

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية علوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

مجهودات إنعاش القطاع السياحي في الجزائر

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: إقتصاد وتنمية

الأستاذ المشرف:

الدكتور: أيت عيسى عيسى

من إعداد الطلبة:

- مجاهد وردة
- عديلة دليلا

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية: 2014-2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

التشكرات

نحمد المولى العزيز حمدا يليق بعظمة شأنه وعلو مقامه أن أحاطنا ببعونته
وهداه فيسر لنا أمرنا سبحانه لاحول ولاقوة إلا به وهو على كل شيء قدير.
بعد شكر الله وحمده أتوجه بالشكر الخاص إلى الأستاذ الذي رفع معنا بعزم
التحدي وحثنا على تحمل المسؤولية والإقدام على البحث بإرادة وثقة
الدكتور "آيت عيسى عيسى"

كما أتوجه بالشكر إلى الأساتذة الكرام العميد الدكتور
"مداني بن شهرة"

الذي لم يبخل عليا بأي معلومة والأستاذ "بلحري خليفة"
والأستاذة "بن زيدان" و"حري مختارية"

وكل الأساتذة علوم الاقتصادية وكل من ساعدني على إنجاز هذا البحث

الإهداء

إلي ما أملك في هذا الوجود: أمي الحنون

إلي رمز العطاء والتضحية: أبي الحبيب

إلي الذين كانوا دائماً سندا ودعماً لي:

إخوتي الأعزاء إلى كل أصدقائي الأعزاء

إلى كل أساتذتي وزملائي وكل الطلبة الذين يبذلون قصارى

جهدهم في تحصيل العلم

قائمة الجداول

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 41 | يوضح توزيع أهم المحطات المياه المعدنية حسب المواقع وخصائص العلاج | 1 |
| 72 | خطة الأعمال السياحية لأفاق 2015 | 2 |
| 73 | جدول المشاريع قيد الإنجاز الأقطاب السياحية بامتياز المنتشرة على المستوى الوطني. | 3 |

الفهرس

الشكر

قائمة الجداول

المحتويات

02 المقدمة

الفصل الأول: عموميات حول السياحة

08 المبحث الأول: السياحة (نشأتها، وتطورها، مفهومها، أنواعها).

08 المطلب الأول: نشأة السياحة و تطورها.

10 المطلب الثاني: مفهوم السياحة

12 المطلب الثالث: أنواع السياحة

15 المبحث الثاني: السياحة (خصائصها، أهميتها، العوامل المؤثرة فيها).

15 المطلب الأول: خصائص السياحة.

17 المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في السياحة.

19 المطلب الثالث: أهمية السياحة

21 المبحث الثالث: الخدمات السياحية

21 المطلب الأول: مفهوم الخدمات السياحية وأنواعها.

24 المطلب الثاني: خصائص الخدمات السياحية.

26 المطلب الثالث: مستهلك الخدمة السياحية و أهم ظروف تسويقها

الفصل الثاني: مقومات ومؤهلات السياحة في الجزائر

33 المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر

33 المطلب الأول: المقومات الطبيعية

| | |
|----|------------------------------------------------------------------------------|
| 37 | المطلب الثاني:مناطق وأنواع السياحة في الجزائر |
| 43 | المطلب الثالث:المنشآت القاعدية في الجزائر |
| 45 | المبحث الثاني:مقومات تاريخية وصناعات التقليدية ومهمة الفنادق في السياحة..... |
| 45 | المطلب الأول:مقومات تاريخية..... |
| 47 | المطلب الثاني:مقومات الصناعة التقليدية..... |
| 50 | المطلب الثالث:أهمية الفنادق في السياحة |
| 54 | المبحث الثالث:أفاق وعوائق السياحة في الجزائر..... |
| 54 | المطلب الأول:وضعية السياحةالجزائرية خلال فترة التخطيط المركزي |
| 56 | المطلب الثاني:آفاق السياحة في الجزائر..... |
| 59 | المطلب الثالث:معوقات السياحة في الجزائر |

الفصل الثالث:برامج ترقية السياحة في الجزائر

| | |
|----|------------------------------------------------------------------------|
| 66 | المبحث الأول:برنامج ترقية السياحة خلال الفترة 2000-2025 |
| 66 | المطلب الأول:برنامج ترقية السياحة خلال الفترة 2000-2013 |
| 69 | المطلب الثاني:تقييم إستراتيجيةالسياحية لأفاق 2015 |
| 71 | المطلب الثالث: إستراتيجية السياحة في الجزائر للأفاق 2025..... |
| 78 | المبحث الثاني:برنامج ترقية السياحة في الجزائر |
| 78 | المطلب الأول:رفع قدرات الاستقبال |
| 80 | المطلب الثاني:تدعيم النوعية وتحسين المحيط |
| 83 | المطلب الثالث:تحديات تصحيح وترقية صورة الجزائر السياحية |
| 85 | المبحث الثالث:اقتراح التدابير والإجراءات المتعلقة بالترقية سياحية..... |
| 85 | المطلب الأول:مفهوم ترقية السياحة |
| 86 | المطلب الثاني: دعم هيئة مكلفة بالثمين السياحي |

| | |
|----|---------------------------------------------------|
| 87 | المطلب الثالث: وضع برنامج وطني بترقية سياحية..... |
| 88 | المطلب الرابع: تظاهرات وأحداث سياحية..... |
| 91 | الخاتمة..... |
| 96 | المراجع..... |

قائمة الملاحق

الملاحق

مقدم

مقدمة:

نشأت السياحة منذ القدم ولها مفاهيمها وطرقها وأدواتها القديمة والحديثة وظل الإنسان القديم البدائي على مر الزمن في حركة شبه مستمرة التنقل للبحث عن الأمن والاستقرار والرزق الأواخر واكتساب الخبرات والتعاملات مع الآخرين وتعلم الجديد من العلوم والمعرفة والعادات والتقاليد الجديدة وطرق وسبل حياة المجتمعات الأخرى.

إن السياحة بدأت مع الإنسان كظاهرة اجتماعية تقوم على الانتقال من مكان إلى الآخر لتحقيق الضروريات الأساسية لمتطلبات الحياة اليومية، وتحوّلت وتغيرت إلى أن أصبحت حركة إنسانية وثقافية للترويح عن النفس، واكتساب المعارف والثقافات المختلفة، وممارسة الأنشطة الاجتماعية والرياضية، وبهذا اكتسبت الظاهرة السياحية مفهومها الحديث وتطورت إلى أن أصبحت السياحة أكبر صناعة في العالم.

تكتسب السياحة أهمية متزايدة نظرا للدور الهام والبارز الذي تؤديه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم كونها تؤمن موارد مالية بالعملة الصعبة وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي كما أنها ترتبط بعملية التنمية ارتباطا وثيقا، وتعمل على حل بعض المشاكل الاقتصادية التي تواجه تلك الدول كالبطالة التي تعمل السياحة على التخفيف من حدتها بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة، علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مناطق البنية الأساسية والتسهيلات اللازمة لخدمة السائحين والمواطنين على السواء، وبمعنى آخر يترتب عن السياحة مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية في المقصد السياحي.

رغم معاناة القطاع السياحي خلال التسعينات إلا أنه عاد إلى الواجهة بشكل إيجابي و هذا يعود حتما إلى الجهود الكبيرة التي بذلت و مازالت تبذل من طرف المسؤولين عن القطاع و نذكر على سبيل المثال القوانين و المراسيم التي تشجع الاستثمار السياحي إضافة إلى المشاركة في التجمعات الدولية من صالونات وملتقيات حول السياحة و ذلك للترويج بالمنتوج السياحي الجزائري، إلا أنه وبالرغم مما للجزائر من ثروة طبيعية معتبرة و متنوعة إلا أنها لم تستغل بطريقة منظمة، و هياكل الإقامة السياحية ليست في مستوى الطلب السياحي إضافة إلى الأسعار المفروضة في هذه الهياكل التي يراها السائح مقارنة بالأسعار المعروضة في دول أخرى، إن العوامل الرئيسية التي تجلب السواح غير كافية و معظم الفنادق

ومؤسسات الإقامة و الإطعام لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب الذي يسمح لها بجلب السواح خاصة الأجانب.

طرح الإشكالية:

السؤال الجوهرى الذي يمكن بلورته على النحو التالى:

- هل الجزائر تقوم بالمجهودات للنهوض بالقطاع السياحي؟
- ومحاولة منا الإجابة على هذا السؤال إن كانت الجزائر حقا تملك مجهودات وجدنا أنفسنا أمام أسئلة فرعية يمكن إيجازها فيما يلي:
- فيما تتمثل خصائص السياحة؟
- هل تتوفر الجزائر فعلا على إمكانيات سياحية حقيقية، قادرة على جعل الجزائر وجهة سياحية من الدرجة الأولى؟
- هل توجد فعلا معوقات حالت دون النهوض بالسياحة الجزائرية؟

الفرضيات:

توضح الفرضيات كما يلي:

- + تعتبر الخصائص الأساس فى السياحة
- + إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة وقادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة فى المجال السياحي.
- + ساهمت الخيارات الاستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة فى ضعف القطاع السياحي.

أسباب اختيار الموضوع:

- هناك عدة أسباب ومبررات أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع من بينها:
- + الميزة السياحية للجزائر و ما تتمتع به من مظاهر طبيعية خلابة و معالم أثرية ساحرة جعلتها قبلة للسياح.
 - + الرغبة الذاتية التي تتمثل فى التعرف على واقع السياحة فى الجزائر و المجهودات التي تقوم بها الدولة للنهوض بالقطاع.

✚ القدرات والإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر والتي تؤهلها أن تكون قطبا سياحيا ينافس دول سياحية عديدة والتي لم تستغل مما أدى إلى ضعف النشاط السياحي.

✚ الدور الاجتماعي الهام الذي تحققه السياحة من خلال خلقها لفرص العمل وتحسين مستوى معيشة الأفراد بالإضافة إلى تحقيق توازن بين المناطق.

أهمية البحث:

تكمن أهمية دراستنا لهذا الموضوع في:

✚ محاولة إلقاء الضوء أهمية القطاع السياحي خاصة فيا الجزائر.

✚ محاولة تنبيه الرأي العام لضرورة الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي وضرورة التركيز على بذل جهود أكبر في هذا القطاع.

✚ المساهمة في إعطاء صورة حية عن القدرات السياحية المتوفرة في الجزائر

أهداف البحث:

نحاول في دراستنا لهذا الموضوع الوصول لمجموعة من الأهداف وتمثل أهمها في:

✚ معرفة أهمية القطاع السياحي وتحديد أهم المشاكل التي يواجهها القطاع في الجزائر.

✚ رد الاعتبار لصورة الجزائر السياحية وتقديم الحلول الكفيلة بترقية القطاع السياحي.

✚ وضع بعض الاقتراحات والتوصيات على ضوء النتائج التي سيسفر عنها البحث.

حدود الدراسة: تركزت دراستنا لموضوع البحث عن مجهودات إنعاش القطاع السياحي في الجزائر

المنهاج المستخدم:

اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، فالمنهج الوصفي يتعلق بمختلف المفاهيم و التعاريف المقدمة أما المنهج التحليلي فتم استخدامه لدراسة وضعية القطاع السياحي وأهم التطورات التي عرفها.

أدوات الدراسات السابقة:

1- عامر عيسا ني "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر- أطروحة الدكتوراه علوم في العلوم التسيير شعبة تسيير المؤسساتاقتصادية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الحاج لخضر بباتنة،دفعة -2009-2010.

2- عوينان عبد القادر"السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025"أطروحة الدكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 03 سنة 2012-2013.

3- كواش خالد،مذكرة أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر)أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية،سنة 2003،2004.

صعوبات البحث:

لا يخلو إنجاز أي بحث من مواجهات صعوبات أو مصادفة عقبات، ولا يختلف الأمر بالنسبة لهذا البحث، فالصعوبات تمثلت في:

- نقص فئة المراجع الخاصة بالجزائر والمتعلقة بهذا الموضوع.
- تضارب الإحصائيات والتقارير الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر بين الوزارة والوكالات السياحية والدراسات الفردية.

على ضوء الفرضيات و الأهداف الأساسية للبحث تمت لمعالجة الموضوع وفق الخطة التالية:

الفصل الأول: تحدثنا عن عموميات حول السياحة حيث جاء في المبحث الأول مختلف التعاريف الخاصة بالسياحة و مختلف أنواعها.أما المبحث الثاني: خصائص وأهمية العوامل المؤثرة في السياحة. أما المبحث الثالث تطرقنا للخدمات السياحية.

الفصل الثاني: تطرقنا إلى أهم مقومات ومؤهلات السياحة في الجزائر فجاء المبحث الأول عن مقومات السياحة في الجزائر والمبحث الثاني مقومات تاريخية وصناعات التقليدية، أما المبحث الأخير أفاق وعوائق السياحة بالجزائر

الفصل الثالث: برامج ترقية السياحة في الجزائر تطرقنا في المبحث الأول: برنامج ترقية السياحة خلال الفترة 2000-2025 أما المبحث الثاني: تطرقنا إلى برنامج ترقية السياحة في الجزائر والمبحث الثالث: اقتراح تدابير وإجراءات متعلقة بالترقية سياحية

وفي الأخير ختمنا الموضوع بملخص عام لما احتوته الدراسة والتي تناولنا من خلاله عدة نتائج مكنتنا من إبداء بعض التوصيات في هذا الموضوع.

الفصل الأول

تمهيد:

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها، وأهدافها، مثل البحث عن السكن والطعام والشراب أو، البحث عن تجمعات اجتماعية معينة لغرض اجتماعي في الوقت الحاضر أصبحت السياحة صناعة لها أبعادها وأهدافها في المساهمة في الدخل القومي والاقتصادي الوطني، ولها دور كبير على تثقيف المواطن. كما أصبحت السياحة وسيلة الاتصال الفكري والاجتماعي الثقافي بين الشعوب المختلفة، بشكل يتخللها روح التفاهم والتعاون والتسامح والسلام، ومن عوامل تطوير السياحة سهولة المواصلات ووسائل النقل وإحلال السلام في العالم وتبادل الخبرات والثقافات والتطور الاقتصادي والثقافي الاجتماعي. ولهذا قسمنا الفصل الأول إلى ثلاث مباحث وهي تتمثل فيما يلي:

المبحث الأول: السياحة (نشأتها، تطورها، مفهومها، أنواعها)

المبحث الثاني: السياحة (خصائصها، أهميتها، العوامل المؤثرة فيها)

المبحث الثالث: الخدمات السياحية

المبحث الأول: السياحة (نشأتها، مفهومها، أنواعها، أهميتها)

عرفت السياحة منذ العصور القديمة أهمية لدى معظم الدول و حظيت باهتمام معظم الباحثين خاصة و أنها أصبحت تشكل قاطرة للتنمية وعامل من عوامل التطور الاقتصادي و نشاطا حركيا يكمل بقية الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ونظرا لأهمية هذا النشاط و قبل التطرق إلى المفاهيم سوف نسلط الضوء على نشأة السياحة وتطورها التاريخي.

المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها.

تعود نشأة السياحة و تطورها إلى الحياة الإنسانية علي الكرة الأرضية حيث كان يشير إلى الترحال لأغراض عديدة سواء أكانت لتأمين الطعام أو أماكن السكن أو البحث عن الناس للبقاء معهم تحقيقا لغرض اجتماعي.¹

وقد بدأ الإنسان الأول حياته وهو يسعى وراء الاستقرار علي الأرض مما أدى به التنقل و الترحال سائحا في أرجاء الكرة الأرضية و لكنه استمر حتى بعد استقراره متنقلا سائحا يسعى وراء مزيد من المتعة و الاستمتاع و الراحة، والترويح و الترفيه المتمثلة في المشاهدة لمناطق لها جمالها الطبيعي والمناطق الخلوية و أشكالها الأرضية، وغطاء مائي ونباتي، و الاحتكاك بغيره من السكان العالم للتعرف على ماأبجزوه وعلى ماهم به قائمون، وتنوع المناظر الثقافية وأساليب الحياة والتعبيرات الفنية.

وهكذا نجد أن ظاهرة السياحة، عرفت منذ القدم، إلا أن حركة الانتقال في فجر التاريخ كانت بسيطة وبدائية في مظهرها و أسبابها وأهدافها ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في العصر الحديث صناعة لها أسس و قواعد اهتمت بها الدول وسعت إلى تفهم أسرارها واستقرار آثارها ومداها والعمل على تنميتها و الاستفادة من مزاياها.²

لقد تطور مفهوم السياحة مع تطور المجتمعات فسوف نتطرق إلى مراحل تطور السياحة وهي:

1-مرحلة العصور القديمة

إن غريزة التنقل و الترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعيًا لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له احتياجاته الضرورية فكان عليه

¹ -عبدالقادر، مصطفى "دورا لإعلان في التسويق السياحي"دراسة المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان 2003م، ص38

² -الجلاد، أحمد:مدخل إلى علم السياحة، عالم الكتب، القاهرة، دت، ص33.

أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد أو تحكم تصرفاته والتزاماته. وقد بدأت هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفراعنة في الألف الخامس قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع و من خصائص هذه المرحلة هي:¹

ظهور الدول مثل الحضارة الفرعونية في مصر الحضارة الرومانية ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية أمعن أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على ما يلي:

1-1- تحقيق الفائدة: ونعني بها خلق علاقات متبادلة بين القبائل المختلفة والتي تكون أحيانا متجاورة وقد تكون بعيدة ولقد 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 وبلاد الشام و اليمن .

1-2- حب الاستطلاع: أدى الدافع لمعرفة عادات وتقاليد الشعوب إلى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف عليها و أهم الرحالة (هيروت المؤلف الإغريقي) من أوائل الرواد في العصور القديمة.

1-3- الجانب الديني: دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة مثل الصينيين الذين يعبدون "البوذا" يقطعون آلاف الكيلومترات كما كان يقوم العرب بزيارة مكة لغرض العبادة والتجارة وهو ما يطلق عليها السياحة الدينية²

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 وقد كان اتجاه السياحة في تلك الفترة العصور إلى التجارة الحج رحلات الدراسة حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للقرن الرابع عشرة الثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى وكانت البلاد الإسلامية أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية وقد انطلق الرحالة العرب من أشهرهم ابن بطوطة، البيروني. الخ وقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى حيث كان الحجاج على اختلاف أديانهم

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن 2008، ص 14.

² - نعيم طاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، طبعة 2 دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن 2007، ص 12.

يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة و كثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقومون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.

3-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 تغييرا واضحا في وسائل المواصلات وتطويرها ما أدى إلى سهولة السفر ويرى الدوكلاس بيرس أن علم السياحة تطورت تطورا ملحوظا بما يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة.

السياحة نشاط يقوم به الإنسان بغية الترويح عن نفسه من الأعمال التي يزاولها في مدة من الزمن، وقد انبثق مفهوم السياحة في البدء من التنقل والترحال، ثم أصبح بعد ذلك نشاط إنسانيا اجتماعيا يعتمد على الدوافع وحب المعرفة والاكتشاف والتعليم واكتساب المهارات والإطلاع على المعارف بشتى أصنافها، وذلك عبر رحلة إنسانية اجتماعية وتقوم السياحة اليوم أنها عنصر أساسي من حرية الإنسان ونموذج جديد للعلاقات بين الشعوب والحضارات وذلك نظرا لتطور مفهوم السياحة من فترة لأخرى، نظرا للمستجدات التي طرأت عن ظاهرة السياحة نفسها وهي مايلي¹،

فالتعريف الأول الذي يعود إلى العالم الألماني جوبير فرديلر في عام 1905، حيث يعرفها بأنها ظاهرة عصرية تنبثق الحاجة المتزايدة إلى الراحة التي تعتبر الهواء مولد الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة. وفي كتاب النظرية العامة للسياحة ظهر في عام 1943 للمؤلفين هوزكروكرأفت قالوا إن السياحة: إن السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين شريطة إن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عمل مؤقتا.²

¹ - ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره ص: 14، 15.

² - طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسي ميدانية، طبعة 2010 ص: 113.

- **تعريف (ايدموند بكاد):** إن المهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع التي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر السائحين ولكن من الوجهة المالية، أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح ويتنفع بها الذين ينتقل إليها السائح و يتجول في بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة.¹

- **تعريف (شوليرن شرانتهمون 1910):** الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بإقامة وانتشار الأجنبي داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا.

- **تعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.m.t):** وضعت المنظمة العالمية السياحية مجموعة من التعاريف، والتي تتحكم في كافة الإحصاءات التفصيلية حول السياحة وكان ذلك عام 1963 في مؤتمر نظمته حول السياحة الدولية، وهذه التعاريف هي -الزائر: هو كل شخص يتوجه إلى بلد يقيم فيه لأغراض مختلفة، وليس ممارسة العمل مقابل الأجر ويخص فئتين من الزوار هما:²

- **السياح:** تكون أسباب زيارتهم هي الترفيه، الراحة، العطل، الصحة، السياحة الرياضية أو زيارة الأقارب والمكوث على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه.

- **المتزهون:** هم الذين لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة، وهم

-الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو أداء مهمات

-وهم المشتركون في الرحلات البحرية على ظهور السفن، حتى وان تعدت مدة إقامتهم 25 ساعة وقد تبنت الجزائر نفس التعاريف السابقة (الزائر .السائح ..) وإضافة بعض التعاريف هي :

1- **الدخول:** كل مسافر عبر الحدود وداخل الوطن وخارج مساحة العبور، يعتبر دخيلا.

2- **المقيم:** هم المسافرون المتزهون العابرون بالجزائر باستثناء المتزهون في الرحلة البحرية .

3- **الغير المقيم:** كل زائر مؤقت تمنح له في حدود تأشيرة مدتها 5 أيام للعابرين جوا.

¹ -هدير عبد القادر- واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها- رسالة ماجستير في علوم التسيير - جامعة الجزائر- السنة الجامعية 2005، 2006- ص27

² -موسى سعداوي، حكيم بوجطو- أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة- الملتقى العلمي الأول حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة- جامعة بسكرة يومي 10/09 مارس 2010- ص02

4- المتزهون عن طريق الجولة البحرية: هم زوار يستعملون الباخرة نفسها ذهابا وإيابا ويقطنون بها طوال مدة الرحلة بحيث لا يعتبرون مقيمين.¹

المطلب الثالث: أنواع السياحة.

يجب تحليل القطاع السياحي اعتباره عنصرا من عناصر التنمية الخاصة في بعض المناطق وفي هذا الإطار يكتسي طابعا متعدد الأشكال وتتميز السياحة الحالية بتعدد أنواعها وإشكالاتها ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع وهي:

1- حسب جنسيات السياح: تنقسم السياحة إلى نوعين رئيسيين هما:

1-1- السياحة الخارجية (الدولية): وتكون من قبل المواطنين الأجانب داخل حدود دولة أخرى وفي جميع الحالات يتم اختيار الحدود الدولية و صرف عملة أجنبية صعبة خلال فترة السياحة و زيادة الدخل الوطني.²

1-2- السياحة الداخلية (المحلية): تتم من قبل مواطني دولة معينة داخل حدود دولتهم وتنفق فيها عملة محلية.

2- حسب هدفها: وتنقسم السياحة إلى عدة أقسام هي:

2-1- السياحة العلاجية: وهي سياحة التي تحتاج للعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتتمارس بهدف الشفاء التام والتخفيف من الآلام لأوجاع.

¹ - احمد لشهب، السياحة في الجزائر من 1962 الى 1982، رسالة ماجستير جامعة الجزائر 1987، ص1

² - حميد عبد الطائي، أصول الصناعة السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان، الأردن 2006 ص 23

و تنقسم إلى عدة أنواع حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة للعلاج وهي:¹

-السياحة العلاجية المناخية: ويتم العلاج عن طريق المناخ و ذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال و الأخر في البحار و غيرها.

-السياحة العلاجية المعدنية: تشمل السياحة المعدنية على السياحة الصحية الأكثر انتشارا. لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الإطار تماما حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية و الراحة و تملك الجزائر إمكانيات عامة من الحمامات المعدنية .

2-2-السياحة الترفيهية: تكمن فيها الحاجة للراحة الضرورية في القوى النفسية والفيزيائية للفرد علما بان كل إنسان يبحث عن التنوع في حياته و يهرب ويتحرر من الروتين و تمثل الراحة الفعالة أحيانا بتغيير مكان السكن وهدف هذا النوع من السياحة هو المحافظة على صحة الفرد.

2-3السياحة الرياضية: و تنقسم إلى نوعين سالبة و موجبة، حيث سياحة المباريات الرياضية الموجبة تتمثل بالسفر والإقامة والمشاركة الفعلية في المنافسات و يضع هذا النوع جميع أنواع الرياضيات المعروفة و تتمثل بالرياضة السياحية السالبة بالسفر والإقامة من اجل مشاهدة المباريات والاحتفالات الرياضية.

2-4- السياحة الثقافية: وتهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الشخص من خلال تشجيع حاجاته الثقافية للتعرف على المناطق والدول الغير المعروفة له وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وهذا النوع من السياحة مشهور ومعروف في مصر واليونان وايطاليا، وهي سياحة نخبوية نجدها في البلدان المتقدمة و تكاد تنعدم في الجزائر.

2-5-السياحة الرسمية: و تنقسم إلى نوعين:

-السياحة الرسمية: وتكون عندما يسافر أعضاء الوفود أو أشخاص معينين، من اجل المشاركة في محادثات رسمية أو من اجل المشاركة في احتفالات دولية معينة.

-السياحة الرسمية الاقتصادية: وتكون عندما يسافر الشخص من اجل مشاهدة المعارض التجارية والصناعية والتكنولوجية.²

¹-حميد عبد الطائي، أصول الصناعة السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع عمان،الأردن 2006ص 24

²-مروان السكر، السياحة:مضمونها وأهدافها،سلسلة الاقتصاد السياحي،دار مجدلاوي،عمان الأردن،سنة1964،ص13

سيسمح تطوير شبكات الاتصال وتحرير الاقتصاد بزيادة الزيارات الشخصية، أو في إطار التظاهرات المختلفة، كالمؤتمرات والأسواق والمعارض والمنتديات. كما ينبغي إن تركز جهود الترقية من خلال توفير عرض خاص على تنمية هذه السوق في مجال الاجتماعات المهنية التي تعرف انتشارا واسعا وذات النتائج المعروفة على الصعيد الاقتصادي.

2-6- السياحة الدينية: و تعتبر من أقدم أنواع السياحة و تتمثل في زيادة المواقع الدينية ومن أشهر المواقع الدينية في العالم التي شهدت زيارات دينية منقطعة النظير كمكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية. تعتبر السياحة ذات الطابع الديني لا يمكن اعتبارها شكلا من أشكال السياحة في الجزائر وحسب الاعتراف تتم على شكل طقوس حول الأضرحة المعروفة، وقد أدى تطور المجتمع إلى تراجع هذه التظاهرات التي تشكل تراثا كفيلا بتطوير المنتجات السياحية، من الناحية الأخرى يمكن إعادة الاعتبار للمواقع الدينية التي اعتادت على زيارتها مختلف الطوائف الدينية قصد تشجيع النشاط السياحي.

3- السياحة حسب الشكل التنظيمي و هي نوعين من السياحة.

3-1 السياحة الجماعية وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم البعض جماعيا وفق برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها وأماكن الطعام والنوم وغيرها، وهي تنظم عن طريق وكالات السياحة والسفر وتنقسم إلى قسمين:

-تنظم المجموعة الواحدة برنامج الرحلة لوحدها من حيث مدة الإقامة في المناطق السياحية و الإقليمية المراد زيارتها و تحدد طرق المبيت و الطعام المراد استخدامها من الأماكن السياحية أي انه يكون غير مخطط. لها مسبقا حسب برنامج معين.

-سياحة جماعية منظمة و يكون برنامج الرحلة معد مسبقا من قبل شركات السياحة أو وكالات السياحة و السفر. محدودة بظروف الطعام و المنام و عدد الليالي التي يقضيها السياح و الأمكنة المراد زيارتها.

3-2- سياحة فردية: وهي سياحة يقوم بها أفراد لوحدهم حيث يقيمون خارج مكان سكنهم الأصلي و تنقسم الى نوعين:- السياحة الفردية المنظمة.- السياحة الفردية غير المنظمة.¹

¹ - مروان السكر، مرجع سبق ذكره ص 13، 17

المبحث الثاني: السياحة "خصائصها، أهميتها، والعوامل المؤثرة فيها"

إن السياحة باعتبارها ظاهرة من الظواهر الاجتماعية والإنسانية و صناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية تخضع لظروف كأي سلعة من السلع الأخرى فالطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين باعتبارها المصدر الرئيس لهذا الطلب لانه يمثل أحد الموضوعات المهمة التي اهتم بها خبراء السياحة في مختلف دول العالم.

المطلب الأول : خصائص السياحة.¹

تهدف السياحة إلى الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المناطق كالشواطئ والمناطق الجبلية والمناخ والأماكن التاريخية والأثرية فهي بذلك قطاع اقتصادي لا يختلف عن القطاعات الاقتصادية التي تسعى إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية كالموارد المعدنية والفلاحة فهي صناعة تتميز بما يلي:

1- السياحة قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا أساسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى حيث يكون تأثيرا مضاعفا بمعنى إن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة، كما أنها تشكل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع.

2- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تمثل في تاريخ مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر يحصل المستهلك على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه وبالتالي الدولة المضيفة لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها كما هو الحال في المنتجات الأخرى.

3- المنتج السياحي الذي يمثل مزيج من عناصر غير متجانسة تشكل كلا غير قابل للتجزؤ وهو يسمح بإشباع حاجيات سياحية وتتمثل في الموارد السياحية الطبيعية والثقافية ... والنقل والإقامة والتنشيط والإطعام... الخ، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل الجذب السياحي وهو يتميز بعدم قابلية للفناء في أي لحظة.²

4- السياحة الدولية منتج تصديري يتعرض إلى درجة عدم الاستقرار المتعلقة بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل، بالإضافة إلى المشاكل الموسمية كما يلي:

¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1991، مصر، ص 12، 13.

² سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية الإسكندرية مصر، 2002 ص 141

-تعرض الطلب السياحي للمتأثرات الخارجية: تتمثل في وجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار صرف العملات وتغيرات مناخية غير متوقعة، بالإضافة إلى قرارات الدول بالرتابة على النقد وتحديد الحجم الذي يصرح للسائحين الخروج منه.

-تتميز السياحة بالمرونة عالية الأسعار والدخل: حيث تتأثر القرارات السياحية بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، والمرونة السعرية يمكن تحريرها بسهولة مقارنة الداخلية حيث إن أثارها سريعة عكس الثانية التي يتم تحديدها بعد فترة عادة.

-موسمية النشاط غالبية النشاط السياحي عبارة عن نشاط موسمي بسبب تركز العطل الموسمية والعطل من المنشآت المختلفة في موسم معين، كما ان العوامل المناخية والجغرافية في الدول المصدرة و المستقبلية للسائحين تساعد على ذلك، إلا إن هناك أشكال لا علاقة لها بالظاهرة كالأعمال و المؤتمرات... الخ.

-عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل إلى أماكن لآخر مما يؤدي إلى ضرورة إن تكون الأرباح المكتسبة خلال فترة الموسم، كافية لمواجهة التراجع خلال الفترات المتبقية من السنة.¹

وهذا بسبب الموسمية وقد بذلت محاولات عديدة لمواجهتها نذكر منها:

-إطالة موسم العطل توسيعا لفترة النشاط الموسمي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي كان توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.

-تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة، وهو اتجاه قوة في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع وخصوص الدول التي يسودها شتاء بارد ككندا و شمال الو.م.ا.

-تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة الموسمية لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

-تغيير حجم ومستوى العرض السياحي بحيث يتفق ومستويات تدفق السياح. بمعنى خفض نوعية الخدمات المقدمة من خلال فترات انخفاض الطلب السياحي.²

¹-نبيل الروبي، نفس المرجع سبق ذكره، ص، 16

²-سعيد محمد المصري نفس المرجع سبق ذكره، ص، 143

المطلب الثاني: عوامل المؤثرة في السياحة.

1-عوامل داخلية المؤثرة في السياحة¹

1-1 وزارة الداخلية: دورها هو التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي في البلد والمشاركة في المؤتمرات السياحية، وزارة السياحة مطالبة بوضع الاستراتيجية التسويقية المتوافقة مع الموارد والإمكانات السياحية في البلد.

1-2 الفنادق والمطاعم السياحية: إن الفنادق والمطاعم يعتبران العنصر الهام في التسويق السياحي من خلال فئاته من خمس نجوم إلى نجمة واحدة تتباين أسعارها بين المرتفع لخمس نجوم إلى المنخفض السعر لنجمة واحدة.

1-3خدمات النقل الجوي او البري: إن أجور خدمات النقل الجوية او البرية المرتفعة بالمقارنة مع الخدمات أخرى لتمر او تبط بمطارها مع الغاء الرسوم للدخول الي البلد المعني وفتح التأشيرات للدخول لها من المطار

1-4إدارة الأماكن السياحية: يجب التفكير بتأجير بعض المواقع السياحية لإدارتها من قبل شركات أو مؤسسات متخصصة في العلوم الإدارية المالية و التسويقية تحديدا و لفترات محددة قد يكون من الأمور الناجحة في هذه المرحلة التي يجري الكلام فيها حول أهمية تنشيط السياحة،ويجب على إدارة العملية السياحية وضع البرامج الفعالة للتدريب السياحي مع وضع المعايير الكفيلة بالرقابة على نوعية الخدمات السياحية المقدمة و ذلك بالتوازي مع برامج التوعية بأهمية السياحة الداخلية و الخارجية.

1-5عوامل اجتماعية وتشريعية:تتمثل في الكرامة والاعتزاز بالنفس من الأمور المهمة عند استثمارها في إعداد وتأهيل الإدلاء السياحيين،ويجب وضع المرشد السياحي و إجادته لأكثر من لغة واحدة و إتقان اللغة الإنجليزية أو الفرنسية.

1-6عوامل الاستقرار السياسي والاقتصادي:يعتبر ميزة إضافية من أجل التعاون الكامل بين مختلف المؤسسات داخل البلد.

¹الدكتور. علي فلاح الزعبي "التسويق السياحي والفندقي" مدخل صناعة السياحة و الضيافة"دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة-الطبعة الأولى 2013م-1434هـ.ص290

1-7 السياحة المختارة: إن السياح هم الذين يختارون المكان الذي يرغبونه مثل السياحة الثقافية في الأردن يوجد لها سواح ومحتملة لرواد هذا النوع من السياحة، إلا أن المطلوب الآن هو التوسع بالسياحة لقضاء الإجازات والاستحمام ويوجد فرص كبيرة لمثل هذا النوع من السياحة مثل البحر الميت.

2-عوامل الخارجية المؤثرة في السياحة:¹

إن منافسة الدولة تتمتع بعدد كبير من المزايا التنافسية في المجال التسويقي يعتبر من الأمور الهامة. حتى تستقطب السياح إليها مثلا الأردن بلد سياحي بالدرجة الأولى، ويمكن إثبات ذلك من خلال ما يلي:

2-1 تعتبر مصر وتركيا من الدول ذات السياسات التي تطبق الأجزاء المفتوحة والمزيج التسويقي الشامل والذي لا يستطيع لأردن راغبة أم غير راغبة في تحقيقه في الآجال القصير إلا أن سياسة الأجواء المفتوحة وسياسة إلغاء الرسوم أو تخفيضها تسهيلات إجراءات الدخول قد تكون في متناولي اليد المسؤولة في الأردن إذا ما أحسنت التخطيط والتنفيذ.

2-2 إن تعدد المناخات في الأردن يعتبر ميزة نسبية من الناحية التسويقية السياحية إلا أن تطوير المرافق السياحية في كل من البحر الميت والمزهرات في وسط المملكة وشمالها قد يكون في المستقبل في الأمور التنافسية الهائلة.

2-3 معقولة أسعار الفنادق والمطاعم السياحية في المملكة بالمقارنة مع مثيلاتها من الدول المجاورة يجب أن يتم استثمارها في جذب المزيد سياح المملكة من خلال وضع استراتيجيات تسويقية و ترويجية فعالة.

2-4 تنوع المواقع السياحية يتيح للمخطط الاستراتيجي في مجال التسويق السياحي تصميم مزيج التسويقي سياحي مناسب أو موقع السياحي.

2-5 وجود تشريعات مرنة أدت من ناحية التسويقية إلى وجود أو تبني المفهوم الحديث للتسويق بشكل عام والسياحي بشكل خاص والمتمثل بالتعرف على حاجات و رغبات السياح و العمل من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة يتم وضعها بواسطة الخبراء في مجالات التسويق و الترويج السياحي.

¹ الدكتور على فلاح " التسويق السياحي و الفنادق" ص 291

المطلب الثالث: أهمية السياحة

تنبع أهمية السياحة من حاجة الإنسان إلى الراحة والترفيه عن النفس من الإرهاق العضلي والنفسي والعقلي والدهني الناجم أحيانا عن أعباء وكشاق الحياة اليومية ومن ثمة حاجاته إلى استعادة الطاقة وتجديد الاستعداد للعمل والبناء إذ إن السياحة والاستجمام داخل البلد أو خارجها، وعطائه و تفاعله مع الطبيعة والثقافة والتاريخ وزيادة إبداعه وطاقته في العمل لدرجة إن المفكر ليفارنوس¹ يصف السياحة بغذاء الروح والنفس. وتمثل صناعة السياحة قوة فاعلة في الاقتصاد العالمي فهي تلعب دورا حيويا في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية لمعظم شعوب الأمم. ولقد أصبحت السياحة أهم نافذة في عصرنا الحاضر نظرا لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة أهمها ما يلي:¹

1- الأهمية الاقتصادية: أصبحت السياحة في كثير من دول العالم تمثل " قطاعا اقتصاديا رئيسيا يعمل على ضخ العملات الصعبة، وجذب الاستثمارات الأجنبية ويوفر إعدادا لا يستهان بها من فرص العمل حيث تعتبر السياحة بمجالاتها المختلفة "أكبر صناعة في العالم في مجال تشغيل اليد العاملة، والقضاء على البطالة، وبالتالي تساهم في اقتصاديات الدول «وطبقا لتقديرات مجلس السياحة والسفر العالمي بالتعاون مع المؤسسة وأرتون للتنبؤ الاقتصادي تقدم السياحة فرص عمل مباشرة وغير مباشرة لأكثر من 200 مليون شخص حول العالم وبمعدل عامل لكل تسعة عمال يعملون في الصناعات الأخرى، ويصل عدد الوظائف المرتبطة بالأنشطة السياحية إلى 350 مليون وظيفة في عام 2005م وتولد السياحة 10.3% من جملة الأجور العالمية وبما عادل 1.7% تريليون دولار وبنسبة 10.1% من جملة الناتج المحلي الإجمالي، ويمثل الإنفاق الاستهلاكي لخدمات السياحة 11% من جملة الإنفاق الاستهلاكي الكلي العالمي.²

وتعتبر صناعة السياحة سوق قابلة للتوسع بحيث تشمل كافة الصناعات الأخرى مثل التجارة الصناعة والزراعة والسياحة كصناعة لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بنيان وأداء الاقتصاد القومي. فالسياحة باعتبارها نشاط ديناميكي حركي ذات تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الأنشطة الاقتصادية في الدولة وخارجها، فهي تتأثر وتتأثر على نشاط الإنتاج والاستهلاك والنقل، الرحلات، الاتصالات، المطارات، الفنادق، البنوك والعمليات التجارية الداخلية والخارجية... الخ³

¹-الكتاني، مسعود مصطفي، علم السياحة و المتزهات دار الحكمة، الموصل، 1990ص7

²-الطائي، حميد عبد النبي: أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوارق لنشر عمان، الأردن، طبعة الأولى 2001ص، 31، 30

³-توفيق، ماهر عبد العزيز: صناعة السياحة دار زهران للنشر و التوزيع عمان، الأردن 1997ص12

2- الأهمية الحضارية والثقافية للسياحة: وتتمثل هذه الأهمية في انتشار ثقافات الشعوب والاهم بين أقاليم العالم المختلفة، كذلك على زيادة المعرفة شعوب الأرض ببعضها البعض وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم. والسياحة اليوم أصبحت سفيرا لإزالة المعوقات الخاصة باللغة والعرق والجنس، الطبقات الاجتماعية كما إن السياحة ساهمت فبالحفاظ على اثار الامم والشعوب من خلال الحماية والتجديد. ويعتزز رقي الحضارات من خلال التبادل الاجتماعي والثقافي ليس داخل البلد الواحد باختلاف أقليته، وانم من خلال انتقال الناس عبر الحدود في إطار عالم واحد تتراوح فيه الثقافات وتنمى خدمة للبشرية برمتها.

3- الأهمية البيئية والعمرانية:

حيث تمكنت السياحة من "استغلال امثل للموارد والمعطيات الطبيعية وترفع المحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها على اعتبارها ثروة وطنية كذلك تعمل النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأراضي بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة ولا تسبب أي مشاكل أو أثار بيئية سالبة بالإضافة إلى ذلك تؤدي النشاطات السياحية إلى الاهتمام بالبعد الجمالي للمعطيات سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان، وهذا بدوره يشكل دافعا للمحافظة على هذه المعطيات وصيانتها وترميمها.¹

وتتمثل أهمية السياحة فيما يلي:

- زيادة الدخل القومي الإجمالي للبلد: وتحدث هذه الزيادة من خلال الاستفادة من الخدمات التالية : إقامة، طعام، شراب، البضائع، هدايا، وقود، مشروبات... الخ. تساهم السياحة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي وتعود الأهمية الاقتصادية في صناعة السياحة إلى ما تجذب إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس الأموال. تساعد السياحة في تشغيل اليد العاملة و القضاء على البطالة. تشمل السياحة جميع الأنشطة الاقتصادية في الدول وخارجها، فهي تتأثر وتؤثر على نشاط الإنتاج، الاستهلاك، النقل الرحلات الاتصالات، المطارات وعمليات التجارية والخارجية... الخ، تزداد أهمية السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض، والموازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة وتحقيق صناعة السياحة .

¹ - غنيم، عثمان محمد وسعد بنينايبيل: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكافئ شامل ومتكامل، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان الاردن

المبحث الثالث: الخدمات السياحية

إن للخدمات السياحية مفاهيم واسعة و شاملة، و أشكالها باتت متنوعة أيضا مما يعني ضرورة التعامل مع متغيراتها على نحو واسع و فعال، وهذا ما يتطلب التحديد الدقيق لمفهوم الخدمات و تعريفها و كيف يمكنان نميزها عن السلع من خلال خصائصها العديدة و في الوقت ذاته معرفة أنواعها و تقسيماته.

المطلب الأول مفهوم الخدمة السياحية:

ظهرت أهمية الخدمة كظاهرة عامة في مختلف المجتمعات و لسنا بصدد التطرق إلى الجانب التاريخي عن طبيعة استهلاك الفرد و كيف كان يخصص معظم دخله للجوانب الاستهلاكية، تصرفه على أساس الملابس و المأكل و المسكن. ولكن نلاحظ هذا الاتجاه إلى التقليل من الاتفاق على السلع الاستهلاكية قد شهد زيادات متقبلة يقابلها زيادة في الاتفاق على جوانب أخرى في الحياة العادية. التي تأخذ صفة الخدمات كال فنادق و المطاعم و المرافق السياحية وغيرها من الخدمات فهناك العديد من الأفراد في معظم المجتمعات يخصصون جزءا مناسباً من دخولهم لإنفاقها على السفر و السياحة في الإجازة السنوية حيث قد يعدلها من وقت طويل أثناء السنة، و ذلك راجع إلى ارتفاع مستوى المعيشة و مدة الراحة عند البعض الآخر.¹

و في نفس الوقت لا ننسى أيضا أن تقديم العديد من الجوانب الحيوية في الحياة كان على حساب المستهلك، فما ينفقه المستهلك من الخدمات الفندقية و السفر و الدراسة و غيرها من الخدمات في معظم المجتمعات الرأسمالية قد يصل أحيانا خمسي مجموع النفقات و السبب في هذا يعود إلى ارتفاع تكاليف الخدمات بشكل مميز و واضحاً إن الخدمات السياحية كلما كانت ذات جودة عالية كلما تقربت السياحة المحلية من جودة السياحة

هناك العديد من التعاريف للخدمات السياحية والتي تبادلها العديد من الباحثين و الكتاب، فقد عرفت الخدمة السياحية بأنها بأي فعل أو أداء يقدمه احد الأطراف إلى طرف آخر، و يكون الأساس غير ملموس و لا ينجم عن تملك شيء ما و إنتاجه قد يكون أو لا يكون مرتبطاً بمنتج مادي.²

¹ - أبو رمانة، اسعد حماد، التسويق السياحي و الفندقية و الأسس العلمية، دار مكتبة حامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن سنة 2000 ص 3 و 4.

² - هاني خالد ضمور "تسويق الخدمات" دار النشر، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2008، ص 61

و عرفت الخدمات السياحية بأنها أوجه النشاط غير المادي تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال و يجب إلا ترتبط بخدمات بيع منتجات أخرى.

فالخدمات السياحية إذا هي منتجات غير مادية يتم التعامل بها في أسواق معينة تهدف أساسا إلى إشباع حاجات و رغبات المستهلك و تساهم في توفير جانب كبير من الراحة و الاطمئنان و الرعاية كما تحقق نوعا من الاستقرار الاقتصادي سواء على مستوى الفرد أو مستوى المجتمع.

او هي زيادة الطلب على سلسلة من الخدمات لأجزاء هذه الرحلة المرتحلة و الثابتة فكل منها يمكن إن نخلق طلبا لأكثر من مرة في الرحلة الواحدة في أثناء هذه الزيارة أو الرحلة، و تشمل الخدمات السياحية الإيواء و التجهيز السياحي و الأطعمة و المشروبات و التسلية و الترفيه .. الخ

ومنه يمكن منع مقارنة الخدمة بين عرضها كمنتج أو كخدمة:¹

1- مجرد منتجات ملموسة: هنا يتضمن العرض ابتداء بسلعة ملموسة مثل الصابون أو معجون الأسنان حيث لا يرافق السلع أي خدمة.

2- سلعة ملموسة: يرافقها تقديم خدمات وذلك عرض السلع كسلعة ملموسة مرفقة بنوع أو بنوعين من الخدمات مثال: تقديم احدي الفنادق خدمات و سلع بنفس الوقت للترلاء.

3- الخدمة الصافية: تتضمن العرض لمجرد خدمة لا غيرها مثل خدمات العلاج الطبيعي الذي تقدمه المنتجات العلاجية و لكن يجدر بنا الإشارة إلى صعوبة الفصل بين المنتج و الخدمة و قد يكون ظهور الاقتصاد الخدمي أمرا اصطناعيا ناتجا عن نظام سلم التصنيف و الحقيقة هي ان هناك اقتصادا موجودا وانه مصمم لأجل إشباع حاجات و رغبات العملاء بصرف النظر إذا كانت هذه الحاجات و الرغبات تشبع بوسائل ملموسة أو غير ملموسة.

¹ - كواش خالد "مكانة وأهمية القطاع السياحي في النشاط الاقتصادي، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، 1997، ص23

أنواع الخدمات السياحية: ¹

تقسم الخدمات السياحية على عدة أنواع وهذا حسب طبيعة استغلالها تتمثل في:

1- الخدمات التكنولوجية وهي خدمات تستعمل على شكل مواد تجهيز تكنولوجية مثل الهاتف، الإعلام الآلي... الخ.

2- الخدمات المهنية: وهي خدمات تعتمد على الخيارات و المهارات و الفنية و هي على اتصال دائم مع الزبون و تقدم له خدمات كثيرة مثل المحاسبة.. الخ.

3- خدمات الاستقبال هي القلب النابض لكل الخدمات خاصة الفندقية منها حيث.....

4- الخدمات الإعلامية حيث يتم من خلالها إيصال المعلومات التي يحتاجها الزبون، أما الخدمات فهي مقسمة على خدمات قاعدية وإضافية:

5- الخدمات القاعدية: وهي الخدمات الأساسية التي من أجلها يتقدم الزبون لاقتنائها مثل خدمة الفنادق الأساسية والمتمثلة في النوم و الإطعام و الاستقبال وناستخلص مدى أهمية هذه الخدمة لان الأفراد عند إقبالهم على شراء منتج معين فهم لا يشترون المنتج بل يشترون الخدمة ولنا أمثلة على ذلك:

* شراء سيارة ليس هو الهدف ولكن الوسيلة من الشراء هو التنقل والترفيه.

* الذهاب إلى الفنادق الضخمة ليس هو الهدف ولكن الهدف هو التمتع بالخدمات ذات المستوى العالي.

بالخدمات الإضافية و تنقسم إلى قسمين هما:

- الخدمات الإضافية الأساسية وهي التي تكون مرتبطة مباشرة بالخدمات القاعدية كإحساس بالراحة و التخلص من الضجيج أو الاقلال منه، مثال: في فندق الأوراسي - معظم الفنادق الراقية.

- الخدمات الإضافية التكميلية: وهي غير مرتبطة بصفة مباشرة بالخدمة القاعدية، بالإضافة إلى الأنواع السابقة هناك خدمات أخرى ممثلة في:

* الإيواء: وتشمل خدمات الفنادق، والأكواخ المؤقتة والشقق المفروشة للسياح.

¹ - سراب إلياس، حسن الرفاعي، محمود الدماسي، حسن عطيير "تسويق الخدمات السياحية" الطبعة الأولى، عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع 02،

* **النقل:** ويشمل الخدمات السياحية و الفندقية تقدم للسياح لتسهيل نقلهم من مكان لآخر من خلال توفير خدمات سياحية مثل الطرق و السكك الحديدية و المائية أو القطارات السياحية المريحة و غيرها من وسائل النقل المختلفة

* **الطعام و الشراب:** و تشمل خدمات الطعام و الشراب التي تقدم للسياح في طريقهم للمنطقة السياحية أو الفنادق المراد الإقامة فيها.

* **خدمات سياحية و ترفيهية و تكميلية أخرى** تشمل الخدمات الرياضية: تمكن السياح من الممارسة أو المشاركة الفعالة في الأنشطة الرياضية المختلفة وخدمات ثقافية ودور السينما وأماكن العبادة الدينية وخدمات الاستقبال والتنظيم كمكاتب السياحة والسفر وخدمات اجتماعية عامة تشتمل على بنية تحتية عامة مثل المرافق الصحية والعلاجية ومرافق الأمن وإنقاذ الحياة.

المطلب الثاني: خصائص الخدمة السياحية و عناصرها¹

تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص فهذه الخصائص هي خصائص تختلف عن خصائص المنتج و يمكن عرضها فيما يلي:

1- خدمات غير ملموسة تتمثل في عدم القدرة أو القابلية بشكل فعلي على التقسيم من خلال استخدام الحواس الخمس (اللمس،السمع،الشم،التذوق،النظر) و يمكن للمؤسسات السياحية بناء إستراتيجية تسويقية لجعل الغير ملموس ملموسا.

وذلك من خلال إثباتات منافية مثل تسهيلات وتجهيزات ومعدات التي يحتوي الفندق فيها مثل الإعلان و هي وسيلة تساعد على جعل الغير ملموس ملموسا.

2- عدم التشابه في الخدمات أي من المستحيل وضع نمط معين للخدمات بحيث لايمكن تقديم خدمة نفسها كل مرة.

3- الخدمة تحتاج إلى جهود شخصية لتسويقها وبذلك تحتاج الى تسويق مهارات في مساعدة التسويق في تعيين و شراء ما يحتاجونه من خدمات مثلا إن كسب الفندق لعدد كبير من التزلاء يعتمد على قدرة رجل البيع في إقناع السائح أو العميل لمزايا الخدمات الفندقية المقدمة.

¹ -محمود جاسم الصميدعي "مدخل التسويق المقدم" دار زهراء للنشر والتوزيع،عمان،الأردن ص214

4- مؤسسة الخدمات و التي تتصف بموسمية العمل ،حيث هناك زيادة على العمل في أشهر معينة كموسم الذروة و فيه تكون نسبة الإشغال عالية.أما موسم الكساد و هو انخفاض الخدمات و نسبته غالبا ما تكون دون المستوى في عدة أشهر من السنة أيضا.

5- المرونة في الخدمات حيث إن استجابة القطاع السياحي للمتغيرات البيئية تكون كبيرة،فالظروف السياسية و الاقتصادية لها تأثير على زيادة أو انخفاض عدد السياح.

6-إنهاء الخدمات وتلاشيها حيث لكل خدمة سياحية حياة قصيرة تظهر و تزول خلال فترة معينة و الذي يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى مثل عندما يخسر الفندق كثيرا من عدم تردد التزلاء يوميا إلى غرفه.

7-الخدمة السياحية غير قابلة للقسمه أي انه لا يوجد وقت بين لحظة تقديم الخدمة و لحظة استهلاكها بحيث أنها تصنع و تنتج في نفس الوقت الذي تستهلك فيه أيأنها غير قابلة للتخزين.

8-الخدمة السياحية مرتبطة بالحاصل عليها:إذا كانت تحمل التدخل البشري فان ذلك يدل على مدى أهمية الشخصية المعنية بالنسبة للخدمة.وإذا كانت المؤسسة تنتج وتستهلك في نفس الوقت فهذا يؤدي إلى النتائجالتالية:-أهمية المشاركة بين الزبون والأعوان

-أهمية مشاركة الزبون.

-إمكانية تكييف أداء الخدمة لكل زبون

9-الخدمة السياحية غير نمطية وذلك نظرا لاختلافات حاجات الزبائن و اختلاف مقدمين للخدمات،فالخدمة التي تقدم في الشمال تختلف عن الخدمات المقدمة في الجنوب الجزائري والخدمة المقدمة في فصل الشتاء تختلف عن فصل الصيف.¹

ومن بين عناصر الخدمة السياحية ما يلي:

-البنية التحتية من تحت الأرضأو على سطحها.

-المصادر الطبيعية و التي تقسم إلى مقياس للطلب السياحي.

-النقل المختلف الأنواع من طائرات سيارات،سفن،قطارات...الخ.

¹محمود جاسم الصميدعي"مدخل التسويق المقدم" ص220،

-البنية الفوقية من ما فوق الأرض من التجهيزات السياحية كمباني،المطارات الفنادق،المطاعم،و منشآت الترفيه والمخازن...الخ.

-الضيافة بأنواعها المختلفة مثل الاستقبال و الإقامة الجيدة للضيوف و اللطف و الصدق و الرغبة في الخدمة والتعرف على السياح.

المطلب الثالث:مستهلك الخدمة السياحية و أهم وسائل تسويقها:¹

لفهم علاقة السائح بمحيطه يجب التطرقعلي مجموعة من التعاريف ومن بينها السائح أوالعميل أوالمستهلك للخدمة السياحية والخصائص والطلبات وميولات و دوافع وكيفية تأثيره و تأثيره.

1-مفهوم السائح:

إن لتحديد مفهوم السائح أهمية كبيرة ،فتطور مفهوم السائح مثلما تطور مفهوم السياحة عبر الزمن،فعرفته لجنة الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم المتحدة لسنة 1937 على انه "كل شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر لمكان غير الذي يقيم فيه بصفة دائمة لأسباب عديدة: تمتعية دينية...الخ".

وعرفت اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة سنة 1953 الزائرين على إهم غير المقيمين الذين يقصدون البقاء سنة أو اقل بدون مزاولة مهنة يعيشون منها في الدولة إما مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر لسنة 1954 فقد وصل إلى تعريف السائح كما يلي: كل شخص بدون تميز لعنصر أو جنس أو لغة لفترة لا تقل عن 24 ساعة و لا تزيد عن ستة أشهر وذلك في خلال 12 شهر لأغراض مشروعة غير الهجرة".

و أعاد مؤتمر الأمم المتحدة للسفر و السياحة الدوليين سنة 1963 النظر فيتعريف السائح ووصل إلى تعريف شامل يتمثل فيما يلي:"السائح هو أي شخص يزور دولة غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غيرالسعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها".

وشمل هذا التعريف على فئتين للسائحين والمسافرين و المتترهين حيث إن:

-السائحون: هم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة بغرض قضاء وقت الفراغ،الترفيه،الصحة،الرياضة،الدين،أغراض عائلية.

¹--يسري دعيس ،العولمة السياحية دوافع الدول المتقدمة و الدول النامية،الملتقى المصري للإبداع و التنمية ،الطبعة الأولى،الإسكندرية،مصر

-المسافرون المتزهون: هم الزائرون يقيمون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.¹
و يعرفه السائح من طرف الاتحاد الدولي للصحفيين و الكتاب السياحيين بفرنسا على انه: الشخص الذي ينتقل لغرض ما خارج الأفق الذي اعتاد الإقامة فيه، و ينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبة الاستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة و لسد حاجاته من الاستحمام والمتعة.

و بالتالي فان الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم: الجيوش و القوات المسلحة الأجنبية، أعضاء الهيئة الدبلوماسية اللاجئون الذين يقصدون البلد بهدف الإقامة الدائمة، المسافرون العابرون، عمال الحدود و العمال المؤقتون الذين يركبهم عقد عمل مؤقت مع دولة أجنبية.

وسائل تسويق الخدمات السياحية²

1-الدعاية السياحية الداخلية: إن الإعداد السياحي يجب أن يسير جنبا إلى جنب مع عملية التسويق السياحية القاعدة التي تخدمه، وتعد الخدمة الفندقية المرضية على اختلاف مستويات الفنادق ودرجاتها المسيرة للسائحين سوءا في التفتيش الجمركي او النقد والمواصلات المريحة إعداد محكما لتوصيل السائحين الفرادى والسائحياء لمجموعات إلى الفنادق التي يتزلون فيها وفي بلوغهم المقاصد من الرحلات السياحية الداخلية التي يقومون بها، وكذلك انتشار الحدائق ونظافة المدن .

2-الدعاية السياحية الخارجية: والتي تهدف إلى التقريب بين الطلب والعرض السياحي بإيصال ما يكون عرضا سياحيا داخل البلد المعين إلى السائحين المحتملين في السوق السياحية المختلفة. كما يجب على وسائل الدعاية إن تشتمل على أمرين هامين هما:

-خلق وتوجيه الحاجة السياحية (الطلب السياحي)

-تسهيل الحصول على المعلومات الكاملة على مدى ونوع وكيفية العرض السياحي

يجب إن يتوفر في المادة الدعائية ما يلي:

التنوع والتطوير بحيث تلاؤم المادة السياحية مختلف الأذواق في السوق السياحية.الصدق بحيث تبني المادة الدعائية على معلومات حقيقية لا يوجد فيها مبالغة، حيث ان السائحون سرعان ما يكشفون

¹حالد مقابلة التسويق الفندقي، دار زهران، عمان، الاردن 1998 ص8

²- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2009، ص45

اي مبالغة عندما يقومون بزيارة البلد السياحي من خلال الدعاية المقدمة فيها استمرارية الحملات الدعاية وانتظامها لفترات طويلة .

وسائل الدعاية السياحية:

الصورة مؤثرة في الطبيعة والمقومات الحضارية والإعداد العمراني بشكل واضح ،يجب ان تخاطب الوعي والخيال معا الكلمة المسموعة سوءا كانت في المحافظات أوالأحاديثالإذاعة والتلفزيون وحفلات الاستقبال الدعاية الكلمة المكتوبة وتشمل على مساحات إعلانية كبيرة في الصحف والمجلات والمقالات تحريرية أو كتابات،ويجب ألا تسيرعلى نمط واحد بل يجب إن تتحرر من القيود وان تنطلق.

البيئة التسويقية:نقصد بالبيئة التسويقية كل العناصر التي من خارج الفندق والتي تؤثرعلى نحو مباشر أوغير مباشرعلى الأنشطة التسويقية وتشمل القوانين والتشريعات،السياسة،المجتمع والاقتصاد.

إن المؤثرات التسويقية المشار إليها سابقا تسهم بشكل واضح في تحديد الإستراتيجية التسويقية للفندق وبخاصة وان تعددها ودرجة تأثيرها تتباين من مجتمع لآخر كما قد تظهر المنافسة كأداة فاعلة في مجتمع أو مجتمع لآخر.

مؤسسات تسويق الخدمات السياحية والفندقية:تشتمل على ثلاثة مؤسسات تسهم في تنوع الخدمات السياحية والفندقية وهي¹:

أولا: منشأة القطاع العام:

إن القطاع العام يمتلك عدد كبير من المنشآت السياحية الفندقية والتي تتولى الخدمات السياحية مما يتيح ذلك إلىإسهام القطاع العام من خلال استثمارات كبيرة لتسهيل حصول السواح على هذه الخدمات وتشمل هذه الخدمات إقامة فنادق وشركات نقل سياحي ،ولكن هناك مشاكل يعاني منه القطاع العام تتمثل في تعقيد الإجراءاتالإدارية مما يستوجب ضرورة تحرير مثل هذه المنشآت من القيود المالية والإدارية التي يمكن ان تعوق نشاطها باعتبار إن النشاط السياحي يحتاج غالى المرونة في العمل ولا يمكن إن يتلاءم مع القيود المالية الحكومية.

¹ - عصام حسن السعيد ،التسويق والترويج السياحي والفندقي ،مرجع سبق ذكره49

ثانيا: منشأة القطاع الخاص:

يلعب القطاع الخاص دورا حيويا في تنشيط وتطوير السياحة خاصة بسبب المرونة التي تتمتع بها إدارة هذا القطاع وعدم التقيد بالنظيم المالية والإدارية التي تشل حركته، ومن هنا يجب على القطاع الحكومي دعم هذا القطاع على القيام بدور أساسي في النشاط السياحي. وذلك عن طريق إنشاء المنشآت السياحية الصغيرة الحجم والمتوسطة أو المشاركة في هذه المنشآت مع منح هذا القطاع تسهيلات ومزايا بسيطة بهدف دعمه وتمكنه من أداء مهمته مثل تقديم القروض بفوائد بسيطة ثم إعفاء القطاع الخاص من الضرائب لفترة معينة منذ بدء قيامه بالنشاط بهدف جذب رؤوس الأموال الخاصة النشاط السياحي.

ثالثا: القطاع الأجنبي.

إن القطاع الأجنبي يلعب دورا هاما في الأقطار المختلفة، وهذا الأمر يدعو إلى العمل لتشجيع رؤوس الأموال الأجنبية للمساهمة في المشروعات السياحية على اختلاف نوعيتها، ولتحقق الأرباح في الميزانية النقدية للدولة عن طريق تدبير العملات الأجنبية بصفة خاصة بهدف تنمية السياحة لديها مع توفير عوامل الاستقرار والأمان وتوفير كافة التسهيلات والمزايا المتاحة، ان تحديد حجم طاقة الإقامة المعروضة يترتب على ذلك تحديد حجم العمالة المتاحة للنشاطات التجارية التكميلية الأخرى كالطعام والشركات والوكالات السياحية والسعر وشركات النقل السياسي .

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق التطرق إليه حاولنا إعطاء جملة من المفاهيم السياحية نشاط ضروري حياة الناس الذي يمتد ويحاول الاحتكاك بمختلف الميادين سواء الاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية ومن خلال ما تم التوصل إليه فبهذا الفصل تعتبر السياحة عموماً ظاهرة شمولية واسعة لأنها لم تبلغ في وقتنا هذا أقصى نمو لها، فهي نشاط جد حساس لأنه يمس كافة الناس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

الفصل الثاني

تمهيد:

تمثل الجزائر منتوجا سياحيا متكاملا فهي تمتلك شواطئ جميلة تطل على البحر المتوسط وغابات وجبال ومناطق صحراوية رائعة بالإضافة إلى آثار لمدن رومانية وإسلامية تعبر عن حضارات قديمة ورغم هذه المعطيات الجيدة فإن الجزائر غابت عن خريطة السياحة العالمية بسبب عدم الاهتمام بهذا القطاع سابقا. وبعدما ثبت الدور الفعال الذي يؤديه هذا القطاع في التنمية من خلال تجارب دول عديدة، أصبحت السلطات تهتم به وأولته عناية خاصة. ووضعت حاليا وزارة السياحة برنامجا يهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة للسياحة و نظر للإمكانيات والموارد السياحية الهامة التي تزخر بها الجزائر.

قسمنا الفصل الثاني إلى ثلاث مباحث وهي تتمثل فيما يلي:

- المبحث الأول مقومات السياحة في الجزائر

- المبحث الثاني: مقومات تاريخية والصناعات التقليدية ومهمة الفنادق في السياحة

- المبحث الثالث: آفاق وعوائق السياحة في الجزائر

المبحث الأول: مقومات السياحة في الجزائر

تعتبر الجزائر من الدول العربية التي تحتوى على مقومات وإمكانيات سياحية هامة سواء كانت طبيعية حضارية وإمكانيات مادية بشرية مسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية وتعتبر هذه الموارد أساس النشاط السياحي فبدونها لا وجود للنشاط السياحي.

المطلب الأول: المقومات الطبيعية للجزائر.

تعتبر مقومات طبيعية من أهم العوامل لجذب السياح إلى أي إقليم سياحي كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي، ومناخ وشواطئ و غطاء نباتي تعطى الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السياح.

1. الموقع: تعد الجزائر القلب النابض للمغرب العربي والبوابة الإفريقية المطللة على أوروبا والبحر الأبيض المتوسط فهي دولة تجمع بين الصفات الإفريقية والمتوسطة، يحدّها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الغرب المغرب ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الجنوب الغربي موريتانيا، ومن الشرق تونس وليبيا فهي أكبر بلد إفريقي حيث بعد السودان، تقع بين خطي عرض 18° و 38° شمالا و بين طول 9° غربا و 12° شمالا بمساحة تقدر ب 2381741 كلم² وشريط ساحلي يقدر بـ 1200 كلم يتسم بأروع المناظر والشواطئ¹.

2- الأقاليم الطبيعية: تنقسم الأقاليم في الجزائر إلى:

2-1- الساحل: يشغل هذا الإقليم شريطا محدودا طوله 1200 كلم، يتميز بارتفاعه وتكوينه الصخري حيث أن الكتل الصخرية المشكلة له يتجاوز علوها 1000م أحيانا، كما أنه يحتوي على عدة مناطق إستراتيجية من الناحية البيئية بحكم موقعه الجغرافي في حوض الأبيض المتوسط. وتنوع المناخ أو يحتوي الساحل على أنظمة بيئية بحرية، وكتبان رملية وأنظمة ساحلية قرب الغابات من الشرق إلى الغرب.

2-2- الأطلس التلي: يمتد على شكل سلاسل جبلية باتجاه جنوب شرق وشمال شرق، تحصر بينهما جيوبا سهلية ساحلية ضيقة كوهران و متيجة و عنابة و سهول داخلية مرتفعة واسعة نسبيا في أحواض الأتجار والأودية وسفوح الجبال كتلمسان و سيدي بلعباس و قسنطينة.

¹كواش خالد، مذكرة أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر) أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، سنة 2003، 2004، ص. 111-

2-3- الهضاب العليا: تمتد على شكل حزام عرضي من أراضي يتراوح علوها بين 900 و1000م تأخذ أحيانا طابع الجبل، و بها العديد من المنخفضات ويشكل، العرض التضاريسي المتمثل في جبل الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والهضاب الغربية.

2-4- لأطلس الصحراوي: عبارة عن سلسلة جبلية طولها 700 كلم من فجيح غربا إلى إقليم الزاب شرقا، ويمثل حدا طبيعيا بين الشمال والجنوب وحاجزا، في وجه رمال الصحراء وتضم مرتفعات عديدة كجبال القصور، و بها قمة سيدي عيسي 2328م، جبال العمور والأوراس.¹

2-5- الصحراء: إقليم شاسع يتكون من صحور بركانية قديمة، وهي تتشكل من التضاريس التالية:

2-5-1- نطاق المنخفضات: تقع في الشمال الشرقي حيث نجد منخفض ملغيغ 32م عن مستوى السطح البحر وتنتشر أهم الواحات به كوادي سوف ووادي الزيان ووادي الريغ.

2-5-2- نطاق الهضاب الصخرية: عبارة عن تكوينات صلبة تغطيها صحور جيرية رملية على شكل صفائح طبقية تسمى الحمادة ونجدها وسط الصحراء أهمها هضبة تادميت 896م فوق مستوى سطح البحر وحمادة وذراع غرب تندوف.

2-5-3- نطاق المرتفعات: يتواجد في الجنوب الغربي الصحراء في منطقة التاسيلي، أغلب تكوينات جبلية ناتجة عن اضطرابات بركانية يصل ارتفاعها إلى 2254م بها وادي، جرت الذي يتشكل معلما أثريا وسياحيا عالميا، حيث نجد رسومات التاسيلي القديمة وفي منطقة الهقار الشاسعة (50 مليون كلم)، توجد أعلى ارتفاع في الجزائر.

2-5-4- نطاق الرمال: هي سهول تغطيها الرمال وتشمل أكبر أجزاء الصحراء وأهم أشكالها:

الرق: سهل صخري مغطى بالحصى أو أحواض منخفضة ملتهتها السيول الجارفة بالرواسب الصخرية وهي صالحة للحركة حيث تشكل مسارات العديد من طرق الصحراوية.

العرق: سطح واسع الأطراف تغطيه كثبان رملية تتراوح ارتفاعها ما بين 260م و500م وتنتشر بكثافة في الشرق الممتد من الحدود التونسية حتى المنخفض.²

¹- محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر مرجع سبق ذكره، ص. 18.12

²- أحمد هني: اقتصاد الجزائر المستقلة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1988، ص 8

3- المناخ والنبات: يمتاز المناخ الجزائري بالتنوع والتباين حسب مختلف المناطق تسجل ثلاثة مناخات موزعة عرضيا من الغرب إلى الشرق ومرتبة من الشمال إلى الجنوب كما يلي:

3-1- مناخ البحر المتوسط: يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب طقسه معتدل بشتاء ممطر ودافئ وطويل وصيف جاف وحرار وقصير وتميز بين نوعين فيه:

- النوع المتوسطي الرطب: ينحصر هذا النوع في الشرق ويشمل قسما من منطقة القبائل في ناحية جرجرة وهو أكثر رطوبة وتدوم الثلوج في هذه المنطقة لفترة تزيد عن 10 أيام في السنة ويمتاز بغطاء نباتي كثيف الذي يتشكل من غابات البلوط والفلين، يبلغ فيه معدل الأمطار 1000 ملم سنويا.

- النوع المتوسطي شبه الرطب: يغطي باقي مناطق التل حيث يشمل المنحدر الجنوبي من التل القسنطيني وجبال البيبيان والأطلس والقسم الشرقي من الظهرة إلى تنس، يتشكل من غابات البلوط الأخضر ومعدل الأمطار يبلغ 700 ملم في السنة.¹

3-2- مناخ الإستبس: يغطي الهضاب العليا وهو ينتقل بين المناخ المتوسطي والصحراوي، تتراوح الأمطار فيه بين 300 و500 ملم، في السنة وهي غير منتظمة والفوارق الحرارية الشهرية متطرفة، يتميز بفصل بارد طويل ورطب حيث يسجل درجات حرارة أحيانا سالبة في بعض المناطق وبقية الأشهر يتميز بدرجات حرارة مرتفعة ونجد فيه الزيتون والحلفاء.

3-3- مناخ الصحراء: يمتاز بأمطار قليلة وغير منتظمة تقل عن 200 ملم في السنة جوه جاف وحرارته مرتفعة، باستثناء منطقة الهقار المتأثرة بالمناخ حيث الأمطار تسقط صيفا والحرارة أكثر اعتدالا وأهم النباتات المتواجدة بها النخيل، العنب، الطرفة.... إلخ.

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الخصوصية و الاستثمار السياحة في الجزائر الديوان الوطني للسياحة 1994 ص 04

4-الحمامات المعدنية:

تزرخ الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية،تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة لسياحة الحمامات المعدنية تجذب السياح المحليين وخصوصا الأجانب. ويتوفر بالجزائر مايفوق200منبع للمياه الحموية الجوفية السواد الأعظم منها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية،فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق1200كلم، الإقامة مراكزللمعالجة بمياه البحر،فكل المتخصصين في المجال السياحة يبدون نوعا من التشاؤم بخصوص قدرة قطاع السياحة و الصناعات التقليدية على إستغلال المخزن الحموي بشكل كامل، قياس إلى قلة الإعتمادات المالية التي رصدتها الدولة للقطاع، وباستثناء 7محطات حمامات معدنية ذات طابع وطني ومركزواحد للعلاج بمياه البحر يوجد ما يقارب 50محطة حموية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية،وبالنسبة للحمامات المعدنية فهي حمام بوغرارة بولاية تلمسان (500كلم غرب) العاصمة القريبة من الحدود مع المغرب وحمام بوحجر بولاية عين تيموشنت (400كلم غرب) وحمام بوحنيقية، بمنطقة معسكر ومدينة مؤسس الدولة الجزائرية الحديثة الأميرعبد القادر الجزائر،وحمام ريغة بولاية عين الدفلى (170 كلم غرب) الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار وفي الشرق يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة (500 كلم شرق العاصمة) وحمام قرقور بولاية سطيف (300 كلم شرق العاصمة)وحمام الصالحين بولاية بسكرة (450 كلم شرق العاصمة) وولاية خنشلة،ويمكن للسائح والأشخاص الذين يعانون أمراضا جلدية أو إلتهاب المفاصل،أما عن محطة سيدي فرج للعلاج بمياه البحر فهي منشأة كبيرة تحوي الآلاف من الجزائريين و الأجانب على مدار السنة لاستفادة من خدمات فريق طبي متخصص عالي الكفاءة،وتمثل المنابع الحموية غير المستغلة التي لا تزال على حالتها الطبيعية. مايفوق 60في المائة من المنابع المحصاة،وتشكل مخزوننا وافرا يسمح بإقامة أهل الإختصاص "عرض سياحيا حمويا تنافسيا".ويجرى على مستوى الحكومة حديث عن"دراسة تجبينية للحصيلة الدموية" بناء على طلبات إستثمار،رفعها مستثمرون أجنب لوازرة استثمار،ويتعلق الأمر بجمع كافة المعطيات عن المخزون الحموي.¹

¹حميمات صالح وقميحة فيصل 28/27 أكتوبر 2009، ص07

المطلب الثاني: مناطق وأنواع السياحة في الجزائر¹

تتعدد وتنوع المؤهلات والإمكانات بالجزائر في المناطق عديدة تسمح بممارسة أنواع مختلفة للسياحة، حيث تتميز كل منطقة بقدرات وثروات تجعلها مصدر النوع سيحي معين.

1- مناطق التوسع السياحي: تم تحديد تعريف لمناطق التوسع السياحي بمقتضى المرسوم رقم 66-75 الصادر بتاريخ 04-أفريل-1966 كما يلي: " كل منطقة وامتداد من الإقليم يتمتع بصفات أو خصائص طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية."

تتوفر مناطق التوسع السياحي على مؤهلات تسمح لها بأن تكون منطقة ولقد تم إحصاء 174 منطقة، مصنفة بمقتضى المرسوم رقم 88-232 الصادر بتاريخ 05-نوفمبر-1988، بمساحة إجمالية تقدر 470703 هكتار موزعة على التراب الوطني كما يلي:

14- منطقة التوسع السياحي على مستوى 14 ولاية ساحلية وتمثل نحو 86.34852 هكتار.

13- منطقة التوسع السياحي على مستوى الولايات الداخلية والهضاب العليا تمثل 3486.6 هكتار.

20- منطقة التوسع السياحي تتوزع على مستوى 8 ولايات من الجنوب تمثل 9501.09 بالإضافة إلى 202 مصدر للمياه المعدنية مصنفة نظرا لخصائصها الكيميائية والفيزيائية على مستوى التراب الوطني وهذه المنابع مصنفة كما يلي:

136- منبع للمياه المعدنية ذات أهمية محلية.

55- منبع للمياه المعدنية ذات أهمية جهوية.

11- منبع للمياه المعدنية ذات أهمية وطنية.

إن تحديد مناطق التوسع السياحي عبر التراب الوطني تم حسب صفات عديدة تتمثل في: طبيعة ودرجة التمرکز للإمكانات السياحية درجة تطور المنشآت والمرافق الوضعية الملائمة للشبكة التقنية إمكانات التزود بالماء، سهولة الوصول إلى مناطق التوسع السياحي.

¹-CNES. contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme 2,000، P33

و يضمن هذا القانون النقاط التالية:مقتضى مرسوم رقم 88-232 الصادر بتاريخ 5نوفمبر1988¹

-برنامج تنمية و تامين الموارد السياحية

-تحديد وحماية المناطق والمواقع السياحية.

-إدراج النشاطات السياحية بشكل منسجم ضمن تهيئة الإقليم.

ورغم الانشغال والاهتمام الكبير الذي أولته السلطات لتحديد مفهوم المناطق والمواقع السياحية وتأمينها قانونيا إلا أن هذا المفهوم كان يفتقر للدقة مما أدى إلى العراقيل التي حالت دون تطبيقه ونجم عن ذلك: الشغل العشوائي للمناطق التوسع السياحي، تدهور المواقع السياحية وتحويل الموارد عن طبيعتها مما قلل فرص الإستثمار في المناطق ذات القيمة السياحية العالية، والمضاربة في الصفقات العقارية المتعلقة بقطع الأراضي الواقعة في هذه المناطق، فقد قامت السلطات المعنية بإعادة تحديد مفهوم مناطق ومواقع التوسع السياحي، في القانون الجديد لسنة 2003 وهو القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحية كمايلي:

عرفت مناطق التوسع السياحي بنفس التعريف السابق:

الموقع السياحي: كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بنايات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية ، أسطورية، أو ثقافية، والذي يجب تامين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الإندثار **بفعل الطبيعة أو الإنسان.**

المنطقة المحمية: جزء من التوسع أو موقع سياحي غير قابل للبناء، ويستدعي حماية خاصة قصد المحافظة علي مؤهلاته الطبيعية والأثرية أو الثقافية يهدف إلى:

-الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات سياحية لضمان التنمية المستدامة للسياحة.

-إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

-حماية المقومات الطبيعية السياحية.

¹-TESSA AHMED,ECONOMIE TOURISTIQUE ET AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, OPU, ALGER , ALGEIE ,1993 ;P15

-المحافظة على الموارد الثقافية والسياحية من خلال استعمال و استغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية.

-إنشاء عمران مهياً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية .

ويكون تسيير وهيئة مناطق التوسع و المواقع السياحية في إطار مخطط التهيئة السياحية الذي يندرج ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران ويشتمل على:¹

-حماية الجمال الطبيعي والمعالـم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملاً أساساً للجذب السياحي.

-إنجاز إستثمارات على أساس أهداف من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية ويهدف مخطط التهيئة السياحية إلى:

-تحديد المناطق التي يجب حمايتها.

-تحديد الوظائف المتطابقة والاستثمارات المناسبة.

-إعداد التجرئة المخططة للمشاريع المراد تحقيقها عندما تقتضى الضرورة ذلك.

-ومن خلال مناطق التوسع السياحي يمكن حصر مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية.

-منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي.

-منطقة السلسلة الأطلسية.-منطقة الشمال الصحراء.-منطقة الصحراء الكبرى.

2-أنواع السياحة في الجزائر²

-تصنف السياحة الجزائرية إلى عدة أنواع وفقا لعدة معايير وأسس مختلفة من أهمها.

-السياحة الساحلية:

تتوفر الجزائر على شريط ساحلي على البحر الأبيض المتوسط بقدر طوله 1200 كلم حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية كما يحتوي الساحل على مناطق ساحلية بكتبان رملية،مناطق ساحلية قرب الغابات،تمتد من الشرق إلى الغرب منها مناطق غاية تجمع بين منطقة

1-علي موفق، أهمية قطاع السياحي في الاقتصاد الوطني رسالة ماجستير كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2002 ص59
2-www.algeriantourism.com/articles، (22/01/2007)

بيئية مناخية رطبة وسط نظام غابي وبحري تحتوي على ثروة حيوانية وغابية هائلة. كما تحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان. بالإضافة إلى حضيرة قوريا التي تتوفر على مناظر رائعة و حضيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، و الحضيرة الوطنية للشناوة .

إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر رشقون التي تعد مواقع بحري هام وقد يستفاد من السياحة الساحلية في السياحة العلاجية والتي أساسها الاستحمام على الرمال، وبالتالي تضم السياحة العلاجية معدنية وأخرى مناخية.

-السياحة الصحراوية:

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة حوالي 87بالمئة من التراب الوطني وتمتد من أسفل السفوح الجنوبية لجبال الأطلس الصحراوي الذي يمثل الحدود الطبيعية بين الصحراء جنوبا والهضاب العليا شمالا، إذ تعد الصحراء الجزائرية من أحسن المساحات الشاسعة العذراء في العالم، حيث تعد المنتوج السياحي المهم الذي يمكن أن يسمح للجزائر باختراق السوق العالمية للسياحة بقدرة تنافسية عالية، إذا تمتع بكل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة ومن هذه المكونات واحاقتها المنتشرة عبر أرجائها ومبانيها المتميزة بهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار، حيث تتجلى أهمية الطاسيلي الشاهدة على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على صخور لازالت تروى الأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة لإنسان الترقفي. في تلك الأزمنة الضاربة في الأعماق التاريخ، وثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا. في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات للثقافة وهو ما يعرف بسفينة الصحراء(الجمال) التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته ولركوبه، إن إتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني إستراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية، ومن أهمها النقل البري والجوي كشق الطرقات وتخصيص طائرات للرحلات الداخلية بين المناطق التي يتواجد عليها السياح وفتح الخطوط مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق.¹

-السياحة الحموية:

وهي السياحة المتعلقة بالفلاح الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين، وتمارس بهدف الشفاء التام أو تخفيف من الآلام والأوجاع تستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب، وتلعب المياه أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202منبع

¹ - عون عبد الكريم، جغرافية الغذاء في الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب 1985

مائي تم إحصاؤه على مستوى التراب الوطني وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية، من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية.

والجدول رقم: (1) يوضح توزيع أهم المحطات المياه المعدنية حسب المواقع

| المحطة | الولاية | درجة حرارة المياه | المعادن الأساسية | الفوائد العلاجية |
|-------------|-----------|-------------------|------------------|--------------------------------------------------------------|
| حمام شيقر | تلمسان | 30° | كلور الصوديوم | أمراض المفاصل والأوعية والجلد وأمراض النساء |
| عين فرانين | وهران | 35° | بيكاربونات | أمراض المفاصل والجلد |
| عين وركة | النعامة | 46° | كلور الصوديوم | أمراض المفاصل والأوعية والجلد وأمراض النساء والأعصاب والتنفس |
| حمام كسانة | بوية | 60° | كلور الصوديوم | الأمراض العصبية والتنفسية والجلدية |
| حمام شارف | الجلفة | 42° | كلورا لصوديوم | الأمراض العصبية والتنفسية التناسلية |
| حمام بوزيان | قسنطينة | 24° | بيكاربونات | أمراض الجهاز الهضمي والبوليس |
| حمام زايد | سوق أهراس | 39° | كلورالصوديوم | أمراض الجهاز الهضمي |

المصدر: من إعداد مني لخساف: دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطة، رسالة ماجستير، تحت إشراف دكتور محمد التهامي قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002-2003، ص 89.

السياحة المناخية:

تتمتع الجزائر بتعدد مناخاتها التي تساعدها علي تنوع خدماتها السياحية، حيث من المناخ السائد في الجزائر يتنوع إلي ثلاث أنواع:

-المناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا.

-المناخ شبه الجاف بالنسبة للمرتفعات والهضاب العليا.

-المناخ الجاف الصحراوي بالنسبة للجنوب¹.

ويستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر قرب البحار ونوع آخر في الصحراء، حيث عادة مايكون للسياحة الجبلية فصل واحد إلا على ثلج وفصل الصيفي للتدفئة في عدد كبير من السياح الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم

¹ - الديوان الوطني للسياحة، الجزائر، التنوع، الجزائر سياحة العدد رقم 1، 2005، ص 33

الهدوء والطبيعة الجميلة، وأغراض أخرى ترفيهية. وبفضل إمتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء وإختلاف مناخها يمكن أن تتوفر للجزائر سياحة على مدار السنة، سياحة في الخريف والشتاء والربيع في المناطق الصحراوية والهضاب العليا، وسياحة في فصل الصيف على الشريط الساحلي.

السياحة الثقافية:

ميول السوق العالمية للسياحة والمستقبلية تفضل المقاصد الثقافية التي يقبل عليها المؤرخون والباحثون أو السواح المتعطشون للثقافة وحب الإطلاع، ومؤهلات الجزائر في هذا الميدان تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي مطلوب من خلال إستغلال¹:

- التراث الأثري

- المعالم والبنيات الثقافية المختلفة والدينية.

- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية.

- أقطاب الإنتاج والنشاط الحرفي.

وهذا التراث ذو مردود كبير ويبرر ضرورة تقويمية قصد الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة، كما أن الموقع الثقافية لما قبل التاريخ كالمقادير والآثار وكذا المواقع الدينية تعطي الجزائر فرصة لتطوير سياحة رفيعة، عن طريق تنظيم دورات ذات مواضيع هامة والتي تدمج مسلك الشخصيات التاريخية، إن المعالم التي تشهد على الحضارة الجزائرية عبر المراحل التاريخية يجب استغلالها لإنها تشكل عاملا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية².

¹ - وزارة السياحة، تصور وتطوير قطاع للسياحة للفترة 2004-2013 ص 10

² - الديوان الوطني للسياحة، السياحة الثقافية قطاع للإستثمار، السياحة الجزائر، العدد رقم 19 سبتمبر 2002

المطلب الثالث: المنشآت القاعدية في الجزائر

1-المواصلات: تعد المواصلات من بين العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل وتحتوي الجزائر على:¹

-النقل الجوي: نظرا لشساعة المساحة وبعد المسافات بين أطراف الجزائر واتساع الرقعة الصحراوية. أصبح للنقل الجوي أهمية خاصة في بلادنا. ويتكون الأسطول من طائرات معظمها من نوع بوينغ وإيرباص وهي طائرات حديثة وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 ملايين مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع. ويوجد بالجزائر 55 مطارا منها 12 مطار دولي والباقي إما داخلي أو جهوي أو خاص. أهمها مطار هواري بومدين الدولي ومطار وهران الدولي وتعتبر شركة الخطوط الجوية الجزائرية هي المشرفة على النقل الجوي.

-النقل البري: أما بالنسبة للطرق فإن الجزائر تملك أكثر من 104 ألف كم، 25% وطنية تزداد كثافتها في الشمال أكثر من الجنوب، 38100 كم طرق صالحة للسير وتقوم الجزائر دائما بإعادة صيانتها، كما أن الجزائر تربطها مع دول الساحل طريق عابر للصحراء الكبرى يسمى طريق الوحدة الإفريقية على مسافة 2344 كما أنجزت الجزائر الطريق السيار شرق-غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة بين جهات الوطن والذي يبلغ مسافة 1216 كم.

-السكك الحديدية:² تربط شبكة السكة الحديدية أهم المدن الشمالية ببعضها وتصل خطوطها إلى مناطق استخراج المواد الأولية بالمناجم حتى وصولها للمناطق الصناعية والموانئ وتعد الجزائر من أهم الدول الأفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية والتي يبلغ طولها حوالي 4200 كم منها 215 كم خطوط مكهربة، وتغطي 17% من النقل البري .

¹-National tourism office, op.cit. ، P91

²-عبد اللطيف بن أشنهو، عصرة الجزائر، حصيلة وأفاق، 1999، 2009، الجزائر ص14

2-الاتصالات:¹ أدت التحولات الاقتصادية الكبرى التي اعتمدها الجزائر والتي ارتكزت على الانفتاح على الأسواق الدولية إلى تحرير قطاع الاتصال السلكية واللاسلكية. ما أدى إلى ثورة اتصالات تداخل المجتمع الجزائري من خلال التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول. فبالإضافة إلى المتعامل التاريخي "موبليس" فقد تعززت هذه الوضعية بدخول متعاملين جدد وهما المتعامل المصري أوراس كوم تيليكوم تحت اسم جازي والقطري كيوتل (الذي استحوذ على الكويتي الوطنية) باسم نجمة وهذا ما أدى إلى الزيادة في المنافسة وزاد في عدد مستعملي هواتف النقال حيث تقدر سنة 2010 بأزيد من 33مليون مشترك..

3-قدرات الاستقبال: تمتلك الجزائر طاقات إيواء مختلفة ومتنوعة تتمثل في فنادق يمتلكها القطاع العام والخاص والمركبات السياحية والمخيمات موزعة في المناطق السياحية خاصة، إلا أن هذه القرارات تبقى غير كافية ولا تلبى الطلب السياحي كما أنها تتمركز في الشمال مما لا يسمح بترقية وتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب.

¹ -زيان غوتي بومدين "مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية العالمية الجديدة (حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية،

المبحث الثاني: المقومات التاريخية والصناعات التقليدية ومهمة الفنادق في السياحة.

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا وثقافيا يمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقعه الأثرية التي تعكس إثره الثمين.

المطلب الأول: المقومات التاريخية¹

تزرخ الجزائر معالم تاريخية وثقافية متنوعة نتيجة لتعاقب حضارات عديدة نذكر منها: الحضارة النوميدية التي امتدت إلى كامل شمال القارة الإفريقية تليها الحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية و الحضارة الإغريقية والحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة 5 قرون وأعطى هذا غزو لحضارة الجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها حتى في المناطق الداخلية كمدينة تيمقاد بالإضافة إلى آثار أخرى موجودة بتيبازة وشرشال وغيرها ثم جاءت الحضارة الوندالية والبيزنطية وأخيرا الحضارة الإسلامية من خلال خلافت عديدة كالخلافة الفاطمية، الحمادية والمرابطين الذين نقلوا الحضارة الأندلسية والفن المعماري الإسلامي إلى بلادنا و الخلافة العثمانية. كما تتمتع الصحراء الجزائرية بمعالم وآثار نادرة والمتمثلة في نقوش الصخور ورسومات التاسيلي والبقار اللذان صنفا كتراث إنساني عالمي من قبل منظمة اليونسكو ومعالم أخرى كقلعة بني حماد، تيمقاد، جميلة شرشال، تيبازة والقصبية كما أنه توجد عدة زوايا تستقطب اهتمام الكثيرين الذين يودون زيارتها كالأزوية التيجانية و العيساوية. إضافة إلى التراث التقليدي الذي يمتد في أعماق التاريخ فالصناعة التقليدية تضطلع بدور أساسي في تقديم صورة عن البلد، وتتمثل في صناعة الفخار وصناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي صناعة النحاس واللباس التقليدي. فالقطاع السياحي يشكل قطب للنمو يمكن أن يحدث الديناميكية الاقتصادية المرغوب فيها لتفعيل قطاع الصناعات التقليدية والحرف من خلال الاستثمار والتوسع في طاقتها الاستيعابية. كما خضعت الجزائر في القرن السابع ميلادي لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 قبل الميلاد وفي عام 682م بدأ العصر الإسلامي. وبالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة في لجنة التراث في اليونسكو ضمن مواقع الدولية التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الإنسان كالبينيان والمدن

¹ -عبدالله ومحمد الميلي، تاريخ الجزائر الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1988ص201

وسوف نتطرق لها بالتفصيل:¹

1-قلعة بني حماد: وهي من المواقع التي بنيت في 1007م على يد حماد بن بلكين وتقع شمال شرق ولاية مسيلة على بعد 36م أحد رموز الدولة الإسلامية بالجزائر ويوجد بها الكثير من الكنوز والمعالم الأثرية أهمها المسجد الكبير ومصلى قصر المنار الذي يعتبر أصغر مسجد في العالم بالإضافة إلى القصور الممتدة عبر مساحات القلعة وعلى امتداد أكثر من 50 كم على غرار قصر الأميرالذي يحتوى على بحيرة تعد مشاهة لقصر الحمراء بالأندلس.

2-جميلة:جميلة كوكيل القديمة على بعد 50 كم من مدينة ستيفيس سطيف حاليا تحتوى على أجمل المعالم الأثرية القديمة أسسها الإمبراطور الروماني نرفا في عامي 96 و98م توسعت إثرها المدينة في القرنين الثاني والرابع حسب مخطط هندسي مدروس من حمامات، حدائق.

3-وادي ميزاب:أدرجته اليونسكو ضمن التراث العالمي في 1982م،وهو هضبة كلسية تقع شمال الصحراء سميت ببلاد الشبكة نظرا لشبكة الأودية العديدة والتي لا يتجاوز عمقها 100م تتجه كلها من الشمال الغربي نحو الجنوب الشرقي لتنتهي عند بحيرة تكتنفها الرمال شمال وغرب مدينة الجزائر.

4-تيمقاد:تقع تيمقاد على بعد 36م شرق ولاية باتنة بناها الرومان سنة 100م في عهد الإمبراطور ترجان الذي أمر ببنائها لأغراض إستراتيجية شيدت على مساحة 11هكتار سماها الرومان تاموقادي وتحظى المدينة بتصميم جميل إذ يشقها طريقان كبيران متقاطعان من الشرق إلى الغرب ومن الشمال إلى الجنوب ينتهي كل شارع بنيانين كبيرين في طرفيه يزينها قوسان ضخمان من الحجارة وأعمدة منحوتة،وابتداءا من النصف الثاني الميلادي.عرفت المدينة تطورا عمرانيا هاما تطلب مساحات إضافية فظهرت أحيانا سكنية جديدة و شيدت المعابد وبلغ التطور العمراني ذروته في القرن الثالث ميلادي احتل الو نдал المدينة ودام الاحتلال قرابة قرن بعد أن احتل البيزنطيون مكائهم.

¹-سعدن بوكوس، دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعات التقليدية و الحرف في الجزائر،دراسات اقتصادية،دار الخلدونية للنشر والتوزيع،الجزائر،العدد2004، 3، ص112

5- تيبازة: تقع على ساحل البحر الأبيض المتوسط تبعد عن الجزائر العاصمة بـ50 كم غربا أسسها الفينيقيون كإحدى مستعمراتهم التجارية العديدة حيث كانت لها مكانة مرموقة، وتعنى تيبازة في اللغة الفينيقية (الممر) لأنها كانت معبرا وممرًا لأفراد بين مدينتي إيكوزيوم (الجزائر) وإبول (شرشال) ثم أصبحت تعرف بقرطاجة وقد عرفت أيام مجدها إبان حكم الملك النوميدي جوبا الثاني وأصبحت مستعمرة لاتينية إبان إمارة كلوديوس في القرن الأول لتتحول إلى مستعمرة رومانية في القرن الثاني الميلادي.

6- القصبة: التي تكتظ بالمساجد وتتميز بآثارها المعمارية التاريخية الهامة و الذي دفع منظمة اليونسكو تسجيلها ضمن التراث العالمي عام 1992م ومن المعالم الشهيرة بالقصبة، المرصد الفلكي، المتحف الوطني، دار الكتب الوطنية، جامعة الجزائر التي تأسست عام 1909م كما يوجد بها الكثير من القصور والمنازل الفاخرة ذات طراز عربي إسلامي ومن أبرز مساجدها المسجد الكبير ومسجد كتشاوة الذي تم بناؤه في العصر التركي 1021م¹.

المطلب الثاني: مقومات الصناعات التقليدية

تتوفر الجزائر على تراث ثقافي شعبي، إذ يتمثل في إرث من العادات والتقاليد ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية موزعة عبر كامل التراب الوطني، وتختلف هذه العادات والتقاليد من منطقة إلى أخرى، ما يجعلها متنوعة ومتعددة، وتساهم الصناعة التقليدية في خلق وظائف العديد من فئات المجتمع مما ينعكس إيجابيا على الوضع الاجتماعي للأفراد.

1- تنظيم الصناعة التقليدية في الجزائر

تتنوع نشاطات الصناعة التقليدية إلى ثلاثة فروع هي:

- نشاطات الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية.

- نشاطات الصناعة التقليدية-الحرفية لإنتاج المواد.

- نشاطات الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات.²

¹ -حميدة بوعموشة "دور القطاع السياحي في ظل تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار

مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير "دراسة حالة الجزائر" 2011، 2012، ص109

² -عوينان عبد القادر "السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط

التوجيهي للتهيئة السياحية 2025" أطروحة الدكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، سنة 2012-2013، ص153

تم تسيير الصناعة التقليدية لفترة ليست بالقصيرة بالقانون رقم 12/82 الصادر في 1982 وتم تعديله بالقانون 16/88 المؤرخ في جانفي 96 والذي حدد تنظيم الصناعة التقليدية والحرفية وتضمن هذا القانون عدة إجراءات نذكر منها:¹

-إلغاء معيار الجنسية لمزاولة أي نشاط حرفي في الجزائر

-التكريس القانوني للعمل المتري

-تحويل سجل الصناعات التقليدية والحرف من البلديات إلى عرف الصناعات التقليدية

-إدماج مختلف نشاطات الصناعة التقليدية في شبكة التكوين المهني

-مبدأ منح القطاع عدة مزايا تتعلق بالتسهيلات المالية والجبائية.

إضافة إلى ذلك تم إصدار 18 مرسوما تنفيذيا تغطي جميع جوانب النشاط التقليدي، إضافة إلى 10 مناشير تصب كلها في توفير بيئة قانونية وتنظيمية ملائمة لممارسة النشاط الحرفي والصناعة التقليدية، ثم جاءت إستراتيجية التنمية السياحية المتبناة سنة 2001 والتي تهدف إلى ترقية السياحة المستدامة والصناعات التقليدية وتهدف الإجراءات المتخذة إلى:

-إدماج الحرفة في تخطيط الاقتصاد الوطني

-تحسين ظروف ممارسي الحرفة وتوفير الشروط المالية والمادية والتنظيمية لممارسة النشاط الحرفي بصفة عامة.

-إنشاء معاهد للتكوين في ميدان للحرف حسب مدارس متخصصة إقليميا.

-عقلنة التسيير باستحداث آليات إدارة وتنظيم تقضي على الممارسات البيروقراطية الراهنة.

-إدماج قطاع الصناعة التقليدية والحرف في المنظومة الإعلامية الوطنية بمختلف وسائلها وعلى وجه الخصوص عبر تكنولوجيا الأنترنت.

-تدعيم إنشاء نظام الطوائف المهنية في شكل جمعيات مهنية تنشط الحرفة وتنظمها.

¹-عوينان عبد القادر"السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات(2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 ، نفس مذكرة ص154

وتسعى الجزائر من خلال الإجراءات والإجراءات التكميلية إلى خلق 374 ألف منصب عمل إضافة إلى تلك الموجودة حاليا والمقدرة بـ 120 ألف، وكذا تحقيق صادرات تفوق 245 مليار دينار جزائري كما تسعى إلى تحقيق إيرادات جبائية لصالح الخزينة مقدرة بـ 10 مليار دينار جزائري، وكذا تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة من صادرات القطاع بقيمة 306 مليون دولار أمريكي

2- النشاطات الحرفية التقليدية في الجزائر.

ونجد أبرز النشاطات الحرفية التقليدية التي تزخر بها الجزائر لنسيج في الأوراس والحلقة وبوسعادة اللباس التقليدي وصناعة الجلود في تلمسان وتلمسان في صناعة الحقائب، ونجد صناعة الحلبي في بني بني، صناعة النحاس في قسنطينة والطرز في توقرت وصناعة كل من الفخار والخزف الفني، الخيزران، الحدادة الفنية والرخام والنفش على الخشب التي تمارس في مناطق مختلفة من الوطن.

وغالبا ما تكون الصناعة التقليدية ضرورية لتحسين ظروف معيشة السكان المنطقة، من خلال توفير مناصب الشغل وفك العزلة والتخفيف من وتيرة هجرة الشباب، حيث عرف القطاع الصناعات التقليدية توسعا معتبرا في أعداد الأنشطة الحرفية، إذ حسب إحصائيات غرفة الصناعة التقليدية والحرف فإنها سجلت أكثر من 73 ألف حرفي بالرغم من كون هذا الرقم ضعيف إلا أنه يمنح على الأقل 150 ألف منصب شغل، وبعد التدابير المتخذة سمح ذلك الوصول إلى 150 ألف نشاط حرفي إلى غاية نهاية سنة 2008، بعدما كان عددهم لا يتجاوز 89 ألف نشاط حرفي سنة 2003، وهو ما يعادل نموا قدره 68% وقد انعكس هذا النمو على مناصب الشغل التي بلغت 306 ألف سنة 2008 بعدما كانت حوالي 160 ألف منصب سنة 2003، وهو ما يعني أن معدل نموا إنشاء مناصب الشغل قد بلغ 91% مقتربا من مستوى متضاعف، هذا بالإضافة إلى وجود عدد هام من الحرفيين العاملين في منازلهم الغير منخرطين في غرفة الصناعة التقليدية لأسباب مختلفة.¹

إن دينامية إنشاء الأنشطة والتشغيل أدت إلى ارتفاع مقبول في الناتج المحلي لقطاع الصناعة التقليدية والحرف إذ انتقل هذا الناتج من 53.9 مليار دج سنة 2005 إلى 65.5 مليار دج سنة 2007، وهو ما يعني أن الناتج المحلي للقطاع قد ارتفع خلال ثلاث سنوات بـ 21.25%، أي بمعدل ارتفاع سنوي قدره 6.71% لكن بالرغم مما تزخر به الجزائر من موروث تاريخي وثقافي أصيل، يعد مصدرا لصناعة

¹ - صالح يزد، تنمية السوق السياحية الجزائرية دراسة حالة ولاية المسيلة رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2006 ص 4

تقليدية وحرفية وراقية، وبالرغم من الجهود المبذولة لترقية وإنعاش المؤسسات الصغيرة وفي سنة 2003 قدرت صادرات قطاع الصناعة التقليدية في الجزائر بحوالي 500 ألف دولار أمريكي سنة 2000 تحقق جلها بالمعارض المقامة بالخارج، بينما بلغت في تونس سنة 1999 حوالي 26 مليون دولار أمريكي إضافة إلى 180 مليون دولار كمبيعات مباشرة للسواح، وفي المغرب بلغت 47 مليون دولار أمريكي أي ما يعادل 1،4% من إجمالي الصادرات دون حساب المبيعات المباشرة للسواح .

وهناك مجموعة من المشاكل التي تواجهها الصناعة التقليدية نذكر منها ما يلي:

- غياب تنظيم وتأطير نشاطات الصناعات التقليدية.
- عدم إدماج القطاع في منظومة التخطيط الوطني.
- عدم وجود جهاز إعلامي و إتصالي ملائم يروج للقطاع.
- غياب نظام للتمويل والتسويق.
- نقص في التحفيز سواء ماليا أو جبائيا أو الحصول على المجالات.
- نقص التأهيل للحرفين ونوعية المنتوجات، لعدم ملائمة جهاز التكوين المهني لأنشطة الصناعات التقليدية.¹

المطلب الثالث: أهمية الفندقة في السياحة.

تعريف صناعة الفندقة: تعتبر المؤسسات الفندقية على مختلف أشكالها العمود الفقري للصناعة الفندقية والتي بدورها خضعت للتطور المستمر عبر التاريخ الطويل حتى أصبحت من أوسع الصناعات وأكثرها تطورا، وجاذبية في العالم، هذه المؤسسات أخذت شكلها الحالي وتنظيمها العصري في بداية هذا القرن رغم أن تاريخ الفندقة وصناعة الضيافة أقدم من ذلك بوقت طويل جدا، وحتى السلاسل الفندقية ذات الصيت العالمي. وتلعب المؤسسات الفندقية الدور الرئيسي في عمليات التنمية السياحية، حيث تعتبر النشاط الرئيسي المؤثر في السياحة المحلية والعالمية باعتبارها مقوما مهما من مقومات النشاط السياحي، بل لا يمكن استغلال تلك المقومات والروافد من دون وجود صناعة فندقية مرادفة وقادرة على تلبية احتياج هذا القطاع ومن الناحية أخرى فإن تطور أداء المؤسسات الفندقية له الأثر المباشر في زيادة أعداد السياح، الذي ينعكس بشكل مباشر على الأداء التنموي والاقتصادي الكلي للبلد، حيث أن نسبة كبيرة

¹- صالح يزه، تنمية السوق السياحية الجزائرية دراسة حالة ولاية مسيلة مذكرة سبق ذكرها ص5

من العوائد السياحية للاقتصاد تأتي من قطاع المؤسسات الفندقية تفوق 40% من القيمة الإجمالية في بعض الأحيان.¹

1-المؤسسات الفندقية: يجب علينا هنا توضيح أغلب أشكال هذه المؤسسات تتخذ أشكالا عدة تشتمل علي مايلي:

-الفنادق التي تتنوع بتصنيفاتها، المنتجعات، القرى السياحية، الإستراحات السياحية، الأجنحة الفندقية، المخيمات السياحية.

أما المؤسسات الفندقية غير المصنفة عادة وتشمل على مجموعة من الفنادق غير المصنفة سياحيا.²

خصائص صناعة الفنادق: يتميز النشاط الفندقي بالصفات التالية:

1-حساسية النشاط الفندقي، لأي أحداث سياسية تقع في دولة ما تؤثر علي المنطقة كلها والمثال علي ذلك الحروب المستمرة في الشرق الأوسط والحرب بين إيران والعراق وحرب الخليج، والخلافات السياسية بين الدول، حيث أثرت هذه الأحداث على نمو عملية السفر إلى هذه المنطقة بشدة أدت إلى صعوبة التنبؤ بها.

2-حساسية النشاط الفندقي للظروف الاقتصادية للدول التي تصدر الزوار، فالعملة القوية تمكن مواطنها وحاملها من السفر والإنفاق بسخاء في الدول التي تعاني منها من انخفاض من عملتها.

3-يعتبر مفهوم الخدمة من المفاهيم الأساسية في الصناعة الفندقية حيث يقاس النجاح بمستوي الخدمة المقدمة وهذا يتطلب القياس المستمر لدرجة رضا التزلاء لهذه الخدمات.

4-يعتبر العنصر البشري هو العنصر الأساسي في الصناعة الفندقية فبالرغم من تطور الآلية إلا أن ذلك لم يقلل من أهمية العنصر البشري لأن الخدمة الفندقية تتم من خلال التعامل المباشر مع التزلاء.

5-هناك العديد من الأنشطة المختلفة التي تتم داخل الفندق في نفس الوقت كخدمات الإقامة وإعداد الطعام وتقديم الشراب وهذا يتطلب المقدرة على التنسيق لضمان تقديم هذه الخدمات بكفاءة وهذا يبرز دور الإدارة المحترفة

¹ - زيد منير عبيوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، دار الكنوز المعرفة، عمان الأردن 3 ط 2008 ص 48

² -صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، دار رضا سوريا 2004 ص 65

6- ساعات العمل 24 ساعة يوميا و7- أيام في الأسبوع فالعاملون في هذه الصناعة يعملون بينما الآخرون في إجازة وفي حالة إسترخاء، بمعنى آخر إن النشاط الفندقي يتميز بنظام الخدمة المستمرة على مدار اليوم.

7- تأثر النشاط الفندقي بالموسمية وهذه إحدى مشاكله الأساسية وهذا يتطلب الإعداد والتسويق لبرامج شاملة بأسعار مخفضة في أوقات انخفاض الطلب.¹

إن تحليل الخصائص المميزة المذكورة أعلاه للصناعة الفندقية يمكننا من تحديد أهم المشكلات التي تواجه هذه الصناعة ممثلة فيما يلي:

1- أصعب مشكلة تواجه هذه الصناعة هي أنها صناعة كثيفة رأس المال والأصعب من ذلك أن اغلب هذه الأموال تعتبر تكاليف فارقة في المباني والأرض حيث أنه عادة ما يتم بناء معظم الفنادق في وسط المدينة وفي الأماكن التي ترتفع فيها الأسعار الأراضي هذا بالإضافة إلى استثمار جزء كبير من رأس المال في المباني والتجهيزات والأثاث وهذا يسبب مشاكل يندر أن توجد في أي صناعة أخرى.

2- لا يستطيع أي فندق مهما كانت إدارته ناجحة أن يحقق معدل إنشغال 100% إلا بصعوبة كبيرة ولكن ذلك يمكن تحقيقه في صناعات أخرى كثيرة.

3- من الصعب على الفندق أن يغير نشاطه أو المنتج أو الخدمات التي يقدمها فإذا انخفض الطلب نتيجة لظروف اقتصادية أو سياسية فإن الإيراد الضائع لن يعود أبدا يعد ذلك لان المعيار هو بيع الليلة الفندقية فإذا لم يحضر التزل في هذه الليلة إلى الفندق فإن هذه الليلة لن يمكن بيعها بعد ذلك أبدا، وقد يحدث العكس في الصناعات الأخرى حيث يمكن تخزين المنتج إلى أن تتحسن الظروف ويتم بيعه.

4- إن رضا العميل عن الخدمة الفندقية للتزل فيما يرضى التزل الألماني قد لا يرضى التزل الإنجليزي أو الأردني والأمريكي وهذا يجعل الصناعة الفندقية من أصعب الصناعات أمام رجل التسويق ففي صناعات الأخرى هناك خصائص معينة المنتج متفق عليها يتم من خلالها قياس مدى رضا العميل.

5- نظرا لارتفاع المستوى المعيشة وإمكانية الحصول على الراحة والاستمتاع داخل المنزل فإن الصناعة الفندقية بدأت تواجه منافسة من التزل أنفسهم حيث أن لديهم كل ما في الفندق بل وأكثر مما دفع

¹ -محمد أمين محي الدين السيد علي: إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، داروائل لنشر، عمان، الأردن، طبعة الأولى، 1998، ص56.

الكثير من الفنادق إلى بذل أقصى جهد لإشباع الحاجات التزلّاء وهذا يضيف عبئ جديد على موارد الفندق وإدارته.¹

6- للبيانات دور أساسي في الصناعة الفندقية ولكن تحتاج هذه الصناعة بيانات دقيقة عن تاريخ التزلّاء وثقافتهم ومتطلباتهم في الخدمة هذا بالإضافة إلى البيانات الكاملة عن آلاف السلع والخدمات وهذه البيانات مختلفة جدا ولاستطيع دفع تكاليفها إلى الفنادق الكبرى ذات الإمكانيّة المالية الضخمة.

7- إن الصناعة الفندقية صناعة موسمية يتراوح معدل إشغالها من 30%-50% في فنادق المنتجعات أو المصاريف ومن 50%-90% في فنادق وسط المدينة.

8- فالفندق لا يستطيع كل أصوله برجيّة كل يوم عكس باقي الصناعات وهذا يمثل أكبر مشكلة أمام الإدارة، بالإضافة إلى عدم قابلية الخدمة للتخزين وتعكس هذه الخصائص تحديا أساسيا أمام مديري الفنادق والشركات الإدارة المتخصصة.²

¹ -المدار فاتح بلقا سم "دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية-دراسة حالة ولاية غرداية-مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص-إدارة السياحة البيئية-2012-2013ص76

² -المدار فاتح بلقا سم " -مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص-إدارة السياحة البيئية-2012-2013ص771

المبحث الثالث: أفاق وعوائق السياحة في الجزائر

إن الجزائر واحدة من البلدان التي تتمتع بإمكانيات متنوعة في المجال السياحي، فإذا كانت مصر تمتلك ثلثي آثار العالم، فإن التنوع والتقابل سمة من السمات البارزة في الطبيعة بالجزائر، ولكن بالرغم من ذلك فإن الجزائر لا تزال وجهة متواضعة للسياح الأجانب .

المطلب الأول: وضعية السياحة الجزائرية خلال فترة التخطيط المركزي¹

ورثت الجزائر غداة الاستقلال سوى 5922 سرير والتي تركتها السلطات الفرنسية عبر كافة التراب الوطني، وتولى تسيير هذه الهياكل السياحية للجنة مختصة في تسيير الفنادق التي تأسست سنة 1965، وخلال الفترة 1962-1966 لم يستفد مطاعم القطاع السياحي الجزائري من أية تنمية واضحة، حيث تميزت السياحة الجزائرية خلال الفترة بقلّة هياكلها السياحية وضعف أدائها، هذا إضافة إلى انعدام الوكالات السياحية التي تتولى مهمة الإشهار والتعريف بالمنتج الجزائري ولكن، وابتداء من سنة 1967 شرع في تنفيذ جملة من المخططات التي عرفها القطاع السياحي الجزائري والتي أدرجت ضمن قائمة الإصلاحات التي عرفها الاقتصاد الجزائري بصفة عامة، وان أهم المخططات المتعلقة بالقطاع السياحي نلخصها فيما يلي:

1-المخطط الثلاثي:

شمل المخطط الثلاثي الفترة 1967-1969، وقد شكل صدور الميثاق الوطني للسياحة حدثا ذو أهمية في تاريخ تطور السياحة الجزائرية، ولقد اندرجت التنمية السياحية خلال هذا المخطط ضمن بيانات الاستثمارات الوطنية المخصصة لإنجاز المشاريع التنموية لمختلف القطاعات الاقتصادية (الزراعة، الصناعة، الهياكل الأساسية، السياحة، التربية الضمان الاجتماعي التكوين الإدارة) ولم تتجاوز حصة القطاع السياحي نسبة 2.54% أي ما قيمته 282 مليون دينار جزائري من المبالغ الكلية التي خصصت للاستثمارات والتي قدرت بـ 11078 مليون دينار جزائري ومن خلال المبلغ المخصص للقطاع السياحي، يتضح حاليا أن هذا القطاع لم يدرج ضمن أولويات التنمية، حيث أهم ما يميز الاقتصاد الجزائري خلال هذه المرحلة هو التركيز على تنمية الصناعات المصنعة، وقد تم توجيه المبلغ المخصص للقطاع السياحي في إنشاء وهيئة الهياكل السياحية كالفنادق ومؤسسات الإيواء، وتكوين

¹ - حديجة الحاج مسعود "دور إقتصاديات السياحة في تحقيق التنمية المستدامة" مذكرة مقدمة لنيل ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر

الإطارات واليد العاملة التي تنشط في القطاع السياحي والعمل على إقامة الدراسات التي تتولي دراسة مناطق التوسع السياحي.

2-المخطط الرباعي الأول:

امتد هذا المخطط من سنة 1970 إلى 1973، وتم خلاله تخصيص مبلغ 700 مليون دينار جزائري لقطاع السياحة وهو ما يعادل نسبة 2.5% من مجموع الاستثمارات المخططة لتلك الفترة والتي بلغت قيمتها 27736 مليون دينار جزائري، وبقي القطاع السياحي مهما مقارنة ببقية القطاعات الأخرى.

وقد تم توجيه المبلغ المخصص للقطاع السياحي في هذا المخطط إلى:

أ-المشاريع القديمة التي تعود إلى المخطط الثلاثي وقيمتها 420 مليون دينار

ب-المشاريع الجديدة، وخصص لها مبلغ 280 مليون دينار جزائري وزعت بين:

-الدراسات والهياكل القاعدية بقيمة 44 مليون دينار جزائري

-الإقامة السياحية(الفنادق)خصص لها 221 مليون دينار جزائري

-النقل السياحي، وخصص له 15 مليون دينار جزائري

ويتضح من خلال المخصصات السابقة أن الفنادق استحوذت على أكبر نسبة وهو ما يعامل 85% من قيمة استثمارات القطاع السياحي لتلك الفترة.

3-المخطط الرباعي الثاني:

شمل هذا المخطط الفترة 1974-1977 وقد تم تخصيص غلاف مالي بقيمة 1500 مليون دينار لقطاع السياحة من مجموع 110236 مليون دينار، وزعت على قطاع السياحة الذي لم يشهد أي نمو خلال هذه الفترة لا بالعكس فقد تراجعت نسبة الاستثمار فيه مقارنة بالمخططات السابقة.¹

4- المخطط الخماسي الأول:

امتد المخطط الخماسي الأول من سنة 1980-1984 وتم فيه التركيز على تنمية السياحة الداخلية، وقد خصص له مبلغ 3400 مليون دينار جزائري من أصل 400 مليار دينار جزائري كمخصصات استثمار، وهو ما يمثل 0.85% من إجمالي الاستثمارات، وقد وزع هذا المبلغ على:

¹ - خديجة الحاج مسعود"دور اقتصاديات السياحة في تحقيق التنمية المستدامة"نفس المذكرة ص202-203

-إتمام المشاريع السياحية القديمة وبلغها 1.6مليار دينار.

-إنشاء مشاريع جديدة وخصص لها 1.8مليار دينار.

5-المخطط الخماسي الثاني:

شمل هذا المخطط الفترة 1984-1989، وقد خصص خلالها مبلغ 3500مليون دينار جزائري للقطاع السياحي من أصل 550مليار دينار جزائري كمخصصات إجمالية لهذا المخطط أي ما يعادل نسبة 0.63% مخصصة للقطاع السياحي.

وقد كان المخطط الخماسي الآتي يهدف إلى تحديد مناطق التوسع السياحي، إنحاز مشاريع سياحية بالولايات الجديدة للوطن تكوين السياحة المناخية ومحطات المياه المعدنية.

ومن خلال ما سبق، يتبين لنا أن قطاع السياحة لم يحظ بالاهتمام المتواضع طيلة فترة المخططات التي أقيمت، وهو متأثر على مسيرة القطاع السياحي للفترات اللاحقة، حيث بقي يشهد ضعفا ملموسا على مستوى عدة مؤشرات تعكس حقيقته بين بقية القطاعات السياحية للدول الأخرى بالرغم من الإجراءات التي تم اتخاذها ابتداء من سنة 1990 والتي كانت تهدف إلى النهوض بالقطاع السياحي.¹

المطلب الثاني: آفاق السياحة في الجزائر²

في إطار التكفل بالنشاط السياحي، فقد تم وضع إستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة لأفاق 2015 في الجزائر وتهدف هذه الإستراتيجية إلى منح قطاع السياحة القدرات التنافسية اللازمة ليوحد لنفسه مركزا مناسباً على مستوى الأسواق السياحية الدولية وبذلك يتمكن من منافسة الدول اشتهر اسمها في مجال السياحة خاصة على المستوى الإفريقي والعربي كتونس، مصر، والأردن التي تحولت إلى وجهة سياحية شهيرة للسياح الأجانب.

¹-خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر) أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر

2004 ص 153

²-Ministre du tourisme ne، plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie horizon 2015 P، 6 7،

-المحاور العملية الإستراتيجية الجديدة لأفاق 2015.

تتضمن هذه المحاور مايلي:

-إتمام العجز التكويني السياحي والعمل على تنمية طاقات جديدة ومتنوعة

-إعادة الاعتبار للنشاطات السياحية.

-تحديث نظام التكوين وترقية الموارد البشرية.

-تنمية النشاطات الراقية والاتصال حسب المواصفات المطلوبة.

وقد تم تقسيم الأهداف المنتظرة لأفاق 2015 إلى:

1-الأهداف الكمية:وتتضمن

-ترقب متوسط عدد الليالي في حدود 20 مليون ليلة.

-رفع الطاقة الاستيعابية للفنادق إلى 260.000 سرير.

-استقبال 04ملايين سائح من بينهم 02مليون سائح اجتبي.

-رفع الإيرادات السياحية إلى 02مليار دولار أمريكي.

-فتح 100.000 منصب عمل مباشر.

2-الأهداف النوعية:أهم ما تناولته¹.

-تقسيم الموارد البشرية

-ضمان المهن المتعلقة بالنشاطات السياحية

-تدعيم الأنشطة.

-تعزير الإستثمارات السياحية:

وذلك عن طريق تقييم دور الوكالة الوطنية لتنمية السياحة،والعمل علي إنشاء 22 موقع سياحي،وقد

حددت طلبات الاستثمار السياحي بالجزائر بـ798طلب سنة2007هذا إضافة إلى العمل على محافظة

¹-باشا رابح حمدي،التنمية السياحية بالجزائر الواقع والطموح،مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

وحماية المواقع السياحية وإنشاء البنى التحتية بما لتنشيط الحركة السياحية كما تم القيام ببرنامج عمل لإنشاء مؤسسات إيواء تصل طاقتها الاستيعابية إلى 120.000 سرير حتى ولكن لتنمية القطاع السياحي في الجزائر لا بد من العمل على القضاء على مجموعة من العراقيل التي تحول دون تقدم هذا القطاع ووصوله على المستوى العالمي وبذلك من خلال:- القضاء على التعقيدات المختلفة المعوقة للاستثمار والعمل على تحقيق التنسيق الضروري بين وزارة السياحة والجهات المختلفة بتوجيه ومتابعة الاستثمار.

-تبسيط الإجراءات الجمركية لدخول البضائع التي يحتاجها السياح أو القطاع السياحي كفنادق مثلا وهو ما يؤدي إلى تخفيض أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى.

-خصوصية الهياكل والمنشآت السياحية الموجودة، وفتح المجال أمام المستثمرين في بناء إنجاز هياكل سياحية حديثة تتناسب مع إنجازات الدول الأخرى السياحية.

-تعاون كافة الأجهزة المعنية بتحقيق سياسة سياحة شاملة، تنصب حول تغيير سلوكيات المواطنين عن طريق رفع مستوى الوعي السياحي الذي يكسبهم القدرة اللازمة لحسن التعامل مع السياح.

-تحديد وتخطيط المناطق السياحية تخطيطا علميا قادر على مواكبة التطورات العالمية المتعلقة بالطلب السياحي بالنظر الاعتبارات المنافسة الدولية.

-تطوير قطاع النقل السياحي البري والبحري والجوي.

-تطوير المصادر البشرية العاملة لصناعة السياحة والفنادق باعتبارها صناعة تعتمد بدرجة الأولى على عنصر البشري .

-توفير وسائل السلامة والأمن داخل البلد.

-تحسين وتوسيع الهياكل الأساسية لخدمات السياحة عن طريق زيادة استيعاب المطارات والموانئ ومراكز الحدود البرية وتحسين أجهزة السيطرة على الحركة الجوية والبرية البحرية.

-إزالة القيود المفروضة على طيران العارض و تأطيره بطريقة قانونية مما يساعد على انخفاض نفقات السفر إلى الجزائر وبذلك تزداد الفرصة الاستقبال وفود أكبر من السياح من جنسيات مختلفة.¹

¹-باشا رابع حمدي، التنمية السياحية بالجزائر، الواقع والطموح،"مرجع سبق ذكره ص174

المطلب الثالث: معوقات السياحة في الجزائر¹

رغم وجود المقومات السياحية و المجهودات التي قامت بها الجزائر خلال إصدارها مجموعة من القوانين و التشريعات لحصر مناطق التوسع السياحي بهدف المحافظة عليها، إلا أن هناك مجموعة من المشاكل التي تواجه هذا القطاع ويمكن ذكر البعض منها.

أسباب تدهور القطاع السياحي: تأثر القطاع السياحي بعدة مشاكل وهي:

1- تردد القطاع الخاص إزاء الاستثمار

تبين من خلال التجربة على مدى عشرية من الزمن تردد القطاع الخاص الوطني و الأجنبي عن الاستثمار في القطاع السياحي، و حسب الإحصائيات المتوفرة لدى الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار و متابعته، بلغ عدد المشاريع المسجلة في القطاع السياحي 1234 مشروعاً في 12/30/1999، أما عن طلبات الاستثمار الخاص فهي تمثل 4% فقط من مجموع طلبات الاستثمار، أما عن الأسباب التي أبطت نمو الاستثمارات الخاصة ضعيفا فيمكن تلخيصها فيما يلي²:

1-1- صعوبة الحصول على العقارات الأرضية بسبب عدم تهيئتها، وارتفاع كلفة الاستثمار، فحسب وزارة السياحة يتطلب بناء مساحة لا تقل عن 5 هكتارات و تكلفة قدرها 25 مليار سنتيم، مما يجعل المستثمرين أمام فرص غير مربحة على المدى القصير .

1-2- ثقل الإدارة الذي يحتاج إلى تصحيح و تعديل إداري حتى يتناسب مع وتيرة الإصلاحات و التحكم في الفرص الاستثمارية .

1-3- التأخر المسجل في إنجاز مشروع وكالة التنمية و تسيير العقار السياحي، والتي تمثل الأداة الضرورية لترقية الهياكل القاعدية و المشاريع السياحية، و تسهيل إجراءات منح العقار للمستثمرين الخاص.

¹-سيار زوييدة، التخطيط الاستراتيجي لسياحة الجزائرية و آفاقها المستقبلية، فرع التحليل الاقتصادي، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر دفعة 2004/2003 ص 193، 192.

1-4- غياب المنتجات المالية اللازمة و عدم وجود تحفيزات خاصة بالمستثمرين في قطاع السياحة ، مثل القرض الفندقي بسعر منخفض تماشيا مع خصوصيات القطاع و الذي يتطلب على العموم تمويلات ضخمة ، خلاف الدول السياحة الأخرى التي تهتم بتوفير و تنويع مصادر التمويل .

1-5- تردد المستثمرين الأجانب عن الاستثمار في الجزائر و يعود ذلك إلى عدة أسباب منها :

- الوضع الأمني، و تشويه صورة الجزائر،

-تعارض و تناقض النصوص التشريعية و عدم استقرار القوانين ،

-الإعلان المسبق عن إزالة الشركات القابضة ، والتي تعود المستثمر الأجنبي التعامل معها، دفع هذا الأخير إلى الترييض و الانتظار و تحول فرص الاستثمار إلى الدول الأخرى.¹

بالإضافة إلى وجود مشاكل أخرى نذكر منها²:

إن الصعوبة الأولى مرتبطة بحالة القدم التي توجد فيها تقريبا جميع المنشآت ، حيث يعود بعضها إلى السبعينات ، و التي لم تكن موضوع الصيانة المستمرة ، و كذلك التأثير الذي لم يتم تجديده منذ فتح هذه الفنادق ، كل هذا له انعكاس على مرد ودية الهياكل حيث أصبحت بعض تجهيزاتها عاطلة أو تجاوزها الزمن، أما الصعوبة الثانية التي توجهها المؤسسة اليوم توجد على مستوى تسيير الموارد البشرية بسبب ارتفاع عدد العمال أكثر من اللازم، الذي يتسبب في ارتفاع الأعباء و التكاليف على مستوى الأجور و التي تمثل فبالنسبة إلى بعض الوحدات ،مثل " الحامدين " ببجاية تصل هذه النسبة إلى 70% بسبب الوضعية الاستثنائية التي تعيشها هذه الوحدة التي هي تقريبا شبه متوقفة منذ سنة، من جهة أخرى لدينا إطارات ذات تأهيل عالي، لكنها و للأسف مهمشة أو بكل بساطة أجورها لا ترقى إلى مستوى كفاءتها. هل ممكن في هذه الظروف أن تحقق المؤسسة نتائج إيجابية انطلاقا من هذا الوضع؟ حددنا محورين أساسيين في المخطط الذي وضعناه لإنعاش المنشآت، يهدف المحور الأول إلى رد الاعتبار للهياكل والتجهيزات والتي تتطلب للأسف موارد مالية معتبرة ، أما المحور الثاني فهدفه وضع سياسة عقلانية للموارد البشرية من خلال إنشاء منظم يحدد بوضوح الوظائف، المؤهلات المطلوبة لكل منصب، وبالتالي إعطاء قيمة للكفاءات الحقيقية للمؤسسة.

¹ -وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، مرجع سبق ذكره، ص 7.

² -السيد عبد الغاني لكحل عياط ،رئيس مدير عام مؤسسة التسيير السياحي شرق ل"الجزائر سياحة"،الديوان الوطني للسياحة،مجلة الجزائر سياحية،رقم18 جويلية -أوت 2002،ص23.

2- تدهور التراث الطبيعي و الثقافي

إن المعالم السياحية في الجزائر بما في ذلك تلك المصنفة ضمن قائمة التراث العالمي توجد في وضع متردي، و يعود ذلك إلى عدم اهتمام الجهات المعنية بذلك و التي يمكن لها أن تقوم بتحويلها و استغلالها إلى فضاءات لجلب السواح، وتطوير السياحة التي عانت بدورها بسبب غياب السياسة التي لم تعطي الدفع الواضح لهذا القطاع ،وعلى هذا الأساس يمكن ذكر بعض المشاكل¹:

- **تدهور الشريط الساحلي:** لقد أصبح تدهور البيئة إلى جانب المشاكل الأمنية ، أحد الأسباب الرئيسة التي دفعت السواح الأجانب إلى الامتناع عن التردد على الشواطئ الجزائرية ، التي تتميز مياهها بنوعية رديئة، وكثرة النفايات و انتشار التلوث و الأمراض، و خاصة اختفاء الشواطئ العمومية و تشويه المناطق، ففي بداية موسم الاصطياف لسنة 2003 قامت السلطات العمومية بإغلاق 3 شواطئ في الجزائر العاصمة. بسبب تعرضها للتلوث و ظهور الأمراض المعدية بها ، و تشهد الشواطئ الجزائرية ازدحاما كبيرا في موسم الاصطياف وذلك لقلّة المرافق السياحية على مستوى الوطن، ففي سنة 1996 قدر عدد الأشخاص الذين قضوا 24 ساعة على الأقل على الشواطئ خلال موسم الاصطياف من 12 إلى 13 مليون مصطاف ، وترتب عن التردد المفرط على الشواطئ اكتظاظ المناطق الساحلية بالعنصر البشري الذي يعود إلى ظاهرة تركز المصطافين في مواقع معينة و خلال أوقات محددة ، وتتجلى الانعكاسات على الطبيعة على وجه الخصوص فيما يلي:

-تدهور نوعية الخدمات السياحية.

-انحدار الشواطئ جميلة ، قادوس .

-إنفتحات الصخور الذي يزيد من انحدارها ، مما يساهم في إنحلتها .

ويضاف إلى هذا الاكتظاظ البشري ، ظاهرة الاستغلال الفوضوي لرمال الشواطئ التي تؤثر مباشرة من الشواطئ 300 إلى 250 كم على التوازن البيئي وعلى نوعية الشواطئ ومن بين الشواطئ الرملية الموجودة منها تشهد تناقص الرمال بسبب زحف مياه الشواطئ ويعود ذلك إلى عدم وجود سياسة تنموية ترمي إلى ترقية السياحة في المناطق الداخلية السهول و المناطق الجبلية ، قصد التخفيف عن السياحة الشاطئية ، و مما يترتب عن ذلك من انعكاسات وخيمة على المحيط وبذلك فإن السياحة الشاطئية التي تمتص نسبة 70% من القدرات الفندقية تعاني تدهورا طبيعيا وسوء التنظيم والاستغلال.

¹-المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص 83، 87 بتصرف.

-تدهور المناطق الصحراوية: إن الحظيرة الطبيعية للطاسيلي المصنفة ضمن المناطق المحمية طبيعيا تزخر بالحفريات من بقايا الحيوانات و النباتات و المناطق الأثرية الغنية ، إلى جانب رسوم و نقوش تشكل تراثا لا يستهان به ، للإمام بعلوم الحضارات المتعاقبة على القارة الإفريقية و بالتالي حضارات العالم بأسره، إن هذا التراث المتنوع مهدد بفعل الأضرار البشرية أكثر منه الأضرار الطبيعية التي يصعب التحكم فيها إضافة إلى تعرضها للتشويه و الإتلاف .

3- تدهور التراث الثقافي: تساهم المظاهر الطبيعية و النشاط البشري بدرجات متفاوتة في إتلاف التراث الطبيعي و الأثري و التاريخي، ومن الطبيعي أن يكون للنمو الديمغرافي و التعمير الفوضوي و المشاكل البيئية، وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بالحفاظ على المناطق و المعالم التاريخية ، ونقص الوسائل البشرية و المادية لحماية المعالم التاريخية و إعادة ترميمها، دورا في إتلاف جزء كبير من الآثار المادية التي تعكس الحضارات التي تعاقبت على تاريخ الجزائر، و على ذلك يمكن ذكر بعض الأمثلة منها:

-حالة الطاسيلي: للمظاهر الطبيعية دور كبير في تدهور المعالم التاريخية الواقعة في المناطق الصحراوية ، وتعد الزوابع الرملية العنيفة أحد العوامل التي تؤدي إلى تدهورها ، لأنها تتسبب في إزالة الرسوم والنقوش الصخرية التي تعود إلى ما قبل التاريخ.

- حالة حي القصبة بالجزائر العاصمة: يشهد هذا الحي المصنف ضمن التراث التاريخي والثقافي العالمي طريقا إلى الزوال والانقراض نظرا لانهيار المنازل والمساجد والورشات الحرفية، وأضرحة الأولياء، ويعود هذا التدهور إلى عدة أسباب تعود بالدرجة الأولى إلى الكثافة السكانية التي تشهدها المدينة، إتلاف شبكات صرف المياه التي تؤدي إلى هشاشة أسس البنايات ، إضافة إلى تأثير الطبيعة كانزلاق التربة مثلا.

- حالة تلمسان: تتوفر مدينة تلمسان على مناطق أثرية و معالم تاريخية غنية ذات قيمة اجتماعية و سياحية، هذا التراث يشكل في معظمه هياكل ذات طابع معماري و ثقافي إسلامي، لم يحظ بالعناية بل و تعرض للهدم خلال إنجاز مشاريع التعمير و التوسيع التي شملت هذه المدينة .

خلاصة الفصل

تتمتع الجزائر بموارد سياحية متعددة ومتكاملة نادر ما نجدها مجتمعة في دولة واحدة سواحل صحاري، أنهار مرتفعات، غابات، ثلوج، مناخ معتدل علي مدار السنة... الخ. التي يمكن أن تجعل منها وجهة سياحية رائدة في حوض المتوسط وبالفعل فقد تفتن المستعمر الفرنسي لأهمية هذه الموارد السياحية التي تزخر بها الجزائر وبادرا إلي استغلالها مبكرا وكان ذلك في السنة 1837، حيث قام بتهيئة و تنظيم القطاع السياحي، لاستقبال السياح الأوروبيين بالرغم من توفر الجزائر على مؤهلات والشروط الطبيعية والجغرافية والبشرية التي تجعل منها وجهة سياحية رائدة.

الفصل الثالث

تمهيد :

الجزائر التي تصبو للارتقاء بالسياحة إلى مختلف القطاعات وبناء قطاعي سياحي جذاب للسياح سارعت إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة وتهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف الكمية والنوعية.

وتطرقنا في فصلنا هذا إلى ثلاث مباحث وهي:

المبحث الأول: برنامج ترقية السياحة خلال الفترة 2000-2025

المبحث الثاني: برنامج ترقية السياحة في الجزائر

المبحث الثالث: اقتراح تدابير وإجراءات المتعلقة بالترقية السياحية

المبحث الأول: برنامج ترقية السياحة خلال الفترة (2000-2025).

يهدف برنامج ترقية السياحة إلى مجموعة من الإستراتيجيات التي ستتطرق إليها فيما يلي:

المطلب الأول: برامج ترقية السياحة ضمن إستراتيجية السياحة في الجزائر لأفاق (2000-2013)¹

1- مجالات تنمية القطاع السياحي ضمن استراتيجية السياحة في الجزائر لآفاق (2000-2013).

لقد تم في مطلع سنة 2000 صياغة استراتيجية حول تطوير قطاع السياحة للآفاق 2013 في شكل وثيقة تحت عنوان مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، أدخلت على هذا الأخير بعض التعديلات بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي قصد إعطاء الديناميكية لقطاع السياحة من خلال:

- تحديد الاختيارات المستقبلية من أجل تلمين عقلائي للإمكانات التي ترتكز بها البلاد وتفعيلها لتصبح الجزائر مقصدا سياحيا.

-تحديد الأهداف النوعية والكمية المنتظرة آفاق 2013.

-تحديد التدابير والأدوات المعتمدة لتنفيذ البرامج المسطرة بهدف الشروع في إنشاء صناعة سياحة مستقلة.

هذا التصور يستمد محتواه من المبادئ والاختيارات الأساسية التي جاء بها القانون رقم 01/03 والمتعلق بالتنمية السياحية مناطق التوسع السياحي ويستعمل الشواطئ للأغراض السياحية.

-المنتوجات السياحية الواجب تنميتها الواجب تنميتها للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر: إن تطوير وتنويع العروض السياحي وتنمية نشاطات سياحية جديدة يمثلان اختيارات إستراتيجية من أجل:

-إدماج الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة.

-تلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستحمام والترفيه والتي تعرف سنويا ارتفاعا متزايدا بسبب تحسن المستوى المعيشي والنمو الديموغرافي

¹ -لحسن عبد القادر "إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق 2025" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02 | 2025 جامعة محمد البشير الإبراهيمي بـ برج بوعريـ ريج الجزائر ص 176

-تثمين التراث السياحي الوطني

2-آليات ومتطلبات تنمية المنتوجات السياحية الجزائرية لأفاق 2013¹

قصد إزالة العقبات التي تقف أمام التنمية وترويج المنتجات السياحية من جهة ووضع أدوات تنفيذ قادرة على ضمان أسس تأطير وتنظيم القطاع من جهة أخرى حيث هناك جملة من الإجراءات نجعلها في النقاط التالية:

1-دعم مختلف الاستثمارات السياحية: وتتمثل جوانب هذا الدعم في:

1-1¹التهيئة والتحكم في العقار السياحي: إن التدابير الموصى بها في هذا الشأن فهي إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية الذي يشكل الأساس في تنفيذ الاستراتيجية القطاعية عن طريق:

-الشروع في دراسة لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع السياحي

-مواصلة الدراسات التهيئة 100منطقة توسع ومواقع سياحية

-التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600هكتار في السنة من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية وذلك بغرض تهيئتها ووضعها تحت المستثمرين.
-إنجاز أشغال التهيئة القاعدية ل70منطقة توسع السياحي.

-تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي بقدر 640 مليون دج سنويا.

1-2²تأطير وتمويل المشاريع السياحية ويتعلق الأمر هنا بتكليف طريقة التمويل وفقا للخصوصيات التي يتميز بها الاستثمار السياحي وعلى هذا الأساس لا بد من:

-ابتكار منتوجات مالية ذات خصوصية لقروض فندقية مثلا، وتشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي.

-دعم تمويل المشاريع السياحية وتحفيز الاستثمارات عن طريق تخفيض نسبة الفائدة على القروض الموجهة للاستثمارات السياحية.

¹لحسن عبد القادر «استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق

2-دعم التدريب والتكوين: يعد التكوين وتدريب الموارد البشرية عنصر محوريا في العملية السياحية، ويتم هذا من خلال:

-إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكييفها مع تطور الاحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية عن طريق تأهيل الأساتذة.

- تأهيل شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين متخصصين ومسيرين في ميدان السياحة.

-فتح فرع الاقتصاد السياحي بالجامعة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج.

-الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع.

3-دعم النوعية:¹

إن تدهور نوعية الخدمات السياحية المقدمة تشكل اليوم إحدى جوانب الضعف الكبير القطاع السياحي في الجزائر لهذا وجب الاهتمام به ومنحه عناية خاصة عن طريق السلطات العمومية ثم إن إهمال الأعمال المقترحة لتحسين النوعية في هذا الجانب تمحور حول:

- مواصلة عملية تنظيم ومراقبة النشاطات والمهن في قطاع السياحة.

-توعية المتعاملين باللجوء إلى نظام منح شهادات التوعية المعتمدة في العالم والمعمول بها في ميدان السياحة المستدامة.

-فتح مكاتب صرف دائمة على مستوى الموانئ و المطارات ومراكز الحدود والفنادق.

والشوارع الرئيسية والمدن السياحية خاصة تلك المتواجدة بالجنوب .

4-دعم الترويج السياحي: إن هذه الوظيفة الإستراتيجية يجب أن تسخر لها كل الجهود المبذولة وعلى جميع مستويات الإنتاج السياحي. كما يجب أن تتدعم وتتواصل من خلال المبادلة بالأعمال التالية:

4-1-إعادة تنظيم وتقوية أداء الترويج السياحي من خلال تدعيم الديوان الوطني للسياحة بما يسمح له بالقيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له.

¹-لحسن عبد القادر"تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر"مرجع سبق ذكره ص179

4-2- إعداد المخططات المتعددة السنوات للاتصال المؤسسي، أن مخططات الاتصال ينبغي أن تكون في المستقبل قوية ترمي إلى سد العجز في مجال الترويج للمنتوج السياحي في الجزائر عن طريق:

- اعتماد تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة وتعميمها.

- إعداد دعائم مكتوبة سمعية وبصرية

- إنجاز نشرات وتحقيقات في المنشورات وقنوات التلفزيون المتخصصة

- تنظيم مواسم ثقافية ذات بعدد ولي مثل مهرجان تيمقاد، جميلة... إلخ

4-3- إعداد دراسات السوق: هذه المهمة يجب أن تأخذ مكانتها الطبيعية في البرامج المقبلة

للترويج والتسويق السياحي وينبغي أن ينبغي أن تمتد أيضا لتشمل ترقية الاستثمار والشراكة لتحقيق التدفقات والإيرادات ومناصب العمل بالقطاع السياح

4-4- إشراك الحركة الجمعوية ومنظمات المجتمع المدني في العملية التركيبية للمنتوج السياحي الجزائري، وتوعية السكان بالفعل السياحي وانعكاساته الإيجابية قصد تنمية ثقافية سياحية حقيقية لدى السكان، أما المنظمات المهنية فيتعين عليها أن تشكل قوة إقتراح فعلية ومشاركة السلطات العمومية من أجل الارتقاء بالسياحة الجزائرية إلى المكانة التي تستحقها.

4-5- تكثيف مشاركة القطاع في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة بالداخل والخارج.

المطلب الثاني: تقييم الإستراتيجية السياحية أفاق 2015¹

الجوانب الإيجابية: تعتبر السياحة من الصناعات الرائدة التي تدر دخلا كبيرا، وقد تم الاعتماد عليها في كثير من الدول ونجحت في زيادة مواردها، ووصفت صناعة السياحة بالعمالات الاقتصادية الجديد والصناعة الأكثر نموا حيث ارتفعت الإيرادات السياحية من 1.4 مليار دولار أمريكي سنة 1946 إلى 955 مليار دولار سنة 2009، ولأن الجزائر ليست بأقل من الدول السياحية امتلاكها لمقومات وعوامل الجذب

¹ - سعد بالمداني، إستراتيجية الاتصال في تنمية السياحة بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، السنة

السياسي يمكن أن يجعلها في مصاف الدول الكبرى في صناعة السياحة، فهي عازمة من خلال مخطط التطوير لأفاق 2015 على الاستعادة من هذه الآثار من خلال:

1-زيادة مناصب الشغل وطاقات الإيواء: إن النسبة المعتمدة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تبين أن إنجاز سرير واحد يعني إنجاز 0.5 منصب تستغل مباشرة و1.5 منصب شغل غير مباشر، وذلك حسب المنشأة السياحية وعليه فإن مؤشر تقدير مناصب الشغل المحدثة في السياحة متعلق بعدد الأسرة المنجزة من طرف الدولة وحسب برنامج التطوير السياحي في الجزائر لأفاق 2015 فإن طاقات الإيواء يقدران تصل إلى 187 ألف سرير سنة 2015 بنسبة نمو تقدر بـ 5.65% بعدما كان مقدرا في سنة 2010 بحوالي 157 ألف سرير، بنسبة نمو 6.80% وعليه فإن مناصب الشغل التي سيتم استخدامها لسنة 2015 هي 57500 منصب شغل مباشر و172500 منصب غير مباشر، أي بمجموع يصل إلى 230000 منصب شغل

2-زيادة الإيرادات السياحية: إن ارتفاع نسبة الوافدين إلى الجزائر حسب برنامج 2015 والذي يتوقع أن يصل إلى 3098531 سائح سنة 2013 نسبة نمو تقدر بـ 13% بإمكانية أن يزيد من تطور الإيرادات من خلال التقدير الذي ارتكز على أساس 133 مليون دولار أمريكي مسجلة سنة 2000 والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر النفقات المتوسطة السنوية لكل سائح أما إيرادات الجزائريين المقيمين بالخارج فلا يمكن التحكم فيها، وعليه فإن المداخل السنوية المتوقعة الوصول إليها سنة 2015 هي 1.3 مليار دولار أمريكي، وذلك من خلال تطبيق الإنفاق المتوسط لكل سائح. والمقدر بـ 520 دولار أمريكي بزيادة تقدر بـ 3% سنويا، بناء على 133 دولار المحققة في سنة 2002 أي (133 مليون دولار مضروبة في عشرة) وإجمالا فإنه سيصل مجموع الإيرادات المحصلة إلى 6.4 مليار دولار أفاق 2015.

الجوانب السلبية: انطلاقا من التجارب السياحية ببعض الدول العربية المقدمة في المجال السياحي مقارنة بالجزائر يمكن أن نلاحظ ما يلي:¹

- في الوقت الذي تسعي فيه مصر للوصول إلى 26.3 مليون سائح سنة 2017 و 16.3 مليون سائح أفاق 2011 من خلال الاستراتيجية المسطرة تونس التي تستقطب حاليا 05 ملايين سائح رغم صغر مساحتها والمغرب قد تتوقع أن يصل السواح بها إلى 10 ملايين سائح أفاق 2012، نجد أن الجزائر تتوقع أن تستقطب 04 مليون سائح فقط وذلك أفاق 2015 بالرغم من انفرادها يميز أن أحسن من هذه الدول بكثير.

¹- سعد بالمداني، استراتيجية الاتصال في تنمية السياحة بالجزائر مرجع سبق ذكره. ص 171

- فيما يخص طاقات الإيواء نجد مصر أنجزت أكثر من 187 ألف سرير سنة 1999، وتونس وصلت إلى إنجاز أكثر من 191 ألف سرير سنة 2000 والمغرب تتطلع لإنجاز 230 ألف سرير فقط.

- كذلك بالنسبة العمالة فإن زيادة طاقات الإيواء وزيادة توافد السياح سيؤدي إلى تطوير العمالة وزيادة التدفقات النقدية فمصر سطرت برنامجا للوصول إلى 20 مليار دولار في سنة 2011 و346 مليار دولار سنة 2017. وتونس وصل عدد عمالها في قطاع السياحة إلى أكثر من 03 ملايين، وحققت 02 مليار دينار تونس سنة 1999، والمغرب تسعى للوصول إلى 600 ألف منصب شغل، وتحقيق مبلغ 80 مليار درهم مغربي في المجال السياحي، وذلك أفاق 2012، ونجد برنامج 2015 الجزائري سيحقق 230 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر، وإيرادات تصل إلى 6.4 مليار دولار، وهذا الرقم جد ضئيل إذ ما قورن بهذه الدول وبالخصائص السياحية الجزائرية.

-عدم توفير الأراضي لإقامة المشروعات السياحية، وإن وجدت فهي غالية الأثمان وصعب الحصول عليها، والتي نجدها في مصر مثلا بيعت بدولار رمزي للمتر.

-عدم تحفيز المستثمرين بالشكل التنافسي من خلال تبسيط الإجراءات وتوفير البنى التحتية اللازمة وإصلاح النظام المصرفي.

-ارتفاع معدلات الضريبة على الأنشطة السياحية والفنادق

-عدم وضع برنامج لتدريب الكوادر العاملة في السياحة

-عدم توفير الحوافز للمشاريع الموافقة عليها

-غياب خريطة التوسع السياحي، ومناطق الاستثمار السياحي.¹

المطلب الثالث: برامج القطاع السياحي وفقا لما جاء به المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2025²

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 للإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، وبعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي دفعت الدولة من خلالها لجميع الفاعلية وجميع القطاعات

¹- سعد بالمداني، إستراتيجية الإتصال في تنمية السياحة في الجزائر، مرجع سبق ذكره 172

²-وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط الإستراتيجي: الحركات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي

2008، ص17

وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لأفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة تثمين القدرات الطبيعية الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، لتحقيق القفزات المطلوبة .

1-الأهداف الإستراتيجية للمخطط

1-1 الأهداف العامة: تتمثل الأهداف العامة للمخطط في:

- توسيع الآثار المتوتية عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل: الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات.
- تحسين التوازنات الكلية(التشغيل، نمو الميزان التجاري والمالي، الاستثمار)
- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئة.
- تثمين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فإن إستراتيجيات السياحة المتواصلة تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغيرات في التصور الذي بجملة المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.

1-2 الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015.¹

يمكن تلخيص الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015 في الجدول التالي:

جدول رقم (2): خطة الأعمال السياحية لأفاق 2015

| السنة | 2007 | 2015 |
|-------------------------------------------------------|---------------------|----------------|
| عدد السواح | 1.7 مليون | 2.5 مليون |
| عدد الأسرة | 84.869 يعاد تأهيلها | 75000 سرير فخم |
| المساهمة في الإنتاج المحلي الخام إيرادات(مليون دولار) | 250 | 1500 إلى 2000 |
| مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة | 200.000 | 400.000 |
| تكوين مقاعد بيداغوجية | 51200 | 91600 |

المصدر: قدرات هيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية: برنامج ذات الأولوية، 2008، ص18

¹ -وزارة هيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية المخطط الإستراتيجي، الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي 2008 ص18

من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1.47 ضعف ما هو محقق لسنة 2007 أما عدد فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1.8 ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر بـ 13 مرة مع نهاية فترة 2015، في حين قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها القطاع السياحة في حدود الضعف، مقارنة بما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف، مقارنة بما هو موجود لسنة 2007 كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142.80 معقدا بيداغوجي.

1-3 المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي:

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في:

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29,286 سرير.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي.
- إنطلاق 80 مشروعا سياحيا في سنة أقطاب سياحية بامتياز.
- الجدول رقم (3) يوضح أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية بامتياز المنتشرة على المستوى الوطني.

| عدد المشاريع | الأقطاب السياحية بامتياز |
|--------------|---------------------------|
| 23 | شمال شرق |
| 32 | الشمال وسط |
| 18 | الشمال غرب |
| 04 | الجنوب الغربي الواحات |
| 02 | الجنوب الغربي توات قورارة |
| 01 | الجنوب الكبير الأهقار |
| 80 | المجموع |

- من الجدول رقم (03) ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية الستة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر بـ 5986 سرير، وتوفر 8000 منصب شغل بعد الإنهاء من الإنجاز

2-مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر:¹

تشكل الأدوات الأتي ذكرها طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية تضمن إعادة الاعتبار للمكان و الدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة الدولية ضمن أفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة،ولقد شرع في الجزائر العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية ابتداءً من سنة 2008قصد تفعيل التحول السياحي للجزائر، وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات الأولوية .

وكدافع الانطلاق السياحي ابتداءً من عام 2008مدعومة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي وفي مايلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق2025.

2-1-مخطط وجهة الجزائر:²تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية،وأيضاً من غياب الصورة والاستثمار السياحي لذا علبها اختيار أوراقها القوية بغية تقوية صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة،وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة ومنافسة،تكون أبرز ملامحها لأصالة،الابتكار والتوعية وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة وفي المرحلة الأولى يصبح منح الأولوية والأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره،كما يتعين تحدي الأهداف لهذه الأسواق. والملحق 01 يوضح ذلك.

¹ -عامر عيساني"الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة-حالة الجزائر-أطروحة الدكتوراه علوم في العلوم التسيير شعبة تسيير المؤسسات، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر بيانة،دفعة -2009-2010ص109

² -Ministere de l'aménagement du territoire, l'environnement et du tourisme, livre 02 OP.cit, p26

2-2- الأقطاب السياحية للامتياز:¹ القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدورات، السياحة بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية ومتعدد الأقطاب يدمج المنطق الاجتماعي الثقافي، الإقليمي التجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق ويمثل كل من عنابة، طارف، سكيكدة، قلمة، تبسة، سوق أهراس.
- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى البويرة، بجاية، تيزى وزو.
- القطب السياحي للامتياز شمال غرب، مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.

- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنية

- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور، أدرار، تميمون، بشار

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ومتنوعة للسياحة الصحراوية، الاستحمام، سياحة علاجية وصحية.

وتسمح هذه الأقطاب السياحية للامتياز ب بروز تنوع سياحي على كافة الإقليم وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاعدة للتطور السياحي، إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الإشهار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع. والملحق رقم 02 يجمل أهم هذه القرى التي جاء بها المخطط.

¹ -حميدة بوعموشة"دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر- مذكرة مقدمة لنيل ماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس- سطيف- السنة الجامعية 2011-2012 ص138

2-3- مخطط النوعية السياحية¹: لقد أصبحت النوعية اليوم مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبيرة. أما الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العلم فالمخطط النوعي للسياحة يشمل:

-تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي.

-منح رؤية جديدة للمحترفين.

-حث المتعاملين في السياحة على العمل بالإجراءات النوعية.

-نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة توعية.

-وقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025، الأصح تكوين العنصر البشري أمراً ضرورياً، وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاثة إستراتيجية، قصد تحفيز الجزائر سياحياً في أفق 2025.

-ضمان الميزة التنافسية لبرنامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة

-إعداد مقاييس الامتياز والتكوين السياحي.

-الابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاستعمال في مخطط التوعية السياحية.

2-4- مخطط الشراكة العمومية الخاصة:

لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي للمنتجات السياحية، فإذا كانت الدولة تمارس دوراً ضرورياً في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت القاعدية للإطارات والطرق في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام وحفظ الأمن وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإننا لقطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه.

وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشراكة العمومية، الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملة السياحية سواء كانوا عموميون أو خواص وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق

¹-حميدة بوعموشة "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة" مرجع سبق ذكره ص 139.

منتوج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية لبلوغ مستوى تصبح سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفصيلا.

2-5- مخطط تمويل السياحة:

أخذ بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم ومرافقة الشريك المطور أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة فالأمر يتعلق بـ:

-مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع المساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر في تمويل عتاد الاستغلال.

-تحقيق إجراءات منح القروض البنكية.

-التمديد في مدة القرض.

-الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مساعدات التكوين، تشجيع شامل لنوعية إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.¹

¹-حميدة بوعموشة"دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة"ص139

المبحث الثاني: برنامج ترقية السياحة في الجزائر¹

يهدف برنامج تنمية قطاع السياحة في الجزائر إلى تحقيق خمسة أهداف وهي:

- جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي.
- الدافع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى.
- ترميم التراث التاريخي والشعائري.
- التوفيق بين الترقية السياحة والبيئة أي تحقيق تنية سياحية مستدامة.
- تحسين صورة الجزائر السياحية بما يضمن استقطاب أكبر عدد من السواح.

المطلب الأول: رفع قدرات الاستقبال

إن عملية رفع قدرات الاستقبال، والتي تعد قاعدة أساسية لتوسع وتطور القطاع تحل عن طريق الاستثمار السياحي والذي من خلاله يمكن توفير مختلف مراكز الاستقبال.

1- الاستثمار: لقد تكيف التشريع الجزائري الخاص بالاستثمار مع متطلبات اقتصاد السوق وكذلك ظروف الاقتصاد الوطني، فجاء لقانون التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 | 10 | 1993م والذي يعتبر تحول هام في ميدان ترقية ودعم الاستثمار العام والخاص الوطني والأجنبي حيث أن هذا القانون يقدم العديد من المزايا والضمانات للمستخدمين بما فيهما الاستثمار السياحي، ويستفيد من أحكام هذا القانون الاستثمارات بأنواعها الثلاثة.

2- ضمانات الاستثمار في الجزائر: تدعيما لسياسة تشجيع الاستثمار، فإن الدولة الجزائرية قد عمدت إلى إعطاء كل الضمانات الضرورية للمستثمرين الخواص والعموميين، الوطنيين والأجانب، ويضمن القانون:

- حرية الاستثمار لكل شخص طبيعي أو معنوي، خاص أو عمومي، قاطن بالجزائر أو خارجها.
- تحويل رؤوس الأموال المستثمرة والفوائد المترتبة عنها إلى الخارج.

- تمنح تحفيزات جبائية وجمركية هامة.

¹ - شبوطي حكيم "الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر" كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير مجلة البحوث والدراسات العلمية جامعة المدية لدكتور يحي فارس، ص 95، 96.

-يمنح إمكانية اللجوء إلى المحاكم الدولية الثنائية أو المتعددة الأطراف والمتعلقة بتشجيع وضمان الاستثمار.

-كما أنه لا يتم تطبيق المراجعات أو الإلغاءات التي قد تطرأ في المستقبل على الاستثمارات المنجزة في إطار هذا المرسوم التشريعي إلا إذا طلب المستثمر ذلك صراحة.

ومن أجل السعر ومتابعة هذه الاستثمارات، أنشأت الوكالة الوطنية لترقية ودعم ومتابعة الاستثمار في سنة 1994 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-319 المؤرخ في 17-10-1994 وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالاستقلالية المالية وتابعة لمصالح الحكومة.

3- الامتيازات الممنوحة:¹ تتعدد وتختلف الامتيازات الجبائية والجمركية الممنوحة في إطار هذا القانون، وذلك حسب أنماط والمواقع الاستثمارات، حيث تمنح هذه الامتيازات حسب عدة أنماط: النظام العام، النظام النوعي ونظام الاتفاقيات

-**النظام العام:** يطبق هذا النظام على الاستثمارات التي تم إنجازها في المناطق خارج المناطق الحرة.

-**النظام النوعي:** يطبق هذا النظام على المناطق التي أعطيت لها أولوية في التنمية.

-**النظام الخاص بالجنوب الكبير:** ويخص ولايات أقصى الجنوب الكبير وهي ولايات أدرار، إيزي، تمنراست، تندوف.

-**النظام الخاص بالطوق الثاني من الجنوب:** ويخص الاستثمارات المنجزة في الولايات المشكلة للطوق الثاني من الجنوب والتي لها أولوية في تنمية وهي غرداية، النعام، ورقلة، الأغواط، وادي سوف، بسكرة، الجلفة.

-**النظام المتعلق بالمناطق الحرة:** ويتعلق بالفضاءات المحددة والتي لا تخضع للأنظمة الجبائية والجمركية الداخلية.

نظام الاتفاقيات: ويخص الاستثمارات الهامة والإستراتيجية وتخص الاستفادة من المزايا المقدمة بالنسبة للأنظمة الخمسة الأولى مرحلي الإنجاز والإستغلال.

-**المزايا الإضافية:** بالإضافة إلى هذه المزايا— توجد مزايا إضافية يمكن أن يستفيد منها المستثمرون وهي:

¹-شيوطي حكيم"الدور الإقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر"مجلة سبق ذكرها ص97.

-المزايا المقدمة يمكن أن تحول أو يتم التنازل عنها من شخص طبيعي أو معنوي لآخر.

-يمكن أن تستفيد الاستثمارات الجاري إنجازها والتي شرع في استلامها في غضون الخمس سنوات السابقة لصدور المرسوم التنفيذي السابق الذكر أن تستفيد من أحكامه.

-كما تستفيد الاستثمارات إلى تمثل أهمية خاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني لاسيما من حجم المشروع، ومميزات التكنولوجيا المستعملة وارتفاع نسبة الاندماج الإنتاجي وارتفاع بالعملة الصعبة أو من حيث مرودية هذه الاستثمارات على المدى الطويل من امتيازات إضافية طبقا للتشريع المعمول به، حيث يتم إبرام اتفاقية لحساب الدولة والمستثمر وبذلك فقد أعطيت فرصة كبيرة لتطوير الاستثمار في الجزائر بما فيها الاستثمار السياحي وبالتالي تطوير وتنمية القطاع، وتوجد عدة أسباب من شأنها أن تشجع المستثمرين على الاستثمار في قطاع السياحة نذكر منها:

4-أسباب الاستثمار في ميدان السياحة في الجزائر:¹

يعتبر الاستثمار في ميدان السياحة فرصة كبيرة للربح الذي يسعى إليه كل مستثمر، ويرجع ذلك لعدة أسباب، يأتي على رأسها كون الجزائر تزخر بثروات سياحية هامة، إذا ما استغلت بالطريقة المناسبة، فإنها ستصبح قطبا سياحيا عالميا، بالإضافة إلى جملة من الأسباب الأخرى توجزها فيما يلي:

-تعدد وتنوع مناطق الجزائر ومناظرها والتي تختلف مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية.

-المناخ الجيد الدافئ على طول أيام السنة مما يجعلها بلدا سياحيا على طول السنة.

-ثروات طبيعية وتاريخية مميزة وكذلك تراث ثقافي متنوع ومختلف باختلاف المناطق.

-وجود الجزائر قريبة من الأسواق المرسله السواح لاسيما السوق الأوروبية.

-الطلب السياحي الداخلي مهم نوعا ما وبالتالي لابد من تلبية الرغبات وطلبات المواطنين.

5-مجالات الاستثمار وهيئات الدعم و التأطير التقني:

إن سياسة الاستثمار في الجزائر تعتمد على تشجيع المبادرات الخاصة وتحفيز الشراكة وبالتالي فإن دور الدولة سوف يصبح محدودا ويقتصر على توفير الشروط الضرورية لاسيما الظروف القانونية، المراقبة والمتابعة من أجل قيام صناعة سياحية منسجمة عن طريق التسهيلات المتعددة المقدمة، كما تهدف هذه

¹-شبوطي حكيم"الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر"مجلة سبق ذكرها ص99،98.

السياحة أيضا إلى تهيئة وتأمين الاستغلال الأمثل لمناطق التوسع السياحي، ومن أجل توجيه ومساعدة المستثمرين أنشأت هيئتين متخصصتين في هذا المجال وهما: الوكالة الوطنية للتنمية السياحية والمؤسسة الوطنية للدراسات السياحية حيث تخصص في الدراسات السياحية والفندقية.

6- أثر المزايا الجبائية على القطاع السياحي:

إن تقديم المزايا الجبائية لا يعتبر من بين الأهداف التي تسعى إليها الحكومات وذلك لما له من آثار سلبية على المداخل الضريبية للدولة، ولكن هذه المزايا تقدم دائما لتشجيع وتنشيط قطاع اقتصادي ما أو توجيه الاستثمارات الخاصة والعامة لنشاط ما.

7- عمليات التجديد وإعادة الاعتبار:

إن عملية تجديد وإعادة الاعتبار للحظيرة الفندقية العمومية تكون محل الترقية المكثفة والمناسبة من خلال عمليات الخوصصة وذلك بمختلف أنواعها، وفي هذا الإطار جاء الأمر رقم 95-22 المؤرخ في 26 أوت 1995 والمتعلق بخوصصة المؤسسات العمومية، حيث أنه يحدد القواعد العامة للخوصصة، والتي هي عبارة عن نقل أو تحويل الأصول أو رأس المال المؤسسات العامة إلى مؤسسات خاصة حسب نوعين من الأشكال.

الشكل الأول: يتمثل في عملية نقل وتحويل كل أو جزء من الأصول المادية والمعنوية أو كل أو جزء من رأس المال الإجتماعي التابع لمؤسسة عامة إلى مؤسسة خاصة.

الشكل الثاني: يتمثل في عملية تحويل التسيير للمؤسسات العمومية إلى المؤسسات الخاصة وهذا بواسطة صيغ تعاقدية والتي تحدد أشكال وشروط تحويل وتطبيق التسيير، وقد خص هذا القانون المؤسسات التنافسية والتي من بينها مؤسسات قطاع الفنادق والقطاع السياحي من بين الشروط المحددة أن عمليات الخوصصة لا تتم الموافقة عليها وتطبيقها إلا إذا كانت تهدف إلى إعادة بعث وتنشيط وتحديث المؤسسة والحفاظ على كل أو جزء من اليد العاملة.¹

¹- شبوطي حكيم "دور الإقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر" مجلة سبق ذكرها ص 100

المطلب الثاني: تدعيم النوعية وتحسين المحيط¹

ويدخل في هذا الإطار تدعيم نوعية الخدمة المقدمة للسائح وتحسين المحيط السياحي مثل المدن والمناطق السياحية وكذلك تكوين الموارد البشرية التي تعتبر هامة أيضا في تقديم النوعية الجيدة للمنتج السياحي.

1- تدعيم نوعية الخدمة:

إن ترقية وتدعيم النوعية تعتبر من الأولويات لتنسيق القطاع السياحي ودفعه وضمان انطلاقه صحيحة له، ومن أجل تدعيم النوعية، فإن برنامج وزارة السياحة يتمحور حول النقاط التالية:

- متابعة عمليات التقييم ومراقبة النشاطات والمهن السياحية الخاصة.

- تكييف القانون المتعلق بوكالات السياحة والأسفار مع المعطيات الاقتصادية الجديدة، وذلك بإعطاء هذه الوكالات وصلاحيات أكبر، لأن وكالات الأسفار في بلادنا يكاد يقتصر دورها على تنظيم الرحلات خارج البلاد، بينما من المفروض أن يكون دورها عكسيا وذلك بتنظيم أسفار الأجانب نحو بلادنا وكذلك تدعيما بكل الوسائل الضرورية.

- تصنيف المؤسسات الفندقية مع النظم الدولية.

- ضبط معايير استغلال الحمامات المعدنية.

- تنمية وظيفة النوعية وذلك على المستوى الوطني.

5-2 تحسين محيط السياحة:

لا يمكن إغفال الدور الذي يلعبه المحيط في النشاط السياحي، حيث أنه يتوجب تحسين هذا المحيط وذلك بتضافر الجهود بين مختلف الهيئات والقطاعات (الصحة، البيئة...) ويتحقق هذا الهدف كما يلي:

- الحماية الصحية للمناطق السياحية.

- توفير الأمن وسلامة الأشخاص والممتلكات داخل وخارج المؤسسات الفندقية والسياحية.

¹ -قويدر الويزة "السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر مذكرة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير

3-5. التسهيلات الخاصة بتنقل السواح:

ويتعلق الأمر بوضع نظام لهذه التسهيلات المتمثل في تسهيل عملية منح التأشيرات للسواح وأمتعتهم بالإضافة إلى السماح لوكلاء الأسفار والسياحة المعتمدين بالدخول إلى المطارات لاستقبال أفواجهم السياحية.

المطلب الثالث: تحديات تصحيح وترقية صورة الجزائر السياحية.¹

إن عملية تصحيح وترقية صورة الجزائر السياحية تعتبر وظيفة إستراتيجية وهامة من خلالها يتم تطوير القطاع، وذلك بسبب إقناع المستهلكين بالمنتجات السياحية الجزائرية. وعند هذه الإستراتيجية، تلتقي كل الجهود المبذولة على كل المستويات في الإنتاج السياحي وبالتالي لابد من أداة ترقيوية ملائمة وتكون في مستوى هذا التحدي.

1-أداة الترقية ووسائلها:

يعتبر الديوان الوطني للسياحة أداة الترقية الحالية في الجزائر، وبتالي يقع على عاتقه مهمة تحسين صورة الجزائر السياحية على المستوى الخارجي والداخلي لأن الإمكانيات المادية والمالية لا تكون ضامنا لوحدها لنجاح عملية الترقية، بل لابد من وظيفة الترقية التي تكون في المستوى وآفاق التنمية السياحية الوطنية، وقد حدد الديوان الوطني لمهمة عدة محاور أساسية يقترح من خلالها الميدان وهي:

-تحسين وتنمية علاقاته العامة على المستوى الوطني والدولي مع مختلف المؤسسات السياحية وكذا المستهلكين.

-إنتاج وتوزيع المعلومات السياحية باتجاه الجمهور الواسع سواء على المستوى الداخلي والخارجي.

-المساهمة في أعمال وعمليات ترقية صورة الجزائر في إطار ما بين القطاعات على الصعيد المؤسساتي.

-المساهمة في عمليات ترقية الاستثمارات السياحية والصناعات التقليدية بالتعاون مع الهياكل المركزية والهيئات المتخصصة.

-تنظيم حملات إعلامية حول مواضيع ذات طابع خاص مثل المهرجانات الأعياد الشعبية الجهوية.

¹-قويدر الويزة"السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر"مذكرة سبق ذكرها ص194

2- إستراتيجية الديوان الوطني للسياحة:

تتمثل مهمة الديوان على المدى القصير في عملية تحسين وتنمية علاقة الجزائر في ميدان السياحة إضافة إلى ضمان تعاون المتعاملين في ميدان السياحة مع أهم ممثلي السياحة، إضافة إلى ضمان تعاون المتعاملين من جهة وجهة ثانية محاولة توفير الإمكانيات والمحيط اللازم للعاملين في هذا القطاع لتمكينهم من إعداد ووضع عروضهم في الوقت المناسب في الأسواق المختارة.

كذلك في إطار ترقية صورة الجزائر السياحية، والتي تعتبر أساسية لضمان الطلب الداخلي والخارجي، ومن أجل الحصول على حصص في السوق الدولية بهدف الديوان إلى الوصول إلى تشخيص المؤسسات التي تعطي أحسن صورة عن الجزائر للأجانب من خلال منتجاتها المميزة أما على المدى المتوسط.

فإن إستراتيجية الديوان تتمثل في أعمال ترقية وعلاقات عامة ذات وجهة محددة وهي الأسواق والبلدان الموردة للسواح، وذلك انطلاقا من مواضيع ومنتجات سياحية محددة بصورة واضحة ويتحقق هذا الهدف بإعطاء السياحة الوطنية طابعا خاصا ومميزا يختلف عن المنتجات السياحية الأخرى لبقية البلدان.

المبحث الثالث: اقتراح الإجراءات والتدابير المتعلقة بالترقية السياحية¹

من مميزات المنتجات السياحية أنها غير قابلة للنقل بل يتم استهلاكها في عين المكان ومن هنا تبرز أهمية الترقية السياحية كوظيفة إستراتيجية تأتي لتنويع الجهود الأخرى المبذولة في مجالات الاستثمار والتكوين والإنتاج، فكل الأنشطة التي يقوم بها القطاع السياحي تبقى دون جدوى كبيرة إذا لم ترافقها ترقية ناجعة للصورة والمنتجات السياحية للبلاد لا سيما على مستوى الأسواق السياحية الخارجية لأسباب مختلفة، لا تزال صورة الجزائر السياحية مشوهة في الخارج وتتطلب أعمالا ترقية مكثفة ومستمرة وكذا تسخير إمكانيات ضخمة من أجل إعادة تحسينها في هذا الصدد تعتقد أن تفعيل الترقية السياحية يستلزم التكفل بالعمليات التالية.

المطلب الأول: مفهوم الترقية السياحية²

نقصد بها مجموعة من الإجراءات الهادفة لجلب متعاملين جدد أو حماية الزبائن المعتادين وجعلهم أكثر ولاء للمؤسسة.

أهداف الترقية السياحية: للترقية السياحية عدة أهداف يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

- إعطاء صورة سياحية للمنطقة وإمكاناتها لترغيب المستهلكين وجلبهم.
- إقناع وترغيب السواح للتوافد على المناطق السياحية من خلال تقديم التسهيلات والإغراءات.
- التعريف بالخدمات السياحية الرائعة المقدمة و امتيازاتها من خلال الإشهار السياحي.
- جعل المنتج السياحي عادة في الشراء لدى السائح.
- تعمل على تجربة المنتج السياحي.
- التمكين من مراجعة النقائص.
- وضع قيمة خاصة للصورة والعلامة.
- خلق التظاهرات المختلفة.

¹ صالح موهوب، "تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقتراح سبل تطويرها" رسالة ماجستير في فرع التسيير جامعة الجزائر السنة الجامعية 2006-2007، ص180-181

² مسدوي دليلة "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي حالة ولاية بومرداس" مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جامعة محمد بوقرة بومرداس السنة الجامعية 2008، 2009 ص88

خصائص الترقية السياحية:¹

- حتى تكون هناك ترقية سياحية بمعنى كلمة، ويكتب لها النجاح، يجب أن تراعي مجموعة من الشروط الأساسية وهي:
- أن يقوم المختصون في الميدان بإعدادها، ويجب أن تكون تتميز بالواقعية والصدق.
- وجوب ضرورة التخطيط، و توفير الإمكانيات اللازمة لتنفيذها ومن أجل إعداد مخطط ترقوي للسياحة يجب أن يكون:
- الاستعداد للترقية: أي أن يكون المكلف لتسويق يعمل على تحضير مكان التنشيط
- الدعامة الترقوية: وهي وسيلة لجلب المستهلكين.
- وضع ميزانية للترقية: وهذا لتوفير كل وسائل الترقية، كالتنشيط، الإشهار، والنشر.
- مراقبة البرنامج الترقوي: وهذا من أجل التحقيق من أن النتائج المحققة مطابقة للخطة الموضوعية.
- تقييم النتائج: وتكون إما عن طريق البيانات قبل وبعد العملية وإما محاوره ومعاينة عينة من المستهلكين، أو وضع مراقبين ذي تجربة وكفاءة في المكان والوضع المناسب للعملية، وأين يتم التوزيع.

المطلب الثاني: دعم الهيئة المكلفة بالترقية السياحية²

رغم أن الهيئة المكلفة بالترقية السياحية، المتمثلة في الديوان الوطني للسياحة، قد تم رسميا إنشائها سنة 1988، إلا أنها لا تزال تعاني من مشاكل مادية وبشرية كبيرة لا تسمح لها بأداء مهامها على أكمل وجه فالديوان الوطني للسياحة الذي يعد واجهة السياحة الجزائرية لا يتمتع بمقر مناسب حيث يوجد حاليا في حي غير لائق يصعب الوصول إليه، كما أن الموارد المالية المخصصة للترقية السياحية على المستويين الداخلي والخارجي تبقى ضعيفة جدا وتدور في متوسط حوالي 120 مليون دينار جزائري في حين نجد على سبيل المثال أن مصر تخصص سنويا 65 مليون دولار أمريكي للترقية السياحية الخارجية وحدها.

¹ - مسدويدلية" دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي حالة ولاية بومرداس" مذكرة سبق ذكرها، ص89

² - صالح موهوب، "تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقترح سبل تطويرها" نفس مذكرة سبق ذكرها، ص182

على صعيد آخر فإن القانون الأساسي الحالي الذي يحكم الهيئة المكلفة بالترقية السياحية لم يعط اهتماما لثمين وظائف التأطير الإداري الشيء الذي لم يسمح لها يجلب الكفاءات العالية في مجال الترقية والدعاية والإشهار.

انطلاقا من هذه النقائص، نرى أنه من الضروري إعادة الاعتبار لهذه الهيئة التي تؤدي وظيفة إستراتيجية وذلك بمدّها بالوسائل المادية والمالية المناسبة وإعادة النظر في القانون الأساسي الذي يحكمها قصد جعله يتماشى وطبيعة نشاط الترقية السياحية التي لا يجب أن تكون حكرا على القطاع العمومي وحده كما هو ساري المفعول حاليا بل ينبغي إشراك المجتمع المدني والمتعاملين الخواص من بين الاقتراحات الأخرى لتفعيل الترقية السياحية، إعادة فتح الممثلات السياحية الجزائرية التي كانت موجودة في الخارج على مستوى أهم الأسواق السياحية لأن الترقية السياحية تتطلب العمل الجوّاري والاتصال المستمر ولا يمكن القيام بها عن بعد أو بالمراسلة.

المطلب الثالث: وضع برنامج وطني لترقية السياحة¹

لا يمكن الإستمرار في الترقية السياحية الحالية التي تعتمد على أعمال متفرقة وغير مدروسة وأحيانا غير مبرجة مسبقا لذا ينبغي إعداد برنامج للترقية السياحية طويل المدى واضح المحتوى والأهداف ومدعما بكل الوسائل الضرورية لتنفيذه.

من المعلوم أن الترقية السياحية تساهم في تحسين صورة البلاد ككل وتبعاً لذلك فإن هذه الوظيفة لا تختص قطاع السياحة وحده بل بتعين كل الهيئات والقطاعات المعنية المشاركة في تصميم وإعداد وتنفيذ البرنامج الترقوي.

فعلى سبيل المثال لا يمكن تنفيذ البرنامج الترقوي بنجاح دون مساهمة قطاع الإعلام بمختلف وسائله الإعلامية المرئية، المقروءة والمسموعة وتوجد هناك هيئات أخرى معينة كذلك بالترقية السياحية نذكر منها الممثلات الدبلوماسية والقنصلية الجزائرية في الخارج شركات النقل الجوي والبحري، الجمارك، شرطة الحدود... الخ.

أخيراً، فإن الترقية السياحية تستوجب كذلك تصميم وإنجاز رصيد غني ومتنوع من الدعائم الإعلامية والإشهارية بشتى أصنافها من مجالات ومطلوبات وأفلام سياحية وقرص مضغوطة من أجل

¹ - صالح موهوب، "تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقتراح سبل تطويرها" نفس مذكرة سبق ذكرها، ص183

التعريف بالمتاحات والمؤهلات السياحية والثقافية التي تزخر بها البلاد وبالغرض المتوفرة في مجالات الاستثمار والتسويق السياحي.

المطلب الرابع: التظاهرات والأحداث السياحية¹

تعتبر التظاهرات والأحداث السياحية من بين الأعمال الترقية الهامة التي تساهم في التعريف بالتراث الثقافي والحضاري والتاريخي الذي يشكل إحدى العناصر الأساسية للمنتج السياحي.

لهذا الغرض يجب أن يشمل البرنامج الترقوي على محور هام يتعلق بإحياء المواسم والأعياد التقليدية المحلية بتنظيم تظاهرات احتفالية من أجل إبراز الثقافات والعادات والتقاليد والفنون المحلية واستغلالها لأغراض سياحية عن طريق تطوير وتسويق منتجات أصلية وفريدة من نوعها.

كما ينبغي تنظيم مهرجانات جهوية ومتخصصة حول مواضيع مختلفة بهدف تطوير سياحات نوعية مثل السياحة الثقافية، السياحة الحموية، السياحة الصحراوية، السياحة الإيكولوجية، السياحة الدينية، السياحة الدينية، السياحة الرياضية، السياحة الغطس، تحت الماء، سياحة الصيد البري..... الخ.

¹ -صالح موهوب، "تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقترح سبل تطويرها" نفس مذكرة سبق ذكرها، ص184

خلاصة الفصل

إن ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وسنوات من الكد والصبر حتى تزول الصورة القائمة التي تظهر بها حاليا على المستوى الخارجي، وفي هذا السياق جاءت السياسة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 لتحسين و تثمين وجهة الجزائر السياحية وجعلها منطقة سياحية بامتياز لها علاقة سياحية تنافسية قادرة علي جذب السياح الأجانب والاستجابة للطلب الداخلي على منتجات السياحة الكثيرة والمتنوعة التي تذخر بها الجزائر هذا الأمر يتطلب وضع سياسة لتكوين وتدريب الموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، وبناء أقطاب و قرى سياحية .

التحفة

الخاتمة:

توصلنا في ختام هذه الدراسة إلى أن السياحة أصبحت تشكل صناعة هامة في الاقتصاد العالمي بعدما كانت عبارة عن نشاط يعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن العلم والرزق والمعرفة والأمن، حيث عرفت تطورا ونموا مذهلين خاصة بعد الحرب العالمية الثانية والتطور التكنولوجي الذي عرفه العالم في شتى المجالات خاصة مجال النقل، الاتصال، الإعلام.

وتؤدي السياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول ويتجلى ذلك من خلال آثارها الإيجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحقيق إيرادات بالعملة الصعبة كما أنها مجال واسع لجذب رؤوس الأموال الأجنبية، وتعمل على نقل التقنيات والتكنولوجيا الجديدة ومهارات الإدارة الحديثة، كما تساهم بشكل غير مباشر في تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى كالبناء، الفلاحة...

هذه الأهمية جعلت الكثير من الدول المتقدمة والنامية تهتم بالقطاع السياحي والاستثمار فيه، وتعمل على تطويره ليحقق الأهداف المنتظرة منه، فلقد استطاعت دول جنوب شرق آسيا أن تحقق نموا هاما بعد إدراكها لأهمية السياحة في التنمية الشاملة مما جعلها تمنحها الأولوية في برامجها التنموية فأصبحت مقصدا ينافس الدول الرائدة في هذا المجال ووجهة مفضلة للعديد من السياح.

وبالرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع إلا أن الجزائر لم تهتم به بعد الاستقلال رغم امتلاكها لمؤهلات وموارد سياحية عديدة ومتميزة بسبب المنهج الاقتصادي المتبع آنذاك والمعتمد على الصناعات المصنعة، تمثل ذلك في قلة الاستثمارات المخصصة للقطاع في جميع مخططات التنمية، وبعدها اتخذت الجزائر سبيلها إلى طريق الإصلاح أصبح تنويع الاقتصاد والموارد ضرورة حتمية تفرض عليها انتهاج سياسة سياحية جديدة تهدف إلى ترقية وتطوير المنتج السياحي الجزائري والاهتمام بالاستثمار فيه بخلق المناخ الملائم لذلك.

تتنوع المؤهلات السياحية في الجزائر بمناطق عديدة تسمح بممارسة أنواع مختلفة، السياحة قامت الدولة بإحصائها بعد الإستغلال إلا أن قطاع السياحة كان منأقل القطاعات أهمية في برامج التنمية الوطنية حيث انعكس ذلك على حجم الإستثمارات المخصصة له في المخططات المختلفة فنسبتها كانت دائمة قليلة، الأمر الذي أدى إلى عجز في الإنجاز مقارنة بالتقديرات الموضوعية.

الخاتمة:

وبالتالي يمكننا القول بأن صناعة السياحة في بلادنا ليست في المستوى الذي يجعل منها قبلة سياحية مفضلة رغم الإرث السياحي الغني التي تزخر به وذلك راجع إلى عدة عوامل أهمها عنصر الأمن وهو مهمة أساسية منها الدرك الوطني كمؤسسة أمنية تسهر على سلامة الأرواح والممتلكات ونستخلص من بحثنا النتائج التي يمكن إدراجها فيمايلي:

— السياحة نشاط لازم لإنسان منذ زمن بعيد، لكنها لم تعرف فعليا إلا في العصر الحديث وتعاضم دورها في القرن 20 وصارت اليوم تعرف بصناعة القرن، نظر لما حققته من مساهمة في تطوير الإقتصاد العالمي وإخراج العديد من الدول من دائرة التخلف.

— الإستقرار السياسي والأمني هما الركيزة الأولى لتطوير السياحة.

— يتوقف إنعاش السياحة وترقيته على عدة عوامل من بينها—مدى توافر الموارد المالية دورة الإستغلال ودورة الإستثمار للمشاريع المرتبطة بهذا القطاع.

— إهمال المعالم الأثرية والسياحية ونقص العناية بها.

— عدم استغلال المقومات السياحية في بلادنا.

— القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوي المطلوب، ولم يرقى إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، هذا رغم توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها، التي يمكن أن تجعل من الجزائر بلدا مستقطبا للسياح، وقادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي بالإضافة إلى الجهود المبذولة منذ الإستقلال إلى غاية اليوم.

— إعترض قطاع السياحة في الجزائر عقبات حالت دون النهوض به وتطويره، وإختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات وأهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية بعد الإستقلال والوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر فترة التسعينيات.

— عدم إدراج السياحة كعنصر بديل للتصدير حيث يتم الاهتمام بقطاع المحروقات بنسبة 95% من النسبة الإجمالية.

الخاتمة:

مكنتنا دراستنا لهذا البحث من الإجابة على الفرضيات المطروحة في المقدمة بالشكل التالي:

- إن السياحة قطاع اقتصادي هام يشكل صناعة حقيقية تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية حيث تعبر عن رغبة الإنسان في التنقل وتفتح المجال لخلق فرص العمل وتساعد على جلب العملة الصعبة وتدفع رؤوس الأموال ورفع مستوى المداخيل وتساهم في تنشيط القطاعات الأخرى.

- امكانيات الجزائر السياحية كبيرة وقادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي فرضية صحيحة، نظر لإمتلاك الجزائر على مؤهلات كبيرة سواء ماتعلق بالإمكانيات الطبيعية أو بالإمكانيات المؤسساتية والمالي

-ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الإستغلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي،فرضية صحيحة جزئية ولكن ليس هو السبب بل هناك أسباب عديدة ساهمت مع بعضها في تدهور القطاع السياحي في الجزائر.

على ضوء النتائج السابقة نقترح مجموعة من التوصيات و الاقتراحات تتمثل في:

- يجب إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى.
- تخصيص إمكانيات مادية، بشرية لتمنية القطاع.
- الاهتمام بالصناعة التقليدية وتطويرها.
- ضرورة تشجيع الاستثمار والتركيز على الشراكة الأجنبية و إعطائها الأولوية للشراكة مع مجتمعات فندقية ذات شهرة عالمية، وبتوفير كافة الظروف الأمنية و السياسية الملائمة.
- ضرورة إنشاء مدارس و معاهد متخصصة في المجال السياحي؛
- إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة الداخلية من جهة و إتجاه توافق بين السواح المحليين و الجانب من جهة أخرى،
- يجب الاهتمام بالبنية التحتية و تحديثها خصوصا من طرق، مطارات، السكك الحديدية.
- المحافظة على المعالم الأثرية و التاريخية و حمايتها من السرقة.

الخاتمة:

نظرا لدور السياحة المتزايد في اقتصاديات الدول استوجب على السلطات العمومية إعادة النظر في هذا القطاع ليساهم في عملية التنمية وانعكس ذلك على السياسة السياحية الجديدة وإعداد خطة للتنمية المستدامة للسياحة، هذه الإستراتيجية تهدف إلى رفع التحديات التالية:

- ترقية المنتج السياحي الجزائري وتحسين صورة البلاد في الخارج.
- رفع قدرات الاستقبال وتنويعها.
- تحسين نوعية الخدمات و إعادة الاعتبار للحظيرة الفندقية.
- تطوير المناخ الاستثماري لزيادة حصتها من التدفقات الاستثمارية الدولية بتعميق الإصلاحات الاقتصادية وتطوير أداء أجهزة الاستثمار ومراجعة الإطار القانوني.
- إصدار قوانين خاصة بالسياحة بتجسيد الإستراتيجية المتبعة

آفاق البحث:

بعد دراستنا لموضوعنا هذا يمكن اقتراح بعد الدراسات الأخرى التي نرها جديدة ولن تكون الاشكالية لمواضيع أبحاث أخرى وذلك كالآتي:

- هل ترقية لصناعات الحرفية والتقليدية تعتبر استراتيجية ضرورية لتنمية السياحة ؟
- هل وجب على الجزائر التخصص في السياحة الصحراوية بفضل ما تزخر به من آثار ومؤهلات طبيعية لنهوض بالسياحة؟

وفي الأخير، نأمل أن تتحول الجزائر إلى وجهة حقيقية للسياح وتكون لها مكانة مرموقة محليا ودوليا وتنافس السياحة الجهوية والعالمية وهذا لن يكتب له النجاح إلا بتضافر جهود الجميع والرغبة الفعلية في تطوير القطاع والصرامة في تنفيذ المشاريع المسطرة لتنمية السياحة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية

- 1- أبو رمانة، اسعد حماد، التسويق السياحي والفندقي والأسس العلمية، دار مكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن سنة 2000
- 2- أحمد هني: إقتصاد الجزائر المستقلة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1988
- 3- الجلاد، أحمد: مدخل إلى علم السياحة، عالم الكتب، القاهرة، دت،
- 4- الطائي، حميد عبد النبي: أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوارق لنشر عمان، الأردن، طبعة الأولى 2001
- 5- الكتاني، مسعود مصطفى، علم السياحة و المتزهات، دار الحكمة، الموصل، 1990
- 6- حميدات صالح وقميحة فيصل 27، 28 أكتوبر 2009
- 7- خالد مقابلة التسويق الفندقي، دار زهران، عمان، الاردن 1998
- 8- زيد منير سلمان "الاقتصاد السياحي الطبعة الأولى 2008م-1429هـ الجامعة الأردنية
- 9- زيد منير عبوي، فن ادارة الفنادق والنشاط السياحي، دار الكنوز المعرفة، عمان الأردن 3 ط 2008
- 10- سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية الدارالجامعية الإسكندرية مصر، 2002
- 11- سعدون بوكبوس، دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، دراسات اقتصادية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 3، 2004
- 12- صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، دار رضا سوريا 2004
- 13- طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي دراسي ميدانية، طبعة 2010
- 14- عبد الله ومحمد المليي، تاريخ الجزائر الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، 1988
- 15- عبد القادر، مصطفى: دور الاعلان في التسويق السياحي، دراسة المؤسسة الجامعية، للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 2003م
- 16- عبد اللطيف بن أشنهو، عصرنة الجزائر، حصيلة وأفاق، 1999، 2009، الجزائر

- 17- عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى
- 18- علي فلاح الزعبي "التسويق السياحي و الفندقية" مدخل صناعة السياحة و الضيافة" دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة- الطبعة الأولى 2013م-1434هـ
- 19- عون عبد الكريم، جغرافية الغذاء في الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب 1985
- 20- غنيم، عثمان محمد وسعد، بنيتا نبيل: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكافئ شامل ومتكامل، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان الاردن طبعة 2. 1923هـ
- 21- محمد أمين محي الدين السيد علي: إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، طبعة الأولى، 1998،
- 22- محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر دار الهدى، الجزائر 2002
- 23- مروان السكر، السياحة: مضمونها وأهدافها، سلسلة الإقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، عمان الأردن، سنة 1964
- 24- ماهر عبدالعزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران، الاردن 2008
- 25- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة دار زهران للنشر و التوزيع عمان، الأردن 1997
- 26- نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1991، مصر
- 27- نعيم طاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، طبعة 2 دار المسيرة للنشر والتوزيع، الاردن 2007
- 28- هباس رجاء الحربي "التسويق السياحي في المنشآت السياحية" طبعة الأولى دار أسامة نشر والتوزيع

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

- 29-CNES, contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, 2000
- 30-Ministre du tourisme ne, plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie horizon 2015
- 31-National, tourimoffice, op cit , P9

32-TESSA AHMED, ECONOMIE TOURISTIQUE ET AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, OPU, ALGER ,ALGEIE .

33-Ministère de l'aménagement du territoire, l'environnement et du tourisme, livre 02 OP cite

34-MINISTERE DU tourisme :note sur les effets économiques et sociaux du tourisme2003

ثالثا: الأطروحات والرسائل الجامعية:

- 35- احمد لشهب، السياحة في الجزائر من 1962 الى 1982، رسالة ماجستير جامعة الجزائر 1987
- 36- حميدة بوعموشة "دور القطاع السياحي في ظل تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة" مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير "دراسة حالة الجزائر" 2011، 2012
- 37- خديجة الحاج مسعود "دور إقتصاديات السياحة في تحقيق التنمية المستدامة" مذكرة مقدمة لنيل ماجيستير في العلوم الإقتصادية جامعة الجزائر 2010-2011
- 38- زياني غوتي بومدين "مكانة السياحة في ظل المعطيات الإقتصادية العالمية الجديدة(حالة الجزائر) مذكرة ماجيستير في العلوم الإقتصادية 1999-2000
- 39- سعد بلمداني، إستراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام الإتصال ،جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2010، 2011
- 40- سيار زوييدة، التخطيط الإستراتيجي لسياحة الجزائرية و آفاقها المستقبلية، فرع التحليل الإقتصادي، رسالة ماجيستير، جامعة الجزائر دفعة 2003/2004
- 41- صالح موهوب، "تشخيص واقع السياحة في الجزائر وإقتراح سبل تطويرها" رسالة ماجيستير في فرع التسيير جامعة الجزائر السنة الجامعية 2006-2007
- 42- صالح يزة، تنمية السوق السياحية الجزائرية دراسة حالة ولاية المسيلة رسالة ماجيستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2006
- 43- علي موفق، أهمية قطاع السياحي في الإقتصاد الوطني رسالة ماجيستير كلية علوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2002

44- عامر عيساني "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة-حالة الجزائر-أطروحة الدكتوراه علوم في العلوم التسيير شعبة تسيير المؤسسات ،كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الحاج لخضر بباتنة، دفعة -2009-2010

45- عوينان عبد القادر "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات(2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025" أطروحة الدكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 03 سنة 2012-2013

46- قويدر الويزة "السياحة من منظور إقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر مذكرة ماجستير تخصص تحليل إقتصادي كلية علوم إقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر السنة الجامعية 2001 | 2002،

47- كواش خالد، مذكرة أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر) أطروحة للحصول على شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، سنة 2003، 2004

48- محمد عز الدين "التطور السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر 2002-2003

49- مسدوي دليلة "دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي حالة ولاية بومرداس" مذكرة ماجستير في علوم التسيير فرع: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جامعة محمد بوقرة بومرداس السنة الجامعية 2008، 2009

50- ميني لحساف: دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطة، رسالة ماجستير قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 2002، 2003

51- الهدار فاتح بلقاسم "دور الصناعة السياحية في إبراز المقومات السياحية-دراسة حالة ولاية غرداية- مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص-إدارة السياحة البيئية-2012-2013

رابعا: المنتقيات

52 -موسى سعداوي، حكيم بوجطو "أهمية المقومات السياحية في التنمية الاقتصادية" الملتقى العلمي الدولي حول "إقتصاديات السياحة ودورها في تنمية المستدامة" بسكرة 09-10-2010 جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر -

53- يسري دعبس ،العولمة السياحية دوافع الدول المتقدمة و الدول النامية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية الطبعة 1، الإسكندرية، مصر 2002

خامسا:المجلات وتقارير

- 54- السيد عبد الغاني لكحل عياط ،رئيس مدير عام مؤسسة التسيير السياحي شرق ل"الجزائر سياحة"،الديوان الوطني للسياحة،مجلة الجزائر سياحية ،رقم18جويلية -أوت 2002
- 55-الديوان الوطني للسياحة،الجزائر أرض التنوع،الجزائر سياحة العدد 2 رقم 33، 2005
- 56-الديوان الوطني للسياحة،السياحة الثقافية قطاع للإستثمار، السياحة الجزائر، العدد رقم 19 سبتمبر 2002
- 57- باشا رابح حمدي،التنمية السياحية بالجزائر الواقع والطموح،مجلة علوم الإقتصاد والتسيير والتجارة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر ،2005 العدد12
- 58- شبوطي حكيم"الدور الإقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر" كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير مجلة البحوث والدراسات العلمية جامعة المدية لدكتور يحي فارس.
- 59-لحسن عبد القادر "إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق 2025" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية،العدد 02 | 2025 جامعة محمد البشير الإبراهيمي بـرج بوعـريـريـج الجزائر
- 60- وزارة السياحة، تصور وتطوير قطاع للسياحة للـعـشـريـة 2004-2013
- 61- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية،المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي 2008.
- 62- وزارة السياحة والصناعات التقليدية،الخصوصية والإستثمار السياحة في الجزائر الديوان الوطني للسياحة 1994.

الله حقيق

الملحق رقم(1)مخطط الوجهة حسب الأهداف والفروع والأسواق

| الأسواق المستهدفة | الفروع المختارة | لأهداف التسويق في المخطط المخطط |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| السوق الداخلية 1-الجزائريون المقيمون | المواد واسعة الإستهلاك في الحمامات البحرية سوق المتعة،التسلية حول المدن العلاج والصحة التعبدي التجوال الرياضي | تحديد التدفقات(البديل الجانب بالنسبة للوجهات المجاورة)التحريض على الذهاب للعطل،تطوير إستهلاك التسلية الجوارية على مدى السنة تشجيع إستهلاك السياحة العلاجية الصحية والرفاهية بغية تحسين الصحة العمومية. |
| | NICHEمنتوج الفروع الجديدة السياحة الصحية أعمال المؤتمرات ثقافي،حدثي،إكتشاف الحرف والمهارة الأثرية،إتجاهات الجنوب السياحة البحرية. | تحديد التدفقات،باقتراح منتج ذو قيمة إضافية عالية،زيادة النفقة السياحية،تنمية المنتج المتمحور حول الفروع المؤثرة في الصورة الإيجابية،إستهداف الجيل السن الثالث. |
| 2- الجزائريون الغير مقيمون | الإستحمام البحري ،تسويق متعة التسلية حول المدن،الثقافي سياحة الذاكرة،إكتشاف الحرف والمهارة،الحديثة،المواقع الأثرية التعبدية. | الحفاظ على إقامة الجزائريين الغير مقيمين تطوير ومضاعفة الإقامة،زيادة القيمة المضافة (الإستهلاك) في كل إقامة إغراء الإقامة بعرض جذاب ومتعدد. |

الملحق رقم (2) القرى السياحية لإمتياز

| الأسرة | المستثمر | إسم المشروع | الأقطاب |
|--------------|--------------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| 2440 | الشركة الإماراتية ELLS | القرية السياحية مسيدة | القطب السياحي شمال شرق |
| -4938 | الشركة السعودية سیدار | سیدی سالم | القطب السياحي شمال شرق |
| 1282- | سفیتال | أقريون بجاية | القطب السياحي شمال وسط |
| 2697- | الشركة الإماراتية ELLS | صیران بومرداس | القطب السياحي شمال وسط |
| 17510- | الأمريكية التونسية الجزائرية سياح | بومرداس MEDISEA | القطب السياحي شمال وسط |
| 5985- | الشركة الإماراتية والمجموعة الكويتية | عين الطاية الجزائر | القطب السياحي شمال وسط |
| 2004- | الشركة الإماراتية EMIRAL | موريبي الجزائر | القطب السياحي شمال وسط |
| 460- | شركة التنمية الفندقية الجزائر | الساحل الجزائر | القطب السياحي شمال وسط |
| 360- | الشركة الإماراتية القدرة | سیدی فرج الجزائر | القطب السياحي شمال وسط |
| 6885- | الشركة السعودية سیدار | زرالدة | القطب السياحي شمال وسط |
| 1240- | الشركة الإماراتية أعمار | العقيدعباس تيبازة | القطب السياحي شمال وسط |
| 1426- | مجموعة سيفیتال | واد بلاح سيزاري تيبازة | القطب السياحي شمال وسط |
| 5900- | مراغ وهران | الحلم السياحي وهران | القطب السياحي شمال غرب |
| 220- | إقامة هيليو فرنسا | هيليو كرسريل وهران | القطب السياحي شمال غرب |
| 732- | الشركة الإماراتية ELLS | موسكاردا تلمسان | القطب السياحي شمال غرب |
| 92- | مجموعة الجنوب SID | قصر مسين تيميمون - أدرار | القطب السياحي جنوب غرب |
| -1000 | الشركة الإماراتية ELLS | حديقة ديتا الجزائر | القطب السياحي شمال وسط |
| 55166 | المجموع | | |

الملخص:

السياحة صناعة عالمية تدر أرباحا طائلة للدول التي تولي إهتماما لهذا القطاع، الذي يشغل مقومات الجذب السياحي للمناطق السياحية، فمع ظهور الفكر الجديد الذي يتبنى فكرة جديدة مفادها قائمة على حتمية الأخذ بعين الإعتبار مبدأ الإستدامة في التخطيط والتنفيذ لأي نشاط، وبما أن الجزائر لديها ما يرشحها لأن تكون قبلة سياحية عالمية منافسة للدول الرائدة عليها إستغلال كافة طاقتها.

Résumé :

Le tourisme est une artisanne universelle qui permette au pays intéressés de gagner Bou coups d'argent et des touristes.

Et avec l'apparitions des nouveaux intellects qui s'adoptent des nouvelles idées qui concerne le principe de la continuer de la planification et de l'excitation des actionistes.

Autant que l'Algérie possède ce qui la classe parmi les candidats pour qu'elle soit une trajectoire internationale touristique et compétente aux autres pays elle doit profiter de toute son énergie.