسي ، (اسباني و إيطالي) - بلاغات، ملفات صحفية، رسائل إخبارية، رحلات إعلامية - أحداث وشخصيات مهمة جدا
	مستهلكون ، تسلية ، أعمال	- محطات تمثيل ، دار الجزائر في العواصم (باريس ، مدريد ، روما ، برلين) - شبكة تسويق: فضاءات (الإعلانات) - مخطط الإعلام ، صورة التلفزيون، إصاق الإعلانات في العواصم ، دعم شركات الطيران ، مخطط الإعلام بالمنتوج (الصحافة المتخصصة، (الصحراء ، البادية) السياحة البيئية ، الانترنت (شراء عصابات الرأس) - إحداث الصالونات الهامة ذات الجمهور الكبير
السوق المحلي	دواوين السياحة ووكالات السفر	واقع التسويق ، تكوين فرق البيع ، التدريب السياحي ، تنظيم الورشات ، الرسالة الإخبارية
	الصحافة	التسويق عبر الانترنت ، الفضاء الصحفي ، البلاغات ، الملفات الصحفية ، الرسائل الإخبارية ، الرحلات الصحفية ، أحداث) الشخصيات المرموقة
	الجمهور الكبير	-مخطط إعلامي"منتوج واسع الاستهلاك ، التلفزيون ، الصحافة ، اليوميات الكبيرة ، الراديو
	المقررين : المنتوج ، أعمال ، مؤتمرات	-العلاقات العامة، التكتلات "اللوبيينغ
الجزائريين الغير مقيمين	القنوات العربية التلفزيون الجزائري	التسويق المباشر" البريد، البريد الالكتروني" ، السفراء، بطاقة الصيف مخطط الإعلام"المنتوج

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة ، الكتاب رقم (02) المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سبق ذكره ، ص،28.

يسعى مخطط تسويق و جهة الجزائر إلى تسويق السياحة الجزائرية في كل الأسواق (أسواق ذات الأولوية، الأسواق الموفدة بشكل تقليدي للسواح باتجاه الجزائر، فرنسا، اسبانيا، ايطاليا وألمانيا)، وكذلك الأسواق المحلية والجزائريين غير المقيمين، وقد سطر المخطط مجموعة من الأدوات للوصول إلى الأهداف المرجوة، وهذه الأدوات جلتها غائبة عن السوق السياحية الجزائرية في الوقت الحالي كالتسويق السياحي الإلكتروني والتسويق المباشر المعول به في كثير من الأسواق السياحية الرائدة، وبالتالي إدخال هذه

الأدوات في الاستراتيجية التسويقية يعتبر مكسب للسياحة الجزائرية، مما يؤدي إلى بعثها في الأسواق الخارجية .

كما يسعى مخطط وجهة الجزائر إلى تحديد أربع فئات سكانية مستهدفة وهي: <sup>1</sup>

- السياح المحليين ؛
- الجزائريين المقيمين بالخارج ؛
- متوسط السن بالأسواق المطلوب المحافظة عليها ؛
- السياح في مدن البلدان المطلوب المحافظة عليها .

ثانيا : الأرضية المتقدمة لمخطط وجهة الجزائر "دار الجزائر".

تتعدد مهام الأرضية المتقدمة لمخطط وجهة الجزائر سواء على المستوى المحلي أو الدولي لأجل تشجيع السياحة الجزائرية، وتحسين الصورة الجزائرية بالخارج.

**1. مهام دار الجزائر على المستوى المحلي :** تساعد دار الجزائر على تشجيع السياحة في البلاد، وذلك عن طريق: <sup>2</sup>

- نشر (توزيع) المعلومة عن بعد بواسطة الأنترنت في المواقع الرئيسية الموفدة، بفضل المكاتب والتمثيل السياحي، شركات النقل الجوي والبحري ؛
- ضمان مهمة علاقة الصحافة والعلاقات العمومية في البلاد المعنية (الموفدة) عن طريق تطوير (تنمية) علاقات مميزة مع مجموع الموجهين للإقامة في الجزائر ؛
- تنظيم ومراقبة تطور الأسواق، في مجال الاستثمار السياحي وفي مجال الدوافع (عاديات الاستهلاك، سلوكيات الشراء لدى السواح) ؛
- دعم الأنشطة الترويجية المؤطرة من طرف شركاء مختلف القطاعات والمنظمات التي تدخل في سياسة تشجيع و ترويج السياحة؛
- تنظيم مشاركة مستهدفة لمحترفي السياحة الجزائرية في الصالونات الرئيسية والتظاهرات السياحية التي تقام بالخارج.

<sup>1</sup> عيساني عامر، "الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة-حالة الجزائر"، مرجع سبق ذكره ، ص136.

<sup>2</sup> عباس عقيلة، "ترويج الوجهة والنهوض بالمنتج السياحي الجزائري - إستراتيجية يدال وان الوطني للسياحة"، المؤتمر العلمي الدولي حول : السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول، مرجع سبق ذكره، ص12.

## 2- مهام دار الجزائر على المستوى الدولي.

تعمل دار الجزائر على المستوى الدولي لتحقيق الأهداف التالية: <sup>1</sup>

- ضبط وتناسب ومطابقة وتكييف العرض في السوق الدولي كقياس لتقييم إرشاد المنتج ؛
- تحديد الأسواق الواعدة لوجهة الجزائر، مع إلقاء الضوء على الشرائح التي معها في العرض السياحي <sup>2</sup>
- الاعتماد على المقيمين الجزائريين بالخارج، إذ يبلغ عددهم حوالي (04 ملايين سفير جزائري محتمل).

### ثالثا: نظام الرصد السياحي.

المبادئ المؤسسة لنظام الرصد الدائم هي: <sup>3</sup>

-بنك معلومات؛

-نظام إعلامي جغرافي؛

-شبكة انترنت للسياحة؛

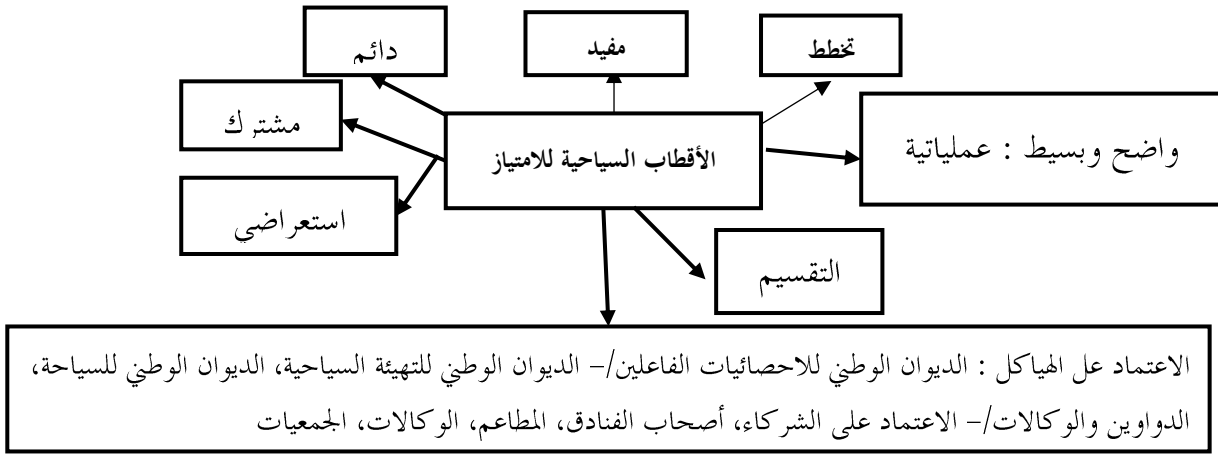
-- شبكة انترنت (الإدارة المركزية، المديرية السياحية، المؤسسات...).

-أرضية السياحة الجزائرية : وكمقياس هي عبارة عن جهاز ذكاء (تفكير) اقتصادي وأدوات إرشاد

للسياسة السياحية في الرصد، بالإضافة إلى المتابعة و التقييم.

## 4. مهام و أهداف نظام الرصد : المبادئ الخمسة لنظام الرصد موضحة في الشكل التالي

الشكل رقم (03-13) : مبادئ نظام الرصد



المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة، الكتاب رقم (02) المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات

الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص،34.

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة، "الكتاب رقم 02: المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات

الأولوية"، مرجع سبق ذكره، ص29.

<sup>2</sup> عباس عقيلة، "ترويج الوجهة و النهوض بالمنتج السياحي الجزائري - إستراتيجية يدال وان الوطني للسياحة مرجع سبق ذكره، ص10.

<sup>3</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة، الكتاب رقم (02) : ( المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية

، مرجع سبق ذكره، ص30.

و تكمن أهداف نظام الرصد من خلال ما يلي:

تحسيس المتعاملين الفاعلين و الشركاء ؛

- معرفة العرض بالفرع و حسب كل منطقة بما فيها الإيواء ؛

- معرفة خصائص و دوافع تدفقات السياح الأجانب عند الحدود؛

- معرفة الأسواق التنافسية الرئيسية ؛

- معرفة و تمييز التدفقات الداخلية ؛

- معرفة الارتياح الجزائري كما و نوعا مقيمين و غير مقيمين ؛

- قياس الانعكاسات البيئية ؛

- معرفة رضا الزبائن ؛

- معرفة الاستثمارات السياحية العامة والخاصة.

وفيما يخص المهام هناك مهmtان كبيرتان لنظام الرصد هما :

- رصد : تحليل و معرفة تدفقات ارتياح الأسواق و تدفقات الاستثمار؛

- سير أشغال المراقبة و متابعة الأوضاع السياحية الوطنية و الدولية.

بالإضافة إلى مجموعة من المهام الأخرى من بينها<sup>1</sup>:

- إعلام الفاعلين و الشركاء بترتيبات و مناهج التنفيذ و بالأهداف، مثل المرشد التطبيقي للمتعامل السياحي.

- إنشاء تصنيفية للمواضيع المرصودة؛

- إجراء تحقيقات دورية لدى مدراء السياحة بالولايات؛

- شراكة مع خلايا "التحقيق عند الحدود" في مرحلة التصميم، و في مرحلة التحقيق و عند استقلالها؛

- الشراكة مع المتعاملين في النقل البري و الجوي؛

- إقامة شراكة مع المصالح المعنية الإدارة العامة للشرطة، إدارة المؤسسات الفندقية، شراكة مع الديوان

الوطني للإحصاء في مرحلة تصميم التحقيقات و عند استقلالها.

<sup>1</sup> Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , "Livres 2 Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires" , op-cit , p35

## المطلب الثاني : اقطاب الامتياز السياحية للجزائر

تعتبر الأقطاب السياحية تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة، مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدارات السياحية بالتعاون مع مشروع التنمية، وهي إطار لربط تعاون الكفاءات، المعارف، الحرف والإمكانات المادية، بحيث ستسمح هذه الأقطاب ببروز سياحي واسع على المستوى الجهوي، وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاعدة للتطوير السياحي على مستوى المناطق المبرمجة كمرجع بالنسبة للمخطط الجهوي لتهيئة الإقليم (SART)، والهدف من بناء هذه الأقطاب السبعة هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي من خلال: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق<sup>1</sup>

- تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرارية الأقاليم ؛
  - التطوير وفقا لميزاتهم سياحة الحمامات البحرية، سياحة المدن والأعمال، السياحة الصحراوية والتجوال،
  - السياحة العلاجية، الصحة والرفاهية، السياحة الثقافية والتعبدية، السياحة النوعية؛
  - السماح بوصول جيد لمختلف المركبات السياحية، وبتكامل الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية على كامل تراب القطب ؛
  - إشراك السكان المحليين ؛
  - ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة.
- كما وقد حدد المخطط التوجيهي سبعة أقطاب سياحية للامتياز ذات الأولوية في التطوير متمثلة في: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 .

**1. القطب السياحي للامتياز شمال شرق :** يتكون القطب السياحي للامتياز شمال شرق من ست ولايات هي: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة، يمتد هذا القطب على مساحة قدرها 80.347 كلم<sup>2</sup>، ويحتضن عدد سكان يقدر بحوالي 3.612.000 ساكن، 1 للقطب عدة مشاريع و

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، "الكتاب رقم (02): المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره، ص45.

هياكل كبرى قائمة من بينها نذكر<sup>1</sup> :

-المطار الدولي رابح بطاط عنابة ، المطار الدولي العربي التبسي تبسة؛

ميناء عنابة،( ميناءان )سكيكدة وعنابة وشبكة سكك حديدية تغطي مجمل القطب.

ويضمن القطب كذلك سلسلة من الفنادق الجديدة، وفيما يلي جرد لمجمل الفنادق الخاصة

بقطب الامتياز شمال شرق من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم (03-13) : الفنادق الجديدة لقطب الامتياز شمال شرق

عدد الاسرة	نوع الفندق
640	- فنادق أكور-مهري قسنطينة
320	- فنادق أكور-مهري سكيكدة
320	-فنادق أكور -مهري سطيف
320	- فنادق أكور -مهري عنابة
406	-الفنادق الفخمة
304	-فندق سمارة-قسنطينة
	-فندق عنابي- قسنطينة
3566	- 79فندق خاص في كل من سكيكدة ، عنابة ، قسنطينة و الطارف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات من الكتاب رقم 03الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، مرجع سبق ذكره ، ص20.

يتضح من خلال الجدول أن القطب استفاد من مجموعة فنادق موزعة على مختلف الولايات المكونة لهذا القطب، وقد بلغ عددها 85 فندق، منها 79 فندقا يعود للقطاع الخاص موزعة على عدة ولايات من القطب هي (سكيكدة، عنابة، قسنطينة والطارف)، وتوفر هذه الهياكل الفندقية 5876 سرير تدعم طاقة الإيواء بالقطب.

وهناك كذلك جيل جديد من الفنادق، وذلك من خلال القرى السياحية للامتياز، كما هو

مبين في الجدول التالي.

<sup>1</sup> -Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" , Livre 3Les sept poles touristiques d'excellence ( POT), Janvier 2008 , p18



الجدول رقم (03-14) : عدد الأسرة المتوفرة من خلال القرى السياحية للامتياز

عدد الاسرة	المستثمر	المشروع
2440	الشركة الإماراتية للاستثمارات الدولية	القرية السياحية مسيدة (الطارف)
4938	الشركة السعودية سیدار	القرية السياحية سيدي سالم (عنابة)

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات من الكتاب رقم (03) الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص ص. (23/21)

توفر القرى السياحية للامتياز 7378 سرير لتبغ عدد الأسرة التي دعم بها القطب من سلسلة الفنادق المنجزة، أو هي في طريق الانجاز والقرى السياحية للامتياز ب 13.254 سرير، وهو عدد قليل مقارنة مع مكانة القطب والحركة السياحية التي يعرفها، نظرا لتركز هذا القطب في الناحية الشمالية للبلاد التي تعرف حركة كثيفة للسياح خاصة في فصل الصيف، أين تنتعش السياحة الشاطئية فيها

## 2 . القطب السياحي للامتياز شمال وسط يتكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من (06)

ولايات هي : الجزائر، تيبازة، البليدة، بومرداس، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية، مساحته الإجمالية 33.877 كلم<sup>2</sup>، حيث يتمركز سكان يبلغ عددهم 11.131.000 ساكن، وفيما يخص المشاريع القائمة والجارية فهي كما يلي<sup>1</sup>:

- المطار الدولي هواري بومدين، مطار بجاية وشلف، المحطات البرية للجزائر، بجاية والشلف.
- المحطة البرية للخروبة؛ طريق الجنوب والطريق السيار للشرق، عدة موانئ ومخابئ للصيد .
- كما يشهد القطب عدة أقطاب تنافسية والامتياز، وهي موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-15) : أقطاب التنافسية و الامتياز للقطب

المدينة الجديدة سيدي عبد الله	
البرامج	200.000 ساكن، إنشاء 50.000 منصب عمل، 50.000 مسكن، قطب جامعي، قطب للوسائط الإعلامية المتعددة، قطب إداري، قطب للصحة، حظيرة انترنت.
المدينة الجديدة ليوينان	
البرامج	15000 ساكن وإنشاء 60.000 منصب عمل، 35.000 مسكن، مركز وطني للبيئة والتنمية المستدامة، مخبر جهوي للبيئة، مركز أعمال، مركز تجاري كبير، فنادق فخمة من 5 و 4 نجوم، قصر للمؤتمرات، قصر للمعارض، وزارة الشباب والرياض، أكاديمية للرياضات، مدينة أولمبية، مقر للفيدياليات الاولمبية.
	المدينة الجديدة بوقرول

<sup>1</sup> -Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , "Livre 3 , Les sept pôles touristiques d'excellence ( POT )" , op-cit , p35

\*الميتروبوليتانية : مصطلح يطلق على المدن الكبرى مع ضواحيها المدن والقرى المحاورة لها

الوظائف	تنشيط مركز الهضاب العليا، ربط الوظائف المبرولوليتانية* العاصمية وإيجاد مخرج لتوسعها الحضري، وتطوير خدمات رفيعة المستوى، توفير إطار حياة عالية النوعية البيئية، وإنشاء مدن نموذجية في ميدان التنمية المستدامة.
البرامج	350000 ساكن، إنشاء 130.000 منصب عمل، منطقة حضرية 2150 هكتار، مركز استشفائي وصحي، مركز تجاري كبير، مصالح مالية وخدمات إدارية، مدارس عالية كبرى وثانويات، مسبح أولمبي... الخ.

Source :Ministère de l'Aménagement du Territoire d l'Environnement et du Tourisme , **Livre 3 :Les sept pôles touristiques d'excellence ( POT )** , op-cit , pp(36/39)

من خلال الجدول يتضح أن القطب استفادة من عدة أقطاب سياحية للامتياز مهمة، تستفيد منها السياحة في منطقة الوسط، وتعمل على تنشيط السياحة في هاته المنطقة، حيث سيشهد القطب انجاز 03 ثلاث مدن جديدة في كل من سيدي عبد الله بالجزائر، والمدينة الجديدة لبوينان بالبلدية، والمدينة الجديدة لبقرول بالمدينة، وهذه المدن حاليا هي في قيد الانجاز، وبالتالي ستعمل هذه المدن على توفير حوالي 240 ألف منصب عمل، مما يؤدي إلى تقليص من مشكلة البطالة في هاته المناطق، وتعمل هذه المدن على توفير كذلك 85 ألف مسكن، ضف إلى ذلك ستوفر هذه المدن مجموعة من المشاريع في عدة مجالات متعددة (التعليم والتعليم العالي، الصحة، الثقافة والرياضة)، وتعتبر هذه المشاريع واعدة ومهمة للبلاد.

### 3. القطب السياحي للامتياز شمال غرب : يتكون هذا القطب من سبع ولايات هي وهران ، عين

تموشنت ، تلمسان ، مستغانم ، معسكر ، سيدي بلعباس و غليزان و ، تبلغ مساحة هذا القطب 35.000 كلم<sup>2</sup> وبه حوالي 06 مليون ساكن و، من مميزات هذا القطب موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-16) : القوى الحقيقية للقطب السياحي للامتياز شمال غرب.

القوى الحقيقية	مميزاتها
القدرات السياحية الطبيعية	توفر على ساحل خلاب ، التضاريس والمسطحات المائية ، السهول والغابات
الصناعة التقليدية	اللباس التقليدي ، الجلود ، الفخار ، صناعة السروج ، الزرابي ، النسيج

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الكتاب رقم ) ، (03 الأقطاب السياحية للامتياز ، مرجع سبق ذكره ، ص ص (62/61)

### 4. القطب السياحي للامتياز جنوب- شرق "الواحات" <sup>1</sup> : يتكون هذا لقطب من ثلاث ولايات

هي: غرداية، بسكرة والوادي، ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر ب 160.000 كلم<sup>2</sup> ، ويحتضن سكان يقدر عددهم ب 1.5 مليون ساكن، عرف القطب حركية حضرية بسبب مختلف أعمال التهيئة،

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة ، "الكتاب رقم 03 الأقطاب السياحية للامتياز" ، مرجع سبق ذكره ، ص76.

وأهم ما تم إنجازه أو في طريق الإنجاز نجد التجهيزات الكبرى الموجودة، مطاران دوليان بسكرة وغرداية، مطار الوادي، ومن ناحية المشاريع الكبرى يشهد القطب مشروع الطريق العابر للصحراء، وإنشاء أقطاب (قصور ميزاب)، بالإضافة إلى إعادة الاعتبار والترميم للتراث السياحي، من خلال ترميم القصبات والقصور، ترميم أماكن العبادة، الأضرحة، المساجد، الزوايا، ووجد أماكن العبادة كما أن للقطب مجموعة مشاريع ذات الأولوية محددة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، من خلال إنجاز فنادق الشبكة، كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-17) : عدد الأسرة الخاصة بالقطب

الفندق	عدد الأسرة
26 فندقا خاصا (غرداية ، بسكرة ، الوادي )	2092

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 5

:Lesprojets prioritaires touristiques , op-cit , p11

يتضح من خلال الجدول أن القطب استفاد من 26 فندقا خاصا، موزعة على ثلاث ولايات هي : غرداية، بسكرة والوادي، وستوفر هذه الفنادق 2092 سرير، وما يلاحظ على عدد الأسرة المقرر إنجازها في الأقطاب الجنوبية قليلة جدا مقارنة مع الأقطاب المقرر إنجازها في أقطاب الشمال، وبالتالي لا يزال التركيز على الناحية الشمالية في توزيع المشاريع السياحية، رغم الأهمية التي تكتسبها السياحة الصحراوية.

**5. القطب السياحي للامتياز جنوب غرب -قوات القرارة :** يتكون القطب السياحي من ولايتين أدرار وبشار، ويحده من الشمال النعامة والبيض، ومن الشرق تامنراست وغرداية، ومن الغرب المغرب وتندوف، ومن الجنوب النيجر وموريطانيا، ويمتد هذا القطب على مساحة تقدر ب 603.000 كلم<sup>2</sup>، ويضم سكان يقدر عددهم بحوالي 900 ألف ساكن وبالتالي للقطب إرث ذو بعد عالمي، وفضاء جديد ونشط يستدعي الدعم وهو قطب جديد ناشئ) منطقة حدودية، وفيما يخص المناخ هو من النوع القاري، بارد في الشتاء وحار في الصيف مع تماطر ضعيف، وتدوم الرياح أربعة أشهر من فيفري إلى ماي، وتحدث زوابع رملية، ويميز القطب مجموعة من الخصائص موضحة من خلال الجدول التالي.

الجدول رقم (03-18) : القوى الحقيقية للقطب السياحي

مميزاتها	القوى الحقيقية
-جبلان كبيران من الكتبان يضمان 3/2من الإقليم و ، منطقتان رطبتان مصنفتان(تامنتيت ، وأولاد سعيد) ، و نقوش صخرية2000 (سنة قبل الميلاد ، )فلعة حماد ملوكة	المميزات الطبيعية
-بشار(قنادسة ، جرف التربة ، بني ونيف ، تاغيت ، عبادلة ، بني عباس) -قصور الشمال وعددها ثلاثة ( بوقاس ، موغول ، لحر) -تابلبلة وتعرف بالسر الحفي لأضرحتها العملاقة ،حقول ورود الرمال	المواقع ذات الأهمية السياحية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الكتاب **03الأقطاب السياحية السبع للامتياز** ، مرجع سبق ذكره.

ضف إلى ذلك هناك مجموعة من التجهيزات القائمة يتمتع بها القطب نذكر منها:

- ثلاثة مطارات: القرارة (تميمون) شيخ سيدي محمد بن لكبير (ادرار) ، و برج باجي مختار؛
- فنادق توات 120 سرير بأدرار، القرارة 192 سرير بتميمون ، و مركب السنان(مرفان60 )  
غرفة على بعد 15 كلم من أدرار و ، فيما يخص المشاريع الجارية نجد:
- مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية ، دعم للتنمية المحلية المتكاملة ، و يندرج المشروع في إطار برنامج لليونيسكو؛
- إعادة الاعتبار: الترميم و التحول السياحي للتراث الثقافي ، و ذلك من خلال ترميم القصبات و القصور ، و ترميم أماكن العبادة.

**6. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-طاسيلي ناجر :** "يقع القطب أساسا في ولاية إيليزي،

يمتد على مساحة قدرها حوالي 284.618 كلم<sup>2</sup> ويحتضن حوالي 40.000 ساكن<sup>1</sup>.

المشاريع ذات الأولوية موضحة في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-19) : الفنادق المنجزة أو بصدد الانجاز.

نوع الفندق	عدد الأسرة
فنادق فخمة: فندق ملتقى الأجانب.جانت	150

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معطيات الكتاب 05 : المشاريع ذات الأولوية السياحية ، مرجع سبق ذكره ، ص13.

**7. القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير-الأهقار :** "تتمتع السياحة الصحراوية بالمزايا السياحية

<sup>1</sup> –Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 3:Les sept pôles touristiques d'excellence ( POT ) , op-cit , p99

مقارنة بالشمال والمناطق السياحية التي تتميز بها تجعلها أقطابا سياحية حقيقية تجلب السواح الأجانب ومصدر هام لإنشاء مناصب شغل<sup>1</sup> يتمحور هذا القطب حول ولاية تمنراست ، يمتد على مساحة تقدر ب 456.200 كلم<sup>2</sup> ، و يقطن به حوالي 137.175 ساكن ، يتميز القطب بمجموعة من المميزات منها<sup>2</sup>:

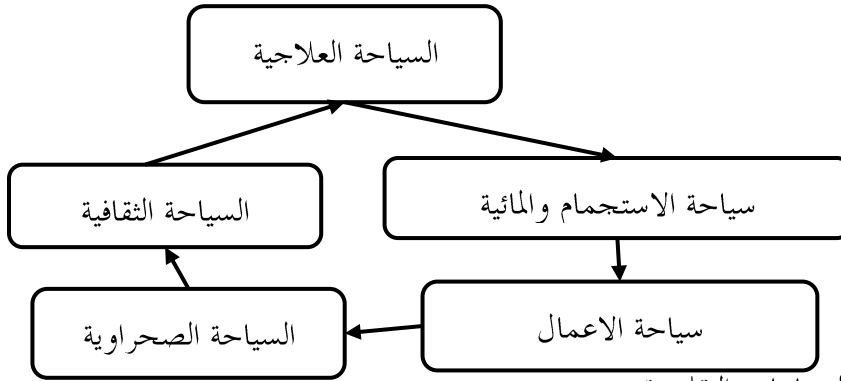
مواقع ذات أهمية سياحية و نذكر منها : أدريان، أمسل، عين مقل، عين إيكر، طاسيلي، الاهقار؛  
- المناطق الكبرى للمسار السياحي : جبل الهقار، تفيديست أدرار، أهنت، طاسيلي الهقار الطاسيلي تبين رحروح، الرحلة، تامنراست، جانت والرحلات نحو مالي والنيجر؛  
-الصناعة التقليدية: نحد النسيج، صناعة الجلود، اللباس التقليدي، الحلبي التقليدي؛ شهد هذا القطب الانجازات التالية :

الجدول رقم (03-20) : الفنادق التي أنجزت أو بصدد الانجاز لقطب الأهقار.

عدد الاسرة	الفندق
225	فنادق خاصة (تامنراست )

Source : Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme , Livre 5  
:Les projets prioritaires touristiques , op-cit ,p14

الشكل رقم (03-05) : المنتج السياحي الذي تركز عليه تنمية أقطاب الإمتياز آفاق 2030



المصدر : وزارة السياحة والصناعات التقليدية

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن هناك ستة فروع لها الأفضلية في الفترة (2008-2015)

وتتمثل في سياحة الإستحمام البحري، والسياحة الصحراوية، والثقافية، والعلاجية الصحية، وكذا

<sup>1</sup> المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، "تقرير حول المساهمة من أجل إعادة تجديد السياحة الوطنية"، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، الدورة السادسة عشر، نوفمبر، 2000، ص12.  
<sup>2</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة، الكتاب رقم(03): الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز، مرجع سبق ذكره، ص109.

سياحة الأعمال المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع، وكل قطب يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة.

فقد تبنت الجزائر فكرة الأقطاب السياحية، حين أصبحت العولمة، والتطور العالمي يحثان على البحث، والتممين عن طريق الأقاليم ذات المواقع التنافسية المرتفعة على بعض المجالات المشكلة لأقطاب الإمتياز. والجدول التالي يوضح توزيع عدد المشاريع حسب الأقطاب السبعة للإمتياز، وتحديد الطاقة الإيوائية المستقبلية آفاق 2030.

الجدول رقم (03- 21) : جدول يوضح الطاقة الفندقية لأقطاب السبعة

عدد الأسرة للقرى السياحية	عدد القرى السياحية	عدد الأسرة للفنادق من جميع الأصناف	القطب السياحي لإمتياز
39849	11	9295	القطب السياحي شمال وسط
7378	3	5965	القطب السياحي شمال شرق
6852	4	10146	القطب السياحي شمال غرب
92	1	2092	القطب السياحي جنوب شرق الواحات
		1513	القطب السياحي جنوب غرب توات الواحات
		150	القطب السياحي الجنوب الكبير الطاسلي
		225	القطب السياحي الجنوب الكبير اهقار
		29368	إجمالي الأسرة (فنادق)
	54171		إجمالي الأسرة (قرى)
	83557		إجمالي الأسرة (فنادق+قرى)

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثالث، الأقطاب السياحية السبعة لإمتياز، جانفي، 2008 ص5.

من خلال الجدول رقم: نلاحظ أن نصيب الأقطاب الشمالية يحظى بحصة الأسد فيما يخص عدد القرى السياحية، بحيث يقدر العدد بـ 18 قرية، وهذا ما يترجم التركيز على السياحة الساحلية، في حين لاحظنا إهمال المناطق الجنوبية بحيث يكاد يكون نصيبها من القرى السياحية معدوم، وهذا بالرغم من أن مساحة الجنوب تمثل 70% من مساحة الجزائر، بالإضافة إلى المناطق السياحية التي يمكن إن إستغلت إستغلالاً رشيداً أن تعود بإيرادات هامة للدخل الجزائري

**المطلب الثالث : مخطط نوعية السياحة :**

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإداري للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم ووطنيين وأجانب، طبقا للمعايير الدولية، كما يسمح المخطط بتحديد المسار من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية جودة حيث يشمل هذا المخطط مايلي :

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي ؛
- منح رؤية جديدة للمحترفين ؛
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية ؛
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية .

**المطلب الرابع : مخطط الشراكة :**

لا يمكن تصور تنمية سياحية دائمة دون تعاون فعال بين القطاع العام والخاص، وذلك عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص للاستجابة بأكثر فعالية للطلب الجماعي، حيث تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة تهيئة الإقليم وحماية المناطق العامة، ووضع المنشآت كالمطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمارات والاستغلال السياحي، يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف

**المطلب الخامس : مخطط تمويل السياحة**

أخذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بعين الاعتبار بطء عائدات المشاريع السياحية، حيث وضع مخطط تمويل، لدعم الأنشطة السياحية والمرقيين والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والأجانب، ويتجلى دور مخطط التمويل في: 1

- حماية ومرافقة المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة PME ؛
- جذب كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، وخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، مرجع سبق ذكره، ص 57.

**1. أهداف مخطط التمويل : تتمثل فيما يلي :<sup>1</sup>**

-حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة PME .

-السهر على تجنيب المشاريع السياحية التوقف والذوبان.

-جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.

-تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية.

-تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية وبخاصة في إطار بنك متخصص.

**2. بنك الاستثمار آلية جديدة لتمويل الاستثمار : إن الاستثمار السياحي استثمار كثيف رأس المال**

وطويل الأجل ومخاطره كثيرة من أجل هذه الخصوصيات سوف يتم إنشاء بنك الاستثمار السياحي

الذي يتكيف مع طبيعة المشاريع السياحية ويرافق هذه المشاريع في عملية التمويل بإيجاد الصيغ اللازمة

لذلك والتكفل بالجوانب الأساسية لتأهيل وبناء صناعة السياحة في الجزائر بواسطة جملة الإجراءات

التالية :

-إجراءات الدعم والإلزام بالاكنتاب في مخطط نوعية السياحة، وتكون بمجموع المساهمات التالية :

-مساهمة الصناديق الخاصة.

-تمويل مكثف مع خصائص السياحة.

-تحفيزات نوعية اتجاه الاستثمار في المضاب العليا التابعة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والجنوب.

الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات : تشجيع النشاط الصحراوي، العلاجي والصحي...عن

طريق تكثيف شروط القرض مع هذه الأنشطة ومنحها تحفيزات ضريبية خاصة بها.

-المساعدة في اتخاذ القرار وتقييم المخاطر، بواسطة تقديم الخبرة الأولية للمشروع وإجراء الدراسات

-المساعدة لتمويل عتاد الاستغلال : من أجل اقتناء عتاد عصري لضمان تقديم خدمات عالية من ناحية

النقل، الإطعام، الترقية.مرافقة المؤسسات الصغيرة خاصة التي تستثمر هذه النشاطات ولا يمكن أن تمولها

بمصادرها الخاصة.

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، " الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ،

مرجع سابق، ص. 57



## المبحث الثالث: الاستراتيجية الوطنية للتهيئة السياحية آفاق 2030

وضعت الدولة الجزائرية استراتيجية وطنية للتهيئة السياحية وركزت فيها على مشاريع ذات أولوية عن غيرها من المشاريع الأخرى لما لها من أهمية كبيرة.

### المطلب الأول : المشاريع ذات الأولوية للاستثمار السياحي

تم برمجة العديد من المشاريع منها ما هو قيد الإنجاز ومنها ما هو قيد الدراسة، وتنقسم هذه المشاريع إلى :<sup>1</sup>

- فنادق السلسلة (Hôtels de chaine) عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29.386 سرير.
- عشرون قرية سياحية متميزة (VTE) وأرضيات متميزة جديدة مدمجة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.
- الحظائر البيئية والسياحية : وتتكون من حديقة دنيا بنعام، حديقة دنيا بقسنطينة، حديقة دنيا بالجزائر العاصمة، حديقة دنيا بوهران وحدائق الواحات.
- مراكز العلاج الصحية والرفاهية : حمام قرقرور، حمام ملوان، الشريعة وقد تم الانطلاق في 80 مشروع سياحي بداية جانفي 2008 موزعة حسب الجدول التالي على 6 أقطاب سياحية

الجدول رقم (03- 22) : جدول يوضح المشاريع والفنادق والاسرة في الأقطاب السياحية

عدد الاسرة	عدد الفنادق	عدد المشاريع	الأقطاب السياحية
5905	86	23	الشمال الشرقي
9295	49	32	شمال الوسط
10146	85	18	الشمال الغربي
2092	26	04	الجنوب الغربي الواحات
1513	23	02	الجنوب الغربي الاهقار
375	05	01	الجنوب الكبير طاسيلي
29386	274	80	المجموع

المصدر: عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم، جامعة باتنة، الجزائر، 2010/2009 ص-ص 131-132 .

وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، " الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سابق، ص، 19.

"إن حجم الاستثمارات المتوقعة للقطاع العام والخاص لتنفيذ الخطة آفاق 2015 مقدر بـ 2.5 مليون دولار أمريكي على أساس احتساب 60000 دولار لكل سرير 55000 (دولار استثمارات مادية + 5000 دولار استثمارات غير مادية) موزعة على متوسط سنوي قدر بـ 350 مليون دولار بنسبة 15% من حجم الاستثمارات الكلية كما يخصص مبلغ 01 مليار دولار أمريكي لإزالة العجز البنوي الموجود حاليا للتهيئة الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز"<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني : تشخيص واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

تقنيات تنفيذ الاستراتيجية التسويقية للسياحة الجزائرية : إن تنفيذ الاستراتيجية التسويقية تكون من خلال المحافظة على الثروات الطبيعية والبشرية؛ وإدماجها في السياسات التسويقية السياحية ويمثل المزيج التسويقي مجموعة من العناصر المتداخلة نتيجة للتفاعلات التي تتم بين المتغيرات المتعددة ل السوق السياحي؛ والتي تظهر من خلال المنتج السياحي؛ التوزيع السياحي؛ والتسعير السياحي؛ والترويج السياحي؛ إضافة إلى تطوير وتنمية الموارد البشرية السياحي.

**1. المنتج السياحي الجزائري :** يعتبر المنتج السياحي القلب النابض للنشاط التسويقي؛ وهو عبارة عن مجموعة من العناصر التي تتوافر لدى الدولة؛ فتكون بمثابة مصادر جذب سياحي مهمة تعتمد ل إثارة الطلب السياحي الخارجي، "فالتنمية السياحة تعتمد على المنتج السياحي الذي يمكن ترقيته من خلال إيجاد مناطق سياحية جديدة ؛ ومن أجل هذا فقد قامت الجزائر بإنشاء سبع أقطاب سياحية من شأنها استقطاب السياح"<sup>2</sup>

**2. التوزيع السياحي في الجزائر :** إن قنوات توزيع الخدمات تكون لي أغلب الأحيان سهلة ومباشرة أكثر من قنوات توزيع السلع؛ وذلك بسبب اللاملموسية عند الخدمات؛ كما أن سوق الخدمة يولي اهتماما أقل لاعتبارات الخزن؛ والنقل والتحميل؛ وتتمثل أنظمة التوزيع السياحي في الجزائر فيما يلي :<sup>3</sup>

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، " الكتاب رقم 02 المخطط الاستراتيجي ، الحركيات الخمسة و برامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ، مرجع سابق، ص، 17.

<sup>2</sup> مسكين عبد الحفيظ، "دور التسويق في تطوير النشاك السياحي في الجزائر -حالة الديوان الوطني للسياحة"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2009-2010، ص ص (139-147).

<sup>3</sup> بوسميين أحمد، يحي توفيق، "واقع تسويق الخدمات السياحية لمنطقة بشار"، الملتقى الدولي حول : التنمية السياحية في الدول العربي تقييم واستشراف، المركز الجامعي غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013، ص 17.

أ. التوزيع المباشر : يقوم عن طريق الاتصال المباشر بالسائح سواء عن طريق المؤسسة السياحية الأم أو أحد فروعها عن طريق البيع بالاتصال الشخصي أو بإرسال مندوبي البيع.

ب. التوزيع غير المباشر : يقوم على تحقيق الاتصال بطريقة غير مباشرة بين المؤسسة الأم صاحبة البرنامج السياحي وبين السائحين من خلال عدد من الوسطاء تتعامل معهم؛ حيث يقوم منتج الرحلات بإنتاج المنتج السياحي الذي يمكن أن يضم خدمات مختلفة كالإيواء والإطعام وغيرها من الخدمات التي يبيعها بنفسه أو عن طريق الوكالات السياحية والأسفار؛ ...

وبالنظر إلى الوكالات السياحية بالجزائر فإنها تعاني من مشاكل هيكلية وتنظيمية كون القائمين عليها يعانون من نقص التكوين ل المجال السياحي مما جعل أغلب الوكالات يهتمون فقط بالسياحة الدينية عن طريق تنظيم رحلات العمرة فقط؛ كما أن أغلب المؤسسات الأخرى والتي لها علاقة بالسياحة لم تلعب الدور اللازم ل توزيع وترويج المنتج السياحي؛ فمثلا شركة الخطوط الجوية الجزائرية تعيق تسويق المنتج السياحي الجزائري بسبب غلاء أسعارها من جهة؛ وعدم انتظام الرحلات التي تقدمها؛ وأحيانا تقدم على إلغاء الرحلات دون سابق إنذار مما يتسبب اعرقلة حركة انتقال السياح.

ت. التوزيع عن طريق الانترنت : إن الحديث عن التوزيع الإلكتروني . الجزائر يدفعنا للحديث عن البنية التحتية التكنولوجية القائمة على المعرفة والمعلوماتية والذي يعكس قدرة الدولة على توفير الخدمات وتعزيزها بتقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة؛ وكذا مدى جاهزية الأفراد والحكومة والمؤسسات على الاستفادة من هذه التقنيات؛ و هذا السياق فقد تحصلت الجزائر على المرتبة 118 عالميا من 142 دولة بحسب ما جاء ل التقرير السنوي العالمي الحادي عشر لتقنية المعلومات الذي يصدره المنتدى الاقتصادي العالمي؛ وهي مرتبة متأخرة تدل على ضعف الاعتماد على التقنيات الحديثة. ومع ذلك فهذا لا ينفي وجود بعض المواقع الإلكترونية السياحية الجزائر والتي تهدف إلى تحسين صورة الجزائر ودعمها كوجهة سياحية مميزة.

فمثلا موقع ([www.algeriantourism.com](http://www.algeriantourism.com)) يعرض على الزائر فرصة مشاهدة أهم المناطق السياحية الجزائرية بالإضافة لخدمة الاتصال والحجز مع مختلف وكالات السفر والخطوط الجوية وتكلفة

الرحلات السياحية إلى مختلف مناطق الوطن؛ كما يقدم معلومات عن التظاهرات السياحية التي تنظمها الجزائر محليا أو دوليا من معارض وصالونات أو تلك التي تشارك فيها على المستوى الدولي<sup>1</sup>.

**3. التسعير السياحي في الجزائر :** إن المنتج السياحي يتميز بمرونة التسعير» حيث يتأثر السائح بمستوى الأسعار والتغيرات التي تحدث فيها مقابل الخدمات والوجبات ووجهته السياحية؛ وكذا قيمة الرحلات الجوية (المتأثرة بقيمة الوقود وتكاليف الخدمات)؛ ولهذا فعلى الوجهات السياحية الالتزام بسياسة تسعير قدر الإمكان مع تحقيق ربح معقول؛. لكن الوجهة السياحية لا يمكن لها أن تحدد الأسعار بحرية؛ بل عليها أن تنبته إلى ردود أفعال منافسيها في السوق» ، والجزائر لا تقوم بهذا فعلى سبيل المثال فإن أسعار الفنادق والتزل ( كالمخيمات؛ والشاليهات..)؛ وأسعار الرحلات الجوية مرتفعة مقارنة بأسعار منافسيها المباشرين. البحر الأبيض المتوسط؛ فمثلا سعر تذكرة السفر من لندن إلى الجزائر العاصمة ذهابا وإيابا مرتفعة؛ ونتيجة لذلك يفضل السياح الأوروبيون الذهاب إلى بلدان أخرى كاليونان؛ واسبانيا والمغرب؛ وتونس؛ بالإضافة إلى ذلك فليس كل السياح الأجانب محظوظون كنظرائهم الفرنسيين الذين يتمتعون ببعض الاتفاقيات الخاصة بالرحلات من فرنسا؛ ولديهم أسعار خاصة بالأسفار. إن انتهاج سياسة تسعير عقلانية قد تجعل مسؤولي السياحة . بلادنا قادرين على سد فراغات الموسمية» وهذا بإدخال منتجات جديدة بأسعار معقولة<sup>2</sup>.

**4. الترويج السياحي في الجزائر :** يعرف الترويج السياحي بأنه مجموعة متكاملة من العناصر المستخدمة للتعريف بالمنتج السياحي؛ وإقناع السياح المحتملين وترغيبهم ل شرائه؛ وذلك بالإعلان والدعاية إلخ الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون ، والملصقات والكتيبات؛ بالإضافة إلى جهود العلاقات العامة الرامية إلى بناء صورة جيدة وانطباع طيب من خلال البيانات والمعلومات الواضحة والحقيقية عن السياحة مما يساعد على خلق طلب فعال عليها.

<sup>1</sup> مليكة زغيب، سوسن زبيرق، "السياحة الالكترونية كأحد سبل تنمية السياحة في الوطن العربي : دراسة حالة الجزائر، مصر، الامارات العربية، الملتقى الدولي حول : التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف، المركز الجامعي غرداية، الجزائر، يومي 26 و 27 فيفري 2013، ص ص(11-12).

<sup>2</sup> عنابي بن عيسى، "الترويج للمنتج السياحي البيئي الجزائري في الخارج لماذا وكيف؟"، الملتقى الدولي حول : اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، يومي 9 و 10 مارس 2012، ص 17.

والجزائر فقد أسندت مهمة الترويج للسياحة الجزائرية للديوان الوطني للسياحة؛ والذي وضع

استراتيجية لترقية السياحة الجزائرية؛ والتي تركز على المحاور التالية :<sup>1</sup>

- تحسين وتنمية علاقاته العامة على المستوى الوطني والدولي مع مختلف المؤسسات السياحية والمتعاملين السياحيين؛

- إنتاج وتوزيع المعلومات السياحية باتجاه الجمهور الواسع الداخلي والخارجي؛ تشخيص استراتيجية التسويق السياحي في الجزائر .

- المساهمة في عملية ترقية الاستثمارات السياحية؛ ويخ مجال الصناعات التقليدية بالتعاون مع الهياكل المركزية والبيئات المتخصصة للقطاع ؛

- تنظيم الحملات الإعلامية حول مواضيع ذات طابع خاص مثل المهرجانات والأعياد المحلية والدولية ؛

- تطوير الإعلام السياحي عبر كامل الوسائل والدعائم ؛

- تحليل وبث الإحصائيات اللازمة لتطوير النشاط السياحي ؛

- إنجاز الدراسات حول المنتجات السياحية التي تزخر بها الجزائر والتي من شأنها أن تسوق سواء في الداخل أو الخارج ؛

- إعداد دراسات السوق والتحفيز لإرضاء الطلب السياحي الداخلي والخارجي ؛

- تنظيم مشاركة المتعاملين السياحيين الصالونات والمعارض والتظاهرات السياحية ل الوطن وخارجه .

وبالرغم من أن الجزائر تسعى من خلال وزارة السياحة جاهدة لإعادة صورة الجزائر إلى الساحة

السياحية الدولية؛ إلا أنها لم تعتمد على استراتيجية تسويقية من خلال الاطلاع الحقيقي على رغبات

ومتطلبات السياح بمختلف اتجاهاتهم، كما أنه لا يوجد توقع واضح للسياحة الجزائرية في أذهان

السياح؛ بالإضافة إلى غياب التنسيق بين البيئات السياحية الجزائرية وكذا وكالات السياحة والأسفار ؛

وكذا عدم التنسيق بين الوكالات السياحية فيما بينها سواء على المستوى المحلي أو الوطني.

**5. تطوير وتنمية الموارد البشرية السياحية في الجزائر:** إن الركيزة الأساسية لبناء خدمات قوية هي

التكوين الجيد ؛

وعليه يجب الاهتمام بالمنظومة التكوينية للجزائر التي لا تزال ضعيفة؛ لذا فيجب على

الاستراتيجية السياحية أن تضع ضمن أولوياتها عملية التوظيف في المجال السياحي؛ وذلك لمواجهة

<sup>1</sup> مسكين عبد الحفيظ، "دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة"، مرجع سبق ذكره، ص (165-166).

الصورة السلبية الاجتماعية والثقافية في المجال السياحي عبر الحملات المكثفة لبث الوعي السياحي؛ ولا يكون ذلك إلا عن طريق تحسين أجواء العمل. يا صناعة السياحة وتوفير الحوافز المشجعة للموظفين وأرباب العمل؛ بالإضافة إلى دعم المزيد من المؤسسات السياحية؛ وبرامج التدريب والتعليم السياحي لتوفير كوادر متخصصة صناعة السياحة<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث : دراسة النتائج المحققة من المخطط التوجيهي

بعد تشخيصنا للاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي في الجزائر وتقييم نتائجها، توصلنا إلى جملة من النتائج نلخص أبرزها في النقاط التالية:

- استفاد القطاع السياحي في الجزائر من استراتيجية بعيدة المدى تجسدت في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030 تضمن خمس حركات كفيلة لبعث السياحة الجزائرية وتعزيز جاذبية وجهة الجزائر السياحية في الأسواق الدولية؛

- عرفت الأهداف المادية المسطرة ضمن خطة أعمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في مرحلتها الأولية الممتدة من 2008 إلى 2015 تأخرا ملموسا في عدد الوفود السياحية المبرمج استقبالها، مما انعكس سلبا على حجم الإيرادات السياحية بالعملة الصعبة وضعف مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الخام في الجزائر؛

- سجلت عدة ولايات على مستوى الوطن تأخرا في إعداد المخططات التوجيهية للتهيئة السياحية الخاصة (SDATW2030) الأمر الذي زاد من حدة مشكل العقار السياحي في الجزائر، والانتشار العشوائي للاستثمارات السياحية، حيث يرتبط انطلاق المشاريع الاستثمارية على مستوى مناطق التوسع السياحية بتصنيفها وإعداد مخططات التهيئة الخاصة بكل منطقة توسع سياحية وذلك بعد الانتهاء من إعداد (SDATW)

- إضافة إلى مشكل العقار السياحي، يعرقل إنجاز المشاريع السياحية في الجزائر مشكل التمويل بالرغم من إنجازات الشراكة والتمويل التي سطرت ضمن المخطط التوجيهي والتي أسفرت على جملة من الاتفاقيات مع البنوك، إلا أن طبيعة الاستثمارات السياحية التي تتميز بتكلفتها العالية وطول تحصيل مردوديتها التي غالبا ما تكون بعد 8 سنوات من إعداد المشروع، لا تتواءم مع القروض التي تمنحها البنوك في هذا الإطار، إضافة إلى غياب هيئة متخصصة في تمويل المشاريع السياحية، إلى جانب قصور رؤوس الأموال الأجنبية نظرا للبيئة الاستثمارية التي تعتبر طاردة لمختلف أنواع الاستثمار؛

<sup>1</sup> هدير عبد القادر، "التسويق السياحي ودوره في ترقية الخدمات السياحية: حالة الجزائر"، مرجع سبق ذكره، ص (236-238).

-إن النمو الضعيف في إعداد المشاريع السياحية أثر على طاقات الاستقبال السياحية في الجزائر، وهذا يتضح من ضعف عدد الأسرة المنجزة على مستوى الهياكل الفندقية بكل أصنافها، الأمر الذي يؤثر أيضا على حجم العمالة في القطاع السياحي، فالمعروف أنه كلما زاد عدد الأسرة المنجزة كلما ارتفعت العمالة السياحية؛

-إن الأثر الضعيف الذي حققه القطاع السياحي في الجزائر على المتغيرات الاقتصادية الكلية خلال فترة الدراسة تؤكد على ضعف الأداء التنموي للسياحة في الجزائر، وعجز استراتيجية التنمية السياحية المعتمدة.

### المطلب الرابع : الاستثمارات السياحية في الجزائر

**1. المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب قطاع النشاط خلال الفترة (2002-2017) :** تسعى الحكومة الجزائرية جاهدة إلى تهيئة الأرضية المناسبة للاستثمار بما يتوافق ومتطلبات المستثمر ويظهر ذلك جليا من خلال الحوافز الممنوحة فضلا عن الإعفاءات المقدمة خلال بداية النشاط. لكن رغم هذا لا يوجد إقبال كبير من طرف المستثمرين بالنظر إلى عدد المشاريع المحصاة حتى نهاية (2017) وللتوضيح أكثر نقدم الجدول التالي:

الجدول رقم (03- 23) : المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب قطاع النشاط خلال الفترة (2002-2017)

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة (مليون دج)	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	1342	2.12	260750	1.82	55240	4.49
البناء	11031	17.44	1331679	9.31	242428	19.68
الصناعة	12698	20.08	8373763	58.56	538558	43.73
الصحة	1093	1.73	221383	1.55	25968	2.11
النقل	29267	46.28	1164966	8.15	158780	12.89
السياحة	1266	2	1228830	8.59	77158	6.26
الخدمات	6531	10.33	1272057	8.90	125014	10.15
التجارة	2	0	10914	0.08	4100	0.33
الاتصالات	5	0.01	436322	3.05	4348	0.35
المجموع	63235	100	14300664	100	1231594	100

المصدر : الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

من خلال الشكل أعلاه يتضح لنا عدد المشاريع الكلية بلغت (63 235) مشروع بقيمة (300 664) 14 مليون دج وعدد مناصب الشغل المستحدثة بلغت (1231594) منصب شغل. ونلاحظ كذلك أن القطاع المستقطب الذي يأخذ أكبر نسبة هو قطاع النقل بنسبة (9646.28) من إجمالي عدد المشاريع أي (267 29) مشروع باستحداث (158780) منصب شغل، بينما يأتي في المرتبة الثانية

بنسبة (9620.08) قطاع الصناعة بعدد المشاريع (12 698) مشروع ب(538 558) منصب شغل ثم يأتي بعد ذلك قطاع البناء بنسبة (9617.44) بعدد المشاريع (11031) مشروع ب(428 242) منصب شغل، أما بالنظر إلى القطاع السياحي بلغت عدد المشاريع (1266) مشروع أي بنسبة (162) وعدد مناصب الشغل (77158) منصب مستحدث أي بنسبة (966.26).

وعليه عدد المشاريع الاستثمارية الخاصة بقطاع السياحة قليلة نوعا بالمقارنة مع العدد الإجمالي للمشاريع على الرغم من الامتيازات والحوافز التي تمنحها الدولة الجزائرية للمستثمرين ويمكن أن يرجع سببه إلى تخوف المستثمرين في استثمار أموالهم في المجال السياحي لتميز الاستثمارات السياحية بدرجة مخاطرة عالية.

## 2. الاستثمار السياحي في الجزائر خلال السداسي الأول لعام (2018)

يبين الجدول ادناه المشاريع الاستثمارية في الجزائر للسداسي الأول لعام 2018 حسب قطاع النشاط

الجدول رقم (03- 24) : المشاريع الاستثمارية في الجزائر للسداسي الأول لعام 2018 حسب قطاع النشاط

	عدد المشاريع	%	القيمة(مليون دج)	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	102	5.03	19 904	2,35	2158	3,17
البناء	408	20.13	53 566	6,32	5884	7,01
الصناعة	1 179	58.16	481 294	56,75	59923	63,16
الصحة	63	3.11	38 441	4,53	2479	4,08
السياحة	113	5.57	51 224	6,04	12573	8,46
الخدمات	162	7.99	203 686	24,02	7244	14,12
المجموع	2 027	100	848 114	100	94888	100

.Source : ministère de l'industrie et des mines, bulletin d'information statistique de la pme n :33

من خلال الشكل أعلاه أن عدد المشاريع خلال السداسي الأول من عام (2018) بلغ (2027) مشروع بقيمة (848 114) مليون دج مستحدث (94888) منصب شغل، وعدد المشاريع الخاصة بالقطاع السياحي بلغت (113) مشروع بقيمة (51224) مليون دج ب(12573) منصب شغل مستحدث. وعليه تبقى نسبة المشاريع الخاصة بالقطاع السياحي قليلة التي قدرت (165.57) بالمقارنة مع القطاعات الأخرى (البناء والصناعة).



**3. مساهمة السياحة ف التشغيل :** تسهم السياحة في التقليل من نسبة البطالة من خلال ما توفره من وظائف مباشرة مرتبطة بالمقصد السياحي كالعامل في فنادق ووظائف غير مباشرة خارج المقصد السياحي كقطاع البناء، والجدول التالي يوضح المساهمات المباشرة والإجمالية للسياحة في التشغيل.

الجدول رقم (03- 25) المساهمات المباشرة والإجمالية للسياحة في التشغيل:

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المساهمة المباشرة	289200	321900	302200	324600	318300	320100
اجمالي المساهمة	617900	678300	645800	682900	677600	678800

Source : World Travel and Tourism Council Data, Travel and Tourism economic impact 2018 algeria, march 2018, p12.

من خلال الشكل أعلاه يتضح لنا إجمالي مساهمة السياحة في الناتج المحلي نهاية (2017) بلغت (1.2624) مليار دج. أما المساهم المباشر للسياحة كانت متذبذبة حيث بلغت أعلى قيمة لها عام (2015) ب(611.4) مليار دج ثم تراجعت عام (2016) لتبلغ قيمتها (605.3) مليار دج لترتفع قليلا نهاية (2017) بقيمة بلغت (610.4) مليار دج. وربما يرجع سببه إلى قلة الاستثمار في هذا مجال كونه يتطلب أموال كبيرة من جهة ومن جهة ثانية نقص الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع المحلي.

## خلاصة الفصل :

توصلنا من خلال دراسة هذا الفصل الى مايلي :

- تعتبر المرحلة الحالية للقطاع السياحي الجزائري أحسن المراحل، حيث أن مرحلة ما بعد الاستقلال تميزت بتهميشه في كل المخططات الإنمائية، بالإضافة إلى ضعف إرادة الدولة بالنهوض بهذا القطاع من جهة، والتخوف منه من جهة أخرى،
- عازمت الدولة مع نهاية التسعينات وبداية الألفيات وأظهرت نيتها الصادقة بالنهوض والاهتمام بقطاعها السياحي، وهذا ما جسده مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، ثم آفاق 2013، وبعدها جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي جسده فعلا الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، وعلى المدى المتوسط 2015، وعلى المدى الطويل 2030،
- أبرز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة، وجعل السياحة ضرورة وليس خيارا.

# خاتمة

## خاتمة :

إن السياحة أصبحت ظاهرة عالمية، وحظيت السياحة باهتمام الكثير من الدول باختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية والمنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة، وكذا أصبحت السياحة علما يدرس، مما أدى إلى زيادة الوعي لدى شعوب العالم وارتفاع المستوى التعليم وزيادة الدخل الفردي، وأصبحت السياحة قطبا اقتصاديا ذو أهمية كبيرة حيث أصبحت السياحة صناعة عرفت تطورا ملحوظا، من حيث مساهمتها في التنمية الاقتصادية وتحسين ميزان المدفوعات، وقد ازدهرت السياحة وتوزعت في مناطق جغرافية أكثر منها في مناطق أخرى.

و حاليا عرف القطاع السياحي التفاتة جدية بداية من سنوات الألفينيات، حيث سعت الدولة إلى وضع استراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية 2030، وهذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، الذي يعبر عن الرغبة والنية الحسنة للدولة بالنهوض وتطوير قطاعها السياحي، وجعله كبديل لقطاع المحروقات في المستقبل، ورغم كل هذه الجهود المبذولة مازال القطاع السياحي في الجزائر بعيدا كل البعد عن الأهداف المسطرة .

## النتائج :

ومن دراستنا توصلنا للنتائج التالية :

- تمثل السياحة وسيلة مهمة لتعريف الآخرين بتراث المنطقة الحضاري وعادات وقيم أهلها .
- السياحة ظاهرة عالمية تطورت وازدهرت في بداية القرن العشرين، مع استقرار الوضع الدولي خاصة مع بداية الخمسينات، حيث أدى زيادة الدخل الفردي والمستوى التعليمي وارتفاع الوعي الشعبي للتنقل من أجل الراحة والاستجمام .
- تعتبر السياحة قطبا اقتصاديا هاما في التنمية الاقتصادية، من حيث زيادة المداخيل بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشر أو غير مباشرة، بالإضافة إلى أنها تساهم في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم.
- القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب، ولم يرقى إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، وهذا بالرغم من توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها، والتي يمكن أن تجعل من الجزائر بلدا مستقطبا للسياح وقادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي .
- واجه قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره، واختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات وأهمها الاستراتيجيات المتبعة بعد الاستقلال، والوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر في فترة التسعينات.

- تعد الفترة الحالية انطلاقا من بداية سنوات الألفينيات مرحلة الالتفاته الجديدة من قبل الدولة لقطاعها السياحي، بغية النهوض به وترقيته وجعله في مصاف القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة، وهذا بوضع استراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025، ثم 2030، وهذا في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تعتبر تنويجا لمسار طويل، وبمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي تسعى الجزائر إلى تحقيق تنمية سياحية مستدامة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030.

### التوصيات :

- يمكن من خلال ما سبق أن نقدم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساعد في النهوض بالقطاع السياحي الجزائري من خلال ما يلي:
- يجب إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى.
  - تخصيص إمكانيات مادية وبشرية متخصصة للنهوض وتطوير القطاع السياحي.
  - الالتزام بتطبيق الخطط والاستراتيجيات المقدمة للمؤسسات الوصية.
  - جعل من المجتمع الجزائري مجتمع سياحي وذلك من خلال نشر ثقافة السياحة لدى أفراد المجتمع لتمكينه من احتضان الأنشطة السياحية.
  - الاهتمام الجاد بالإعلام السياحي وتنشيطه بمختلف أنواعه المرئي والمسموع والمكتوب، من أجل تعريف السائح المحلي والأجنبي بالمواقع السياحية .
  - استغلال التطور التكنولوجي الحديث في خدمة السياحة الداخلية، كاستغلال شبكة الانترنت في عملية الإعلام والإشهار، والتعريف بالسياحة الجزائرية.
  - توفير الأمن الداخلي حيث يشعر السائح سواء كان محلي أو أجنبي، بأنه في أمان مع أغراضه وممتلكاته، إذ تعرف الجزائر حاليا انتشار آفات اجتماعية خطيرة، كالسرقة والسطو على الأفراد وهذا يهدد السائح في أمنه وراحته.
  - الاهتمام بالصناعة التقليدية أو كل ما هو تقليدي، حيث أن السائح الأجنبي يتوق لمعرفة عادات وتقاليد البلد المضيف، والجزائر تزخر بعادات وتقاليد كثيرة ومتنوعة.

### افاق الدراسة :

في ضوء أهداف بحثنا الحالي والنتائج التي أسفر عنها و استكمالا لها يمكن اقتراح البحوث

المستقبلية التالية:

- إجراء دراسات موسعة في التسويق السياحي على مكوناته كل منها على حدى.
- تقييم الاستراتيجية السياحية الجديدة لوضع السياحة الجزائرية على الطريق الصحيح بعد 2030
- دور الاستثمار السياحي في النهوض بالسياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .SDAT 2030
- واقع وآفاق السياحة في الجزائر

## قائمة المراجع

أولا : باللغة العربية

القرآن الكريم

01. الكتب :

- 01- أحمد الجلاد، "السياحة المتواصلة البيئية"، ط1، دار الكتاب، مصر، 2002.
- 02- أحمد فوزي ملوخية، "مدخل الى علم السياحة"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 03- أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد الدعواد، "إدارة المنشأة السياحية"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002 .
- 04- حميد عبد النبي الطائي، "الأسس العلمية في إدارة المنشأة الفندقية"، دار زهران، الاردن، 2000.
- 05- حميد عبد النبي الطائي، "أصول صناعة السياحة"، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 06- خالد مقابلة وعلاء السراي، "التسويق السياحي الحديث سلسلة السياحة والفنادق"، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
- 07- زكي خليل المساعد، "تسويق الخدمات وتطبيقاته"، دار المناهج، الأردن، 2005.
- 08- صلاح الدين خربوطلي، "السياحة المستدامة"، ط1، دار الرضا للنشر والتوزيع، سوريا، 2004.
- 09- الصقار فؤاد محمد، "دراسات في الجغرافيا البشرية"، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1970.
- 10- عثمان محمد غنيم ونبيل سعد بنيتا، "التخطيط السياحي"، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الاردن، 1999 .
- 11- عبيدات محمد، "التسويق السياحي حل سلوكي"، ط3، دار وائل للنشر، الأردن، 2008.
- 12- علاء إبراهيم العسالي، "السياحة في الوطن العربي"، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 13- فؤاد رشيد سمارة، "تسويق الخدمات السياحية"، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 14- كاترين قبو، "التسويق"، ترجمة وردية راشد، ط1، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2008.
- 15- ماهر عبد العزيز توفيق، "صناعة السياحة"، دار زهران، الأردن، 2008.
- 16- محي محمد مسعد، "الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقي"، ط1، المكتب العربي الحديث، مصر، 1998.
- 17- نعيم الظاهر، سراب إلياس، "مبادئ السياحة"، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 18- محمد الصيرفي، "التخطيط السياحي"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 19- محمد عبيدات، "التسويق السياحي"، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.

- 20- مروان السكر، "مختارات من الاقتصاد السياحي"، دار مجداوي للنشر، الأردن، 1999.
- 20- مصطفى عبد القادر، "دور الإعلان في التسويق السياحي"، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003.
- 21- محي محمد مسعد، "الاتجاهات الحديثة في السياحة"، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008.
- 22- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 01 : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية"، جانفي 2008.
- 23- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 02 : المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية"، 2008.
- 24- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 03 : الأقطاب السياحية السبعة للامتياز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025"، جانفي، 2008.
- 25- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 04: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط العملي"، جانفي 2008.
- 26- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، "الكتاب رقم 05: المشاريع ذات الأولوية السياحية"، جانفي 2008.
- 27- يسرى دعبس، "السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية"، ط 1 ، البيطاش للنشر والتوزيع ، مصر، 2002
- 02. أطروحات الدكتوراه والرسائل والمذكرات الجامعية :**
- 01- بوخدوني وهيبية، "تقييم أصول المؤسسات العمومية للقطاع السياحي في إطار عملية الخوصصة - دراسة حالة فندق سفير"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 1998.
- 02- شرقاوي عائشة، "السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه العموم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2015/2014.
- 03- صورية مساني، "الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر لمرحلة 1995/2014 - دراسة قياسية"، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، كلية العموم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سطيف، 2019/2018.



- 04- عيساني عامر، "الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه علوم في تسيير المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر بباتنة، 2010/2009.
- 05- عوينان عبد القادر، "تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية في ظل التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر"، رسالة ماجستير في تخصص "نقود، مالية وبنوك"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب بالبيدة، 2008.
- 06- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2012-2013.
- 07- محمد عز الدين، "التطور السياحي بالجزائر"، ماجستير في تخصص علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
- 08- مسكين عبد الحفيظ، "دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة"، ماجستير في تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2010/2009.
- 09- هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها"، رسالة ماجستير في تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص علوم تجارية، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- 03- المقالات العلمية :**
- 01- عدلي زهير، سعدي راضية، "مؤشرات السياحة كأداة لتصنيف الجزائر تبعا لوضعها التنافسي مقارنة مع دولة الامارات العربية المتحدة قصد النهوض بالقطاع"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 32، 2015.
- 02- تقار مختار، مصطفى عبد النبي، "طرق اكتساب العقار السياحي في القانون الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 02، الجزائر، 2018.
- 03- صعب نجيب، "البيئة العربية في امتحان دافوس"، مجلة البيئة والتنمية، المجلد 07، العدد رقم العدد، 2002.
- 04- فراح رشيد، "دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 12، 2012.
- 05- هاني نوال، "تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية"، مجلة الباحث، العدد 13، 2005.
- 04. الجرائد الرسمية :**
- 01- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47، المؤرخة في 22 أوت 2001.

02- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 04، المؤرخة بتاريخ 10/10/1993 القانون رقم 12/93 المؤرخة في 05 أكتوبر 1993 .

### 05. المؤتمرات والملتقيات :

- 01- قزير محمود، الملتقى دولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، يومي 01 و02 ديسمبر، 2014.
- 02- بوغافية رشيد، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة (حالة تجارب بعض الدول) ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24/25 أبريل 2012.
- 03- رميدي عبد الوهاب و عامر كمال ، التنمية السياحية و علاقتها بحماية البيئة ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24/25 أبريل 2012.
- 04- عباس عقيلة ، ترويج الوجهة و النهوض بالمنتوج السياحي الجزائري - إستراتيجية يدال وان الوطني للسياحة ، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة - دراسة تجارب بعض الدول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24/25 أبريل 2012
- 05- عوينان عبد القادر، الملتقى الوطني حول " السياحة في الجزائر الواقع والآفاق معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي -البويرة ، يومي 11 : و 12 ماي 2011 .
- 06- سامية فقير ، محمد لعروم، الملتقى الدولي الأول حول آليات تفعيل الإستثمار ودورها في تحسين مؤشرات قطاع السياحة، المركز الجامعي ، بركة، الجزائر، يوم 30، 31 أكتوبر 2017.
- 07- الرفاعي، سحر قدوري، المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة، "التجارة الدولية وآثارها على التنمية المستدامة"، المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية، تونس ، 2006 .
- 08- لعاب عبد الرحمان و بقعة الشريف، المؤتمر العلمي الدولي حول " التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس -سطيف، يومي 07/08 أبريل، 2008.
- 09- بريش السعيد وشابي حليلة، ملتقى إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 16 نوفمبر 2011.
- 10- بوسميين أحمد، يحي توفيق، واقع تسويق الخدمات السياحية لمنطقة بشار ، الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربي تقييم واستشراف ، المركز الجامعي غرداية ، الجزائر، 26-27 فيفري 2013 .

- 11- مليكة زغيب ،سوسن زيرق ، السياحة الالكترونية كأحد سبل تنمية السياحة في الوطن العربي :دراسة حالة الجزائر ،مصر،الامارات العربية ،الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف،المركز الجامعي غرداية ،الجزائر ،26-27فيفري 2013
- 12- عنابي بن عيسى ، الترويج للمنت السياحي البيئي الجزائري في الخارج لماذا وكيف؟الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة محمد خيضر بسكرة ،الجزائر ،9-10 مارس 2012.
- 13- بن لكحل نوال الاغا تغريد ،الملتقى الدولي العلمي الثاني حول الإستثمار السياحي بالجزائر و دوره في تحقيق التنمية المستدامة المركز الجامعي تيبازة ،26/27-11-2014.
- 06. الدوريات و القوانين والتقارير والمطبوعات :**
- 01- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، منشورات 2006 .
- 02- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، النصوص القانونية المتعلقة بتطوير الاستثمار في الجزائر ، نشرة 2003.
- 03- عليوش قريوع كمال ، قانون الاستثمار في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ، 1998.
- 04- أمر رقم 03/01 مؤرخ في أول جمادي الثانية عام 1422 الموافق ل 2001 ، والمتعلق بتطوير الاستثمار. 2001.
- 05- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ، الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي و الاجتماعي ، تقرير التنمية الإنسانية العربية ، 2000.
- 06- دوناتو رومانو ، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة ، المركز الوطني للدراسات الزراعية.
- 07- التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول ، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الإعلامي ، الإصدار الحادي عشر، جامعة الملك عبد العزيز،، 2012.
- 08- تقرير حول المساهمة من أجل إعادة تجديد السياحة الوطنية ، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي ، الدورة السادسة عشر ، نوفمبر ، 2000.

ثانيا : باللغة الأجنبية :

## Livres :

- 1) Jean Pierre et Michel Balfet, Management du tourisme , 2ème Edition, Pearson Education France,2007.
- 2) Michel Balfet, Marketing des services touristiques et hoteliers,Ellipses,France,2003
- 3) Hachimi Madouche , le tourisme en Algérie , édition houma ,Alger , 2003.

ثالثا : مواقع الانترنت :

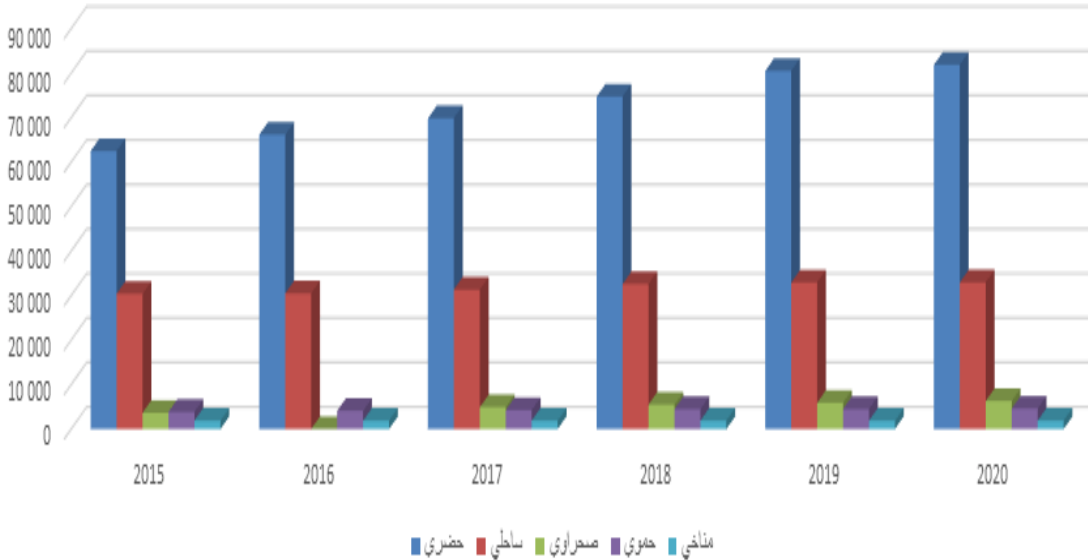
1) وزارة السياحة والصناعة التقليدية ،2022/03/20،المخطط الهيكلي للتهيئة

السياحية،2022/03/22 /المخطط-التوجيهي-لتهيئة-السياحية/

[www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz)

الملحق رقم (1) وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب التصنيف

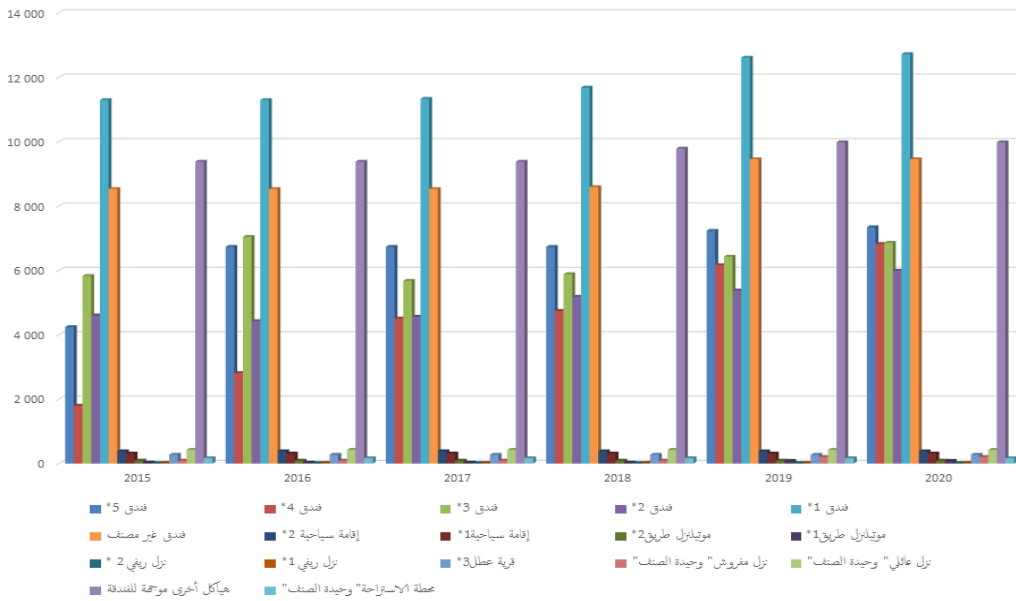
وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب الطابع



المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الملحق رقم (2) وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب الطابع

وضعية الحظيرة الوطنية للفنادق حسب التصنيف



المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الملحق رقم (3) وضعية تقدم مخطط التهيئة السياحية للولايات نهاية 2014

عدد الولايات المعنية	عدد مخططات التهيئة السياحية PAT	وضعية التقدم
09 ولايات	15	بموجب مرسوم
03 ولايات	06	على مستوى الأمانة العامة للحكومة
03 ولايات	05	في طور الإرسال إلى الأمانة العامة للحكومة
21 ولاية	93	في طور الدراسة
10 ولايات	46	في طور الإنطلاق
17 ولاية	40	غير مصنف
<b>205</b>		المجموع

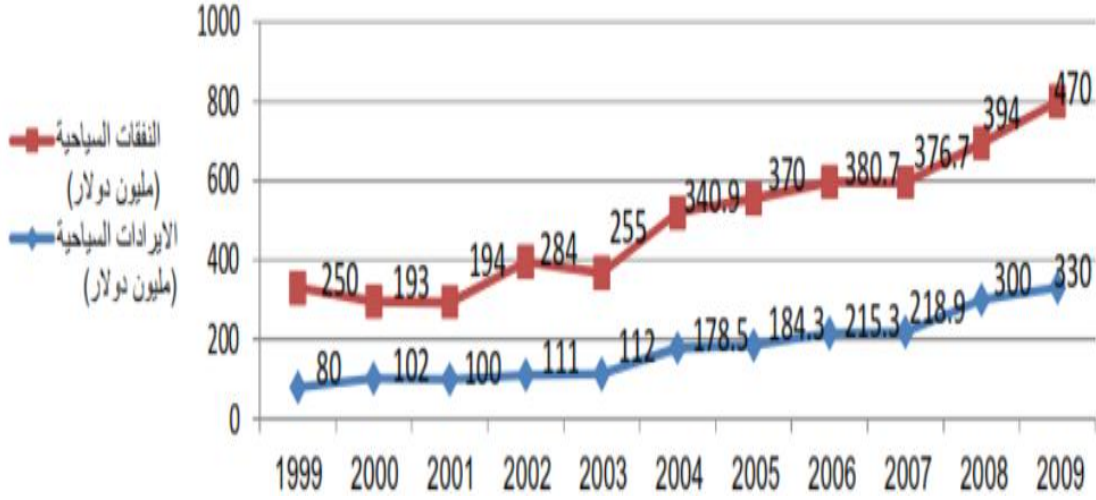
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية بيانات 2014.

الملحق رقم (4) دخول السواح عبر الحدود الجزائرية

2019	2018	2017	2016	2015	
1 933 778	2 018 753	1 708 375	1 322 712	1 083 121	مجموع الاجانب
-4,21%	18,17%	29,16%	22,12%		معدل النمو
437 278	638 360	742 410	716 732	626 873	الجزائريين المقيمين بالخارج
-31,50%	-14,02%	3,58%	14,33%		معدل النمو
2 371 056	2 657 113	2 450 785	2 039 444	1 709 994	المجموع العام
-10,77%	8,42%	20,17%	19,27%		معدل النمو

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الملحق رقم (5) تطور النفقات والايرادات السياحية بين سنوات 1999 و 2009



المصدر :

وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الملحق رقم (6) القرى السياحية المراد إنجازها في إطار المخطط التوجيهي (2030)

الأقطاب	اسم المشروع	المستثمر	الأسرة
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية مسيدة	الشركة الإماراتية ELLC	2440
القطب السياحي شمال شرق	القرية السياحية سيدي سالم	الشركة السعودية سيدار	4938
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية أقريون بجاية	سيفينال	1282
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية صيران بومرداس	الشركة الإماراتية ELLC	2697
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية MEDISEA بومرداس	الشركة الأمريكية التونسية الجزائرية سياح	17510
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية عين طاية الجزائر	الشركة الإماراتية ELLC والمجموع الكويتية	5985
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية موريتي الجزائر	المجموعة الإماراتية EMIRAL	2004
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية الساحل الجزائري	شركة التسمية القفدية الجزائرية	460
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية سيدي فرج الجزائر	الشركة الإماراتية القدرة	360
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية زوالدة	الشركة السعودية سيدار	6885
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية العقيد عباس تيزارة	الشركة الإماراتية إعمار	1240
القطب السياحي شمال وسط	القرية السياحية واد بلاح سيزاري تيزارة	مجموعة سيفينال	1426
القطب السياحي شمال غرب	الحلم السياحي وهران	مراغ وهران	5900
القطب السياحي شمال غرب	هيلوس كريستيل وهران	إقامة هيليو فرنسا	220
القطب السياحي شمال غرب	موسكاردة تلمسان	الشركة الإماراتية ELLC	732
القطب السياحي جنوب غرب	قصر ماسين تيمون - أدرار	مجموعة الجنوب SID	92
القطب السياحي شمال وسط	حديقة دينا الجزائر	المجموعة الإماراتية ELLC	1000
المجموع			55166

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية

### الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التسويق السياحي في دعم المكانة السياحية للجزائر، وعلى معرفة مدى قدرة القطاع السياحي الجزائري على إعطاء حركة تنموية للاقتصاد الوطني، في ظل الاستراتيجيات المسطرة من طرف الدولة والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2030، واشتملت عينة الدراسة على تحليل ودراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 وقد أظهرت هذه الدراسة ان للتسويق السياحي دور كبير في دعم المكانة السياحية والنهوض بها وان الجزائر وبالرغم مما تكسبه من مقومات مادية وبشرية وطبيعية كبيرة، الا انها مازالت بعيدة عند التنافسية السياحية مقارنة بالدول المجاورة ودول العالم عامة، وتعمل الجزائر على تحسين القطاع السياحي من خلال استراتيجيات ومخططات للنهوض به، لتحقيق تنمية سياحية مستدامة

**الكلمات المفتاحية :** ، التنمية السياحية المستدامة، السائح، التسويق السياحي، المزيج التسويقي السياحي، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المكانة السياحية.

### **Abstract :**

This study was aimed at identifying the role of tourism marketing in supporting Algeria's tourist standing and the extent to which the Algerian tourism sector is able to give a development movement to the national economy, in the light of the strategies outlined by the .State of Algeria in the 2030 Tourism Agenda

The sample study included analysis and study of the Tourism Planning 2030

This study showed that tourism marketing plays a major role in supporting and promoting tourism. Despite its material, human and natural potential, Algeria is still far away from tourism competitiveness in comparison with neighbouring countries and countries in the world. Algeria is working to improve the tourism sector through strategies and plans to promote it, in order to achieve sustainable tourism development.

**Keywords:**, sustainable tourism development, tourist, tourism marketing, tourism marketing mix, tourist planning. Tourist Status