

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم: العلوم التجارية



الموضوع:

دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في  
تطوير القطاع السياحي في الجزائر

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

إشراف الأستاذة:

د/ بن زايد سارة

إعداد الطالبين:

- مهيلة عبد الحق

- كشييب شمس الدين

السنة الجامعية: 2019/2018م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة  
والسلام على أشرف خلق الله سيد المصلحين وإمام المرسلين  
صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.  
نشكر أولا وأخيرا الله عز وجل الذي وفقنا ومنحنا الإرادة لإنجاز هذا البحث الذي نتمنى أن يكون في  
المستوى.

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من علمنا حرفا من الابتدائي إلى الجامعي.  
ونخص بالذكر الأستاذة المشرفة:

"د / بن زايد سارة"

التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها وإرشاداتها  
جزاها الله كل خير.

كما نشكر أسرة قسم كلية الحقوق والعلوم السياسية عامة وكل الأساتذة والطلبة.  
كما لا يفوتنا أن نشكر عمال المكتبة الذين ساعدونا في توفير المراجع اللازمة.  
وإلى كل من ساعدونا من قريب أو من بعيد.



# فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العناوين
	البسمة
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ - ح	المقدمة
	الفصل الأول: مدخل إلى السياحة
08	تمهيد
09	المبحث الأول: ماهية السياحة.
10	المطلب الأول: مفهوم السياحة.
16	المطلب الثاني: أنواع السياحة.
18	المطلب الثالث: دوافع السياحة وشروطها.
20	المطلب الرابع: أهمية وأهداف السياحة.
23	المبحث الثاني: المزيج التسويقي السياحي.
23	المطلب الأول: تعرف المزيج التسويقي
24	المطلب الثاني: عناصر المزيج التسويقي السياحي:
26	المطلب الثالث: قنوات المزيج التسويقي السياحي
27	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: السياحة في الجزائر.
28	تمهيد
29	المبحث الأول: مؤشرات السياحة وآثارها التنموية في الجزائر
29	المطلب الأول: مؤشرات السياحة في الجزائر 2008 - 2013

33	المطلب الثاني: الآثار التنموية للسياحة:
40	المبحث الثاني: العرض السياحي:
41	المطلب الأول: مفهوم العرض السياحي.
41	المطلب الثاني: خصائص العرض السياحي.
42	المطلب الثالث: مقومات العرض السياحي في الجزائر.
47	المبحث الثالث: الطلب السياحي.
47	المطلب الأول: مفهوم الطلب السياحي.
48	المطلب الثاني: خصائص الطلب السياحي.
51	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: المخطط الوطني للتهيئة السياحة آفاق 2025
52	تمهيد
53	المبحث الأول: مدخل إلى المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025
53	المطلب الأول: التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025 وأهدافه.
57	المطلب الثاني: مراحل إعداد المخطط الوطني للتهيئة السياحية. SDAT 2025
59	المطلب الثالث : الرهانات والتحديات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.
63	المبحث الثاني: الديناميكيات الخمس التي يقوم عليها مخطط SDAT
63	المطلب الأول :مخططوجهةالجزائر.
65	المطلب الثاني: الأقطاب السياحية للامتياز. POT.
69	المطلب الثالث:مخططالجودة.

72	المطلب الرابع: مخطط الشركة العمومية _ الخاصة.
73	المطلب الخامس: مخطط تمويل السياحة.
75	المبحث الثالث: حصيلة المخطط التوجيهي للهيئة السياحية للفترة 2008 - 2014.
75	المطلب الأول: تطور الانجازات من حيث طاقا تا لإيواء والهيكل للفندقية.
79	المطلب الثاني: تهيئة العقار السياحي واستغلالا لمحطات الحموية.
81	المطلب الثالث: الانضمام لمخطط الجودة.
82	المطلب الرابع: إنجازات الشراكة والتمويل.
83	المطلب الخامس: نتائج تسويق الوجهة السياحية الجزائرية
86	خلاصة الفصل
	الفصل الرابع: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025.
87	تمهيد
88	المبحث الأول: قراءة تحليلية لمخطط التوجيهي للتهيئة SDAT2025.
88	المطلب الأول: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).
90	المطلب الثاني: آليات انعاش السوق السياحية في الجزائر وفق ما جاء به المخطط.
92	المطلب الثالث: تطور أهم مؤشرات أداء قطاع السياحة.
102	المبحث الثاني: نقاط القوة والضعف للمخطط التوجيهي SDAT2025.
102	المطلب الأول: نقاط القوة للمخطط التوجيهي SADT2025.
103	المطلب الثاني: نقاط الضعف للمخطط التوجيهي SADT2025.
104	خلاصة الفصل
105	الخاتمة
108	قائمة المراجع



# فهرس الجداول




## فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1.	الجدول رقم 01: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة ( 2008 – 2013 )	30
2.	الجدول رقم 02: تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج الإجمالي الخام ( خارج قطاع المحروقات )	31
3.	الجدول رقم 03 : تطور الميزان السياحي للفترة ( 2008 – 2013 ) .	31
4.	الجدول رقم 04: تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة ( 2008 - 2013 )	32
5.	الجدول رقم 05: الرهانات الخمسة للسياحة الجزائرية .	61
6.	الجدول رقم 06 : يوضح وضع المشاريع السياحية سنة 2014 .	76
7.	الجدول رقم 07: وضعية الحظيرة الفندقية بين 2008 – 2014.	77
8.	الجدول رقم 08: يوضح وضعية استغلال المناجم الحموية نهاية 2014.	80
9.	الجدول رقم 09: الأهداف المادية للمرحلة (2008-2015).	89
10.	الجدول رقم 10: أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز .	90
11.	الجدول رقم 11: امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993.	93
12.	الجدول رقم 12: تطور عدد الأسرة ونسبة النمو للفترة (2000-2007).	94
13.	الجدول رقم 13: الأهداف المسطرة لتطور طاقة الايواء للفترة (2008-2013).	95
14.	الجدول رقم 14: تطور طاقة الايواء المنجزة للفترة (2008-2013).	95
15.	الجدول رقم 15: تطور عدد السياح للفترة (2000-2007).	96
16.	الجدول رقم 16: تطور التدفقات السياحية للفترة (2008-2013).	97

## فهرس الجداول

99	الجدول رقم17: يمثل ميزان المدفوعات الجزائري (عمليات الأسفار والخدمات).	.17
100	الجدول رقم 18: تطور عدد مناصب الشغل للفترة (2000-2007).	.18
100	الجدول رقم19: تطور مناصب الشغل للفترة (2008-2013).	.19
101	الجدول رقم20: تطور نسبة المساهمة في نسبة الناتج المحلي الخام للفترة (2008-2013).	.20
101	الجدول رقم21: تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام للفترة (2000-2007)	.21
101	الجدول رقم 22: مقارنة واقع قطاع السياحة وآفاقه في حدود 2015	.22



# فهرس الأشكال

## فهرس الأشكال

قائمة الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل .	رقم الشكل
24	الشكل رقم 01: عناصر المزيج التسويقي السياحي	2
56	الشكل رقم 03: الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق	3
58	الشكل رقم 04: مراحل إعداد SDAT 2025.	4
61	الشكل رقم 05: يوضح تحديات السياحة الجزائرية.	5
98	الشكل رقم 06: تطور المداخل بالعملة الصعبة.	6

تعتبر السياحة في وقتنا الحالي الاقتصاد البديل للمحروقات في الجزائر من خلال وضع الاستراتيجيات الكفيلة بالاستغلال الأمثل لعوامل الجذب السياحي، حيث نهدف من خلال دراستن هذه الى توضيح اهم الديناميكيات التي يقوم عليها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، وكيف يمكن له ان يرقى بقطاع السياحة بالجزائر، حيث اعتمدنا في دراسة موضوعنا على المنهج الوصفي والتحليلي لوصف وتحليل الظاهرة السياحية والمفاهيم المتعلقة بها، والتعرف على مختلف الديناميكيات التي تم استخدامها ضمن ما يعرف بالمخطط التوجيهي، لنتوصل الى نتيجة مفادها ان للديناميكيات الخمس دور جد فعال اذ تم استخدامها على أكمل وجه بالرقى في قطاع السياحة بالجزائر .

**الكلمات المفتاحية:** تهيئة السياحة، ديناميكيات المخطط التوجيهي 2025، سياحة جزائرية.

### Résumé:

Le tourisme est actuellement L économie alternative des hydrocarbures en algérie à travers le développement de l'utilisation des attractions touristiques. Dans notre étude du SDAT2025. nous avons adopté l'approche descriptive et analyser le phénomène Touristique et ses concepts. La dynamique utilisée dans la soi- disant ligne directrice le but de cette étude est de :

- Identifier le contenu du format SDAT2025.
- Découvrez quels médicaments de base ont porté sur le format touristiques pour la configuration du tourisme .
- Définition de l'importance économique et sociale du tourisme en algérie.

**Mots clés ;** configuration du tourisme , la dynamique de la ligne directrice .

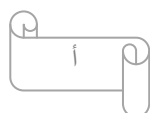
# مقدمة

# المقدمة

عرفت ظاهرة السياحة تطورا كبيرا من القرن الماضي وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، إذ انعكست التطورات التي شملت العديد من مجالات قطاع الخدمات إيجابيا على قطاع السياحة مما ساعدها على النمو الكبير الذي شهدته ، لتحتل بذلك مكانة هامة عند معظم دول العالم ، نظرا لانعكاساتها الإيجابية المختلفة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية ، وتعد السياحة من أكبر الصناعات نموا في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية باعتبارها قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات ومصدرا لجلب العملة الصعبة وفرصا لتشغيل الأيدي العاملة وهدفا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية وذلك من خلال ما تحويه من مقومات طبيعية وثقافية تؤهلها لأن تكون أسواقا سياحية متميزة يجذب إليها السائحون المطل على البحر وصحرائها الواسعة .

والجزائر من بين الدول التي رغم الجهود الكثيرة التي تم بذلها منذ الاستقلال إلى يومنا هذا لتصبح وجهة سياحية دولية تبعا لما تزخر به من إرث طبيعي بشريطها الساحلي وصحرائها الواسعة التي أسرت قلوب.

في ظل هذا التنوع الطبيعي والتاريخي سعت الجزائر للاستثمار في الجانب السياحي عن طريق إعداد العديد من البرامج والمخططات الوطنية من أجل الاستغلال الأمثل لهذا التنوع ومن بين هذه المخططات المخطط السياحي آفاق 2025 الذي تسعى من خلاله لتكوين اقتصاد بديل للمحروقات ينبثق أساسا من السياحة. وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية:



# المقدمة

## إشكالية البحث:

في ظل التنوع الجغرافي والثقافي الذي تعيشه الجزائر ومن أجل الوصول إلى اقتصاد بديل للمحروقات يمكن طرح السؤال التالي :

\_ هل نجح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في تطوير القطاع السياحي في الجزائر؟

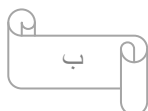
ومن أجل الإحاطة بكل جوانب الموضوع قمنا بتقسيم الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية كما يلي :

- فيما تتمثل أهمية السياحة ؟
  - ما مفهوم مخطط التهيئة السياحية آفاق 2025 ؟
  - ما هي الديناميكيات الأساسية التي تسمح للمخطط التوجيهي للسياحة آفاق في النهوض بقطاع السياحة بالجزائر 2025 ؟
  - في ظل الإشكالية السابقة يمكن صياغة الفرضية التالية :
- لم تساهم السياحة في الجزائر في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في بناء اقتصاد قوي وبديلا للمحروقات .

ومن أجل تسهيل دراسة الفرضية السالفة قمنا بتقسيمها لفرضيتين فرعيتين هما:

- للسياحة أهمية بالغة في الرقي بكافة القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال العلاقة الترابطية التي تكمن بينها.
- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو تخطيط استراتيجي يعمل على الاستغلال الأمثل لموارد الدولة المختلفة وتأمينها لجلب السياح من خلال عدة آليات .
- تشكل الديناميكيات الخمس الطريق لاعاش سريع ومستدام للسياحة في الجزائر.

أهمية الدراسة :





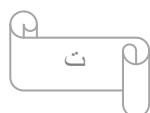
# المقدمة

تكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال المكانة التي أصبحت تحتلها السياحة في اقتصاديات الدول واعتباره الاقتصاد البديل للمحروقات في الجزائر من خلال وضع الإستراتيجيات الكفيلة بالاستغلال الأمثل لعوامل الجذب السياحي المختلفة وتحويلها إلى دخل ينمي الخزينة العمومية ويرفع مستوى دخل الأفراد ويساهم بشكل كبير في التنمية المستدامة بالجزائر، وذلك من خلال عدة برامج ومخططات من بينها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 .

## أهداف الدراسة :

نهدف من خلال إجراء هذه الدراسة إلى:

- التعريف بالأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة ؛
- إبراز أهمية السياحة في الحفاظ على مقومات وعناصر الجذب السياحي ؛
- معرفة محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 ؛
- التعرف على مكانة السياحة الجزائرية ضمن منظومة الاقتصاد الوطني وعلاقتها بالقطاعات الأخرى في ظل تطبيق وتقييم المخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT 2025؛
- معرفة المرتكزات الأساسية التي ركز عليها المخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT 2025 في بناء إستراتيجية الاقتصاد البديل للمحروقات ؛
- معرفة الآثار المترتبة عن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT 2025.



# المقدمة

## دوافع اختيار الموضوع:

توجد مجموعة من الدوافع يمكن ذكر بعضها:

- الرغبة الشخصية في معالجة هذا الموضوع ؛
- يندرج ضمن مجال تخصص الدراسة؛
- أهمية السياحة وتحولها من ظاهرة اجتماعية إلى صناعة القرن الواحد والعشرين؛
- معرفة مكانة السياحة في الاقتصاد الوطني والوقوف على أهم عناصر قوامها ؛
- البحث عن بديل اقتصادي جديد في ظل هيمنة قطاع المحروقات ؛
- إثراء المكتبة ببحث علمي واعتباره كمرجع لمواصلة الدراسة في المستقبل .

## المنهج المتبع:

من اجل معالجة الموضوع استعملنا المنهج الوصفي والتحليلي لوصف وتحليل الظاهرة السياحية والمفاهيم المتعلقة بها والتعرف على مختلف الديناميكيات التي تم استخدامها والتركيز عليها لتنمية القطاع السياحي الجزائري ضمن ما يعرف بالمخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT 2025 .

## الدراسات السابقة :

هنالك العديد من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ، سنحاول التطرق لبعض هذه الدراسات .

\_ دراسة كواش خالد ، " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية -حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة من جامعة الجزائر، 2004،. حيث توصل من خلال الدراسة إلى نتيجة عامة مفادها ان ضعف أداء القطاع السياحي مقارنة مع بعض المؤشرات المغرب وتونس، غير ان هذه الدراسة لم تشر الة دور برامج التهيئة السياحية الساعية الى تنمية هذا القطاع والرقي به الى مصاف الدول المغرب وتونس، وهو ما سنشير اليه في دراستنا هذه.

\_ دراسة بوعقلين بدیعة ، كانت بعنوان " الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر " أطروحة دكتوراه دولة، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،



# المقدمة

جامعة الجزائر 3، 2005، حيث ركزت الباحثة على أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر وأثره على تسويق المنتج السياحي الجزائري ، وتوصلت الى نتيجة تتمثل في ان مشكل تمويل الاستثمارات السياحية العمومية والخاصة ونقص الادخار المحلي، هو السبب وراء تدهور هذا القطاع، كما اشارت الى مساهمة القطاع السياحي في إحداث مناصب شغل تبقى ضعيفة ومتواضعة خاصة مع ارتفاع معدل البطالة في الجزائر وهذا رغم اعتبار هذا القطاع اكبر قطاع لإحداث مناصب شغل. غير ان هذه الدراسة غير ان هذه الدراسة لم تركز على معيار الجودة ودوره في تحفيز الاستثمار ونجاح تسويق المنتج السياحي وهو ما سنشير اليه في دراستنا هذه.

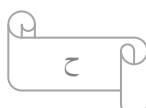
\_ دراسة عوينات عبد القادر بعنوان " السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2013/2012.، حيث توصل في دراسته إلى أن القطاع السياحي في الجزائر ضعيف مقارنة بالدول المجاورة تونس والمغرب والذي يساهم بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني وواجب على الدولة وضع إستراتيجية ناجحة لاستثمار جوانب العرض السياحي اتبع الباحث في دراسته للموضوع المنهج الوصفي التحليلي عن طريق وصف ظاهرة السياحة وتحليل نتائج المخطط ، حيث توصل من خلال الدراسة الى نتيجة عامة مفادها ان القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب، ولم يرقى الى تحقيق الأهداف المرجوة منه. غير ان هذه الدراسة لم تتطرق لتحليل نقاط القوة والضعف في للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، كما سيأتي ذكره في دراستنا هذه.

## هيكل الدراسة :

قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول أساسية تناولنا في الفصل الأول مدخل للسياحة تضمن بحثين أساسيين، حول ماهية السياحة و المزيج التسويقي السياحي، أما الفصل الثاني فكان بعنوان السياحة في الجزائر ، تضمن ثلاث مباحث أساسية ، تتناول مؤشرات السياحة وآثارها التنموية ، والعرض والطلب السياحيين في الجزائر. أما الفصل الثالث فكان بعنوان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ، أين تم التطرق إلى مفهوم المخطط وأهدافه والرهانات المرفوعة من قبله ، مع عرض الديناميكيات الخمس التي يركز عليها المخطط ، لنختم الفصل بحوصلة تقييمية لما تم انجازه في إطار تنفيذ المخطط في مرحلته الأولية. أما الفصل الرابع فقمنا خلاله بقراءة تحليلية

# المقدمة

للمخطط التوجيهي للتهيئة آفاق 2025 الذي تضمن تقييم المخطط للتهيئة وكذا التطرق لنقاط القوة والضعف لهذا المخطط.



# الفصل الأول:

## الإطار النظري للسياسة

### تمهيد:

السياحة ظاهرة إنسانية قديمة قدم التجمعات ، عرفت تطورا واكب التطور الذي عرفه الإنسان عبر مختلف العصور نشأت مع نشأة الإنسان وكانت بسيطة ببساطته وبدائية كبدائيته في وسائلها ومظاهرها وأهدافها، ولكن سرعان ما تحولت من مجرد عملية ترحال من مكان لآخر قصد توفير مستلزمات الحياة إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها الراحة، الترفيه والاستجمام والعمل ثم إلى صناعة تساهم في دعم اقتصاديات الدول السياحية.

وهذا ما سنوجزه من خلال هذا الفصل الذي سنتطرق فيه إلى مفهوم السياحة ونشأتها ومراحل تطورها ، أنواعها ، أهميتها وخصائصها وأهدافها بالإضافة إلى دوافع وشروط قيامها وعناصر المزيج التسويقي السياحي. ولإحاطة بجوانب هذه المفاهيم ثم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين:

**المبحث الأول: ماهية السياحة**

**المبحث الثاني: المزيج التسويقي السياحي**

### المبحث الأول: ماهية السياحة.

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها، مثل البحث عن المسكن أو الطعام والشراب أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي ، لكن في الوقت الحاضر أصبحت السياحة صناعة لها أبعادها وأهدافها في المساهمة في الدخل القومي والاقتصاد الوطني ولها دور كبير في تنقيف المواطنين ، حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية السياحة من خلال ثلاث مطالب أساسية ، الأول يشمل مفهوم السياحة أما المطلب الثاني أنواع السياحة وشروطها ، أما المطلب الثالث دوافع السياحة، أما المطلب الرابع أهمية وأهداف السياحة.

### المطلب الأول: مفهوم السياحة

في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف السياحة ونشأتها وتطورها وتعريف السائح

### الفرع الأول: تعريف السياحة

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها ، وقد ظهرت العديد من التعاريف المختلفة لظاهرة السياحة وفقا لاختلاف الميدان الذي تمت دراستها فيه، وقبل أن نستعرض تعريف السياحة من وجهات نظر مختلفة سوف نذكر أولا الهدف من تعريف السياحة

**الهدف من تعريف ظاهرة السياحة:** لا بد قبل الشروع في تفاصيل تعريف السياحة من الوقوف على الأهداف الكامنة وراء تعريف أي ظاهرة بشكل عام وظاهرة السياحة بشكل خاص، ويمكن القول أن الوصول إلى تعريف دقيق ومتكامل وموحد للسياحة يحقق الأغراض التالية<sup>1</sup>:

➤ **غرض تعليمي :** من الضروري إن يعرف الطلاب المتخصصين في الدراسات السياحية معنى الظاهرة السياحي ، فتطوير هاته الظاهرة السياحية يتطلب بالضرورة الوقوف على معالم هذه الظاهرة وأبعادها وعناصرها وهذا يأتي من خلال الاطلاع على العديد من التعاريف وتحليلها والربط الجدلي بينهما وصولا إلى تعريف متكامل ومتفق عليه من قبل الجميع ؛

<sup>1</sup> ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 1996، ص 11.

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

➤ **غرض إحصائي** : الإحصاء عبارة عن وسيلة تستخدم من قبل مثلى لتوحيد الضوابط والمعايير والمقاييس المستخدمة في قياس ظاهرة السياحة ، خصوصا في مجالات الإحصاء السياحي ، الإقليمي والدولي؛

➤ **غرض تشريعي وإداري** : إن التشريعات والقوانين الإدارية تتطلب بالضرورة التعمق في الظاهرة السياحية وبالتالي رسم أبعاد النشاط السياحي وحدوده وفصلها عن الأنشطة الأخرى بهدف التأكد من أن التشريعات والقوانين تصيب الهدف المطلوب فعلا ، وإصدار تشريع خاص للإعفاء الضريبي من أجل تطوير النشاط السياحي يتطلب بالضرورة تحديد الأنشطة السياحية المشمولة بهذا الإعفاء . وإصدار تشريع بإلغاء السفر لأغراض سياحية هل يشمل جميع المسافرين للخارج أم شريحة معينة بالذات.

تختلف تعريفات السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها ، فمنهم من يعرفها ظاهرة اجتماعية ، والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية ويمكن ذكر أول تعريف للألماني جويبر فرويلر عام 1905 ، والذي عرفها كما يلي :

السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والاستجمام ، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة ، وأيضا نمو الاتصالات بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية ، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة ، متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل<sup>1</sup> . والملاحظ من هذا التعريف أنه ركز على الجانب الاجتماعي للسياحة وأهمل الجانب الاقتصادي .

➤ **جميع العلوم** ، لتطوير إي ظاهرة مدروسة مهما اختلفت والوصول إلى تعريف موحد ومتكامل ومتفق عليه للظاهرة السياحية يسهل مهمة الباحثين في قياس هذه الظاهرة، بشكل خاص وهكذا نصل إلى حالة حسب تعريف " شو ليرن شرانتنهومن النمساوي عام 1910<sup>2</sup> :

<sup>1</sup> أحمد الجلاّد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، عالم الكتاب، القاهرة، 1988، ص 108.

<sup>2</sup> ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 1996، ص 11.



## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

" السياحة هي الاصطلاح المصطلح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أي بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا " .

كما نشر في نفس السنة مقالا : " ادموند بكاد ، وهو أستاذ بجامعة بروكسل ، تحت عنوان صناعة المسافر وصف فيه مهمة السياحة ودورها كالصناعة ،بقوله : " أن المهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع الذي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السائحين ولكن من الجهة المالية ، أي من جهة الأموال الوافرة التي ينفقها السائح وينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح ويتجول في بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة<sup>1</sup> "

السياحة حسب تعريف **جون ميشو** : وهو مسئول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي ، عرف السياحة كما يلي : " السياحة نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل ، حيث يكون السبب هو التسلية ، التداوي ، الاجتماعات ، زيارة المقدسات الدينية ، تجمعات رياضية ..الخ<sup>2</sup> .

تعريف السياحة حسب المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي في قراره الصادر سنة 1972، يعرفها على أنها: " فن تلبية الرغبات الشديدة التنوع التي تدفع إلى التنقل خارج المجال اليومي.<sup>3</sup>

حسب هذا التعريف فإن السياحة فن تختلف عن باقي النشاطات الأخرى بسبب طبيعتها وأدواتها .

مما سبق يمكن التوصل لتقديم تعريف حول السياحة " هي نشاط يقوم به الشخص الذي ينتقل من موطنه الأصلي إلى مكان آخر بغرض المتعة ، العلاج ، الدراسة ، الرياضة ، لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة واحدة

**الفرع الثاني: نشأة السياحة ومراحل تطورها:**

<sup>1</sup> محمد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية 1991، ص 18

<sup>2</sup> G p la zoto géographique du tourisme , maison paris 1990 , p 13

<sup>3</sup> حمد لشهب ، السياحة في الجزائر من 1962 إلى 1982 ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 1987 ، ص 14

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

مرت السياحة في تطورها التاريخي بعدة مراحل تاريخية يمكن توضيح أهمها فيما يلي:

**أولاً : السياحة في العصور القديمة :** تبدأ هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفرعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في القرن الرابع ميلادي : ومن خصائص هذه المرحلة مايلي :

- ظهور الدول والحكومات مثل الدولة في بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر .
- ظهور الجيوش هيئ الأمان للناس وبالتالي حرية الحركة .
- ظهور الأنظمة والقوانين إضافة إلى ظهور العلوم وتطور وسائل النقل و خاصة السفن الشراعية .

- ظهور النقود والمعاملات والتبادل التجاري وبالتالي ظهور الملكية الفردية.
- ظهور الأديان والمعتقدات .

كل ذلك أدى إلى بروز ظاهرة السياحة التي لم تعد ظاهرة محكومة بقوانين الطبيعة فقط بل بقوانين وتشريعات الدولة ، بالإضافة إلى ظهور حدود الدول ومالها من قوانين بحيث فرض على السائح احترامها .

وتعود دوافع السفر في هذه المرحلة إلى ما يلي :

\_ **دافع مادي :** وهذا بعد ظهور التجارة نتيجة لتطور مبدأ التخصص وتقسيم العمل ، فبعد أن كان الفرد مسئولاً عن إنتاج احتياجاته أصبح الفرد يتخصص في إنتاج سلع معينة أو جزء من السلعة مما أدى إلى إن أصبح بإمكانه إنتاج كمية كبيرة من السلع الفائضة عن حاجته بسلع أخرى إلى أن ظهرت النقود فسهلت عملية التبادل التجاري .

\_ **دافع ديني:** حيث تطورت بعض المعتقدات الدينية نتيجة ظهور الأنبياء والأديان وتم بناء المعابد والعبادات المقدسة ، حيث ظهر دافع لدى الناس للقيام برحلات لزيارة الأماكن المقدسة وخاصة أثناء المناسبات الدينية مما أدى إلى تطور حركة الأسفار بين الناس .

\_ **دافع الاستطلاع:** قيام أناس كثر بالسفر ليس من أجل الحاجة ولكن من أجل إرضاء تطلعاتهم وللاستطلاع أو التعرف على العادات و التقاليد عند الشعوب الأخرى وعلى مدى عصور التاريخ ظل عدد هؤلاء الرحالة محدوداً لأن ظروف السفر لم تكن ملائمة.

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

\_ **دافع المتعة:** اعتبر الرومان أول من سافر بدافع المتعة والاستجمام خاصة في الفترة الأخيرة ومن زمن الإمبراطورية الرومانية، ومن أهم عوامل تطور السفر بهدف المتعة إنشاء الطرق الصالحة لسير العربية، عامل الأمن وبعض العوامل أو الخدمات الأخرى.

\_ **دافع العلاج:** عرف الرومان المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية الموجودة في المدن حيث كانوا يقومون برحلات إليها من أجل الاستشفاء.

بالإضافة للدوافع الرياضية عند اليونانيين والهجرة من منطقة لأخرى<sup>1</sup>.

**ثانياً: مرحلة العصور الوسطى :** كان اتجاه السياحة في تلك العصور نحو التجارة ، الحج رحلات، دراسة .

لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن الثامن والقرن الرابع عشر في تطوير مبادئ السياحة فمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدماً ، وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء فكانت تجارة العالم تجري إليها وكانت التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة وكانت مركز حياة ثقافية وحضارية حيث جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة ازدهار في العلوم والآثار ، وقد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم الذي كان يدور في فلك تلك الحضارة ، ترك هؤلاء الرحالة وثائق سياحية فذة ، ومن أبرز الرحالة العرب في تلك العصور هو ابن بطوطة الذي وضع كتاب " تحفة الأنظار في غرائب وكثير الأمصار وعجائب الأسفار" الذي ضمنه رحلاته إلى آسيا و إفريقيا وكذلك أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان " المسالك والممالك " ولا تزال هاته الكتب تصلح للإرشاد السياحي في تلك المناطق .

لقد أخذت السياحة الدينية عادة جديدة في العصور الوسطى فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة وكثير منهم كتبوا أوصفاً لرحلاتهم وكانت بحق كتب الإرشاد السياحي الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة .

في نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة الطلبة وطالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات بغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول

<sup>1</sup> نعيم الطاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001، ص ص 12-14 .

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

الأخرى وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت مقتصرة على الطبقة الأستقرائية لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة<sup>1</sup>.

### ثالثا : العصر الحديث :

بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة التي حدثت فيها تغيرات حديثة في المجال العلمي فظهرت الطائرة واستخدمت في الأغراض الحربية ثم دخلت مجال النقل البشري والتجاري وحدث تطور هائل لاستخدام السيارة كما ظهر علماء ومتخصصون في النشاط السياحي في الدول المتقدمة وأخضعوا هذا النشاط للعلم والدراسة وخصصوا له الكليات والمعاهد التي وصلت إلى أكثر من ألف جامعة وكلية على مستوى العالم.

وتطورت السياحة في هذه المرحلة نتيجة لعوامل يمكن توضيح أهمها فيما يلي:

- تطور وسائل النقل والمواصلات وانخفاض تكلفتها وخاصة النقل الجوي الذي يتميز بخصائص السرعة والراحة وقطع المسافات الطويلة؛
- زيادة أوقات الفراغ وعدد أيام الإجازات ؛
- ارتفاع مستويات الدخل الفردي في كثير من دول العالم؛
- تقدم وسائل الإعلام الجماهيري وتنوعها مع سهولة وسرعة نقل الأنباء والأخبار المختلفة عبر قارات العالم في لحظة حدوثها؛
- أدت المنظمات السياحية دورا مهما في تنظيم العمل السياحي ؛
- تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى الأقاليم التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة والمتاحف وغيرها من المزارات الثقافية.

### الفرع الثالث: تعريف السائح:

من بين التعريفات حول السائح نذكر مايلي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2008 ، ص ص 16 - 18 .

<sup>2</sup> أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص06.

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

حسب تعريف الأمم المتحدة عام 1993 فإن السائح: هو الشخص الذي يسافر من بلد إلى بلد آخر غير البلد الذي به موطنه الأصلي، ويقوم به لمدة تزيد عن 24 ساعة ودون أن تطول مدة إقامته على الحد الذي يصبح هذا البلد موطنًا له.

وكما يعرف السائح أيضا حسب قانون أكسفورد: هو الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات بغرض الترويج أو التثقيف، أو من أجل الاهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه<sup>1</sup>.

كما يعرف السائح بأنه: الشخص الذي يقوم باستخدام المنتج السياحي أو الخدمات السياحية، ويسعى إلى الحصول عليها للاستمتاع بها في رحلته السياحية على أي دولة أو منطقة معينة<sup>2</sup>.

وكتعريف شامل للسائح: هو الشخص الذي يسافر خارج إقامته الأصلي أو الاعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وان تقل عن ذلك فإنه يعتبر قاصد للنزهة. ويمكن أن نعرف المسافر لغرضين:

أولاً: السواح: الذين يزورون البلاد أو مدن أكثر من 24 ساعة للأغراض التالية:

- الترفيهية: التمتع، الرحلة، عطلة، صحة، دين، تاريخ، ثقافة، رياضة... الخ.

- أعمال، مؤتمرات.

- عوامل (اجتماعية).

- اجتماعات، أعمال، مؤتمرات، ثقافة، فن... الخ.

- أغراض أخرى.

ثانياً: المتنزهين: الذين يزورون مناطق لأقل من 24 ساعة وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السواح، وإنما يعتبرون متنزهون، ومن الأشخاص الذين ينطبق عليهم تعريف السائح:

<sup>1</sup> محمد صبحي عبدالحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001، ص 02.

<sup>2</sup> عبد السميع صديري، التسويق السياحي والفندقي-أسس علمية وتجارية عربية- بحوث ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة 200، ص 77 .

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

-أعضاء الهيئات الدبلوماسية.

-أفراد القوات المسلحة الأجنبية.

-الأشخاص المقيمين عند الحدود، ويعملون في أراضي دولة أخرى.

-المسافرون العابرون، كمسافروا الترونزيت، طاقم الطائرة، الباخرة، سائقي القطارات، الشاحنات ممن يعبرون البلد ويبقون فيه لفترة تقل عن 24سا.

ويمكن تقسيم السواح تبعا لبعدهم عن مكان السياحة:

السائح العالمي: وهو الذي يأتي من بلدان بعيدة عادة وينشأ من البلدان المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع.

السائح القادم من البلدان القريبة أو المجاورة: وهؤلاء لهم مميزات وأصناف خاصة.

ج-السائح القادم من مناطق أو مدن قريبة من المكان السياحي المقصود: كأن تكون الزيارات في عطلة نهاية الأسبوع.

د-سائح من مواطني البلد: ينتقلون في بلدهم وهذا يمثل السياحة الداخلية:

### المطلب الثاني: أنواع السياحة.

تتعدد أنواع السياحة تبعا لتعدد الدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة فهناك السياحة الثقافية والترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية ، بالإضافة إلى أنواع أخرى جديدة ساعد على ظهورها التطور العلمي و السياسي والاقتصادي والاجتماعي ، ولهذا صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة معايير ، نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر مايلي :

### الفرع الأول: حسب العمر

حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى<sup>1</sup> :

1- : يعتبر هذا النوع من السياحة تقليدي وغالبا ما يشارك فيه المتقاعدين وكبار السن.

<sup>1</sup> خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، 2003 - 2004، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص ص44- 45

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

### الفرع الثاني: حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية حيث نجد :

- سياحة أصحاب الدخل المرتفعة الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة.
- 2- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات، فنادق الخمس نجوم ومقاعد سياحة الطلائع: حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 7- 14 سنة.
- 3- سياحة الشباب: حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 15 - 21 سنة.
- 4- سياحة الناضجين: حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 35 - 55 سنة.
- سياحة المتقاعدينالدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل...
- السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

### الفرع الثالث: تبعا للمناطق الجغرافية: حيث تنقسم إلى <sup>1</sup> :

- 1- سياحة داخلية: وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه.
- 2- سياحة خارجية: تعتمد على السياح الأجانب وتسعى كل دولة على تشجيع هذا النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة .

### الفرع الرابع: أنواع السياحة الحديثة:

- 1- السياحة الطبيعية: حيث يميل الأفراد كثيرا إلى هذا النوع نظرا للتمتع بالمناظر الطبيعية المختلفة.
- 2- سياحة المغامرات: ظهر هذا النوع لخدمة السائح الذي يبحث على المغامرات.
- 3- سياحة الصحاري والواحات : حيث تتم فيها زيارة الصحراء والاطلاع على الفنون الشعبية وحضور الحفلات .
- 4- سياحة الحوافز: حيث تستخدمها الشركات والمؤسسات والمصانع لتحقيق أهداف معينة حيث تقدم بمثابة مكافئة للموظفين والمتعاملين مع المؤسسة كالزبائن والموردين في شكل رحلة سياحية

### المطلب الثالث: دوافع وشروط السياحة.

<sup>1</sup> خالد كواش، مرجع سبق ذكره ص ص 44- 45.

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

يدور فحوى هذا المطلب حول الدوافع الرئيسية لممارسة نشاط السياحة، كذلك الشروط التي يجب توفرها لنحكم على النشاط أنه ضمن مجال السياحة وذلك ما سنعالجه في هذا المطلب بداية من دوافع السياحة.

### الفرع الأول: دوافع السياحة.

في ظل ديناميكية العالم الحديث يصعب على الإنسان مجاراة مختلف الظواهر بغرض تلبية كافة متطلباته وحاجاته، فيكون نتاج ذلك وجود دافع قوي يؤدي إلى تحركه من مكان لآخر داخليا وخارجيا نتيجة لعوامل روحية واجتماعية أو عوامل نفسية واقتصادية<sup>1</sup> ومن بين هذه العوامل مايلي:

#### أولاً: دوافع ثقافية، تاريخية، تعليمية:

تتعلق بالرغبات المختلفة للتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة الآثار والتعرف على حياة الشعوب ومعرفة حياتهم، أعمالهم، ثقافتهم، وحياتهم الاجتماعية، الحضارية والثقافية، كحضور بعض الأحداث المهمة بالعالم ومعرفة ما يدور من حوادث الساعة ن والتقدم العلمي ومشاهدة الأحداث العلمية الجديدة.

#### ثانياً: دوافع دينية:

تتمثل في زيارة الأماكن المقدسة أو زيارة المعابد والأضرحة المختلفة حول العالم، نظرا لما تمثله هذه الأماكن من قيم روحية لمختلف الأديان والمعتقدات.<sup>2</sup>

#### ثالثاً: دوافع الراحة والاستجمام والترفيه:

يرتبط هذا الدافع بمحاولة الهروب المؤقت من الجو الروتيني للعمل والابتعاد عن ضجة المدن المزدحمة بالسكان، واللجوء إلى الأماكن الهادئة من أجل الاستمتاع بأوقات الفراغ والترفيه عن النفس بتوفير الوقت والمال.

#### رابعاً: دوافع عرقية:

<sup>1</sup> محمد العطا عمر ، الندوة العلمية " أثر الأعمال الإرهابية على السياحة "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية ، دمشق ، ص 11 .

<sup>2</sup> محمد عبيدات ، التسويق السياحي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى ، ص 141 .



## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

هذا الدافع ينشأ بقوة لدى المغتربين عن بلدهم ، يولد لديهم حافز قوي لزيارة بلدهم الأم وتجديد الروابط الأسرية ، أو زيارة مناطق تركت لديهم انطبعا معينا عنها .

### خامسا: دوافع صحية:

يرتبط هذا الدافع بالرغبة في العلاج والبحث عن بيئة نقية بعيدة عن التلوث والضجيج والتوجه نحو الأماكن ذات الخصائص العلاجية لغرض الاستشفاء، الاسترخاء من أجل الراحة النفسية.

### سادسا: دوافع رياضية:

السفر بغرض مشاهدة المباريات الرياضية وتشجيع فرق معينة أو ممارسة الرياضة والمشاركة في المنتديات والتجمعات الرياضية.

### سابعا: دوافع اقتصادية:

تتمثل في الاستفادة من انخفاض الأسعار ومن فرق العملة في التحويل وهذا يؤدي توجه السياح إلى البلد الذي انخفضت عملته للتمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل، أو لأسباب مهنية كحضور المؤتمرات أو سياحة رجال الأعمال وعقد الصفقات وزيارة المؤسسات .

### ثامنا: دوافع أخرى:

تتمثل في المغامرة ، المخاطرة أو شراء وسيلة نقل جديدة ومتطورة أو تجربتها مثل طائرة الكونكورد... الخ ن أو السفر بغرض علمي مثل دراسة الصخور والتربة .

مما هو جدير بالذكر أن هذه الدوافع تختلف من سائح لآخر، كما أنه قد يجتمع دافعان أو أكثر لدى سائح معين.

### الفرع الثاني: شروط السياحة.

لظاهرة السياحة مجموعة من الشروط نحاول أن نذكر بعضها فيما يلي:

السياحة نشاط مركب من عدة ظواهر وعلاقات ( اقتصادية، اجتماعية وثقافية )

- للسياحة عنصرين أحدهما ديناميكي يتمثل في الرحلة، والآخر ثابت يتمثل في الإقامة المؤقتة؛
- السياحة محدودة زمنيا فأدائها 24 ساعة ومداها الأعلى سنة واحدة؛
- تعتبر رحلة سياحية إذا ارتبطت بعنصر وقت الفراغ والعطل ؛
- أن لا يكون وراء السفر البحث عن عمل مأجور ؛

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

- يجب أن لاتكون الأماكن السياحية المقصودة من طرف السائح موجودة بالمكان الذي يقيم فيه ؛
- دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتنقيفهم بيئيا وسياحيا ؛<sup>1</sup>
- إدارة سليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستديمة بيئيا؛
- التعاون بين مختلف الفاعلين في قطاع السياحة لأجل إنجاز السياحة البيئية.

### المطلب الرابع: أهمية وأهداف السياحة.

تؤدي السياحة دورا فاعلا في الإقتصاد الوطني لأي دولة حيث أصبحت من القطاعات المنتجة والتي تدر الكثير للخرينة العمومية للدول حيث سنحاول التعرف في هذا المطلب على أهمية ، أهداف وخصائص السياحة .

### الفرع الأول: أهمية السياحة.

للسياحة أهمية بالغة في جميع المجالات يمكن توضيحها في بعض العناصر كما هي مبينة<sup>2</sup>

- إن الدخل السياحي وإمكانية التوسع أعطيا أهمية واعتبار كبير وتم السعي لهذه الأهداف لتحقيقها في الاقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية من خلال المشاريع الفردية وتم الحكومية وكان التأكيد على النمو والترويج بدلا من الإدارة والرقابة .
- مع إدخال السياحة الجماعية ازداد الوعي للحاجة إلى التخطيط المركزي والإدارة للسياحة منم خلال الاهتمام الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالإضافة لكونها نشاط اقتصادي فإن السياحة تعتبر أساس للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب .
- تساعد السياحة على تعزيز العالقات الاقتصادية الدولية حيث أن الاشتراك في المنظمات الدولية السياحية الرسمية وغير الرسمية من شأنه أن يساهم في تطوير السياحة محليا ودوليا ، كما أن استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية يساهم في تلبية احتياجات السياحة الدولية .

<sup>1</sup> الرجباني المنجي ، السياحة والبيئة، العدد07، مجلة البيئة ، الهيئة العامة للبيئة، ليبيا ، 2002 ، ص 80 .

<sup>2</sup> محمود الديماسي وآخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان ، الأردن ، ص 76 .

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

➤ الأهمية الاقتصادية للسياحة هي نتيجة للمصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة ، التسوق ، الطعام والشراب ... الخ، وكذا تأثير الاستثمار السياحي أو ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي.

وبالتالي نجد أن السياحة أصبحت الصناعة الأولى في العالم حيث أصبح هذا القطاع يحتل مكانة لا بأس بها ضمن مشاركات القطاعات الاقتصادية في التجارة العالمية.

كما أن السياحة تساهم بنسبة 30 في المائة من تصدير الخدمات التجارية الدولية مما يدفع بالدول إعطائها اهتماما عند وضع الخطط التنموية .

إن للسياحة أهمية اجتماعية من خلال انعكاس ذلك على الجوانب الجغرافية والديموغرافية للسكان بالإضافة إلى الملامح الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة العادات والتقاليد وما يخص الفنون والأدب واللغات ... الخ ، حيث أنها :

➤ تؤدي لخلق فرص جديدة للعمالة المستقبلية للسياح مما يؤدي إلى رفع المستوى المعيشي ورفع المستوى الاجتماعي للدولة .

➤ تؤدي إلى إعادة بعث الفنون والصناعات اليدوية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن المدن .

➤ تعمل على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث .

➤ تتيح السياحة أمام أفراد المجتمع التعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهداتهم واتصالهم المباشر للسياح ، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم .

➤ السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتعمل على الترفيه ولترويح النفسي والجسدي ، فيعود الشخص إلى عمله أكثر نشاطا وإنتاجية كما تساهم في تماسك المجتمع بما تنتجه من ألوان التآلف والتعارف<sup>1</sup>.

**الفرع الثاني: أهداف السياحة.**

<sup>1</sup> خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر ، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، العدد 2005 ، 13 ، ص 57 .

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

إن قطاع السياحة كأى قطاع آخر قائم على جدوى وغايات تجعل منه قطاعا فعالا يحقق أهدافا شتى ترضي الطالب للنشاط السياحي وعارضه، ومن بين هذه الأهداف نذكر:<sup>1</sup>

**أولاً: الأهداف السياسية:** والتي ترمي لتحسين علاقات الاتصال بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي.

فبالنسبة للاستقرار الداخلي تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة.

أما بالنسبة للاستقرار الخارجي: وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول، إذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم، وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول.

**ثانياً: الأهداف الإجتماعية :** بما أن القطاع السياحي يعتبر القطاع الإنتاجي الثالث بعد الصناعة والزراعة فهو يحقق لنا:

- تشغيل اليد العاملة: وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة ما يساعد القضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناجمة عن الفراغ وعدم العمل وهذا ما يبرز أن السياحة تعتمد على العنصر البشري.
- إعادة توزيع السكان: وذلك من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمرافق الضرورية وتجميع السكان مما يؤدي إلى إعادة توزيع السكان حولها هذا بدوره يؤدي إلى إعادة التوطين الحضاري قد يغير رسم الخارطة الجغرافية .
- المساهمة في رفع المستوى المعيشي: عن طريق زيادة الدخل الفردي والوطني الذي يتسبب فيه القطاع السياحي.

**ثالثاً: الأهداف الاقتصادية:** وتتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> . حمدي عبد العظيم، اقتصاديات السياحة، مدخل نظري وعملي متكامل، مكتبة الشرق، القاهرة، 2000، ص 15  
<sup>2</sup> قزوين محمود ، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية ، ملتقى دولي حول تسيير وتميز الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، يومي 1 و 2 ديسمبر 2014 ص 3 .

- تحقيق وتدعيم إيرادات الخزينة العمومية .
- زيادة الدخل الفردي والوطني .
- تحسين وضعية ميزان المدفوعات.
- تحريك دواليب التنمية الاقتصادية .
- المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى .
- زيادة مستوى التشغيل وتقليل البطالة .
- توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده .
- تشجيع الصناعة السياحية.

### المبحث الثاني : المزيج التسويقي السياحي .

يعتبر المزيج التسويقي هو أساس قيام أي نشاط ، حيث يمكن من خلاله معرفة مكانة ممارسي النشاط ومدى بلوغه الأهداف المرسومة مسبقا وذلك من خلال مختلف عناصر المزيج التسويقي ، حيث سنحاول في هذا المبحث تقديم تعريف للمزيج التسويقي السياحي في المطلب الأول ، أما المطلب الثاني نتطرق إلى عناصر المزيج التسويقي السياحي ، أما في المطلب الثالث فنوات المزيج التسويق السياحي .

### المطلب الأول: تعريف المزيج التسويقي:

قبل التطرق لمختلف عناصر المزيج التسويقي السياحي لابد من التطرق لتعريف المزيج التسويقي السياحي ، حيث يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه " مجمل التغيرات التي يراقبها منتج السلع والخدمات ، والتي تمكن من تطوير عرض منتجاته على الزبائن المستهدفين ونقصد بذلك مجمل العمليات التي تطبق على السوق " <sup>1</sup>.

كما عرف كذلك على أنه " برنامج متكامل من القرارات المتعلقة بالمنتج (نوع الخدمات) والسعر والمكان ( المكان السياحي ) الترويج وعلاقة وتأثير كل منهما على الآخر " <sup>2</sup>. ويعرف أيضا على أنه " مجموعة من التغيرات القابلة للسيطرة والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية المستهدفة والمحددة مسبقا " <sup>1</sup>.

<sup>1</sup> كاترين قيو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر ، بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى 2008، ص 137 .

<sup>2</sup> ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهراء، عمان الأردن، 2008، ص 144.

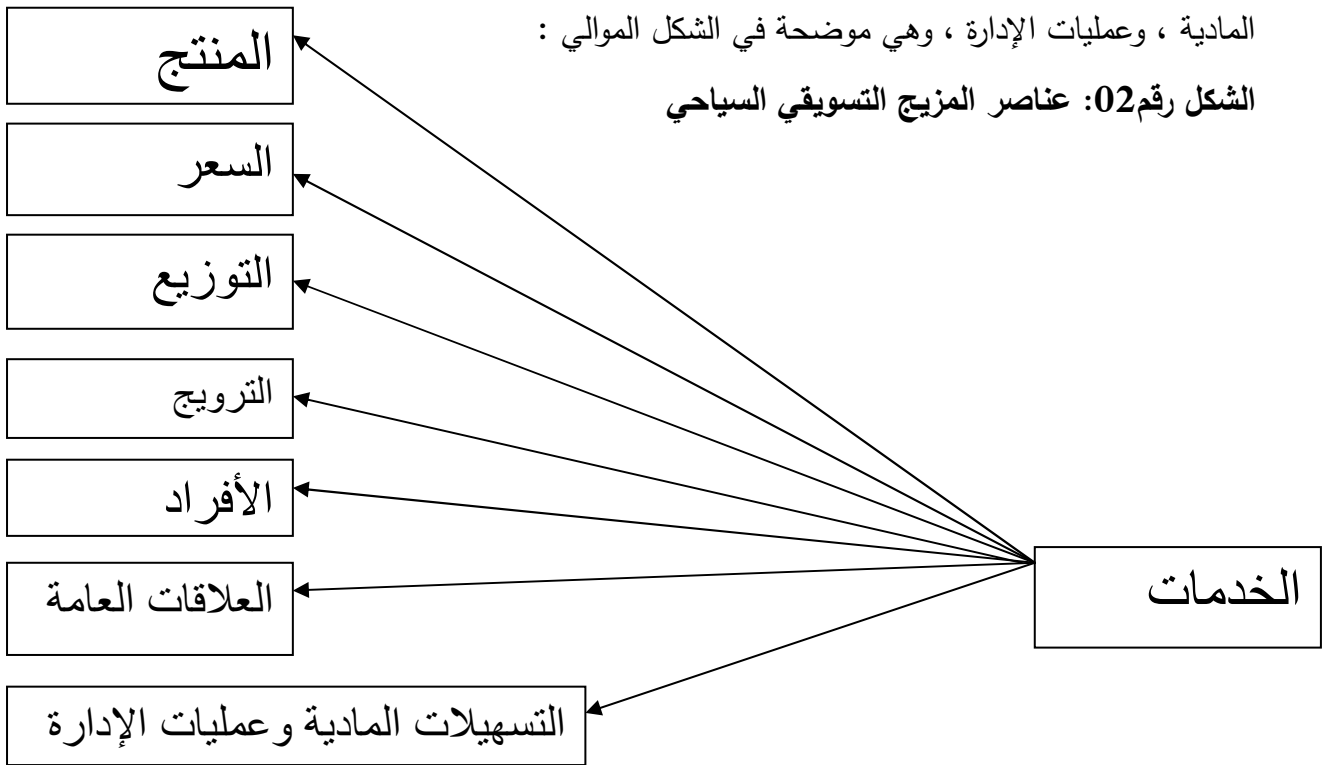
## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

المطلب الثاني: عناصر المزيج التسويقي السياحي:

يتكون المزيج التسويقي السياحي من أربع عناصر أساسية وهي: المنتج، السعر و الترويج، التوزيع، كما قام judd عام 1986 بإضافة عنصر الأفراد، وأضاف kotler عام 1986 العلاقات العامة ، وأضاف magrath في نفس السنة الأفراد والتسهيلات المادية وعمليات الإدارة ، وبالتالي أصبح للمزيج التسويقي سبعة عناصر.<sup>2</sup>

أما فيما يخص المزيج التسويقي السياحي يتكون كذلك من سبعة عناصر وهي : ( المنتج السياحي ، التسعير السياحي ، التوزيع السياحي ، الترويج السياحي ، الأفراد و التسهيلات المادية ، وعمليات الإدارة ، وهي موضحة في الشكل الموالي :

الشكل رقم 02: عناصر المزيج التسويقي السياحي



المصدر : صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " جامعة البليدة يومي 24 و 25 افريل

2012، ص 06

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

<sup>2</sup> صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " جامعة البليدة يومي 24 و 25 افريل 2012 ، ص 6 .

- 1- الخدمة (المنتج السياحي ) : وهو عبارة عن مجموعة من العناصر داخل إقليم الدولة ، حيث يشكل المنتج السياحي مصدر مهم لجلب السياح ؛
- 2-
- 3-
- 4-
- 5- التسعير السياحي : وهو يعبر عن كافة مصاريف الإنتاج السياحي من تكاليف الإطعام ، النقل والإيواء ، وغيرها من الخدمات السياحية المرافقة ؛
- 6- التوزيع السياحي: ويعتمد على قناتين هما: طريقة التوزيع المباشر وذلك بالاتصال المباشر مع المستهلكين النهائيين، وطريقة التوزيع غير المباشرة وتعمل على توزيع الأعباء والمصاريف على مختلف المتعاملين والوسطاء في عملية التوزيع السياحي؛
- 7- الترويج السياحي : يمثل مختلف الجهود الترويجية المبذولة عن طريق مختلف وسائل الاتصال المختلفة بغية توضيح الصورة السياحية للبلد ؛
- 8- الأفراد: ويقصد به ذلك العنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية وبشارك في تقديمها؛
- 9- التسهيلات المادية : وترتبط هذه التسهيلات بوجود الأماكن السياحية كالحدائق والمساحات الخضراء ، وكذلك الهندسة المعمارية في المباني وتأثيرها ، ونوع الأماكن والآثار السياحية والأماكن الاستجمامية؛
- 10- عمليات الإدارة: وترتبط بإدارة الوظائف التسويقية من خلال تحليل وتخطيط وتنفيذ البرامج السياحية المصممة.

## الفصل الأول..... الإطار النظري للسياحة.

### المطلب الثالث: قنوات المزيج التسويقي السياحي:

وهذه القنوات هي عبارة عن شبكات التي يصل من خلالها المنتج السياحي إلى السوق، وتتكون هذه القنوات من:<sup>1</sup>

- وكالات السفر: حيث تقوم ببيع خدمات السفر للجمهور والقيام كذلك بعمليات الحجز وبيع التذاكر مقابل عمولات؛
- وكالات السياحة: تقوم بتحضير مخطط أو رزمة سفر (نقل، إقامة، إطعام وترفيه) لمدة معينة تعرض على الزبائن الراغبين فيها؛
- نوادي وجمعيات السفر: وتعتمد في نشاطها على وكالات السفر والسياحة، وتعمل على تصميم رحلات سياحية خاصة لأعضائها.

<sup>1</sup> جودي سامية وخير الدين جمعة، التسويق كمتطلب أساسي للسياحة الصحراوية، واقع ولاية بسكرة، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول، " مرجع سبق ذكره، ص 10



### خلاصة الفصل .

من خلال دراستنا في هذا الفصل توصلنا إلى أن السياحة من النشاطات المستحدثة التي ظهرت في العصور القديمة تقوم أساسا على التنقل من منطقة إلى أخرى مهما كان غرض هذا التنقل والترحال ، حيث ازداد الاهتمام بها في الفترات الأخيرة لما لها من فوائد على الفرد وعلى الدولة ، حيث أصبحت تساهم بشكل كبير في منح الراحة والمتعة لممارسي هذا النشاط بغض النظر عن طبيعته والدوافع التي تدفعه لممارسته .

كذلك توصلنا إلى أن السياحة أصبح قطاع قائم بحد ذاته له ضوابطه التي يقوم عليها حيث يتطلب رؤوس الأموال الكبيرة والإمكانات الضخمة مثله مثل باقي القطاعات وبالمقابل له مساهمة كبيرة في تنمية الاقتصاد المحلي للدولة من خلال الاستثمار في كل ما تملكه .

الفصل الثاني:

السياحة في الجزائر

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

---

تمهيد :

على غرار باقي دول العالم تسعى الجزائر إلى استثمار مختلف إمكاناتها لجذب أكبر عدد من السياح والرقى بالخدمة السياحية لمصاف العالمية وذلك عن طريق استثمار عناصر الجذب السياحي التي تحتويه من مناظر طبيعية ، مواقع أثرية إمكانات مادية بالإضافة إلى تكوين العنصر البشري المؤهل ، هذا ما قمنا به من خلال دراستنا التي شملت في هذا الفصل مؤشرات السياحة وآثارها التنموية في المبحث الأول بالإضافة إلى العرض السياحي وكذا الطلب في الجزائر ومقوماتهما في المبحث الثاني والثالث على التوالي .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المبحث الأول : مؤشرات السياحة في الجزائر وآثارها التنموية .

إن صناعة السياحة في أي دولة يستوجب استثمار كافة الإمكانيات بهدف تحقيق المردودية المثلى ، وهذا يستدعي من الدولة وضع مؤشرات خاصة تقيس من خلالها مدى فاعلية الإستراتيجية المتبعة لتقييم الأهداف الموضوعية مسبقا مع الأهداف المحققة فعليا ، وهذا ما سنعرج عليه من خلال هذا المبحث حيث سنتطرق في في المطلب الأول إلى مؤشرات السياحة في الجزائر وفي المطلب الثاني الآثار التنموية للسياحة .

**المطلب الأول : مؤشرات السياحة في الجزائر 2008 – 2013**

ظل القائمين على القطاع السياحي في الجزائر يشيدون بالنتائج المحققة في قطاع السياحة خلال الفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، حيث ارتفع عدد المستثمرين الذين سجلوا مشروعاتهم في الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار السياحي ، كما أشادوا بارتفاع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال هذه الفترة والذي فاق في السنوات القليلة الماضية التوقعات الموضوعية ، لكن لا يمكن أن نحكم على نجاح سياسة السياحة الجديدة المنتهجة لتنمية القطاع من عدمه إلا من خلال الدور الذي تلعبه المداخل السياحية من العملة الصعبة في الناتج الوطني ومساهمة القطاع في توفير فرص العمل وغيرها من المؤشرات .

**أولا :المؤشرات الاقتصادية :**

وهي مختلف الآثار الناجمة في الاقتصاد الوطني وأهمها :

1\_ تطور الإيرادات السياحية : تهدف السياسة التنموية التي شرعت فيها الجزائر لتطوير السياحة كقطاع واحد

لتنمية مستدامة إلى رفع إيراداتها حتى تصل في سنة 2015 من 1500 إلى 2000 مليون دولار وسوف

نعرض تطورها خلال السنوات السابقة من خلال الجدول التالي :

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الجدول رقم 01 :تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة ( 2008 – 2013 )

الوحدة : مليون دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الإيرادات	324,5	266,4	219,1	208,3	196,4	230,3

المصدر : الديوان الوطني للإحصائيات .

نلاحظ من خلال الجدول أن الإيرادات متقاربة في كل السنوات إلا سنة 2012 حيث انخفضت دون 200 مليون دولار ، إذ بلغت 196,4 مليون دولار بمتوسط إنفاق حوالي 84 دولار لكل سائح سنة 2013 ، أما إذا استثنينا الجزائريين المقيمين بالخارج فإن نسبة متوسط الإنفاق بلغت 238,86 دولار للسائح الأجنبي بينما التقديرات سنة 2015 حسب توقعات المداخل تشير من 1500 إلى 2000 مليون دولار مقابل 2,5 مليون سائح أي بمتوسط إنفاق من 600 إلى 800 دولار للسائح الواحد ( مهما كانت جنسيته ) مما يدل أن الإيرادات المحققة مازالت بعيدة كل البعد على الأهداف المسطرة ، وأن ارتفاع عدد السياح القادمين إلى الجزائر لم يصاحبه ارتفاع في الإيرادات ويبقى هذا التدفق إلى الداخل دون تأثير موجب ولا يمكن أن نصل إلى تحقيق الأهداف المسطرة بالنسبة لرفع الإيرادات في نهاية 2015 ويتحقق في سنة ما ما لم يتحقق منذ 5 سنوات .

2 - مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي : تظهر مساهمة المداخل السياحية في الناتج المحلي الإجمالي خلال سنوات الفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجدول التالي :

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الجدول رقم 02 : تطور مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج الإجمالي الخام ( خارج قطاع المحروقات )

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
مساهمة الايرادات السياحية في الناتج الاجمالي الخام %PIB	2,05	2,3	2,3	2,4	2,6	2

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

بالنظر إلى بيانات الجدول نلاحظ أن نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي جاءت متقاربة في كل

( في 2015 حتى أنها انخفضت في سنة 2013 %السنوات وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنتائج المسطرة 3)

أقل من السنوات السابقة مما يعني ضعف أداء هذا القطاع في الإقتصاد الوطني مقارنة بإرتفاع %إلى 2

الأداء العالمي لصناعة السياحة وعدم إستفادة الجزائر من هذه الزيادة .

3 - وضعية الميزان التجاري : على النحو التالي :

الجدول رقم 03 : تطور الميزان السياحي للفترة ( 2008 - 2016 ) .

الوحدة : مليون دولار .

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الإيرادات	324,5	266,4	219,1	208,3	196,4	230,3	258,3	303,7	208,6
التنفقات	468,6	456,6	574,3	501,7	427,8	410,2	612,1	676,7	474,6
الرصيد	-144,1	-190,2	-355,2	-293,3	-231,8	-179,9	-353,5	-373,0	-266,0

المصدر : الديوان الوطني للإحصاء .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

جاءت نتيجة الميزان السياحي سالبة في كل السنوات مما ينعكس سلبا علي مساهمة مداخل القطاع السياحي في ميزان المدفوعات ،ففي كل السنوات كانت التدفقات السياحية أكبر من الإيرادات مما يدل على أن السياحة العكسية في تطور وزيادة مستمرة وهذا لضعف الخدمات المقدمة في الداخل ، كما أن منتجاتنا السياحية لا تجذب السياح الأجانب مما يعني إخفاق السياسة السياحية الجديدة في تنمية القطاع رغم المجهودات المبذولة .

### ثانيا : المؤشرات الإجتماعية :

إن ارتباط السياحة بعملية التنمية المستدامة للحفاظ علي المقومات الطبيعية لصناعة السياحة جعل كل الدول تهتم بتنمية سياحية مستدامة تؤثر ايجابيا علي المجتمع من كل النواحي حيث تساهم في التخفيف من حدة البطالة وتضمن الاستمرارية للأجيال الحاضرة في المستقبل .

مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل : كانت التوقعات للفترة الأولى من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تهدف إلى توفير 400,000 منصب عمل خلال الفترة بين 2008 ألى 2013 والجدول الموالي يوضح عدد المناصب الموفرة في قطاع السياحة .

### الجدول رقم 04: تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة ( 2008 . 2013 )

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
العدد.10	320		396	420	450	400

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

يتضح من خلال الجدول أن عدد العمال في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى إلا في سنة 2013 أين انخفض

عن سنة 2012 ، إلا أن هذه الإحصائيات لا توضح المناصب المباشرة وغير المباشرة ، كما أنه %بنسبة 11

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

لم يتم تحقيق الأهداف المتوقعة بالنسبة لخطة الأعمال الخاصة بالمرحلة الأولى ( 400,000 ) منصب عمل خلال الفترة ( 2008 – 2015 ) إلى غاية 2013 تم توفير 80,000 منصب فقط .

### المطلب الثاني : الآثار التنموية للسياحة:

أثبتت صناعة السياحة أنها يمكن أن تقود قاطرة التنمية الاقتصادية في كثير من الدول حيث تسهم بشكل فعال في تنمية مختلف القطاعات بكل جوانبها سواء الاقتصادية والاجتماعية حيث سنحاول التطرق في هذا المطلب لمختلف الآثار التنموية للسياحة.

### أولا: الآثار الاقتصادية :

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية ، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل بصفة عامة وموردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة ، كما يعد عنصرا مؤثرا لتنشيط الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة والمساهمة في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان ، أي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة .

### 1 الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي :

يمكن ابراز الآثار الاقتصادية المباشرة للنشاط السياحي في النقاط التالية<sup>1</sup> :

- **آثار السياحة على ميزان المدفوعات** : تساهم السياحة بنسبة كبيرة في تنشيط الميزان التجاري وذلك من خلال :

- **تدعيم السياحة لميزان المدفوعات للدول أكثر من أي قطاع آخر** ، حيث أن القدرة على المنافسة في مجال السياحة بالنسبة للدول النامية هو أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات

<sup>1</sup> دمد نوال ، الاستراتيجية الترويجية واسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية ، رسالة ماجستير ، تخصص علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2010 ، ص 22 .



## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول المتخلفة يمكنها أن تتنافس

مثيلاتها في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنعة ؛

- إن التسريبات الحاصلة في العملة الصعبة نتيجة الاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا

القطاع يمكن استرجاعها بأكثر قيمة وفي وقت أقصر مقارنة مع معظم الصناعات الأخرى ؛

- إن معدل تغير في الصناعة السياحية هو أقل منه في الصناعات الأخرى وهذا ما يلائم الدول

النامية والتي لا تستطيع في أغلب الأحيان مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في القطاعات

الأخرى نتيجة التطور العلمي في الدول المتقدمة ؛

- إن صناعة السياحة لا تتطلب معدل كبير من النقد الأجنبي إلى إجمالي الاستثمارات لإستيراد

السلع والتجهيزات الخاصة بالنشاط السياحي .

- **أثر السياحة على الإنفاق** : هو التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين بمعنى أن كل إنفاق

من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمات الفندقية التي تشمل

الإيواء والإطعام ، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق هذا الإنفاق يمثل انتقال

الأموال إلى أصحاب المؤسسات الفندقية . ويتفرغ على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين

على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء وتجديد التجهيزات اللازمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول

القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يمونونهم بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب

الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة<sup>1</sup>

وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي كخدمات النقل بكل

أنواعها ، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية ، وزيادة

<sup>1</sup> دمد نوال ، الاستراتيجية الترويجية واسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية ، رسالة ماجستير ، تخصص علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2010 ، ص 22 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

الاستثمار ، كما أن الخزينة العمومية للدولة تستفيد من الرسوم والتأشيرات ، الضرائب على الأرباح الصناعية والتجارية ، الضرائب على الدخول رسوم الترخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة .

وتجدر الإشارة إلى أن حجم الحركة السياحية يتوقف على الجهود التي تبذلها الدولة السياحية ، لإجذاب أكبر قدر ممكن من السياح ، ومن أبرز هذه الجهود هو اضهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق الحملات التسويقية التي تقوم بها .

\_ أثر السياحة على قطاع التشغيل :تعاني أغلبية دول العالم الثالث ومن ضمنها الجزائر من مشكلة البطالة مما يحتم العمل على دفع وتحريك القطاعات التي بإمكانها خلق مناصب الشغل والتخفيف من عبئ البطالة<sup>1</sup> . وباعتبار السياحة قطاع مركب ومرتبطة مع القطاعات الانتاجية الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي والتأمين والنقل .فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل وامتصاص جزء من البطالة ، بإعتبار أن السياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الانتاج في المجتمع وبصفة خاصة عنصر العمل .

وقد بينت الدراسات العديدة في هذا المجال أن التأثير مرتبط بالأهمية المعطاة للسياحة في الدخل الوطني وأولويتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها ، ويقدر أن خلق منصب شغل في الفندقة ينجر عنه خلق منصب جديد في قطاع آخر ، كما أن السياحة تخلق 2,75 وظيفة لكل غرفة فندقية<sup>2</sup> .

ويمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات رئيسية وهي :

<sup>1</sup> دمداد نوال ، مرجع سبق ذكره ، ص 23 .  
<sup>2</sup> عمر أبو العينين ، تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي ، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وادارتها ، جامعة المنصورة 22 - 23 مارس 1988 ، ص 77 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- العاملون الدائمون بصفة مباشرة : وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح المتكررين على المنشأة السياحية ومرافق خدماتهم كالفنادق ومراكز الترفيه والمطاعم المرتبطة بها ، وكلاء السياحة والسفر ومنظموا الرحلات السياحية ؛
  - العاملون في السياحة بصورة غير مباشرة : هم فئة العاملون بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة أي مجمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقات أمامية وخلفية مع القطاع السياحي كالبناء والتأثيث والتجهيز ؛
  - العاملون المنجذبون للسياحة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة : وهم غالبا سكان المنطقة السياحية وليسوا من خارجها خلال فترة الذروة في المواسم السياحية ؛
  - العامل السياحي المحرض : وهو مجمل مناصب العمل غير السياحية بطبيعتها ولكنها تنتج سلعا وخدمات تستهلك من طرف السياح مثل الزراعة ، الحرف و التغذية والصحة .
- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل : توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموما على شواطئ البحار في الجبال ، الريف ، الصحراء ، أماكن الآثار البعيدة ، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران ويعيش أغلب أهل هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة وتربية المواشي ، وبعض الصناعات الحرفية مما يؤدي على ضعف المستوى الاقتصادي والمعيشي للسكان .<sup>1</sup>
- في هذه الظروف يمكن للسياحة وبمقوماتها الخاصة وآثارها الاقتصادية الدافعة أن تصبح موردا مهما لأهل هذه المناطق من خلال تنمية سياحية لهذه المناطق التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وبالتالي مداخيل جديدة فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركيزه في المناطق الحضرية الرئيسية ،<sup>2</sup>
- فالأجور المدفوعة للعاملين في المنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق و الأرباح والمداخيل المحققة لمالكي

<sup>1</sup> جودي عبد القادر .، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر ، أطروحة دكتوراه ، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2006 ص 54 .

<sup>2</sup> علي أحمد هارون ، أسس الجغرافيا الاقتصادية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 2000 ، ص 138 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

المشاريع وحتى منتجي السلع والتجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المناطق السياحية ، كما ينتج عن ذلك الحد من النزوح الريفي الناتجة من جراء البطالة .

وفي الأخير يمكننا أن نجمل أهم الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في النقاط التالية :<sup>1</sup>

- السياحة تحدث توازن بفضل ما تحققه من فائض في ميزان المدفوعات نتيجة إيراداتها من العملات الأجنبية نتيجة لما ينفقه السياح ؛
- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بما تجده من آثار إيجابية على مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني من خلال التشابكات الأمامية والخلفية للنشاط السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى ن وتؤدي إلى زيادة الانتاج الوطني الخام ؛
- تحقق التنمية السياحية فرصا للعمل مباشرة وغير مباشرة بما تنشئه من مشاريع سياحية تهدف إلى خدمة السياح ومشاريع مكملة لها أو مرتبطة بها، كما تجذب الاستثمارات سواء ما كان منها محليا أو أجنبيا لما تحققه من عائد سريع ؛
- تعتبر السياحة وعاءا ضريبيا بما يترتب على النشاط السياحي من رسوم وضرائب سواء كانت على شكل تراخيص أو ضرائب على الدخول أو الأرباح التجارية أو الرسوم غير المباشرة ؛
- تزيد السياحة من الطلب على الصناعات والخدمات المتصلة بنشاطاتها مثل البناء والأثاث والتجهيزات وكذلك صادرات الانتاج الحرفي أو منتجات الصناعات الصغيرة من خلال انفاق السياح ؛
- يساعد النشاط السياحي على تسويق بعض السلع الخاصة بالدول السياحية من خلال طلب السياح محليا دون الحاجة إلى تصديرها من خلال شحنها ونقلها للأسواق الخارجية .

<sup>1</sup> محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الثانية ، الاسكندرية 1995 ، ص 105 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

ثانيا : الآثار الاجتماعية للسياحة .

يمكن أن نتطرق إلى أهم الآثار الاجتماعية للنشاط السياحي في النقاط التالية :<sup>1</sup>

- الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل ( البطالة ، الركود الاقتصادي ) وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المناطق العمرانية السياحية الجديدة ؛
- السياحة الداخلية أصبحت تعبيراً عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئي بانتشار المحميات الطبيعية ، المصطحات المائية والمساحات الخضراء؛
- السياحة لها أبعادها ( الاجتماعية ، الجمالية ، العمرانية ، الصحية ) التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية ؛
- السياحة أصبحت أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة ، فإذا كانت الصناعة تحريك آلات ومعدات فإنها تستهدف في النهاية الاستجابة لمتطلبات الانسان ، أما السياحة فهي حياة الانسان نفسه ، لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية بما يفيد الانتاج ، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى ، وتحقق الرفاهية للمجتمع ؛
- السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الانساني في تأكيد حق الانسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لأرتباط ذلك إيجابيا بقضية الانتاج والتنمية ، فالسياحة أصبحت أكبر من أداة مهمة لتحقيق التنمية ؛
- دائما يتم اختيار الأنماط السياحية التي تتلائم وطبيعة البلاد وظروفها ولا تتعارض مع القيم وأخلاقيات المجتمع وتوسيع قاعدة المشاركة لأكبر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشأة السياحية ، بحيث

<sup>1</sup> محمد خميس الزوكة ، مرجع سبق ذكره ، ص 85 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

تستوعب أكبر عدد من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين المجتمع والمشروع السياحي ؛

- الاستثمار السياحي دائما يكون له عادة جانب يتمثل في رصف الطرق وتجميل المناطق وتحسين الخدمة التلغونية ، ومشروعات الصرف الصحي وبذلك الكل ينتفع؛
- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الانسانية وتعمل على الترفيه والترويح النفسي والجسدي فيعود المواطن إلى عمله أكثر نشاطا ونتاجية ، كما تساهم في تماسك المجتمع بما تنتجه من ألوان التآلف والتعارف ؛
- الوعي السياحي هو أحد فروع الوعي الاجتماعي لأن النشاط السياحي هو الاحاطة بكل الواقع المحيطة بالانسان ، المجتمع والطبيعة ، وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف على الواقع بالقيام برحلات سوف تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع بما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة لجذب السياح من مختلف دول العالم ؛
- تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة وإنشاء البيئة التي تسهل الاتصالات والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا .<sup>1</sup>
- السياحة نشاط إنساني بالدرجة الأولى وضاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فتؤثر فيها سلبيا وإيجابيا لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف ؛
- السائح باتجاهاته وميولاته ومعتقداته الشخصية وسلوكه الاجتماعي وأفكاره التي يتبناها ، حينما يقوم بزيارة سياحية لأي دولة أو منطقة سياحية وتكرار زيارته لها ينشأ نتيجة هذه الزيارات المتكررة نوع من التآلف والاندماج بينه وبين أفراد المجتمع في الدولة التي زارها وقد تكون تآلفا ( لغويا أو ثقافيا ) بمعنى تعرف السائحون على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف وتتبع انجازاته وتطوره في هذا المجال ،

<sup>1</sup> محمد خميس الزوكة ، مرجع سبق ذكره، ص، 87.

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

إضافة إلى اطلاع هذا المجتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السائحين بما يحملونه من أفكار واهتمامات ؛

- السياحة أصبحت مصدرا من مصادر التغير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظرا لأن بعض فئات المجتمع ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي ؛
- السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة ؛
- تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين أفراد المجتمع مما يحقق التطور الاجتماعي ، كما تعمل على الاهتمام بالقيم الحضارية للدولة السياحية والمحافظة على التراث الثقافي والمواقع التاريخية والأثرية والأنظمة المعمارية المميزة وإحياء الفنون التقليدية والصناعات اليدوية وغيرها ؛

### المبحث الثاني : العرض السياحي :

العرض السياحي هو مجموع ما تمتلكه الدولة من أماكن مادية وطبيعية وبشرية تحاول من خلالها جذب أكبر عدد من السياح ، حيث سنخرج في هذا المبحث إلى معرفة مفهوم العرض السياحي وخصائصه من خلال التطرق إليه في المطلب الأول والثاني ، ومقومات العرض في المطلب الثالث .

### المطلب الأول : مفهوم العرض السياحي .

يعتبر العرض السياحي ظاهرة معقدة لتعدد وتداخل عناصره وتعدد المنتج السياحي وسوف نحاول التعرف على العرض السياحي .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

### تعريف العرض السياحي .

قدم عديد التعاريف للعرض السياحي نحاول ذكر بعض هذه التعاريف كما يلي :

" العرض السياحي هو خليط من عناصر غير متجانسة والتي تؤخذ مستقلة بعضها عن البعض الآخر لتشكل العرض السياحي الوطني والدولي ، وبعبارة أخرى أنه تلك المجموعات من الخدمات المقدمة للسياح أثناء تنقلهم ، إقامتهم وأثناء تجولهم " .<sup>1</sup>

كما يعرف العرض السياحي بأنه " مجموع المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات المتنوعة ( النقل ، الاطعام ن اجراءات السفر ) والتي من شأنها خلق رغبة لدى السائحين وإقناعهم بزيارة هذه المنطقة " .<sup>2</sup>

### المطلب الثاني : خصائص العرض السياحي .

يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدة خصائص هامة تحدد ملامحه الرئيسية وأهمها :

**عدم المرونة :** ( الجمود ) يقصد بعدم مرونة العرض السياحي هو عدم قابلية هذا العرض للتغير طبقا لأذواق ورغبات السائحين بعكس السلع المادية ، حيث أن العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له وخاصة المقومات الطبيعية ، أما الخدمات فإنه يمكن تطويرها وتعديلها إلى الحد الذي تلائم رغبات وميولات شرائح سوقية معينة في حدود القوانين والتقاليد والعادات السائدة في كل دولة ؛<sup>3</sup>

**استقلال العناصر المكونه له :** من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي تستقل كل منها عن الأخرى

حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات البشرية ومستقلة عن التسهيلات السياحية حيث يمكن

<sup>1</sup> ROBERT LANQUARD , LE MARKETING TOURISTIQUE , PARIS , 1981 , PAGE 39

<sup>2</sup> معهد التخطيط القومي ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية ، إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساته على الاقتصاد القومي ، ديسمبر 1998 ، ص 18 .

<sup>3</sup> حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، مذكرة مقدمة انيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة ، 2006 ، ص 92 .



## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون تداخل بينهم ، بعكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها ؛<sup>1</sup>

استخدامه في أماكن تواجده : وهذا يعني أنه السائحون ينتقلون إلى الدول أو المناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم ، أي ينتقل مشتريا الخدمة السياحية إلى مكان انتاجها لإستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية ، وهذا عكس السلع المادية التي تنتقل هي إلى المستهلك لمكان تواجده .

### المطلب الثالث : مقومات العرض السياحي في الجزائر .

تمتلك الجزائر مقومات أساسية تأهلها لتكون من أوائل الدول السياحية في العالم ، إلا أنه رغم ذلك تبقى بعيدة عن مراكز الدول الأخرى ، كونها لم تستغل قدراتها أحسن استغلال وسنحاول الآن عرض أهم هذه المقومات السياحية .

### أولا : المقومات الطبيعية

يمكن اعتبار الجزائر محظوظة في هذا المجال حيث منحها الله سحرا في جميع أرجائها وتتمثل هذه الامكانيات في ما يلي :

- 1 - الشريط الساحلي : يمتد على طول 1200 كلم وهو عبارة عن شواطئ رملية تتوزع على المدن الرئيسية للجزائر ويصل عدد البلديات الساحلية إلى 420 بلدية ، يمكن أن تعتبر لوحدها أساسا لقيام السياحة الشاطئية.<sup>2</sup>
- 2 - المناطق الجبلية : تتمثل أساسا في سلسلة الأطلس التلي الذي يمتد من الشرق إلى الغرب ، بحيث يمتاز بمناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف ، ومن أهمها : مغارات أوقاس ببجاية ، المغارات العجيبة في جيجل وغيرها .

<sup>1</sup> المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني ، تسويق سياحي ، الرياض ، 2008 ، ص 57 .  
<sup>2</sup> جغرافيا الجزائر ، على الموقع : [www.onec-education.com](http://www.onec-education.com) ، تاريخ الاطلاع : 20 مارس 2019

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

3 - الحضائر والمحميات : أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها

البيولوجي ، وتعتبر مناطق جذب سياحي ، يوجد منها 8 في الشمال نذكر منها : حظيرة جرجرة ، حظيرة القالة بطارف ، حظيرة تنية الحد بتيسمسيلت و حظيرة بلزمة بباتنة ، حظيرة قوراية ، حظيرة الشريعة ، وحظيرتين في الصحراء هما حظيرة الهقار التي تقع في أقصى الجنوب وحظيرة الطاسيلي ناجر ، وحظيرة واحدة فقط في الهضاب هي حظيرة الهضاب <sup>1</sup>.

4 - الحمامات المعدنية : تشتهر الجزائر بمواقع حموية تتوزع على مختلف ولايات الوطن تصل شهرتها إلى الخارج إلا أنها تجلب السياح من الداخلين بدرجة أكبر ، يصل عددها إلى 202 منبع حموي أغلبها يتم استغلالها بطرق تقليدية ، بينما شيدت محطات ومراكز علاج أمام بعضها الآخر ومن أهمها : محطة بوحنيفة في معسكر ، ومحطة حمام قرقور في سطيف ، وحمام المسك والطين في قالمة ، وحمام الصالحين في خنشلة ، ويمكن أن تعتبر هذه المنابع مصدرا لجذب وتطوير السياحة العلاجية <sup>2</sup>.

ثانيا : المقومات التاريخية والثقافية والدينية .

إلى جانب الامكانيات الطبيعية تزخر الجزائر بإرث تاريخي وثقافي لا بأس به نظرا لمختلف الفترات والحضارات التي تعاقبت عليها مثل : الفينقيين ، البيزنطيين ، الرومانيين المسلمين... إلخ، ثم الاستعمار الفرنسي ، دون أن ننسى حضارات السكان الأصليين وتتمثل هذه الامكانيات في :

1 - المواقع الأثرية : توجد عدة مواقع أثرية لكن سنركز على تلك التي تصنيفها من قبل اليونيسكو كثرات

عالمي وهي : <sup>3</sup>

<sup>1</sup> الحضائر الوطنية في الجزائر ، على الموقع [www.al-fadjr.com](http://www.al-fadjr.com) ، تاريخ الاطلاع : 20 مارس 2019 ، 20:15.

<sup>2</sup> إيلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية على الموقع [www.djaziress.com](http://www.djaziress.com) ، تاريخ الاطلاع 20 مارس 2019 ، 19:45.

<sup>3</sup> المعالم الجزائرية بين الانتشار والاندثار ، على الموقع : [www.esslamonline.com](http://www.esslamonline.com) ، تاريخ الاطلاع : 20 مارس 2019 ، 16:40.

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- مدينة القصبية : أنشأها العثمانيون لتكون حصنا لهم منذ أكثر من 2000 سنة ، صنفت كثرات عالمي سنة 1992 ، بها العديد من المواقع الأثرية منها : قصر الداوي ، قصر خداج العمياء، مسجد كتشاوة ، المسجد الكبير ، دار عزيزة .
- مدينة تيبازة : كانت مركزا تجاريا قرطاجيا وقاعدة استراتيجية للإجتياح الروماني أسسها الفينيقيون .
- تيمقاد : أنشئت سنة 100 ميلادي .
- جميلة : بولاية سطيف ، تأسست في أواخر القرن الأول ميلادي وسجلت ضمن التراث العالمي سنة 1982 .
- قلعة بني حماد : صنفت تراثا عالميا في ولاية بجاية سنة 1980 ويعود تأسيسها إلى 1007 م .
- طاسيلي ناجر : أكبر متحف في العالم لفن النحت على الصخور لفترة ما قبل التاريخ يضم أزيد من 150 ألف رسما ونقشا للتغيرات المناخية والثروة الحيوانية والحياة البشرية للصحراء منذ حوالي 6000 سنة قبل الميلاد حتى القرون الأولى الميلادية ، صنفت تراثا عالميا سنة 1982 ، ويشهد الجميع على أن بها أجمل غروب شمس في العالم .

2 - **الزوايا والمتاحف** : هنالك العديد من المتاحف والزوايا في الجزائر التي تعتبر شاهدا على الحراك الديني والثقافي التي يمكن حصرها في :

- الزوايا : لقد كان للزوايا في الجزائر دورا هاما في الحفاظ على الهوية الدينية ، اللغوية والثقافية خاصة في عهد الاستعمار الفرنسي كما كانت منبرا للدعوة إلى المقاومة وتحرير البلاد ، ويمكن اعتبارها عاملا للجذب السياحي ( السياحة الدينية ) خاصة السياحة البيئية للدول المجاورة التي تمتلك نفس العادات والتقاليد ومن أهمها : الزاوية العثمانية الرحمانية الزاوية التيجانية ، الزاوية العيساوية .... إلخ .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- المتاحف : توجد بالجزائر عدة متاحف تشهد على الحضارات المتعاقبة أهمها : المتحف الجزائري للآثار

القديمة والفنون الاسلامية ، متحف سيرتا ، المتحف الوطني للمنمنمات والزخرفة وفن الخط ، المتحف

الوطني للفن الحديث والمعاصر ، المتحف الوطني باربدو وغيرها <sup>1</sup>.

3 - **الصناعات التقليدية** : تشكل الصناعات التقليدية والحرف اليدوية إرثا حقيقيا يمكن استغلاله للترويج

والجذب السياحي وذلك من خلال الصالونات والمعارض الوطنية والدولية ، ويتميز بثرائه وتنوعه من منطقة إلى

أخرى كصناعة الملابس التقليدية بمختلف أنواعها : اللباس القسنطيني ، الصحراوي القبائلي ، الترقى ، النايلي

والعاصمي وكذا الحلي الفضية بالأوراس والقبائل والذهب بتلمسان والشرق الجزائري .

بالإضافة إلى مجموعة أخرى لا متناهية من الصناعات التقليدية التي تنتشر في جميع مناطق الجزائر ومنها :

صناعة النحاس بالعاصمة والشرق الجزائري ، وصناعة الجلود بالصحراء ، صناعة الأواني الطينية والفخارية ،

صناعة الزرابي التي اشتهرت كثيرا دوليا خاصة من أهمها زربية غرداية وزربية مسعد .

4 - **التراث الثقافي والشعبي** : تتمتع الجزائر بموروث ثقافي ثري ومتنوع يساهم مساهمة حقيقية في عملية

الجذب السياحي مثل الزخم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي ، المألوف القسنطيني ، الغناء

الأندلسي الأصيل ، الطابع القبائلي ، كل هذه الطبع يمكن أن تكون أساسا للجذب السياحي من خلال

المهرجانات والحفلات التي يتم تنظيمها ، بالإضافة إلى ذلك يعتبر الطبخ التقليدي من العوامل التي يسعى

السائح لاكتشافها في الدول التي يزورها نظرا لتنوع العادات الغذائية من منطقة إلى أخرى والجزائر في هذا

المجال غنية بالتنوع سواء في نوعية الأطباق أو حتى في العادات والتقاليد المصاحبة لها مثل حفلات الأعراس

، المواسم الدينية والعائلية المختلفة التي يمكن تقديمها كمنتجات سياحية .

<sup>1</sup> أهم للمتاحف الوطنية على الموقع : [www.ahwahatech.com](http://www.ahwahatech.com) ، تاريخ الاطلاع : 20 مارس 2019 ، 17:25.

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

ثالثا : الإمكانيات المادية :

رغم المقومات التاريخية والطبيعية التي تمتلكها الجزائر والإرث الثقافي الضخم إلا أن هذا لا يكفي لتنمية سياحية حقيقية ، فعملية الإستقطاب السياحي لا تتحقق إلا إذا تأكد السائح وخاصة الأجنبي بأن كافة الظروف مهيئة ليحظى بأحسن استقبال ، من هيكل قاعدية وخدمات بمختلف أنواعها والتي تعتبر أساسا للصناعة السياحية وهذا ما سنحاول التطرق إليه فيما يلي :

- **هياكل الاستقبال والإيواء :** تعتبر هذه الهياكل أول ما يفكر فيه السائح المنتقل إلى دولة أخرى ، فطبيعة وجودة الخدمة المقدمة وكذا سعرها هو ما سيحدد رغبة السائح في تكرار التجربة ، كل هذا دفع بالدولة الجزائرية لتطوير القدرات الفندقية وتثويجه.
- **النقل :** يعتبر النقل من وسائل استقطاب السياح ، كونهم قبل التخطيط للسفر يختارون الوسائل الملائمة سواء جوية ، برية أو بحرية وذلك اعتمادا على جودة الخدمة وتكلفتها ، لذا تسعى الجزائر لتطوير منظومتها الخدمية من خلال تهيئة البنى التحتية لتشمل شبكات النقل البري ، السكك الحديدية ، اقامة الموانئ و تنشيط النقل الجوي .
- **الاتصالات :** تلعب الاتصالات اليوم دورا جد مهم في تدعيم وتنشيط قطاع السياحة ، فبالإضافة إلى كونها أداة لربط السائح ببلده واطلاعه على آخر المستجدات فهي أيضا أداة للترويج السياحي من خلال المواقع التي أصبحت تلعب دور الوكالة السياحية بحيث توفر ما يحتاجه السائح في المكان والوقت المناسب ، وقد عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تطورا كبيرا بعد انفتاح السوق ودخول متعاملين أجنبى سواء من حيث الأسعار أو الخدمات المقدمة خصوصا مع انتشار خدمة الأنترنت وظهور خدمة الجيل الثالث والرابع .
- **وكالات السياحة والسفر :** تؤدي الوكالات السياحية اليوم دورا مهما خاصة في ما يتعلق بالسياحة الدولية حيث توفر على السائح الوقت والجهد المبدولين في البحث عن الوجهات السياحية وكذا وسائل

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

النقل والإيواء من خلال طرح برامج متكاملة وليس عليه إلا الإختيار والجدير بالذكر أن الفترة الأخيرة عرفت ارتفاعا محسوسا في هذه الوكالات نتيجة تنامي ثقافة السفر والسياحة لدى المجتمع الجزائري ، إلا أن أغلب أنشطتها موجهة نحو السياحة الموفدة 80 % عمرة وأسفار نحو الخارج 10 % استقبال وكالات الجنوب 10% ، بيع التذاكر.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث : الطلب السياحي .

يعتبر الطلب السياحي مؤشر الاستثمار في جانب العرض من خلال مدى الاستغلال هذه العناصر حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم الطلب السياحي في المطلب الأول ، وفي المطلب الثاني خصائص الطلب السياحي في الجزائر .

### المطلب الأول :مفهوم الطلب السياحي .

تعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر الانسانية والاجتماعية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية تخضع لظروف العرض والطلب مثلها مثل أي سلعة أو خدمة أخرى ، لكن الطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين بإعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب ، لذلك فإن دراسة الطلب السياحي يعتبر أحد الموضوعات الهامة التي اهتم بها خبراء السياحة في مختلف دول العالم .

<sup>1</sup> وزارة السياحة والصناعات التقليدية ، مديرية الإحصائيات ، 1967 ، ص 53

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

أولاً : تعريف الطلب السياحي .

يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه " تعبير عن اتجاه السائح لشراء منتج سياحي معين وزيارة منطقة أو دولة سياحية بداتها قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والقدرات والميولات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها السائحون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة سياحية معينة " <sup>1</sup>.

كما يمكن أن يعرف الطلب السياحي علي أنه "الطلب الحالي والمحتمل علي منتج سياحي معين من وجهة نظر الدوافع للسفر وبمعني اخر فإن الطلب السياحي يعني أولئك الذين يسافرون أو المحتمل أن يسافرون إلى منطقة معينة لأشباع رغباتهم في فترة معينة وبسعر معين " <sup>2</sup>

**المطلب الثاني : خصائص الطلب السياحي .**

يتميز الطلب السياحي من غيره بعدة خصائص ومميزات يمكن توضيحها كما يلي :

**\_ الحساسية :** وهي مدى استجابة الطلب لتغيرات والظروف الاقتصادية ، السياسية والاجتماعية ، فالطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه هذه التغيرات وكذلك التغير في أنماط السفر والسياحة في البلدان المصدرة للسائحين ، فالبلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا وحتى اجتماعيا واقتصاديا كانهيار النظام الاقتصادي بها مثلا لا يشجع على جذب السائحين اليها وإن كانت أسعارها منخفضة أو أقل من أسعار البلدان المنافسة ، ومهما تمتعت به من مغريات سياحية وتسهيلات ، حيث أن مناخها السياحي يصبح غير ملائم للنشاط

<sup>1</sup> صبري عبد السميع حسين ، أصول التسويق السياحي ، جامعة حلوان ، كلية السياحة والفنادق ، القاهرة ، 1992 ، ص 53

<sup>2</sup> متولي عبد العاطي محمد علي ، التقييم الاقتصادي الاستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات ، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، المعهد القومي للإدارة العليا ، القاهرة ، 2000 ، ص 09 .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

السياحي ويقل الطلب السياحي عليها ، فالمناخ المستقر سياسيا ، اقتصاديا واجتماعيا هو أساس استقرار أو زيادة الطلب السياحي ؛<sup>1</sup>

\_ **المرونة** : يقصد بالمرونة هو مدى قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للضروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي ، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة التي ترتبط بتغير الأسعار السياحية تؤثر في مرونة الطلب السياحي لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح أي كلما ارتفعت أسعار الخدمات والبرامج السياحية انخفض الطلب السياحي ؛

\_ **التوسع** : يميل الطلب السياحي عادة إلى الزيادة سنويا ولكن ليس بمعدل ثابت بل بمعدلات متفاوتة ومتغيرة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة الحاصلة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلية لهم ،<sup>2</sup> وإذا تتبعنا الحركة السياحية في العالم لوجدناها في ازدياد مستمر سنويا ، ويمكن أن نرجع التوسع والزيادة في الطلب السياحي بشكل عام إلى العوامل التالية :<sup>3</sup>

- التقدم العلمي والتكنولوجي العالمي والذي أدى إلى التطور الكبير في وسائل النقل بكل أنواعه ؛
- ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل الفردية في الكثير من دول العالم المصدرة للسائحين ، مما أدى للاهتمام بالسياحة كنشاط إنساني في تلك المجتمعات ؛
- التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات الذي أدى إلى توفير المعلومات والبيانات وتحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلية لهم؛
- اهتمام الكثير من الدول بمقوماتها السياحية بشكل ملحوظ ، مما أدى إلى اقبال الكثير من السائحين على زيارتها والاستمتاع بما تزخر به من مغريات سياحية ؛

<sup>1</sup> خالد كواش ، مرجع سبق ذكره، ص 73 .

<sup>2</sup> خالد كواش ، مرجع سبق ذكره ، ص 74 .

<sup>3</sup> فؤادة عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ، ص 42 .



## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

- ظهور الرحلات السياحية الجماعية التي تنظمها شركات ووكالات السياحة العالمية في معظم دول العالم بأسعار منخفضة ، مما ساعد كثيرا على اتساع الطلب السياحي في مختلف الدول السياحية .

\_ الموسمية : يقصد بموسمية الطلب السياحي هو اتجاه الطلب إلى الارتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة ببعض الأعياد والمواسم ، حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام ، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة في الدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة لهم أيضا ، ففي الدول المصدرة توجد مواسم خاصة بها تزداد فيها الحركة السياحية القادمة منها بشكل واضح في فصل الشتاء ، أما المنطقة العربية فتزداد حركتها السياحية في فصل الصيف ، كما تزداد الحركة السياحية بصفة عامة في فترات الأعياد الدينية والاجازات المدرسية والجامعية مثل مواسم الحج والعمرة بهدف السياحة الدينية ، لذلك فإنه من الواجب على الأجهزة والهيئات والشركات السياحية أن تقوم بدراسة وافية لهذه المواسم في كل سوق سياحي حتى تتمكن الدول المستقبلة للسائحين من وضع الخطط السياحية المناسبة لمواجهة الطلب السياحي المتزايد في هذه الفترات الزمنية .

## الفصل الثاني.....السياحة في الجزائر

---

### خلاصة

توصلنا من خلال هذا الفصل أن السياحة هي البديل الاقتصادي للدولة من خلال مساهمتها في التنمية وتعلقها بكافة القطاعات الأخرى ، كالنقل ، الصناعة ، الثقافة وكدى الحياة الاجتماعية للفرد وتساهم بشكل كبير في رفع مستوى معيشة الفرد والدولة ، وذلك من خلال استثمار عناصر الجذب السياحي التي تمتلكها الدولة من موارد طبيعية وثقافية وتكثيف العنصر البشري وتأهيله لجذب أكبر عدد من السياح من خارج الدولة .

# الفصل الثالث:

المخطط السياحي آفاق 2025

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

تمهيد:

تعمل الجزائر اليوم أكثر من أي وقت مضى من أجل تنمية السياحة الوطنية والعمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم مثلما فعلت الجارتان تونس والمغرب ، وبالتالي العمل على جعل الجزائر مقصدا سياحيا عالميا وخاصة أن القطاع السياحي الوطني يملك في جعبته ما يجعله قادرا على تحقيق حتى أكثر من الأهداف المنتظرة .

ولتجسيد عملية تنمية القطاع السياحي في الجزائر قامت الحكومة بإعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحة لأفاق عام 2025 حيث سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى:

مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه إضافة إلى مراحل إعداده ، والرهانات المرفوعة من قبله ، بينما في المبحث الثاني سنتطرق إلى الديناميكيات الأساسية التي يقوم عليها المخطط ، وفي المبحث الثالث والأخير سنحاول تقديم حوصلة تقييمية لما تم إعداده في الفترة الأخيرة .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

### المبحث الأول: مدخل إلى المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإستراتيجية الجديدة والكفيلة للسياحة الجزائرية حيث تعتمده الدولة من خلالها النهوض بالقطاع السياحي الجزائري وجعله في مصف القطاعات الأخرى ، حيث سنتطرق في المطلب الأول إلى التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وأهدافه وفي المطلب الثاني مراحل إعداد هذا المخطط ، والرهنانات والتحديات المرفوعة من قبله في المطلب الثالث .

### المطلب الأول: التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025 وأهدافه.

يعتبر المخطط الوطني للتهيئة السياحية قفزة نوعية تبنتها الجزائر لبناء إقتصاد بديل للمحروقات ، حيث سنعرض تعريف موجز لهذا المخطط .

### أولا : التعريف بالمخطط التوجيهي آفاق 2025.

هو مخطط تم إعداده بناء على القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 جمادى الثانية 1427 هـ الموافق ل 09 جويلية 2006 ، يحدد إجراءات التشغيل والتكوين للجنة مركزية من أجل إعداد مشروع الخطة المركزية لتنمية السياحة ، وهو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية لآفاق 2025 ، الذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون رقم 01 - 02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> حياة بن سماعيل و زايدي حسبية ، أقطاب السياحة الصحراوية للإمتياز ودورها في تحويل الجزائر إلى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والإستثمار السياحي بولاية بسكرة ، الملتقى الدولي الثاني حول : دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية والاجتماعية " يومي 11 و 12 مارس 2012 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص 07 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

ويشكل المخطط الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر ، ويعلن نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير والمتوسط والطويل ، والذي يصل حتى آفاق 2025 وهذا في إطار التنمية المستدامة .

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ( SDAT2025 ) هو عبارة ن تتويج ناضج لمسار طويل من الأبحاث والتحقيقات والدراسات والخبرات ، وبالتالي فهو نتيجة لتفكير طويل وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين والمحليين ، عموميين منهم والخواص ، على امتداد الندوات الجهوية والخلاصات التي توصلت إليها ، وبالتالي فهو أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية ، الثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر ، قصد الارتقاء بها إلى درجة الامتياز في المنطقة الأورومتوسطية ، وبالتالي فهذا المخطط يقدم التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة لمجمل أنحاء البلاد .<sup>1</sup>

### ثانيا : أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 .

تتمثل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خمسة أهداف رئيسية وهي:<sup>2</sup>

1 - جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي : وهذا من خلال تنمية القطاع السياحي ليكون كقطاع بديل لمحروقات ، عن طريق المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى كميزان المدفوعات ، الميزان التجاري ، الناتج المحلي الإجمالي... إلخ ، إضافة إلى إعطاء الجزائر

<sup>1</sup> المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب الأول : تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، وزارة السياحة والصناعة التقليدية ، ص 04 .  
<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص ص 22 - 23 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة بإمّياز ومارة في حوض البحر المتوسط ، وهذا قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد .<sup>1</sup>

2 - الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى : منها الفلاحة ، البناء والأشغال العمومية ، الصناعة ، الخدمات ، الصناعة التقليدية ، وهذا من خلال النظر إلى السياحة في إطار المقاربة العرضية التي تشمل مختلف العوامل ( النقل ، التعمير ، البيئة ، التنظيم المحلي ، التكوين ) وتؤخذ بعين الاعتبار منطق جميع المتعاملين العموميين والخواص إضافة إلى الانسجام مع إستراتيجية القطاعات الأخرى وبإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار SDAT.

3 - التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة : وهذا باعتبار أنه هناك " أثر متبادل بين السياحة والبيئة ، فالبيئة الصالحة من أهم الموارد التي تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها كما أن تدهور البيئة وتلوثها يؤدي إلى تدهور النشاط السياحي " .<sup>2</sup>

4 - تثمين التراث التاريخي ، الثقافي والشعائري : وهذا باعتبار أن استراتيجيات التنمية السياحية الدائمة ، هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتساهم في التنمية المحلية .

5 - التحسين الدائم لصورة الجزائر: من خلال إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون على الجزائر بصورة عامة والسوق الجزائرية بصورة خاصة ، ضمن آفاق جعل منها سوق هامة وليست ثانوية تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين .

<sup>1</sup> بشير مصيطفى، نهاية الربيع - الأزمة والحل - ، دار الجسور للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2015 ، ص 150 .

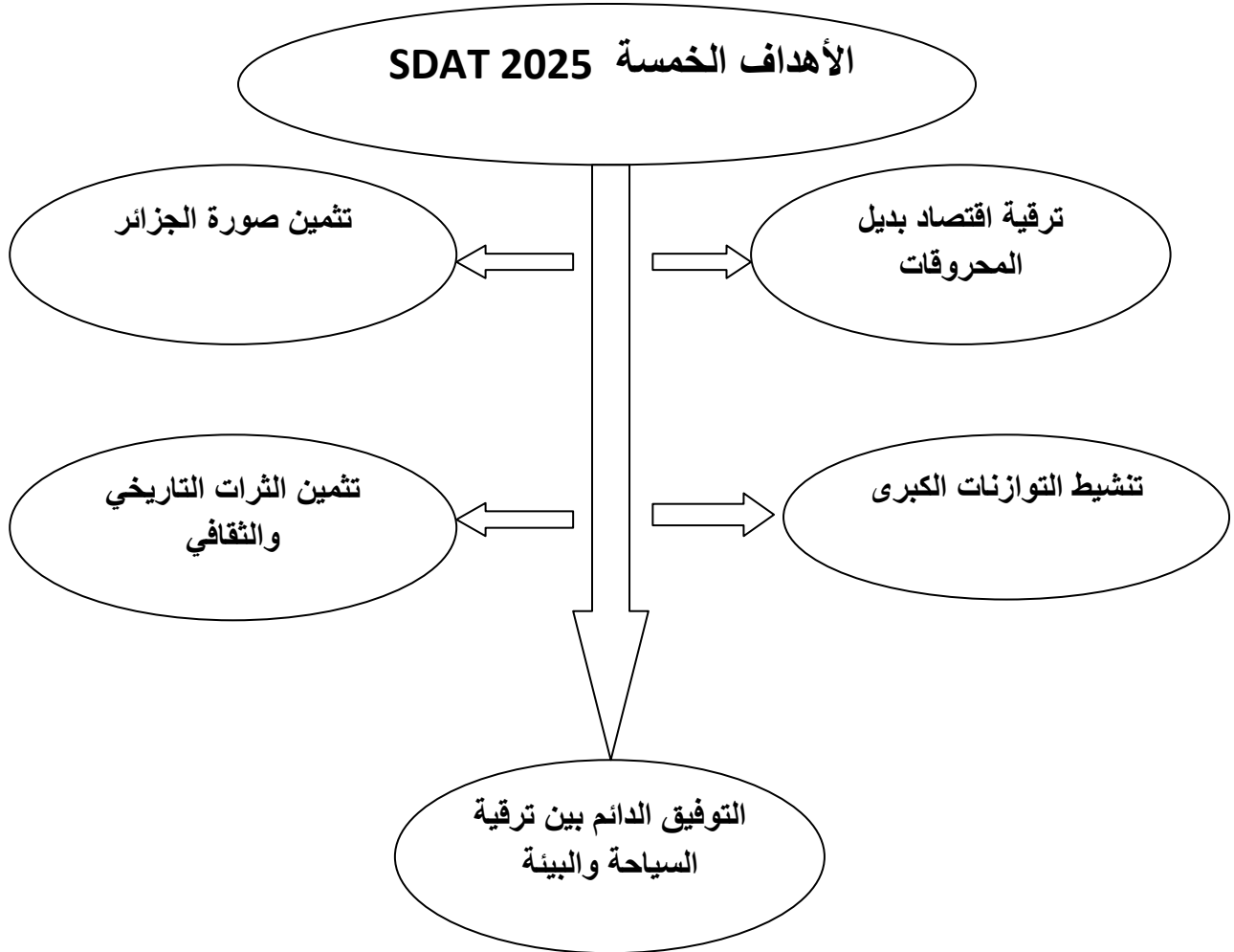
SDAT = SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE

<sup>2</sup> أحمد فوزي ملوخية ، التنمية السياحية ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2007 ، ص 123 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

والشكل التالي يوضح الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

الشكل رقم 03 :الأهداف الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025



المصدر :وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب رقم 1 :تشخيص وفحص السياحة

الجزائرية ص 24 .

يتبين من خلال الشكل أعلاه أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية جاء لتحقيق خمسة أهداف أساسية ، وهدفه الأول هو ترقية القطاع السياحي ليكون محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي ، من خلال جعل السياحة بديلا حقيقيا يحل محل المحروقات ، مع منح السياحة الجزائرية مكانة دولية بغية المساهمة في خلق مناصب الشغل ، والمساهمة في تحقيق التوازنات الكبرى للاقتصاد الوطني ، من خلال تحسين وضعية ميزان المدفوعات وجلب العملة الصعبة ،



## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية من خلال تحسين العرض السياحي خاصة فيما يتعلق  
بجودة المنتج السياحي الجزائري<sup>1</sup>.

يسعى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى التحسين المستمر والدائم لصورة الجزائر السياحية  
بهدف تغيير التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون حول السوق السياحية الجزائرية وهذا  
بجعل من السياحة الجزائرية سوق رئيسي وهام وليست سوقا ثانوية ، كما يهدف إلى تحقيق  
تكامل القطاع السياحي مع بقية قطاعات الاقتصاد الوطني ، من خلال الدفع بواسطة الأثر  
العكسي على القطاعات الأخرى كالفلاحة والبناء والأشغال العمومية والصناعة التقليدية<sup>2</sup>.

بما أن استراتيجيات السياحة المستدامة هي تلك التي تراعي وتحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث  
وتساهم في التنمية المحلية ، انطلاقا من هذا عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على  
إقامة علاقة متينة مع العناصر الأساسية للتراث الإقليمي الذي يشمل الإنسان الطبيعة ، المناخ  
والتراث التاريخي ، إذ تشكل هذه العناصر صورة السياحة وجاذبيتها وموقعها وإنتاجها ، كما  
تراعي التنمية المستدامة للموارد البيئية والمحافظة عليها من خلال إدخال الديمومة البيئية في  
محمل حلقات التنمية السياحية

### المطلب الثاني : مراحل إعداد المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT 2025 .

يعتمد إعداد SDAT 2025 على تشخيص معمق بمساهمة نقاش الملتقيات المحلية والجهوية  
والوطنية ، وقد سمح هذا النقاش بإبراز وشرح الرهانات الكبرى للسياحة وإشكالياتها الكبرى

1Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme  
SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE " SDAT 2025 ,Livre 1 Lediagnostic : audit du  
tourisme Algérie , janvier 2008 , p23

<sup>2</sup> عوينات عبد القادر ، السياحة في الجزائر -التحديات والرهانات ، في ظل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، مجلة معارف ، العدد 12 ، جامعة  
ألكلي محند أولحاج ، 2012 ، ص 148 .

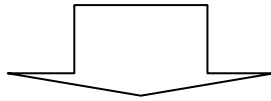
## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

واتجاهاتها على الصعيد الوطني والدولي ، وفيما يخص مراحل إعداد 2025 SDAT موضحة

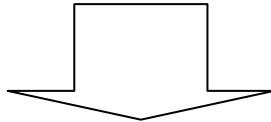
في الشكل التالي:

الشكل رقم 04: مراحل إعداد SDAT 225 .

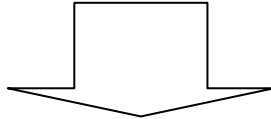
المرحلة الأولى : حصيلة تشخيص الاتجاهات العالمية ، الإشكاليات والرهانات



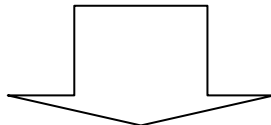
المرحلة الثانية : تحديد التوجهات الاستراتيجية .



المرحلة الثالثة : تحديد الخطوط التوجيهية لـ SDAT 2025 الحركيات الخمس



المرحلة الرابعة : برامج العمل ذات الأولوية ( الانطلاقة 2008 – 2015 ) مخطط التهيئة



المرحلة الخامسة : تحديد استراتيجية الإنجاز والمتابعة .

المصدر : وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 ،

الكتاب رقم ( 2 ) : المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ،

جانفي 2008 ، ص 25 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الشكل يوضح المراحل الأساسية التي تم إعداد بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، ولقد تم الاعتماد في هذا المخطط على التشخيص ، من خلال مساهمة النقاش المتعلق بالملتقيات المحلية والجهوية والوطنية في هذه العملية .

**المطلب الثالث : الرهانات والتحديات المرفوعة من قبل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.**

رفعت الوزارة الوصية مجموعة من الرهانات والتحديات للسياحة الجزائرية في المجال الاقتصادي ، الإجتماعي ، الثقافي والبيئي ، وذلك في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 ، قصد النهوض وتطوير القطاع السياحي .

**أولا : الرهانات التي تواجه السياحة الجزائرية .**

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

- الرهانات الاقتصادية؛
  - الرهانات الثقافية؛
  - رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية؛
  - الرهانات حول التشغيل؛
  - رهانات تحسين صورة الجزائر .
- والجدول الموالي يوضح أهم الرهانات مفصلة .

<sup>1</sup>وزارة السياحة، مرجع سبق ذكره ، ص 76 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الجدول رقم 05: الرهانات الخمسة للسياحة الجزائرية .

طبيعة الرهان السياحي	صور الرهانات السياحية
الرهانات الإقتصادية	<ul style="list-style-type: none"><li>- زيادة الموارد من وسائل الدفع الخارجي .</li><li>- الآثار المترتبة عن ميزان المدفوعات .</li><li>- آثار السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى ( الفلاحة ، الصناعة التقليدية ، البناء ، الأشغال العمومية ، الخدمات الأخرى المختلفة ) .</li></ul>
الرهانات حول التشغيل	<ul style="list-style-type: none"><li>- توفير فرص كبيرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة .</li><li>- تعتبر السياحة أداة فعالة لإدماج الشباب في الحياة الاجتماعية والمهنية .</li><li>- مساهمة السياحة في تثبيت السكان ، وبالتالي الحد من الهجرة والنزوح الريفي .</li></ul>
رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية	<ul style="list-style-type: none"><li>- تعد السياحة العنصر الأساسي لأية سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية .</li><li>- تعمل السياحة على تجميع الموارد المادية وغير المادية ، مع تعارضها مع أي شكل من أشكال تهديد الموارد البيئية</li></ul>
الرهانات الثقافية	<ul style="list-style-type: none"><li>- السياحة عامل سلام وحوار بين الثقافات .</li><li>- تعمل السياحة على تجميع التراث الثقافي الغنية به بلادها .</li><li>- تعد السياحة وسيلة لإنفتاح بين ثقافات الشعوب المختلفة .</li></ul>

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

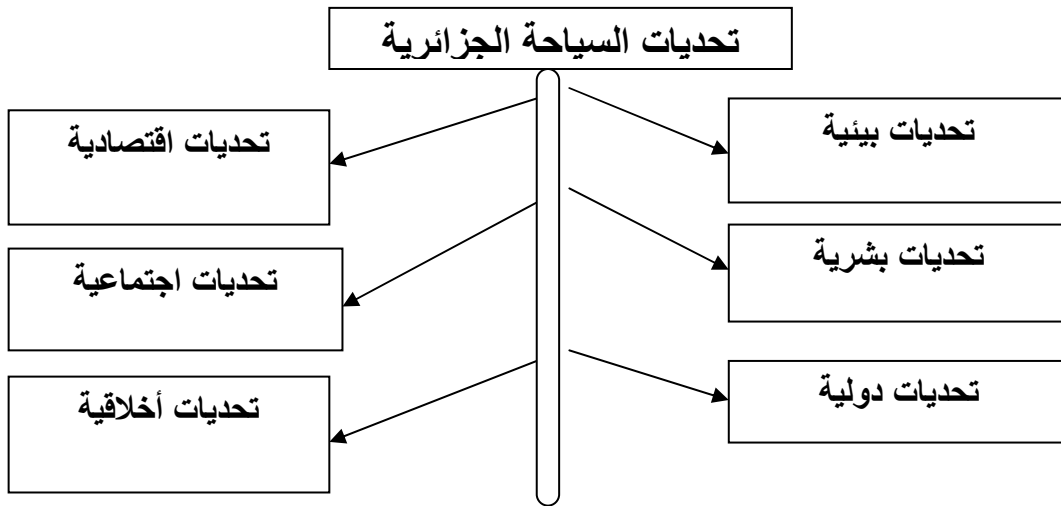
ثانيا: التحديات التي تواجهها السياحة الجزائرية ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

آفاق 2025 .

هناك مجموعة من التحديات رفعت من أجل تحسين والنهوض بالقطاع السياحي وهي موضحة

في الشكل الموالي :

الشكل رقم 05: يوضح تحديات السياحة الجزائرية .



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

2025.

يظهر الشكل أن للسياحة الجزائرية مجموعة من التحديات التي لا بد عليها من مواجهتها منها ما هو محلي ومنها ما هو دولي ، إذ تعتبر التحديات الاقتصادية أهم هذه التحديات نظرا لكون التفتح على العالم محفوفا ويشوبه العديد من المخاطر ، حيث يصبح الاقتصاد الوطني عرضة للصدمات المرتبطة بالعولمة ، ومختلف المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للتجارة والاتحاد الأوربي ، ظف إلى ذلك الاندماج الجهوي في الوطن العربي والقارة الإفريقية ، إما في ما يتعلق بالتحديات الاقتصادية التي يجب على السياحة الجزائرية مواجهتها يتمثل في تشجيع

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

واستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، ونقل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتسيير ، والدخول إلى الأسواق السياحية العالمية .

إن التحديات البيئية لا تقل أهمية عن التحديات الاقتصادية ، لأن تحقيق تنمية سياحية مستدامة أمر يتطلب المحافظة على النظم البيئية ، ولهذا تم إدراج حماية وتثمين الأنظمة البيئية في المخطط التوجيهي الأول للمخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ، وذلك بهدف إعادة التوازنات المفقودة في الأنظمة البيئية إلى حالتها الأصلية ، ويتعين على السياحة الجزائرية مواجهة التحديات الاجتماعية من خلال إيجاد منتجات سياحية متكيفة مع حاجات الشباب بالإضافة إلى توفير لهم وظائف دائمة .<sup>1</sup>

يعد توفير الثقافة السياحية لأفراد المجتمع المحلي ، وذلك من خلال تحسيسهم وإشراكهم في تطوير سياحتهم والمساهمة في ترقيتها ، والعمل على توفير الموارد البشرية ذات الكفاءة المهنية من خلال توفير التكوين السياحي في مختلف مجالات الخدمات السياحية ، تعد هذه الأخيرة من بين التحديات التي تواجه السياحة الجزائرية كذلك ، كما يجب اكتساب شرعية حقيقية في ميدان السياحة المستدامة والسياحة البيئية ، إذا ما أراد القطاع السياحي الدخول في نادي الفاعلين السياحيين والمهنيين والعصريين ، والعمل على مراعاة الحاجيات الجديدة للسياح الدوليين والتركيز بالخصوص على تنمية السياحة الشاطئية ، السياحة الصحراوية والسياحة الثقافية والسياحة الحضرية والأعمال .

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الاقليم، مرجع سبق ذكره ، ص 18 .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

ولمواجهة التحديات السابقة لابد من العمل على تحقيق الشروط المسبقة والضرورية لسيرونة  
السياحة في الجزائر وهي<sup>1</sup>:

- لابد من الاعتراف بالسياحة كأولوية أساسية وطنية ، من خلال تحقيق الإرادة السياسية بغبة  
تحقيق أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 ؛
- وضع إستراتيجية واضحة المعالم من خلال معرفة نقاط القوة والضعف وتكزن شاملة للعمل ؛

### المبحث الثاني : الديناميكيات الخمس التي يقوم عليها مخطط SDAT .

إنالتموقعالجديدللسياحةالجزائريةيستندعمنالولةوكلشركائهاالفاعلينفيقطاعالسـياحةالتجنيدمناًجلالعملعليأ

2008

نعاشسريعومستدامللسياحةفمنذسنة

شرعالدولةفيتنفيذالبرامجالمسطرةفيمخططالتوجيهياللهيئةالسياحيةوالمتمثلةفي :

مخططوجهةالجزائر من خلال التطرق إليه في المطلب الأول والأقطبالسياحيةلامتياز في المطلب  
الثاني ، مخططالنوعية والجودة في المطلب الثالث ،مخططالشراكة في المطلب الرابع وفي  
المطلب الخامس والأخير مخططتمويلالسياحة.

#### المطلب الأول :مخططوجهةالجزائر:

إنعودةالجزائرإلىالواجهةفيصناعةالسياحةيستندعمنهادتتمينالوجهةالسـياحيةالجزائريةواعطاء

صورةجيدةعنالجزائرلمحوالانطباعاتالسـيئةالتيكونتتدلبالرأبالعاموالأجنبيعن المجتمعالجزائريخلال

العشرية بسببالأوضاعالأمنيةالسـيئةالتي عانتمنهاالبلاد،فمخططتتمينالوجهةالجزائريةمتميزاندوعلامة

تجاريةتكونشعارالهدهاالإستراتيجيةمستقبلاتركزهدهاالإستراتيجيةعلى سبعةقواعدأساسيةهي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> عوينات عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص 147 .

<sup>2</sup> وزارة تهيئة الإقليم ، مرجع سبق ذكره ، ص 25 .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

1-ثقافة وذهنية \_\_\_\_\_

اختيار وضعية هجومية مستمرة تلغزوا الأسواق لعدة سنو اتوا عداد الصور قو السوق قمنأ جلا لاتصالو البيع .

2-الالتزام :تنشيطو تنسيق متناسبو دائم لمخطط التسوي قمع تجنيدو سائلا لاتصالو لحديثه مالية، بشرية و تقنية

3-الأدوات :اللجوء إلبا لتشيطبا لإعلاما متعدد أفلام، أقراص، أنترنت، شاشات فيديو، فضاء أتمرثية.

4-فضاء اتا لاتصال \_\_\_\_\_

تبنيو وضعية مراقبة و رصد إستراتيجية علنا المستو بالوطني، جناح لقطبا امتياز يو فر خمس وظائف

الاستقبال، الإعلام، فضاء اتا المحلات، المعارض .

المسعى \_\_\_\_\_

شراكة فعالة علنا المستو بالمحليو المستو بالدولي وامتلاك مرجع مشترك للجانس، التنس \_\_\_\_\_ يقوالتعاو نمعتو حيد العملف

يكافة الهيئات: الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة ONAT الوكالة الوطنية للساحة ONT

و دار الجزائر، تشجيع بطالسياساتالقطا عية مع المحافظة علنا لشركاءو المحترفين .

إنتسوي قوجهة الجزائر السياحية لاتأ تيثمارها كإستراتيجية حاضرأ أو مستقبلا لإ إذا كانتمتأ هبة تترصد كل جديد فيلأ

سواقالسياحية سوا علنا المستو بالمحليو الدوليو هذا ما يعر فباليقظة الإستراتيجية المتمثلة في نظام ذكاء إقتص \_\_\_\_\_ اد

يفيمجالا لسياحة لرصدو المتابعة و التقييم لكافة المعلوماتالس \_\_\_\_\_ ياحية، حيث تم إقامة

مركز مزود بكافة الوسائلا العلمية اللازمة للمراقبة والرصد السياحي ( le spoet ) هدفه معرفة تدفقات

الاستثمار اتو تحليلها إلبجانبتد فقاتواتاجها اتالسياحالدولييينحتنكونالسياحة الجزائرية مطلعة علمتطلباتالأس \_\_\_\_\_

واقالدولية.

المطلب الثاني : الأقطاب السياحية للإمتياز POT



## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

القطب السياحي هو تركيبة من القرب بالس\_\_\_\_\_ يا حية لامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة

التسلية، الأنشطة الض\_\_\_\_\_ رورية وحتنا الكمالية لرفاهية المقيمين

يستجيب لطلب السوق ويتوفر على استقلالية كافية ليكون لهذا الإشعاع علنا المس\_\_\_\_\_ تو بالوطني والدولي وهو متعدد الأبعاد

( البع\_\_\_\_\_ دا الاجتماعي، الثقافي، التجاري )

كما يمكن لرقعتها الجغرافية أن تجمع عدة مناطق أو منطقة تتوسع سياحي<sup>1</sup> وهذه الأقطاب هي :

1. القطب السياحي للإمتياز شمال - شرق ( POT.NE ) : يتكون من الولايات التالية :

سكيدة، فالمة، عنابة الطارف، سوقاً هراس، تبسة، يمتد على مساحة قدرها 80347 كلم<sup>2</sup>، يتميز بأكثر من

300 كلم من الشاطئ 874000

هكتار من الغابات، كما يعتبر نقطة ارتكاز وقاطرة للتنمية السياحية علنا المستوى بالجهو بذات الهمينة الاس\_\_\_\_\_ تجمامية تو

يتوفر علنا إمكانات كبيرة لتطوير الس\_\_\_\_\_ يا حة الجبلية<sup>2</sup> ،

برمجته مجموعة من المشاريع الس\_\_\_\_\_ يا حية بهذا القطب وتتمثلي :

فنادق الشبكة وفنادق ضخمة، فنادق معيارية والقرب بالس\_\_\_\_\_ يا حية لامتياز، وتتمثلي (

القرب بالسياحية مسيدة بالطارف، سيديسا المبعنابة، الحديقة السياحية دار دنيا بعنابة) .

2- :القطب السياحي شمال الوسط POT.N.C : يتكون هذا القطب من الولايات التالية :

الجزائر العاصمة، تيبازة، البلدية، بومرداس الش\_\_\_\_\_ لف، عين الدفلى، المدينة، البويرة، تيزيوزو، بجاية، يمتاز هذا الإقل

يمباطلات نه علنا البحر المتوسط الممتدة على 615 كلم ما يعادل % 51

منالسا حلال الجزائر يوتربع على مساحة إجمالية قدرها 33.817 كلم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الاقليم، مرجع سبق ذكره ، ص 38

POT : les pôles touristique d excellence .

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 09 .

<sup>3</sup> الأقطاب السياحية للإمتياز ، على الموقع [www.andi.dz](http://www.andi.dz) تاريخ الاطلاع 15 / 04 / 2019 ، 20:19 .

POT : les pôles touristique d excellence, nord - este .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

يعرف هذا القطر بشؤوننا والتجهيز وتمبرمجة فيهم مشاريع بأقطب بالتنافسية والامتياز وتمتثلي:

- **المدينة الجديدة سـ** ..... **يديعبد الله**، قطب عمليو تكنولوجيا لوجيمز و دبحظيرة أنترنت، جامعـــــــــــــة ومركز إفريقي لتكنولوجيا اتالاتصال والتكنولوجيا المتقدمة.

- **المدينة الجديدة د قوينان** :

تطوير قطب علميو تكنولوجيا، مركز دوليل الأعمال والثقافيمز و د بمركز للرياضة والترفيه تطوير فرع العلوم الحياة والبيولوجيا لتوفير إطار حياة عالي النوعية.

- **المدينة الجديدة د بوفزول** :

تطوير قطب خدمات ترفيه المستوى، مركز تجاري كبير، مسبحاً و لمبي، تنشيط مركز الهضاب العليا..  
أما المشاريع الخاصة بتوسيع الطاقة الفندقية بالقطب باعتبارها قطباً هاماً و أساساً تراتيجياً في موقعه ( وسط البلاد يربط بين باقي الأقاليم وفيها عاصمة البلاد. إلخ ..) فقد برمجته مشاريع تمتثلي :<sup>1</sup>

- الفنادق الجديدة: فنادق الشبكة، الفنادق الفخمة، الفنادق المعيارية.

- توفر هذا الفنادق 9595 سرير حتى تستجيب للطلاب المحليو الدوليفي لذلك مجموعة القربالسياحية وهي:

- القربالسـ ..... **ياحية** :

فرومالجزائر، زرالدة، عينطاية، العقيد عباس، وادبلاحسيزار يبتيازة، الصـــــــــــــغرات ببومرداس، بودواوالبحري، أقر يونبجاية و حديقة دنيا الجزائر العاصمة.

**القطب السياحي شمال غرب POT.NO** : يتكون هذا القطب من الولايات الغربية :

وهران، عينتموشنت، تلمسان، مستغانم، معسكر، سيدبيلعباس و غليزان.

تبلغ مساحته 35000 كلم<sup>2</sup>، قطب موجه لكي يصباح الوجهة المفضلة في الخريطة السياحية لبلادنا إذ يقع

عند بعد أقل من ساعتي نعننا لأسواق الرئيسية الموفدة لسـ ..... يا حفيأوروبا ( فرنسا، إســـــــــــــبانيا )

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، مرجع سبق ذكره، ص 44 - 55. يتصرف .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

من أجل ذلك يتما لا هتما مبتأ هيلهم حديثا المرافقا لـ رورية من البنية التحتية

(الأشغال الجارية لتوسيع شبكة الطرق ابتداء من إيوهران، الطريق للسيارات شـرق

غربمدا دخل علم مختلف كبرى المدن ومحطة تحلية مياه البحر والطريق السريع وهران عينتموشنت، كهربية خط السـ

كة الحديدية شرق\_ غرب )، وتمثلأ هما المشاريع عفيما يلي :<sup>1</sup>

\_ الفنادق السياحية الجديدة وتمتلك في : فنادق الشبكة، الفنادق الضخمة، الفنادق المعيارية بسعة 10146 سرير .

\_ القربا السياحية للامتياز تشـمل :

الحمام السياحية جبوهران، هيليو سكريستلجوهران موسكاردا ابتلسانوحديقة دنيا وهران .

\_ **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق الواحات ( OASIEN ) POSTE** : يتكون هذا

القطب من ثلاث ولايات هي : غرداية، بسكرة والوادي، يمتد على مساحة 160000 كلم 2

بعدد سكان يقرب 1.5 مليون نسمة وتعتبر غرداية بمثابة قطب كبير وبوابة الدخول للصحراء.<sup>2</sup>

يعرفه ذالقطب عادة

تهيئة المطارين الدوليين ليكونا جسرا وربطهما العملية تدققا لسياحة جنوب القطب وهما المطار الدولي بسـ

كما يتم إنجاز الطريق العابر للصحراء من أجل توفير مداخلكثيرة للمستثمرين في المنطقة وتسهيل عملية الاستثمار السـ

ياحي؛

أما فيما يخص المشاريع السياحية المبرمجة لتوسيع افاقنا لإيوافيا القطب فهيا قليلة مقارنة بالإمكانات التي يشـملها القـ

طوبو القادرة علمنا لتتوعا لسياحي جديت يعرف القطب إنجاز 26 فندقا خاصا من الفنادق المعيارية بسعة

2092 سرير.<sup>3</sup>

\_ **القطب السياحي للامتياز جنوب - غرب توات القرارة :**

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الكتاب 5 : المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جني 2008 ، ص 10 .

<sup>2</sup> الأقطاب السياحية السبعة للامتياز على الموقع : [www.andi-dz](http://www.andi-dz) تاريخ الإطلاع 13 / 03 / 2019، 19:20.

<sup>3</sup> وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 5 ، مرجع سبق ذكره ، ص 11 .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

يتكون من ولايتي أدرار و بشار، يمتد على مساحة 603000 كلم<sup>2</sup>، يبلغ عدد السكان المتمركزين فيه 900000

نسمة. يعتبر من المواقع الغنية بالمظاهر الطبيعية والحضارية. يعرف عدة مشاريع لعلتهيئة منها مشروع عطري بالقصو

ر لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية ( PNUD ) في إطار برنامج اليونيسكو حول

"صحراء الثقافات والشعوب"، أما فيما يخص المشاريع السياحية فتتمثل في<sup>1</sup>:

- لفنادق جديدة تتكون من : الفنادق الفاخرة، الفنادق المعيارية.

- القرية السياحية : قصر ماسينبتيمون أدرار 912 : سرير فخم.

**6- القطب السياحي لامتياز الجنوب الكبير طاسيليناجر (PTGS):**

يقع في ولاية إليزي يمتد على مساحة تقدر بحوالي 284618 كلم<sup>2</sup> ويحتضن حوالي 400000

ساكنو هو قطب تراثي و بعد عالمي في هتروات و آثار فريدة متنوعها و منطقة متوفرة على العقار السياحي الصالح للاستثمار

ر بمنطقة التوسع السياحي بجانت

بالإضافة إلى الستة ينابيع الحما مات المعدنية.

**7 - القطب السياحي لامتياز الجنوب الكبير ( POT.GS ) " الأهقار " :** يقع بولاية تمنراست، يمتد على

مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم<sup>2</sup> يقطن به حوالي 137175

نسمة، به تراث صنفا الميا و هو قطب إستراتيجي<sup>2</sup>.

يعرف هذا القطب برمجة أربعة فنادق بسة

سرير مقارنبا لإمكانيات الهائلة لتطوير سياحة متميزة و متفردة في المنطقة و العالم كافة، خاصة بالسياحة المغامرية

نالاذيين عشقون المغامرة و حبا المعرفة و القوة الشرائية العالية بحكم هشاشنة النظام البيئي الذي لا يتحمل زيارة أعداد

كبيرة من السياح من أجل الحفاظ على البيئة فإن المشاريع العقلية.

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الاقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 3 ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 87 – 93 بتصرف .

PNUD : programme des Nation Unes pour le développement

<sup>2</sup> الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز [www.andi.dz](http://www.andi.dz) تاريخ الاطلاع 03 / 04 / 2019 ، التوقيت، 20 : 14.

P Q T : plan qualité tourisme

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

### المطلب الثالث : مخطط الجودة P Q T

إن مخطط النوعية السياحية يهدف إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني ويعتمد على التكوين والتعليم واســـــتعمال التكنولوجيا  
جيا الإعلام والاتصال التي تتماشى ومتطلبات التسيير للمنشآت السياحية والفندقية وأخضا ع الخدمات الـــــياحية للمعا  
يير الجودة العالمية.

ذ

أولا : إجراءات تنفيذ المخطط :

وتتمثل في<sup>1</sup> :

- الإعلان عن أهداف مخطط النوعية السياحية وتحديد التزامات المهنيين العاملين في القطاع :
- الإعلام والاتصال، الاستجابة للمشخص، كفاءة العمال، مراقبة المواقع، النظافة والصـــــيانة، وتثمين المورد الما  
لي.
- إبرام عقود الرخص : التوعية السياحية مع المؤسسات والمنخرطة.

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية ، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، قسم  
علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ، الجزائر ، 2015 ، ص ص 202 – 205 .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

- تقويم المحترفين : بإيجاد مدغمة (ختم) عليها " السياحة النوعية "

الجزائرية توضع علم دخل مؤسساتها ويهدف المخطط إلى :

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي
- منح رؤية جديدة للمحترفين .
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراء اتا النوعية .
- اعتلاء موقع ممتاز بينا لوجهات السياحة العالمية .

### ثاني

مس: **تلزما لتطبيق مخطط الجودة:** إن المسع بالذي سطرته الإستراتيجية التسويقية في المخطط التوجيهي للتهيئة الى سياحية من أجل الترويج للوجهة الجزائرية، ووجهة يطمح المسع وولينا نتكون بعلامة تجارية متميزة بنوعيتها، ولن يكتفينا بذلك إلا من خلال الالتزام بالمعايير الدولية المعمول بها في الصناعة السياحية، ولكي يتخذ المسع الأدوات والوسائل العلمية العصرية دون أن ننسأنا المورد البشري هو أهم عنصر في حلقة الجودة.

### 1- مخطط تكوين النوعية: يلعب الأفراد (المسخدمين )

دورا أساسيا في الصناعة السياحية، فهم سفراء الصناعة السياحية ولكين نجح في تقديم صناعتهم السياحية متنوعة يتيحون جيتعزيز المؤسسات السياحية بكل أنوارها بكفاءة إنسانية تكون نعلنا المستو بالمقبول دوليا وتقدم خدمات تتحفظ السواحيا لأجانب علما التفكير في العود لجزائر لأنها من أجل دول العالم، ولأنها تقدم خدمات ترقية أفضل<sup>1</sup>:

- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءة واحترافية القيادات والموظفين في المدارس السياحية.
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل الموظفين بالمدارس السياحية.

<sup>1</sup> الأقطاب السياحية السبعة للإمتياز [www.andi.dz](http://www.andi.dz) تاريخ الاطلاع 03 / 04 / 2019 ، التوقيت، 20 : 14.

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

- إعداد مقاييس لامتنياز للتربية والتكوين السياحي.

ومناجلة تحقيق كل هذا يستلزم مدعجهاز التكوين والتدريب السياحي بمدارس جديدة وتحديث المدارس الموجودة ومراكز التكوين  
نال مهني ذلك تقرر إطلاق مشروع عين لإنجاز مدرستين متخصصتين في كل من تيبازو وعين تموشنت.

2 - استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

لمواكبة التطورات التكنولوجية تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة الميادين واتساع نطاق استخدام التجارة  
الإلكترونية في المعاملات التجارية وما تنتجهم من مزايا الكلال لأطراف المعاملة، فالسياحة الإلكترونية  
أصبحت من متطلبات العمل السياحي الدولي حيث تبدأ من العرض المقدم على صفحات التواصل الاجتماعي في مواقع المؤ  
سسات السياحية وغيرها إلى غاية الحجز لذا يجب إدخال النظام التسيير الإلكتروني وتوفير كل متطلباته، فإننا نحترق  
ة الس  
في الأسواق الدولية تستدعي استخدام السياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والترويج للوجهة السياحية الجزائرية

**المطلب الرابع: مخطط الشركة العمومية \_ الخاصة:**

إن فعالية القطاع السياحي تستوجب من الدولة إعادة الاعتبار للقطاع الخاص كشرى كأساس لنهوض القطاع السياحي  
لا يمكن تصور عملية تنمية دائمة للسياحة وتعاون فعال بين القطاعين العام والخاص، حيث يعمل على تعاملوا الناش  
طون في كل القطاعين سياحية من أجل استجابة أكثر فعالية للطلبا الجماعية عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

ينقاسم كل منا لقطا عيننا العام والخاص مهمتنا بنا عطا عس ..... يا حيمتميز بإنجازاته هو فعال في أداءه حيث تقو مكل منا لدولة والجم

اعاتا المحلية على المستوى بالمحلية تهيتها وتوفير البنية التحتية اللازمة لصناعة الس ..... يا حة دون أن

ننسا للدور الأساسي للدولة كمنظم وحارس، تسهر على الأمن والاستقرار داخل البلد.

أما القطا على الخاص فيكون دورها المساهمة في عملية البناء وإقامة المؤسسات السياحية الفنادق، مؤسس ..... اتنا لنقل، المطاع

مالملاهي، المراكز التجارية وغيرها.

إن عملية الاستثمار السياحي تقع على عاتق القطا على الخاص فهو وحدها الكفيل بتطوير مثل هذا لا س ..... تثمارا تكما يحث في كل لادو

للاسيحية الكبرى وحت عند دول الجوار .

**أولا : أهداف مخطط الشراكة :** تتمثل في مجموع الأهداف التالية<sup>1</sup>.

- جعل بابا تالدخول لالتزبا الوطنيا أكثر جاذبية المطارات، الموانئ، المراكز الحدودية ... الخ.

- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية النظافة، المياه، التطهير، الطاقة ... الخ

**ثانيا : مس مخطط الشراكة :**

إنتبنا إستراتيجية الشراكة بينا القطا العام والخاص لتطور وتنمية القطا عا لسيا حيث تمحور أساسا حول بنا عس ..... ركة

فعالة بينا مختلفا عا لينا إنتاجا المنتج السياحي وتسويقهمنا المستثمر ينال أصحابا الفنادق وكلنا ش ..... طينا لآخر نال

ناقلين، المرش ..... دين ... الخ وذلك من خلال التجمع في مجموعا متمجانسة للدفاع عن مصالحها ودخولا لمنافسة الدولي

تفشي كمنظم وكجماعة عمل<sup>2</sup>.

إننا المسع لينا جدا لا بتكوين رؤية تسييرية للقطا عينا قاسما لكفيتها الأدوار بواسطة التخلي عينا مركزية في التسيير وتقوي

ضالمهام على المستوى العام للهيئات المحلية لمشاركة القطا عا لصابتها المنا خال لالترقية الاستثمار الس ..... يا

حي .

### المطلب الخامس : مخططة تمويل السياحة:

يتميز الاستثمار السياحي بنوعه من التعقيد والخصوصية كوننا المشار بها السياحية تحتاجا لرؤوس ..... أموالا كثيرة وتتبع مخططا

فترة طويلة على شكل مبان أو تجهيزات فمرحلة تحقيق المردودية طويلة مقارنة بالاستثمار في مجالات أخرى.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 207 .

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 207



## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

أولا :أهداف مخطط التمويل ،تتمثل فيمايلي:<sup>1</sup>

- حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة (PME)
- السهر على تنجيب المشاريع السياحية التوقفواذوبان .
- جذبوحماية كبار المستثمرين الوطنيينوالأجانب .
- تشجيعالاستثمار فيالقطاعالسياحيباللجوءإلىالحوافز الضريبيةوالمالية .
- تسهيلوتكثيفالتمويل للبنكينلتنشيطالنشاطاتالسياحيةوخاصةفيطاربنكمتخصص .

ثانيا :بنكالاستثمارآليةجديدة لتمويلالاستثمار :

إنالاستثمارالسياحياستثماركثيرأسامالوطنويلاأجلومخاطرهكثيرةمنأجلهذهالخصوصياتسوفيتمايشاء

بنك

التمويلإيجادالص \_\_\_\_\_ يغاللازمةلذالكوتكفلبالجوانب

الأساسيةلتأهيلوبناءصناعةالسياحةفيالجزائر بواسطةجملةالإجراءاتالتالية :<sup>2</sup>

- إجراءاتالدموالإلزاميالاكتتابفيمخططنوعيةالسياحة،وتكونبمجموعالمساهماتالتالية:
  - مساهمةالصناديقالخاصة .
  - تمويلكثفمعخصائصالسياحة .
  - تحفيزتنوعياتجاهالاستثمارفيالهضابالعلياالتابعةللمؤسساتالصغيرة والمتوسطة،والجنوب .
  - عملياتالتأهيلعنطريققتخصيصمبلغمنصناديقالتأهيل .

<sup>1</sup> من الموقع : [www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages](http://www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages) تاريخ الاطلاع : 21 / 04 / 2019 ، نوقيت:17:30.

<sup>2</sup> من الموقع : [www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages](http://www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages) تاريخ الاطلاع : 21 / 04 / 2019 ، نوقيت:17:30.

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي أفاق 2025

- الإلزام بالاكتمال في مخطط نوعية السياحة .

- الإجراءات التحفيزية لبعض الاختصاصات :تشجيع النشاط الصحراوي، العلاج بالصحاري... عن طريق تكييف شروط القرض مع هذا الأنشطة ومنحها تحفيزا تضريرية خاصة بها .
- المساعدة في اتخاذ القرار وتقييم المخاطر ،بواسطة تقديم الخبرة الأولية للمشروع وإجراء الدراسات اللازمة للمشروع المقدمة.
- المساعدة لتمويل عتاد الاستغلال من أجل اقتناء عتاد عصر يلزم ما ننتقد مخدمات عالية من ناحية النقل، الإطعام، الترقية بمرافقة المؤسسات الصغيرة خاصة التي تستثمر هذا النشاط طاتو لا يمكن أن تمويلها بمصادر خاصة.

المبحث الثالث : حصيلة المخطط التوجيهي لهيئة السياحة للفترة 2013 - 2016 .

إن

الرهانات التي رفعتها الجزائر في مخططها الإستراتيجي لانتاج القطاع السياحي وبناء اقتصاد سياحي عولم على المرحة ما بعد البترول للمتكبر هانات عشوائية وقرارات تجارية بل كانت نتائج عدة دراسات ونقاشات من أجل تطوير قطاع السياحة وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا المبحث من خلال التطرق إلى تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهيكل الفندقية في المطلب الأول ، وتهيئة العقار السياحي واستغلال المحطات الحموية في المطلب الثاني ، بينما تطرقنا في المطلب الثالث إلى نتائج الإنظام إلى مخطط الجودة ، وإنجازات الشراكة والتمويل في المطلب الرابع وأخيرا نتائج تسويق وجهة الجزائر السياحية في المطلب الخامس .

المطلب الأول : تطور الانجازات من حيث طاقات الإيواء والهيكل الفندقية :

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

لقد برمج إنجاز 75000 سرير من النوع الفخم بغرض استقبال 2.5 مليون سائح في حدود سنة 2015

والجدول الموالي يوضح نسبة الإنجاز وتقدما لأشغال الإنفاقية

في الهيكل لفندقية المبرمجة خلال هذه الفترة.<sup>1</sup>

الجدول رقم 06 : يوضح وضعية المشاريع السياحية سنة 2013-2014 .

سنة 2014				سنة 2013				
التكلفة	عدد	عدد	مجموع	التكلفة	عدد	عدد	مجموع	
الكلية 10	مناصب	الأسر	المشاريع	الكلية 10	مناصب	الأسر	المشاريع	
	الشغل				الشغل		يع	
190,34	2552	54884	385	173,89	2808	5157	377	مشاريع في
4	6			3	3	0		طور
								الإنجاز
27,70	3797	9123	104	23,58	6850	1401	129	مشاريع
						7		متوقفة
93,84	1300	33860	296	65,42	8093	1726	219	مشاريع
	6					3		غير

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة، أطروحة دكتوراه السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 212 .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

منطقة								
مشاريع تم انجازها	21	1793	576	2,56	76	6377	2971	30,38
المجموع	746	8464	4360	265,45	861	10424	4530	342,26
		3	2	1		4	0	

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2014، الجزائر، ص

.27

يظهر من الجدول أنه تم الموافقة على 861 مشروع، أنجز منها 76 مشروع فقط بنسبة % 8.8

مناجم اليا المشاريع المقبولة وطاقات إيواء بلغت 6377 سرير حوالي % 8.50 من إجمالي المشاريع المبرمجة

75000 (سرير) و 375 مشروع قيد الإنجاز أي % 44.7 من إجمالي المشاريع المقبولة بطاقات إيواء

54884 سرير حوالي 73 % الإجمالي، وإذا فرضنا أن المشاريع قيد الإنجاز قد انتهت بها الأشغال نهاية 2015

فإن نسبة الإنجاز

ستصل إلى % 80 من مجموع ما تم برمجته من طاقات إيواء 75000 سرير،

لكن إلى غاية اليوم هناك تأخر في نسبة الإنجاز التام تقدر بـ % 90

والباقية عبارة عن مشاريع قيد الإنجاز أو متوقفة لأسباب كثيرة أهمها مشكلات تمويل ومشكلات العقار السياحي

الحيازة والتهيئة .

الجدول رقم 07: وضعية الحظيرة الفندقية بين 2013 - 2016 .

2016		2015		2014		2013		فئة التصنيف
عدد	عدد	عدد	عدد	عدد	عدد	عدد	عدد	

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	
6734	13	4224	08	4242	08	4242	08	الفنادق 5 نجوم
2810	12	1800	06	1800	06	1600	05	الفنادق 4 نجوم
7045	51	5829	39	5829	39	5775	38	الفنادق 3 نجوم
4425	46	4605	46	4605	46	4605	46	الفنادق 2 نجوم
11295	158	11295	158	10639	149	10639	149	الفنادق 1 نجمة
8533	160	8533	160	8406	156	8406	156	الفنادق دون نجوم
384	2	384	2	384	2	384	2	اقامة سياحية 2 نجوم
313	01	313	01	313	01	313	1	اقامة سياحية 1 نجمة
93	02	93	02	93	02	93	2	موتيل /نزل طريق 2 نجوم
30	01	30	01	30	1	30	01	موتيل نزل طريق 1 نجمة
16	01	16	01	16	1	16	01	نزل ريفي 2 نجوم
20	01	20	01	20	1	20	01	نزل ريفي 1

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

								نجمة
274	01	274	01	274	1			قرى العطل 3 نجوم
91	05	91	05	91	05	426	03	نزل مفروش وحيد الصنف
9381	195	9381	196	9381	196	9381	196	هياكل أخرى موجهة للفندقة
55380	566	54742	552	52886	555	52613	549	طريق تصنيف
170	06	170	06	170	06	170	06	محطة الاستراحة
426	10	426	10	426	10	426	10	نزل عائلي وحيد الصنف
10742	1231	10224	1195	99605	1185	98804	1176	المجموع
0		4						

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2016، الجزائر، ص 09

2014

أما إذا أخذنا وضعية الحظيرة الفندقية الحالية نهائية

إلغاية نهاية 2014

2008

فأغلب الفنادق ليست مصنفة أو هي في طريق التصنيف منذ سنة

، إذ سجلت أخيرا كبرى بالنسبة لإعادة تهيئتها وتأهيلها ليستحق أن يؤهلها للمسعى المطلوب

وباقيا الهياكل الفندقية مصنفة نجمة أو نجمتين وهيها كاليبس المطلوبة من طرف الأجانب، فالطلب يدو لالجوار مرتفع

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

لها هيكل من صنف 3 نجوم ما لتتناسب مع سياحة فاخرة وفق خدمات جيدة، ذلك 0 نجوم و 05

نجوم ما لتتنضيفا الطابع الجمال يعلنا المدن السياحية وتشجع قيامها الهيكل الفاخرة من صنف  
4 سياحة الأعمال والمؤتمرات.

أما في سنة 2016 نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن تزايد ملحوظ لكل من عدد  
الفنادق والأسرة على التوالي لتصل إلى أرقام جد هائلة من 1231 إلى 107420.

### المطلب الثاني: تهيئة العقار السياحي واستغلال المحطات الحموية

من بين 205 منطقة للتوسع السياحي التي تم إحصاؤها 53207 هكتار  
تم تهيئة عشرة مناطق فقط للاستغلال كما أن الأعمال الجارية من أجل إضافة  
39

منطقة توسعاً أخرى، وسجلت أكبر في

تهيئة العقار السياحي مما أدب بالتوقف عن مشاريع كثيرة لهذا السبب. وفيما يخص  
ياغة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية علم مستو بالولايات فقط نطقتنا العملية في بعض الولايات تهيئة تسعة ولايات والباقي قيد الدراسة.

كما تم منح 150 عقداً متياز سنة 2014

لاستغلال المنابع الحموية موزعة على القطر العام والخاص .

كما تم إنجاز خريطة وطنية للمنابع الحموية 202

منبعاً لتتيمناً إحصاؤها حسب الدراسات الخاصة بأهمية العلاجية لكل منبع.

الجدول رقم 08: يوضح وضعية استغلال المنابع الحموية نهاية 2014.

العدد	المؤسسات الناشطة	مشاريع في	مشاريع متوقفة

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

	طور الانجاز	مركز العلاج بمياه البحر		مركز حموي		المنابع المياه الحموية	المنابع	
		خاصة	عمومية	خاصة	عمومية			
11	20	01	01	07	08	50	202	سنة 2013
14	15	01	01	07	08	47	202	سنة 2014
- 03	05	00	00	00	00	03	00	تطور

المصدر :وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مرجع سابق، ص 29 .

إن عندما الإسراع عفا استغلال هذا المنابع الحموية لدفعا لسياحة العلاجية وحل لكالمشاكل المرتبطة بالاســـــتثمار فيها  
يعتبر هد ر لطا قات يمكن أن تدفع بالسياحة الجزائرية في هذا المجال قدما لسد الطلب بالداخل ويوحتنا الدولي .

### المطلب الثالث : الانضمام لمخطط الجودة.

إن تطبيق مخطط الجودة والانضمام إليها لاكتساب علامة السياحة الجزائرية التي تعبر عن ارتقاء المؤسسة  
الوطنية إلى المستوى المعايير الدولية المعمول بهـــــا

في هذا المجال من أهمها أن تطور القطر على السياحة الحي والترويج لعلها النجاح استراتيجية المخطط التوجيهي للهيئة الســـــي  
احية 2025 لذلك سعت العديد من المؤسسات لتدخل ضمنها للاستفادة منها لمراتبها التي يوفرها حيث تم:<sup>1</sup>

- تنصيب المجلس الوطني للجودة السياحية.

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة ، مرجع سبق ذكره ، ص 213 .



## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

- اتخاذ التدابير اللازمة والقوانين المحفزة علنا لانضمام لمخطط الجودة و اكتساب علامة " جـــــودة السياحة الجزائرية" وتخفيض الضرائب حسب ما نص عليه قانون المالية التكميلي 2009 .
- وبما أن التكوين والتدريب هو أساس الارتقاء بجودة المورد البشري فقد تم الاهتمام بتكوين إطارات التتولدها أيضا عمليا يتكون المستعملين في القطاع السياحي وتأطير الطلبة علميا بمستويات المدارس المتخصصة.
- تخصيص ميزانية مقدرة بـ 1.5 مليار للفترة الخماسية 2014 - 2010 من أجل تدعيم الاجراءات الخاصة بتطبيق مخطط الجودة في المؤسسات العمومية.
- فتح المجال لدراسة التخصص في الجامعات والمعاهد الخاصة .

### المطلب الرابع : إنجازات الشراكة والتمويل :

في إطار الشراكة بين مؤسسات الدولة والأطراف الفاعلة تم إنشاء عدة جمعيات ناشطة علنا المســـــتوية بالوطن والمحلين لها  
:1

1- الفدرالية الوطنية لدواوينا السياحية وأصحاب الفنادق .

2- الفدرالية الوطنية لوكالات السياحة والسفر .

3- النقابة الوطنية لوكالات السياحة والسفر .

كذلك عقد العديد من الشراكات بين مختلف الفاعلين لرفع من كفاءة السياحة ، حيث نبرز أهم الشراكات فيما يلي :

- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال للتعميم واستعمال التقنيات للاتصال الحديثة في صناعة السياحة لتعزيز القدرات التنافسية وترقية الوجهة السياحية الجزائرية.
- وزارة التكوين المهني لاد عم مخطط التكوين النوعية لتكوين المستعملين وتكوينهم لأكفأ عم مؤهلين في ميدان السياحة .

<sup>1</sup>Ministère du Tourisme et de L'artisanat ,Bilan d'étape de la mise en oeuvre du schéma d'aménagement touristique (SDAT),avril 2013 , p 15.

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

- اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي (الإتحاد الأوروبي)

والمنظمة العالمية للسياحة في مجال التطوير السياحي والصناعة التقليدية

### المطلب الخامس : نتائج تسويق الوجهة السياحية الجزائرية:

إننا أصعب مهمة تواجهنا على السياحة الجزائرية سواء من الناحية العالمية والخاصة هو محور الصور والانبعاثات السلبية

التي تكونت عن الجزائر كوجهة سياحية داخلية أو خارجية، فأصبحت تحديد النسبة لهم هو نشر الوعي والثقافة السياحية

بالمواطنين المحليين والمقيمين في الخارج الذين ما زالوا لا يؤمنون بقدرات الجزائر فيينا عسى سببها ارتفاع أسعار الخدمات

ماتالسياحية في الدائم مقارنة بأسعار دول الجوار وما زالوا يفضلون قضاء عطلة خاصة الصيفية في الشواطئ التونسية

سببها ولذا نرى أن

لأنها أقل تكلفة وأكثر رفاة، زد على ذلك فتح المجتمعات الأخرى مقارنة بمجتمعنا فيما يخص قبولها كوجهة سياحية

ها إيجابياتها وسلبياتها ولكنها صناعة لا بد منها للتنويع مازال اقتصاد الوطن وكأي صناعة أخرى، فصناعة

لبن وتولم مثلها آثارا

وأضرارها على الطبيعة والإنسان والحيوان لكننا قبلناها، ولا بد أن يكون نفس الحال بالنسبة لصناعة السياحة.

ومن أجل ترسيخ مبدأ التعاون والتحسيس بأهمية الحفاظ على المكامن الطبيعية كل سنة وفي أي موسم

صطيا فتقوم الجماعات المحلية بمشاركة الجمعيات الوطنية والمحلية بإقامة مبادرات لتنظيف الشواطئ والقيام بمحرم

لاتي علامية تهدي للتنوعية السكان بأهمية الحفاظ على الطبيعة ونظافة الأماكن العمومية.

أما علم مستوي العمل لدولي لترقية وتسويق الوجهة الجزائرية فتقوم وزارة السياحة ممثلة أيضا بمجموع

مؤسساتها بمجموعة من النشاطات أبرزها :<sup>1</sup>

1- تنظيم المعارض الدولية للسياحة والسفر (SITEV) طبعة في كل سنة

2- إنجاز دليل خاص بالفنادق علم مستوي لترقية والترويج للسياحة كالاتالسياحية.

<sup>1</sup> شرفاوي عائشة ، مرجع سبق ذكره ، ص 216 .

## الفصل الثالث .....المخطط السياحي آفاق 2025

3- طبع مجموعة من الكتيبات باللغتين العربية والفرنسية للتعريف بالجزائر وتراثها الثقافي والشعبي منها

"الهقار والطاسيلي"، "عالم الطماينة"، "الواحات بوابة الصحراء... الخ".

4- استعمل المواقع الأونتر نت في المؤسسات العمومية للتعريف بالتر و يجب الواجهة السياحية الجزائرية ونذكر :

- موقع وزارة السياحة [www.mta.dz](http://www.mta.dz)
- موقع الديوان الوطني للسياحة [www.ont.dz](http://www.ont.dz)
- موقع الجزائر سياحة موقع تجاري [www.algeriantourism.com](http://www.algeriantourism.com)
- بالإضافة إلى المواقع الكال اتال سياحية والفنادق التيتر وجلسنا عة السياحة وغيرها .
- الأقرص المضغوطة التي توزع على مختلف القنصليات بالخارج وتوزع في المعارض الوطنية والدولية .

خلاصة الفصل .

## الفصل الثالث.....المخطط السياحي آفاق 2025

توصلنا من خلال هذا الفصل إلى أن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو مجموعة من التنظيمات والإجراءات التي تهدف من خلالها الدولة بالرقى في المجال السياحي من خلال وضع الخطط والبرامج التي يمكن من خلالها الاستغلال الأمثل لمختلف ما تحويه الجزائر من جوانب عرض سواء الطبيعية أو الثقافية ، حيث ركزت الدولة في هذا المخطط على خمس ديناميكيات أساسية تمحورت أساسا حول تـثـمـين مخططوجهةالجزائر ،الأقطبالسياحيةلامتياز،مخططالنوعية مخططالشراكة ومخططتمويلالسياحة كل هذا بهدف التغلب على مختلف التحديات التي تعيق الاستثمار في هذا المجال وصنع موقعة سياحية تنافس بها على المصاف العالمي .

# الفصل الرابع:

تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة أفاق 2025

## تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل إعطاء تقييم للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025، انطلاقا من الإشارة إلى حالة السياحة في الجزائر قبل تطبيقه بالتركيز على الفترة (2000-2007). يتم تناول أهم إنجازات المرحلة الأولى من تطبيق المخطط (2008-2013) مستخلصة نسب الإنجاز وحالات التوفيق والإخفاق مع توقع إمكانية تحقيق الأهداف المخططة للفترة (2013-2015)، من خلال دراسة إحصائية مستخدمة المنهج الوصفي التحليلي لأهم المؤشرات. ثم الاعتماد على معطيات مصادر مختلفة.

وسيتم ذلك من خلال ما يلي:

- المبحث الأول: قراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة أفاق 2025
- المبحث الثاني: استخلاص نقاط القوة والضعف للمخطط التوجيهي أفاق 2025

## المبحث الأول: تحليل المخطط التوجيهي للتهيئة أفاق 2025

من خلال هذا المبحث سنحاول تقديم قراءة تحليلية لمخطط التوجيهي للتهيئة أفاق 2025 حيث سنقوم بتحليل لمختلف الأفاق التي تضمنها هذا المخطط حيث قسمنا بحثنا هذا إلى ثلاث مطالب، حيث تضمن المطلب الأول على أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، أما المطلب الثاني تضمن آليات إنعاش السوق السياحية في الجزائر وفق ما جاء به المخطط، أما المطلب الثالث فتضمن تطور أهم مؤشرات أداء قطاع السياحة.

## المطلب الأول: أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025)

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية، حيث يعد بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين والقطاعات والمناطق.

حيث يمكن حصر أهداف المخطط بشكل عام في مجموعتين الأولى مادية، وأخرى نقدية منها (1) توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، والصناعة، (2) تحسين التوازنات الكلية كالتشغيل، الميزان التجاري، والاستثمار، (3) التوفيق بين الترقية السياحية والبيئة (4) تهمين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري كون هذا العناصر تمثل عوامل جذب هامة.

## أولا. الأهداف المادية للمرحلة (2008\_2015)

يقدر عدد الأسرة المطلوب توفيره 75000 سرير من النوعية الجيدة، ثم تحديد هذا الهدف اعتمادا على الأرقام المحققة من طرف دول الجوار 1، وتنقسم إلى 40 ألف سرير وفق المقاييس الدولية منها 30 ألف من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا، و 10 آلاف سرير إضافي في المدى المتوسط على مستوى الأقطاب ذات الأولوية التي يتوقع أن تمثل نصف قدرة الاستقبال. يفترض أن توفر هذه الاستثمارات 400 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر و 91600 مقعد. تتلخص الأهداف المادية للمرحلة (2008\_2015) في الجدول التالي<sup>1</sup>

## الجدول رقم 09: الأهداف المادية للمرحلة (2008,2015)

1 المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، الكتاب الأول، ص 17

السنة	2007	2015	المضاعف
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون	1.47
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	159.869 منها 75.000 سرير فخم	1.8
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7	3	1.3
إيرادات (مليون دولار)	250	2000-1500	7 إلى 9
مناصب الشغل مباشرة وغير المباشرة	200000	400000	2
تكوين مقعد بيداغوجي	51200	91600 جديد ليبلغ الإجمالي 142.800	2,78

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب الأول، ص 18

#### ثانيا. الأهداف النقدية للمرحلة (2008-2015):

تم تقديم الأموال الضرورية لتحقيق مختلف الاستثمارات التي تساهم في دمج الجزائر في السوق السياحية الدولية سواء كانت عمومية أو خاصة بـ 2,5 مليار دولار أمريكي، كما يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي العمومي والخاص المادي وغير المادي المتمثل في الهياكل القاعدية، تهيئة المناطق الطبيعية والاتصال بـ \$60000 منها 55 ألف استثمارات مادية و 55 ألف كاستثمارات غير مادية.

#### المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي:

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في فنادق السلسلة (يقدر عدد الأسرة من كل الأنواع بـ 29286 سرير)، 20 قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي، وإطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.



الجدول 10. أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز (جنوب)	عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للامتياز (شمال)
4	الجنوب الغربي الواحات	23	شمال شرق
2	الجنوب الغربي توات قورارة	32	شمال وسط
1	الجنوب الكبير الأهقار	18	شمال غرب
7	المجموع	73	المجموع

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب الأول، ص 19

يعكس هذا الجدول استمرار اللاتوازن في التنمية السياحية، حيث ركزت السلطات في توزيع المشاريع السياحية على الجهة الشمالية للبلاد، فمن بين 80 مشروع تم تخصيص 73 للمناطق الشمالية مقابل 7 مشاريع فقط للجنوب رغم ما للسياحة الصحراوية من أهمية خاصة في ما تعلق بجذب السياح الأجانب.

**المطلب الثاني: آليات إنعاش السوق السياحية في الجزائر وفق ما جاء به المخطط**

شرع في العمل مند بداية 2008 ببرنامج السياحة ذات الأولوية، قصد تفعيل التحول السياحي عن طريق إطلاق الأقطاب الأولى للامتياز أو القرى السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية كدافع للانطلاق. تتمثل الآليات الخمسة لإنعاش السياحة، حسب ما جاء به المخطط في:

**أولاً: مخطط وجهة الجزائر**

يهدف إلى تعزيز جاذبية الجزائر عن طريق تحسين صورتها والتموقع في الأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة. المرحلة الأولى تتمثل في منح الأولوية لهذه الأسواق، مع حصر الفروع والمنتج الواجب تطويره، تهديد الأهداف لهذه الأسواق.

**ثانياً: الأقطاب السياحية للامتياز**

حدد المخطط، سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي: القطب شمال شرق ويشمل مدن عنابة، سكيكدة، الطارف، قالمة، تبسة، سوق أهراس. القطب شمال وسط ويشمل مدن الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلة، البويرة، بجاية، تيزي وزو القطب شمال غرب ويشمل مدن مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيليزان. القطب جنوب شرق يشمل الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعية. القطب جنوب غرب ويشمل توات، القرارة، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار. القطب الجنوب الكبير ويشمل الطاسيلي، اليزي، جانت. قطب الجنوب الكبير ويشمل أدرار تمنراست.

**ثالثاً: مخطط الجودة السياحية**

يشمل مجموعة من المهام منها تحسين الجودة وتطوير العرض السياحي، منح رؤية جديدة للمحترفين، حث المتعاملين في هذا القطاع على العمل بإجراءات الجودة ونشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة ذات جودة، قصد الاستجابة للهدف المادي والمالي للمخطط، أصبح تكوين العنصر البشري أمراً ضرورياً، لذا حدد المخطط ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين آفاق 2025 متمثلة في ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، تأهيل المؤطرين، إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين وكذا الابتكار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

**رابعاً: مخطط الشراكة العمومية\_الخاصة:**

يسعى مخطط الشراكة العمومية\_الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي ذي جودة عالية، وجعل الوجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> معارف (مجلة عملية دولية محكمة) قسم: العلوم الاقتصادية

#### خامسا: مخطط تمويل السياحة:

يتعلق الأمر ب:

- مرافقة المستثمرين المرقين وأصحاب المشاريع ومساعدتهم باتخاذ القرار، في تقدير المخاطر، وفي تمويل عتاد الاستغلال.
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية.
- التمديد في مدة القرض.
- دعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للجودة وإنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

#### المطلب الثالث: تطور أهم مؤشرات أداء قطاع السياحة من 2000 الى 2013

حيث يمكن تلخيص أهم هذه المؤشرات في: المشاريع الاستثمارية، طاقة الإيواء، التدفقات السياحية، مناصب الشغل، الإيرادات المحققة، المساهمة في الناتج الداخلي الخام، وعدد المقاعد البيداغوجية.

#### أولا: الاستثمار السياحي

في ظل التغيرات التي عرفتها الجزائر، اتبعت سياسة فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني والأجنبي في القطاع السياحي، حيث قامت بوضع عدة قوانين لتشجيع الاستثمار، كالتسهيلات المالية والإعفاءات الجبائية، والتي جاءت في قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993، ويمكن توضيح هذه التحفيزات في الجدول التالي:

الجدول رقم 11: امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993

الجنوب الكبير	الطوق الثاني للجنوب	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	المساعدات على الإنجازات
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل
%0.5	%0.5	%0.5	%0.5	حقوق التسجيل بعقود تأسيس الشركات ورفع رؤوس أموالها
إعفاء 10 سنوات	إعفاء 07 على الأقل	إعفاء من 05 إلى 10	إعفاء من 02 إلى 05	الرسم العقاري(سنة)
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA
%03	%03	%03	%03	الحقوق الجمركية
تكفل جزئي أو كلي	%50	تكفل جزئي أو كلي	لا شيء	إشغال المنشآت القاعدية
امتيازات يمكن أن تصل حتى الدينار الرمزي	تخفيض %/50	امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية	التنازل على الأراضي العمومية
لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء	التخصيص على نسبة الفوائد

المصدر: عبد القادر شلالي، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025،

قدر حجم الاستثمارات إلى غاية الثلاثي الأول لسنة 2007 ب1:

**1 مشاريع قيد الإنجاز:** قدر عددها ب 329 مشروعا بتكلفة إجمالية 6046 مليار دج، بمعدل انجاز متوسط 62.10%. هذه المشاريع كان من المتوقع أن تسمح بتدعيم الحظيرة الفندقية بطاقة إيواء جديدة تقدر ب 33152 سريرا، وقدر عدد المناصب الممكن إحداثها ب 10544 منصب شغل.

**2 مشاريع متوقفة:** تم حصر 276 مشروعا متوقفا بمعدل انجاز 36%، وقدرت تكلفتها ب 26 مليار دج، هذه المشاريع كان من المقرر أن تضيف طاقة إيواء جديدة ب 24524 سريرا، وتوفر 7498 منصب شغل مباشر.

**3 طلبات الاستثمار:** تم رصد 882 طلب مسجل للثلاثي الأول لسنة 2007، وقدرت طاقة الإيواء المنتظر تحقيقها 23934 سريرا وإحداث 80604، منصب شغل مباشر، أما التقديرات المتعلقة بتكلفة انجاز الاستثمارات السياحية الجديدة فقد حددت ب 867 مليار دج، 33.45% من طلبات الاستثمار تتعلق بإنجاز فنادق و 20% تخص انجاز قرى سياحية.

بالنسبة للمرحلة (2008-2013) فان المشاريع المقترح إنجازها، تعتبر من النوع المتوسط والرفيع، ويكون حجم الاستثمار المتوقع 150 مليار دج جزائري لانجاز 60 ألف سرير بقيمة 2.5 مليون دينار للسرير.

**3 طاقة الإيواء:**

سجل هذا المؤشر تذبذبا واضحا خلال الفترة (2000-2007)، كما سجل معدل النمو تراجعا بداية 2003 من 9.08% الى 0.15% سنة 2007، حيث ارتفع عدد الأسرة ب 18098 خلال ثماني سنوات أي بمعدل 2262.25 سرير سنويا وهو عدد ضعيف جدا بالنسبة لبد يطمح إلى جلب عدد كبير من السياح. الجدول التالي يوضح عدد الأسرة ونسبة النمو لفترة (2000-2007):<sup>1</sup>

**جدول 12.** تطور عدد الأسرة ونسبة النمو لفترة (2000-2007):

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عدد الأسرة	67087	66523	72567	77473	82034	82808	84869	85000
نسبة النمو/	0.72	-0.84	9.08	6.76	5.88	0.94	2.49	0.15

**المصدر:** وثائق وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء، تقرير منظمة السياحة العالمية.

<sup>1</sup> لحسين عبد القادر، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء مجاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025

لكن رغم ضعف طاقة الإيواء المنجزة، فان الأرقام تبين وجود نية لتحسينه ضمن إستراتيجية تريد تحسين وتغطية العجز في مجال الإيواء. تعكس السلسلة الزمنية أعلاه وجود مركبة اتجاه عام تدعم ما ذهبنا إليه.

**أهداف الفترة(2008-2013):**

في هذه المرحلة كان من المفروض انجاز 60000 سرير بمتوسط سنوي قدره 10000سرير، ومنه إضافة إلى 72000 سرير التي تم إحصائها في نهاية 2002، والطاقات التي تم توقعها للمرحلة 2004-2007 عي 55000 سرير، والمرحلة الممتدة ما بين 2008 و 2013 هي 60000 سرير، أي مجموع كلي قدره 187000 سرير في آفاق 2013.

**الجدول 13. الأهداف المسطرة لتطور طاقة الإيواء للفترة (2008-2013):**

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الأسرة	137000	147000	157000	167000	177000	187000
نسبة النمو	7.87	7.30	6.80	6.37	5.99	

المصدر: وثائق وزارة السياحة

ما يمكن ملاحظته من الجدول السابق هو توقع تراجع نسبة النمو نظرا لثبات نسبة الزيادات السنوية لعدد الأسرة المقرر إنجازها عند 10000 سرير إضافي سنويا.

**عدد الأسرة المنجزة خلال الفترة(2008-2013):**

ارتفعت طاقة الإيواء خلال الفترة (2008-2013) من 85000 سرير سنة 2007 إلى 96700 سنة 2013 ب 11700، أي بمعدل 1950 سرير سنويا.

**الجدول 14. تطور طاقة الإيواء المنجزة للفترة (2008-2013).**

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الأسرة	85876	86383	92377	92737	94600	96700
نسبة النمو	-	0.59	6.94	0.39	2.01	2.22

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، تقرير منظمة السياحة العالمية.

من خلال النظر للجدولين رقم 5-6 نلاحظ الفرق الكبير بين الأهداف السنوية المسطرة وما تم تحقيقه فعلا، وتزايد الفجوة بينهما من 51124 سرير سنة 2008 إلى 90300 سنة 2013. كما يمكن ملاحظة شبه توقف في عدد الأسرة المنجزة خاصة بالنسبة للفترة (2010-2013) حيث خلال 4 سنوات تم انجاز 4323 سرير فقط بمتوسط 1080.75 سرير سنويا بمعدل 0.47% سنويا.

#### ثانيا التدفقات السياحية:

رغم الارتفاع المتوالي لعدد السياح للفترة (2000-2007) إلا أنه بقي ضعيفا خاصة بالنسبة للسياح الأجانب الذي لم يتجاوز 500000 سائح إلى غاية 2007.

#### الجدول 15. تطور عدد السياح للفترة 2000-2007:

السنوات	السياح الأجانب		الجزائريون المقيمون في الخارج		المجموع	
	العدد	نسبة النمو/	العدد	نسبة النمو/	العدد	نسبة النمو/
2000	381755	-	669044	-	865984	15.69
2001	196229	11.79	705187	2.13	901416	4.09
2002	251145	27.99	736915	4.5	988060	9.61
2003	304914	21.41	861373	19.89	1166287	18.04
2004	368662	20.87	865057	0.44	1233719	5.78
2005	441206	19.71	1001884	15.8	1443090	19.97
2006	478358	8.42	1159224	15.7	1637582	13.48
2007	511173.36	6.86	1231910.6	6.27	1743084	6.44

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء.

يلاحظ تذبذب في معدل تطور عدد السائحين الأجانب، فمن 11.79% سنة 2001 إلى 27.99% سنة 2002 ثم 21.41% سنة 2003، ليبقى في تراجع حيث وصل إلى 6.86% سنة 2007، رغم ذلك فقد سجل نمو أحسن من عدد الجزائريين المقيمين في الخارج الذي لم يبلغ 20% في أحسن أحواله (سنة 2003).

تطور التدفقات السياحية خلال الفترة (2008-2013):

بينما لم يتعدى عدد السياح 1.7 مليون سائح إلى غاية 2007 أغلبهم من الجزائريين المقيمين في الخارج، بدأ هذا العدد بالتحسن نوعا ما، حيث تعدى 2 مليون سائح بداية من سنة 2010، قد يرجع ذلك إلى الإستراتيجية المتبعة في المخطط، من خلال تحسين ظروف الاستقبال أو صورة الجزائر في الخارج. والجدول التالي يوضح التدفقات السياحية المحققة خلال الفترة (2008-2013):

الجدول 16. تطور التدفقات السياحية للفترة (2008-2013).

السنوات	السياح الأجانب		الجزائريون المقيمون في الخارج		المجموع	نسبة النمو
	عدد السياح	نسبة النمو	عدد السياح	نسبة النمو		
2008	556697	8.90	1215052	-1.37	1771749	1.46
2009	655810	17.80	1255696	3.35	1911506	7.89
2010	654987	-0.13	1415509	12.37	2000000	4.62
2011	901642	37.65	1493245	5.49	2394887	19.74
2012	700000	-22.36	1900000	27	2600000	8.56
2013	9640000	37.71	1736000	8.63	2700000	3.75

المصدر: وثائق وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء، تقرير منظمة السياحة العالمية.

من خلال المقارنة بين عدد السياح المبرمج استقباليهم والعدد الفعلي. نلاحظ عدم تحقق التوقعات المقدرة للفترة (2008-2013)، رغم الارتفاع في عدد السياح لسنة 2007 بـ 1743084 (منهم 511173.63 سائح أجنبي) إلى 2.7 مليون سائح أجنبي سنة 2013، (منهم 964000 سائح أجنبي) بينما كان من المتوقع وصول 3090000، هذا لارتفاع يعود إلى زيادة عدد السائحين الجزائريين المقيمين بالخارج الذي فاق بكثير عدد السياح الأجانب، ومنه يمكن ملاحظة أنه رغم كل الجهود المبذولة لهذه الفترة لم تسجل سوى 78889 سائح أجنبي إضافي مقابل ارتفاع عدد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج بـ 504089.

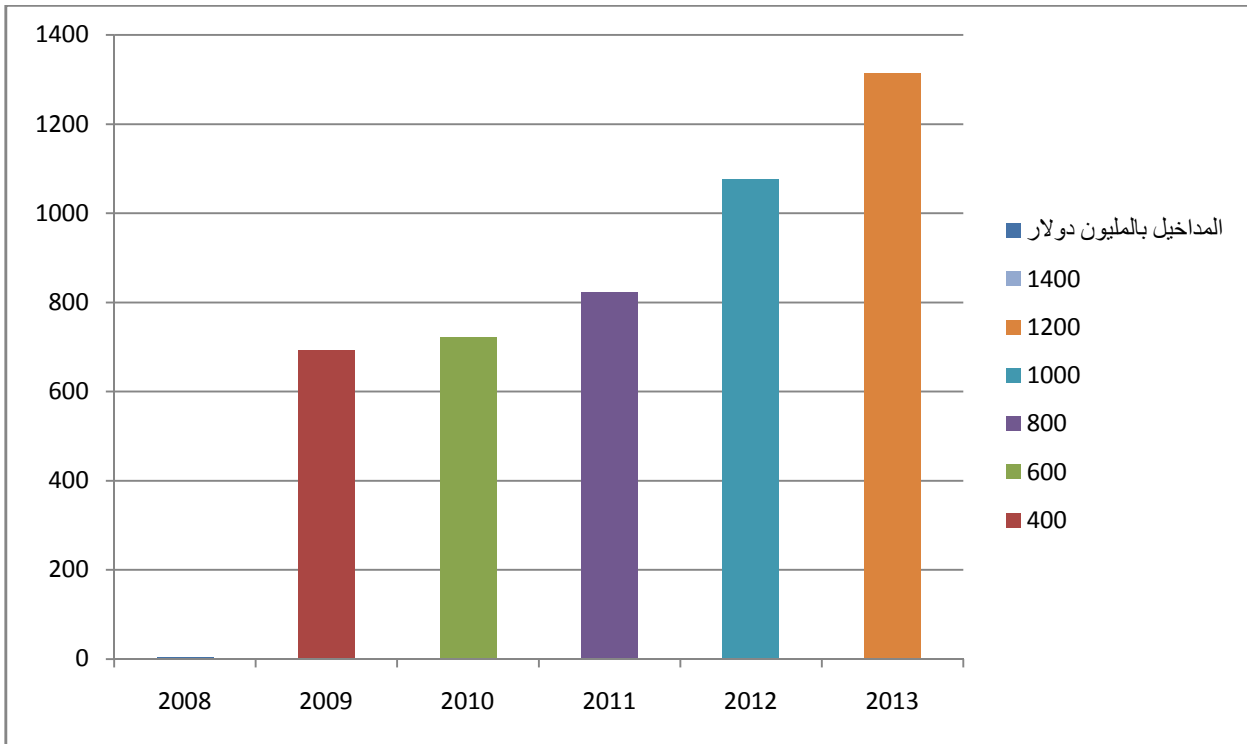


ثالثا: الإيرادات السياحية

1- تطور المداخل بالعملة الصعبة:

وباعتبار أن متوسط الإنفاق للسائح قدر بـ 520 دولار أمريكي لسنة 2002، فقد تم تقدير الإيرادات السنوية آفاق 2013 على أساس هذا المتوسط، كما يبينه الشكل التالي:

الشكل 6. تطور المداخل بالعملة الصعبة



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على وزارة السياحة، والبيئة وتهيئة الإقليم.

تشير البيانات أن المداخل السياحية المتوقعة للفترة 2013/2008 تزيد بوتيرة متسارعة، حيث أن الإيرادات السياحية سنة 2013 بلغت 1313 مليون دولار، بعد ما كانت 485 مليون دولار في سنة 2008، أي زيادة بمقدار 828 مليون دولار خلال 05 سنوات، ولكن الواقع يكشف أنه خلال سنتي 2008 و 2009 لم تتحقق النتيجة المرجوة من الإيرادات السياحية، حيث أنه خلال سنة 2008 تم تحقيق 300 مليون دولار، و 330 مليون دولار سنة 2009، أي أن هناك عجز بمقدار 185 مليون دولار سنة 2008، و 262 مليون دولار سنة 2009، هذا يدل أن الإنفاق السياحي مزال متواضعا في الجزائر، ويمكن إرجاعه إلى نوعية الخدمات المقدمة.

2- تطور ميزان المدفوعات (عمليات الأسفار والخدمات):

تعمل السياحة على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلية من خلال ما تضخه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو رسوم أو ضرائب فعندما تكون المداخيل من العملة الصعبة أكبر أو تساوي نسبة خروج العملة الأجنبية، فان رصيد هذا الميزان يكون عاملا لتوازن ميزان المدفوعات على مستوى الاقتصاد الوطني، والجدول التالي يوضح وضعية الميزان التجاري السياحي الجزائري:

الجدول 17. يمثل ميزان المدفوعات الجزائري (عمليات الأسفار والخدمات)

2015	2014	2013	2012	2011	2010		
3457,4	3532,3	3986,0	3765,6	3909,8	3613,0	إيرادات	خدمات
10966,0	11702,7	10668,6	10802,9	11972,2	11856,1	نفقات	
-7508,6	-8170,4	-6682,6	-7037,3	-8062,4	-8243,1	رصيد	
303,7	258,3	230,3	196,4	208,3	219,1	إيرادات	أسفار
676,7	612,1	410,2	427,8	501,7	574,3	نفقات	
-373,0	-353,8	-179,9	-231,4	-293,4	-355,2	رصيد	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الديوان الوطني للإحصاء ons

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ميزان المدفوعات السياحي الجزائري يشهد عجزا ماليا وخسائر متنامية، وهذا ما يعكس ضعف تسيير هذا القطاع، بالرغم ما تقوم به الدولة من جهود في سبيل ترقيقته، عكس بعض الدول التي نجحت في تحقيق تنمية سياحية حقيقية ومن بين هذه الدول مصر.

رابعاً: مناصب الشغل

يعتبر قطاع السياحة من بين القطاعات التي توفر مناصب الشغل، وفي الجزائر وحسب إحصائيات سنة 2008 يوفر قطاع السياحة حوالي 320000 منصب الشغل في الوقت الذي كان سنة 2001 يوفر 95000 منصب شغل.

الجدول.18 تطور عدد مناصب الشغل للفترة (2000-2007): الوحدة ألف عامل.

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عدد المستخدمين	82	95	100	103	165	172	193.9	204.4
نسبة المساهمة في العمالة الأجنبية	1.43	1.52	1.54	1.54	2.11	2.13	-	-

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء.

يمكن ملاحظة الثبات النسبي في مساهمة السياحة في العمالة الإجمالية إلى غاية سنة 2004 حيث ارتفعت هذه النسبة بـ0.57% لتصل إلى 2.11%.

عدد المناصب المحققة للفترة (2008-2013):

بلغ عدد الوظائف سنة 2008 حوالي 320000 وظيفة مقابل 204400 وظيفة سنة 2007، ليلغ 364000 سنة 2013 بزيادة 115600 منصب خلال 6 سنوات، بمتوسط 19266.66 منصب شغل/سنة.

جدول.19 تطور مناصب الشغل في قطاع السياحة للفترة (2008-2013):

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد المستخدمين في القطاع السياحي	320000	35000	-	344000	-	36400
المساهمة في العمالة الاجمالية%	3.5	3.9	4.06	--	-	3.5

المصدر: تقرير منظمة السياحة العالمية.

نسبة المساهمة في الناتج المحلي الخام للفترة (2008-2013)

ارتفعت هذه النسبة من 1.7% سنة 2007 إلى 8.3% سنة 2013، وهو مؤشر إيجابي رغم ضعف النسبة.

جدول 20. تطور نسبة المساهمة في نسبة الناتج المحلي الخام للفترة (2008-2013)

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013
نسبة المساهمة في الناتج الداخلي الخام	2.05	2.3	2.3575	3.7	2.477	8.3
معدل النمو	-	0.12	0.03	0.57	-0.33	2.35

المصدر: تقرير منظمة السياحة العالمية.

خامسا: نسبة المساهمة في الناتج المحلي الخام

الجدول التالي يوضح تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام للفترة (2000-2007)

الجدول 21. تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام للفترة (2000-2007)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
النسبة %	1.4	1.6	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، وثائق وزارة السياحة.

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أعلاه هو استمرار ضعف مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام، رغم الجهود المبذولة لتنميته، وهذا راجع إلى ارتفاع أسعار المحروقات في السنوات الأخيرة من هذه الفترة.

واقع قطاع السياحة وآفاقه في حدود 2015:

جدول رقم 22: مقارنة واقع قطاع السياحة وآفاقه في حدود 2015.

السنة	إحصائيات الوزارة لسنة 2012	البرنامج المسطرة لسنة 2015
عدد السياح الوافدين	2634056 سائح	2.5 مليون سائح
عدد الأسرة	96497 سرير	75000 سرير ذو نوعية
المساهمة في الاقتصاد الوطني (PIB)	2.4 %	3 %
الإيرادات مليون دولار	430	1500 الى 2000
مناصب الشغل (مباشر وغير مباشر)	420000	400000
التكوين (مقعد بيداغوجي)	- - -	91600

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على ( المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، إحصائيات صادرة عن وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصاء).

### المبحث الثاني: نقاط القوة والضعف للمخطط التوجيهي آفاق 2025

تمهيد: سنحاول في هذا المبحث بإبراز نقاط القوة والضعف التي وصل إليها المخطط التوجيهي SDAT2025.

#### المطلب الأول: نقاط القوة للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية SDAT2025

- 1- ساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على تحسين وجهة الجزائر السياحية عبر استراتيجيات متبعة.
- 2- إطلاق الأقطاب السياحية للامتياز (POT) والقرى السياحية الأولى للامتياز (VIT) بصفتها مشاريع ذات أولوية.
- 3- تعتبر الأقطاب السياحية كمشاريع ذات أولوية وتعتبر دافع الانطلاق قصد تفعيل التحول السياحي.
- 4- وضع مخطط الجودة السياحية الذي يشمل تحسين الجودة وتطوير العرض السياحي.
- 5- انجاز عدة مشاريع سياحية في القطب السياحي للامتياز (وسط شرق غرب)، وذلك من خلال بناء عدة فنادق وقرى سياحية، ومحميات طبيعية.
- 6- مساهمة السياحة ولو بجزء قليل في إنعاش ميزان المدفوعات، والنتائج الوطنية الخام.

#### المطلب الثاني: نقاط الضعف للمخطط التوجيهي آفاق 2025

أولا: المخطط الاستثمار السياحي في الجزائر

##### 1- من حيث الفنادق:

تم توزيع مجمل المشاريع المبرمجة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، وعددها 80 مشروعا، موزعة بـ 73 مشروعا سياحيا على الأقطاب السياحية للامتياز للوسط والشرق والغرب، و 7 مشاريع على الأقطاب السياحية للامتياز للجنوب الغربي (الواحات)، الجنوب الغربي (توات قورارة)، الجنوب الكبير (الأهفار)، وبالتالي تركز الاستثمارات السياحية في الشمال على حساب الجنوب.

##### 2- من حيث القرى السياحية:

حيث تركزت أغلبها في القطب السياحي شمال وسط، ما نتج عن تهميش 3 أقطاب سياحية ولم تحظى بأي استثمار في هذا الإطار، حيث استفاد القطب السياحي شمال شرق على ثلاثة قرى و 4 قرى في القطب السياحي شمال غرب، بينما القطب السياحي جنوب غرب استفاد من قرية واحدة الأمر الذي يكرس عدم

التوازن في التنمية وتمييز قطب عن قطب، وبالتالي تقويت فرصت استغلال جزء كبير من الطاقات التي تتمتع بها الأقطاب الأخرى.

#### ثانيا: من حيث التدفقات السياحية

حيث أنه يلاحظ تدبدب في معدل تطور السائحين الأجانب على غرار الجزائريين المقيمين في الخارج الذي فاق بكثير عدد السياح الأجانب.

#### ثالثا: من حيث التنمية السياحية

1- غياب الاهتمام والفهم السليم للمنتجات السياحية الجزائرية.

2- طاقة الإيواء غير كافية، وذات نوعية سيئة.

3- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق بالنسبة لوكالات الأسفار.

4- توغل ضعيف لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة.

5- ضعف نوعية النقل ونقص الأمن.

6- عجز في تسويق وجهة الجزائر.

7- عدم وجود تكامل بين مختلف برامج التهيئة السياحية، فبمجرد انتهاء فترة البرنامج ومع عدم اكمال انجاز

منشاء المشاريع، يتم تركها والبدء بمشاريع برامج جديدة لتصبح الاولى مجرد تكاليف واعباء دون عائد.

#### رابعا: من حيث الناتج المحلي الخام

ضعف مساهمة القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني حيث بلغت نسبة مساهمة المداخل السياحية في الناتج الإجمالي 2.3% سنة 2013 وعجزه عن خلق مناصب شغل وتحريك القطاعات الأخرى.

## ملخص الفصل:

حيث قمنا في هذا الفصل بقراءة تحليلية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، حيث تناولنا أهداف المخطط وأهم مؤشرات أداء قطاع السياحة، وكذلك تناولنا الديناميكيات الخمس للمخطط التوجيهي SDAT2025، التي شملت حركية مخطط وجهة الجزائر وحركية الأقطاب السياحية للامتياز (POT)، وحركية نوعية مخطط السياحة (P.Q.T)، وحركية مخطط الشراكة العامة والخاصة، وحركية مخطط تمويل السياحة (P.F.T).



الخاتمة



أصبحت الظاهرة السياحية من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في العصر الحالي وتحولت إلى صناعة القرن الواحد والعشرين بفضل النمو السريع الذي عرفته بعد الثورة الصناعية وما أحدثته من تطورات تكنولوجية أدت إلى تطور وسائل النقل والاتصال خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تحولت الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية تنقل المسافرين عبر أقطار العالم وزادت الحاجة إلى السفر بعد تحسن الظروف المعيشية وزيادة العطل للعمال وأصبحت السياحة مطلبا لفئات كثيرة المجتمعات المتقدمة فهي بمثابة غذاء للروح بعدما كانت تقتصر على الطبقة البرجوازية في القرن التاسع عشر.

وعلى غرار باقي دول العالم اهتمت الجزائر بالمجال السياحي في الفترة الأخيرة نظرا لتعلق هذا القطاع بكافة القطاعات الأخرى و المردودية الكبيرة التي يجلبها حيث يهدف لبناء اقتصاد بديل للمحروقات وهذا ما تسعى إليه الحكومة من خلال المخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي يعتبر بكرة التوجه للاقتصاد البديل من خلال الاستغلال الأمثل لمختلف الموارد التي تملكها الجزائر سواء الطبيعية ، البشرية أو الثقافية ، كذلك يوضح المخطط الأهداف الإستراتيجية المراد بلوغها وكذا الديناميكيات الأساسية التي يمكن تطبيقها لتكوين سمعة سياحية تليق بمكانتها الدولية والإقليمية . ومن خلال دراستنا لموضوع المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025 تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات يمكن إدراجها في النقاط التالية:

- السياحة نسيج صناعي متكامل يؤثر في مجمل القطاعات الاقتصادية وعلى المتغيرات الكلية من خلال أثارها على الدخل وميزان المدفوعات والتشغيل وبالتالي تؤدي إلى تنشيط الحركة التجارية بصفة خاصة وتنمية الاقتصاد ككل بصفة عامة .
- تأثرت السياحة بالمتغيرات الاقتصادية التي عاشها العالم بعد الحرب العالمية الثانية مما أدى إلى تحولها من مجرد ظاهرة هدفها الترفيه والاستجمام إلى صناعة تهدف إلى تنمية الاقتصاديات الدولية.
- رغم الثراء الطبيعي وامتلاك الجزائر لمقومات الجذب السياحي إلا أن السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع ظلت عاجزة للنهوض بالقطاع السياحي رغم انتهاج التخطيط كأساس علمي في عملية التنمية السياحية سواء خلال الاقتصاد الموجه أو خلال الانفتاح والتوجه نحو اقتصاد السوق.
- نقص اهتمام الدولة بقطاع السياحة، فالسياحة الجزائرية تدفع ثمن الخيارات الاقتصادية الفاشلة التي أهملت القطاع السياحي منذ الاستقلال وغياب إرادة سياسية حقيقية لبناء قطاع سياحي مستدام.

## الخاتمة

- تردي وضعية المناخ الاستثماري في الجزائر وضعف جاذبيته مما أدى إلى عزوف كثير من المستثمرين الخواص جزائريين وأجانب عن الاستثمار في القطاع السياحي بسبب كثرة العراقيل الإدارية والتنظيمية وغياب الشفافية وتفشي ظاهرة الفساد الإداري في جميع المستويات.
  - نقص احترافية مستخدمي القطاع السياحي بسبب ضعف التكوين والتدريب السياحي الذي لا يرقى إلى المستويات المقدمة في الدول المتقدمة.
  - الإخفاق في تسويق الوجهة السياحية الجزائرية بسبب ضعف الإستراتيجية التسويقية المعتمدة وإهمال دور التسويق الإلكتروني للسياحة ودور المكاتب الدبلوماسية الجزائرية.
  - عدم استقرار الجهاز الإداري والتنظيم القائم على القطاع وتشتيت عملية التسيير والإدارة بين أجهزة القطاع مما أدى تداخل المهام وتضارب الاختصاصات بين المسيرين مع وجود مركزية شديدة في اتخاذ القرارات وغياب التنسيق والتشاور مع الأطراف الفاعلة في القطاع السياحي.
  - نقص الوعي السياحي بغياب الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري مما يعكس سلبا في الحفاظ على البيئة والمرافق العامة والاستغلال الأمثل للمناطق السياحية من طرف المستثمرين.
- بناء على النتائج المتوصل إليها توصلنا إلى تأكيد الفرضية الرئيسية أي أن:
- لم يساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 في تطوير قطاع السياحة في الجزائر وذلك بما جاء في محتوى المخطط، حيث أنه لم تفعل الديناميكيات الخمس بالشكل المضبوط من خلال النتائج المتحصل عليها من دراستنا لهذا المخطط ونذكر منها:
- 1- التقسيم غير العادل للمشاريع السياحية في الأقطاب حيث نجدها بكثرة في القطب وسط شرق غرب، وقليلة في القطب الجنوبي.
  - 2- نقص خبرة أصحاب التسويق لتسويق وجهة الجزائر مقارنة بدول الجوار ك: تونس والمغرب.
  - 3- تكلفة المشاريع السياحية المعاد برمجتها من جديد في المخططات الجديدة.
- التوصيات.
- بناء على النتائج المتوصل إليها ندرج مجموعة التوصيات والاقتراحات التالية.
- ضرورة تفعيل الشراكة بين القطاع العام والخاص بإقحام ممثلين عن القطاع الخاص في الجهاز الإداري.
  - العمل على استقرار الجهاز الإداري القائم على القطاع السياحي.

## الخاتمة

- ضرورة تنويع المنتجات السياحية الجزائرية بتجسيد برنامج الأعمال الذي سطره مخطط وجهة الجزائر في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من حيث الفروع الواجب تطويرها لاستقطاب أسواق جديدة.
- يجب توفير إطار تنظيمي وقانوني لبيئة الأعمال الإلكترونية مع توفير البنية التحتية اللازمة لهذه الأعمال، فالسياحة الإلكترونية أصبحت ضرورة وحتمية في المعاملات الدولية.
- ينبغي تكثيف الحملات الترويجية على المستوى الدولي لتسويق وجهة السياحة الجزائرية.
- يجب الاهتمام بقطاع الصناعات التقليدية والعمل على ترقيته.
- ينبغي تكثيف برامج التعليم والتدريب التي تراعي مستويات البرامج الدولية المقدمة في هذا المجال لتكوين عنصر بشري كفاء وفعال الذي سيكون الاستثمار الحقيقي لبناء السياحة الجزائرية.
- ضرورة تنويع المنتجات المالية القادرة على تمويل المشاريع السياحية في البنوك التجارية وكذلك العمل على تشجيع ظهور بنوك الاستثمار السياحي.
- العمل على تطوير البنية التحتية والمرافق الضرورية خاصة النقل بكل أنواعه بفتح المجال أمام الاستثمار الخاص في قطاع النقل.
- العمل على نشر الوعي السياحي والبيئي بإدماج مادة الثقافة السياحية في المناهج التعليمية منذ الأطوار الأولى وتكثيف الحملات الإعلامية التي تروج إلى دعم بناء سياحة مستدامة في الجزائر.
- العمل على التطبيق الصارم للقوانين التي تحمي البيئة وتحافظ على الموارد السياحية وتمنع الاستغلال العشوائي لهذه الموارد.
- العمل على تثمين الموروث الثقافي والحضاري والتعريف به دوليا من خلال إقامة مهرجانات دولية والمشاركة في التظاهرات الدولية.

آفاق الدراسة:

يمكن اقتراح موضوع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل ما يلي:

-تقييم الإستراتيجية الجديدة لوضع السياحة الجزائرية على الطريق الصحيح بعد 2025.

# قائمة المراجع

## المراجع

### أولا :الكتب باللغة العربية .

1. المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، تسويق سياحي، الرياض،2008
2. أحمد الجلاد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب الطبعة الأولى ، القاهرة ، 1988 .
3. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
4. بشير مصطفى ، نهاية الربيع – الأزمة والحل - ، دار الجسور للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2015 .
5. حمدي عبد العظيم، اقتصاديات السياحة، مدخل نظري وعملي متكامل، مكتبة الشرق، القاهرة، 2000.
6. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج، الأردن، 2005
7. صبري عبد السميع حسين، أصول التسويق السياحي، جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق، القاهرة، 1992،
8. علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000،
9. فؤادة عبد المنعم البكري ، التنمية السياحية في مصر والوطن العربي ، عالم الكتب القاهرة ، 2004 .
10. كاترين قبو ، التسويق ، ترجمة وردية راشد ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر بيروت ، لبنان ، الطبعة الأولى ، 2008 .

## المراجع

11. ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن 2008 .
12. محسن أحمد الخضيرى ، التسويق السياحي ، مدخل اقتصادي متكامل ، مكتبة مدبولي ، القاهرة
13. محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الثانية ، الاسكندرية ، 1995.
14. محمد عبيدات ، التسويق السياحي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .
15. محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، الاسكندرية ، مصر ، دار المعرفة الجامعية
16. محمود الديماسي وآخرون ، تخطيط البرامج السياحية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
17. معهد التخطيط القومي ، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية ، إقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساته على الاقتصاد القومي ، ديسمبر 1998.
18. نبيل الروبي ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، القاهرة، 1987

## المراجع

19. نعيم الطاهر ، سراب الياس ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،  
الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2001
20. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول: تشخيص وفحص السياحة  
الجزائرية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية.
21. وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، الكتاب 2 المخطط التوجيهي للتهيئة  
السياحية، وزارة السياحة والصناعة التقليدية.
22. وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، الكتاب 3 المخطط التوجيهي للسياحة ،  
الأقطاب السياحية للامتياز ، جانفي 2008 ..
23. وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ،  
الكتاب 5 : المشاريع ذات الأولوية السياحية ، جنفي 2008 .
24. أسامة صبحي الفاعوري، الإرشاد السياحي ما بين النظرية والتطبيق، الطبعة  
الأولى، دار الورق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
25. محمد صبحي عبدالحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة الطبعة  
الثانية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2001.
26. سامي عبد القادر سعيد، التسويق والمبيعات في صناعة السياحة والفنادق،  
الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2008.

ثانيا \_ المذكرات:

## المراجع

1. احمد لشهب، السياحة في الجزائر من 1962 إلى 1982، رسالة ماجستير،  
جامعة الجزائر 1987
2. جودي عبد القادر .، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر ،  
أطروحة دكتوراه جامعة الجزائر 2006 .
3. حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، مذكرة مقدمة انيل شهادة  
ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة البليدة ، 2006 .
4. خالد كواش ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه  
غير منشورة ، 2003 - 2004 ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر
5. دمداد نوال ، الإستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية ،  
رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر 2010
6. ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير، معهد العلوم  
الاقتصادية جامعة الجزائر 1996.
7. شرفاوي عائشة، أطروحة دكتوراه السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد  
الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية ،جامعة محمد خيضر ، الجزائر ، 2015.
8. صحراوي بن شيخة وبن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق  
التممية الاقتصادية والاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر الدولي حول "



## المراجع

السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض الدول " جامعة البليدة يومي

24 و 25 افريل 2012

9. متولي عبد العاطي محمد علي ، التقييم الاقتصادي الاستراتيجيات تنشيط الطلب

السياحي في وقت الأزمات ، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم

الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، المعهد القومي للإدارة العليا ،

القاهرة ، 2000 .

### ثالثا \_ المجالات:

1. الرجباني المنجي ، السياحة والبيئة ، مجلة البيئة ، الهيئة العامة للبيئة ، العدد 07 ،

ليبيا 2002.

2. خالد كواش ، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر ، مجلة علوم

الاقتصاد والتسيير والتجارة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر

، العدد 13 2005 .

3. عوينات عبد القادر ، السياحة في الجزائر - التحديات والرهانات ، في ظل المخطط

الوطني للتهيئة السياحية 2025 ، مجلة معارف ، العدد ، جامعة أكلي محند أولحاج

. 2012 .

4. عبد السميع صبري، التسويق السياحي والفندقي-أسس علمية وتجارية عربية-بحوث

ودراسات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.

## المراجع

### رابعاً \_ الملتقيات

1. حياة بن سماعيل ، زايدى حسبية ، أقطاب السياحة الصحراوية للامتياز ودورها في تحويل الجزائر إلى بلد سياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، دراسة واقع السياحة والإستثمار السياحي بولاية بسكرة ، الملتقى الدولي الثاني حول : دور السياحة الصحراوية في التنمية الإقتصادية والاجتماعية " يومي 11 و 12 مارس 2012 ، جامعة محمد خيضر بسكرة
2. قزير محمود ، واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية ، ملتقى دولي حول تسيير وتمزير الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة باتنة ، يومي 1 و 2 ديسمبر 2014.
3. محمد العطا عمر ، الندوة العلمية " أثر الأعمال الارهابية على السياحة "صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية ، دمشق .

### خامساً \_ المؤتمرات

1. عمر أبو العينين، تخطيط الطاقة الفندقية في ضوء الطلب السياحي، وقائع مؤتمر السياحة في مصر واقتصادياتها وإدارتها، جامعة المنصورة 22 - 23 مارس 1988.

## المراجع

2. معيزي قويدر ، السياحة في الجزائر واقع وآفاق ، مع الإشارة إلى حالة ولاية البليدة  
المؤتمر العلمي الدولي حول - السياحة رهان التنمية - دراسة حالة تجارب بعض  
الدول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ، يومي 24 و 25  
أفريل 2012 .

### سادسا \_ المواقع الإلكترونية

1. الحظائر الوطنية في الجزائر ، على الموقع [www.al-fadjr.com](http://www.al-fadjr.com) ،
2. الأقطاب السياحية للامتياز ، على الموقع [www.andi.dz](http://www.andi.dz) .
3. أهم المتاحف الوطنية على الموقع : [www.ahwahatech.com](http://www.ahwahatech.com) .
4. إيلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء إيكولوجي وسياحة علاجية  
على الموقع [www.djazairess.com](http://www.djazairess.com) ،
5. المعالم الجزائرية بين الانتشار والاندثار ، على الموقع :  
[www.esslamonline.com](http://www.esslamonline.com) .
6. جغرافيا الجزائر ، على الموقع : [www.onec-education.com](http://www.onec-education.com) .
7. [www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages](http://www.andi.dz/index.php/ar/régimes.d-avantages) الأقطاب السياحية

للامتياز

ثامنا \_ المراجع باللغة الفرنسية

1. G p la zoto géographique du tourisme, maison paris  
1990.
2. ROBERT LANQUARD, LE MARKETING TOURISTIQUE,  
PARIS, 1981.
3. Ministère du Tourisme et de L'artisanat, Bilan d'étape de  
la mise en œuvre du schéma d'aménagement touristique  
(SDAT), avril 2013