

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

## العنوان

# تقييم إستراتيجية تطوير القطاع السياحي في ولاية جيجل

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية  
تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إشراف الأستاذ:

مرغيت عبد الحميد

إعداد الطالب:

- بوشعير نزيهة

- بولحية صونية

## لجنة المناقشة/التقييم

الصفة	الجامعة	الأستاذ
رئيسا	جامعة جيجل	هدى ملواح
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	مرغيت عبد الحميد
مناقشا	جامعة جيجل	حسن مفتاح

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# الشكر والعرفان

أولا وقبل كل شيء نشكر المولى عز وجل وقد توكلنا عليه  
في هذا العمل فلم يخيبنا وهو خير معين فالحمد لله حمدا  
كثيرا على عونه وتوفيقه عز وجل وما توفيقنا إلا به كما  
نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ الفاضل "**مرغيت**  
**عبد الحميد**" على دعمه العلمي وتوجيهاته القيمة وكل  
من قدم لي يد المساعدة من قريب أو من بعيد جزيل  
الشكر.



# الأهداء

إلى والدتي التي ربنتي على القول الطيب و التحلي  
بأحسن الخلق.

إلى والدي الذي رباني على الصبر و طلب العلم.

إلى إخوتي وأخواتي.

إلى كل صديقاتي و أصدقائي.

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي.

# تزيهة و صونية

# فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول الأشكال
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة</b>	
5	تمهيد
6	المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة والسائح
6	المطلب الأول: نشأة وتطور السياحة
7	المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح
9	المطلب الثالث : أهداف السياحة
9	المطلب الرابع: أنواع السياحة
15	المطلب الخامس: دوافع السياحة
15	المطلب السادس: أركان السياحة
16	المبحث الثاني: الإستراتيجية التطوير السياحي
16	المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية
22	المطلب الثاني: ماهية الإستراتيجية السياحية
25	المطلب الثالث: نماذج ناجحة لإستراتيجيات التطوير السياحي في العالم
31	المبحث الثالث: استعراض الدراسات السابقة
31	المطلب الأول: دراسة ( بوعلام بن قارة وعمار دليوح، 2013)
32	المطلب الثاني: دراسة (حبال سهيلة، 2019)
32	المطلب الثالث: دراسة (بن زعرور شكري وساطور رشدي، 2016)

33	المطلب الرابع: دراسة (نجوى اسماعيل، 2017)
33	المطلب الخامس: دراسة (هدير عبد القادر، 2016)
34	المطلب السادس: دراسة (لطي مخزون وآخرون، 2020)
36	خلاصة
<b>الفصل الثاني: إستراتيجية تطوير القطاع السياحي بولاية جيجل (الواقع و الأفاق)</b>	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: لمحة حول الإمكانيات السياحة لولاية جيجل
39	المطلب الأول: نبذة عن ولاية جيجل
41	المطلب الثاني: المقومات السياحية الطبيعية لولاية جيجل
41	المطلب الثالث: المقومات المادية لولاية جيجل
42	المطلب الرابع: المقومات التاريخية والثقافية لولاية جيجل
44	المبحث الثاني: استراتيجية التطوير السياحي
44	المطلب الأول: أنواع السياحة في ولاية جيجل
44	المطلب الثاني: تحليل تطور المؤشرات السياحية لولاية جيجل (2010-2020)
50	المطلب الثالث: التأطير المحلي للنشاط السياحي لولاية جيجل
56	المبحث الثالث: تقييم إستراتيجية تطوير القطاع السياحي في ولاية جيجل
56	المطلب الأول: لمحة حول إستراتيجية الإستثمار السياحي لولاية جيجل
63	المطلب الثاني: معوقات الإستثمار السياحي
64	المطلب الثالث: الحلول المقترحة لتنشيط الإستثمار السياحي لولاية جيجل
65	خلاصة
67	الخاتمة
71	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

# قائمة الجداول والأشكال



قائمة الجداول

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
27	برامج مهيكلة ضمن رؤية 2020	1
44	تطور توافد السياح إلى الفنادق بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020)	2
45	عدد فنادق وطاقات استيعاب بولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020)	3
46	عدد المخيمات العائلية وعدد الأسرة في ولاية جيجل خلال الفترة(2010-2019)	4
48	عدد الوافدين والليالي المقضاه في المخيمات العائلية في ولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020)	5
49	مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2018	6
50	مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2019	7
50	مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2020	8
51	الدواوين والجمعيات السياحية	9
52	وكالة السياحة والأسفار	10
57	مشاريع في طور الانجاز سنة 2016	11
57	مشاريع في طور الانجاز سنة 2017	12
58	مشاريع في طور الانجاز سنة 2018	13
59	مشاريع في طور الانجاز سنة 2019	14
60	مشاريع متوقفة سنة 2016	15
61	مشاريع متوقفة سنة 2017	16
61	مشاريع متوقفة سنة 2018	17
62	مشاريع متوقفة سنة 2019	18

قائمة الأشكال:

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
14	السياحة الدينية	1
20	عملية بناء الإستراتيجية في المنظمة	2
45	تطور توافد السياح إلى الفنادق بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020).	3
46	عدد فنادق وطاقات استيعاب بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020)	4
47	عدد المخيمات العائلية وعدد الأسرة في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2019)	5
48	عدد الوافدين والليالي المقضاة في المخيمات العائلية في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020)	6

# مقدمة

تعد السياحة من أهم الصناعات التي ظهرت بصورة واضحة ابتداء من النصف الأخير من القرن العشرين، حيث حظيت بأهمية وعناية خاصة في معظم دول العالم، لما لها من آثار على التنمية الاقتصادية حيث أولت اهتماما لقطاع السياحة كونه من أهم القطاعات الفعالة، لما له من أهمية في كسب رؤوس الأموال والاستثمار فيها، ودعم الاقتصاد الوطني وتقليل نسبة البطالة وكذا تنشيط الحركة التجارية بين مختلف الدول.

تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية لا بأس بها في الميدان السياحي، سواء الطبيعية أو البشرية أو حتى المادية، بالإضافة إلى موقعها الجغرافي الهام، واعتدال المناخ في معظم فصول السنة، حيث تتوفر على شواطئ جميلة، حمامات معدنية، الآثار التاريخية القديمة بالإضافة إلى إمكانية مزاوله السياحة الثقافية والترفيهية، وهذا ما يؤدي إلى تنوع في الطلب السياحي العالمي عليها، إلا أن هذه الإمكانيات لازالت غير مستغلة بشكل كامل، وهو ما استدعى ضرورة تدعيم السياحة كونها تساهم في تنمية القطاع السياحي وتنويع الاقتصاد الوطني.

بالرغم من القدرات الهائلة التي تمتلكها الجزائر في الميدان السياحي بالإضافة إلى موقعها الجغرافي الهام، وتمتعها بمقومات طبيعية ومادية كبيرة تؤهلها لاحتلال مكانة مرموقة على خريطة السياحة الدولية، إلا أنها لازالت غير مستغلة بشكل كامل، والجزائر كغيرها من الدول تسعى لتنمية القطاع السياحي بغية تنويع الاقتصاد الوطني.

تعتبر ولاية جيجل أحد الولايات الساحلية التي تمتلك من المقومات الطبيعية وغير الطبيعية ما يؤهلها لتكون من بين أهم الوجهات السياحية، كما أنها تزخر بطبيعة خلابة بما فيها مناظر نادرة في العالم (شواطئ ساحرة، وغابات كثيفة) كل هذه المقومات محفزة لتنمية وتنشيط القطاع السياحي بالولاية، إذا ما تم استغلال هذه المقومات بشكل مخطط ومنظم يساعد في خلق أنواع من السياحة على مدار السنة، وبذلك يصبح القطاع السياحي يدر مداخيل تعود بالنفع على الولاية.

### الإشكالية:

يمكن صياغة إشكالية الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية إستراتيجية تطوير القطاع السياحي في ولاية جيجل في النهوض بهذا القطاع؟



وللإجابة على هذا التساؤل يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أهم المقومات السياحية التي تتمتع بها ولاية جيجل؟
- ما هو واقع القطاع السياحي في ولاية جيجل؟
- ما هي مختلف الاستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي بولاية جيجل؟ وكيف يمكن تفعيلها؟

**فرضيات الدراسة:**

للإجابة على إشكالية الدراسة نضع الفرضيات التالية:

- بالرغم من المقومات السياحية الهامة التي تتوفر عليها ولاية جيجل إلا أن أداء القطاع السياحي للولاية لا يزال ضعيفا.
- يمكن لتعزيز وتقوية الاستراتيجيات الرامية للنهوض بالقطاع السياحي لولاية جيجل أن تسهم في دفع حركية هذا القطاع بما يعود بالنفع على الولاية على التنمية المحلية بها.

**أسباب اختيار الموضوع**

- الرغبة الشخصية في توسيع الرصيد المعرفي الشخصي.
- الرغبة في إثراء المكتبة بمثل هذه النوع من المواضيع للتعريف بالولاية وبما تحتويه من مقومات طبيعية وغير طبيعية.
- كون السياحة من القطاعات التي تستدعي الاهتمام من أجل النهوض بالاقتصاد.

**أهداف الدراسة:**

تهدف الدراسة لتوصيل الإجابة على النقاط التالية:

- التعرف على مفهوم السياحة والإستراتيجية السياحية.
- إبراز واقع السياحة بولاية جيجل ومختلف الاستراتيجيات الموضوعة لتنمية القطاع.
- معرفة أهم الصعوبات والعراقيل التي تحول أمام النهوض بهذا القطاع.

## أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في كونها عبارة عن تقييم مدى فعالية الإستراتيجية السياحية على مستوى ولاية جيجل لتنمية هذا القطاع وتفعيل دوره في الإقتصاد الوطني، وهذا من خلال التعرف على أبرز الانجازات المتحققة من جهة، ومن جهة أخرى الصعوبات التي تواجه القطاع السياحي بالولاية وسبل مواجهتها.

## حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

**الحدود المكانية:** تمثلت في ولاية جيجل (مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل)

**الحدود الزمانية:** تم إجراء هذه الدراسة خلال شهرين ماي- جوان 2021.

## منهج الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف البحث اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بحيث تم استخدام المنهج الوصفي لتوضيح المفاهيم والتعاريف المتعلقة بالسياحة والإستراتيجية السياحية، في حين تم استخدام المنهج التحليلي من أجل تحليل تطور المؤشرات السياحية وتقييم إستراتيجية تطوير القطاع السياحي لولاية جيجل.

## هيكل الدراسة :

للإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار صحة الفرضيات تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول جاء تحت عنوان "الإطار النظري والدراسات السابقة" حيث شمل هذا الفصل ثلاثة مباحث أساسية المبحث الأول الإطار النظري للسياحة والسائح، والمبحث الثاني إستراتيجية التطوير السياحي المبحث الثالث استعراض الدراسات السابقة.

الفصل الثاني تحت عنوان "إستراتيجية تطوير القطاع السياحي بولاية جيجل الواقع والأفاق"، وقد تضمن ثلاث مباحث أساسية: المبحث الأول تضمن لمحة حول الإمكانيات السياحة لولاية جيجل أما بالنسبة للمبحث الثاني تحدث عن واقع السياحة بولاية جيجل وأما المبحث الثالث تطرق إلى إستراتيجية تطوير القطاع السياحي بولاية جيجل.

## الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة

تمهيد

المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة والسائح

المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي

المبحث الثالث: استعراض الدراسات السابقة

خلاصة

**تمهيد:**

تعتبر السياحة قطاعا من بين القطاعات الاقتصادية الهامة التي تهتم معظم الدول بتطويرها وتمييزها إذ تعتبر موردا اقتصاديا يساهم في زيادة الدخل القومي والنمو الاقتصادي لهذه الدولة، فقطاع السياحة يتيح فرصا كبيرة للتشغيل، وزيادة الثروة، وتحسين المستوى المعيشي للسكان، ومن بين أشهر الدول العربية التي اعتمدت على الإستراتيجية السياحية في تنميتها: المغرب، تونس، الإمارات العربية المتحدة، الأردن.

ومن خلال هذا الفصل سنقوم بالتطرق إلى مفاهيم أساسية حول السياحة والإستراتيجية السياحية حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مباحث أساسية هي:

**المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة والسائح.**

**المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي.**

**المبحث الثالث: استعراض الدراسات السابقة.**



## المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة والسائح

سوف نقوم في هذا المطلب بالتطرق لمختلف التعاريف الخاصة بالسياحة والسائح من حيث أراء مختلف الخبراء في المجال السياحي.

### المطلب الأول: نشأة وتطور السياحة

بدأت السياحة منذ نشوء الإنسان وكانت بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، وكان الغرض منها هو ممارسة النشاطات الإنسانية الضرورية للحياة مثل البحث عن الطعام والشراب والمسكن أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي وسنستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة :

**الفرع الأول: العصور القديمة:** إن غريزة التنقل والترحال من مكان إلى آخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعياً إلى الظروف المعيشية من أجل حياة أفضل، أما نوع الرحلات التي قام بها الإنسان في العصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على ما يلي تحقيق فائدة، حب الاستطلاع، الدافع الديني.

**1 تحقيق لفائدة:** كانت عبارة عن علاقة متبادلة بين القبائل والدويلات المختلفة والتي أحيانا متجاورة، وقد تكون بعيدة وكان هذا التفاعل له تأثير عميق في مصير الأقاليم المجاورة من حيث التجارة والحرب وكذلك كان حافزا لكسب كبير للتجار إلى القيام برحلات بعيدة عن السلع النادرة .

**2 حب الاستطلاع:** أدى هذا الدافع لدى الناس بمعرفة عادات وتقاليده الشعوب الأخرى إلى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف على عادات وطرق معيشة الناس.

**3 الدافع الديني:** دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة، فإن الصينيين من أتباع "بوذا" كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر مناطق صحراوية لغرض زيارة الآلهة والعرب يمارسون بما يطلق عليه الآن السياحة الدين، فقد كان الغرب في العصر الجاهلي يزورون مكة لغرض العبادة والتجارة .( ماهر عبد العزيز توفيق، 2008، ص ص 14 - 16).

### الفرع الثاني: العصور الوسطى

كان اتجاه السياح في تلك العصور إلى التجارة، الحج، ورحلات الدراسة لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة، ولقد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة، كانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء فكانت تجارة العالم تجري إليها كانت التجارة فيها نشيطة

والنشاطات ناجحة، وكانت مركز حياة ثقافية وحضارية حيث جذبت إليه العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم، ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية تصلح للإرشاد السياحي.

لقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى فمان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية في الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة وكثيرة، منهم كتبوا أوصاف لرحلاتهم وكانت بحق من كتب الإرشاد الغنية بالمعلومات، وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة وطالبي العلم الذي يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة.

**الفرع الثالث: العصور الحديثة:** بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة ، والتي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاكتشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، فتحت أبواب الكسب الكثيرة أمام الناس واتسعت مداركهم وأفاقهم بظهور علماء وفنانين في جميع المجالات، فكانوا يذهبون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة آثارها.

ومع بداية القرن التاسع عشر اتجه السواح إلى القارات الأخرى عابرين البحار والمحيطات وقد أحدثت الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر تغيراً واضحاً في وسائل المواصلات وتطور أدى إلى سهولة التنقل واختصار الوقت، وفي أوائل القرن العشرين عرف رجال الاقتصاد والصناعة قيمة الرحلات والسفر على المستوى الدولي وأثرها على اقتصاديات الدول. (ماهر عبد العزيز توفيق، 2008، ص ص 16-19)

### المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح

#### الفرع الأول: مفهوم السياحة

للسياحة أكثر من تعريف وكل منها يختلف عن الآخر بقدر اختلاف الزاوية التي ينظر منها الباحث إلى السياحة فبعضهم يتأثر بالسياحة بوصفها ظاهر اجتماعية وآخرون يرونها ظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية أو يرونها عاملاً من عوامل العلاقات الأساسية والثقافية... الخ.

حيث عرف روبرت لا نوت السياحة بأنها: "مجموعة العلاقات السلمية والرياضية الناتجة عن الاتصال بين الأشخاص الذين يزورون مكان ما، وسكانها لأسباب أخرى غير الأسباب المتعلقة بالمهنة". (نعيم الطاهر، سراب إلياس، 2007، ص - ص 29-31)

كما تعرفها المنظمة العالمية للسياحة بأنها: "انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأهداف مختلفة ولفترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة". (أكرم عاطف رواشدة، 2008، ص 19)

وعرفها مصطفى يوسف على أنها " نشاط السفر بهدف الترفيه وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط." (مصطفى يوسف الكافي، 2017 ، ص19)

في حين عرفها أحمد عبد السميع على أنها: " ظاهرة اجتماعية تشتمل على انتقال أشخاص من نطاق إقامتهم المعتادة إلى نطاق أماكن أخرى داخل أو خارج دولهم". (أحمد عبد السميع علام، 2008، ص15) أما أسامة صبحي فقد عرفها بأنها "مجموعة العلاقات والظواهر التي تنتج وتترتب على سفر أو إقامة مؤقتة لشخص ما في مكان ما طالما أن هذه الإقامة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يعود بربح ما على هذا الشخص ". (أسامة صبحي الفاعوري، 2006، ص5).

### الفرع الثاني: تعريف السائح

اختلف الدارسون والباحثون في وضع تعريف محدد، فنجد المؤتمر الدولي للسياحة أقر أن السائح هو: "أي شخص يزور بلد غير البلد الذي يقيم فيه عادة لأي سبب من الأسباب ما عدا قبول وظيفة بأجر في الدولة التي يزورها" (أحمد فوزي مولوخية، 2007 ، ص39).

ويعرف أيضا بأنه الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو لدراسة سواء كان داخل البلد الذي يعيش فيه أو خارج بلده ولفترة تزيد عن 24 ساعة، وإن نقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد لنتزه". (أحمد محمود مقابلة، 2007، ص25).

### الفرع الثالث: الأهمية السياحية:

للسياحة أهمية كبيرة سواء على الصعيد الدولي أو بالنسبة للفرد وتكمن في:

- ✓ تساهم السياحة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي .
- ✓ جذب رؤوس الأموال إلى البلد حيث تساهم السياحة في جذب العملات الصعبة ورؤوس الأموال.
- ✓ تساهم في تشغيل عدد كبير من الأيدي العاملة والقضاء على البطالة .
- ✓ تعتبر السياحة سوق زاخر بالصناعات المختلفة كالصناعة والتجارة والزراعة. (أحمد محمود مقابلة، 2007، ص26)
- ✓ زيادة الدخل القومي للبلد وتحديث هذه الزيادة من خلال الاستفادة من خدمات الإقامة والإطعام والشراب ... الخ. (زيد منير سلمان، 2008 ، ص16)
- ✓ المناطق السياحية وتطورها وانتعاشها الاقتصادي نتيجة لما ينفقه الزوار بها.
- ✓ رفع معدلات الأشغال الفندقية على مدار العام بما يساعد على تجاوز الفترات الغير موسمية للسياحة. (عبد الكريم حافظ ، 2010، ص22)

1- الأهمية الاقتصادية تتمثل في: ( فريد منظور، 2014، ص ص 16- 17)

- ✓ زيادة إيرادات الدولة من الضرائب والرسوم .
  - ✓ رفع المستوى المعيشي للسكان بواسطة دمج المجتمعات المحلية وتوسيع مشاركتها ومكاسبها من مشاريع وبرامج التنمية السياحية.
  - ✓ توسيع مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي .
- 2- الأهمية الاجتماعية فتتمثل في: (بوعلي أمينة ،لويس سارة ،2012، ص16)
- ✓ زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي لمختلف عادات وشعوب الطرف الحر .
  - ✓ زيادة اهتمام الشعوب المضيافة بعبادات وقيم أجدادها، وآبائها والحفاظ عليها من الزوال.
  - ✓ تحسين نمط حياة الأفراد، وتحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الإجتماعي.
  - ✓ التفاعل والإحتكاك بين سكان المنطقة السياحية والمزارعة من جهة ومن جهة السياح ،سواء كانوا من جملة جنسية البلد أو الجنسيات الأخرى، الأمر الذي يقضي إلى التبادل الاجتماعي.
- المطلب الثالث: أهداف السياحة**

تتمثل أهداف السياحة في: ( مصطفى يوسف الكافي، 2009، ص 39)

- ✓ المعرفة والعلم.
- ✓ التعرف على الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم .
- ✓ تحقيق المشاهدة على الطبيعة وحب الاستطلاع.
- ✓ نقل ثقافة وحضارات البلاد.
- ✓ إعادة بناء الإنسان جسدياً ونفسياً وذهنياً.
- ✓ الترويج عن النفس وتجديد النشاط .

**المطلب الرابع: أنواع السياحة**

السياحة هي انتقال الشخص من مكان إلى آخر بغية تحقيق شيء ما بداخله من ترفيه أو استجمام، واستمتاع بالمناظر الطبيعية، وقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفق لعدة عناصر هي: (ماهر عبد الخالق السيبي، 2001، ص ص 41-42)

**الفرع الأول: تبعاً لعدد الأشخاص المسافرين**

- ✓ سياحة فردية تتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة.
- ✓ سياحة جماعية وهي عادة ما تعني سفر عدة أشخاص يربط بينهم رابط معين (شركة، رحلة تنظمها إحدى الشركات السياحية).

### الفرع الثاني: طبقا لنوع وسيلة المواصلات المستخدمة

- ✓ سياحة برية.
- ✓ سياحة بحرية ونهرية.
- ✓ سياحة جوية.

### الفرع الثالث: وفقا للسن

- ✓ سياحة الشباب ( بين 16 و 30 سنة).
- ✓ سياحة متوسطي الأعمار ( بين 30 سنة و 60 سنة ).
- ✓ سياحة كبار السن (فوق 60 عاما).

### الفرع الرابع: طبقا للجنس

- ✓ سياحة الرجال.
- ✓ سياحة النساء.

### الفرع الخامس: حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية

- ✓ سياحة أصحاب الملايين الذين يسافرون بواسطة وسائلهم الخاصة (طائرات، يخوت).
- ✓ سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات (الفنادق الخمس نجوم، مقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل... الخ).
- ✓ السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

### الفرع السادس: تبعا للموقع الجغرافي

1- **السياحة الإقليمية:** هي السفر والتنقل بين دول مجاورة، تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية أو الأوروبية، وتتميز بقلّة التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع تعدد وسائل النقل.

2- **السياحة الداخلية:** هي الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنون داخل حدود وطنهم، ويمكن القول

أن السياحة الداخلية تضم نمطين أساسيين هما: ( ماهر عبد الخالق السيسي، 2001، ص ص 43-51)

- ✓ رحلات ترفيهية وتكون مدتها اقل من 24 ساعة.
- ✓ رحلات سياحية داخلية تكون مدتها أكثر من 24 ساعة .

### 1-2- أهمية السياحة الداخلية

تتلخص المزايا السياحية الداخلية فيما يلي:

- ✓ زيادة الإستثمارات السياحية في مجال الفنادق والمطاعم والمحلات .
- ✓ الإنتعاش الإقتصادي للمناطق السياحية نتيجة لزيادة الإنفاق السياحي بها.
- ✓ تحقيق حدة مشكلة البطالة في المناطق السياحية.

- ✓ ارتفاع مستوى المناطق السياحية.
- ✓ رفع الوعي الثقافي والفكري والسياحي لدى المواطنين أنفسهم.
- ✓ تحقيق الارتباط الشديد بين السياحة الداخلية والسياحة الدولية.
- ✓ الترويج عن المواطنين وإزالة مظاهر التعب والإرهاق عن أنفسهم والعودة إلى نشاطهم السابق والقدرة على العمل والإنتاج الجيد.

- ✓ تنشيط الصناعات المختلفة المرتبطة بالسياحة كالنقل والصناعات الغذائية
- ✓ تنمية المناطق السياحية وانتعاشها الاقتصادي نتيجة لإنفاق الزوار بها.

## 2-2- من أهم تأثيرات السياحة الداخلية

- ✓ تأمين وحدة التراب الوطني.
- ✓ دعم النسيج القومي للمجتمع .
- ✓ تأكيد تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية.

## 2-3- أوجه القصور في السياحة الداخلية

- ✓ عدم الاهتمام بنظافة المناطق السياحية التي يأتي إليها السائحون من الخارج ،مما ينعكس ذلك سلبا على السياحة الداخلية ويؤدي إلى انخفاض الاستقطاب إليها.
- ✓ نقص الوعي السياحي جمهور الزائرين المحليين وكذلك بعض الجهات والمهيآت المسؤولة عن النشاط السياحي .
- ✓ ارتفاع الأسعار في المناطق السياحية للسائح الداخلي.
- ✓ عدم إنشاء فنادق في المناطق السياحية تناسب رواب السياحة الداخلية.
- ✓ ضعف جهود الأجهزة المسؤولة عن تنمية السياحة الداخلية من حيث عدم الاهتمام والعناية بالمناطق السياحية، أدى إلى نقص في المعلومات عن حركة السياحة الداخلية يؤدي إلى تجنب السائح الداخلي التوجه إلى تلك المناطق السياحية.
- ✓ إرتفاع قيمة الإقامة في الفنادق وكذلك وسائل المواصلات المختلفة،وهذا يؤدي إلى ضعف حركة السياحة الداخلية، وعدم تحقيق جذب سياحي للراغبين في السياحة الداخلية.

## 2-4 المتطلبات الأساسية لنمو السياحة الداخلية

- ✓ تشجيع الاستثمار في مجال السياحة الداخلية.
- ✓ تجهيز وإعداد أماكن مناسبة للسياحة بأشكالها المختلفة.
- ✓ إعطاء السياحة الداخلية نفس الدرجة من الأهمية والرعاية التي تحظى بها السياحة الدولية.
- ✓ الاهتمام بالمناسبات الخاصة والأعياد القومية لجذب المواطنين ودعم السياحة الداخلية بها.
- ✓ توفير تسهيلات لدعم النشاط السياحي سواء كانت إعفاءات ضريبية أو جمركية.

## 3- السياحة الدولية

هي الحركة أو النشاط المتمثل في الانتقال أو الإقامة عبر حدود الدول والقارات المختلفة، وتخضع هذه الحركة لعدد من العوامل والظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تسود العالم وفيما يلي عرض لأهمها:

## 3-1 العوامل الإيجابية المؤثرة على حجم اتجاه السياحة الدولية

- ✓ اهتمام الدول المختلفة بالسياحة والعمل على تخطيطها وتنميتها وتشجيعها وإعطائها الأولوية باعتبارها نقطة ارتكاز لتنمية الاقتصادية.
- ✓ ميل الأفراد للسفر ومشاهدة البلاد والشعوب الأخرى وحاجتها للراحة الذهنية والترفيهية ورغبتهم في الإستزادة من العلم والمعرفة، خاصة مع زيادة فرص التعليم يترتب عليها ارتفاع للمستوى الفكري والثقافي.
- ✓ إرتفاع متوسط الدخل ومستوى معيشة الفرد في كثير من الدول الصناعية المتقدمة.
- ✓ إرتفاع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي، ساهم في جذب السائح مهما كان بعده عن المنطقة السياحية.
- ✓ التطور الكبير والمستمر في كافة نواحي الحياة خاصة في وسائل الانتقال المختلفة التي ترتبط بالسياحة وتؤثر فيها بصورة مباشرة.

## 3-2 العوامل السلبية المؤثرة في حجم اتجاه السياحة الدولية

- ✓ الإضطرابات والصراعات العسكرية والسياسية والحروب يؤدي إلى تجنب السياح التوجه إلى تلك المنطقة السياحية.
- ✓ الإرهاب وعمليات التعدي على السائحين.
- ✓ التضخم وتراجع معدل النمو الاقتصادي ما يترتب على ذلك مشكلات عديدة على رأسها البطالة.
- ✓ ارتفاع أسعار الخدمات المقدمة إلى السائحين في مناطق كثيرة بالإضافة إلى الارتفاع المستمر في أسعار النقل الجوي وهذا لا يتناسب مع دخول بعض السائحين.
- ✓ تدني مستوى المعيشة والزيادة السكانية خاصة في دول العالم الثالث، مما أدى إلى توجيه غالبية الاستثمارات إلى الحاجات الضرورية الأزمات للمجتمع، وإهمال الجانب السياحي للبلد.
- ✓ الخسائر المتعددة التي تصاب بها المؤسسات السياحية خصوصا في مجال الطيران و الفنادق.
- ✓ الظروف البيئية والصحية السائدة في بعض الدول النامية مع زيادة نسبة التلوث في الماء والهواء بها أدى إلى تخفيض مستوى الخدمات السياحية المقدمة، هذا ما يؤدي إلى توجه السائح إلى مجتمعات أكثر تقدما وتطورا حفاظا على سلامة صحته.
- ✓ زيادة حدة المنافسة بين الدول والمناطق السياحية المختلفة أدى إلى كثرة العروض من المنتج السياحي يعني كثرة الاتجاهات السياحية ومناطق الجذب السياحي.

✓ عدم اهتمام الدول النامية بالتسويق السياحي وبأدوات التنشيط ووسائل الإعلام والدعاية أدى إلى قصور في الأسواق المستهدفة للسياحة العالمية.

### الفرع السابع: أنواع السياحة طبقا للهدف من الرحلة

**1-السياحة الترفيهية:** يحتاج كل الناس إلى الراحة والاستجمام بعد العناء والعمل المضني وعادة ما تكون هناك مواسم للإجازات، يفد من خلالها البشر إزاحة اثر التعب وعادة ما يجذبهم وسائل ترفيهية مثل الشواطئ النظيفة والمناخ المعتدل والسهر ليلا ومشاهدة وممارسات فنية تجلب المتعة والسرور. ( محمد حافظ حجابي مرسى،2007،ص59)

**2-السياحة الثقافية:** تهدف إلى التعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ الهام، لذلك فهي تجذب نوعية من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية والتمتع بما هو متاح من التراث القديم للبشرية.(ماهر عبد الخالق السيبي،2001، ص ص53-54)

ويعتمد هذا النوع من السياحة أيضا على إقامة الندوات والدورات الثقافية والمعارض الخاصة بالمسابقات الثقافية مثل مسابقات الشعر... الخ (زيد عوي،2007،ص190)

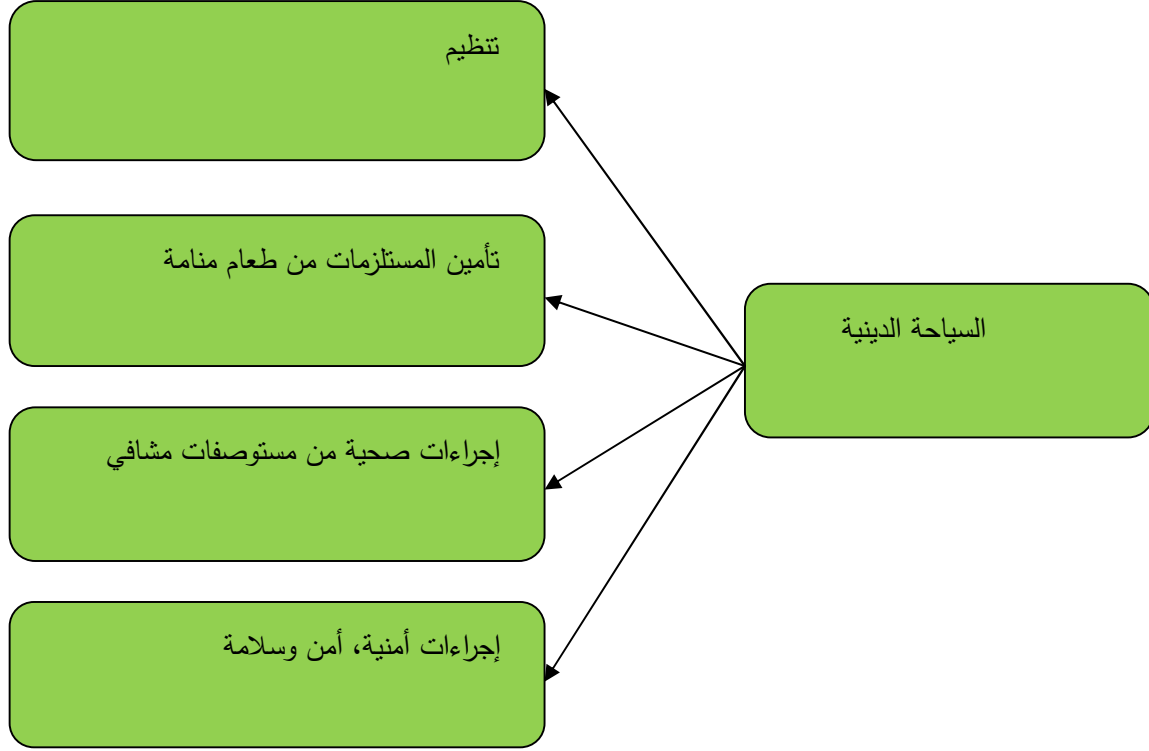
**3-السياحة العلاجية:** تعد السياحة الإستشفائية من الأنواع السياحية المهمة حيث يقوم بها المرضى لتوفير العلاج من الأمراض التي يعانون منها، متجهين إلى مناطق يتميز مناخها الصحي وغناها بالمياه المعدنية والأعشاب الطبية والعيون الساخنة. (مصطفى يوسف الكافي،2009،ص55)، وهي أيضا سياحة لإمتاع النفس والجسد معا بالعلاج حيث تعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما يساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز. ( عبد الكريم حافظ،2010،ص223)

**4-السياحة الدينية:** هي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية والدينية، واهم دافع فيها هو السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم الأديان هذا النوع من السياحة يتطلب خدمات متنوعة الأسعار خدمات مساعدة،متوسطة كما تحتاج إلى جهود كبيرة لتنظيمها وتأمين مستلزماتها وتنفيذ الإجراءات الصحية والتموينية والأمنية من السلطات خلال فترة الزيارة.(مصطفى يوسف الكافي،2009،ص ص50-55).

والشكل الموالي يوضح مقومات السياحة الدينية:



الشكل (1): السياحة الدينية



المصدر: مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة و الأمن السياحي، ط1، دار مؤسسة رسلان لطباع والنشر والتوزيع، دمشق، 2009، ص51.

1- السياحة الرياضية: هي مراكز سياحية تقدم خدمات رياضية لقطاع سياحي مهم.(عبد الإله أبو عياش وآخرون، 2007، ص26)

ويقصد بها أيضا: "الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة، أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم". (ماهر عبد الخالق السيسى، 2001، ص57)

2- سياحة المؤتمرات السياحية: ازداد التركيز على هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الثانية واستقرار الأمن وانتشار السلام في العالم فانتشرت ظاهرة عقد الندوات والمؤتمرات الإجتماعية السياسية الثقافية والتعليمية لرجال الأعمال.

هذا النوع من الساحة يتطلب خدمات فندقية راقية جد بدرجات متميزة، ويتطلب أيضا وسائل اتصال حديثة جدا نقل متطور وبنية تحتية وفوقية متطورة وخدمات سياحية مساعدة بمستوى عالي من الجودة والتنوع

لأن أغلب هذه المؤتمرات والدراسات تعقد في أرقى الدول وفي أرقى الفنادق وتحتاج إلى قاعات كبيرة وأجهزة ومعدات متطورة لنقل هذه المؤتمرات، وكذلك توفر كافة سبل الراحة والاتصالات والمطاعم الراقية، ومن الدول العالمية المشهورة بهذا النوع من السياحة، سويسرا، إسبانيا، النمسا، هولندا، أمريكا، ومن الدول العربية قطر، الإمارات العربية المتحدة، الأردن. (زيد منير عبوي، 2007، ص188)

**6-1 عوامل ظهور سياحة المؤتمرات:** تتلخص هذه العوامل فيما يلي: (ماهر عبد الخالق السيبي، 2001، ص59)

- ✓ زيادة التخصص العلمي والمهني يؤدي إلى عقد اللقاءات العلمية والمهنية والثقافية.
- ✓ تعد سياحة المؤتمرات بصفة عامة من المصادر الهامة للإيرادات السياحية لما تحققه من عائد اقتصادي كبير.

السياحة لأغراض أخرى يمكن أن نذكر منها سياحة الحوافز، المهرجانات، سياحة الأعياد القومية، سياحة الحفلات الموسيقية والغنائية. (مطفى يوسف الكافي، 2016، ص56)

#### المطلب الخامس: دوافع السياحة

لكل شخص دافع ليقوم برحلة سياحية معينة ومن أهم هذه الدوافع هناك:

- ✓ الدوافع الطبيعية تتعلق بالإسترخاء الطبيعي والراحة والأنشطة الرياضية أو علاج طبي معين وكلها مرتبطة بصحة الفرد الجسمانية .
- ✓ دوافع ثقافية لها علاقة برغبة الفرد في السفر للتعرف على دول أخرى وعلى شعوبها وتراثها الحضاري والثقافي ممثلا في الفن والموسيقى والأدب
- ✓ دوافع شخصية متبادلة تتعلق بالرغبة في زيارة الأقارب والأصدقاء أو لقاء أشخاص جدد وتكوين صداقات جديدة.
- ✓ دوافع الوضع أو المكانة الاجتماعية وتتعلق بالسفر لأداء مهمة أو مصالح مهنية أو لأغراض تعليمية أو سعيا وراء هواية معينة. (ليلي محمد صابر الزلاقي، 2007، صص 11-12)

#### المطلب السادس: أركان السياحة

تتمثل أركان السياحة في: ( أحمد محمود مقابلة، 2007، صص 28-29)

- ✓ نقل ويشمل بري، جوي، بحري.
- ✓ إيواء ويشمل فنادق، شقق، موتيلات، مخيمات.
- ✓ برامج ويشمل وكلاء السف، الشركات السياحية، الأماكن الأثرية والسياحية.

تعتمد أركان السياحة على بنية تحتية وفوقية سياحية كما يلي:

- **البنية التحتية السياحة:** وتكون في الخدمات الأولية الواجب توافرها للقيام بأي مشروع أو منطقة سياحية مثل شبكات المياه الثقيلة والمياه العذبة والكهرباء والغاز والتليفونات والخدمات الصحية والطرق والبنوك.
- إن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة دون توفر هذه الخدمات إذ تعتمد صناعة السياحة أساساً على البنية التحتية.
- **البنية الفوقية:** وهي منشآت الإقامة كال فنادق والموتيلات والمخيمات، وكذلك مشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، ووكالات السفر والشركات السياحية ومكاتب إيجار السيارات والمترجمون والأدلاء السياحيين والمنظمات السياحية، والمسارح والملاعب والسينما، وهذه الخدمات تختلف من بلد إلى آخر وحسب مستوى تقدم البلد.

## المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي

### المطلب الأول: مفهوم الإستراتيجية

يلعب التفكير الإستراتيجي الذي نشأ نتيجة للتغيرات والتطورات السريعة والحاصلة في البيئة المحيطة بالمنشآت الأعمال كجزء من الإدارة الإستراتيجية دوراً في كافة العمليات والسياسيات الخطط التي ترسخها المنظمة من أجل تحقيق أهدافها.

لذلك تزايدت أهمية مفهوم الإستراتيجية في الوقت الحاضر وفي مختلف المجالات باعتباره أحد أهم الجوانب التي تعتمد عليه المنظمات في مواجهة المنافسة والتغيرات البيئية.

### الفرع الأول: تعريف الإستراتيجية

ولقد تم تعريف الإستراتيجية من قبل Mintzberg على أنها: "مفهوم معنوي لا يمكن لأي شخص رؤيته أو لمسه، وأن كل الإستراتيجيات عبارة عن ابتكار من مخيلة شخص معين بغض النظر إذا كانت لتلك الإستراتيجية أهداف لتنظيم السلوك المستقبلي قبل أن يحدث إزائها نموذج يصف سلوك حدث أم يحدث الآن". (محمود جاسم محمد الصعيدي، 2009، ص18)

وعرفها أنسوف على أنها: "عملية تخصيص الموارد الاستثمارات بين مختلف المنتجات والأسواق بالشكل الذي يعظم العائد على رأس المال المستثمر". (عمر الطراونة، 2010، ص14)

وتعرف أيضا بأنها: "مجموعة الأفعال الموجهة لملائمة الموارد والحاجات الحالية للمؤسسة مع مواردها وحاجاتها المستقبلية". (بوعلام بن قارة وعمار دليوح، 2013، ص49)

إن الإستراتيجية هي أسلوب التحرك لمواجهة تهديدات أو فرص بيئية، ولذي يأخذ في الحسبان نقاط الضعف و القوة الداخلية للمشروع، سعيا لتحقيق رسالة وأهداف المشروع. (أحمد ماهر، 2002، ص20)

وعلى الرغم من أن الإستراتيجية هي مصطلح عام ويمكن استخدامه لخدمة أغراض مختلفة من وجهة نظر Rumelt، إلا أنها تمثل بالنسبة له مجموعة الأهداف و السياسات و الخطط المصممة بطريقة متكاملة لتعريف نطاق عمل المنظمة و تحديد طريقتها الخاص إلى النجاح والبقاء. (صالح عبد الرضا رشيد وإحسان دهش جلاب، 2008، ص19)

### الفرع الثاني: خصائص الإستراتيجية

تتميز خصائص الإستراتيجية بما يلي: (أسامة خيري، 2014، ص68)

- ✓ إن الإستراتيجية هي وسيلة لتحقيق غاية معينة هي رسالة المؤسسة في المجتمع.
- ✓ تستخدم في قياس أداء المستويات الإدارية داخل المؤسسة.
- ✓ تؤدي إلى ملائمة أهداف المؤسسة وأغراضها، أي غاياتها التي تسعى إلى تحقيقها.
- ✓ أن الإستراتيجية هي ديناميكية متغيرة حسب تغير العوامل المؤثرة عليها، ولذا يجب دراستها ودراسة مدى لاعمته لبيئتها الداخلية والخارجية .
- ✓ تحدد الأهداف طويلة الأجل المتمثلة في البقاء والاستمرار والنمو. (الهام فخري ظمليه، 2012، ص32)
- ✓ الإستراتيجية تشير إلى القرارات التوجيهية الأساسية، أي بمعنى الأغراض والرسالة والمقاصد الأساسية. (خالد محمد طلال بني حمدان و وائل محمد إدريس، 2007، ص167)

### الفرع الثالث: مكونات الإستراتيجية

بشكل مركز و محدود هناك خمسة عناصر تمثل في جوهرها أساس لتكوين الإستراتيجية، أو ما يفرض التركيز عليه لتطوير الإستراتيجية، وأن تأخذ معناها الحقيقي في المنظمة، وهذه المكونات هي: (تامر ياسر البكري، 2012، صص 26-27)

### 1- المجال

وهو تعبير عن الميدان الذي تعمل به المنظمة، وبالتالي ارتباط الإستراتيجية به، ويتمثل بالآتي :

- ✓ الأعمال أو الصناعات التي يجب أن تكون أن تعمل بها.

✓ احتياجات المستهلك وأجزاء السوق.

✓ التكنولوجيا التي يتم التركيز عليها وخطوط الإنتاج المتوافقة معها.

ويتأثر هذا المكون أساساً من خلال الرسالة التي حددتها المنظمة وما تزيد أن تبلغه، أو تكون عليه وبشكل ثابت ومستقر، وبالتالي فإنها اختارت هذا المجال دون غيره كأساس لنشاطها.

## 2- الغايات والأهداف

الإستراتيجية يجب أن ترتبط بأبعاد محددة وواضحة المعالم لكي يتم تأشير مستوى الأداء المحقق بالمقارنة مع هذه الأبعاد، وهذا ما يتطلب من توجيه العاملين في وحدات الأعمال لإنجاز مستويات محددة من الأداء وبما يتوافق مع الزمن المخطط لذلك الأداء . ويتأثر أبعاد هذا المكون في الغالب بقيمة النمو، المساهمة بتحقيق الأرباح، العائد على الاستثمار، الحصة السوقية... الخ.

## 3- إستراتيجية التطوير

وهو جانب أساسي ومهم في تكوين الإستراتيجية والتي تنصب على تطوير أعمال المنظمة للوصول إلى المستويات المطلوب إنجازها وعلى وفق المدى الزمني المحدد لها.

## 4- الموارد

كل منظمة لها محددات معينة أو قيود في مواردها المالية والبشرية قياساً بغيرها من المنظمات الأخرى وهذا يتطلب منها وكأساس في صياغة الإستراتيجية أن يتم تعظيم هذه الموارد واستثمارها بشكل يتوافق مع تحقيق الغايات والأهداف على المستوى الكلي للمنظمة أو على مستوى وحدات الأعمال.

## 5- التعاضد

يتمثل هذا المكون بأن الجميع يشتركون في مسؤولية التخطيط والعمل والتنفيذ لإستراتيجية المنتج، السوق على مبدأ (2+2=5)، والتي تعني بالأداء الكلي للمنظمة ككل هو أكبر من أداء الأجزاء بشكل منفرد أو مجزؤ عن بقية الأقسام الأخرى، وهذا ما يعني بالتعاضد، وواحد من الأشكال التي يمكن توضيحها لتبيان موضوع التعاضد هو في مكونات العائد على الاستثمار وهي :

**5-1- تعاضد المبيعات:** يتحقق ذلك عندما يستخدم قنوات توزيعية شائعة، وإدارة بيع، وعلاقة مع تجار الجملة، فإن فرصة الربط بين هذه المكونات يحقق للمنظمة التسويقية خط متكامل من شأنه أن يزيد من إنتاجية القوة البيعية ككل .

5-2- **تعاقد العمل:** وهو يمثل نتيجة منطقية للاستخدام العالي والكفاءة للتسهيلات الموجودة في المنظمة، الأفراد العاملين، المزايا المتحققة من منحى التعلم، والشراء بالكميات الكبيرة ، والتي تمثل بشكل مشترك تعاقد موحد في إنجاز العمليات الخاصة بالمنظمة .

5-3- **تعاقد الاستثمار:** يمكن الوصول إليه من خلال الجمع بين ما تملكه المنظمة من أبنية ومعدات، والمخزون من المواد الأولية، مناقلة نتائج البحوث والدراسات الناجحة من منتج إلى آخر، والاستخدام المشترك للكائن... الخ.

5-3- **التعاقد الإداري:** هذا العنصر يعد في غاية الأهمية لتحقيق التعاقد و خلق التأثير المناسب في مسار وعمل المنظمة، لأن الإدارة يمكن أن تعمل بإستراتيجيات مختلفة في مجال تعاملها مع الصناعة التي تعمل بها، وبالتالي إيجاد صيغة للتفاعل المشترك ما بين الإدارات المختلفة في المنظمة يصب في المصلحة والمنفعة الكلية لها، ويحقق التنسيق والتوافق في الأداء ويعظم من النتائج المحققة من خلال الاشتراك في رسم إستراتيجية موحدة لعمل المنظمة .

### الفرع الرابع: أهمية الإستراتيجية

إن أهمية يمكن إيضاحها في النقاط التالية (محمود جاسم محمد الصعيدي 2009، صص 20-21)

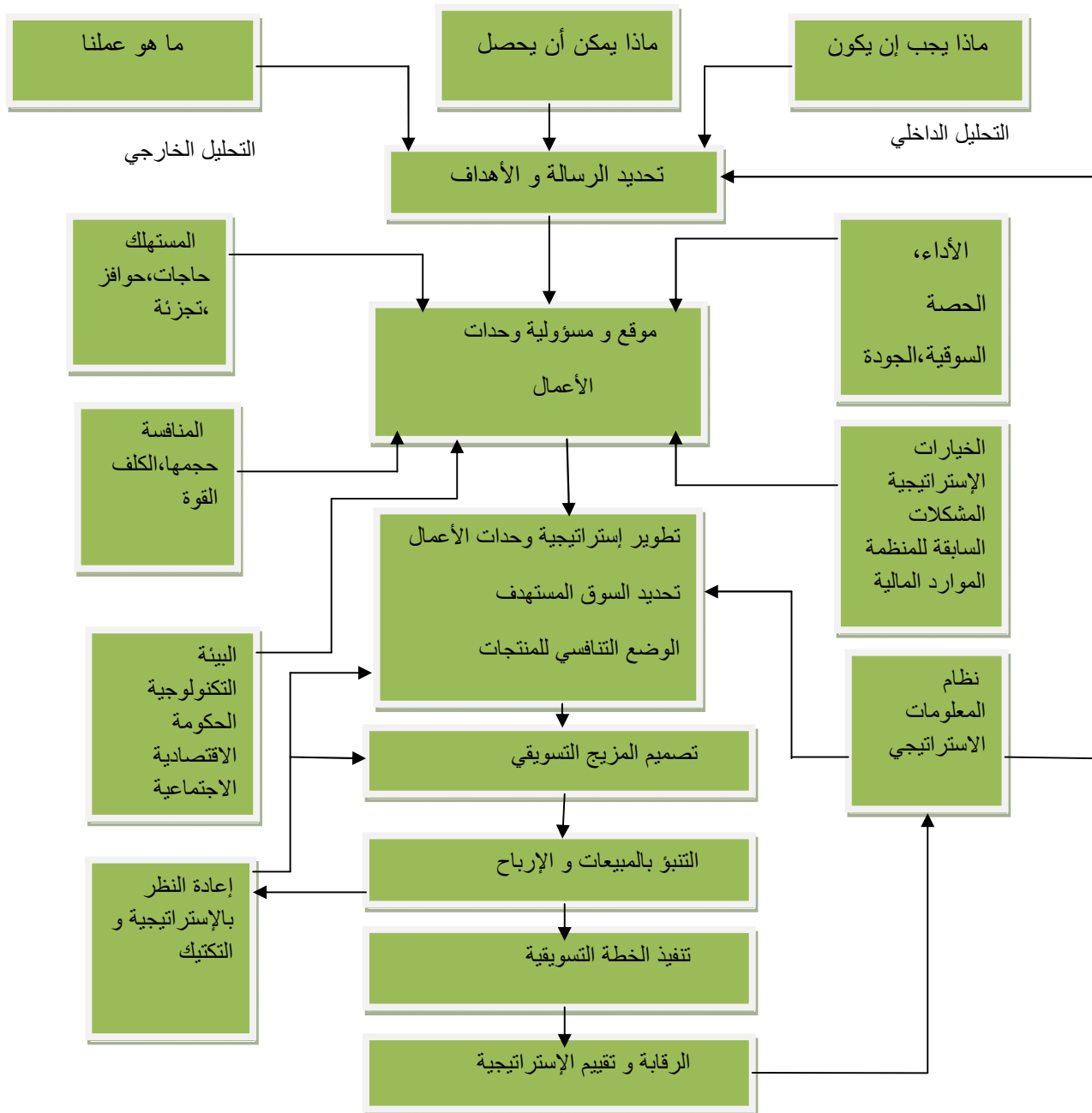
- ✓ تحقيق أفضل إنجاز ممكن وذلك من خلال معرفة اتجاهات وأهداف المنظمة لفترة زمنية طويلة نسبيا.
- ✓ تعطي الخطة الإستراتيجية أهدافا وتوجيهات واضحة المستقبل.
- ✓ التعرف على العوامل الداخلية والخارجية المؤدية إلى إحداث تغيرات مهمة في المنظمة كإدخال منتجات جديدة أو التوسع في الأسواق أو البحث عن أسواق جديدة .
- ✓ تساعد الإستراتيجية متخذي القرار علي معرفة الاتجاهات الصحيحة في اتخاذ القرارات تساعد المدراء على فحص المشكلات الرئيسية.
- ✓ تنظيم تدخل القرارات المالية والتسويقية المهمة المتعلقة باتجاهات المنظمة.
- ✓ تمكن الخطة الإستراتيجية متخذي القرار من تحقيق الإيصال الكفؤ أو التنسيق والتكامل والتفاعل مع كافة الفعاليات للمنظمة.
- ✓ إضافة إلى التخطيط الإستراتيجي الناجح هو بحد ذاته من الأعمال الإدارية الكفؤ.

### الفرع الخامس: عملية بناء الإستراتيجية

الإستراتيجية لا تمثل شيء مادي ملموس يمكن شراؤه أو تصنيعه من قبل المنظمة، بل هي مزيج متنوع من الخبرات العملية، والثقافية التنظيمية، والأهداف المطلوبة، والمسار المعتمد في التنفيذ والرقابة... الخ، وكل ذلك يكون تحت مظلة الرؤى والرسالة التي تضعها المنظمة في نصب اعتبارها، وعليه فإن بناء

الإستراتيجية لا يتم من خلال مكونات مادية محددة، بل هي مزيج متنوع ومتعدد الأشكال والتأثير، وكما هو موضح في الشكل (2):

الشكل (02): مراحل بناء الإستراتيجية



المصدر: ثامر ياسر البكري، استراتيجيات التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 ، ص 30 .

فالخطوة الأولى في بناء الإستراتيجية هي في توصيف رسالة المنظمة وتفصيل موضح لكل وحدة من وحدات الأعمال الإستراتيجية وما يجب أن تقوم به، وهذا يتضمن بشكل طبيعي تحليل العوامل البيئية الداخلية والخارجية وتأثير القوة والضعف التي تعترض عمل المنظمة قياسيا بالفرص والتهديدات الحاصلة في البيئة، والخطوة التالية تتمثل في بناء إستراتيجية التسويق التي تعطي مهام وحدات الأعمال والخطط التسويقية وصولا إلى التنفيذ.

وعليه يمكن القول بأن الخطوة الأساسية في بناء الإستراتيجية هو في تحديد ما تريد أن تفعله المنظمة، ومن ثم تقرر كيف يتم ذلك، و عبر اعتماد الأساليب و الإجراءات التكتيكية المناسبة و التي يمكن لعناصر المزيج التسويقي الحصة الأكبر منها وخاصة في الأعمال التنفيذية اليومية في بيئة السوق .

ويتضح من الشكل أيضا أن بناء الإستراتيجية لا يتوقف عند حدود التنفيذ لها، بل يمتد إلى الرقابة والتقييم للأداء وما يتحقق فعلا من الإستراتيجية المرسومة مسبقا، ويتم تأشير ذلك المستوى من الأداء بالاعتماد على نظام المعلومات الإستراتيجي لكي يؤشر مدى التوافق من عدمه مع رسالة المنظمة وأهدافها فضلا عما سبقه من عملية لإعادة النظر بالإستراتيجية والتكتيك المعتمد، إن لم يكن هناك توافق مع الأهداف الموضوعة لوحدات الأعمال عند التنفيذ، وقياس مستوى المبيعات والأرباح المتحققة لكل منتج - سوق.

## 5- منافع من اعتماد الإستراتيجية

اعتماد الإستراتيجية من قبل منظمات الأعمال اليوم لم يعد خيار قابل لرفض أو القبول، إذا كانت تريد البقاء والاستمرار في عالم متشابك المصالح، ومتسارع الأحداث الاقتصادية في البيئة المختلفة، لذلك فإن اعتماد إدارة المنظمة الإستراتيجية في مسار عملها يؤشر الكثير من المنافع التي يمكن أن تجنيها من وراء ذلك. ومن أبرزها هي: (تامر البكري، 2006، ص ص31-32)

- ✓ تعد الإستراتيجية بحق بمثابة مرشد ودليل واضح المعالم لمسار عمل المنظمة، ويمكنها من الإجابة الدقيقة على ماهية الأعمال التي يمكن أن تقوم بها، وما يتوجه منها قبل غيره.
- ✓ جعل المدراء أكثر إدراكا للتغيرات المحتملة والحاصلة في مجال اقتناص الفرص التسويقية المتاحة حاليا أو المحتمل حصولها، وما يقابلها أيضا من تهديدات مختلفة قد تحول دون فوزها بتلك الفرص .
- ✓ يكون المدراء أكثر رشدا وعقلانية في تحديد الموازنات المالية المطلوبة لانجاز الأعمال، فضلا عن التأشير الدقيق لحجم القوة البشرية المعتمدة لتنفيذ الأعمال المطلوبة.
- ✓ المساعدة في جعل القرارات التي يتخذها المدراء أقرب ما تكن إلى الدقة عند التنفيذ للوصول إلى الأهداف المطلوبة، وبما يتوافق أيضا مع مصلحة المساهمين والمالكين.



✓ تعد الإستراتيجية بذات الوقت أداة رقابية على مجمل الأعمال المخطط لها في المنظمة، وبالتالي فإن أي انحراف عنها سيؤشر ذلك الخلل الحاصل والمتوجب ملاقاته في حينه وقبل اتساعه.

**المطلب الثاني: ماهية الإستراتيجية السياحية**

**الفرع الأول: تعريف الإستراتيجية السياحية**

وردة كلمة إستراتيجية لأول مرة في المجال العسكري إذ تطورت بتطور العصر وشملت جميع القطاعات الأخرى، فكل دولة إستراتيجية خاصة بها حسب ظروفها وحالتها الاقتصادية، لذلك لا يوجد لها تعريف موحد ومتفق عليه لهذه الكلمة ولها عدة مفاهيم تناولها العديد من الباحثين والمتخصصين، ويتوقف المعنى المقصود بها على التعريف الذي يتم قبوله لها.

وعليه عرفت الإستراتيجية السياحية بأنها: "مجموعة من الخيارات التي يأخذ بها قادة البرامج فيما يتعلق بالأهداف والخدمات والسياسات وخطط العمل، وينبغي للإستراتيجيات الناجحة أن تلبى أهداف البرامج العريضة التي تضعها الحكومة والبيئة على حد سواء. (بوعالي فطيمة وبوشرمة ليلي، 2018، ص54)

**الفرع الثاني: أهداف الإستراتيجية السياحية**

تتمحور أهداف الإستراتيجية السياحية حول ما يلي: (بوعالي فطيمة وبوشرمة ليلي، 2018، ص54 )

- ✓ تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية جديدة واعدة لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة لنشاط السياحي.
- ✓ تحفيز وزيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق مع أعداد السياح وذلك توفير خدمات البنية التحتية والمرافقة العامة في المناطق السياحية المستهدفة تتميتها، وتقديم مزيد من التسهيلات لتحسين عرض المنتج السياحي.
- ✓ الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية، وتقديم الخدمات اللازمة لسياح في المواقع السياحية و المحيط السياحي.
- ✓ تعزيز الأمن والاستقرار السياحي وتنمية الوعي السياحي المجتمعي بأهميته ودوره في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة على المستوى الوطني والمحلي.
- ✓ تطوير التسويق والترويج السياحي ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلبات الأسواق المصدرة للسياحة والترويج لها بما يكفل زيادة عدد السياح.

### الفرع الثالث: أنواع الإستراتيجية السياحية

تختلف الإستراتيجية السياحية من دولة لأخرى، وذلك حسب منتجها السياحي ووضعه، والخطط التنموية ويمكن ذكر هذه الأنواع فيما يلي: (فؤاد بن غضبان، 2013، ص ص 182-185)

#### 1 - إستراتيجية تنوع المنتج السياحي

في هذا النوع تعمل الدولة على وضع إستراتيجية تتضمن تنويع منتجاتها السياحي، وذلك بخلق أنواع سياحية جديدة، ووضع خطط إعلامية لتحقيق أهدافها، وتتمثل هذه الأنواع السياحية فيما يلي:

✓ السياحة الصحية و العلاجية كسياحة الحمامات المعدنية.

✓ السياحة الرياضية وإقامة دورات محلية دولية.

✓ سياحة الإجازات والعطل: المجتمعات، جولات إلى الصحراء وغيرها.

✓ السياحة الأثرية وزيارة الأماكن التاريخية.

✓ السياحة الاجتماعية والدينية.

✓ سياحة المؤتمرات والندوات.

✓ السياحة التسويقية(المعارض والصالونات).

✓ السياحة الثقافية.

#### 2 - إستراتيجية تنويع الأسواق السياحية :

ترتبط إستراتيجية تنويع الأسواق السياحية بخلق وإعطاء أهمية لأسواق سياحية لم تكن معروفة من قبل وهذا من شأنه أن يعطي دفعا ومنتفسا جديدا للسياحة المحلية والدولية، فكم هي كثيرة الأسواق السياحية العذراء التي لم تنزل بحاجة إلى اهتمام وعناية.

#### 3 - إستراتيجية الانتشار

وذلك من خلال إعطاء تسهيلات ومزايا للخدمات السياحية تتلاءم مع جميع الشرائح، كإقامة الفنادق بنجمة واحدة و نجمتين، لاستقطاب ذوي الدخل المتوسطة والضعيفة كالشباب و الطلاب.

#### 4 - إستراتيجية التنشيط السياحي

تقوم الدولة في هذه الإستراتيجية بعملية الربط بين الجداول والخطط والأحداث السياحية، أي الربط بين الأحداث الهامة الوطنية والأعياد والإجازات وإقامة المناسبات والمهرجانات الخاصة بذلك.

**5 - إستراتيجية التركيز على السياحة العلاجية**

في هذه الإستراتيجية يتم التركيز على الموارد الطبيعية كالمياه المعدنية، والجو، ومناطق تستخدم فيها مياه البحار والرمال في العلاج، ويكون الهدف هنا هو العلاج والاسترخاء، وهي موجهة خصوصا للمرضى وكبار السن، ويحقق هذا النوع دخلا لا بأس به للدولة المضيفة، وذلك لطول مدة العلاج، واستقطاب شرائح غنية من المجتمع.

**6 - إستراتيجية الحوافز**

وهي إستراتيجية تسويقية تستخدم لتحفيز العاملين و تنشيط العمل، وتنوع الحوافز كتقديم رحلات مجانية للعاملين، بلا من المكافآت، وقد أولت الدول الغربية أهمية بالغة لهذا النوع من الإستراتيجيات لما لها من آثار ايجابية على العاملين وعائلاتهم.

**7 - إستراتيجية تنمية القوى البشرية**

وهي أهم إستراتيجية في الميدان السياحي، لذا أنشأت العديد من الدول كليات، ومعاهد متخصصة في الفنادق والسياحة، وذلك من أجل:

- ✓ توفير القوى البشرية المدربة، لزيادة فعالية الأداء في المنشآت السياحية.
- ✓ زيادة الرضي الوظيفي للعاملين في جميع المستويات.
- ✓ تحقيق التنمية الإدارية الشاملة
- ✓ اكتساب العاملين مهارات وخبرات خاصة لوظائف معينة.

**8 - إستراتيجية المحافظة على البيئة**

هناك علاقة وطيدة بين السياحة والبيئة، فهذه الإستراتيجية تسعى لحماية والمحافظة على البيئة جراء لقامة المشروعات السياحية، لما صار للبيئة في عالم اليوم من اهتمام بالغ، فصارت البيئة والمحافظة عليها من أهم القضايا المحلية والدولية، فالسياحة تعمل على إبراز المعالم الجمالية لأي بيئة في العالم، كلما كانت البيئة نظيفة وسليمة ازدهرت السياحة.

**9 - إستراتيجية التركيز على السياحة الداخلية**

تعد السياحة الداخلية مصدر دخل جد مهم للدولة، لدى تسعى العديد من الدول المهتمة بالمجال السياحي للترويج لهذا النوع من السياحة، وذلك بنشر الوعي والثقافة السياحية بين أبنا الوطن

وتشجيع سياحة بيئية نظيفة، بالإضافة فوائده الاقتصادية له كذلك فوائد ثقافية، والمحافظة على القيم والأخلاق المحلية، كما تعد السياحة الداخلية درع لمواجهة الأزمات السياحة العالمية .

### المطلب الثالث: نماذج ناجحة لإستراتيجية التطوير السياحي في العالم

في هذا المطلب سنحاول عرض تجارب بعض دول العربية حول الإستراتيجية التطوير السياحي

#### أولاً: المغرب

يشهد القطاع السياحي في المغرب تنامياً ملحوظاً حيث يعتبر ثان قطاع للوظائف في المغرب ويوفر 11% من الدخل الوطني، كما يشكل مع الصادرات وتحويلات المغاربة في الخارج ابرز مصادر العملة الأجنبية، ولقد تبنت المغرب إستراتيجية واضحة تسعى من خلالها إلى النهوض بالقطاع السياحي هادفة بذلك لتكون البلاد من اكبر عشرين وجهة عالمية بحلول عام 2020 حيث اتخذت فيما يخص ذلك عدة تدابير واليات لدعم وتطوير القطاع السياحي فيها (سعيد حمام وبلقيرة عبلة، 2020، صص 145-165)، فقامت بإعداد إستراتيجية جديدة أطلق عليها اسم " رؤية 2020" حيث تعتمد هذه الرؤية على مقارنة تحليلية وشاملة ودقيقة مستمدة من الرغبة في الانتقال إلى منهجية هيكلية إقليمية على مستوى مناصب الشغل، وتعزيز قدرة تنافسية السياحة المغربية بالاعتماد على مؤهلات الأقاليم، وفق بعد ترابي مندمج ، وتلتزم رؤية 2020 بالاستمرار في جعل السياحة إحدى محركات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمغرب.(اميرة ناموس، سمية خلاف 2013، ص74)

وبناء على ما سبق ترتكز الإستراتيجية الجديدة على أربع محاور رئيسية هي:

#### - التقسيم الجهوي للمناطق السياحية

يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثمان مناطق كبرى:

- ✓ المنطقة الشمالية: يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية والشاطئية.
- ✓ منطقة المغرب المتوسطي: يتمحور هذا العرض حول مواقع السعيدية ومركشا وكالا ايريس.
- ✓ منطقة الأطلس الوسطي: تشمل هذه الوجهة الدار البيضاء الرباط الجديدة، حيث يتمحور عرضها حول سياحة الأعمال والترفيه.
- ✓ منطقة المغرب الوسطي: تم تشكيل هذا المجال من منطلق التكامل بين مواقع مناكس وفاس وافران.
- ✓ منطقة مراكش والأطلسي: تغطي هذه المنطقة كل من مراكش، توبقال والصويرة.

- ✓ **منطقة الأطلس والأودية:** تركز هذه الوجهة على القطب السياحية المتمثل في رزازات والذي يشمل الوديان والأطلس الكبير، ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية والتنمية المستدامة.
- ✓ **منطقة سوس والصحراء الأطلسية:** أبناء من أكادير يعطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عيد كليم.
- ✓ **منطقة الأطلس الجنوبية الكبرى:** تركز هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندمجة للسياحة الطبيعية والرياضية.

#### - التنوع والاستدامة

يتضمن هذا المحور تدعيم الاستثمارات الهادفة إلى تثمين التراث والثقافة وتنويع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي وتثمين مجمل الموارد الطبيعية والثقافية، وأخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية.

#### - تمويل الاستثمارات السياحية

يتضمن هذا المحور إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رسما له المستهدف حوالي 100مليار درهم، ورصيد إعانات لدعم الاستثمار وتوجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفا في مؤشرات التنمية، وكذا تعبئة 24مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في إطار رؤية 2020.

#### - التكوين

يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للامتياز في مجال التدريب الفندقي بشركة مع مدرسة الفندقية بلوزان، وإنشاء مركز بحث والتنمية السياحية المستدامة، وذلك بشراكة مع شركتي «هارفرد» و«تورونتو» وقد تم تخصيص غلاف مالي قدره 2 مليار درهم لتغطية نفقات تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي بصفة عامة حسب ما هو مخطط في رؤية 2020. (بوروي ساعد، 2017، ص - ص 95-97)

## البرامج الرئيسية للنهوض بقطاع السياحة المغربية

جدول رقم (1): برامج مهيكلة ضمن رؤية 2020

البرنامج	الهدف
المخطط الأزرق	إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف إنشاء غرض شاطئ تنافسي على الصعيد الدولي
بيئة التنمية المستدامة	تثمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها والسهر على احترام الأصالة الثقافية للجماعات المضيفة بمنحهم امتيازات
التنشيط والرياضة والترفيه	إحداث عرض تنشيط غني ومتنوع ومكمل للبنيات التحتية السياحية الأساسية لتعزيز العرض السياحي المغربي، مما يجعله أكثر جاذبية وأكثر قدرة على المنافسة
منتجات ذات قيمة مضافة عالية	استقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والترفيه والثقافة لجعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية
السياسة الداخلية	الاستجابة إلى تطلعات المغرب من خلال منحهم منتجا يتلاءم وعاداتهم وأساليب سفرهم ويأخذها بعين الاعتبار

**المصدر :** حسيب أمينة، مرزق كنزة، دور التخطيط الاستراتيجي السياحي في ترقية القطاع السياحي دراسة مقارنة المغرب والجزائر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة جيجل، 2017، ص99.

الأهداف العامة لرؤية 2020:

تهدف هذه الإستراتيجية إلى:

- ✓ سيكون تموقع المغرب ضمن أفضل 20 وجهة سياحية عالمية كوجهة ...في مجال التنمية المستدامة في المنطقة البحر الأبيض المتوسط .
- ✓ مضاعفة الطاقة الاستيعابية نع تحقيق 200000 سري، بحيث يغطي قطاع الفنادق 150000 سري.
- ✓ خلق 470000 منصب شغل جديد مباشرة في جميع أنحاء التراب الوطني.
- ✓ مضاعف عدد السائحين الوافدين من خلال مضاعفة الحصة السوقية الأوروبية وجذب 1000000 سائح من الأسواق النامية.
- ✓ الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم 2020 اي ما يقارب 1000 مليار درهم.

## النتائج:

تعمل هذه الإستراتيجية على توجيه تدفقات الاستثمارات نحو تطوير منتجات جديدة من خلا تعبئة قوته للموارد المالية الوطنية والدولية، وإنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية بالتعاون بين الدولة والقطاع السياحي، ووضع شراكة مستدامة مع صناديق الدول الصديقة لدعم هذا البرنامج الاستثماري. (حجازي أمينة، منون أمينة، 2017، ص116)

## ثانيا: تونس

تعتبر تونس من الوجهات السياحية الأولى على المستوى العربي والقارة الإفريقية، والسياحة في تونس مصدر دخل مهم للعملة الصعبة، إذ يساهم القطاع بحوالي 7% من الناتج المحلي الإجمالي، حيث عملت تونس منذ استقلالها على تطوير السياحة بوضع إستراتيجية ذات أهداف واضحة المعالم، قامت بتطبيقها على أرض الواقع، بالاعتماد على المقومات السياحية التي تمتلكها البلاد، لقد استهدفت تونس تحديد البنية الأساسية وإنشاء مناطق سياحية جديدة إضافة إلى تنويع المنتج السياحي وتحسينه (محمودي ملك وآخرون، 2019، ص- ص117-130)، ومن أجل الاستمرار في تطوير القطاع السياحي عمدت إلى القيام بإستراتيجية جديدة للفترة (2016-2020)، هذه الإستراتيجية عادت نتائجها بالفائدة على قطاع السياحة والاقتصاد التونسي ككل.

من أجل تحقيق الأهداف المبرمجة، تم إرساء إستراتيجية تنمية السياحة التونسية والتي تتجسد في شكل برامج عملية يقع تنفيذها خلال الفترة القادمة وإلى حلول 2020. وتستند هذه الإستراتيجية إلى: (حجازي أمينة، منون أمينة، 2017، ص114).

- ✓ تنويع العرض السياحي وتحسين جودة الخدمات من خلال وضع علامة الجودة لتصنيف المؤسسات السياحية ومواصلة برامج التأهيل السياحي بإدراج وكالات الأسفار والمطاعم السياحية ضمن هذا البرنامج.
- ✓ وضع خطة ناجحة من أجل النهوض بمنظومة التكوين السياحي وسد حاجيات القطاع والارتقاء بعدد خريجي مراكز التكوين السياحي من 427متخرج خلال سنة 2016، إلى 800متخرج بحلول سنة 2020.
- ✓ العلامة التجارية والتسويق ذلك بإدخال نظرة تسويقية جديدة عن طريق الترويج الموجه باستعمال علامات تجارية .
- ✓ تحديث القطاع وذلك بإعادة هيكلة الوضعية المالية للقطاع السياحي.

## ثالثاً: الإمارات العربية المتحدة

أطلقت حكومة الإمارات في ديسمبر 2020، إستراتيجية السياحة الداخلية بهدف تطوير منظومة سياحية متكاملة على مستوى الدولة، وتنظيم السياحة المحلية، بالتعاون مع مختلف الهيئات والمؤسسات المحلية والاتحادية المعنية بقطاع السياحة والتراث والثقافة والترفيه، وتعزيز دور قطاع السياحة الداخلية في دعم الاقتصاد الوطني.

وفقاً للإستراتيجية ستنسق الدولة الجهود لتسليط الضوء على أهم مناطق الجذب، الطبيعية والثقافية والتراثية والتاريخية، واستقصاء اهتمامات الناس وتطلعاتهم، وجمع معلومات ورصد مواسم الإقبال ونقاط الجذب الحيوية، وإجراء دراسات ميدانية واستغلالها في تطوير المنتج السياحي محلياً واتحادياً، كما ستطلق الحملات السياحية والمبادرات الترويجية طوال العام.

وتحدد الإستراتيجية مجموعة من الأدوات لتحقيق مستهدفاتها وتشمل:

- ✓ بناء القدرات السياحية وتوزيع الموارد بما يساهم في الارتقاء بمنظومة السياحة في كل إمارة.
- ✓ دعم نمو شركات السياحة الداخلية وتوفير كافة التسهيلات الأزمة لها.
- ✓ تشجيع الاستثمارات المتعلقة بمشاريع السياحة الداخلية.
- ✓ تطوير السياسات وبرامج وخطط للترويج المشترك للسياحة الداخلية بين مختلف إمارات الدولة بالتوافق مع الهوية السياحية الموحدة.
- ✓ استحداث برامج أكاديمية وتدريبية في السياحة الداخلية وإعداد كوادر مؤهلة في هذا القطاع الحيوي.
- ✓ التنسيق بين تشريعات السياحة المحلية، وعقد شراكات بين مختلف المؤسسات العاملة في المجال السياحي بين القطاعين الحكومي والخاص.
- ✓ دعوة القطاع الفندقية والشركات السياحية إلى تقديم عروض ترويجية للناس لتشجيع السياحة الداخلية في مختلف إمارات الدولة.
- ✓ إنشاء موقع الكتروني للسياحة الداخلية في دولة الإمارات.

http://u.ae>ar-ae>the-uae-strategy-for-domestic-tourism.09/05/2021h13:41.

واهم النتائج التي توصلت إليها الإستراتيجية السياحية هي: (نعيمي حكيمة، بن حراث حياة، 2019، ص177)

- ✓ ركزت الإمارات من خلال وضع إستراتيجيتها على تحديد أهداف مختلفة، حيث لا تتشابه الاستراتيجيات في المجال السياحي للإمارات السبع، ونجاحها يكمن في إستراتيجية التنسيق بين مختلف هذه الإمارات.



✓ تكاتف الجهود المبذولة لمختلف الهيئات والتطبيق الصارم لمختلف المخططات أدى إلى نجاح مختلف الاستراتيجيات الموضوعة .

#### رابعاً: الأردن

تحظى السياحة في الأردن بأهمية كبيرة عن طريق جذب السياح إليها سواء من الدول العربية أو بقية الدول الأخرى، وقد تطور القطاع السياحي الأردني ونما بشكل كبير في الفترة الأخيرة نظراً للاستقرار السياسي والأمني الذي يشهده الأردن، والذي أصبح محط أنظار العديد من سياح العالم.

وقد شهدت الأردن تطوراً كبيراً في قطاع السياحة من حيث الكم والنوع حيث تنوعت المنتجات السياحية وشهدت اهتماماً كبيراً من قبل القطاعين العام والخاص على حد سواء. (رفيق بودريالة، 2017، ص250)

وقد تم وضع الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام (2011-2015) التي تستند إلى الانجازات التي حققتها الإستراتيجية الأولى للأعوام (2004-2010) وهي الفترة التي قام فيها الأردن بتعزيز سمعته ومكانته كمقصد سياحي يجتذب كلا من الزوار والمستثمرين، كما تم وضع أنشطة محددة للتنفيذ، وأهداف طموحة للنمو بما يتماشى مع الهدف المتمثل في تحسين مستوى التنافسية وتحقيق الاستدامة، وذلك من أجل تعظيم مساهمة قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الأردن، بالإضافة إلى المساهمة في إنجاح مؤسسات الأعمال والحفاظ على اراثها الحضاري ومواقعها الطبيعية. (عبد الله الثاني بن الحسين، 2015، ص-ص7-85)

النتائج المتوصل إليها من الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2004-2010 هي:

- ✓ تعزيز جهود التسويق والترويج للقطاع.
  - ✓ تحسين نوعية المنتجات والخدمات السياحية وتنويعها وتبني ممارسات مهنية في إدارة الموارد البشرية على نطاق واسع في القطاع.
  - ✓ اتخاذ خطوات هامة تهدف إلى خلق بيئة تنظيمية أكثر تشجيعاً على تطوير قطاع السياحة
- نتائج الإستراتيجية الوطنية للسياحة 2011-2015 هي:
- ✓ تحديد المسار الذي يساعد في الحفاظ على ما تم تحقيقه.
  - ✓ خلق فرصة لكافة الجهات المعنية لتساهم في عملية تطوير القطاع.

## المبحث الثالث: استعراض الدراسات السابقة

في هذا المبحث سيتم استعراض بعض الدراسات السابقة لإعطاء شمولية أكثر لهذا الموضوع، والتي تمثلت في:

## المطلب الأول: دراسة (بوعلام بن قارة وعمار دليوح 2013)

دراسة بوعلام بن قارة وعمار دليوح (2013) بعنوان اعتماد إستراتيجية في القطاع السياحي ودورها في تنمية السياحة، وهي عبارة عن مذكرة ماستر في علوم التسيير تخصص اقتصاد وتسيير السياحة جامعة جيجل، تناولت هذه المذكرة السياحة وأثارها الايجابية والسلبية، إضافة إلى المقومات التي تجعل من السياحة قطاعا هاما وذلك من خلال وضع إستراتيجية ساعدت في تحليل البيئة الداخلية والخارجية، من خلال الإجابة على الإشكالية التالية: كيف يمكن صياغة إستراتيجية للقطاع السياحي تجعل الجزائر دولة رائدة سياحيا؟ وعلى اثر ذلك قسم الطالبان المذكرة إلى فصلين، الفصل الأول يتمثل في الجزء النظري الذي تناول فيه مفاهيم أساسية للنشاط السياحي وتحليل البيئة الداخلية والخارجية في صياغة الإستراتيجية السياحية والسياحة والتنمية المستدامة، أما في الفصل الثاني تمثل في الجزء التطبيقي المتمثل في دراسة حالة الجزائر تناول فيه تحليل القطاع السياحي في الجزائر ونماذج تجارب التنمية السياحية في بعض الدول العربية، واقتراح برنامج استراتيجي وطني للسياحة في الجزائر 2013-2017 حيث توصل الطالبين إلى جملة من النتائج نذكر منها:

- ✓ لسياحة دور هام في تنمية وتطوير الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للمجتمعات الإنسانية بصفة عامة منها(زيادة الدخل القومي وبالتالي رفع مستوى المعيشة الفرد من خلال زيادة العملات الصعبة توفير فرص العمل والقضاء على البطالة).
- ✓ الاعتماد على قطاع السياحة وإهمال القطاعات الأخرى، هذا قد يعرض اقتصاد الدولة إلى التدهور في حالة حدوث أزمات اقتصادية وسياسية .
- ✓ الإستراتيجية الجيدة والسليمة أساسها إدراك العوامل البيئية والداخلية والخارجية، ويعتبر هذا العمل إستراتيجية في حد ذاته
- ✓ تتمتع الجزائر بموقع جغرافي هام وتمتلك مقومات كثيرة ومتنوعة يؤهلها إلى أن تكون قطبا سياحيا هاما .
- ✓ الجزائر من الدول التي تمتلك مقومات وموارد سياحية هامة إلا أن القطاع السياحي ليس في مستوى هذه المؤهلات حيث يعاني من تأخر، مقارنة بالدول المجاورة لذلك سارعت إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار التخطيط التوجيهي لتنمية السياحة أفاق 2005.

يعتبر قطاع السياحة في كل من تونس ومصر منتجا ومتقدما، بينما جاء اهتمام الجزائر بالقطاع السياحي متأخرا مما انعكس سلبا على الاستثمارات في المجال السياحي.

### المطلب الثاني: دراسة ( حبال سهيلة 2019)

دراسة حبال سهيلة (2019) بعنوان مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري: وهي عبارة عن أطروحة دكتورة في كلية في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر منشورة في مجلة آفاق عليمية مجلة 11، العدد 2، تطرقت هذه الدراسة إلى خصائص ومقومات القطاع السياحي وواقع القطاع السياحي في الجزائر، مع التطرق إلى إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، وتناولت هذه الدراسة الإشكالية التالية: كيف تساهم الصناعة السياحية في دعم الاقتصاد الجزائري؟ وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ✓ السياحة هي حاجة نفسية يبحث الإنسان عن إشباعها وهي متنوعة وتختلف حسب الأفراد.
- ✓ السياحة نشاط مركب من عدة ظواهر وعلاقات، ( اجتماعية، اقتصادية، اجتماعية ).
- ✓ الجزائر لها مقومات سياحية طبيعية تاريخية تساهم في دعم الاقتصاد الوطني.
- ✓ وضع إستراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي الذي تتمثل في الاعتماد على المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفق 2030.
- ✓ ضعف القطاع السياحي في الجزائر أدى إلى عجز في ميزان المدفوعات.

### المطلب الثالث: دراسة ( بن زعرور شكري، ساطور رشدي 2016)

دراسة بن زعرور شكري، ساطور رشدي (2016) بعنوان السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر، وهي عبارة عن مقال منشور في مجلة MPRA أرشيف RePEe الشخصي ميونيخ، يهدف إلى تحقيق تجريبا من العلاقة طويلة الأجل بين النمو الاقتصادي والتنمية السياحية على بيان سنوي يغطي الفترة 1995-2014 وكانت إشكالية الدراسة كالاتي: ما هو اتجاه السببية أي العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي؟ وقد تناول هذا المقال مراجعة الأدبيات الاقتصادية لعلاقة السياحة بالنمو الاقتصادي ( الخلفية النظرية والدراسات التطبيقية )، لمحة عامة عن الاقتصاد السياحي في الجزائر (الإمكانات، الإستراتيجية، الوضعية الحالية بعض الإحصائيات )، صياغة النموذج الاقتصادي القياسي لعلاقة السياحة بالنمو الاقتصادي وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

- ✓ يعتبر قطاع السياحة عاملا رئيسيا في النمو الاقتصادي، حيث يبرز أن العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي قد تم تناولها من خلال مستويات مختلفة من الأدبيات الاقتصادية تتمثل في:
- نظرية المضاعف الكينزية.

- نظرية التجار الدولية.
- نظرية النمو الداخلي.
- الدراسات التطبيقية السابقة.
- ✓ يساهم القطاع السياحي في الحد من التسرب المالي من الاقتصاد المحلي إلى ادني حد.
- ✓ تعتبر السياحة الدولية وسيلة لجذب العملة الصعبة التي تساهم في تعادل ميزان المدفوعات.
- ✓ للقطاع السياحي القدرة على مضاعفة الاقتصاد الوطني ورفع تحدي التنويع الاقتصادي.
- ✓ تزخر الجزائر بمراد طبيعية متنوعة تعمل على النهوض بالقطاع السياحي.
- ✓ تحتل الجزائر المراتب الأولى إفريقيا في استقطاب السياح.
- ✓ تعتبر الجزائر مقصدا سياحي هام لاستقبال السياح.

#### المطلب الرابع: دراسة (نجوى إسماعيل 2017)

دراسة نجوى إسماعيل (2017) بعنوان تطوير إستراتيجية قطاع السياحة، وهو عبارة عن مقال منشور في مجلة الوطن يهدف إلى دعم القطاع السياحي من خلال تركيز اكبر على السياحة المحلية من ناحية تشجيع ودعم الاستثمارات، توفير تعاون بين المكاتب السياحية والجهات المسؤولة من اجل تنظيم العمل وحفظ الحقوق، أيضا منح تراخيص وتمويلات لتسهيل لمنح قروض اللازمة للقطاع السياحي، وكذلك تنظيم التعامل بين المكاتب السياحية وبين العملاء وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ إن اكبر مشكلة تواجه السياحة الداخلية هي صعوبة الحصول على تراخيص و وجود عوائق بيروقراطية.
- ✓ صعوبة استقرار مرشدين سياحيين من دول معينة.
- ✓ توفير الدعم التام والتشجيع سواء المعنوي والمادي للمستثمرين.
- ✓ تعزيز نمو القطاع السياحي محليا بدفع رجال العمال وأصحاب رؤوس الأموال إلى الاستثمار.

#### المطلب الخامس: دراسة (هدير عبد القادر 2016)

دراسة هدير عبد القادر (2016) بعنوان واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، وهي عبارة عن رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة الجزائر تناولت هذه الدراسة واقع السياحة وآفاق تنميتها على الصعيد الدولي، من خلال اكتشاف الأسباب والمعوقات التي تحول دون تقدم هذا القطاع، وذلك من اجل النهوض بالقطاع السياحي وكماهمته في تفعيل النشاط الاقتصادي الجزائري، وذلك بالإجابة على الإشكالية التالية: ماهي الاستراتيجيات الجديدة المتبعة من طرف الدولة الجزائرية لتنمية وتفعيل القطاع السياحي ؟ وهل هي كفيلة بذلك ؟

وعلى اثر ذلك قسم الطالب هذه الرسالة إلى أربعة فصول، تناول الفصل الأول مدخل عام للسياحة وبروزها كعلم، وفي الفصل الثاني تطرق فيه إلى الاستراتيجيات التسويقية للمنتج السياحي، أما الفصل الثالث تناول فيه واقع السياحة في الجزائر ومؤشراتها والفصل الرابع فقد خصصه لأفاق التنمية السياحية في الجزائر في ظل تحديات العولمة، حيث توصل الطالب إلى النتائج التالية :

- ✓ عدم وجود إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي، وذلك لتبني الجزائر سياسة الصناعات المصنعة والتي تتطلب أموال كبيرة لجلب التجهيزات والمعدات.
- ✓ اهتمام الدولة بالسياحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية، من اجل العملة الصعبة، لكن تتردي الوضع الأمني جعل هذا التوجه يفشل ولم يحقق النتائج المرجوة منه.
- ✓ غياب تشريعات وقوانين تحل مشكلة العقار السياحي، وان وجدت فهي غير مطبقة.
- ✓ غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين، وذلك راجع لظروف صعبة من جهة وغياب أساليب ترويجية من جهة أخرى.
- ✓ افتقار الجزائر إلى سياسة تسويقية ناجحة وغياب وقلة الأيدي الماهرة والمدربة، بالإضافة إلى غياب سياسة تكوين المكونين في المجال السياحي.
- ✓ نقص البني التحتية والخدمات المرتبطة بالسياحة لعدم انتظام الرحلات الجوية وغياب بشبكة الطرقات والسكك الحديدية التي هي في وضعية مزرية.
- ✓ عدم وجود مناخ ملائم للاستثمار الأجنبي، بالإضافة إلى زيادة العبء الضريبي على الأنشطة السياحية.

#### المطلب السادس: دراسة ( لظفي مخزون وآخرون 2020)

دراسة لظفي مخزون وآخرون (2020)، بعنوان السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها وسبل تطويرها، وهو عبارة عن مقال منشور في مجلة الدراسات المالية والمحاسبية، يهدف إلى إبراز واقع السياحة الداخلية في الجزائر وكذا الوقوف على مختلف الإجراءات الكفيلة لتطوير وتنمية القطاع السياحي، وجعله بديلا لقطاع المحروقات، وقد تناولت إشكالية الدراسة كالاتي: ما واقع السياحة الداخلية في الجزائر، وما هي السبل الكفيلة بتنميتها؟ وقد تناولت هذه الدراسة: الإطار المفاهيمي للسياحة الداخلية، واقع السياحة الداخلية في الجزائر، آليات النهوض بالقطاع السياحي الداخلي في الجزائر (رؤية 2030)، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ تزخر الجزائر بمقومات سياحية متعددة ومتكاملة مما يؤهلها لان تكون وجهة سياحية رائدة في حوض البحر الأبيض المتوسط.

- ✓ تساهم الساحة الداخلية في زيادة إيرادات العملة الوطنية، كما تساهم في خلق مناصب الشغل، لكن تلك المساهمة لازالت دون المستوى المطلوب.
  - ✓ بالرغم من الإمكانيات السياحية التي تحوز عليها الجزائر إلا أن مؤشرات السياحة تبقى بعيدة كل البعد عن قيمة وأهمية تلك الموارد .
  - ✓ تعاني السياحة الداخلية من جملة من العراقيل والتي تعترض نموها وتطورها، هذه العراقيل قد تكون إدارية، استثمارية بيئية وغيرها.
  - ✓ تسعى الجزائر إلى النهوض بالقطاع السياحي من خلال المخطط التوجيهي للسياحة أفاق 2030، والذي يهدف إلى تثمين المناطق السياحية وزيادة عدد المرافق السياحية والفنادق المطاعم وكذا تحسين جودة الخدمات السياحية.
  - ✓ توجد مجموعة من الاستراتيجيات والتي يمكن تطبيقها للحد من العراقيل أو من معوقات السياحة الداخلية خصوصا، والسياحة بشكل عام، تتمثل هاته الاستراتيجيات في تأهيل الموارد البشرية، تأهيل الطاقات السياحية، وضع خطة شاملة لتنمية القطاع السياحي.
- إن أهم ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة هو محاولتنا تقييم الإستراتيجية السياحية لولاية جيجل عن طريق إبراز أنواع الإستراتيجية السياحية، حيث ركزت دراستنا على الجانب الميداني من خلال التنقل إلى مديرية السياحة بولاية جيجل التي لها علاقة بالجانب السياحي، وهذا للحصول على المعلومات الفعلية و الإحصائيات الدقيقة و التي تمكننا من معرفة العراقيل الفعلية التي تواجه القطاع السياحي بولاية جيجل، وتحد من تطوره والوصول إلى النتائج التي تساهم في عملية تقييم الإستراتيجية السياحية.

## خلاصة:

بعد تطرقنا للإطار النظري والدراسات السابقة من خلال عرض مفاهيم عامة حول السياحة والسائح والإستراتيجية السياحية، وكذا التطرق لمختلف الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة، استخلصنا أن لسياحة دور مهم في تطوير القطاع السياحي، فهي تعتبر احد أهم العوامل المساهمة في تنمية الدول العالم ولهذا حظيت بأهمية وعناية لدى الباحثين وصناع القرار في معظم الدول لما لها من آثار على التنمية الاقتصادية والاجتماعية لهذه البلدان.

## الفصل الثاني: إستراتيجية تطوير القطاع السياحي لولاية جيجل (الواقع و الأفاق)

تمهيد

المبحث الأول: لمحة حول الإمكانيات السياحة في جيجل

المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي

المبحث الثالث: تقييم إستراتيجية تطوير السياحي في ولاية جيجل

خلاصة



## تمهيد

تعد ولاية جيجل من المدن السياحية ذات خصائص ومقومات سياحية جذابة أهلتها لان تكون إحدى أهم مناطق الجذب السياحي في الجزائر، هذا ما يجعلها تتنافس مع الولايات السياحية الأخرى مما يؤهلها لتكون وجهة سياحية مقصودة من طرف السياح سواء محليين أو أجانب، وعلى هذا سنحاول في هذا الفصل إسقاط المفاهيم النظرية التي تطرقنا إليها في الجزء النظري، على مستوى ولاية جيجل باعتبارها وحدة محلية تضم مجموعة من الخصائص والعناصر المشتركة التي تدفع إلى ضرورة تجسيد التنمية المحلية فيها والتي يعتبر القطاع السياحي أحد وسائلها.

بناء على ما تقدم، سنتطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: لمحة حول الإمكانيات السياحية لولاية جيجل
- المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي
- المبحث الثالث: تقييم إستراتيجية تطوير القطاع السياحي في ولاية جيجل

## المبحث الأول: لمحة حول الإمكانيات السياحية في ولاية جيجل

تعتبر ولاية جيجل جوهر الساحل الجزائري وذلك من خلال طول ساحلها وتنوع مقوماتها السياحية التي تؤهلها لتكون مقصدا للسياح سواء من داخل أو خارج الوطن.

## المطلب الأول: نبذة على ولاية جيجل

جيجل مدينة تعود إلى آلاف السنين تأسست حوالي القرن الرابع قبل الميلاد من طرف الفينيقيين تاريخ المنطقة يتميز بحركة كبيرة فأول اسم أطلق على المنطقة هو اجيجلي، وتعاقبت الحضارات، بعد ذلك من الأسماء منها جيديري وخیخل والأخير جيجل.

إن الانحطاط المتدرج للحضارة الرومانية سمح بتحرير القبائل البربرية في الجبال واسترجاع سيادتها وتقاليدها لتشهد بعد ذلك المنطقة تسابق الغزاة لإستلاء على الموقع الاستراتيجي الذي تتميز به، بعد الوندال (429) والبيزنطيين (533) يأتي عهد الفتوحات الإسلامية، فيتعرب اسم المنطقة جيجل وتشهد المدينة ازدهارا تحت سلطة القيروان خلال القرن العاشر يتحالف سكانها من قبيلة كتامة مع الفاطميين وتم الإطاحة بحكم القيروان وتم تأسيس الدولة الفاطمية التي اتخذت القاهرة مقر لها بعد ذهاب الفاطميين وظل طمعا لعدة دول حاولت غزوها واستعمارها إلى أن استتجد سكانها بالأخوين عروج وخير الدين بربروس سنة 1514 لتصبح أول مدينة يدخلها الأتراك، وينطلق منها تحرير بجاية والجزائر من الهيمنة الاسبانية، وفي 13 مارس 1838 بعد سبع سنوات من الإستلاء على الجزائر وعاميين من الإستلاء على قسنطينة، يحتل الاستعمار الفرنسي جيجل وتبقى ثورات المقاومة لسنوات عديدة وتم الإستلاء عليها سنة 1851. (مونتوغرافيا السياحية لولاية جيجل، 2021).

## الفرع الأول: موقع ولاية جيجل.

تقع ولاية جيجل شمال شرق الجزائر على الشريط الساحلي، تبعد عن العاصمة بـ 359 كلم، وعن بجاية وقسنطينة بـ 96 كلم و 146 كلم على التوالي، تتربع على مساحة قدرها 2.398,63 كلم<sup>2</sup> وتطل على البحر الأبيض المتوسط بشريط ساحلي طوله 120 كلم ويمتد من شاطئ واد الزهور شرقا في حدود ولاية سكيكدة إلى الشاطئ الأحمر غربا في حدود ولاية بجاية، يحدها من الجنوب ولاية ميلة وولاية سطيف وقسنطينة ومن الغرب ولاية بجاية ومن الشرق ولاية سكيكدة. (وثاق مديرية السياحة والصناعات التقليدية، 2021).

## الفرع الثاني: التضاريس

يقع اغلب جزء من ولاية جيجل ضمن سلسلة الأطلس التلي (سلسلة جبال البابور)، والتي تمتد من الشرق إلى الغرب، فهي تتميز بطابعين من التضاريس مختلفة تماما عن لبعضها، حيث يمكن تقسيم الولاية إلى مجموعتين موزعة كما يلي: (وثائق مديرية و الصناعات التقليدية، 2021).

**1- السهول:** فهي تقع شمالا على طول الشريط الساحلي، حيث تظهر، خاصة في حوض الطاهير، وضاف واد الكبير، ومنطقة العوانة.

تتميز السهول بأنها النطاق الحيوي للحياة حيث تعد العصب الرئيسي لمعظم النشاطات بالولاية، خاصة الزراعية، إضافة إلى تمركز العديد من الهياكل القاعدية بها مثل ميناء جن جن، المطار، المنطقة الصناعية (بلارة).

**2- الجبال:** تمثل الجبال الطابع الغالب على الولاية إذ تغطي 82% من المساحة الإجمالية لها أي ما يقارب 1966 كلم، وتتميز بوعورتها مع ارتفاعات تتعدى بعض الأحيان 1600م، ولهذا يمكن تقسيم الجبال بالولاية إلى مجموعتين:

**1-2- مناطق جبلية مرتفعة:** وتقع على الحدود الجنوبية للولاية، تتميز هذه المناطق بجبال عالية يتراوح ارتفاعها إلى أكثر من 1500م، كما هو الحال بالنسبة لجبال البابور المحاذي لولاية بجاية، وهذا ما أعطاهما سحر خاص من حيث ارتفاعها مع تقطعها مع خلق طرق جبلية ذات مناظر خلابة، نذكر منها واد الزهور زيامة منصورية، اراقن، لعوانة تاكسنة.

**2-2- مناطق جبلية متوسطة الارتفاع:** تتوضع هذه المناطق بموازاة الكتلة الجنوبية تتراوح الارتفاعات بينها من 500م إلى 800م، تتوزع على الساحل الغربي للولاية خاصة بالعوانة، والوسط حيث تظهر جليا بالطاهير، وبعض الكتل المتفرقة بالجهة الشرقية، تتميز هذه المناطق بغطاء نباتي كثيف.

## الفرع الثالث: المناخ

يعد المناخ من بين العوامل التي تتحكم في تطوير النشاط السياحي، وذلك باعتباره ابرز مقوم لنشوء السياحة وازدهارها كما يحدد إمكانية الاستفادة من مصادر سياحية أخرى.

فولاية جيجل بسبب موقعها تعتبر من أكثر المناطق الممطرة، إذ يصل معدل التساقط بها في المتوسط إلى 1200ملم، كما أنها تتميز بمناخ البحر الأبيض المتوسط فهو يتغير من موسم إلى آخر، يتميز بكونه بارد وممطر شتاء، حار وجاف صيفا، حيث تتراوح درجة الحرارة ما بين 20° إلى 35° صيفا، ومن 5° إلى 15°

شقاء، كما أن وجود سلسلة البابور ساعد على ارتفاع نسبة التساقط شتاء، أما في الصيف فيتميز بالحرارة المعتدلة، كما يساعد على تنشيط السياحة والترفيه بدء من شهر ماي إلى شهر أكتوبر.

### المطلب الثاني: المقومات السياحية الطبيعية لولاية جيجل

يمكن حصر المقومات السياحية الطبيعية لولاية جيجل فيما يلي: (مونتوغرافيا السياحية لولاية جيجل 2021)

**1. الشريط الساحلي:** امتداد طبيعي على طول 120 كلم، فمن زيامة المنصورية غربا إلى واد الزهور شرقا تصادفك شواطئ وخلجان متناثرة هنا وهناك، ونوادير طبيعية أخرى، ويضم الساحل الجيجلي 50 شاطئ منها الشواطئ ذات الرمال الذهبية الواسعة والشواطئ الصخرية.

**2. الكورنيش الجيجلي:** متمثل في أجراف صخرية ملامسة للبحر ممتدة من زيامة المنصورية إلى العوانة تتخللها غابات الفلين، يمتاز بندرة جماله فهو يعد من أجمل المواقع على المستوى العالمي.

**3. الغابات:** حيث تتميز ولاية جيجل بغابات كثيفة تمتاز بمناظرها الخلابة المشجعة على السياحة الجبلية والصيد، إذ تقدر مساحتها الإجمالية بحوالي 115.000 هكتار ومن أهم غاباتها:

- ✓ غابة قروش: الواقعة على الكورنيش بمنطقة العوانة تتربع على مساحة 10260 هكتار.
- ✓ غابة تامنتوت: تتربع على مساحة 8928 هكتار بجيملة.
- ✓ غابة إيدم ببلدية خيري واد عجول.
- ✓ غابة بوحنش بالعوانة .
- ✓ غابة بني فرقان ومشاطب الميلية.
- ✓ غابة الماء البارد بتاكسنة.
- ✓ غابة القرن بغبالة.

### المطلب الثالث: مقومات المادية لولاية جيجل

وتتمثل مقومات المادية (البنية التحتية) فيما يلي: (وليد بولمعالى وحسام بلحاج، 2018، ص ص79-80)

**1- مطار فرحات عباس:** تتوفر ولاية جيجل على مطار دولي واحد وهو مطار فرحات عباس يقع ببلدية الطاهير يتربع على مساحة تقدر ب 132 هكتار، وقد تم إنجازه سنة 1945، ثم أغلقت الملاحة الجوية فيه ذات سبعة مقاعد، وكان لها ثلاث (Air King) إلى غاية 1981 أين فتح الاستقبال من نوع أير كينغ رحلات أسبوعية مع الجزائر العاصمة لمتطلبات الجمهور، وفي سنة 1985 أجريت الأشغال به لتمكينه من ذات الأربعين مقعد (foker)، استقبل الطائرات الأكبر حجما، حيث استقبل طائرات ( 27 ) فوكر.

**2- ميناء جن جن:** تملك ولاية جيجل ميناء مهم جدا باعتباره أكبر ميناء في الجزائر وثاني أكبر ميناء في إفريقيا يقع على بعد 10 كلم من بلدية جيجل 02 كلم من مطار فرحات عباس تم إنجازه في 1991.

**3\_ الطرق الوطنية:** تحتوي الولاية على شبكة طرق مهمة والتي تعتبر الوسيلة الأهم للتواصل سواء التواصل الداخلي أو الخارجي وتتمثل فيما يلي:

- الطريق 77 LARN والتي تربط ولاية جيجل بولاية ميلة وولاية سطيف وهذه الشبكة تلعب دورا كبيرا في التكامل الإقليمي للولاية، بحيث تربط مباشرة ميناء جن جن بالطريق السيار شرق - غرب.

- الطريق LRN27 LRN43 والذي يربط الولاية من الشرق - غرب، كما يربطها بكل من ولاية قسنطينة، سكيكدة وامتداد إلى ولاية بجاية وهذان الخطان يعتبران أساسيان لكل تدفقات الولايات.

- الطرق الولائية: تتربع هذه الشبكات على 1018100 كلم، شبكة طرق ولائية، 534200 كلم شبكة الطرق بلدية التي تربط بين البلديات.

#### المطلب الرابع : المقومات الثقافية والتاريخية لولاية جيجل

تبرز أهم المقومات الثقافية والتاريخية للولاية جيجل فيما يلي:(وليد بولمعالى وحسام بلحاج، 2018، ص 78-79).

#### 1-المواقع الأثرية والتاريخية:

تتوفر ولاية جيجل على الكثير من المواقع الأثرية والتاريخية، فعلى مر الفترات التاريخية نجد مواقع أثرية تعود إلى فترة ما قبل التاريخ والتي لا زالت لحد اليوم، ونذكر منها موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر، والكهوف العجيبة زيامة المنصورية بالإضافة إلى مواقع أخرى تعود إلى الفترة الفينيقية من بينها آثار ميناء ومقابر فينيقية بجيجل، كذلك هناك مواقع أثرية تعود إلى الفترة الرومانية وفترة الأتراك والفترة الاستعمارية، منها فسيفساء بالطولبية ببلدية جيجل، قبر الباى عصمان بأولاد عواط، المنار الكبير ل رأس العافية...الخ.

**2-متحف كتامة:** يعد المتحف الوحيد على المستوى الولاية، كان في الأصل مدرسة قرآنية أسسها الشيخ عبد الحميد ابن باديس عام 1939 ، وبعد الحرب التحريرية أصبحت مقر للمكتب الثاني للجيش الفرنسي، وبعد الاستقلال عادت لنشاطها الأول، ثم مدرسة لصغار الصم البكم إلى غاية 1993 حيث حولت إلى مقر لمتحف جيجل.

**3-دار الثقافة عمر أوصديق:** مقرها بحي العقابي ببلدية جيجل افتتحت يوم 4 سبتمبر 2007 المشروع كلف 35 مليار دينار جزائري، تضم ثلاث ورشات وهي ورشة للمسرح ورشة للموسيقى، ورشة للفنون التشكيلية، كما تشمل قاعة مطالعة وأخرى للانترنت إضافة إلى قاعة محاضرات وقاعة عروض فنية تحتوي

على 1080 مقعد، وتعد مسرح ثقافي ذو هندسة معمارية جميلة ومميزة تجذب الزائر إليها من خلال الشكل الهندسي المميز لها.

**4-الصناعة التقليدية:** تضم الصناعة التقليدية بالولاية عدة نشاطات حرفية متميزة من خلالها تبرز ثقافة و تقاليد أهل المنظمة، و ذلك لتوفر مواد أولية معتبرة يمكن استغلالها لبعث التنمية المحلية و ترقية العمل الحرفي، بالتالي خلق مناصب شغل إضافية لفائدة القطاع باعتبار الحرفي متعامل اقتصادي هام وعنصر فعال لخلق الثروة، فالطابع السياحي والفلاحي الذي يغلب على الولاية من بين أهم العوامل التي تساعد على ترقية الصناعة التقليدية بالمنظمة والنهوض بالنشاط الحرفي بالولاية، ومن أهم النشاطات الحرفية التقليدية التي تتميز بها ولاية جيجل هي: (وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، 2021).

✓ **صناعة الأواني الخشبية:** تنتشر هذه الحرفة بالمناطق الجبلية كبلدية جيملة، الأمير عبد القادر والميلية نظرا لتوفر المادة الأولية المتمثلة في أشجار (الفلين، الزان، الصنوبر...) ومن أهم منتجاتها الصحن، الملاعق، القصع الخشبية... الخ.

✓ **صناعة الحلبي التقليدي:** خاصة صناعة الفضة، تتمركز هذه الحرفة بمناطق الميلية، العنصر وجيجل كون أغلب ممارسيها توارثوها أب عن جد، حيث تنحصر عموما بالجهة الشرقية للولاية، تتمثل منتجاتها في الأساور، سلسلة، خواتم، أقراط إضافة إلى صناعة العنبر والمرجان الموجهة لصناعة الحلبي التقليدي.

✓ **صناعة الجلود:** يتواجد هذا النشاط خاصة بالمناطق الشرقية للولاية كسيدي عبد العزيز و الطاهير، تعد من أقدم الحرف التقليدية، من أهم منتجاتها الأحزمة الجلدية، الحقائب، أدوات جلدية للسفر والصيد.

✓ **صناعة الفخار:** تقتصر ممارسة هذه الحرفة على المناطق الريفية وتتمثل أساسا في صناعة الأواني المنزلية وتحف التزيين من الطين المحمي والفخار الرفيع.

✓ **الطرز واللباس التقليدي:** يتمثل هذا النشاط في الطرز وخياطة الألبسة التقليدية على كل أنواع القماش الصوف، القطن الوبر والحريز ومن أهم منتجاتها خياطة و تزيين الخمارات والشالات، الفتلة، الشامسة.

✓ **صناعة التحف الفنية:** انتعش هذا النشاط بالولاية لوفرة المادة الأولية لاسيما المنتجات المصنوعة من الفلين، الأصداف البحرية، والخشب تستعمل غالبا للديكور من أهم منتجاتها، صناعة التحف من الخشب و الأصداف.

✓ **صناعة العجائن والحلويات التقليدية:** حيث تستعمل العجائن التقليدية لتحضير عدة أطباق تقليدية وشعبية متنوعة لها أبعاد تاريخية واجتماعية أهمها الدويذة، الكسكس، إضافة إلى الحلويات التقليدية التي تشتهر بها المنطقة مثل المقروط، قلب اللوز، الزلابية.

### المبحث الثاني: إستراتيجية التطوير السياحي

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى أنواع السياحة، وكذلك إلى الهيئات الداعمة للنشاط للولاية.

#### المطلب الأول: أنواع السياحة بولاية جيجل:

يعتمد القطاع السياحي في ولاية جيجل بشكل كبير على نوعين من أنواع السياحة هما: (وليد بولمعالى وحسام بلحاج، 2018، ص80).

**1 - السياحة الشاطئية:** حيث تحتوي الولاية على 50 شاطئ منها 22 شاطئ مسموح به للسياحة، في حين باقي الشواطئ لا تزال تفتقد لبعض الهياكل والمرافق التي تفتح للزوار وتصبح وجهة سياحية، وذلك بوجود 120 كلم ساحل به كورنيش جيجل الذي صنف من أجل المعالم السياحية العالمية.

**2- السياحة الجبلية:** حيث تزخر الولاية بالجبال والسهول والوديان التي تتوفر على مخزن من المنتجات السياحية التي تنتظر من يستغلها إذا توفر الشروط الملائمة (كالأمن، الثقافة السياحية...الخ).

#### المطلب الثاني: المؤشرات السياحية لولاية جيجل

إن المؤشرات السياحية على مستوى الولاية تعد الحافز الأساسي للاستثمار السياحي من توافد عدد السياح على الفنادق وعدد الليالي المنقضات فيها، عدد الأسرة، ومن بينها نذكر:

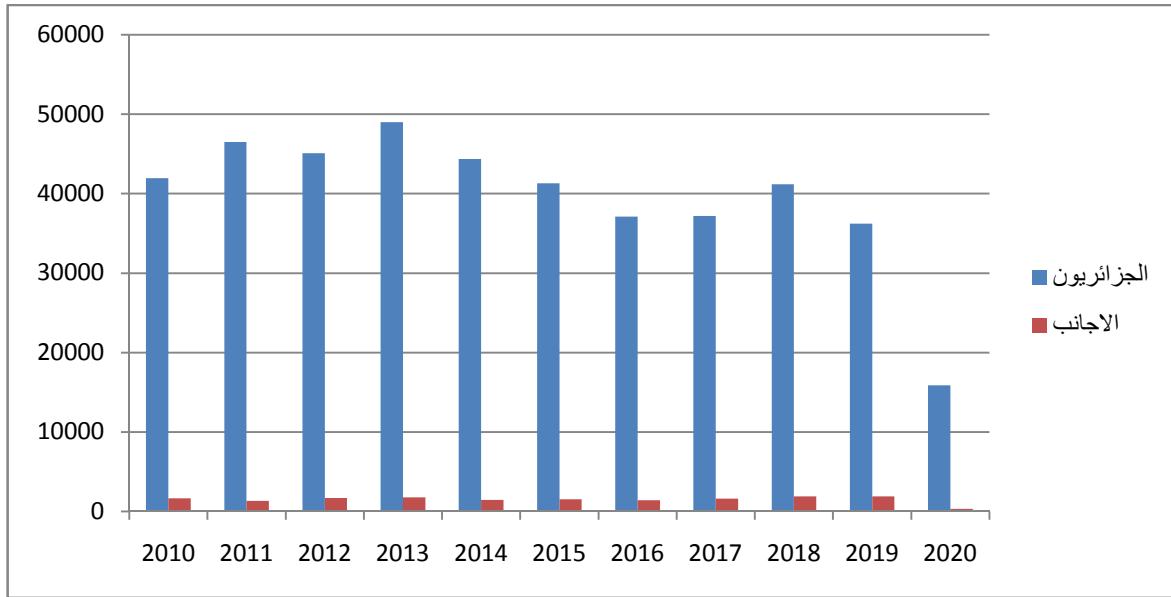
**الفرع الأول: تطور توافد السياح إلى الفنادق بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020).**

الجدول رقم (2): تطور توافد السياح إلى الفنادق بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020).

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
15895	36244	41173	37175	37106	41285	44369	49010	45110	46500	41961	الجزائريين
322	1906	1876	1600	1400	1540	1442	1793	1674	1348	1642	الأجانب
16217	38150	43049	38775	38306	42825	45811	50803	46784	47848	43603	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

الشكل رقم(3): تطور توافد السياح إلى الفنادق بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020).



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول(2).

الشكل أعلاه يمثل عدد الوافدين الجزائريين والأجانب إلى فنادق ولاية جيجل خلال سنوات الممتدة من 2010-2020 حيث نلاحظ تدبب خلال السنوات الخمس الأولى ثم لينخفض في سنتين 2016 و2017 ويرتفع سنة 2018 لينخفض من جديد السنتين الأخيرتين وبالأخص سنة 2020 وذلك راجع لجائحة لكرونا أما بالنسبة لتوافد الأجانب على فنادق جيجل فمن خلال الشكل نلاحظ ثبات في عدد المتوافدين خلال هذه السنوات.

#### الفرع الثاني: عدد الفنادق و طاقات الاستيعاب بولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020)

تعتبر الفنادق من أهم المرافق التي تستقطب الوافدين إلى المناطق السياحية وتوفر لهم الإيواء الازم وذلك من خلال الرفع من مستوى طاقات استيعاب هذه الفنادق، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم(3): عدد الفنادق وطاقات استيعابها بولاية جيجل

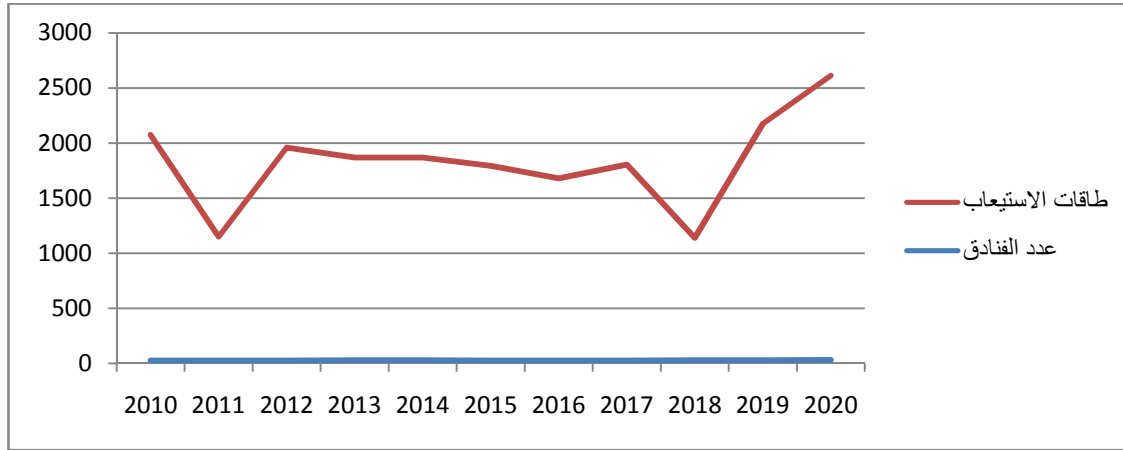
2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
32	28	27	26	25	26	27	27	26	26	25	عدد الفنادق
2579	2148	1112	1777	1633	1766	1842	1842	1931	1124	2050	طاقات الاستيعاب

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.



التمثيل البياني يمثل عدد الفنادق وطاقات الاستيعاب لفنادق ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020) كما يلي:

الشكل رقم ( 4 ): عدد فنادق وطاقات الاستيعاب بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2020).



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم ( 3 ).

نلاحظ من خلال المنحنى ثبات عدد الفنادق خلال هذه السنوات، وانخفاض طاقات الاستيعاب في السنة الأولى، كما يشهد ارتفاع ملحوظ سنة 2012، ليسجل تدبدا خلا الفترة الممتدة من 2012 الى 2017 ثم ينخفض من جديد سنة 2017، ليشهد ارتفاع هائلا خلال السنتين الأخيرتين.

الفرع الثالث: عدد المخيمات العائلية وعدد الأسرة بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2019)

تعتبر ولاية جيجل منطقة لجذب السياح إلى المخيمات العائلية وفيمايلي جدول يوضح عدد المخيمات والأسرة فيها.

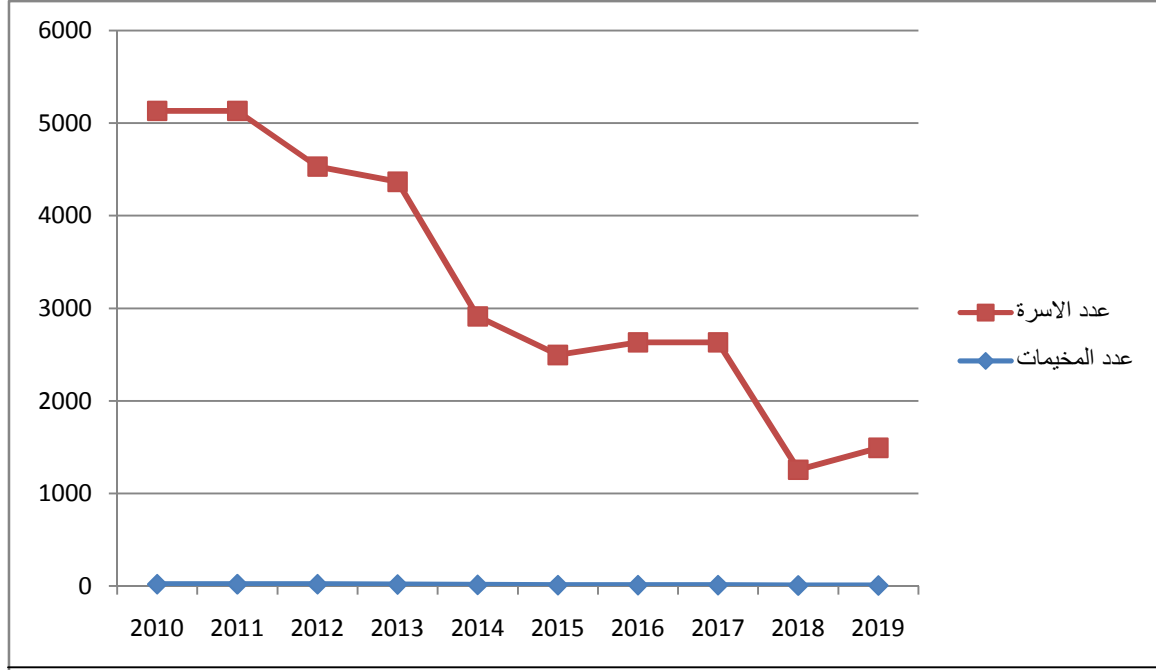
جدول رقم(4) : عدد المخيمات العائلية وعدد الأسرة بولاية جيجل خلال الفترة (2010-2019).

السنة	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
عدد المخيمات	07	07	12	12	11	13	18	20	21	21	
عدد الأسرة	1485	1249	2619	2619	2484	2899	4347	4509	5109	5109	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

التمثيل البياني يمثل عدد المخيمات وعدد الأسرة في ولاية جيجل خلال الفترة (2010-2019)

الشكل رقم(5): عدد المخيمات العائلية وعدد الأسرة بولاية جيجل خلال الفترة(2010-2019)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم(4).

نلاحظ من خلال التمثيل البياني أن عدد الأسرة في انخفاض خلال الفترة 2010-2019، كما نلاحظ ثبات عدد الأسرة في السنتين الأوليتين، ثم إنخفاض مستمر خلال السنوات 2012 إلى 2015، ليشهد ثبات في السنتين 2016 و2017، ثم لينخفض انخفاضا حادا سنة 2018، ليرتفع قليلا سنة 2019 ونلاحظ من خلال التمثيل البياني ثبات في عدد المخيمات.

الفرع الرابع: عدد الوافدين والليالي المقضاة في المخيمات العائلية في ولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020).

المخيمات العائلية تستقبل عدد كبير من الوافدين يقضون أكثر من خمسون ألف ليلة في الموسم

الواحد والجدول التالي يوضح ذلك:

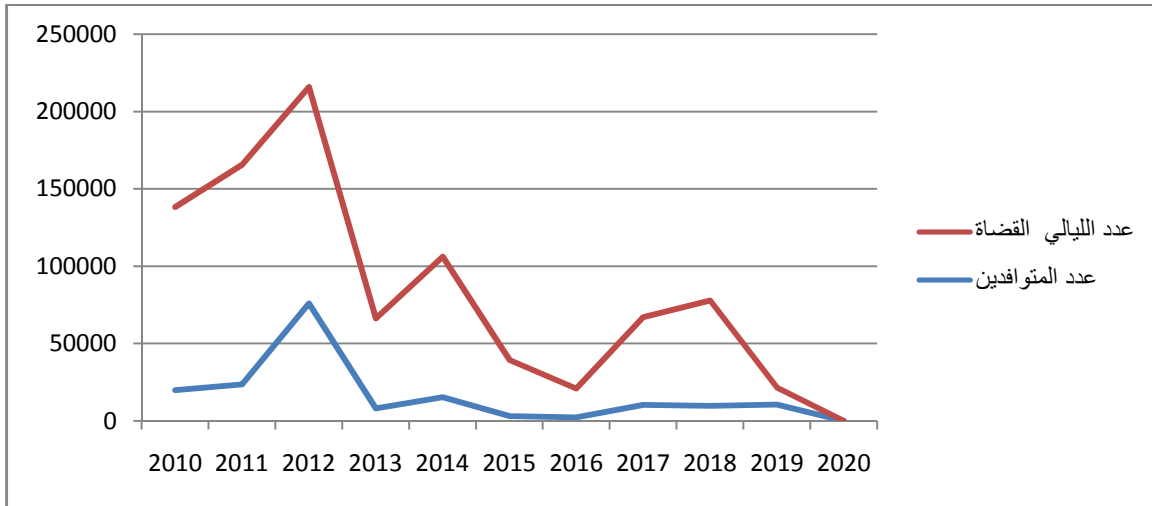
الجدول رقم(5): عدد الوافدين والليالي المقضاة في المخيمات العائلية في ولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020).

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
00	10557	9668	10383	2304	3123	15225	8067	75849	23653	19750	عدد الوافدين
00	10880	68170	56585	18516	36287	90988	58140	139943	141918	118500	عدد الليالي المقضاة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

نوضح ذلك من خلال التمثيل بياني:

الشكل رقم(6): عدد الوافدين والليالي المقضاة في المخيمات العائلية في ولاية جيجل خلال الفترة(2010-2020)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم(5)

من خلال المنحنى البياني نلاحظ ارتفاع طفيف في عدد الوافدين في السنة الأولى، يليها إرتفاع كبير في سنة 2011 ليشهد إنخفاض حاد سنة 2012 والسنة 2013، ثم خلال السنوات المتبقية هناك تدبب واضح في عدد الوافدين ماعدا سنة 2020 فعدد الوافدين معدوم، وذلك راجع لجائحة كورونا، بينما

نلاحظ إرتفاع حاد في عدد الليالي المقضاه خلال السنتين الأوليتين وينخفض بشكل كبير سنة 2013 ليرتفع ثانية السنة الموالية ثم لينخفض من جديد خلال سنة 2015 و2016، ليعاود الإرتفاع من جديد نهاية 2016 إلى غاية 2018، لينخفض العدد سنة 2019 وينعدم تماما سنة 2020 .

#### الفرع الرابع: المبالغ المخصصة لقطاع السياحة

#### 1- مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2018.

ويمكن توضيح هذه المبالغ من خلال الجدول التالي:

#### الجدول رقم(6): مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2018

التعيين	العدد	التكلفة الاجمالية (دج)	عدد الأسرة	مناصب الشغل
1. مشاريع المعتمدة	54	13 846 134 829,00	4 575	2 131
المشاريع الغير منطلقة	31	9 525 658 034,00	2 895	1 350
المشاريع في طور الانجاز	18	3 497 368 385,00	1 182	539
المشاريع المتوقفة	6	853 108 410,00	498	242
2. المشاريع على مستوى الوزارة	10	1 232 855 010,00	886	184

المصدر: وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

#### 2- مبالغ مخصصة لقطاع السياحة سنة 2019.

ويمكن توضيح هذه المبالغ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(7): مبالغ مخصصة للقطاع السياحي سنة 2019.

التعيين	العدد	التكلفة الاجمالية (دج)	عدد الأسرة	مناصب الشغل
1. مشاريع المعتمدة	52	2 769 510 504,00	3 751	2 684
المشاريع الغير منطلقة	28	4 912 878 400,00	2 401	1 021
المشاريع في طور الانجاز	16	9 756 252 769,00	2 675	1 223
المشاريع المتوقفة	08	2 769 510 504,00	940	390
2. المشاريع على مستوى الوزارة	03	258 721 125,00	508	67

المصدر: وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

3-مشاريع مخصصة للقطاع السياحي سنة 2020.

ويمكن توضيح هذه المبالغ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(8): مشاريع مخصصة للقطاع السياحي سنة2020,

التعيين	العدد	التكلفة الاجمالية (دج)	عدد الأسرة	مناصب الشغل
1. المشاريع المعتمدة	61	21 399 779 873,00	6 672	2 891
المشاريع غير المنطلقة	36	7 897 010 600,00	2918	1244
المشاريع في طور الانجاز	14	3 277 499 284,00	1745	563
المشاريع المتوقفة	11	10 225 269 989,00	2009	1084
2. المشاريع على مستوى الوزارة	02	113 800 000,00	246	77

المصدر: وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

المطلب الثالث: التأطير المحلي للنشاط السياحي بولاية جيجل.

تتوفر ولاية جيجل على عدة هيئات سياحية تشرف على القطاع السياحي بالولاية.

الفرع الأول: الدواوين والجمعيات السياحية

تتوفر بالولاية 08 دواوين سياحية معتمدة من أهم نشاطاتها التعريف بالمنتوج السياحي المحلي وترقيته عن طريق إقامة معارض محلية والمشاركة في التظاهرات الوطنية والتي نوضحها في الجدول التالي:  
جدول رقم (9): الدواوين و الجمعيات السياحية.

الرقم	اسم الديوان أو الجمعية	المقر	رقم الاعتماد
01	الديوان الجيجلي للسياحة	جيجل	10/58
02	جمعية السفير للسياحة	جيجل	2012/20
03	جمعية الصيادين الهواة للنزهة و السياحة	جيجل	2016/04
04	الجمعية السياحية الولائية للسياحة الجبلية وتبادل الأسفار للطفولة والشباب	تاكسنة	2016/05
05	الجمعية الولائية للسياحة البيئية	جيجل	2016/21
06	الجمعية الولائية لؤلؤة الشرق للسياحة والصناعة التقليدية	جيجل	2021/01

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، المونوغرافيا السياحية لولاية جيجل.

الفرع الثاني: وكالات السياحة والأسفار

توجد بالولاية تسعة وأربعون وكالات للسياحة والأسفار معتمدة من طرف اللجنة الوزارية للاعتمادات تتحصر نشاطاتها على بيع التذاكر، تنظيم الرحلات، والعمرة بالإضافة إلى استغلال المخيمات العائلية ومراكز العطل وتتمثل في:

الجدول رقم (10): وكالات السياحة والأسفار

البلدية	تسمية الوكالة	صاحب الوكالة	مسير الوكالة	العنوان
جيجل	الكورنيش	ش.ذ.م.م الكورنيش	دشاش حياة	28 شارع أول نوفمبر - جيجل
	فرع سياحة وأسفار الجزائر	ش.ذ.أ. سياحة وأسفار الجزائر	إجراءات تغيير المسير جارية	1 نهج مصطفى بن بولعيد - جيجل
	جيزال للأسفار	ش.ذ.م.م جيزال للأسفار	إجراءات تغيير المسير جارية	شارع أول نوفمبر 1954 رقم 48 - جيجل
	كوكب الأسفار	ش.ذ.ش.و.و.ذ.م.م	معمري هند	حي 40 هكتار، التجزئة 01 محل رقم 01- جيجل
	جن جن للسياحة والأسفار	زموري طارق	زموري طارق	شارع شابي المكي، حي أولاد عيسى، محل رقم B3 - جيجل
	الشهباء تور	ش.ذ.م.م شهباء تور	إجراءات تغيير المسير جارية	شارع بن شارف عبد المجيد حي أيوف الشرقي محل 10 D - جيجل
	مزغيطان للسياحة والأسفار	خباش ابراهيم	إجراءات تغيير المسير جارية	84 شارع العربي بن مهدي - جيجل
	فرع نجاح ترافل أجنبي	بوترعة جواد	شلالى عبد الكريم	شارع المجاهدين - جيجل.
	شوبا للسفر	بوجعادة ماجدة	بوجعادة ماجدة	شارع المجاهدين محل رقم 02 ث __ - جيجل -
	ماتيا ترافل للسياحة والأسفار	ش.ذ.م.م.ذ.ش.و. ماتيا ترافل للسياحة والأسفار	عالم كمال	طريق الصومام الطابق الأرضي - جيجل -
	بيكاردى تور	خلف الله اسحاق	خلف الله اسحاق	حي أيوف الشرقي، شارع رزوق يوسف محل رقم 28 A
جيجل	ستا لكابيل	بوزاري خليفة	إجراءات تغيير المسير جارية	طريق قسنطينة _ جيجل _
	رواحل طيبة للسياحة والسفر	بولفراخ علي	إجراءات تغيير المسير جارية	حي أيوف الغربي شارع صويلح رابح رقم a 63
	أولاد عيسى ترافل	بلحيمر ياسر	إجراءات تغيير المسير جارية	حي أولاد عيسى، شارع زقيوق عمار
	التنمية للسياحة والأسفار	بولهيجة عبد الحق	صغير معاذ	46 حي الزبيرية جيجل
	بوالديس تور	طبال ريمة	طبال ريمة	02 نهج الإخوة قشاشة

17	رسيم للسياحة والأسفار	بوجنيجة أمينة	خشمار سوماية	م س ح ج رقم 01 حي 328 مسكن محل 06 العمارة B
18	هايلة للسفر	بوقة نورهان	بوقة نورهان	شارع بدوحان جمعة حي أيوف الغربي مح رقم B22
19	إشال ترافل	بوهالي جلال	سعيود مسعودة	تجزئة شريفن، المحل رم 01 الطابق الأرضي
20	جيجري ترافل	مكيرشة حسين	قحام لطيفة	تجزئة بن عاشور محل رقم 02 الطابق الأرضي
21	أفوزار للسياحة والأسفار	بن سوهالي سمير	بونار مريم	المدخل المقابل لبريد اول نوفمبر - جيجل b18 أيوف جيجل
22	شبوطي ترافل	شبوطي عبد الغاني	شبوطي عبدالغاني	حي 30 مسكن اجتماعي تساهمي المنطقة الحضرية الثالثة بن عاشور، محل رقم 04، العمارة 01، الطابق الارضي - جيجل
23	لبريش للسياحة والأسفار	جبار زهر الدين	بوجردة حبيبة	10 شارع ديدوش مراد-جيجل
24	نجم الشمال للسياحة والأسفار	شيبوط يوسف	خشة رضوان	حي ايوف الشرقي: محل رقم 01، الطابق الارضي، جيجل
25	قروش للسياحة والأسفار	بوالزيت امينة	بوشابو رشيد	11 شارع لرويحة مختار، الطابق الارضي ، اولاد عيسى، جيجل
26	سيدي فرج للسياحة والأسفار	معمر توفيق	هاين ايمان	حي ايوف، محل رقم 01، الطابق الارضي، القطعة رقم 38/115
27	لوفلي تريب	م.ذ.ش.و.ذ.م.م	الشيخ علي	نهج بن شارف عبد المجيد، حي أيوف الشرقي، الطابق الأول، بلدية جيجل
28	فرع وكالة ديلطا فواياج	بوشيلون قاسي	بوفادنيوبا	طريق الصومام--بلدية جيجل
29	وكالة العقرم للسياحة والأسفار	لعيور بلال	عدوان امال	محل رقم 02، عمارة رقم 04، حي 60 مسكن اجتماعي -العقلي-جيجل
30	جيجل ترافل	ش.ذ.ش.و.ذ.م.م جيجل ترافل	يدروج سلمى	محل رقم 01-تاسوست- الأمير عبد القادر
31	عميمور للسياحة والأسفار	عميمور حمزة	بوراشيد ايمان	حي تجزئة 83 حصة، الحصة رقم 04 تاسوست، محل رقم ب3 - الأمير عبد القادر
32	إيجلجلي تور	موساوي حسين	بلهادف هشام	شارع دخلي المختار رقم 01 - الطاهير
33	بلام تور	ش.ذ.ش.و.ذ.م.م بلام تور	بلمدرك نوري سعيد	نهج عامرة الطاهر - الطاهير
34	موبييل تور	تواتي جمال الدين	بن قرية عبد الحفيظ	حي 58 مسكن(حي البريد السوق القديم) العمارة ب01 - بلدية الطاهير
35	دقداق تور	دقداق محمود	دقداق محمود	شارع عامرة الطاهر - الطاهير



حي 100 مسكن عمارة س، الطابق الارضي ، محل رقم 23، وسط مدينة الطاهير - جيجل	بوكبيرة أمينة	م.ش.و.ذ.م.م	أورال ترافل	36
شارع دخلي مختار ، حي بوشرفة محل رقم d01 الطاهير - جيجل	قرماط سليم	قرماط سليم	النزهاء للسياحة والأسفار	37
حي 20 مسكن الميلية - جيجل	خلوفي يزيد	خلوفي يزيد	العربي للسياحة والأسفار	38
حي 486 مسكن عمارة رقم 09 - المريحة - الميلية.	بودغدغ وردة	بودغدغ وردة	وردة ترافل	39
الحصة رقم 17 لتجزئة الشارع الكبير الميلية - جيجل -	إجراءات تغيير المسير جارية	بودغدغ نوال	نوس أميرا تور	40
تجزئة توسيع الشارع الكبير الحصة 15، العمارة رقم 04 ، المحل رقم 49	بوسري حياة	بوستة الطاهر	نهاد للسياحة والأسفار	41
تجزئة توسيع الشارع الكبير الحصة 46، الميلية، جيجل	جوامع دلال	مربني وليد	فرع وكالة الميرية للخدمات السياحية	42
الحصة رقم 46 لتجزئة الشارع الكبير، رقم المحل 40B، الميلية - جيجل -	بن ناصر يوسف	عياشي محمد العربي	فرع السقيفة للسياحة والأسفار	43
محل رقم 06 ، شارع سبتي محمد، الميلية	عيمر عنابة	عيمر عنابة	زيزري تور	44
شارع غربي صالح محل رقم 05 الميلية	بوشاش عبد الرحيم	بوعناني أحمد	لبعانة للسياحة والأسفار	45
حي 100 مسكن المحطة، عمارة 08 رقم 02 الميلية	سبتي أسماء	سبتي أسماء	أيار للسفر	46
شارع قنيدرة أحمد، محل رقم 02 الميلية	خميسي سناء	بوقلعاص عزيز	بوقلعاص ترافل	47
شارع اول نوفمبر محل رقم 36م1: الميلية	بويرطخ موسى	بويرطخ موسى	بارل بلو	48
الطريق الوطني رقم 77المحد رقم 04، الطابق الارضي جيملة، جيجل	زمور زهيرة	موساوي عبد العزيز	عبود للسياحة والأسفار	49

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل، المونوغرافيا السياحية لولاية جيجل.

### الفرع الثالث: مديرية السياحة

تم إنشاء مديرية السياحة والصناعات التقليدية على مستوى الولاية، لكي تتولى مسؤولية الاهتمام

بالقطاع السياحي على ضوء ما تملكه من موارد سياحية هائلة، والتي تتولى عدة مهام ووظائف تنصب في

إطار النهوض بالقطاع السياحي، من بين مهامها نذكر ما يلي: (وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية

جيجل، 2021)

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والإستجمام والتسلية.

- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.
- جمع المعطيات والمعلومات الإحصائية حول النشاطات السياحية والمحلية.
- توجيه المشاريع الاستثمارية للسياحة ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- متابعة تطابق النشاطات السياحية، مقاييس السير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية.
- دعم وتنمية نشاطات المتعاملين والهيئات والجمعيات المتداخلة في السياحة.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن.
- ضمان ميزانية التجهيز والتسيير.

بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 257/10 المؤرخ في 20 اكتوبر 2010، يهدف هذا إقرار إلى تحديد تنظيم مصالح مديرية السياحة والصناعات التقليدية للولاية في المكاتب التالي:

#### المادة 2: مصلحة السياحة تضم:

- مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية.
- مكتب دعم تنمية السياحة والاحصاء.
- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

#### المادة 3: مصلحة الصناعة التقليدية تضم:

- مكتب تنمية الصناعات التقليدية و الحرف.
- مكتب الدراسات والاحصاء.
- مكتب مراقبة نشاطات الصناعات التقليدية و المهن.

#### المادة 4: مصلحة الإدارة والوسائل تضم:

- مكتب الميزانية والمحاسبة.
- مكتب المستخدمين و التكوين.
- مكتب الوسائل العامة.

### المبحث الثالث: تقييم إستراتيجية تطوير القطاع السياحي في ولاية جيجل

يمثل الاستثمار السياحي أحد القطاعات الهامة في تنشيط الحركة الاقتصادية، حيث يحتل مكانة قوية وهامة في الاقتصاد وذلك لما له من أهمية بالغة وكبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

#### المطلب الأول: لمحة حول إستراتيجية الإستثمار السياحي لولاية جيجل

يلعب الإستثمار السياحي دورا مهما في ترقية السياحة من خلال المشاريع السياحي التي تعمل على زيادة استقطاب السياح، سواء تعلق الأمر بزيادة المنتجات السياحية وخلق فرص للعمل وتحقيق توازن جهوي بين مختلف الأقاليم.

#### الفرع الأول: المشاريع السياحية التي أنجزت

- ✓ فندق بطاقة استيعاب 36 سرير (نسبة انجاز المشروع تقدر ب 100% إلا أنه يوجد مشكل المطابقة الذي هو في طريق التسوية بسبب الإنجاز بدون رخصة البناء).
- ✓ فندق بطاقة استيعاب 90 سرير إجراءات شهادة المطابقة والاستغلال.
- ✓ منازل سياحية مفروشة بطاقة إستيعاب 16 سرير إلا أنه يوجد مشكل المطابقة.
- ✓ نزل ريفي بطاقة استيعاب 18 سرير إجراءات شهادة المطابقة والإستغلال جارية.
- ✓ قرية عطل بمنطقة التوسع السياحي تاسوست ببلدية الأمير عبد القادر تتكون من 48 وحدة من نوع F3 (240 سرير)، كافيتريا، (حال حصوله على المطابقة الجزئية للمشروع).
- ✓ شقق الفنادق تابعة لبلدية خيري واد عجول تتكون من 11 شقة من نوع F2 (68 سرير)، (ضرورة إدراجها ضمن مخطط تهيئة المنطقة بني بلعيد ZET وحصولها على شهادة المطابقة).
- ✓ فندق بمنطقة التوسع السياحي كازينو بطاقة استيعاب تقدر ب 154 سرير.
- ✓ إقامة سياحية بمنطقة التوسع السياحي العوانة بطاقة استيعاب 112 سرير.

الفرع الثاني: مشاريع في طور الانجاز

1- مشاريع في طور الإنجاز سنة 2016

الجدول رقم(11): مشاريع في طور الإنجاز سنة 2016.

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل الممكن إحداثها	تكلفة المشروع
01	تاسوست	قرية العطل (57 مقصورة سياحية)	456	50	31 500 000,00
02	جيجل	فندق	38	12	141 560 000,00
03	الميلية	فندق	72	20	87 000 000,00
04	سيدي معروف	موتيل الطريق	40	10	20 000 000,00
05	الرابطة -جيجل	فندق	72	10	14 992 260,00

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

2- مشاريع في طور إنجاز سنة 2017

الجدول رقم(12): مشاريع في طور إنجاز سنة 2017

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل الممكن إحداثها	تكلفة المشروع
01	م. ت. س تاسوست	قرية العطل (57 مقصورة سياحية)	456	50	31 500 000,00
02	الميلية	فندق	80	40	530 940 000,00
03	سيدي معروف	موتيل	40	10	20 000 000,00
04	الرابطة	فندق	72	10	14 992 260,00
05	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	112	23	245 700 000,00
06	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	330	40	1 310 202 284,00
07	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	136	50	1 452 959 600,00
08	م.ت.س العوانة	فندق	250	187	750 116 150,00
09	رأس العافية	فندق	98	35	68 000 000,00

271 132 200,00	40	98	فندق	كازينو	10
195 273 470,00	14	146	نزل طريق	الولجة+ زيامة منصورية	11
107 419 708,00	18	100	إقامة سياحية	الشقفة	12
200000,00	15	25	إعادة تهيئة فندق	العقابي - جيجل	13

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

### 3- مشاريع في طور الإنجاز سنة 2018.

#### الجدول رقم (13): مشاريع في طور الإنجاز سنة 2018

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل	تكلفة المشروع
1	م.س تاسوست	قرية العطل (57 مقصورة سياحية)	456	50	356 470 000,00
2	بلدية قاوس	نزل طريق	102	24	226 000 000,00
3	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	112	23	245 700 000,00
4	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	330	247	1 310 202 284,00
5	جيمار بلدية الشقفة	إقامة سياحية	100	18	107 419 708,00
6	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	136	50	1 733 982 386,00
7	كازينو	فندق	98	40	271322000,00
8	الرابطة بلدية جيجل	فندق	40	16	50000000,00
9	المدخل الشرقي لبلدية جيجل	فندق 4 *	454	340	2 510 595 815,00
10	الولجة + زيامة منصورية	نزل طريق	146	14	195 273 470,00

141 560 100,00	12	38	فندق	بلدية جيجل	11
40 000 000,00	02	24	منازل سياحية مفروشة	م. ت. س أولاد بوالنار	12
50 000 000,00	05	20	تهيئة بناية إلى فندق	م.ت.س كازينو	13
75 000 000,00	30	100	إقامة سياحية	م. ت. س تازة	14
58 267 000,00	25	132	فندق	م.ت.س كازينو	15
86 850 000,00	35	120	فندق	الميلية	16
18 500 000,00	20	10	منازل سياحية مفروشة	م. ت. س اولاد بوالنار	17

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

#### 4- مشاريع في طور الانجاز سنة 2019

#### 5- الجدول رقم(14): مشاريع في طور الانجاز سنة 2019

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل	تكلفة المشروع
1	م. ت. س تاسوست	قرية العطل (57 مقصورة سياحية)	456	50	356 470 000,00
2	بلدية قاوس	نزل طريق	102	24	226 000 000,00
3	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	112	23	245 700 000,00
4	م.ت.س العوانة	إقامة سياحية	330	247	1 310 202 284,00
5	كازينو	فندق	98	40	271 322 000,00
6	الرابطة بلدية جيجل	فندق	40	16	50 000 000,00
7	المدخل الشرقي لبلدية جيجل	فندق 4 *	454	340	2 510 595 815,00
8	الولجة + زيامة منصورية	نزل طريق	146	14	195 273 470,00

40 000 000,00	02	24	منازل سياحية مفروشة	م.ت.س اولاد بوالنار	9
50 000 000,00	05	20	تهيئة بناية إلى فندق	م.ت.س كازينو	10
31 000 000,00	7	40	منازل سياحية مفروشة	بلدية العوانة	11
86 850 000,00	35	120	فندق	الميلية	12
140000000,00	30	154	فندق	م.ت.س الكازينو	13
18 500 000,00	20	10	منازل سياحية مفروشة	م.ت.س اولاد بوالنار	14
3 800 000 000,00	295	394	فندق+إقامة سياحية	م.ت.س تاسوست	15
424 339 200,00	75	175	فندق	م.ت.س سيدي عبد العزیز	16

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

#### 5- مشاريع في طور الإنجاز سنة 2020.

- تهيئة ثمان مناطق لتوسع السياحي (منطقة التوسع السياحي العوانة).

#### الفرع الثالث: المشاريع المتوقفة

#### 1- مشاريع متوقفة سنة 2016

يمكن توضيح هذه المشاريع من خلال الجدول الموالي:

#### الجدول رقم (15): مشاريع متوقفة سنة 2016

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل الممكن إحداثها	تكلفة المشروع
01	بلدية جيجل	فندق 3*	120	35	79 100 000,00
02	بلدية جيجل	فندق 3*	140	20	120 000 000,00
03	الأمير عبد القادر	فندق 3*	102	30	36 800 000,00

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

## 2- مشاريع متوقفة سنة 2017

يمكن توضيح هذه المشاريع من خلال الجدول الموالي:

### الجدول رقم(16): مشاريع متوقفة سنة 2017

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل الممكن إحداثها	تكلفة المشروع
01	بلدية جيجل	فندق 3*	120	35	79 100 000,00
02	بلدية جيجل	فندق 3*	140	20	120 000 000,00
03	الأمير عبد القادر	فندق 3*	102	30	36 800 000,00
04	بلدية جيجل	فندق	38	12	141 560 000,00

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

## 3- مشاريع متوقفة سنة 2018

### الجدول رقم(17): مشاريع متوقفة سنة 2018

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل	تكلفة المشروع (دج)
1	سيدي معروف	موتيل	40	10	20 000 000,00
2	الرابطة جيجل	فندق	110	10	20 000 000,00
3	م.ت.س العوانة	فندق	250	187	750 116 150,00
4	م.ت.سراس العافية	فندق	98	35	6800000,00

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.



4- المشاريع المتوقفة سنة 2019

الجدول رقم(18): مشاريع المتوقفة سنة 2019

الرقم	الموقع	نوعية المشروع	عدد الأسرة	مناصب الشغل	تكلفة المشروع (دج)
1	م. ت. س. تازة	إقامة سياحية	100	30	75 000 000,00
2	سيدي معروف	موتيل	40	10	20 000 000,00
3	الرابطة جيجل	فندق	110	10	14 992 260,00
4	م.ت.س. العوانة	فندق	250	187	750 116 150,00
5	م.ت.س. رأس العافية	فندق	98	35	68 000 000,00
6	جيمار بلدية الشقفة	إقامة سياحية	100	18	107 419 708,00
7	م.ت.س. العوانة	إقامة سياحية	136	50	1 733 982 386,00
8	بلدية تاكسنة	إقامة سياحية	106	50	551 600 000,00

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

5- مشاريع متوقفة سنة 2020

وتم فيها تهيئة ثلاث مناطق لتوسع السياحي تمثلت فيمايلي:

- تهيئة منطقة التوسع السياحي عدوان علي (فتح طريق مهيبى بطريقة موجزة، أعمال حفر مبسطة، شبكة الصرف الصحي).

- تهيئة منطقة التوسع السياحي كازينو (فتح طريق مهيبى بطريقة موجزة، أعمال حفر مبسطة، شبكة الصرف الصحي).

- تهيئة منطقة التوسع السياحي تاسوست (فتح طريق مهيب بطريقة موجزة، أعمال حفر مبسطة، شبكة الصرف الصحي).

المطلب الثاني: معوقات الاستثمار في ولاية جيجل.

يمكن حصر هذه المعوقات في العناصر التالية:(وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل،2021)

- 1- نقص في هياكل الإيواء.
- 2- نقص المحترفين في المجال السياحي مما يصعب عملية تركيب وتسويق منتجات سياحية محلية.
- 3- نقص في جاذبية الولاية لافتقارها لنشاطات تجلب الأنظار إليها على مدار السنة.
- 4- غياب تهيئة المواقع القابلة للاستغلال سياحيا بالمناطق الريفية مثل غابة قروش بالعوانة، تامنتونب جيملة، منبع المشاكي بسلمى، إيراغن.
- 5- مناطق توسع سياحي أتى عليها الإسمنت(تم إقتراح إلغاء ثمانية: تازة، الولجة، بوبلاطن، الأفتيس عدوان علي، كازينو، بني قايد، أولاد بوالنار وإعادة النظر في 03: العوانة، بني بلعيد، وسيدي عبد العزيز.
- 6- غياب تقنين ينظم بعض النشاطات المرتبطة بالسياحة إلا أنها لا تخضع لتراخيصها كالجولات البحرية.
- 7- عدم مطابقة النصوص التنظيمية الخاصة بالقطاع مع الواقع لا سيما تلك المتعلقة بالفندقة ومناطق التوسع السياحي ( تصنيف الفنادق، استغلال المساحات الواقعة داخل مناطق التوسع السكاني التابعة للخواص، استغلال الأراضي المستغلة لأغراض فلاحية داخل مناطق التوسع السكاني وعليه نرى ضرورة تفعيل المادتين 19 و20 من القانون 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحي).
- 8- صعوبة الحصول على العقار لأن أغلب الأراضي إما فلاحية أوغابية وتابعة لخواص.
- 9- نقص الوارد البشرية المؤهلة في مجال السياحة، ونقص برامج التكوين والتدريب وتعميم هذه الموارد(فارس عوقة ونبييل حمادي، 2017،ص36).
- 10- نقص الموارد المالية لدى المستثمرين المحليين بسبب تدني المداخيل، وعدم القدرة على الحصول على قروض بنكية.
- 11- كثرة العراقيل تعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي.

## المطلب الثالث: الحلول المقترحة لتنشيط الاستثمارات السياحية في ولاية جيجل

ومن بين هذه الحلول نقترح مايلي: (من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معوقات الاستثمار السياحي)

- 1- دعم الشركات المتخصصة في الاستثمار في قطاع السياحة وتمويل المشاريع الاستثمارية.
- 2- توفير دراسات كافية وخبراء في مجال السياحة.
- 3- منح تسهيلات وتحفيزات من شأنها جذب المستثمرين ورؤوس الأموال سواء المحليين أو الأجانب.
- 4- وضع خريطة للاستثمارات السياحية، وفك العزلة عن المناطق النائية بتشجيع الاستثمارات الخاصة فيها.
- 5- العمل على تحسين مناخ الاستثمار في قطاع السياحة والترويج لفرص الاستثمار فيه عبر مختلف التظاهرات السياحية الدولية والمحلية.
- 6- منح قروض طويلة الأجل بأسعار فائدة منخفضة لتشجيع عملية الاستثمار في القطاع السياحي.
- 7- ضرورة التنوع في مجالات الاستثمار السياحي (الإطعام، الترفيه، التسلية، النقل السياحي...).
- 8- تنوع وتوزيع الاستثمارات السياحية في مختلف مناطق البلد، قصد تحقيق التوازن وسد فجوات التنمية به وذلك عبر تشجيع النشاط السياحي خارج مجال السياحة الشاطئية (السياحة الغابية، السياحة الجبلية السياحة التراثية، السياحة الصحراوية...).
- 9- على السلطات الاهتمام بمشاريع الاستثمارات السياحية الضخمة وجوهية كالقرى السياحية والفنادق تستطيع من خلالها منافسة دول الجوار على الأقل.
- 10- وضع قوانين واضحة في مجال الاستثمار السياحي.
- 11- تحسين البنية التحتية في العديد من ناطق الجذب السياحي، مما يؤدي إلى خفض تكاليف الاستثمار وبالتالي ارتفاع الأرباح.
- 12- تشجيع الاستثمارات في القطاع السياحي وتحفيز المستثمرين وذلك من خلال سن قوانين والتشريعات المسهلة للاستثمار في قطاع السياحة.
- 13- تسهيل الإجراءات التسجيل والحصول على ترخيص لإقامة مشروع استثماري.
- 14- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص لدعم الاستثمار السياحي.

## خلاصة:

من خلال ما تناولناه في هذا الفصل نستخلص أن ولاية جيجل تمتلك الكثير من المقومات والمؤهلات الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تؤهلها لبناء وجهة سياحية منافسة في السوق المحلية، قادرة على جذب السياح ورؤوس الأموال سواء المحلية أو الأجنبية.

وبعد الاستثمار في أي قطاع من المؤشرات التي تبين مدى اهتمام الدولة به، وبالنظر إلى القدرات البشرية والمادية والطبيعية التي تمتلكها الدولة الجزائرية، وهو ما جعل الدولة تهتم بهذا القطاع كونه لا يقل أهمية عن باقي القطاعات الأخرى، وذلك من خلال وضع إستراتيجية مستقبلية لتنمية هذه الاستثمارات السياحية حتى تتمكن من تحقيق الأهداف المرجوة من هذا القطاع، حيث وبعد الاستثمار في قطاع السياحة من بين الاستثمارات السياحية التي تساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية إلا أنه لم يصل إلى المكانة التي يرقى بها وهذا بسبب المشاكل العراقل التي تحول دون تطور هذا القطاع.



الخاتمة

إن السياحة ومنذ العصور القديمة شهدت تطورات عديدة، وحظيت بأهمية خاصة لدى معظم الشعوب وأصبحت من أكبر الصناعات في العالم التي تعتمد على خطط منهجية لتطويرها وتمييزها نظرا لآثارها الإيجابية على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فهي تساعد على قيام التوازن الاقتصادي بين مختلف المناطق، حيث يلعب القطاع السياحي دورا مهما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية كما يساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي وزيادة الإيرادات من العملة الصعبة، بالإضافة إلى المساهمة في التخفيف من مشكلة البطالة، كونها من القطاعات التي تعتمد وبشكل كبير على اليد العاملة، ما يخلق فرصا هامة للتشغيل، وولاية جيجل من أكثر الولايات الساحلية التي يمكنها تطوير هذا القطاع نظرا لتمتعها بموارد سياحية متعددة، لكنها تبقى بعيدة عن متطلبات السوق المحلية والعالمية، لأنها تواجه الكثير من المشاكل والعراقيل التي بدورها تعرقل الاستثمار السياحية والتنمية المحلية بالولاية، كونها تسعى إلى أن تكون قطبا سياحيا بامتياز، وذلك من خلال إتباع استراتيجيات تساعد على النهوض بالقطاع السياحي في الولاية.

#### نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نوردتها فيما يلي:

- تتمتع ولاية جيجل بمعالم سياحية متنوعة تؤهلها لان تكون وجهة سياحية ، لكنها غير مستغلة.
- تتنوع مقومات التنمية السياحية بولاية جيجل، والمتمثلة في المقومات الطبيعية، الثقافية، البشرية، الأثرية، والتاريخية تؤهلها لإقامة عدة أنواع من السياحة بها وبالتالي استقطاب عدد كبير من السياح.
- لاحظنا عدم وجود إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي بولاية جيجل مما انعكس على ضعف مساهمة قطاع السياحة في إحداث مناصب شغل والحد من مشكل البطالة.
- وجود العديد من العراقيل التي تقف في وجه الإمكانيات الكبيرة التي تزخر بها ولاية جيجل وتحول دون استغلالها وأهم هذه العراقيل ضعف تأهيل الموارد، وقلة احترافية عمال ومستخدمي القطاع السياحي، إنتشار البناءات الفوضوية وغير الشرعية بالمناطق السياحية.
- سطرت ولاية جيجل برامج ومشاريع سياحية مختلفة تم التخطيط لها والشروع في انجازها، لكن بسبب العراقيل والمشاكل منها ما تم توقيفه ومنها لا يزال في طور الانجاز.

### اختبار صحة الفرضيات:

لقد تم بناء فرضيتين بغرض إثباتهما أو نفيهما، وبعد الدراسة والتحليل تبين ما يلي:

**الفرضية الأولى:** نصت على ما يلي: "بالرغم من المقومات السياحية الهامة التي تتوفر عليها ولاية جيجل إلا إن أداء القطاع السياحي للولاية لا يزال ضعيفا" وقد تبين أنها صحيحة لأن ولاية جيجل تمتلك مقومات سياحية عديدة ومتنوعة تؤهلها لأن تكون وجهة سياحية عالمية ولكن مع وجود معوقات ومشاكل لتنمية القطاع السياحي، جعل من هذا القطاع ضعيفا ومهمشا.

**الفرضية الثانية:** على ما يلي: "يمكن لتعزيز وتقوية الإستراتيجيات الرامية للنهوض بالقطاع السياحي لولاية جيجل أن تسهم في حركية هذا القطاع بما يعود بالنفع على الولاية على التنمية المحلية بالولاية" وقد تبين أنها صحيحة لأنه يتوجب عليها وضع استراتيجيات سياحية فعالة تساعد على القيام بمشاريع سياحية تساهم في تنشيط الحركة الاقتصادية، لما لها من أهمية كبيرة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك لامتلاكها مقومات متنوعة تستطيع من خلالها تحقيق قفزة نوعية في المجال السياحي.

### الاقتراحات:

من خلال النتائج التي توصلنا إليها يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات كمايلي:

- ضرورة إعطاء القطاع السياحي مكانة حقيقية مقارنة بالقطاعات الأخرى.
- الاهتمام بالمناطق السياحية النائية من خلال تشجيع الاستثمار فيها.
- القيام بحملات ترويجية فعالة للمقومات الطبيعية والأثرية لموجودة بالولاية.
- الاهتمام بالصناعات التقليدية والحرف اليدوية والتراث والعمل على إحيائها وتطويرها.
- الاستغلال الأمثل لطاقت الإيواء المتوفرة بالإضافة إلى إنشاء مخيمات ذات نشاطات مختلفة.
- بناء فنادق ذات تجهيزات ووسائل حديثة ومتطورة لضمان راحة وأمان الوافدين خلال فترة الإقامة.
- ضرورة الاهتمام بالبنى التحتية وتحديثها خاصة الطرقات والمطارات.

أفاق الدراسة:

في نهاية دراستنا هذه نقترح مجموعة من المواضيع المكتملة لها وأهمها:

- واقع السياحة في ولاية جيجل وسبل تطويرها.
- المقومات السياحية ودورها في الجذب السياحي: حالة ولاية جيجل.
- دور الاستثمار السياحي في تنمية المحلية: حالة ولاية جيجل.
- إشكالية تهيئة وتفعيل مناطق الجذب السياحي في الجزائر.



# قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2008.
- 2- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، ط1، دار الفكر الجماعي، الإسكندرية، 2007.
- 3- أحمد ماهر، الإدارة الإستراتيجية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 4- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، ط1، دار كنوز المصرفية العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
- 5- أسامة خيربي، القيادة الإستراتيجية، بدون طبعة، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 6- أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق، ط1، الوراقة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 7- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية الأسس والمرتكزات، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 8- إلهام فخري طمليه، إستراتيجيات التسويق . إطار نظري و تطبيقي، ط1، إثراء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 9- بوعاملي فطيمة و بوشرمة ليلي، إستراتيجيات تنمية السياحة البيئية المستدامة في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة جيجل، 2018.
- 10- ثامر ياسر البكري، إستراتيجيات التسويق، بدون طبعة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
- 11- خالد محمد طلال بني حمدان و وائل محمد إدريس، الإستراتيجية و التخطيط الإستراتيجي منهج معاصر، بدون طبعة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2007.
- 12- زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، بدون طبعة، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 13- زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، ط1، دار كنوز المصرفية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 14- صالح عبد الرضا رشيد و إحسان دهش جلاب ، الإدارة الإستراتيجية . مدخل تكاملي .، بدون طبعة، دار المناهج للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2007.
- 15- عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن بين النظرية والتطبيق، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

- 16- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية السياحة، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 17- عبد الله الثاني بن حسين، الإستراتيجية والوطنية للسياحة في الأردن، بدون طبعة، جردان وزارة السياحة والآثار، الأردن، 2011-2015.
- 18- عمر الطراونة، استراتيجيات الإدارة الحديثة، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان ، 2010
- 19- فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان،الأردن، 2013.
- 20- ليلى محمد صابر الزلاقي، أساسيات الإشراف الداخلي بالفنادق والمنتجات، بدون طبعة، دار الوفاء لدنيا النشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007.
- 21- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، ط1، الناشر مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001.
- 22- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، بدون طبعة ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان،الأردن.
- 23- محمد حافظ حجازي مرسى، إدارة التسويق السياحي والفندقي، ط1 دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
- 24- محمود جاسم و محمد الصميدعي، إستراتيجية التسويق مدخل كمي وتحليلي، بدون طبعة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 25- مصطفى يوسف الكافي، السياحة الدولية في ظل تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة، ط1، الناشر ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2017.
- 26- مصطفى يوسف الكافي، صناعة السياحة والأمن السياح، ط1، مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 2009.
- 27- مصطفى يوسف الكافي، اقتصاديات السياحة والبيئية والمجتمعات الطبيعية، بدون طبعة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- 28- نعيم الطاه وسراب إلياس، مبادئ السياحة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع الطباعة، عمان، الأردن، 2007.
- ثانيا: الرسائل والأطروحات الجامعية
- 29- أميرة نموس، سمية خلاف، تحليل تنافسية القطاع السياحي الجزائري - دراسة مقارنة بين تونس، المغرب، الجزائر- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2013.

- 30- بوعلام بن قارة و عمار دليوح، إعتقاد إستراتيجية في القطاع السياحي و دورها في التنمية السياحية دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة جيجل، 2013
- 31- حجازي أمينة، منون أمينة، دراسة مقارنة لتنافسية القطاع السياحي في دول المغرب العربي - الجزائر - تونس - المغرب-، مذكرة مكملة إستكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة جيجل 2017.
- 32- حسيب أمينة، مزرق كنزة، دور التخطيط الاستراتيجي السياحي في ترقية القطاع السياحي - دراسة مقارنة المغرب والجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل 2017.
- 33- رفيق بودريالة، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية- دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن- ، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2017.
- 34- ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي على بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب)-دراسة مقارنة -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم والإقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة باتنة1، 2017.
- 35- وليد بولمعالي وحسام بلحاج، السياحة في الجزائر بين التنمية والمحددات الإقتصادية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2018.

### ثالثا: المجالات والمقالات

- 36- سعيد حنان وبلبقره عبلة، ملخص مقال حول دراسة تحليلية لواقع وآفاق القطاع السياحي في المغرب-رؤية وآفاق 2020-،الجزائر،9-6-2020.
- 37- محمودي مليك وآخرون، إستراتيجية التسويق السياحي للوجهة السياحية- عرض التجربة التونسية-، مجلة المنهل الإقتصادي، الجزائر، العدد2 ، 2019
- 38- نعيمة حكيمة و بن حراث حياة، الاستراتيجية لتنمية السياحة- تجرب رائدة لبعض الدول العربية-، مجلة المالية والأسواق، جامعة مستغانم، العدد 1، 2019.

رابعاً: النصوص القانونية

39- قانون رقم 10- 257 المؤرخ في 20 أكتوبر سنة 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 60 بتاريخ 31 أكتوبر 2012.


40- قانون رقم 03/03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 المتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية الصادر في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 63 بتاريخ 26 أكتوبر 2016.

خامساً: المصادر والوثائق

41- وثائق مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية جيجل.

سادساً: المواقع الإلكترونية

43- [http://u.ae >ar-ae>the-uae-strategy-for-domestic-tourism.09 /05/2021](http://u.ae>ar-ae>the-uae-strategy-for-domestic-tourism.09/05/2021).

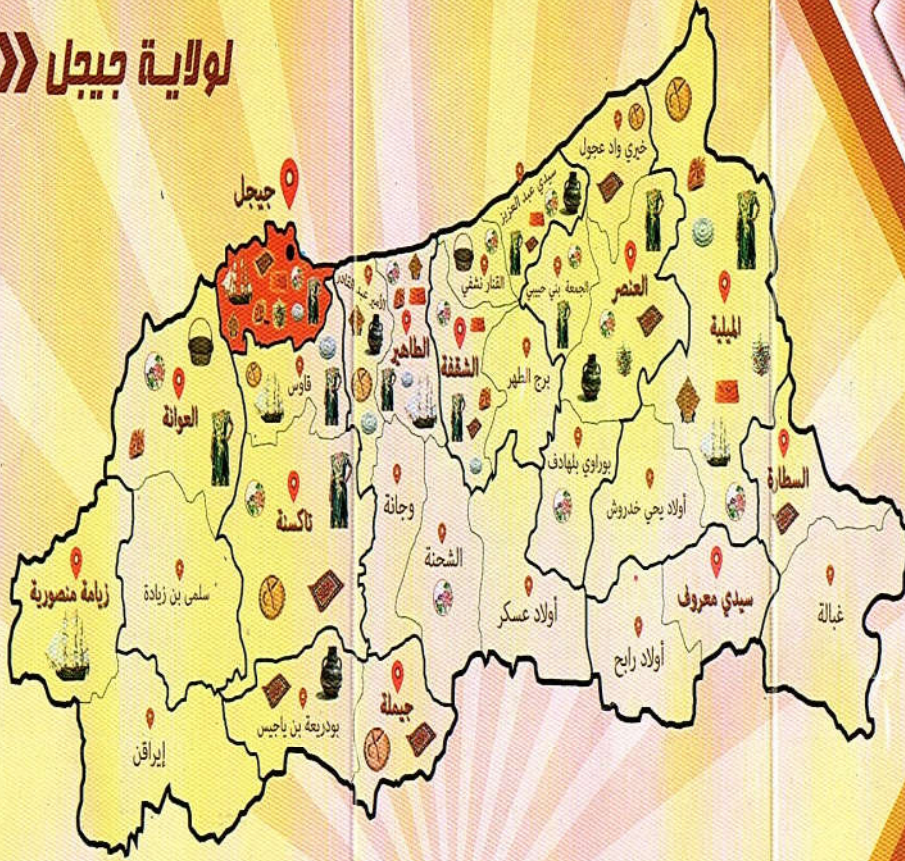


الملاحق

## الملحق رقم (01)

# خريطة لأهم نشاطات الصناعة التقليدية والفنية

## لولاية جيجل



مفتاح الخريطة		
صناعة الجبس	الألبسة التقليدية	الطرز على القماش
التحف الفنية	الحاويات التقليدية	النسيج التقليدي
صناعة الجلد	الحار التقليدي	صناعة السلال
صناعة الرخام	صناعة الفخار	صناعة الأدوات الخشبية

جمعية إيجيلجلي للصناعة التقليدية والحرف

aiam.jijel@gmail.com



## الملحق رقم (02)

جمعية إيجياجلي للصناعة التقليدية والحرف  
بالتسيق مع مديرية السياحة والصناعة التقليدية  
وغرفة الصناعة التقليدية والحرف لهيئة جيجل



### نشاطات الصناعة

### التقليدية بولاية جيجل



atam.zijel@gmail.com

مقر الجمعية : المركز الثقافي بالشفقة ولاية جيجل  
عنوان الجمعية : ص ب رقم 14 سيدس 01/03 الشفقة ولاية جيجل

جمعية إيجياجلي للصناعة التقليدية والحرف

### التقديم

تضم الصناعة التقليدية بالولاية عدة نشاطات حرفية متميزة من خلالها تبرز ثقافة وتقاليد أهل المنطقة، وذلك لتوفر مواد أولية معتبرة يمكن استغلالها لبعث التنمية المحلية و ترقية العمل الحرفي، بالتالي خلق مناصب شغل إضافية لفائدة القطاع باعتبار الحرفي متعامل اقتصادي هام وعنصر فعال لخلق الثروة، فالطابع السياحي والفلاحي الذي يغلب على الولاية من بين أهم العوامل التي تساعد على ترقية الصناعة التقليدية بالمنطقة والنهوض بالنشاط الحرفي بالولاية.

### أهم نشاطات الصناعة التقليدية في الولاية

تشتهر ولاية جيجل بنشاطات حرفية تقليدية متميزة من أهمها :

#### ◆ صناعة الأواني الخشبية :

تنتشر هذه الحرفة بالمناطق الجبلية كبلدية جميلة الأمير عبد القادر و البلدية نظرا لتوفر المادة الأولية المتمثلة في أشجار (الفلين ، الزان ، الصنوبر...) .  
ومن أهم منتوجاتها: الصحون ، الملاعق ، القصح الخشبية...

#### ◆ صناعة الحلبي التقليدي:

خاصة صناعة الفضة، تتمركز هذه الحرفة بمناطق البلدية العنصر و جيجل، كون أغلب ممارسيها توارثوها أب عن جد، حيث تنحصر عموما بالجهة الشرقية للولاية ، تتمثل منتوجاتها في الأساور ، سلسلة ، خواتم ، أقراط ... إضافة إلى صناعة العنبر والمرجان الموجهة لصناعة الحلبي التقليدي

#### ◆ صناعة الجلود:

يتواجد هذا النشاط خاصة بالمناطق الشرقية للولاية كسيدي عبد العزيز و الطاهير ، تعد من أقدم الحرف التقليدية.

من أهم منتوجاتها : الأحزمة الجلدية ، الحقايب أدوات جلدية للسفر والصيد...

#### ◆ صناعة الفخار:

تقتصر ممارسة هذه الحرفة على المناطق الريفية وتتمثل أساسا في صناعة الأواني المنزلية وتحف التزيين من الطين المحمي و الفخار الرفيع .

#### ◆ الطرز واللباس التقليدي:

يتمثل هذا النشاط في الطرز و خياطة الألبسة التقليدية على كل أنواع القماش ، الصوف ، التطن الوبر و الحرير ومن أهم منتوجاته نجد : خياطة وتزيين الخمارات والشالات ، الفتلة ، الشامسة...

#### ◆ صناعة التحف الفنية :

انتعش هذا النشاط بالولاية لوفرة المادة الأولية لاسيما المنتوجات المصنوعة من الفلين، الأصداف البحرية، و الخشب تستعمل غالبا للديكور من أهم منتوجاتها ، صناعة التحف من الخشب والأصداف...

#### ◆ صناعة العجائن والحلويات التقليدية:

حيث تستعمل العجائن التقليدية لتحضير عدة أطباق تقليدية وشعبية متنوعة لها أبعاد تاريخية واجتماعية أهمها: الدويذة، الكسكس...  
إضافة إلى الحلويات التقليدية التي تشتهر بها المنطقة مثل المقروط ، قلب اللوز ، الزلاية ....





**يقررون ما يأتي :**

**المادة الأولى :** تطبيقا لأحكام المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 والمذكور أعلاه، يهدف هذا القرار إلى تحديد تنظيم مصالح مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب.

**المادة 2 :** تضم مصلحة السياحة ما يأتي :

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية،
- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء،
- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والصناعات المعدنية.

**المادة 3 :** تضم مصلحة الصناعة التقليدية ما يأتي :

- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف،
- مكتب الدراسات والإحصاء،
- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

**المادة 4 :** تضم مصلحة الإدارة والوسائل ما يأتي :

- مكتب المستخدمين والتكوين،
- مكتب الميزانية والمحاسبة،
- مكتب الوسائل العامة.

**المادة 2 :** ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012.

وزير الداخلية والجماعات المحلية دحو ولد قابلية	وزير المالية كريم جودي
وزير السياحة والصناعة التقليدية اسماعيل ميمون	عن الأمين العام للحكومة وبتفويض منه المدير العام للتوظيف العمومية بلقاسم بوشمال

**وزارة السياحة والصناعة التقليدية**

قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 20 مايو سنة 2012، يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب.

إن الأمين العام للحكومة،  
وزير الداخلية والجماعات المحلية،  
وزير المالية،  
وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 10-149 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1431 الموافق 28 مايو سنة 2010 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94-247 المؤرخ في 2 ربيع الأول عام 1415 الموافق 10 غشت سنة 1994 التي يحدد صلاحيات وزير الداخلية والجماعات المحلية، والتعيين والإصلاح الإداري،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 95-54 المؤرخ في 15 رمضان عام 1415 الموافق 15 فبراير سنة 1995 التي يحدد صلاحيات وزير المالية،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03-190 المؤرخ في 26 صفر عام 1424 الموافق 28 أبريل سنة 2003 الذي يحدد صلاحيات المدير العام للتوظيف العمومية،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 10-254 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 التي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1431 الموافق 20 أكتوبر سنة 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 7 ربيع الثاني عام 1423 الموافق 18 يونيو سنة 2002 والمتضمن تعيين الأمين العام للحكومة،

المُلخَص

### الملخص بالعربية

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم فعالية الإستراتيجية السياحية على مستوى ولاية جيجل، باعتبار أن الولاية تتمتع بمجموعة من المقومات السياحية متعددة ومتنوعة التي تؤهلها لان تكون وجهة سياحية لدى السياح سواء محليين أو أجانب، فبعد وصف واستعراض لمختلف هذه المقومات وتحليل تطور مختلف مؤشرات السياحة التي تعد الحافز الأساسي للاستثمار السياحي واستقطاب السياح، توصلت الدراسة إلى ضعف أداء القطاع السياحي وعدم استغلال هذه المقومات السياحية بالشكل يعود بالنفع على الولاية، وفي ضوء ذلك قدمت الدراسة مجموعة من الحلول المقترحات التي مست مختلف الجوانب المتعمقة بالسياحة والاستثمار السياحي بهدف النهوض بالقطاع السياحي للولاية وتنميته حتى تستفيد الولاية من عوائد ويكون قطاعا بديلا لتنمية الاقتصاد.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، الإستراتيجية السياحية، المقومات السياحية، ولاية جيجل.

### Abridger

This study aimed to evaluate the effectiveness of the tourism strategy at the level of jijel state, given that the state enjoys a set of multiple and diverse tourism components that qualify it to be a tourist destination for tourists, whether local or foreign, after describing and reviewing the various components and analyzing the development of various tourism indicators that are considered the main incentive for tourism investment and attracting tourists, the study found the weak performance of the tourism sector and the failure to exploit these tourism components in a way that benefits the state. In light of this, the study presented a set of solutions and proposals that touched on various aspects related to tourism and tourism investment. The goal is to promote and develop the state`s tourism sector. So that we can benefit from the friendly returns and be an alternative sector for the development of the economy.

**Key words:** tourism, tourism strategy, tourism components, tourism investments, jijel state.