

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة جيجل



كلية العلوم الاقتصادية  
والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير

السياحة بين مقومات تطورها وعوامل تعثرها  
- دراسة حالة ولاية جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير سياحة

إشراف الأستاذة:

د. نجار حياة

إعداد الطالبتين:

➤ شطيبي منى

➤ غسمون مديحة

لجنة المناقشة:

أ. بن جازية عمر

د. نجار حياة

أ. عبد اللوش محمد

رئيسا.

مقررا.

عضوا.

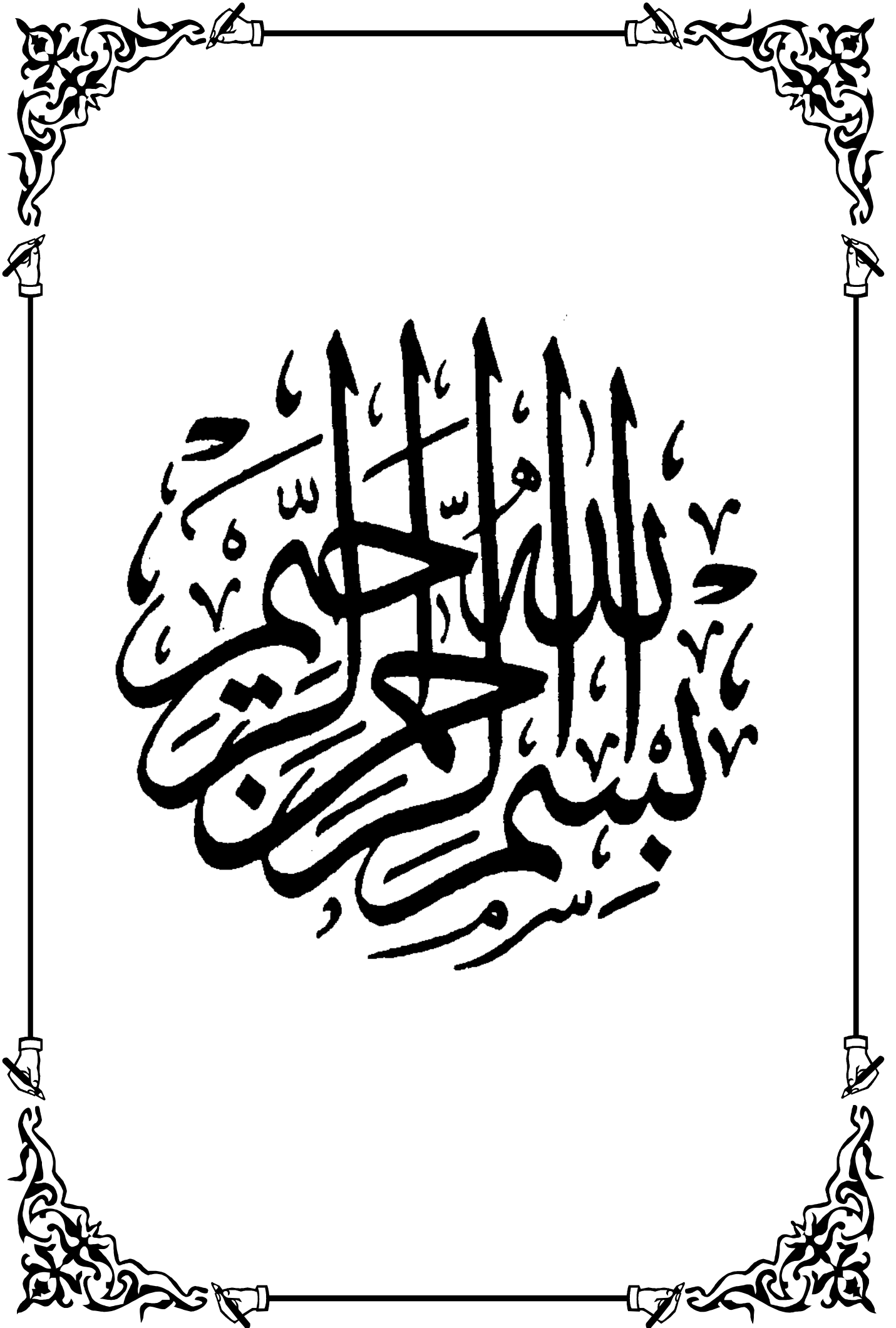
جامعة جيجل

جامعة جيجل

جامعة جيجل

السنة الجامعية

2014-2013



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

# شكر و تقدير

قال تعالى: " لئن شكرتم لأزيدنكم "

إلى من كان سر نجاحنا وتوفيق دربنا فكان من نعمه التي لا تحصى إنجاز هذا العمل اللهم لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.

عرفانا بالجميل نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى من كانت قدوة لنا في هذا البحث العلمي علي النصائح والتوجيهات القيمة وصبرها الكبير معنا فكانت خير ناصح

وخير موجه إلى من سهرت على الإشراف على هذا العمل المتواضع

إلى الأستاذة الفاضلة والمحترمة, أدامها الله و رعاها الدكتورة : \*نجار حياة \*

كما نتقدم بالشكر إلى كل إطارات مديرية السياحة لولاية جيجل على تقديمهم العون

في إنجاز هذا العمل ونخص بالذكر مدير المديرية السيد "منصور نور الدين"

كما نقدم الشكر إلى كل عمال فندق الجزيرة

ولا ننسى من قدم لنا يد العون من قريب

أو بعيد من الأساتذة والزملاء والأصدقاء

ولو بكلمة طيبة أو دعاء بالتوفيق.

# إهداء

إلى التي حملتني وهنا على وهن وبكت من أجلي في صمت التي أهدتها الحياة التعب  
والحرمان فأهديتني الدفاء والحنان، التي خصها الله بالشرف الرفيع والعز المنيع  
إليك يامن الجنة تحت قدميها، يا أغلى شيء في الوجود، حبيبتي **أمي** حفصكي الله.  
إلى كابد الشدائد وكان عرق جبينه منير دربي، إلى من اشترى لي أول قلم ودفعني بكل  
ثقة لمعركة العلم وشجعني على خوض الصعاب، إليك **أبي** العزيز حفصك الله.  
إلى أخواتي "دليلة، عبلة، سمية، والتوائم نوال وحنان" حفظكن الله من كل أذى.  
إلى أخي العزيز والدلوع صغير العائلة **مراد** حفظه الله.  
إلى عربون البركة والتي لم تبخل علي بدعائها جدتي أطال الله عمرها.  
إلى كل عائلة غسمون وبوالويحان.  
إلى عائلة طيبوش خاصة سارة جلال ورائ.  
إلى رفيقة الدرب وصديقة العمر الوفية مني.  
إلى صديقاتي، ليندا، عزة، أحلام، سليمة، سوسو وعائلاتهم.  
حميدة، سعدية، فوزية، عائشة، وردة، وسيلة، زينب، وعزيزة وبناتها.  
هدى، سلمى، وفاء، عبلة، نورة، جازية.  
إلى زميلاتي وزملائي في الدراسة خاصة السنة الثانية ماستر تسيير واقتصاد السياحة 2014.  
والي كل أساتذة المسار الدراسي.  
إلى كل من ذكرهم قلبي ونسأهم قلبي.  
ليهم جميعا أهدي بذرة عملي وثمره جهدي.

# مليحة

# إهداء

إلى التي حملتني وهنا على وهن وبكت من أجلي في صمت التي أهدتها الحياة التعب  
والحرمان فأهدتني الدفاء والحنان، التي خصها الله بالشرف الرفيع والعز المنيع  
إليك يامن الجنة تحت قدميها، يا أغلى شيء في الوجود، حبيبتي **أمي** حفصكي الله.  
إلى كابد الشدائد وكان عرق جبينه منير دربي، إلى من اشترى لي أول قلم ودفعني بكل  
ثقة لمعركة العلم وشجعني على خوض الصعاب، إليك **أبي** العزيز حفصك الله.  
إلى الإخوة الأعزاء: فواز، أمين، وليد، يعقوب، والكتكوت الصغير المشاغب إسحاق حفصكم الله.  
إلى أخواتي: إيمان، نسرين، حسناء حفصكن الله من كل أذى.  
إلى عربون البركة أطال الله في عمره وشفاه من مرضه جدي عمار.  
إلى كل عائلتي شطبيبي، وبوحنيفة.  
إلى بناتي عمي: عزيزة، حليلة، مريم، مارية، ريم.  
إلى رفيقة الدرب وصديقة العمر الوفية مديحة.  
وصديقاتي: وحيدة، سيليا، وفاء، فوزية، لبنى، فاطمة، مريم، مارية، فريدة.  
إلى زميلاتي وزملائي في الدراسة خاصة السنة الثانية ماستر اقتصاد السياحة 2014.  
والي كل أساتذة المسار الدراسي.

إلى كل من ذكرهم قلبي ونساهم قلبي.

إليهم جميعا أهدي بذرة عملي وثمره جهدي.

# هنئي

# فهرس المحتويات

شكر وعران

إهداء

قائمة الأشكال والجداول

أ.....مقدمة

## الفصل الأول : أساسيات حول السياحة

6.....تمهيد

7.....المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة ومراحل تطورها

7.....المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة

10.....المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح

14.....المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة

16 .....المبحث الثاني: خصائص السياحة، أنواعها وإبعادها

16 .....المطلب الأول: خصائص السياحة

17.....المطلب الثاني: أنواع السياحة

20.....المطلب الثالث: أبعاد السياحة

23.....المبحث الثالث: أثار السياحة، أسسها ومبادئها

23.....المطلب الأول: أثار السياحة

24.....المطلب الثاني: أسس السياحة

29.....المطلب الثالث: مبادئ السياحة

36.....خلاصة

## الفصل الثاني: مقومات تطور السياحة وعوامل تعثرها

38.....تمهيد

39.....المبحث الأول: مدخل إلى المقومات السياحية

39.....المطلب الأول: تعريف المقومات السياحية

40.....المطلب الثاني: أنواع المقومات السياحية

43.....المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في المقومات السياحية

45	المطلب الرابع: استدامة المقومات السياحية.....
49	المبحث الثاني: عوامل تعثر السياحة وأساليب النهوض بها.....
49	المطلب الأول: أساليب النهوض بالسياحة.....
50	المطلب الثاني: دور القطاع السياحي في تطور اقتصاديات الدول.....
51	المطلب الثالث: معوقات السياحة.....
53	المطلب الرابع: الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة.....
55	خلاصة.....

### الفصل الثالث: المقومات السياحية بجيجل وحدودها

57	تمهيد.....
58	المبحث الأول: واقع السياحة بولاية.....
58	المطلب الأول: تاريخ بولاية جيجل.....
60	المطلب الثاني: عوامل تطور السياحة بولاية جيجل.....
62	المطلب الثالث: المخططات والمشاريع السياحية بولاية جيجل.....
68	المبحث الثاني: مقومات السياحة بولاية جيجل.....
68	المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية.....
71	المطلب الثاني: المقومات الثقافية والحضارية.....
74	المطلب الثالث: خدمات البنية التحتية.....
76	المطلب الرابع: المقومات السياحية المادية.....
83	المبحث الثاني: معوقات السياحة بولاية جيجل والحلول المقترحة.....
84	المطلب الأول: المعوقات التي تواجه قطاع السياحة بولاية جيجل.....
87	المطلب الثاني: الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة بولاية جيجل.....
88	المطلب الثالث: عرض نتائج المقابلة.....
90	خلاصة.....



92..... الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

المخلص

# قائمة الأشكال و الجداول

## قائمة الجداول والأشكال

### • قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	التوافد علي هياكل الإيواء	63
02	مناصب الشغل المستحدثة خلال 2013	64
03	مناطق التوسع السياحي لسنة 2013	65
04	المواقع الأثرية والنصب التاريخية لولاية جيجل	72
05	النقل بواسطة الحافلات لولاية جيجل لسنة 2013	75
06	وسائل نقل المسافرين	76
07	المنشآت الفندقية الموجودة على مستوى ولاية جيجل	77
08	المخيمات العائلية	89
09	الشواطئ المسموحة للسياحة	80
10	الشواطئ الغير مسموحة للسياحة	81
11	الوكالات السياحية	82
12	الدواوين السياحية	83

### • قائمة الأشكال:

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
01	المحاور الإستراتيجية لاستدامة الموارد السياحية	46

# المقدمة العامة

تعتبر السياحة نشاط إنساني وبشري، يتجسد في انتقال مؤقت للأفراد من منطقة إلى أخرى داخل إقليم الدولة أو خارجه بغية تحقيق أهداف معينة كالراحة، الاستجمام، الترفيه، العلاج والاستكشاف... الخ. كما أصبح قطاع السياحة من أهم القطاعات التي تهتم بها الدول وذلك لما له من دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية.

لقد شهدت السياحة نموا متزايدا في السنوات الأخيرة سواء من حيث المداخل أو عدد السياح، وذلك من خلال الثراء الطبيعي والجغرافي والتاريخي الهائل الذي تتمتع به الدول المستضيفة للسياح. لتحقيق التنمية السياحية يجب توفر الموارد السياحية والإمكانيات المادية والبشرية. فالمناظر الطبيعية وأماكن الراحة والترفيه، الجبال والأنهار، الشواطئ والغابات، وكذلك الآثار التاريخية والدينية، اليد العاملة المؤهلة والكافية، والصناعات التقليدية والفنون الشعبية بمختلف أنواعها، العادات والتقاليد، كلها تمثل في مضمونها مقومات سياحية يجب أن تتوفر في كل بلد يريد جلب أكبر عدد ممكن من السياح. وبالتالي، فإن تطور السياحة يعتمد أساساً على استغلال كل الموارد السياحية المتوفرة، بناء المنشآت القاعدية وتطويرها كالفنادق، تحسين الخدمات السياحية المقدمة ومطابقتها لمعايير الجودة العالمية، وما يتطلبه من ارتفاع في مستوى التعامل مع السياح.

### إشكالية البحث

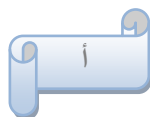
باعتبار أن تطور السياحة يتوقف بالدرجة الأولى على الاستغلال العقلاني للمقومات السياحية في ظل حدود معينة، فإن طرح السؤال الرئيسي التالي بات أمراً ضرورياً لبلوغ الأهداف المتوخاة من هذا البحث: كيف يمكن استغلال المقومات السياحية وتجاوز معوقاتها بما يخدم قطاع السياحة في ولاية جيجل؟ ولمحاولة الإجابة على الطرح المقدم استوقفنا التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي أسباب انتشار السياحة؟
2. ما هي مقومات السياحة وما العراقيل التي تواجهها السياحة بولاية جيجل؟
3. ما هي الحلول المقترحة لمواجهة العراقيل والمعوقات السياحية؟

### فرضيات البحث

للإجابة على إشكالية البحث اعتمدنا على صياغة الفرضيات التالية:

1. يمكن استغلال المقومات السياحية من خلال توسيع مناطق التوسع السياحي؛
2. هناك إهمال للمقومات السياحية لولاية جيجل؛
3. هناك جهود مبذولة لمواجهة المعوقات التي تواجه السياحة في ولاية جيجل.



### دوافع اختيار البحث

- هناك عدة أسباب كانت الدافع لاختيار موضوع البحث، أهمها:
- ارتباط موضوع البحث بمجال التخصص الجامعي " اقتصاد وتسيير السياحة"؛
- الرغبة في إثراء معارفنا في ميدان السياحة ومقوماتها، ومن ثم إثراء المكتبة؛
- نشر وتعميق الثقافة السياحية باعتبارها شرطا ضرورياً لترقية السياحة وتطويرها.

### أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في إبراز الدور الذي تلعبه صناعة السياحة في تطوير السياحة ونموها من خلال استغلال الموارد السياحية المتوفرة سواء كانت طبيعية أو ثقافية أو تاريخية أو غيرها، وكذلك احتواء جيجل على مقومات سياحية مادية مع وجود المشاريع السياحية ومناطق التوسع السياحي، إضافة إلى أهمية إلقاء الضوء على ولاية جيجل كمنطقة ساحلية سياحية يمكن أن تساهم بشكل كبير في تنمية القطاع السياحي وتطويره.

### أهداف البحث

- يمكن إيجاز أهم الأهداف المتوخاة من وراء هذا البحث في النقاط التالية:
- المساهمة في رفع الوعي السياحي ونشر ثقافة السياحة في ولاية جيجل؛
- تحديد المقومات السياحية وإبرازها في ولاية جيجل من أجل تطويرها والمحافظة عليها للنهوض بالقطاع السياحي؛
- معرفة عوامل تطور السياحة وتجنب الأسباب التي تؤدي إلى تعثرها؛
- إبراز المشاريع السياحية ومناطق التوسع السياحي في ولاية جيجل والتي ستقوم بها الدولة من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة؛
- معرفة أهم المعوقات التي تواجه القطاع السياحي بالولاية وتقديم مجموعة من التوصيات والحلول.

### الدراسات السابقة

مما لاشك فيه أن بحثنا هذا مستوحى من دراسات سابقة تناولت موضوع السياحة من جوانب مختلفة وتتمثل هذه الدراسات فيما يلي:

- الدراسة الأولى عبارة عن رسالة دكتورا "لمحمود فوزي شعوبي" 2006-2007 حول السياحة والفندقة في الجزائر، حاول الباحث من خلالها معرفة التطور التاريخي للسياحة ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، من خلال تحليل العرض والطلب، وتوصل إلى أن السياحة تعد نشاطا اقتصاديا هاما كغيره من النشاطات

الاقتصادية الأخرى، وذلك لما تحقّقه من آثار إيجابية على الرفاهية الاقتصادية كزيادة الإيرادات من النقد الأجنبي، والمساهمة في الدخل الوطني وخلق فرص العمل وزيادة الإيرادات للدولة.

- أما الدراسة الثانية فتعود لـ "كواش خالد" بعنوان "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر 2003\_2004" حاول الباحث فيها معرفة السياحة من حيث مؤشراتها ومقوماتها وآفاق ومستقبل الجزائر، من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية في كل من الجزائر المغرب وتونس، وتوصل إلى أن للسياحة دور مهم في كل من الجزائر المغرب وتونس، لأنها تساهم في تطوره ونموه.
- في حين تناولت دراسة تدرج في إطار نيل شهادة الماستر، تحت عنوان "تخطيط الخدمات السياحية"، حاول فيها الباحث معرفة أهم المفاهيم النظرية المرتبطة بالسياحة والتخطيط السياحي وربطه بالتنمية السياحية المستدامة، كما تم إدراج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، وتوصلت إلى أن القطاع السياحي في ولاية جيجل يواجه العديد من التحديات حتى يتحول إلى قطاع قائم بذاته ويساهم في دعم النمو والازدهار الاقتصادي.

واستنادا على هذه الدراسات السابقة، سنحاول دراسة واقع السياحة في ولاية جيجل من حيث المقومات السياحية التي تتوفر عليها، وكذلك المعوقات التي تواجهها لنصل إلى الحلول المقترحة للحد من هذه المعوقات.

### مناهج البحث وأدواته

لإنجاز البحث والإجابة على الإشكالية والتساؤلات الفرعية سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الاعتماد على مجموعة من المصادر، جمع المعلومات المتمثلة في الكتب الأساسية التي لها علاقة بالموضوع، البحوث والدراسات السابقة والدوريات المتصلة بالسياحة، الإحصائيات، المواقع الإلكترونية، إضافة إلى إجراء مقابلات من أجل جمع المعلومات والبيانات وتحليلها واستخلاص النتائج. وسيتم تدعيم الخلفية النظرية للموضوع بدراسة حالة للجانب التطبيقي وذلك من خلال دراسة قطاع السياحة بولاية جيجل.

### حدود البحث

- الحدود الزمنية والمكانية: مديرية السياحة وفندق الجزيرة لولاية جيجل وذلك خلال الفترة 17 جانفي إلى 2 جوان 2014.

### صعوبات البحث

إن إعداد هذا البحث تخللته عدة صعوبات وخاصة بالجانب التطبيقي نذكر أهمها فيما يلي:

- بالنسبة للدراسة الميدانية عدم تعاون المصالح المختصة في ميدان الدراسة معنا؛
- قلة المراجع حول موضوع بحثنا؛
- صعوبة الحصول علي المعلومات الدقيقة.

### خطة البحث

تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة فصول، حيث تناولنا في الفصل الأول أساسيات حول السياحة، من حيث مفاهيم السياحة ومراحل تطورها، إضافة إلى خصائص السياحة، أنواعها وأبعادها، وكذلك آثار السياحة، أسسها ومبادئها . أما الفصل الثاني فقط تم تخص يجه لدراسة مقومات تطور السياحة وعوامل تعثرها، من خلال تقديم مدخل إلى المقومات السياحية، ثم أساليب النهوض بالسياحة وعوامل تعثرها ، وأخيرا الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة . أما الفصل الثالث والأخير، فتضمن مقومات السياحة بولاية جيجل وحدودها من خلال عرضنا لواقع السياحة بولاية جيجل، إضافة إلى مقوماتها السياحية، وكذلك معوقات السياحة والحلول المقترحة للحد من هذه المعوقات.



## الفصل الأول

### أساسيات حول السياحة

تمهيد

المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة ومراحل تطورها

المبحث الثاني: خصائص السياحة، أنواعها وأبعادها

المبحث الثالث: آثار السياحة، أسسها ومبادئها

خلاصة

## تمهيد

تعد السياحة نشاطاً إنسانياً ضرورياً في الحياة، حيث تقوم على حب المعرفة والتعلم والاستكشاف بالإضافة إلى الراحة والمتعة والسفر التجوال بالاعتماد على كل الموارد السياحية المتاحة في أي بلد من خلال الطبيعة والحضارات القديمة والمرافق السياحية الضرورية.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى مفهوم السياحة والسائح ونضرة عامة إلى أهمية السياحة وكذلك لمحة عن تاريخ السياحة الذي لازم الإنسان منذ ولادته إلى يومنا هذا، كما سنتطرق إلى الأسباب التي أدت إلى انتشار ونمو السياحة، ثم ال خصائص إلى تميز السياحة و أنواعها والى تعددت بتعدد معايير تصنيفها والأبعاد التي تحكمها ، بالإضافة إلى آثارها الإيجابية والسلبية والأسس التي تعتمد عليها ومبادئها والتي تتمثل في مبادئ عشر حددتها منظمة الأمم المتحدة.

### المبحث الأول: مفاهيم حول السياحة ومراحل تطورها

إن السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية القديمة والعريقة، تطور مفهومها مع تطور المجتمع. من هذا المنطلق فقد خصصنا هذا المبحث لدراسة تاريخ السياحة ومفهوم السياحة، خصائصها، أنواعها وأبعادها، أثارها، أسسها ومبادئها.

#### المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة

عرفت السياحة مراحل تطور عديدة كانت وليدة تطور العصور و المجتمعات. لذلك سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء لمحة تاريخية عن السياحة وتسلط الضوء على مراحل تطورها:

#### الفرع الأول: السياحة في العصور القديمة

إن حب الانتقال لدى الإنسان طبيعة كامنة فيه منذ بدء الخليقة، حيث كان الانتقال في هذه المرحلة جزء لا يتجزأ من الحياة<sup>(1)</sup>، وذلك سعياً لكسب الرزق من أجل حياة أفضل. كما أن انتقال الإنسان من مكان إلى آخر كان على الأقدام في ظل عدم توفر وسائل للسفر والتنقل، حيث كان يركز في رحلاته وأسفاره على ما يلي:

أولاً: تحقيق الفائدة: وهو ما يُقصد به خلق علاقات متبادلة بين القبائل المختلفة؛<sup>(2)</sup>

ثانياً: حب الاستطلاع: وذلك من خلال معرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى، وهذا ما دفع بالناس آنذاك إلى القيام برحلات طويلة من أجل معرفة عادات الناس وطرق معيشتهم؛

ثالثاً: الدافع الديني: وهو ما يقصد به القيام برحلات دينية من أجل زيارة الأماكن الدينية ، ومن أبرزها رحلات الإغريقين وأكثرهم شهرة المؤرخ هيرودوت.<sup>(3)</sup>

رابعاً: دوافع المتعة: أي أن الدافع من السفر هو المتعة والاستجمام، حيث اعتبر الرومان أول من سافر في ذلك الزمن، ومن بين عوامل بروز السياحة آنذاك السفر بهدف المتعة، إنشاء الطرق الصالحة لسير العربية، الأمن بسبب انتشار الجيش، توافر خدمات الإيواء والطعام.<sup>(4)</sup>

#### الفرع الثاني: السياحة في العصور الوسطى

يصف المؤرخون هذه الفترة بأنها عصور الظلام حيث نشأت صراعات بين الدويلات والإقطاعيات ، وافتقد الناس عنصر الأمان وساعت حالة الطرق وأصبحت النظرة إلى العلم على أنه منافي للدين وحرّم على الناس التفكير والابتكار.<sup>(1)</sup>

(1). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2008، ص13.

(2). ماهر توفيق عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، بدون طبعة، الأردن، 2008، ص14.

(3). محمد حافظ الحجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص50.

(4). نعيم الظاهر سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، الأردن، 2007، ص28.

كما عرفت هذه الفترة رحلات الأوروبيين خلال القرن الخامس عشر والتي تم فيها اكتشاف رأس الرجاء الصالح عام 1498، كذلك اكتشاف أستراليا عام 1605 ونيوزيلندا عام 1769، ورحلات " ماركو بولو" الاستكشافية إلى مناطق عديدة في آسيا الوسطى، والرحلات الاستكشافية لشعوب شمال أوربا. (2)

وقد أخذت السياحة الدينية أبعاداً جديدة في العصور الوسطى فكان عدد كبيرة من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم بمسافات طويلة. ومن أشهر الرحالة العرب نجد ابن بطوطة، البيروني، ابن عبيد البكري وغيرهم من الذين جالوا في مختلف أنحاء العالم وتركوا وثائق سياحية وخرائط تصف العالم. ومن بين العوامل التي ساهمت في تلك الحيوية والنشاط نجد: (3)

- ✓ حث تعاليم الدين الإسلامي الحنيف على السياحة في الأرض والإنقاذ من خيراتها؛
- ✓ ارتباط أحد أركان الإسلام -الحج إلى بيت الله الحرام- بالسفر إلى الأراضي المقدسة؛
- ✓ الحث على التعلم والترحال في سبيل تحصيله؛
- ✓ انتقال مركز التجارة من روما إلى بيزنطة ثم إلى الدول العربية الإسلامية، وقد كانت بغداد وقرطبة تشكلان مركز التجارة العالمية.

#### الفرع الثالث: السياحة في العصور الحديثة

بنهاية القرون الوسطى بدأت تظهر في أوربا تحولات تاريخية بالغة الأهمية كان لها تأثيراً كبيراً على السفر والتنقل كظاهرة إنسانية، ويتميز عصر النهضة في أوربا بملامح خاصة من أبرزها: (4)

- ✓ ظهور نهضة فكرية وعلمية كبيرة أبدع فيها الأوروبيون الكثير من الكتابات والفنون مما حث إليهم المعرفة وطلب العلم؛
- ✓ عصر النهضة هو عصر الاستكشافات الجغرافية و ما أحرزته صناعة المراكب التي تجاوزت البحار واستطاعت أن تسيّر في المحيطات
- ✓ إن هذا العصر أفرز عدداً هائلاً من الكنائس التي قام كبار فناني ذلك العصر برسم لوحات خالدة على جدرانها وأسقفها كما تفننوا في زخرفتها بحيث أصبحت تحفاً فنية تستهوى الكثيرين لزيارتها. كما تميزت هذه المرحلة بعدة خصائص، أهمها: (5)

-التطور والوعي في الملاحة واستعمال الأجهزة والمعدات مثل البوصلة؛

(1). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص20.

(2). فضل أحمد بونس، الجغرافيا السياحية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، لبنان، 1993، ص13.

(3). محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلو التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص17.

(4). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص.ص21-22.

(5). نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2001، ص. ص18-20 .

- عودة ظهور الدول والحكومات من جديد وقيام الثورة الصناعية أدى هذا إلى تطور كبير في شتى المجالات والأنشطة المختلفة؛

-انتشار حركة السفر والسياحة مع تطور الآلة وتقدم وسائل الاتصال والمواصلات؛

-إنشاء الفنادق الفخمة التي أخذت طابع القصور والقلاع.

كل هذه التغيرات ساهمت في نشوء الحاجة لوجود نشاط خاص مهمته تنظيم واستثمار أوقات الفراغ وأصبح هذا النشاط عاملا مهما لقيام السياحة، واتفق مؤرخو السياحة على أن يوم 5 يوليو 1841 هو اليوم الذي شهد مولد الرحلات السياحية، والتي تمثلت في رحلة توماس كوك.<sup>(1)</sup>

### الفرع الرابع: السياحة في العصور المعاصرة

يعتبر القرن العشرين بما أحدثه من ابتكارات " قرن السياحة "، ويوصف بأنه "عصر السياحة"، وذلك من خلال منجزات هذا القرن في قطاع النقل بفروعه الثلاثة (البري، البحري والجوي) ما جعل الكرة الأرضية أشبه بقرية صغيرة يمكن للإنسان أن ينتقل بين قاراتها في يوم واحد. كما شهد القرن العشرين أيضا تطورا موازيا في المنشآت السياحية خاصة الفنادق، حيث ظهرت فنادق عملاقة تزيد طاقة استيعابها عن ألف غرفة. كما ظهرت القرى السياحية والمنتجعات، وأصبحت إدارة الفنادق تخصص علميا مطلوبا. ويمكن استخلاص ما نتج عن هذا العصر فيما يلي:<sup>(2)</sup>

-التطور والتقدم الكبير في وسائل الاتصال والإعلام ( المرئية والمسموعة والمقروءة) مع السهولة والسرعة في نقل الأخبار في لحظة حدوثها عبر العالم؛

-التحسن الملحوظ في النواحي الاقتصادية والاجتماعية، وارتفاع مستوى المعيشة وزيادة ونحو المداخل؛

-اهتمام الدول السياحية والحرص على تنميتها وتطويرها وهذا ساهم في انتعاش الحركة السياحية؛

-تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الأجر، وارتفاع المستوى الثقافي والاجتماعي والعلمي الذي

انعكس على اتجاه السياحة؛

-تطور البنى التحتية ووسائل النقل بمختلف أنواعها (البري، البحري، الجوي).

(1). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص.ص 26-29.

(2). إيمان ضيف الله، مريم بوويروش، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (دراسة حالة ولاية جيجل)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلو التسيير، جامعة جيجل، 2010-2011، ص.9.

في الأخير نستنتج أن كل مرحلة من المراحل التي مرت بها السياحة تميزت بصفات خاصة لكل مرحلة، حيث تميزت المرحلة الأولى بالرحلات من أجل تحقيق هدف معين، أما المرحلة الثانية فتميزت بتطور وسائل النقل بمختلف أنواعه وهذا ما أدى إلى زيادة وتطور النشاط السياحي في المرحلتين الأخيرتين.

### المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح

تعتبر السياحة ظاهرة من ظواهر العصر الحديث، لتأثيراتها المختلفة علي المقاصد السياحية، من خلال أهم التعاريف التي أعطيت للسياحة والسائح وهذا ما سنتطرق إليه.

### الفرع الأول: مفهوم السياحة

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها. فهناك من يعرفها بأنها ظاهرة اجتماعية، وهناك من يعرفها بأنها ظاهرة اقتصادية، كما ظهرت مصطلحات جديدة لها سنحاول إيرادها وأهم التعاريف من خلال هذا المطلب وذلك على النحو التالي:

### أولاً: السياحة في الإسلام

اعتبر ديننا الإسلامي السياحة من خلال ما جاء في القرآن الكريم وسيلة من الوسائل التي تقرب العبد إلى ربه عز وجل وذلك في قوله تعالى: " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين ".<sup>(1)</sup>

وقوله تعالى أيضا: "...مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات..."<sup>(2)</sup>

ومنه نستنتج أن السياحة في الإسلام هي التقرب إلى الله سبحانه وتعالى وتكون إما بالصلاة والصوم، أو التجول في الأرض للتأمل في مخلوقات الله وملكوته. كما أن السياحة في الإسلام تشترط آداب وسنن من الأفضل مراعاتها من طرف السائحين وذلك تجنباً للوقوع في الأخطاء التي نهانا عنها الإسلام.

### ثانياً: السياحة في القوانين الوضعية

إن لفظ أو مصطلح السياحة *Tourisme* مشتق من الإنجليزية من الفعل *To tour* وفي الفرنسية من الفعل *Tourner*، ومعناه سواء في الإنجليزية أو الفرنسية يدور أو يجول.<sup>(3)</sup>

(1). سورة التوبة، رقمها 9، مدنية، الآية رقم 02.

(2). سورة التحريم، رقمها 66، مدنية، الآية رقم 05.

(3). محمد حافظ حجازي مرسى، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007،

بعبارة أخرى، كلمة سياحة تعني السفر والإقامة المؤقتة خارج مكان السكن الأصلي لأهداف مختلفة،  
منها التعرف على العالم ودراسة اللغات الأجنبية.<sup>(1)</sup>

- يرى الباحث الألماني Froyler بأنها: "بمعناها الحديث ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى تغيير الهواء وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة وثمره تقدم وسائل النقل".<sup>(2)</sup>

- أما الاقتصادي النمساوي Chratenhofen فيرى السياحة بأنها: "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي بالدرجة الأولى التي تترتب على وصول المسافر إلى منطقة أو ولاية أو دولة معينة وإقامته فيها ورحيله عنها وهي ظواهر تتربط بالتبعية".

ومعنى ذلك أن السياحة هي جملة من الظواهر لها طابع اقتصادي، يترتب عن ذلك تنقل المسافرين من البلد الأصلي إلى مناطق البلد المضيف.

- أما قاموس لاروس Larousse فيقول أن "السياحة عبارة عن عملية التنقل من أجل الترفيه وهي مجموعة الأنشطة المالية، التقنية والثقافية في بلد ما أو منطقة ما حسب عدد السياح".<sup>(3)</sup>

يتضح لنا من خلال هذا التعريف تميز السياحة عن الهجرة على أساس أن حركة السائح هي حركة مؤقتة وقصيرة الأجل، بينما الهجرة هي حركة أشخاص طويلة الأجل قد تأخذ شكل الإقامة أو العمل.

ومن أحدث التعاريف التي قدمت للسياحة التعريف الذي ينظر للسياحة على أنها: "مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقتياً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية".<sup>(4)</sup>

- أما المنظمة العالمية للسياحة فتحصر السياحة في كونها: "مجموعة النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال سفرهم وخلال فترة تنقلهم إلى أماكن متواجدة خارج محيطهم المعتاد بهدف الترفيه أو دواعي أخرى"<sup>(1)</sup>.

(1). مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر والتوزيع، بدون طبعة، الأردن، 1999، ص13.

(2). محمود كامل، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، بدون طبعة، مصر، 1975، ص.ص 13-14.

(3). Ahmed Tessa, Economique touristique et aménagement du territoire, Alger, opu,1993,p20.

(4). هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1994، ص14.

مما تقدم نستنتج أن ا لسياحة عبارة عن نشاط إنساني قبل أن تكون ظاهرة اجتماعية، تتمثل في انتقال الأفراد من أماكن إقامتهم الدائمة إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم أو خارجها لفترات محددة لا تتجاوز سنة ولا تقل عن 24 ساعة، وذلك من أجل إشباع رغباتهم بعيدا عن ممارسة أي عمل مأجور بغرض الربح أو كسب الأموال.

### الفرع الثاني: مفهوم السائح

تعددت تعاريف السائح ومن أهمها نذكر ما يلي:

- تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين: "السائح هو أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها".<sup>2</sup>

إن هذا التعريف يشمل فئتين من الزائرين هما:

• السائحين touristes وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي

يزورونها؛

• مسافري الرحلات السريعة Excursionnistes وهم الزائرون المؤقتين لمدة تقل عن 24 ساعة للدولة

التي يزورونها؛

- كما عرّف السائح بأنه: "الزائر الذي يقوم بزيارة مؤقتة في مدة لا تقل عن 24 ساعة إلى البلد المضيف، في

حين المنتزه زائر ليوم واحد وهو الزائر الذي يُؤمّن إقامة مؤقتة أقل من 24 ساعة في البلد المضيف".<sup>(3)</sup>

على ضوء ما سبق نستنتج أن السائح هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي سواء كان ذلك داخل بلده الأصلي أو خارجها، لفترة زمنية محددة تزيد عن 24 ساعة.

وبهذا التعريف يمكن أن نقسم السائح إلى فئتين هما:

-السائح العالمي: وهو الذي يأتي من بلد بعيد عن بلده الأصلي؛

-السائح المحلي: وهو السائح الذي يقوم بالسياحة داخل حدود بلده الأصلي أو ما تسمى بالسياحة الداخلية.

وعليه فإن الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم:<sup>(4)</sup>

(1). jean- pierre la zatq. Giatart et Michel, **management du tourisme**, Pearson éducation, France, 2007,p4.

(2). يسرى دعبس، **صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الطبعة الأولى، مصر، 2003، ص. ص 162-163.

(3). نبيل الروبي، **اقتصاديات السياحة**، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، بدون طبعة، مصر، 1985، ص9.

(4). نعيم الظاهر، سراب ليلي، **مبادئ السياحة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص34.



- أعضاء الهيئات الدبلوماسية؛
- أفراد القوات المسلحة الأجنبية؛
- العاملون المؤقتون ممن يرتبطون بعقود عمل في دول أجنبية كأن يكونوا خبراء أو موظفين أو عمال؛
- الأشخاص المقيمون عند الحدود ويعملون في أراضي دولة أخرى؛
- المسافرون العابرون: طاقم الطائرة، الباقرة، سائقي القطارات، الشاحنات ممن يعبرون البلد ويبقون فيه لفترات تقل عن 24 ساعة.

### الفرع الثالث: أهمية السياحة

تتمثل أهمية السياحة في جوانب متعددة نذكر منها ما يلي: (1)

- ✓ كون السياحة نشاط اقتصادي فإنها تعتبر أساسا للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب؛
- ✓ تساهم السياحة في تشغيل الأيدي العاملة كما أن لها مساهمة كبيرة في تحقيق السلام والتفاهم العالمي؛
- ✓ تجسد الأهمية الاقتصادية للسياحة في المصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة، التسوق، الطعام، والشراب... الخ ، والتي تعتبر كمدا خيل للبلد المضيف؛
- ✓ تكمن الأهمية الاجتماعية للسياحة في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين؛
- ✓ أما الأهمية السياسية لها فتكمن في أن النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية؛ (2)
- ✓ تعمل السياحة على تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة المضيضة، وهذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية؛ (3)
- ✓ تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة من خلال: (4)

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة في قطاع السياحة؛

(1). خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص25.

(2). أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الطبعة الثانية، مصر، 1999، ص9.

(3). أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المشاعات السياحية، دار صفاء لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص32.

(4). أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص223.

- الإنفاق اليومي للسياح مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

مما سبق يمكن القول أن السياحة تتمثل في انتقال الأفراد من مكان إقامتهم إلى مكان آخر من أجل إشباع رغباتهم وتحقيق غايات وأهداف محددة، وهؤلاء الأفراد هم السياح سواء كانوا سياح محليين أو أجانب.

### المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة

تتمثل أهم العوامل التي أدت إلى نمو السياحة فيما يلي: (1)

✓ ازدياد الشعور والرغبة لدى أفراد المجتمع إلى إزالة القيود السياحية والتطلع إلى تكوين وحدة شاملة ، فكان ذلك بمثابة حافز قوي لنمو وتقدم السياحة؛

✓ الخطوات الاقتصادية الكبيرة التي حققتها أغلب الدول وما ترتب عليها من ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة مدا خيلها؛

✓ ظهور الرغبات والاحتياجات الإنسانية كالأغراض الترفيهية والثقافية والدينية والصحية مما أدى إلى تطور الحركة السياحية تطورا كبيرا؛

✓ اهتمام المجتمع الدولي بالسياحة كنشاط إنساني يستحق التشجيع من كافة الشعوب والحكومات؛

✓ إن الانتقال من الريف إلى المدينة أدى إلى زيادة الطلب على السياحة نظرا لتمييز الحياة في المدينة بالروتين وكثرة الضجيج مما شجع على البحث على أماكن توفر نوع من الراحة والمتعة؛ (2)

✓ تخفيض ساعات العمل من خلال أن استعمال الآلات والمعدات الحديثة أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبحت فرص السفر والسياحة متوفرة بالإضافة إلى التمتع بالإجازات المدفوعة الأجر؛

✓ الاستقرار وانتشار الأمن مما شجع على السفر والتنقل من دولة إلى أخرى بالإضافة إلي تطور طرق المواصلات البرية، الموانئ، خطوط السكك الحديدية، المطارات، كل هذا أدى إلى سهولة الانتقال من مكان إلى آخر، مع تحسن اللغات والتوسع في الألعاب الرياضية؛ (3)

✓ التطورات التكنولوجية التي ظهرت بعد الثورة الصناعية، صاحبها ظاهرة تتمثل في التلوث وبالأخص في المدن الكبرى، مما أدى إلى هروب الأشخاص خلال فترات معينة إلى مناطق أخرى خالية من التلوث؛

(1). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص. 30-31.

(2). ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، بدون طبعة، الأردن، 2008، ص34.

(3). خالد مقابلة، فيصل الحاج ديب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2000 ، ص22.

✓ نتيجة لتطور الآلات ونظم وطرق الإنتاج ظهرت التجارة الخارجية والبحث عن الأسواق خارج حدود الدولة وهو ما يحتاج إلى التنقل والسفر؛

✓ زيادة ونمو الوعي الثقافي والاجتماعي إضافة إلى انتشار المعلومات أدت إلى زيادة الرغبة لدى الكثير من الناس لزيارة بلدان أخرى للاطلاع على العادات والثقافات المختلفة.<sup>(1)</sup>

إن كل هذه العوامل مجتمعة شجعت على نمو وانتشار السياحة، حيث أصبحت السياحة اليوم تشكل قطاعاً قائماً بذاته إلى جانب القطاعات الأخرى.

مما تقدم نستنتج أن السياحة ظهرت منذ القديم حيث مرت عبر مراحل تطور عديدة ظهرت معها مفاهيم مختلفة لها. ومع التطورات المستمرة في وسائل النقل ونمو الثقافة السياحية وغيرها انتشرت السياحة في جميع البلدان، حيث تنوعت خصائصها وتشعبت أنواعها، وهو ما دفعنا إلى التطرق إليها ودراستها من خلال المبحث الموالي.

### المبحث الثاني: خصائص السياحة، أنواعها وأبعادها

للسياحة خصائص مميزة وتختلف باختلاف أنواعها وتعددتها وذلك حسب رغبات السياح، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث إضافة إلى ذكر أهم أبعاد السياحة.

#### المطلب الأول: خصائص السياحة

تسعى السياحة إلى استغلال كل الموارد السياحية المتوفرة لديها حيث تتميز بمجموعة من الخصائص نوجزها فيما يلي:

(1). ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق الذكر، ص34.

- ✓ **المنتج السياحي منتج مركب:** فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض لتشكل أو تقدم منتجاً سياحياً. فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعي وبيئية وعوامل جذب تاريخية، بالإضافة إلى بني أساسية عامة وأماكن الإقامة، وكذلك منشآت لخدمات السائحين من مكاتب سياحية وبنوك؛<sup>(1)</sup>
- ✓ **السياحة غير منظورة:** فالسياحة تمثل عرض للخدمات بصفة أساسية وليس منتجاً مادياً يمكن نقله من مكان إلى آخر، والمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثم فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي، أي الدولة المضيفة، لا تتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى؛<sup>(2)</sup>
- ✓ **كيفية بيع المنتج السياحي:** إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المغريات لا تدر عائداً بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، هذا الأخير لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب أن تتواجد جنباً إلى جنب مع المغريات السياحية؛<sup>(3)</sup>
- ✓ **عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل:** من مكان إلى آخر كما في الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترة زمنية معينة، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار وبخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة. وفي هذا الإطار بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في القطاع السياحي؛<sup>(4)</sup>
- ولتعميق وفهم هذه الخاصية نذكر أهم هذه المحاولات منها:<sup>(5)</sup>
- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة وهو اتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع ويسود فيها شتاء قاس مثل دول كندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية؛
- تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.
- ✓ **عرض المنتج السياحي عرض جامد [غير مرن]:** بمعنى أنه يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في مجال غير السياحة على الأقل في الفترة القصيرة، هذا بالإضافة إلى أن عرض المنتج السياحي عامة ليس من السهل تغييره طبقاً لتغير أذواق المستهلكين (السائحين) وتفضيلاتهم،

(1). ماهر عبد الخالق السبسي، صناعة السياحة، الأساسيات والمبادئ، مطابع الولاة الحديثة، بدون طبعة، مصر، 2003، ص 68.

(2). صلاح عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، المركز الغربي للبحث والنشر، بدون طبعة، القاهرة، 1994، ص 18.

(3). نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، بدون طبعة، مصر، ص 12.

(4). كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، رسالة دكتورا غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 22.

(5). نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مرجع سبق ذكره، ص. ص 14-15.

وهذا ما يجعل عملية تسويق المنتج السياحي تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يعتبر عرضها وفقا لتعديل خط الإنتاج لا يتلاءم مع مطالب السوق. (1)

وبالتالي، فإن للسياحة خصائص تميزها عن غيرها من القطاعات الأخرى، حيث تعتبر محفزا لجذب السياح، ومعوقا لأنه لا يمكن تخزينه وذلك حسب أنواعها التي سنتطرق إليها في المطلب الموالي.

### المطلب الثاني: أنواع السياحة

تعددت أنواع السياحة بتعدد المعايير والأسس المعتمدة في تصنيفها، ويمكن حصر أهمها وفق

الآتي:

**الفرع الأول: طبقا لعدد الأشخاص المسافرين:** ونجد فيها الأنواع التالية:

- **السياحة الفردية:** وتتضمن سفر شخص واحد أو اثنين أو عائلة (2). وهي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، يقوم بها شخص أو مجموعة أشخاص بزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم. كل سائح من هذه المجموعة له دوافع ورغباته الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها وتتوقف على مقدرته المادية.

- **السياحة الجماعية:** وهي سياحة الأفواج أو المجموعات السياحية حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيمها وترتيبها، مثل تنظيم رحلات. (3)

وبالتالي فهي عبارة عن سياحة منظمة وفق برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها ومكان النوم والطعام وغيرها. (4)

**الفرع الثاني: طبقا لوسيلة المواصلات المستخدمة:** وهنا نسجل ثلاثة أنواع من السياحة، هي: (5)

- **سياحة برية** (السيارات الخاصة، السكك الحديدية...)

- **سياحة بحرية** أو **نهريّة** (اليخوت، البواخر)؛

- **سياحة جوية** (الطائرات المختلفة).

**الفرع الثالث: طبقا للغرض أو الدافع منها:** حيث نجد:

(1). صلاح عبد الوهاب، **السياسة القومية للتسويق السياحي**، مرجع سبق ذكره، ص 18.

(2). محمد الصيرفي، **التخطيط السياحي**، دار الفكر الجامعي، بدون طبعة، مصر، 2007، ص 48.

(3). هدير عبد القادر، **واقع السياحة بالجزائر وأفاق تطورها**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 30.

(4). مروان السكر، **مختارات في الاقتصاد السياحي**، مرجع سبق ذكره، ص 23.

(5). كمال حنتوت، محمد بوالقابل، **تمويل القطاع السياحي في الجزائر**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلم التسيير، جامعة جيجل، 2012-2013، ص 11.

-**السياحة الدينية:** وهي التي يقوم بها الناس من أجل إتباع ديني معين إلى أماكن مقدسة خلال فترات محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر الدينية، أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية، أو للتبرك كما يحدث في بعض المناسبات الدينية؛

-**السياحة الترفيهية:** يشتمل هذا النوع من السياحة على التزلج على الجليد، السباحة، الصيد، الاستمتاع بأشعة الشمس، وكافة أنواع الرياضة التي تمارس أثناء الإجازات . ولا تقتصر السياحة الترفيهية على التنوع الطبيعي وإنما تشمل أيضا المؤسسات الترفيهية التي هي من صنع الإنسان (1). كما يُقصد بالسياحة الترفيهية سياحة الاستجمام ونعني بها السياحة التي يلتمس السائح منها الراحة سواء عن طريق المكان الذي يوفر له هذه الراحة أو الظروف التي تحقق له الهدوء والسكينة(2)؛

-**السياحة التاريخية:** إن المتاحف والتماثيل والمواقع التاريخية والبنى التحتية التي أنشأها الإنسان تحمل ذكريات تاريخية مركبة لحقب من الحضارات القديمة، وهي تستقطب السياح الذين يتطلعون إلى هذه الأماكن التاريخية بنوع من التفاخر والاعتزاز. فزيارة هذه الأماكن توفر للسائح فهما جيدا للحضارات(3)؛

-**السياحة العلاجية:** وتسمى أيضا بـسياحة الاستشفاء، وقد عرفت السياحة العلاجية منذ القدم، حيث عرف الإنسان بالتدرج والخبرة أن بعض الأمراض ( كالأضرار الروماتيزمية والصدفية) تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة تتميز بمناخ خاص ثم اكتشف الخواص العلاجية للينابيع المعدنية . وقد تقنن الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها التماثيل الجميلة وألحقوا بها صالات الترفيه، وأصبحت السياحة إلى المدن العلاجية نوعا من الترف . والجدير بالذكر أن بعض الشركات المتخصصة تقوم بتعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخليا وخارجيا وتصدير الأملاح المعدنية والأعشاب الطبية والتي أصبحت تشكل مصدر الدخل السياحي. (4)

(1). عبد الله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى السياحة في الأردن، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص 25.

(2). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص. ص51-52.

(3). عبد الله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى السياحة في الأردن؛ مرجع سبق ذكره، ص24.

(4). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص. ص77-80.

-**السياحة الثقافية**: تعرف السياحة الثقافية بأنها: " كل استجمام يكون الدافع الرئيسي منه البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل: المدن، القرى، المعالم التاريخية، الحدائق، المباني الدينية، أو تراث روحي مثلا الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية".<sup>(1)</sup>

-**السياحة الرياضية**: وهي مراكز سياحية تقدم خدمات رياضية تتضمن إما المشاركة في نوع من أنواع الرياضة أو من خلال المشاهدة والتشجيع. وتتمثل هذه الأنواع في: رحلات الصيد، الرياضة المائية، رياضة التزلج على الجليد، رياضة تسلق الجبال، ركوب الخيل... الخ.<sup>(2)</sup>

-**سياحة المؤتمرات والاجتماعات**: تعد استضافة المؤتمرات على اختلاف أنواعها وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة<sup>(3)</sup>. كما تعتبر من أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري والاقتصادي الذي شهده العالم.<sup>(4)</sup>

**الفرع الرابع: طبقا للعمر (السن):** تأخذ السياحة وفقا لهذا المعيار الأشكال التالية:<sup>(5)</sup>

-**سياحة الطلاب**: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 7 سنوات إلى 14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها اكتساب الأطفال مهارات ومعارف سلوكية؛

-**سياحة الشباب**: ويتعلق هذا النوع بالمرحلة العمرية من ( 15 إلى 21 سنة)، ويمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين؛

-**سياحة الناضجين**: ويتضمن هذا النوع مرحلة عمرية تتراوح من ( 25 إلى 55 سنة)، وهي عبارة عن سياحة استرخاء ومنتعة.

**الفرع الخامس: طبقا للجنسية**: وتنقسم إلى:<sup>(6)</sup>

- **السياحة الداخلية (المحلية)**: وتشمل حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية؛

(1). صليحة عشي، **الآثار التنموية للسياحة**، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، رسالة ماجستير، كلية العلم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2005، ص7.

(2). المرجع السابق، ص75.

(3). المرجع السابق، ص83.

(4). يسرى دعبس، **العولمة السياحية**، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية رقم 11، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2002، ص61.

(5). كمال حنتوت، محمد بوالقابل، **تمويل القطاع السياحي في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص13.

(6). أحمد فوزي ملوخية، **مدخل إلى علم السياحة**، مرجع سبق ذكره، ص61.

- السياحة الخارجية (الدولية أو العالمية): وتشمل حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية الدولية؛

- سياحة المقيمين خارج البلد: وتشمل السياح المغتربين.<sup>(1)</sup>

الفرع السادس: طبقاً للمدة: وتشمل:<sup>(2)</sup>

- سياحة طويلة الأجل: مثل الإقامة في الخارج للدراسة أو العلاج تقتضي مدة طويلة؛

- سياحة قصيرة الأجل: وتكون بناءً على برامج مدتها قصيرة.

بناءً على ما تقدم نستنتج أن السياحة تتنوع بتنوع رغبات وحاجات السياح المختلفة، أجناسهم وأعمارهم، أعدادهم ومدة الإقامة، حيث كل نوع من هذه الأنواع يحقق حاجة معينة للسائح.

#### المطلب الثالث: أبعاد السياحة

فضلاً عن الخصائص التي تميز السياحة عن باقي المنتجات أو الخدمات الأخرى، هناك أربعة

أبعاد تحكم السياحة، هي مناطق الجذب السياحي، التسهيلات، النقل والضيافة، مثلما سيلي شرحه:<sup>(3)</sup>

الفرع الأول: مناطق الجذب السياحي: عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني Disney world، أو أن تكون منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام، ومناطق الجذب السياحي يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعة، حضارية، عرقية أو مناطق ترفيهية وترفيه:

-المصادر الطبيعية: لكل منطقة مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي، المناخ،

التضاريس، الماء، الشمس وهي من أهم عناصر الجذب الطبيعي. سهولة الوصول لهذه المناطق ذات

المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة؛

-العناصر الحضارية والثقافية: الحضارة أو طريقة ونمط الحياة والتراث التاريخي للمنطقة يشمل على

مناطقها التاريخية، الدينية، نمط الحياة، الثقافة والعادات والتقاليد؛

-العناصر العرقية: الرغبة في الرجوع للوطن الأم هي ظاهرة متأصلة بين الشعوب؛

-التسلية والترفيه: من الممكن كذلك جلب السياح بواسطة بعض وسائل التسلية والترفيه المتوفرة في

المنطقة مثل المنتزهات وحدائق الحيوانات. كما يمكن أن تكون لفترة زمنية كل سنة مثل الإحتفالات الثقافية والمهرجانات.

(1). كمال حنتوت، محمد بوالقابل، تمويل القطاع السياحي في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 13.

(2). أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 60.

(3). خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2003، ص 26.



**الفرع الثاني: التسهيلات:** بينما تقوم عناصر الجذب بجلب الناس للمنطقة، فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم ورغباتهم وتجعلهم يشعرون أن المنطقة هي بمثابة بلدهم الثاني. والتسهيلات السياحية عادة تدعم زيادة النمو الشامل في المنطقة. ومن أهم التسهيلات السياحية نذكر: (1)

-**الإقامة:** إن وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورية لجذب السياح وإشباع رغباتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة. وعادة ما ينفق السائح ما يقارب 20% من ميزانيته على وسائل الراحة والتي تكون في شكل فندق، نزل أو غيرها؛

-**الأطعمة والمشروبات:** حوالي 30% من ميزانية السائح تصرف على الطعام والشراب، بينما يجذب الكثير من السياح تناول الأطعمة المألوفة لهم، لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح، ولزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي **Tourisme Multiplier Effect**؛

-**الخدمات والتسهيلات المساندة:** تتضمن مثل هذه الخدمات والتسهيلات محلات التحف، المتاجر، محلات الغسيل والكي، المرشدين السياحيين والتسهيلات الترفيهية. تكون هذه المنشآت في غالب الأحيان صغيرة الحجم يعوزها رأس المال والخبرة الإدارية لكنها تؤدي فائدة كبيرة لعدد كبير من الأشخاص، وبالتالي تعزز الهدف الأساسي المتوازن في المنطقة السياحية، كما يجب أن تكون هذه المنشآت سهلة الوصول وتقدم خدمات سياحية تتماشى مع ما يدفعه السائح؛

**الفرع الثالث: النقل:** تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة. ومن المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للمسافر زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصول السائح على أكبر قدر ممكن من الراحة والأمان والمتعة بعيدا عن الأخطار.

**الفرع الرابع: الضيافة:** الضيافة هو الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية. فهي تشتمل على التفاعل والتعامل مع السياح وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم، الفنادق وغيرها. حيث تحتاج السياحة إلى برامج سياحية ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية

(1). المرجع السابق، ص.ص 27- 28.

من كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مدارك قاطني المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية.<sup>(1)</sup>

مما سبق يتضح لنا أن للسياحة أبعاد تحكمها وتتسم بها حيث تسهل على السياح الإقامة والتمتع بالمناظر السياحية المتواجدة في المنطقة المقصودة.

من خلال هذا المبحث نستنتج أن للسياحة خصائص تتميز بها حيث أن كل بلد يسعى إلى استغلال الموارد السياحية المتوفرة لديها، كما أن لها أنواع مختلفة حسب المعايير المعتمدة في تصنيفها ومهما كان نوعها فهي تؤدي إلى تحقيق رغبة أو حاجة معينة لذي السائح، إضافة إلى الأبعاد التي تحكمها والتي تسهل على السياح التجول براحة وأمان.

### المبحث الثالث: آثار السياحة، أسسها ومبادئها

في هذا المبحث سنحاول التطرق إلى بعض الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة، وكذلك أسسها ومبادئها.

#### المطلب الأول: آثار السياحة

مما لا شك فيه أن تكون للسياحة آثار إيجابية وسلبية يمكن إيجازها فيما يلي:<sup>(2)</sup>

(1). المرجع السابق، ص 29.

(2). خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص. ص 33-34.

### الفرع الأول: التأثير الإيجابي للسياحة

يمكن النظر للسياحة من منطلق إيجابياتها المختلفة والتي ويمكن حصرها في النقاط التالية:

- ✓ تساعد السياحة في خلق وتوسيع الفرص للقاءات الاجتماعية من خلال تبادل الأفكار بين السائح وأبناء البلد؛
- ✓ تشجع على تحديد الهوية الوطنية والتكامل الوطني؛
- ✓ تساعد السياحة على إحياء التراث الحضاري وتنشيط التبادل الثقافي، تسريع عملية التعلم والمساعدة على النمو وتطور الفنون والحرف والمهن السياحية؛
- ✓ تساعد على المحافظة على التوازن البيئي وخلق بيئة خالية من التلوث؛
- ✓ أما على الصعيد الاقتصادي فالسياحة لها مساهمة كبيرة في توليد وزيادة الدخل القومي ، توسيع فرص التشغيل، زيادة الدخل الضريبي، زيادة العائد من العملة الصعبة، وتطوير الصناعات.

### الفرع الثاني: التأثير السلبي للسياحة

لا يمكن إغفال الجانب السلبي للسياحة والمتمثل أساساً في:

- ✓ على الصعيد الاجتماعي، للسياحة نتائج ذات خطورة عالية إذا لم تلتق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسقة مع الأنماط الاجتماعية السائدة مثل الانحلال الأخلاقي نتيجة تلاقي الأفكار والطبائع المتباينة؛
- ✓ تدفق السياح من المناطق الغنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالباً ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة مثل: الخيانة، الغش، الاحتيال والعنف والجريمة والشعور بعقدة النقص؛
- ✓ أما على الصعيد البيئي ، فإن التدفق الكبير للسياح من الممكن أن يشكل خطراً على البيئة وخاصة إذا كانت المنطقة السياحية محدودة المساحة؛
- ✓ على الصعيد الاقتصادي نجد أن السياحة كصناعة متعددة الجوانب لأنها تحتاج لأموال طائلة واستثمارات هائلة لتكون سهلة الوصول للسياح وتنمية البنية التحتية الأساسية بطريقة تتناسب مع سياسات المنطقة السياحية.

ومنه نستنتج بان السياحة تؤثر إيجاباً وسلباً في جميع المجالات سواء كانت الاقتصادية أو الاجتماعية أو غيرها، فهي لها إيجابيات وسلبيات.

### المطلب الثاني: أسس السياحة

تعتمد السياحة على مجموعة من الأسس تتكامل مع بعضها البعض للنهوض بالسياحة، تتمثل في الطلب السياحي، العرض السياحي، التسويق السياحي، الإنفاق السياحي، الإيرادات السياحية و الاستثمار السياحي، وسيتم شرحها كما يلي:

### الفرع الأول: الطلب السياحي

يعتبر الطلب السياحي كـرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية، ثم تتحول هذه الرغبة إلى تصرف مادي في شكل انتقال وسفر الشخص من مكان إقامته المعتادة إلى الجهة التي يقصدها لإشباع تلك الرغبة.

ومنه يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه: "مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الفعل اتجاه منظمة معينة".<sup>(1)</sup>

ويعرف أيضا بأنه: "المجموع الإجمالي لأعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة السياحية سواء كانوا مواطنين أو أجانب".<sup>(2)</sup>

من خلال التعريفين نستنتج أن الطلب السياحي هو مجموع السائحين سواء، كانوا مواطنين محليين

أو أجانب، الذين يستخدمون المنشآت السياحية، ويُقسم طبقا للعامل الجغرافي إلى:

**أولاً: الطلب السياحي المحلي أو الداخلي:** ويتمثل في عدد السائحين (أو السياح) المواطنين من حملة جنسية البلد، الذين يقومون برحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين فيه؛

**ثانياً: الطلب السياحي العالمي أو الخارجي:** ويتمثل بعدد السائحين الأجانب من حملة جنسيات أجنبية مختلفة، الذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة.

ويقاس الطلب السياحي بأعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة السياحية.

ويتميز الطلب السياحي بالمرونة وقابليته للتغير تبعا للأحداث السياسية والاقتصادية التي تشهدها

الدول المستقطبة للسياح، مما يحدث تغيرات في حجم الحركة السياحية نحو هذه البلدان نتيجة لهذه الأحداث.

إن، فالاستقرار السياسي لهذه البلدان المستقبلية للسياح يضمن لها مناخا ملائما للاستثمار واستقطاب المزيد

(1). عشي صليحة، الأثار التنموية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص30.

(2). أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية، بحث اعد لنيل درجة الماجستير في الإحصاء والبرمجة، سورية، 2005-2006، ص29.

من الاستثمارات في مختلف الأنشطة السياحية والتي تشجع على التدفق السياحي نحو هذه المناطق، كما يتيح لها تنظيم تظاهرات ومؤتمرات اقتصادية لتفعيل القطاع السياحي ورفع مساهمته في هذه البلدان.<sup>(1)</sup>

### الفرع الثاني: العرض السياحي

يعرف العرض السياحي بأنه: "عبارة عن كل المستلزمات التي يجب أن توفرها الأماكن السياحية للسائحين الحاليين أو المحتملين، والخدمات وكل شيء يحتمل أن يغري الناس بزيارة بلد معين".<sup>(2)</sup> ويعرف أيضا بأنه: "خليط من العناصر غير المتجانسة التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي".<sup>(3)</sup>

من خلال هذين التعريفين نستنتج أن العرض السياحي هو كل ما يتم عرضه من مغريات سياحية ووسائل جذب للسياح سواء كانوا محليين أو أجانب بغرض تنمية الحركة السياحية.

وفي هذا الشأن صنف " Robert Laquer " المنتج السياحي إلى ثلاث عناصر أساسية وهي:  
✓ مجموع التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية، والتاريخية التي تجذب السائح للاستمتاع بها؛

✓ مجموعة التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جذب السياح، غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر، كوسائل المختلفة، ووسائل الإيواء والإطعام، والتجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية؛  
✓ مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج ذات العلاقة بوسائل النقل التي يستخدمها السائح للوصول إلى المنطقة المرغوب فيها.

أما المنظمة العالمية للسياحة فقط صنفت المنتج السياحي في سبعة عناصر كما يلي:<sup>(4)</sup>  
✓ التراث الطبيعي وما يحتويه من مقومات سياحية طبيعية، كالبهار والأنهار والجبال؛  
✓ التراث الطاقوي التقليدي، مثل الطرق المستخدمة في استخراج المياه وفي الطواحن؛  
✓ التراث البشري، وما يتضمنه من التنوع في أنماط الحياة كالعادات والتقاليد وغيرها؛  
✓ الجوانب التنظيمية والإدارية والسياسية؛  
✓ الجوانب الاجتماعية مثل بنية المجتمع، الدين واللغة؛

(1). عشي صليحة، الأثار التنموية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص31.

(2). أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية، مرجع سبق ذكره، ص30.

(3). عشي صليحة، الأثار التنموية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص.ص31-32.

(4). المرجع السابق، ص33.

✓ التسهيلات الخدمية كوسائل النقل، الإيواء والمطاعم.

من خلال التصنيفات السابقة نستنتج أن العرض السياحي يتجسد في مجموعة عناصر ومقومات غير متجانسة من حيث طبيعتها، إلا أنها متكاملة فيما بينها من أجل إشباع رغبات السياح من هذه العناصر السياحية التي تشكل المنتج السياحي.

### الفرع الثالث: التسويق السياحي

التسويق السياحي هو ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الرغبات والدوافع للشرائح السوقية المختلفة.<sup>(1)</sup>

من هذا التعريف يتضح أن النشاط التسويقي في مجال السياحة تمتد آثاره إلى المراحل التالية لمرحلة بيع المنتج السياحي، ولا تقتصر على مجرد دراسة الأسواق السياحية والمنتجات السياحية في الدولة والدول الأخرى المنافسة لها وفهم طبيعة واحتياجات السائحين والتأثير في قراراتهم الشرائية، بل يتعدى ذلك إلى مضاعفة الجهود التسويقية المبذولة من أجل تحقيق حاجات السياح. وبالتالي، فإن للتسويق السياحي أسس يقوم عليها، أهمها:

✓ التسويق السياحي ليس نشاطا مستقلا تقوم به بعض الأجهزة والمنظمات والمنشآت السياحية المتعددة ( الشركات السياحية، المنشآت الفندقية، شركات النقل السياحي...الخ)، بل هو نشاط مشترك تمارسه مختلف الهيئات والجهات السياحية الرسمية العامة والخاصة وإن اختلفت أهدافها القريبة أو البعيدة؛

✓ التسويق السياحي نشاط متعدد الجوانب لا يقتصر على العمل التسويقي في الخارج فقط ولكنه نابع أساسا داخل الدولة التي تمثل المصدر الرئيسي لهذا النشاط حيث تتوفر له المقومات المختلفة والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لنجاحه واستمراره؛

✓ فيما يتعلق بهدف النشاط التسويقي السياحي فهناك هدف عام يسعى إلى تحقيقه هذا النشاط وهو زيادة الحركة السياحية القادمة، لكنه يختلف من حيث الأهداف القريبة التي تسعى إلى تحقيقها المنظمات السياحية الحكومية والشركات السياحية العامة والخاصة، بالإضافة إلى التنوع في هذه الأهداف والاتجاهات الحديثة

(2). شريطوة العيد بن الشيخ، التسويق السياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني (موسوعة)، المملكة العربية السعودية، بدون سنة، ص17.

التي أثرت عليه حيث لم تعد تقتصر على مجرد بيع المنتج السياحي ولكن على تحقيق الإشباع الكامل لرغبات السائحين وتطلعاتهم الحالية والمستقبلية.

ومنه يمكن ذكر بعض أهداف التسويق السياحي كما يلي: (1)

✓ **الأهداف القريبة:** وهي الأهداف التي تعمل على تحقيقها الوكالات السياحية والأجهزة والمنظمات السياحية وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو

الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين سنة أو سنتين؛

✓ **الأهداف المتنوعة:** يقصد بها تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى للوصول إليها المنشآت السياحية

المختلفة مثل: تحقيق الرضا وإشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات

السياحية والارتقاء بها، هذا بالإضافة إلى الأهداف التسويقية المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة

السياحية، كذلك يمكن أن يدخل ضمن هذه الأهداف التوسع وفتح أسواق سياحية جديدة؛

✓ **الأهداف المشتركة:** وهي الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات

السياحية مثل تحقيق سمعة سياحية جيدة أو توفير خدمات سياحية على درجة عالية من التقدم

والتطور... الخ. وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية؛

✓ **الأهداف الخاصة:** يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت

بشكل خاص مثل احتكار سوق سياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة إلى غير ذلك

من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية.

#### الفرع الرابع: الإنفاق السياحي

يمكن القول أن الإنفاق السياحي هو كل ما يتم إنفاقه من طرف السائح في البلد السياحي الذي

يقصده أو يقوم بزيارته.

ومما لا شك فيه أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات

السياحية، وبالتالي ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة،

الأمر الذي يتولد عنه اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقاً جديداً

(1). المرجع السابق، ص18.

ودخلا جديدا، وترجع هذه الأهمية في المقام الأول إلى اعتبار أن للسياحة مصدرا هام من المصادر المالية للدولة، والتي تعمل على تحسين ميزان المدفوعات، وتحقيق رواج على مستوى كل الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعة السياحة كالزراعة والصناعة والنقل.<sup>(1)</sup>

### الفرع الخامس: الإيرادات السياحية

تمثل الإيرادات السياحية مصدرا مهما للعمالات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي. وتعرف الإيرادات السياحية بأنها: "كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة".

وتتأثر الإيرادات السياحية بمجموعة من المتغيرات ندرجها فيما يلي:<sup>(2)</sup>

- ✓ قوة المنتج السياحي لمنطقة معينة على الإغراء وجذب السياح؛
- ✓ مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح؛
- ✓ أسعار السلع والخدمات السياحية؛
- ✓ مدى الوعي السياحي لدى المواطنين والعاملين في حقل السياحة؛
- ✓ قدرة السائح على الإنفاق؛
- ✓ طبيعة الإجراءات الإدارية والجمركية والنقدية المتبعة من طرف المؤسسات والأجهزة المعنية في الدول المضيفة للسياح؛
- ✓ العلاقات السياسية بين الدول المستقطبة للسياح والدول المصدرة لهم.

إضافة إلى هذه المتغيرات فإن الإيرادات السياحية تتأثر بالتغيرات في الحركة السياحية وعدد الليالي السياحية، وهذين المتغيرين يتأثران عكسيا بالظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية السائدة في البلدان السياحية. ويعود ارتفاع حجم الإيرادات السياحية الدولية أساسا إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي، وذلك نتيجة لارتفاع مستويات دخول الأفراد وتحسين ظروف المعيشة وظروف العمل، وتطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البنية التحتية ومؤسسات الإقامة

(1). عشي صليحة، الأثار التنموية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص22.

(2). المرجع السابق، ص. ص 35-36.



ومشروعات النقل، كما يتوقف تحقيق هذه الإيرادات على حجم وأهمية الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية.<sup>(1)</sup>

### الفرع السادس: الاستثمار السياحي

يعرف الاستثمار السياحي بأنه: "التضحية بالموارد التي يستخدمها في الحاضر، على أمل الحصول على إيرادات أو فوائد خلال فترة زمنية معينة، حيث أن العائد الكلي يكون أكبر من النفقات الكلية الأولية للاستثمار".<sup>(2)</sup>

والاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري في قطاعات أخرى، تبحث عن ركيذتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان، تتمثلان في الضمانات والحوافز؛ كتوفير الاستقرار السياسي الذي يشكل مناخا ملائما للاستثمار. وبالتالي فتطوير الاستثمارات السياحية يتوقف على مدي تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في القطاع السياحي، وعلي الضمانات والحوافز الممنوحة للمستثمرين في هذا المجال.<sup>(3)</sup>

مما سبق نستنتج أن السياحة صناعة قائمة بحد ذاتها ومكاملة، حيث تعتمد علي أسس سياحية تتضمن الطلب السياحي، العرض السياحي، التسويق السياحي، الإيرادات السياحية، والاستثمار السياحي، وهذا ما جعل للسياحة نشاط خاص بها تميزه عن الأنشطة الأخرى.

### المطلب الثالث: مبادئ السياحة

تتمثل مبادئ السياحة في المبادئ العشر التي حددتها منظمة السياحة العالمية في أكتوبر 1999، حيث أعطت الحق في السياحة وحرية تنقل السياح، وفيما يلي هذه المبادئ:<sup>(4)</sup>

#### الفرع الأول: إسهام السياحة في التفاهم والاحترام المتبادل بين الشعوب والمجتمعات

(1). المرجع السابق، ص24.

(2). عبد القادر بابا، سياسة الاستثمار في الجزائر وتحديات التنمية في ظل التطورات العالمي الراهنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علم التسيير، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص37.

(3). عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص25.

(4). أمينة دفاص، فيروز حميدة، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2010-2011، ص. ص43-44 .

يشكل التفاهم وتعزيز القيم الأخلاقية المتعارف عليها بين البشر، إضافة إلى التسامح واحترام تنوع العقائد الدينية والفلسفية والأخلاقية، أساسا للسياحة المسؤولة ونتيجة لها، لذا ينبغي على أصحاب المصلحة في التنمية السياحية وللسياح أنفسهم مراعاة العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية لكافة الشعوب، بما فيها الأقليات والسكان الأصليين والاعتراف بقيمتها؛

✓ ينبغي القيام بالأنشطة السياحية على نحو ينسجم مع خصائص وتقاليد الأقاليم والدول المضيفة واحترام قوانينها وأعرافها وعاداتها؛

✓ يجب أن تكون هناك علاقة بين الدول المستقبلية للسياح والعاملين فيها مع السياح الذين يزورون هذه الدول، بحيث يتعرف العاملون بهذا القطاع على أدواق وتوقعات هؤلاء السياح حتى يتم استقبالهم على النحو اللائق بهم؛

✓ على السلطات العامة حماية السياح وممتلكاتهم، وخاصة الاهتمام بسلامة السياح الأجانب بحكم وضعهم الذي يسهل فيه تعرضهم للخطر، كما عليها أن تسهل استخدام وسائل الحصول على المعلومات والوقاية والأمن والتأمين والمساعدة التي يحتاجونها إليها، وأن تعاقب بشدة أية هجمات أو عمليات خطف أو تهديد للسياحة أو العاملين بها، وفقا للقوانين الوطنية، وكذلك بالنسبة لأي تخريب متعمد للمرافق السياحية أو لعناصر التراث الثقافي أو الطبيعي؛

✓ ينبغي أن يحترم السياح البلد الذي يزورونه، وأن يمتنعوا عن ارتكاب أي سلوك معادي لقوانين ذلك البلد، مثلا عدم المتاجرة بالمخدرات، وعدم الإضرار بالبيئة المحلية؛

✓ ينبغي على السياح التعرف على خصائص الدول التي يريدون زيارتها، كما يجب عليهم مراعاة المخاطر الصحية والأمنية التي قد تكون موجودة عند سفرهم إلى خارج مكان إقامتهم المعتاد، والتصرف اتجاهها بطريقة تمكنهم من تقليل تلك المخاطر إلى حدها الأدنى.

#### الفرع الثاني: السياحة كأداة للارتقاء بالذات وبالجماعات

✓ يرتبط النشاط السياحي عادة بالراحة والاستجمام والرياضة، لذا ينبغي أن يراعي في التخطيط لها وممارستها على أنها وسيلة متميزة للارتقاء بالذات على المستوى الفردي والجماعي، وعند ممارسة هذا النشاط بعقلية متفتحة تصبح السياحة عنصرا لا مثيل له للتعلم والتسامح والتعرف على الاختلافات القائمة بين الشعوب والثقافات والتنوع فيما بينها؛

✓ ينبغي أن تراعي الأنشطة السياحية المساواة بين الرجل والمرأة وتعزيز حقوق الإنسان، الحقوق الفردية للمجموعات الأكثر قابلية للتعرض للأخطار وبصفة خاصة الأطفال والشيوخ والمعاقين والأقليات العرقية والسكان الأصليين؛

✓ السفر للأغراض الدينية والصحية ولأغراض التعلم والتبادل الثقافي واللغوي من أشكال السفر المفيدة على نحو خاص، وهي جديرة بالتشجيع؛

### الفرع الثالث: السياحة عامل للتنمية المستدامة

✓ ينبغي لجميع أصحاب المصلحة في التنمية السياحية حماية البيئة الطبيعية، بقصد تحقيق نمو اقتصادي متواصل ومستدام يتجه نحو تلبية احتياجات وتطلعات الجيل الحالي والأجيال القادمة بصورة عادلة؛

✓ ينبغي للسلطات العامة إعطاء الأولوية والتشجيع لكافة أشكال التنمية السياحية التي تؤدي إلى المحافظة على الموارد النادرة وخاصة المياه والطاقة، وأن تتجنب بقدر الإمكان الإنتاج الذي يخلف نفايات كثيرة؛

✓ ينبغي العمل على تقديم إجازات مدفوعة الأجر، التي ينتج عنها تكس تدفقات السياح والزوار في وقت أو مكان واحد، وذلك تخفيفا لضغط النشاط السياحي على البيئة وتعزيزا لأثره على صناعة السياحة والاقتصاد المحلي؛

✓ ينبغي أن يراعى في تصميم البنية الأساسية للسياحة ضرورة حماية التراث الطبيعي المؤلف من النظم البيئية والتنوع البيولوجي وحماية الأنواع المعرضة للخطر. كما ينبغي لأصحاب المصلحة في التنمية

السياحية وخاصة العاملين بالسياحة، أن يتقبلوا فرض حدود وقيود على الأنشطة التي السياحية، ولا سيما في مناطق مثل المناطق الصحراوية أو القطبية أو في أعالي الجبال والغابات الاستوائية أو الأراضي الرطبة،

وهي مناطق ملائمة لإيجاد المحميات الطبيعية أو مناطق محمية، ومن المسلم به أن سياحة الطبيعة والسياحة البيئية يسهمان في إثراء المستوى السياحي والنهوض به؛<sup>(1)</sup>

### الفرع الرابع: السياحة كمستخدم لتراث الإنسانية الثقافي وكمساهم في تعزيزه

✓ الموارد السياحية جزء من تراث البشرية المشترك، للمجتمعات التي تقع تلك الموارد في أراضيها؛

✓ ينبغي تنفيذ السياسات والنشاطات السياحية على نحو يسمح باحترام التراث الفني والأثري والثقافي

والمحافظة عليه ونقله للأجيال القادمة، كما ينبغي بذل عناية خاصة لحفظ الأبنية التاريخية والأماكن المقدسة والمتاحف وكذلك المواقع الأثرية والتاريخية مع تهيئتها بقدر الإمكان لزيارات السياح، وينبغي أيضا تشجيع

(1) . المرجع السابق، ص45.

اطلاع الجمهور على الممتلكات الثقافية والمواقع التاريخية مع احترام حقوق مالكيها، وكذلك المباني الدينية، دون الإخلال بالاحتياجات العادية للعبادة فيها؛

✓ ينبغي استخدام الموارد المالية الناتجة عن زيارة المواقع الثقافية والمواقع التاريخية، أو جزء منها على الأقل، في حفظ وتنمية وتزيين هذا التراث؛

✓ ينبغي أن يتم تخطيط النشاط السياحي بأسلوب يسمح للمنتجات الثقافية والحرف والتراث الشعبي بأن يبقى ويزدهر بدلا من أن يهمل أو يتحول إلى شيء اعتيادي.

#### الفرع الخامس: السياحة نشاط نافع للدول والمجتمعات المضيفة

✓ ينبغي أن يشارك السكان المحليون في الأنشطة السياحية وفي المنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الناجمة عنها، خاصة فيما توفره من فرص عمل مباشرة وغير مباشرة؛

✓ ينبغي تطبيق السياسات السياحية بأسلوب يسهم في رفع مستوى معيشة سكان الأقاليم المضيفة وبإبلى احتياجاتهم، ومن ثم ينبغي أن يهدف النهج التخطيطي والمعماري للمنتجات السياحية وأماكن الإقامة وأسلوب تشغيلها إلى دمجها بقدر الأماكن في النسيج الاقتصادي والاجتماعي المحلي، وإعطاء الأولوية في حالة تساوي المهارات للقوى العامة المحلية؛

✓ ينبغي توجيه عناية خاصة للمشاكل التي تعترض المناطق السياحية والجزر والأقاليم الريفية والجبلية شديدة التأثير والتي تمثل السياحة بالنسبة لها فرصة نادرة للتنمية في مواجهة تقلص النشاطات الاقتصادية التقليدية؛

✓ ينبغي للعاملين بالسياحة، وخاصة المستثمرين منهم، الذين يخضعون للقوانين الصادرة عن السلطات العامة، أن يقوموا بإجراء دراسات عن آثار مشاريعهم التنموية على البيئة ومحيطها الطبيعي، كما ينبغي لهم تقديم بيانات واضحة وموضوعية عن برنامجهم، وتأثيراتها المتوقعة، وتعميق الحوار مع السكان المعنيين حول مضمون هذه البرامج.<sup>(1)</sup>

#### الفرع السادس: التزامات أصحاب المصلحة في التنمية السياحية

✓ يلتزم العاملون بالسياحة بتوفير معلومات موضوعية وصادقة للسياح عن الأماكن التي يقصدونها وعن ظروف سفرهم واستقبالهم وإقامتهم. وأسعار وجودة الخدمات التي يلتزمون بتقديمها؛

(1). المرجع السابق، ص. ص 45-46.

- ✓ يلتزم العاملون بالسياحة، طالما توقف الأمر عليهم، ببذل العناية والتعاون مع السلطات العامة من أجل أمن وسلامة السياح ووقايتهم من الحوادث وحماية صحتهم وسلامة الطعام الذي يقدم لهم كما ينبغي لهم التأكد من وجود أنظمة مناسبة للتأمين والمساعدة؛
- ✓ ينبغي للعاملين بالسياحة، طالما توقف الأمر عليهم، أن يبذلوا ما في وسعهم للمساهمة في إشباع الرغبات لدى السياح وإتاحة الفرصة لهم لممارسة شعائرهم الدينية أثناء سفرهم؛
- ✓ ينبغي للسلطات العامة في الدول المصدرة والدول المضيفة، وبالتعاون مع المهنيين المعنيين، التأكد من وجود الآليات اللازمة لإعادة السياح إلى بلادهم في حالة إفلاس الشركة التي نظمت سفرهم؛
- ✓ للحكومات الحق، وعليها واجب إعلام مواطنيها (خاصة في الأزمات) بالظروف الصعبة، أو حتى بالمخاطر المحتمل مواجهتها أثناء سفرهم إلى الخارج، ولكن تقع عليها مسؤولية إصدار مثل هذه المعلومات دون مبالغة فيها على نحو لا مبرر له يضر بصناعة السياحة في الدول المضيفة وبمصالح منظمي الرحلات في الدول نفسها، لذا ينبغي مناقشة فحوى إرشادات السفر مع سلطات الدول المضيفة والمهنيين المعنيين بها قبل إصدارها، كما ينبغي للتوصيات التي تتضمنها أن تتناسب بدقة مع خطورة الموقف القائم وأن تقتصر على المنطقة الجغرافية التي تفتقر إلى الأمن فعلا؛

#### الفرع السابع: الحق في السياحة

- ✓ يتمتع جميع سكان العالم على قدم المساواة بالحق في التطلع إلى اكتشاف موارد هذا الكوكب والاستمتاع بها بصورة مباشرة وشخصية، كما أن المشاركة المكثفة والمتزايدة في السياحة الداخلية والدولية تعد أحد أفضل الطرق الممكنة للاستفادة منها؛
- ✓ ينبغي النظر إلى حق الجميع في السياحة باعتباره ملازما للحق في الراحة والترفيه، بما يشمل ذلك من وضع حد معقول لعدد ساعات العمل، والحق في الحصول على إجازات دورية مدفوعة الأجر وهو ما نصت عليه المادة 24 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان؛
- ✓ ينبغي أن تساعد السلطات العامة على تنمية السياحة الاجتماعية، وبوجه خاص السياحة الجماعية، التي تسهل بدرجة كبيرة من إمكانية الترفيه والسفر والانتفاع من الإجازات؛
- ✓ ينبغي تشجيع وتسهيل السياحة العائلية والسياحة الشباب والطلبة وكبار السن، وسياحة المعاقين.<sup>(1)</sup>

#### الفرع الثامن: حرية تنقل السياح

(1). المرجع السابق، ص. ص 47-48.

✓ ينبغي أن يتمتع السياح والزوار، وفقا لقواعد القانون الدولي والتشريع الوطني، بحرية التنقل داخل أوطانهم ومن دولة إلى أخرى، عملا بما تنص عليه المادة 13 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، كما ينبغي أن يسمح لهم بالوصول إلى أماكن العبور والإقامة، وبلوغ المواقع السياحية والثقافية دون تعرض لإجراءات مبالغ فيها ودون تمييز في المعاملة؛

✓ يحق للسياح والزوار استخدام أي من وسائل الاتصال المتاحة سواء كانت داخلية أو خارجية، وكذلك الوسائل السريعة والميسرة للحصول على الخدمات الإدارية المحلية، كما ينبغي أن تكفل لهم حرية الاتصال بالممثلين القنصليين لبلدانهم وفقا للاتفاقيات الدبلوماسية السارية؛

✓ يحق للسياح والزوار التمتع بنفس الحقوق المقررة لمواطني الدولة التي يزورونها فيما يتعلق بسرية البيانات الشخصية والمعلومات المتعلقة بهم، وخاصة عندما يتم تخزين هذه البيانات إلكترونيا؛

✓ ينبغي أن يسمح للمسافرين بالحصول على مخصصات مالية من العملات القابلة للتحويل واللازمة لأسفارهم ما دام الوضع الاقتصادي لدولهم يسمح بذلك.

#### الفرع التاسع: حقوق العاملين والمقاولين في صناعة السياحة

✓ ينبغي ضمان الحقوق الأساسية للعاملين بأجر والعاملين لحسابهم الخاص في صناعة السياحة والنشاطات المتصلة بها، وذلك تحت إشراف السلطات الوطنية والمحلية بكل من الدول المصدرة والدول المستقبلة للسياح، مع توجيه عناية خاصة لذلك نظرا للعقبات الخاصة الناجمة عن الطبيعة الموسمية لنشاطهم والبعد العالمي لصناعتهم، والمرونة التي يتعين عليهم في أغلب الأحوال مراعاتها بحكم طبيعة عملهم؛

✓ ينبغي السماح لأي شخص طبيعي أو اعتباري، لديه الإمكانيات والمهارات الضرورية، القيام بنشاط مهني في مجال السياحة وفقا للقوانين الوطنية القائمة، وينبغي أن يسمح للمقاولين والمستثمرين، وخاصة الذين يعملون في مجال المشاريع الصغيرة ومتوسطة الحجم بالدخول إلى القطاع السياحي، بأقل قدر من القيود القانونية أو الإدارية؛

✓ تساهم عمليات تبادل الخبرة للإداريين والمتعاملين من البلدان المختلفة، في دعم تنمية صناعة السياحة في العالم، لذا فمن الضروري تيسير مثل هذه العمليات بقدر الإمكان في إطار القوانين الوطنية والاتفاقيات الدولية؛

✓ إن الشراكة وإقامة علاقة متوازنة بين مشاريع الدول المولدة والمستقبلة للسياح يساهم في التنمية المستدامة للسياحة.

### الفرع العاشر: التقيد بمبادئ المدونة العالمية لآداب السياحة

✓ ينبغي لأصحاب المصلحة في التنمية السياحية الاعتراف بدور المؤسسات الدولية وعلى رأسها حقوق الإنسان والبيئة والصحة مع مراعاة المبادئ العامة للقانون الدولي؛

✓ ينبغي لأصحاب المصلحة في التنمية السياحية سواء من القطاع العام أو القطاع الخاص، التعاون على العمل بهذه المبادئ ومراقبة تطبيقها الفعال؛

✓ ينبغي لأصحاب المصالح المذكورين أن يبرهنوا على عزمهم في حالة أية منازعات تنشأ عن تطبيق أو تفسير المدونة العالمية لآداب السياحة إلى هيئة محايدة تتمثل في " اللجنة العالمية لآداب السياحة" للتوفيق بينهم.<sup>(1)</sup>

ومنه نستنتج أن للسياحة مجموعة من المبادئ ينبغي أخذها بعين الاعتبار، وذلك حتى تتطور صناعة السياحة في جميع الدول.

من خلال هذا المبحث يمكن القول أن للسياحة آثاراً ايجابية وسلبية تؤثر عليها في جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، حيث تركز على مجموعة من الأسس كالطلب والعرض السياحي، الإنفاق السياحي، الإيرادات السياحية، الاستثمار السياحي والتسويق السياحي، إضافة إلى المبادئ التي تحكمها والتي تتمثل بصفة عامة في حماية السياح ومناطق الجذب السياحي.

### خلاصة الفصل

ختاماً لهذا الفصل يمكن القول بأن السياحة هي من القطاعات الاقتصادية المهمة للكثير من الدول . تبرز أهميتها من خلال الدور الذي يقوم به الفرد، وذلك بوعيه وثقافته السياحية التي تكون مبنية على طريقة تعامله مع السياح . كما أن السياحة لها أنواع مختلفة وأغراض تحقق الهدف الذي يصبو إليه السائح، هذا فضلاً عن العوائد المحققة من السياحة والتي تعود على اقتصاد الدول وتؤثر في ميزان المدفوعات إيجاباً أو سلباً. كما أن للسياحة مبادئ يجب إتباعها من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

(1). المرجع السابق، ص49.

## الفصل الثاني

### مقومات تطور السياحة وعوامل تعثرها

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى المقومات السياحية

المبحث الثاني: عوامل تعثر السياحة وأساليب النهوض بها

خلاصة



### تمهيد

تتنوع المقومات السياحية التي تتوفر عليها الدول بين الطبيعية والحضارية والمادية، وتعتمد السياحة اعتمادا يكاد يكون كليا على هذه المقومات وكل ماله قيمة جمالية وعلمية متميزة، مما يستلزم ضرورة تثمينها وحمايتها من الانقراض والاندثار والاستفادة منها.

لذلك سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى المقومات السياحية من حيث المفهوم والأنواع المختلفة لها والعوامل المؤثرة فيها كمبحث أول. ثم الوقوف في المبحث الثاني على أهم الأساليب التي تؤدي إلى النهوض بالسياحة ومعوقات التي تواجهها، بالإضافة إلى بعض الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة.

### المبحث الأول: مدخل إلى المقومات السياحية

تعتبر المقومات السياحية أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي ، حيث تمثل ركائز لا بد من توافرها وهي تتمثل في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة الترفيهية والغابات والصحاري بالإضافة إلى الآثار التاريخية والمعمارية والصناعات التقليدية والفنون... إلخ. سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف بشيء من التفصيل على هذه المقومات السياحية من حيث مفهومها، أنواعها والعوامل المؤثرة فيها.

### المطلب الأول: مفهوم المقومات السياحية

يهتئ المورد السياحي في أية دولة سياحية مختلف عناصر الجذب السياحي التي تقدمها الدولة إلى السائحين القادمين إليها من مختلف المناطق والدول.

### الفرع الأول: تعريف المقومات السياحية

تعرف المقومات السياحية بأنها: "عبارة عن مجموعة من المنتجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجات المستهلك"<sup>(1)</sup> معنى ذلك أن كلمة مقوم أو مورد سياحي تطلق على كل الخدمات والبضائع التي قد تغري المستهلك.

في حين هناك من يعرف المقومات السياحية من الناحية الاستهلاكية على أنه: "كل ما يتم استهلاكه في إطار العملية السياحية في شكل خدمات كالنقل، السكن، الترفيه، الشواطئ، الجبال، الآثار، الفنادق،... إلخ."<sup>(2)</sup>

استنادا لما ورد من تعاريف يمكن اعتبار المقومات السياحية بأنها الخدمات التي يتم استهلاكها من طرف المستهلك بغرض إشباع حاجاته ورغباته.

### الفرع الثاني: خصائص المقومات السياحية

تتميز المقومات السياحية بعدة خصائص هامة مشتقة من طبيعة النشاط السياحي وتتمثل في:<sup>(3)</sup>

**أولاً: استحالة نقل أو تخزين المورد السياحي:** أي يستحيل نقل المنطقة السياحية إلى السائح بل السائح هو الذي ينتقل إلى المنطقة السياحية، كما أنها عكس المنتجات المادية،

(1). مثني طه، إسماعيل على الدباع، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، الأردن، 2001، ص 110.

(2). عبد القادر هيدر، واقع القطاع السياحي في الجزائر وأفاق تطويرها، مذكرة ماجستير غير منشور كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 45.

(3). سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص 13.

حيث أن معظم الموارد السياحية لا يمكن تخزينها.

ثانياً: عدم مرونة الموارد السياحية في المدى القصير: المقصود بهذه الخاصية أنه لا يمكن تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر ومثال ذلك: لا يمكن تحويل فندق إلى مطار وذلك لأن تجهيز الفندق وتصميمه يختلف عن تصميم وتجهيز المطار.

ثالثاً: تأثير المورد السياحي بالموسمية : تتأثر الموارد السياحية بالموسمية حيث يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، ويظهر لنا ثلاث مواسم مختلفة تتمثل في:

✓ موسم الذروة: في هذا موسم يكثر الطلب السياحي، حيث يزداد فيه عدد السياح، وتكون أجور الإقامة وأسعار الخدمات السياحية فيه مرتفعة؛

✓ موسم الوسط: وفي هذا الموسم يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، ويكون عدد السياح متوسطاً وأسعار الخدمات السياحية وأجور الإقامة منخفضة نوعاً ما؛

✓ موسم الكساد: وهو الموسم الذي يقل فيه الطلب على الخدمات السياحية، وقد ينعدم نهائياً أين تلجأ معظم المؤسسات السياحية إلى تخفيض الأسعار.

رابعاً: التمرکز الموقت: يختلف استهلاك الخدمات السياحية عن المنتجات المادية، فالمورد السياحي يخضع إلى التغيرات المناخية وأوقات الفراغ وغيرها، لذلك فإن استهلاكه يكون في أوقات محدودة.

خامساً: تعدد جهات الإنتاج : وذلك باعتبار أن السياحة صناعة مركبة تضم عدة موارد تشمل العديد من الخدمات السياحية المختلفة مثل: الفنادق والنقل السياحي، الإرشاد السياحي... الخ.<sup>(1)</sup>

ومنه نستنتج أن المقومات السياحية تحقق حاجات ورغبات السائح وتعتبر عامل جذب لأنها تتميز بخصائص تجعلها مغرية له.

### المطلب الثاني: أنواع المقومات السياحية

تعمل المقومات السياحية على جذب السياح من مختلف أنحاء العالم ، وذلك من خلال المقومات المختلفة للبلد والتي تتمثل فيما يلي: <sup>(2)</sup>

#### الفرع الأول: المقومات الطبيعية

تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل التي تعمل على جذب السياح إلى أي إقليم سياحي

(1). المرجع السابق، ص14.

(2). صبري عبد السمیع، التسويق السياحي والفندقي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بدون طبعة، القاهرة، 2006، ص126.

وتتمثل هذه المقومات في العناصر التي خلقها الله سبحانه وتعالى وأوجدها في كل دولة . كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السياح.

✓ **الموقع الجغرافي**: يعتبر الموقع الجغرافي المتميز من المزايا الطبيعية المهمة التي تعتمد عليها الدول المضيفة في جذب الحركة السياحية إليها من مختلف دول العالم.

✓ **المناخ**: يرتبط المناخ بالموقع الجغرافي ارتباطاً طبيعياً، فالدول التي تقع في أقصى شمال أو جنوب الكرة الأرضية لا تتمتع بمزايا مناخية كبيرة مثل الدول التي تقع في الوسط لاعتدال المناخ فيها والملائمة لممارسة مختلف الأنشطة السياحية . ويتمثل المناخ في كل العوامل المتصلة به من درجات الحرارة، الرطوبة، الأمطار، الثلوج، الشمس، الهواء وغيرها.

✓ **المناظر الطبيعية**: لعل المناظر الطبيعية من أهم المقومات السياحية ، وتتمثل في التضاريس أي طبيعة الأرض وتشمل السهول، الجبال، الوديان، وأيضاً المناظر السياحية مثل: الشواطئ، مناطق البحيرات والأنهار والبحار، بالإضافة إلى المناطق الخضراء الجميلة والغابات الكثيفة والحيوانات، ومساقط المياه والكهوف، والحدائق الطبيعية والمحميات، والعيون والحمامات المعدنية والرمال الدافئة والعيون الكبريتية... الخ.<sup>(1)</sup> ومن بين هذه المناظر الطبيعية يمكن أن نذكر ما يلي:<sup>(2)</sup>

-**الجبال**: تمثل الجبال مناطق جذب سياحية لأكثر من سبب، من ذلك أنها تتمتع بجمال المناظر في حد ذاتها وما تحتويه من نباتات وحيوانات برية، كما تتمتع بمناخ صيفي جيد وذلك بتوافر أشعة الشمس ونقاء الهواء، فضلاً عن ارتباطها بالأنشطة الرياضية مثل تسلق الجبال، السير لمسافات طويلة، والتزلج؛

-**البحار**: تلعب السواحل دوراً هاماً في اجتذاب السياحة الداخلية والخارجية على السواء حيث ترتبط بالسواحل مختلف الأنشطة الاستجمامية مثل السباحة، الغطس، التزلج على الماء، التنزه، والصيد؛

-**العيون المعدنية**: للعيون المعدنية دور هام في جذب السياح، حيث أن العيون المعدنية تستخدم في العلاج من الأمراض والاستجمام وغيرها.

### الفرع الثاني: المقومات الصناعية

تعتبر المقومات الصناعية عامل أساسي في جذب السياح وعدم توفرها يمنع السائح من السفر

(1). المرجع السابق، ص 127.

(2). زهير بوعكريف، **التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011-2012؛ ص. ص 16-17.

والتنقل والتجوال في المناطق السياحية وأيضا من الإقامة والراحة، وتتمثل أهم المقومات الصناعية في: (1) **✓ وسائل النقل:** مناطق الجذب السياحي أي كان نوعها تكون قليلة القيمة لو كانت مواقعها يصعب الوصول إليها بوسائل النقل العادية، ولذا فإن الافتقار إلى أي طرق عمومية معبدة وصالحة لا تشجع الكثيرين من السياح على السياحة. ولقد أحدث الطيران ثورة في الأسفار والنقل وتشمل وسائل النقل على البواخر السياحية والتجارية والسكك الحديدية والسيارات المكيفة والقطارات السريعة. كما أدى التطور في النقل الجوي إلى خلق طفرة في السياحة الدولية والذي يعتبر أسرع وسيلة وأقلها نفقة بالنسبة للمسافات الطويلة فضلا عن النقل البحري رغم استغراقها وقتا أطول.

**✓ الإيواء:** لا توجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء، وأول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله أي دولة أو أي مكان كان هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه. والإيواء يمثل الفنادق، شقق سياحية، غرف ومخيمات، ويمثل أيضا بصورة مباشرة الطعام والشراب.

**✓ البنية التحتية:** تعتمد السياحة بصورة مباشرة على البنية التحتية، وهو مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، وتشمل البنية التحتية شبكات الصرف الصحي والمياه العذبة والكهرباء ووسائل الاتصال والخدمات الصحية والطرق... إلخ. إلا أن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات.

**✓ البنية الفوقية:** مصطلح يطلق على منشآت الإقامة السياحية ومشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية، ووكالات السفر والأسفار، الشركات السياحية، مكاتب الإيجار للسيارات، مترجمين، مرشدين سياحيين، المسارح، الملاعب، سينما... إلخ، حيث تختلف هذه الخدمات من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد.

### الفرع الثالث: المقومات الحضارية والثقافية

وتتمثل المقومات الحضارية والثقافية فيما يلي: (2)

**✓ الآثار التاريخية:** تمتلك كل دولة في العالم ثروة خاصة بها قد تكون كبيرة وممتدة إلى عمق التاريخ عبر العصور القديمة، وقد تكون قليلة بقدر ما بقي لها عبر الزمن. كما أن الآثار التاريخية عنصر مهم لربط

(1). المرجع السابق، ص18.

(2). صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقية، مرجع سبق ذكره، ص128.

الماضي بالحاضر واستنشاق عبق التاريخ وتجسيد حضارات الأمم والشعوب فهي كثيرة ومتنوعة في دول سياحية كثيرة.

✓ **المعالم الحضارية الحديثة:** مثلما صنع الإنسان القديم في كل مكان الآثار التاريخية القديمة التي تدل على عراقته وأصالته وحضارته القديمة، صنع أيضا ما يدل على تطوره ونهضته وتقدمه في الحاضر، فأنشأ المعالم العصرية التي تعبر عن انجازاته المتعددة على سبيل المثال: المتاحف الفنية الضخمة في معظم دول العالم، المعالم القومية المهمة، الأبراج العالية الشهيرة.

✓ **الخصائص الاجتماعية:** وتتمثل في الثقافة والعادات والتقاليد عبر مختلف الأزمنة، وتلخيصها في شكل ممارسات يتم القيام بها، أما عن طريق الحياة اليومية للأشخاص أو القيام بها في أوقات معينة ويكون التعبير عن طريق المأكل والملبس وكل ما يتعلق بالحياة اليومية لهذه الشعوب.

نستنتج مما تقدم أن المقومات السياحية تعتبر عامل جذب مهم وهي رغم تنوعها فهي متكاملة مع بعضها البعض حيث نجد المقومات الطبيعية والحضارية والثقافية إضافة إلى وسائل النقل والمواصلات وكذلك أماكن الإيواء والإقامة، تختلف من بلد لآخر وتبقي عاملا مهما يجب الحفاظ عليه للنهوض بالسياحة وازدهار البلد وتطوره.

### المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في المقومات السياحية

تتأثر المقومات السياحية بمجموعة من العوامل تؤثر في النشاط السياحي حيث تختلف هذه العوامل فتكون إما عوامل داخلية أو عوامل خارجية ونوجزها فيما يلي:<sup>(1)</sup>

#### الفرع الأول: العوامل الداخلية

تؤدي العوامل المؤثرة في المقومات السياحية إلى خلق نتائج قد تكون ايجابية أو سلبية وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

✓ **وزارة السياحة:** ويتمثل دورها في عمليات التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي والمشاركة في الأنشطة والمؤتمرات السياحية الدولية، من خلال إبراز ما يتمتع به البلد من مكانة سياحية متكاملة من ناحية التعدد والتنوع في الأماكن السياحية، بالإضافة إلى الاهتمام بخبراء التسويق ومختلف الفاعلين الذين يملكون مهارات وقدرات تمكنهم من وضع سياسات لكل موقع سياحي؛

(1). داود محداب، نور الدين بوكفوس، **الموارد السياحية ودورها في تحقيق التنمية السياحية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2010-2011، ص 21-22.

✓ **أماكن الإقامة للسائح:** تتنوع أماكن الإقامة للسائح، وتتعدد درجاتها ومستوياتها ومن بينها نجد: الفنادق، القرى السياحية، بيوت الشباب.. الخ، والتي يجب أن تكون أسعارها معقولة ومناسبة بالمقارنة مع مستويات الأسعار في الدول المجاورة، بالإضافة إلى نوعية الخدمات المقدمة على مستواها؛

✓ **مجموعة الخدمات المساعدة:** تتضمن هذه المجموعة مزيجاً من الخدمات الإضافية المتنوعة التي يحتاجها السائح، وتظهر مع رغبة في السياحة وتستمر أثناء التجربة السياحية، وتنتهي مع إشباعه لهذه الرغبة، ومن أمثلة ذلك نجد خدمات شركات النقل الجوي والبحري، بالإضافة إلى خدمات المطاعم، وكذلك العمل على الإلغاء التدريجي لمختلف القيود الإدارية المرتبطة بتسهيلات الدخول والخروج إلى المنطقة المقصودة بالزيارة؛<sup>(1)</sup>

✓ **تسيير المواقع السياحية:** حيث إن تسيير المواقع السياحية يعاني العديد من المشاكل الناتجة بالأساس عن ضعف المهارات والكوادر البشرية، وأيضاً ضعف برامج التأهيل والتدريب وغياب الحافزية للعمل؛

✓ **قرب المسافات بين المواقع السياحية:** حيث أن البلد كلما كان قريباً من الدول التي تصدر السياح كلما كان ذلك عاملاً في توجه السياح إلى ذلك البلد، مما يتيح له زيارة العديد من الأماكن في وقت قصير؛

✓ **العوامل السياسية والاقتصادية:** حيث أن الاستقرار السياسي من أهم العوامل المؤثرة في السياحة في مختلف البلدان، لذلك وجب عليها ضمان استقرارها قبل البدء في أي عمل وكذلك البحث عن المخططين الاستراتيجيين والتسويقيين ذوي الاختصاص في المجال السياح، وذلك من أجل إنشاء استثمارات سياحية كافية لسد العجز في المنشآت السياحية ذات الاستيعاب الضعيف؛

✓ **العوامل الاجتماعية والتشريعية:** وتتمثل هذه العوامل في البساطة التي يتمتع بها السكان من خلال ترحيبهم بالسياح، بالإضافة إلى توفر الدليل السياحي.

### الفرع الثاني: العوامل الخارجية

تتمثل العوامل الخارجية المؤثرة في المقومات السياحية فيما يلي:<sup>(2)</sup>

✓ **المنافسة:** وذلك من خلال زيادة القدرة التنافسية للشركات والوكالات السياحية والمواقع السياحية، والعمل على تنويع الخدمات السياحية؛

✓ **تنوع المناخ نسبياً:** قد يكون له ميزة، وذلك يقضي بالضرورة تنويع مختلف الخدمات، والمواقع السياحية؛

(1). سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، بدون دار النشر، بدون طبعة، مصر، 2002، ص. 223-226.

(2). داود محداب، نور الدين بوكفوس، الموارد السياحية ودورها في تحقيق التنمية المحلية، مرجع سبق ذكره، ص. 22-23.

✓ الترويج الخارجي للموارد السياحية: حيث يمثل الترويج للموارد السياحية الركيزة أو الأداة الفعالة لنقل كافة الأفكار والمنافع والفوائد... الخ، فهو يهدف إلى تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية استخدامه وأماكن وجوده في السوق، بالإضافة إلى محاولة التأثير على المستهلك، واقتناعه بشراء المنتج.

ونفهم من ذلك أن الترويج يقوم بالتعريف بالمواقع السياحية، وما تملكه من ثروات طبيعية أو تاريخية أو غيرها لدى السائح الذي يأتي للاستمتاع بها.

ومنه نستنتج أن العوامل المؤثرة في المقومات السياحية لها أهمية كبيرة في التأثير على الأنشطة السياحية، حيث تتمثل العوامل الداخلية في العوامل الموجودة داخل الدولة الواحدة، أما العوامل الخارجية فتتمثل في عوامل طبيعية لا يمكن التحكم فيها مثل المناخ وأخرى متعلقة بالمنافسة والترويج الخارجي والتي يصعب على الدولة التحكم فيها.

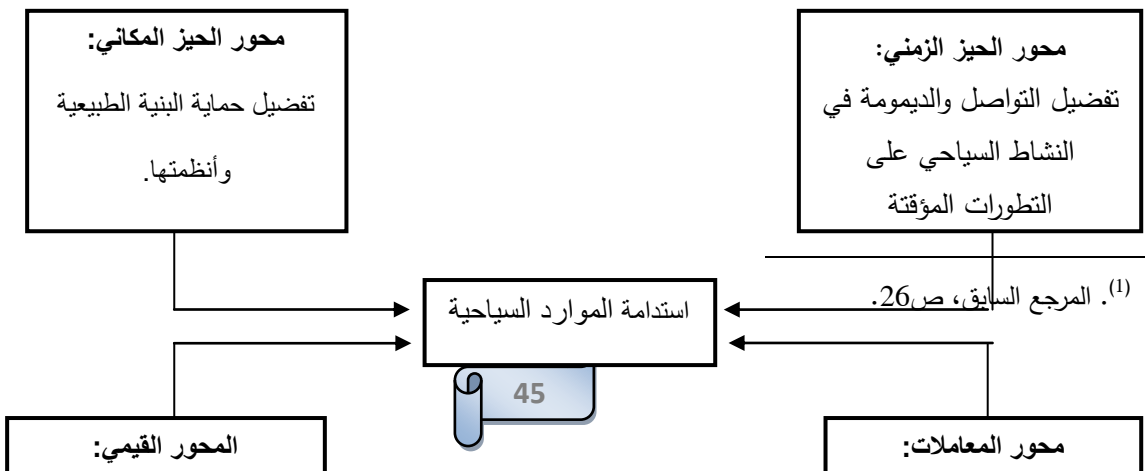
#### المطلب الرابع: استدامة المقومات السياحية

تعتبر استدامة المقومات السياحية عن إنتاجية مستمرة ومتوازنة في القطاع السياحي، وذلك من خلال الاستغلال الجيد والأمثل و العقلاني لكل المقومات السياحية المتاحة. وسنحاول فيما يلي التعرف على المحاور الإستراتيجية و المبادئ الأساسية بالإضافة إلي التطرق إلي عنصرين هامين لاستدامة الموارد السياحية.

#### الفرع الأول: المحاور الإستراتيجية لاستدامة الموارد السياحية

يمكن حصر استدامة المقومات السياحية في أربع محاور أساسية كما يبينها الشكل الموالي: (1)

#### الشكل رقم (01): المحاور الإستراتيجية لاستدامة الموارد السياحية





المصدر: محبا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، مصر، 2002 ص 42.

من الشكل أعلاه يتضح لنا أن لاستدامة الموارد السياحية يجب توفر أربع محاور إستراتيجية أساسية حيث نجد من الأعلى محور الحيز الزمني ومحور الحيز المكاني حيث يقوم الأول على تفضيل التواصل والديمومة في النشاط السياحي على التطورات المؤقتة خلال مدة زمنية معينة، أما الثاني فيقوم على تفضيل حماية البنية الطبيعية وأنظمتها في منطقة أو مكان محدد والمحافظة على النظام البيئي الخاص بها، أما من الأسفل فنجد محور المعاملات والذي يقوم على تفضيل التداخل والتفاعل البشري والاجتماعي والثقافي والحضري والاقتصادي، أما بالنسبة للمحور الأخير والمتمثل في المحور القيمي والقائم على تفضيل قيم التضامن والسلوكيات المسؤولة لدى الجميع وبالأخص لدى السياح.

#### الفرع الثاني: المبادئ الأساسية لاستدامة الموارد السياحية

تتمثل المبادئ الأساسية التي تقوم عليها استدامة الموارد السياحية فيما يلي: (1)

- ✓ ضرورة المحافظة علي مستوى إنتاجية الموارد السياحية، وهذا لضمان استمرارية عامل اجتذاب السياح من خلال المتعة والإبداع؛
- ✓ الحفاظ علي التنوع البيئي من خلال الحفاظ على المقومات الطبيعية والتي تعتبر أساس الأنظمة البيئية، لأن المساس بها يؤثر على النظام البيئي؛

(1). عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة والاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، دار النهضة العربية، بدون طبعة، بيروت، 2001، ص134.

- ✓ المساواة بين الأجيال في الاستفادة من هذه الموارد وهذا ما يقوم عليه مبدأ التنمية المستدامة القائم على التوازن في استغلال الموارد للأجيال وما يضمن حقوق الأجيال في المستقبل، وعدم الضغط على أي مورد وخاصة الموارد الغير متجددة لأن ذلك ينقص من قدرتها على الإنتاج؛
- ✓ إيجاد صيغة توافقية بين ثقافة المجتمع المحلي، والسائح الزائر من خلال تنمية وتدعيم الثقافة المحلية من عادات وتقاليد والعمل على نقلها للسياح؛
- ✓ إشراك المجتمع المحلي في عملية التنمية السياحية المستدامة من خلال جعل المناطق المستقبلية للسياح تتميز بقدرته السياحية على جلب أكبر عدد ممكن من السياح من جهة، والمستثمرين من جهة أخرى سواء كانوا محليين أو أجانب.

#### الفرع الثالث: عناصر استدامة الموارد السياحية

حيث نجد أن استدامة المقومات السياحية تقوم على عنصرين أساسيين هامين:<sup>(1)</sup>

- ✓ **العنصر المادي:** يعمل هذا العنصر على توريث الطاقة الإنتاجية للأجيال القادمة بنفس قوتها أو بقوة أعظم؛
- ✓ **العنصر المعنوي:** أما هذا العنصر فيشير إلى المكونات الاجتماعية والثقافية للمورد السياحي، أي تكون معرضة للاحتكاكات والتداخلات بين مختلف المكونات الاجتماعية والثقافية للدولة المصدرة للسياح، وهذا ما يطلق عليه تواصل اجتماعي وتواصل بيئي في آن واحد.

#### الفرع الرابع: المدلول الاجتماعي لاستدامة الموارد السياحية

يهدف المدلول الاجتماعي لاستدامة الموارد السياحية إلى تعظيم السياحة بتفادي المشكلات التي قد تثار في النسيج الاجتماعي وموروث الذمة الثقافية للأمة، مما يتعين معه الاستجابة لحاجات ورغبات ثلاثة عناصر هي:

- ✓ **السياح:** بتقديم يتلاءم ورغباتهم، وهو ما يتوجب عليهم التنوع في الأنشطة السياحية مستقبلاً؛
- ✓ **موظفو السياحة:** وذلك بتحسين ظروف عمل العاملين في هذا القطاع، وإتاحة فرصة التأهيل والتدريب المتواصل من أجل زرع حب العمل والابتكار والإبداع؛

(1). المرجع السابق، ص135.

✓ **سكان المقصد السياحي:** لكي تأخذ السياحة شكلا يتلائم والثقافة المحلية لسكان المقصد السياحي، وأن تساهم بطريقة ملحوظة في تحسين الظروف المعيشية مثل خلق مناصب عمل جديدة، وهذا يلقي استحسان المجتمع المحلي.

ومن خلال ما سبق يمكن الخروج ببعض الخصائص الأساسية لاستدامة الموارد السياحية:

✓ لاستدامة الموارد السياحية دور كبير في فهم أفضل لأثار السياحة علي البيئة الطبيعية الثقافية والإنسانية؛  
 ✓ العمل على استدامة الموارد السياحية يظهر لنا أهمية المورد الطبيعية في تحقيق الرفاهية الاقتصادية و الاجتماعية؛

✓ تحقيق التنمية السياحية المستدامة للموارد والإمكانيات السياحية والبيئية والحفاظ عليها وحمايتها من كل الأخطار التي تتعرض لها.<sup>1</sup>

من خلال ما تطرقنا إليه حول استدامة الموارد السياحية يتضح لنا بأنها تعتمد على المحاور الإستراتيجية الأساسية والمبادئ بالاعتماد على العناصر المكونة لها لتحقيق العدالة في توزيع الثروات بين الأجيال الحاضرة وضمان حقوق الأجيال القادمة من هذه الموارد.

ومنه نستنتج بأن المقوم السياحي يعبر عن مدى اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي يتمشى مع احتياجات السائحين، وهو يعبر عن مختلف الخطط والبرامج الهادفة بالدرجة الأولى إلى تحقيق زيادة في إنتاجية القطاع السياحي، من خلال إيجاد التوازن بين المطالب التنافسية المتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة، وتعظيم النتائج بمختلف أنواع المقومات السياحية، وأخذ بعين الاعتبار مختلف العوامل المؤثرة فيها.

**المبحث الثاني: عوامل تعثر السياحة وأساليب النهوض بها**

(1). المرجع السابق، ص135.

بما أن للسياحة عوامل تطور وأساليب النهوض بها، فإنه أيضا توجد مشاكل ومعوقات تحد من تطورها، مما استدعى الأمر البحث عن حلول مناسبة لإعادة النهوض بالسياحة من جديد، وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث.

### المطلب الأول: أساليب النهوض بالسياحة

هناك مجموعة من الأساليب التي تقوم بها الدولة للنهوض بقطاعها السياحي ومن بين هذه الأساليب نذكر مايلي: (1)

- ✓ الاهتمام بالسياحة الداخلية باعتبارها محفز لاستقرار العمالة والمساهمة في حل مشكلات قطاع السياحة من جهة وتنوع المنتج السياحي والأسواق السياحية من جهة أخرى مثلا: التركيز على الأسواق غير الأوروبية في جنوب إفريقيا والهند وجنوب شرق آسيا، مشروع تطوير شامل لجميع الآثار المصرية، وإعطاء اهتمام خاص بالسياحة العربية؛
- ✓ وجود جهاز متخصص لإدارة الأزمات (الأمن)؛
- ✓ تحديد إستراتيجية التنمية السياحية والبدء في برامج محددة على شكل مشروعات رائدة تتسع تدريجيا لتفعيل صناعة السياحة، بالإضافة إلى إعطاء الأولوية للمناطق السياحية التي ترفع من موارد النقد الأجنبي سواء عن طريق الاستثمارات الأجنبية في المشاريع السياحية أو عن طريق السياح الأجانب، وهو ما يتطلب تحديد المواقع السياحية ذات الأولوية لذلك؛
- ✓ التخفيف من الآثار السلبية للسياحة على كل من المستثمرين والمنظمين والعاملين، وأيضا على إجمالي الناتج القومي مثل تخفيض نسبة الفائدة على الاستثمارات؛
- ✓ كما أن التعليم له آثارا بعيدة المدى لتطوير ثقافة الخدمة في مجال السياحة؛
- ✓ نشر الوعي السياحي فيما يتعلق بكيفية التعامل والتفاعل مع السياح؛
- ✓ زيادة الاهتمام بتدريب أفراد الأمن، ويتطلب ذلك أيضا تأكيد التعاون بين وزارة الداخلية ومختلف أجهزة الدولة، وتطوير أساليب تعامل رجال الأمن مع الأزمات؛
- ✓ الحفاظ على الآثار التاريخية وترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي؛
- ✓ تدعيم العلاقات مع الشعوب عن طريق التعارف والاطلاع على الثقافات والحضارات المختلفة.

(1) .File : /// G:/ parc.HTM, 16 :00,05/05/2014.

مما تقدم نستنتج أن النهوض بقطاع السياحة وتطوير صناعة السياحة به يتوقف بالدرجة الأولى على الجهود التي تبنتها الدولة في ذلك، من خلال اعتمادها على كل الوسائل والطرق والاستراتيجيات المتاحة أمامها.

### المطلب الثاني: دور القطاع السياحي في تطور اقتصاديات الدول

لقد استطاعت بعض الدول النامية أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي. بينما يحاول البعض الآخر، وهي تلك التي تفصلها مسافات بعيدة عن الأسواق المصدرة للسياحة، الاستفادة من النمو السياحي العالمي ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والبري. فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وهي صناعة متعددة المراحل تتفاعل مع بعضها بل تعتمد على قطاعات الاقتصاد الأخرى، وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الاقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للإقتصاد.<sup>(1)</sup>

ومما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه، ومنها مرافق النقل، وشبكات الاتصالات، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي. يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية، فإن قطاع السياحة يجلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، وبالتالي يعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى.

فلا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام. فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية. كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح. وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها؛

ورغم تمتع البلدان النامية بميزة نسبية من حيث جذب السياح، لاسيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيوداً كبيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات

(1) . <http://www.arab-api.org/ar/publication/course.aspx?key,16:30,11/05/2014>.

الأساسية، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة؛ بل أهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان النامية لم يلق الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملات الأجنبية وخالق لفرص العمل.

ويحتاج تطوير قطاع السياحة إلى نظرة طويلة الأجل تكون جزءاً من عملية التنمية الاقتصادية، نظراً للترابط بين السياحة وسائر القطاعات الاقتصادية الأخرى. والتنمية الناجحة للسياحة في أي بلد يجب أن تركز على المجالات التي يتمتع فيها هذا البلد بميزة نسبية، مثل السياحة الثقافية وسياحة الآثار، والسياحة الترفيهية، والسياحة الدينية، وسياحة المؤتمرات والتدريب، ليتمكن من التنافس في أسواق السياحة العالمية. وعلاوة على ذلك، يتطلب تطوير السياحة توفر الإرادة السياسية بتنمية القطاع وإخضاعه لتشريعات منفصلة تسعى إلى تحقيق أهداف السياحة في البلد وتطوره.

من خلال ما تطرقنا إليه نستنتج أن للقطاع السياحي دور في تنمية اقتصاديات الدول سواء كانت هذه التأثيرات ايجابية أو سلبية، وعلى ضوء ذلك سنتطرق في المطلب الموالي إلى معوقات السياحة.

### المطلب الثالث: معوقات السياحة

تعرض قطاع السياحة مشاكل وعقبات كثيرة وفي مختلف الجوانب تحول دون تطورها خاصة في

الدول النامية وتتمثل أهم معوقات السياحة فيما يلي: (1)

✓ نظام التأشيرة المفروض بين الدول يعتبر عائقاً رئيسياً خاصة في الدول العربية، وهذا النظام يجب إزالته من خلال تقديم تنازلات معينة؛

✓ حركة الطيران الدولي لا تخضع لسياسات إستراتيجية لتكثيف حركة النقل الجوي بين الدول من خلال تخصيص أسعار الوقود ورسوم المرور والهبوط والتوقف... الخ، وهو ما سينعكس إيجاباً على سعر تذكرة السفر ويجعلها في متناول الجميع، مما سيزيد من الطلب على السفر وتشجيع السياحة بين الدول السياحية؛

✓ خطورة وعدم صلاحية بعض الطرقات البرية الطويلة والخدمات على هذه الطرق شبه معدومة؛(2)

✓ عدم تهيئة المدن والمحافظات التي يقصدها السياح بكثرة، وافتقادها لكثير من الضروريات من أماكن الإقامة والسكن والنظافة والنقل والإطعام والترفيه والراحة وغيرها؛

✓ عدم العناية والاهتمام بالأماكن الأثرية خاصة صعوبة السير بالطرقات المؤدية إليها؛

✓ تدني الخدمات الصحية والطبية؛

(1). <http://www.aawsat.com/details.asp?issueno=9165&article=242084#.U2tv1870m1s>, 12:00, 20/05/2014.

(2). <http://www.al-gazirah.com>, 14 :00 , 20/05/2014.

- ✓ ضعف الإمكانيات المادية والبشرية ، حيث أن الموارد البشرية المتوفرة تنقصها الخبرة والدراسة والتدريب العلمي الكفاء الذي يحتاجه القطاع السياحي والإمكانيات المادية فينقصها التطور.<sup>(1)</sup>
- ✓ ضعف البنية التحتية الأساسية مثل شبكات الكهرباء والغاز والمياه ووسائل الاتصال تحتاج إلى تجديد وتطوير مستمر حتى تتلاءم مع التكنولوجيا العالمية أي العولمة التي تسيطر على قطاعات السياحة العالمية؛
- ✓ محدودية التشريعات السياحية حيث نجد أن جميع التشريعات السياحية تقتصر على مفهوم خدمة الإدارة المحلية دون التطلع إلى خدمة السائح والمستهلك؛
- ✓ الوعي السياحي ينقصه المصداقية ونشر الثقافة السياحية وكيفية التعامل مع السائح الأجنبي كأحد المصادر لتنمية الاقتصاد القومي؛
- ✓ ضعف المستوى الحضاري والتكنولوجي سواء كان ذلك في المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وهذا يعتبر من المعوقات التي تواجه السياحة لأن الحضارة تؤمن بالفكر والتطور؛
- ✓ ارتفاع نسبة الأمية والبطالة وضعف المستوى المعيشي وضعف الهياكل الصحية التي نجم عنها التخوف من الأمراض المعدية من طرف السياح خاصة في الدول النامية؛
- ✓ ضعف الأمن: حيث يعتبر الأمن السياحي من المعوقات التي تجعل السياح لا يزورون بلد فيه خطر على حياتهم ونجد كذلك الاختطاف والاعتصاب والتحرش والإرهاب وكلها تعتبر من معوقات السياحة؛
- ✓ ضعف زوعية المنتجات وخدمات السياحة وكذلك ضعف الترويج الفندقي للخدمات وسياسات التسعير والمنافسة؛
- ✓ ضعف الاستثمار السياحي خاصة في الدول النامية وذلك لوجود عقبات أمامه وتتمثل في:<sup>(2)</sup>
  - عدم وجود حصر كامل لكل الإمكانيات وعناصر الجذب السياحي في المناطق المختلفة؛
  - عدم وجود الخبرة الكافية في عملية تنشيط السياحة وسوء التخطيط؛
  - زيادة أسعار استهلاك الطاقة والمياه والسلع الأخرى المستعملة في عملية الاستثمار؛
  - عدم وجود إعمادات مالية كافية لإجراء الدراسات السياحية لتطوير العمل السياحي ونقص الخبرات والكفاءات في هذا المجال؛

(1). أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007-2008، ص33.

(2). إسماعين جوامع، فايزة بركات، اقتصاديات الصناعة الفندقية وأثرها على التنمية السياحية المحلية حالة الجزائر، الملتقى الدولي الثالث لسياحة حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والآفاق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص.ص34-35.

-عدم وجود سياسة تسويقية مثلى للسياحة الدولية خاصة في الدول النامية.

ومنه نستنتج أن هناك مجموعة من المعوقات متعددة ومختلفة ومتداخلة فيما بينها تقف كعائق أمام النهوض بالقطاع السياحي وتطوره، وفيما يلي سنتطرق إلى بعض الحلول للحد من هذه المعوقات.

#### المطلب الرابع: الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة

للحد من معوقات تطور السياحة والتي تعترض نموها وتطورها، يمكن ذكر بعض الحلول المقترحة للنهوض بالقطاع السياحي، نوجزها فيما يلي:<sup>(1)</sup>

✓ العمل على ترقية السياحة من كل الجوانب؛

✓ المحافظة على التنوع البيولوجي والبيئي وحماية الغابات والمحميات وكل الموارد الطبيعية المتوفرة في البلد؛

✓ العمل على تحقيق كفاءة استخدام الموارد الطبيعية مما يحقق استدامتها وهذا يضمن تنمية سياحية مستدامة؛

✓ استعمال العائدات السياحية المتطورة في المجالات التي تعمل على تطوير السياحة مثل تدريب العاملين وتأهيلهم في المجال السياحي؛

✓ الاهتمام أكثر بقطاع النقل والهيكل القاعدية من بناء الطرق وفتح المسالك وتطوير المناطق المعزولة وخاصة منها الأثرية لتسهيل وصول السياح لهذه المناطق من جهة ووصول الخدمات السياحية من جهة أخرى؛

✓ إدخال التكنولوجيا المتطورة إلى المؤسسات السياحية المحلية التي تسمح بتحسين الخدمات السياحية والوصول إلى الأسواق السياحية العالمية، حيث أن التطور التكنولوجي يسهل جذب السياح الأجانب بأعداد متزايدة؛

✓ توعية المجتمع المحلي بالتأثيرات الإيجابية والسلبية للسياحة ، وتطوير أفكارهم في كيفية التعامل مع السياحة سواء كانت محلية أو أجنبية؛

✓ مشاركة المجتمع المحلي في التخطيط للسياحة وتسييرها وغرس الثقافة السياحية بين أفراد المجتمع؛

✓ تطوير الأمن من خلال إصدار القوانين الرادعية وتنفيذها، لأن الأمن عنصرا أساسيا لاختيار القبلية السياحية؛

(1). المرجع السابق، ص36.



- ✓ زيادة عدد الفنادق والمطاعم ورفع مستوى جودتها؛<sup>(1)</sup>
  - ✓ وضع سياسة تنموية واضحة المعالم، وفقا لمخططات سياحية والتأكد من تكامل المشاريع في برامج التخطيط السياحي، وتخصيص الإمكانيات والموارد الضرورية لإنشاء الهياكل السياحية التي تراعي معايير الجودة الدولية؛
  - ✓ وضع إستراتيجية ترويجية قوية للتعريف بالمنتج السياحي محليا ودوليا وتنمية الوعي السياحي به وذلك من خلال الدعاية والإعلان التي تجعل السائح متشوقا لزيارة بلد معين؛
  - ✓ تحفيز وكالات السفر على تشجيع السياحة الداخلية والترويج لها؛<sup>(2)</sup>
  - ✓ توفير مجالات ترفيهية متنوعة مع أماكن إقامة مناسبة وذات أسعار ملائمة؛
  - ✓ تخفيض الأسعار وهو ما يتعلق بالمركبات السياحية والفنادق وتذاكر السفر وغيرها؛
  - ✓ الضيافة وحسن الاستقبال التي تجعل من السائح يكرر العملية السياحية.<sup>(3)</sup>
- ومنه نستنتج أنه يجب على الدولة تطبيق هذه الحلول من أجل الحد من المعوقات و المشاكل وكذلك العراقيل التي تواجه السياحة والعمل على تطويرها وازدهارها.
- نستنتج في ختام هذا المبحث أنه من أجل النهوض بالسياحة وتطويرها يجب إتباع أساليب سياحية فعالة، أخذًا بعين الاعتبار المعوقات التي تواجهها وكل العراقيل التي تحد من تطويرها، والبحث عن الحلول للحد منها، وذلك من أجل الوصول إلى صناعة سياحية متطورة وتحقيق الاستفادة لها.

## خلاصة الفصل

(1). المرجع السابق، ص37.

(2). منصور رقية، خبيرة أنفال حدة، النهوض بالسياحة المحلية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، الملتقى

الدولي الثالث حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والأفاق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.

(3). المرجع السابق.

ختاماً لهذا الفصل نستنتج أن المقومات السياحية تتمثل في كل الموارد والإمكانيات السياحية الطبيعية والحضارية والثقافية وحتى الهياكل القاعدية وغيرها التي يحتوي عليها أي بلد، حيث تلعب دوراً مهماً في استقطاب السياح، والمحافظة على هذه الموارد وتطويرها واستغلالها يؤدي إلى تطور السياحة والنهوض بها بالاعتماد على مجموعة من الأساليب، وكذلك يجب تجنب كل المعوقات والمشاكل التي تواجه القطاع السياحي، واقتراح الحلول المناسبة لذلك من أجل الوصول إلى صناعة سياحية مستدامة.

## الفصل الثالث

### مقومات السياحة بولاية جيجل و حدودها

تمهيد

المبحث الأول : واقع السياحة بولاية جيجل

المبحث الثاني : مقومات السياحة بولاية جيجل

المبحث الثالث : معوقات السياحة بولاية جيجل و الحلول

المقترحة

خلاصة

**تمهيد**

تعتبر جيجل ولاية ساحلية بامتياز وذلك من خلال ما تحتويه من المناظر الطبيعية الخلابة وكذلك الشواطئ ذات الرمال الذهبية التي تزخر بها دون أن ننسى المقومات الثقافية والحضارية التي تميز المجتمع الجيجلي، إضافة إلى الهياكل القاعدية المتواجدة بها، كل هذا يعتبر كعامل رئيسي لنمو قطاع السياحة بولاية جيجل.

وعليه، سنحاول من خلال هذا الفصل التطبيقي معرفة ولاية جيجل من خلال المقومات السياحية الطبيعية والحضارية والثقافية وكذلك الطرقات والهياكل القاعدية التي توجد فيها، وسنتطرق بعد ذلك إلى أهم المخططات والمشاريع السياحة التي قامت بها مديرية السياحة التابعة لولاية جيجل من أجل النهوض بقطاع السياحة، إضافة إلى أهم مناطق التوسع السياحي، ومن ثم نقف على أهم المعوقات التي تواجه قطاع السياحة والحلول المقترحة للحد من مشاكل السياحة بولاية جيجل.

**المبحث الأول: واقع السياحة بولاية جيجل**

تعتبر جيجل ولاية ساحلية ذات تاريخ عريق إذ يرجع تأسيسها إلى عهد الفينيقيين الذين حلوا بها وشيدوا المدينة، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تاريخ جيجل وعوامل تطور السياحة بها إضافة إلى المخططات والمشاريع السياحية بها.

**المطلب الأول: تاريخ السياحة بولاية جيجل**

مرت جيجل بعدة مراحل وسنذكر أهمها باختصار: (1)

جيجل تاريخها عريق، وأصل سكانها أمازيغي ينسبهم ابن خلدون لقبيلة كتامة البربرية، ولقد اختلط عناصر هذه القبيلة مع الوافدين من عرب المشرق فتكون بذلك مزيج مجتمعي خاص، إذ تعتبر من أقدم المدن الجزائرية، يرجع تأسيسها إلى عهد الفينيقيين الذين حلوا بها وشيدوا المدينة، كما أن وجود جيجل في مكان استراتيجي على البحر المتوسط جعلها مطمعا لعدة غزوات [ الرومان، الوندال، البزنطيون الجنوبيون ] إلى حين وصول العرب حاملين إلى سكان المنطقة رسالة الإسلام على يد موسى بن نصير.

**الفرع الأول: خلال الوجود العثماني**

ظلت جيجل عبر العصور مطمعا للمحتلين إلى غاية تحالف سكانها مع البحارين الأخوين التركيين بابا عروج وخير الدين فطردوا الجنوبيين من المدينة الحالية لبلدية جيجل وبعض المدن المجاورة كبجاية، حيث تكاثفت الجهود في بناء أسطول بحري قوي مكنهم من تحرير الجزائر العاصمة، واشتدت قوة هذا الأسطول في كل البحر المتوسط، وساهم سكان ولاية جيجل في صنع بعض المجد البحري الجزائري، حيث كانوا من صناعات السفن باكتسابهم من الأتراك حرفا بقيت تميزهم إلى يومنا هذا خاصة في الحلويات والخبز والنسيج.

**الفرع الثاني: خلال الاستعمار الفرنسي**

بعد انهيار الأسطول البحري الجزائري في معركة نافرين 1827 في اليونان تمكنت فرنسا سنة 1830 من احتلال الجزائر، وعانت جيجل كباقي مناطق الجزائر من أشد أنواع الإستعمار من المستعمر، قاموا بعدة ثورات فشلت وفي كل مرة تتعرض القبائل المحاربة إلى الإبادة والطرده إلى الجبال المجاورة، وهو ما يفسر أن غالبية سكان الولاية عقب الاستقلال كانوا يقطنون المناطق الجبلية الوعرة التي استعصى على

(1) [http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de\\_Jijel-ouils-traditionnel-jpg,14:00,25/05/2014](http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de_Jijel-ouils-traditionnel-jpg,14:00,25/05/2014).

الاستعمار الوصول إليها، كما أن ولاية جيجل تاريخية احتضنت الثورة ووهبت أبناءها قرابين للاستقلال على غرار: الشهيد كعولة يونس، زغيب محمد، ميسية البشير، دخلي المختار وغيرهم.

من أهم المعارك معركة واد الرحي أين كبد الثوار خلالها خسائر جسيمة للمحتل الفرنسي.

### الفرع الثالث: أهم المدن الرومانية بولاية جيجل<sup>(1)</sup>

تسمى جيجل أيضا: إجيلجلي، إغيلجلي

**إجيلجلي:** تقع هذه المدينة على شبه الجزيرة الجيجلية، أنشئت عام 33 للميلاد تحت حكم أوكتاف، وتحتل حاليا مكان القلعة، امتدت هذه المدينة ابتداء من قناة الوايز (أين كان يتواجد هناك نبع) حتى باب السور أين كان يتواجد حوض لجمع مياه الأمطار؛

**باسينبس ميتادا:** حسب لوحة بونتغر تقع على الطريق الرابط بين جيجل والقل قرب مصب وادي

الزهور، وهي إحدى محطات الطريق الرومانية الساحلية؛

**شوبا مونيسبوم:** تقع هذه المدينة الصغيرة غرب مدينة جيجل على بعد 40 كلم، وبالتحديد في حي

أزيرو بالقرب من زيامة منصورية، المتبقي من هذه المدينة حاليا هو حائط من الزهور بعلو 4 أمتار؛

**أوبيدوم توكا:** تقع هذه المدينة بين بلغيموز والجناح، تحديدا في المكان الذي ينحني فيه واد الكبير

شرقا قبل مصبه في البحر، عثر في هذا الموقع على بعض بقايا سور وقطع نقدية وبعض الحلي المصنوعة من البرونز؛

**أسراث:** تم تحديد موقعها شرق جيجل في ضواحي سيدي عبد العزيز أو القنار، المعلومة الوحيدة التي

لها علاقة بهذه المدينة، هو أن أحد الجيوش الفرنسية لاحظ أثارا في مصب واد النبل، القائد بونيو شرح

هذه الآثار لكن فيما بعد لم يوجد أي أثر لهذا الموقع لتغطيته بالتراب؛

**توكا:** تعتبر هذه المدينة من أكثر المواقع الأثرية حفظا لتواجدها تحت الأرض، وتقع هذه المدينة غرب

سطارة قرب أقوف، حيث وجد بها صخور منحوتة وأثار رومانية؛

**كاستلوم فيكتوريا:** تم التعرف على هذا الموقع من خلال كتابات مكتشفة غرب ولاية جيجل، وتبقى

غير معروفة حاليا، هناك نظريات كثيرة حول هذا الموقع منها من يعتبره حصن صغير لحماية مدينة جيجل

قرب القصر الغريفات (المنار الكبير)؛

(1). مديرية السياحة لولاية جيجل 2013.

-إيراست: وتقع غرب مدينة جيجل، بالضبط في بلدية العوانة، وذكرت من طرف الفرنسيين أنها محطة رومانية تقع بالقرب من أولاد بلعافو (المنار الكبير).

مما سبق نستنتج أن تاريخ السياحة بولاية جيجل مر بمراحل مميزة مما جعلها من الولايات التاريخية العريقة، حيث تطورت السياحة بهذه الولاية وهذا ما سنتطرق إليه في المطلب الموالي.

### المطلب الثاني: عوامل تطور السياحة بجيجل

يواجه قطاع السياحة بجيجل العديد من التحديات حتى يتحول إلى قطاع قائم بحد ذاته في النشاط الاقتصادي ويواجه دعم النمو والازدهار الاقتصادي، وعليه يمكن الإشارة إلى جملة من العوامل التي تعتبر بمثابة تحديات أساسية يجب أخذها بعين الاعتبار من أجل النهوض بقطاع السياحة في جيجل كما يلي: (1)

#### الفرع الأول: زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة

ويكون ذلك من خلال زيادة حجم الإنفاق العام على هذا القطاع قصد التمكن من خلق قاعدة متينة يركز عليها وتسمح باستمرارية تطوره ويكون ذلك من حيث:

-بناء المنشآت الأساسية والبنى التحتية؛

-عقد اتفاقيات شراكة وتعاون مع الدول المتطورة سياحيا للاستفادة من خبراتها وتجاربها؛

-إنشاء مشاريع سياحية؛

-تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة؛

#### الفرع الثاني: تنمية الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع

وذلك من خلال خلق ثقافة السياحة في أوساط المجتمع وتشجيعه على تقبل الآخر، من أجل

النهوض بمستوى الخدمات والرقي به لمستوى العالمية من جهة، وبما يساهم من جهة أخرى في تحسين طرق التسيير السياحي.

#### الفرع الثالث: تطوير البنى التحتية والمنشآت القاعدية

تلعب البنى التحتية دور مهما في تطوير قطاع السياحة، حيث أنها توفر سهولة الحركة وريح الوقت

والجهد، ومن ثم توفير الراحة والطمأنينة في نفوس السياح. إن ولاية جيجل أمام تجديد تطوير منشآتها

السياحية التي تتماشى وما تمتلكه من مواقع سياحية وهذا في إطار توفير الخدمات التي ترافق عادة النشاط

السياحي، نجد أن ولاية جيجل تعمل على تجديد المواقع السياحية، خدمات النقل والإطعام والمبيت.

(1) [http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de\\_Jijel-outils-traditionnel](http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de_Jijel-outils-traditionnel), 14:00, 27/05/2014.

إذ تم سجل عجز في طاقة استيعاب الفنادق وعدم استجابة الكثير منها للمعايير الدولية، أما فيها يخص النقل فيسجل سوء الخدمات بشكل كبير خصوصا النقل الجوي، وهو ما يدفع إلى ضرورة توسعة طاقات الاستقبال الموانئ والمطارات، وتهيئة شبكات الطرق والسكك الحديدية خصوصا بين مختلف المواقع السياحية المعروفة لتسهيل الحركة والتنقل.

#### الفرع الرابع: تحسين الأطر القانونية والتنظيمية الخاصة بالقطاع

تعتبر الأطر القانونية والتنظيمية كعامل مهم تساهم في تطور القطاع السياحي وزيادة النشاط الاقتصادي، وذلك من خلال تقديم تسهيلات تساعد السياح في تفضيلا تهم.

#### الفرع الخامس: تحسين الخدمات المرافقة للنشاط السياحي

إن من أهم الأمور المؤثرة على توافد السياح ليس فقط المواقع السياحية، وإنما تمتد لتشمل حتى الخدمات المرافقة التي تسمح للسياح الأجانب بالاستمتاع بأوقاتهم وتجنب التعب وضياح الوقت والجهد، وذلك من خلال:

- توفير خدمات مصرفية تواكب التطورات الدولية مما ينعكس إيجابا على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة خصوصا من حيث رسائل الدفع؛

- تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي تشهد تطورات كبيرة في العصر الحالي؛

- تطوير أداء وكالات الأسفار وتكيفها ومواكبتها للتطورات العالمية.

#### الفرع السادس: إتباع سياسة ترويجية فعالة

وهو ما يقصد به إتباع سياسة ترويجية قصد التعريف بالتراث السياحي وإيصال أفضل صورة وإزالة الشكوك التي تبادر ذهن السياح وخاصة حول مدى توفر السلامة والأمن باعتبارهما عاملين جد مؤثرين على توافد السياح.

بناءً على ما تقدم، يمكن القول بأنه هناك مجموعة من العوامل التي تساعد على تطور السياحة

بولاية جيجل في حالة الأخذ بها، إضافة إلى المخططات والمشاريع التي تضعها الدولة للنهوض بقطاعها السياحي والتي سنتطرق إليها في المطلب الموالي.

#### المطلب الثالث: المخططات والمشاريع السياحية بولاية جيجل

سنقوم بالدراسة التحليلية التالية للمخططات والمشاريع السياحية لولاية جيجل خلال سنة 2013.



### الفرع الأول: المشاريع في طور الإنجاز خلال سنة 2013

وتتمثل فيها يلي: (1)

- ✓ دراسة تهيئة 06 شواطئ (الدراسة في مرحلتها الأخيرة بنسبة انجاز 90%)؛
- ✓ دراسة والتحضير لإنجاز دار الصناعة التقليدية بالميلية (نسبة انجاز 45%)؛
- ✓ مقر مديرية السياحة والصناعة التقليدية مع سكن وظيفي (نسبة الإنجاز في الححص التي تم الانطلاق فيها 95%)؛
- ✓ إعداد مخططات التهيئة السياحية لـ 05 مناطق التوسع السياحي وفق المراحل الآتية:
  - منطقة التوسع السياحي دار الواد (المرحلة الثانية ) ما قبل الأخيرة؛
  - منطقة التوسع السياحي تاسوست (المرحلة الثانية)؛
  - منطقة التوسع السياحي راس العافية ( المرحلة الثالثة)؛
  - منطقة التوسع السياحي برج بليدة ( المرحلة الأخيرة)؛
- ✓ دراسة المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة بولاية جيجل ( المرحلة الثالثة)؛

### الفرع الثاني: الإستلامات المحققة خلال سنة 2013

إستلمت مديرية السياحة خلال سنة 2013 المشاريع التالية:

- ✓ دراسة وتهيئة شاطئين نسبة الإنجاز تقدر بـ 95%؛
- ✓ دراسة تهيئة وتجديد منطقة أندرو العوانة؛
- ✓ دراسة إنجاز مركز الإعلام والتوجيه السياحي مستلمة بحوالي 95%، تبقى نسبة 5% من الدراسة سيتم استلامها في حالة ما إذا تم إضافة غلاف مالي من أجل انجاز المشروع والمساعدة في اختيار المقاول.

### الفرع الثالث: المشاريع المسجلة لصالح القطاع السياحي على مستوى المصالح المركزية خلال سنة

2013: تتمثل هذه المشاريع في: (2)

(1). الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة 2013.

(2). الحصيلة النهائية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لسنة 2013.

- ✓ تم منح غلاف مالي يقدر بـ 4500000000 دج لإنجاز مخططات تهيئة شواطئ الولاية (العملية في مرحلة الإجراءات الإدارية كونها تم الإبلاغ عنها خلال نهاية السنة)؛
- ✓ تم منح غلاف مالي يقدر بـ 3700000000 دج لإنجاز مخططات مناطق التوسع السياحي ( العملية في مرحلة الإجراءات الإدارية كون الإبلاغ عنها تم خلال نهاية السنة)؛
- ✓ مشاريع الاستثمار السياحي الخاص: حيث تتمثل في المشاريع التي في طور الإنجاز وقدر عددها في 04 مشاريع سياحية حيث، تسمح هذه المشاريع بدعم الحظيرة الفندقية الحالية بطاقات إيواء جديدة تقدر بـ 435 سرير وقدر عدد المناصب التي يمكن استحداثها بـ 49 منصب شغل؛
- الفرع الرابع: إحصائيات التوافد على الهياكل المادية لسنة 2013**
- أولاً: التوافد على هياكل الإيواء:**

خلال الموسم 2013 بلغ عدد الوافدين على الولاية حوالي 45617 موزعين على هياكل الإيواء

كالتالي:

**الجدول رقم (01): التوافد على هياكل الإيواء.**

عدد الوافدين خلال سنة 2013	هياكل الإيواء
20912 زبون	الفنادق
8067 زبون	المخيمات العائلية
3664 شخص	مراكز العطل
8952 شخص	بيوت الشباب
4022 شخص	المؤسسات التربوية
45617	المجموع

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

من خلال الجدول نلاحظ أن موسم 2013 كان فيه توافد لعدد السياح على هياكل الإيواء خاصة الفنادق والسبب راجع إلى الخدمات المقدمة على مستوى هذه الأخيرة، كما نلاحظ أن الإقامة عند القاطن، أصبحت تستقطب أعداداً كبيرة من السياح خاصة أن ولاية جيجل تتميز بالسياحة العائلية، حيث كان هناك

إقبالاً كبيراً من الهياكل ابتداءً من شهر رمضان إلى غاية انتهاء الموسم ، كما تم تسجيل أيضا ظاهرة الإقامة الثانوية عند الصديق أو العائلة التي تستقطب عدداً لا يستهان به من السياح.

ثانيا: مناصب الشغل المستحدثة

الجدول رقم(02): مناصب الشغل المستحدثة خلال 2013.

التسمية	2013
هياكل الإيواء	553 دائمة 165 موسمية
تنظيف واستغلال الشواطئ	170 دائمة 322 ( في إطار برامج الجزائر البيضاء ) موسمية
المؤطرون البيداغوجيين لمراكز العطل	393 منصب
بيع التحف الفنية والتقليدية	0+15 ( بلدية زيامة المنصورية )
المجموع	1453 منصب

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

من خلال الجدول نلاحظ أنه هناك مناصب شغل جديدة ومستحدثة خلال سنة 2013، ومنه يمكن القول أن القطاع السياحي أيضا يوفر مناصب الشغل إضافة إلى جانب القطاعات الأخرى.

الفرع الخامس: مناطق التوسع السياحي بولاية جيجل.

لقد نشأت مناطق التوسع السياحي بولاية جيجل بالمرسوم التنفيذي 230/88 المؤرخ في 05 أكتوبر 1988 المحدد لمناطق التوسع السياحي، حيث توجد بولاية جيجل 19 منطقة للتوسع السياحي كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم(03): مناطق التوسع السياحي لسنة 2013.

المنطقة	الموقع		المساحة الإجمالية
	الدائرة	البلدية	

88 هكتار	زيامة منصورية	زيامة المنصورية	دار الواد
62 هكتار			تازة
141 هكتار			الولجة
67 هكتار			بويلاطن
67 هكتار	العوانة	العوانة	الأفتيس
167 هكتار			العوانة
140 هكتار			عربيد علي
122 هكتار			برج بليدة
55 هكتار	جيجل	جيجل	رأس العافية
116 هكتار			عدوان علي
73 هكتار			كازينو
116 هكتار			بني قايد
26 هكتار			أولاد بوالنار
391 هكتار	الأمير عبد القادر	الطاهير	تاسوست
109 هكتار	الطاهير		بازول(الأشواط سابقا)
1327 هكتار	الميلية	الميلية	واد زهور
462 هكتار	خيرري واد عجول	العنصر	بني بلعيد
203 هكتار	سيدي عبد العزيز	الشقفة	سيدي عبد العزيز
480 هكتار	الشقفة		القنار

المصدر: مديرية السياحة إحصائيات 2013.

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مناطق التوسع السياحي نلاحظ أنه توجد 19 منطقة سياحية

موزعة على 9 بلديات كما يلي: (1)

(1). مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

- ✓ **منطقة التوسع السياحي دار الواد:** تقع بين جهة القرن حول عروة دار الواد على عمق متوسط مقدر بـ 750م نحو الداخل، بمساحة 88 هكتار، ملك للدولة إلا 3 هكتارات بيعت لأحد الخواص - بلدية زيامه المنصورية؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي تازة:** وتمتد من جبل القرن إلى رأس جبل الحويضة بعمق 500م حول شاطئ تازة مساحتها 62 هكتار - بلدية زيامة المنصورية-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي الو لجة:** ويحدها من الجنوب الطريق الوطني رقم 43، ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الشرق حي سونلغاز، ومن الغرب حي وادي الزيامة، بمساحة 141 هكتار - بلدية زيامة منصورية-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي بوبلاطن:** تقع بين الطريق الوطني رقم 43 والبحر يحدها شرقا وادي الزيامة، أما من الغرب فحدود ولاية بجاية-بلدية الزيامة منصورية-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي الأفتيس:** تمتد من رأس جبل الحويضة إلى عين الخديمة ، بعمق مقدر بـ 300م مساحتها 67 هكتار - بلدية العوانة-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي العوانة :** تقع بين الطريق الوطني رقم 43، والبحر على طول المدخل الشرقي للعوانة إلى الرأس المقدم نحو البحر-بلدية العوانة-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي عربيدي على :** تقع بين البحر الأبيض المتوسط والطريق الوطني رقم 43، يحدها شرقا شناخ الواقع على الحدود الغربية لشاطئ بليدة، أما عن الغرب فيحدها الرأس الواقع على 250 متر من شعبة بوشدانق؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي برج بليدة :** تقع بين الطريق الوطني رقم 43 والبحر البيض المتوسط، يحدها شرقا وادي كيسير، غربا الشناخ الواقع على الحدود الغربية لشاطئ برج بليدة -بلدية العوانة-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي رأس العافية :** تقع بين البحر الأبيض المتوسط والطريق الوطني رقم 43، يحدها شرقا الشريط الضيق على مستوى كاف العسة، وغربا الشريط الضيق بين البحر والطريق على مستوى كاف حجرة مبيت -بلدية جيجل-؛
- ✓ **منطقة التوسع السياحي عدوان علي :** يحدها شرقا وادي منشة، غربا شناخ أم ميدان الشهيد كرميس عمار، شمالا البحر الأبيض المتوسط، جنوبا الطريق الوطني رقم 43 -بلدية جيجل-؛

✓ منطقة التوسع السياحي كازينو: تقع على الشريط الساحلي بين الطريق الوطني رقم 43 والبحر الأبيض المتوسط، يحدها من الشرق الرأس المرتفع قرب أملاك الشهيد كرميس عمار، ومن الغرب الميناء، -بلدية جيجل-؛

✓ منطقة التوسع السياحي بني قايد: يحدها من الشرق عمق يصل على 700 م حول الخليج، ومن الغرب البحر الأبيض المتوسط، ومن الشمال رأس طويلة، ومن الجنوب الطريق الوطني رقم 43- بلدية جيجل-؛

✓ منطقة التوسع السياحي أولاد بوالنار: يحدها من الشرق جمعية سيدي قلل، ومن الغرب الشريط الواقع شمال كاف العسة -بلدية جيجل-؛

✓ منطقة التوسع السياحي تاسوست: يحدها من الشرق واد جن جن، ومن الغرب واد منشة، -بلدية الطاهير-؛

✓ منطقة التوسع السياحي بازول (الأشواط): تقع بين البحر والطريق الوطني رقم 43، يحدها شرقا وادي النيل، وغربا وادي جن جن -بلدية الطاهير-؛

✓ منطقة التوسع السياحي واد زهور: يحدها شرقا واد بسبال، وغربا واد زهور، -بلدية الميلية-.

✓ منطقة التوسع السياحي بني بلعيد: يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط، ومن الجنوب الطريق المحادي للشريط الساحلي، ومن الشرق الطريق التي تخترق التجمع السكني لبني بلعيد، ومن الغرب الوادي الكبير -بلدية خيري واد عجول-؛

✓ منطقة التوسع السياحي سيدي عبد العزيز: تقع بين الطريق الوطني رقم 43 والبحر الأبيض المتوسط، يحدها من الشرق واد الكبير، ومن الغرب وادي يوسف -بلدية سيدي عبد العزيز-؛

✓ منطقة التوسع السياحي القنار: تقع بين البحر الأبيض المتوسط والطريق الوطني رقم 43، يحدها من الغرب واد النيل، ومن الشرق واد يوسف -بلدية القنار-.

من خلال ما سبق يمكن القول بأنه هناك مشاريع ومخططات قامت بها ولاية جيجل لتطوير قطاعها السياحي ومنها مناطق التوسع السياحي التي قامت بها.

وفي ختام هذا المبحث نستنتج انه إضافة إلى تاريخ جيجل السياحي العريق والموقع الجذاب لها،

قامت الدولة من خلال العوامل المساعدة على تطور السياحة بها بإنجاز مخططات ومشاريع سياحية تساهم في النهوض بالقطاع السياحي بها.

المبحث الثاني : مقومات السياحة بولاية جيجل

تتمثل المقومات السياحية بولاية جيجل في مختلف المقومات الطبيعية والثقافية والحضارية والبنى التحتية دون أن ننسى المقومات السياحية المادية المتمثلة في هياكل الاستقبال. وفيما يلي سنتطرق إلى مختلف هذه المقومات بالدراسة والتقييم.

### المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية

تتوفر هذه الولاية على مجموعة من المقومات السياحية الطبيعية وتتمثل فيما يلي:

**الفرع الأول: الشريط الساحلي:** هو امتداد طبيعي للشريط الساحلي على طول 120 كلم، فمن زيامة المنصورية غربا إلى واد الزهور شرقا، تصادفك شواطئ وخلجان متناثرة هنا وهناك، ويضم الساحل الجيجلي 50 شاطئ منها الشواطئ ذات الرمال الذهبية الواسعة والشواطئ الصخرية؛

وتحتوى ولاية جيجل على 29 شاطئ يتميز بالانتظام والوعورة حيث يعتبر شاطئ " زيامة المنصورية" من بين أجمل شواطئ غرب مدينة جيجل؛<sup>(1)</sup>

**الفرع الثاني: الكورنيش الجيجلي:** متمثل في أجراف صخرية ملامسة للبحر ممتدة من زيامة منصورية إلى العوانة تتخللها غابات الفلين، يمتاز بندرة جماله فهو يعد من أجمل المواقع على المستوى العالمي، ويسمى الكورنيش الذهبي أو "ساحل الزمرد" هذه التسميات تبين إشراقه وروعة هذه المنطقة، لأن فيها تتعاقب الجبال التي تزينها الغابات مع البحر، الطريق المنعرجة والملتوية وأنفاقها تتبع البحر فتهدينا بانوراما رائعة لهذه المنطقة الصخرية مع عدة خلجان رملية،<sup>(2)</sup>

**الفرع الثالث: البحيرات:** يتواجد على مستوى الولاية ثلاث بحيرات طبيعية:

✓ **بحيرة بنى بلعيد:** ( دائرة العنصر): تحتل مساحة 120 هكتار، وتحتوي ما لا يقل عن 23 نوع من الطيور، معروفة على المستوى العالمي؛

✓ **بحيرة غدير بني حمزة ( القنار دائرة الشقفة):** تحتل مساحة حوالي 36 هكتار، وتحتوي على ما لا يقل عن 32 نوع من الطيور؛

✓ **بحيرة غدير المرج ( الظاهير):** بجماله الفريد يتربع على مساحة 05 هكتار؛

**الفرع الرابع: الكهوف العجيبة:** تعد الكهوف العجيبة من المعالم السياحية في جيجل، وهي عبارة عن مغارات طبيعية توجد بها مناظر خلابة، وتقع بين العوانة وزيامة منصورية على بعد 35 كلم عن مدينة جيجل، وتم

(1) . <http://fella.ahlamontada.com/،22/03/2014/،14:25>.

(2) . <http://www.facebook.com/،22/03/2014/،14:33>.

اكتشافها سنة 1917 عند شق الطريق الوطني رقم 43، وتعد من عجائب الطبيعة من حيث الشكل والنقوش، وهي الآن مجهزة ومفتوحة لاستقبال زوارها، حيث سجلت رقما قياسيا للزوار في السنوات الأخيرة.

**الفرع الخامس: غار الباز:** موقعه يعود إلى ما قبل التاريخ وهو عبارة عن مغارة واسعة مفتوحة على الطريق بزيارة منصورية، تم تهيئته لاستقبال الزوار من أجل تطوير السياحة العلمية.

**الفرع السادس: المنار الكبير ( رأس العافية):** تم انجازه سنة 1865 من طرف الحرفي " شارل سالف" الذي كانت مهنته النقش على الحجارة، هدفه الأساسي هو توجيه البواخر إلى بر الأمان.

**الفرع السابع: المحميات الطبيعية:**

ونجد فيها:

✓ **المحمية الطبيعية لبني بلعيد:** أنشئت هذه المحمية بالقرار الولائي رقم: 67/786 المؤرخ في 08/11/97، تقع بمنطقة رطبة على ساحل بلدية خيرى وادي عجول على بعد 32 كلم عن مدينة جيجل تتربع على مساحة 122 هكتار، وهي محتواة داخل محيط منطقة التوسع السياحي لبني بلعيد، تتميز هذه المحمية باحتضانها الطيور ونباتات جد نادرة.

✓ **الجزر وشبه الجزر:** ونجد فيها:

- **الجزيرة الصخرية:** أهم ما يميز الجهة الغربية للشريط الساحلي بولاية جيجل هو وجود الجزيرة الصخرية بالعوانة والتي تدعى أيضا محليا - الذيرة-.

- **شبه الجزيرة:** وتوجد شبه الجزيرة الصغيرة ببوبلاطن وأيضا جزيرة برج بليدة التي تدعى أندرو.

**الفرع الثامن: الحظيرة الوطنية لتازة:** هي محطة لجذب السياح الباحثين عن الترفيه والراحة، فالطابع المتميز لغابات الحظيرة الوطنية لتازة يساهم في تطوير السياحة الداخلية .- وتتربع الحظيرة على مساحة 3807 هكتار، تتميز بتنوع غطائها النباتي وتركيبها الحيوانية حيث تحتوى على 137 نوع من النباتات العطرية وأخرى ذات أهمية طبية -، 20 نوع من النباتات ذات الاستعمال الزخرفي والتزييني، 17 نوع من الأشجار والشجيرات ذات الأهمية البيئية والاقتصادية، 135 نوع من الفطريات و 15 نوع من الثدييات من بينها 11 نوع محمي من طرف القانون و134 نوع من الطيور منها الطيور المائية.

**الفرع التاسع: حظيرة الحيوانات:** هي موقع سياحي هام، متواجد بكيسير بلدية العوانة، هيئت لاستقبال الزوار ابتداءً من شهر جويلية من عام 2006، أهم ما يميز الحظيرة هو احتضانها لعدة أنواع من الجوارح والطيور المائية، وهذا ما جعلها محطة لتهافت العديد من الزوار.



**الفرع العاشر: الموارد الفلاحية:** تعتبر الفلاحة النشاط الاقتصادي الرئيسي للولاية، حيث تعتبر زراعة الخضر والفواكه من أهم النشاطات الاقتصادية وزراعة الزيتون، إضافة إلى تربية الأبقار والأغنام والمعز والدواجن التي أصبحت منتشرة بكثرة في الجبال.

**الفرع الحادي عشر: الثروة السمكية والصيد البحري:** تستحوذ ولاية جيجل على مواد بحرية كبيرة، حيث أن الكتلة الإجمالية تقدر بـ 20.800 طن سنويا وهو ما يمثل 13 من الإمكانات الوطنية، منها 6088 طن قابلة للاستعمال؛

**الفرع الثاني عشر: الموارد الغابية:** تتميز ولاية جيجل بغابات كثيفة تمتاز بمناظرها الخلابة المشجعة على السياحة الجبلية والصيد، إذ تقدر مساحتها بحوالي 115.000 هكتار ومن أهم غاباتها نجد غابة قروش الواقعة على الكورنيش بمنطقة العوانة تتربع على مساحة 10260 هكتار، وغابة تامنتوت حيث تتربع مساحة 8928 هكتار بجيملة، بالإضافة إلى غابة إيدم الواقعة ببلدية خيري وادي عجول، غابة بوحنش بالعوانة، غابة بني فرقان ومشاط بالميلية، غابة الماء البارد بتاكسانة، وأخيرا غابة القرن بغبالة.

تتميز هذه الغابات بثروة نباتية وحيوانية متنوعة يمكنها أن تلعب دور هام في التنمية السياحية غير الشاطئية خاصة الصحية، الدراسية، الصيد والتجوال والإستجمام، كما يتميز الصنف الرئيسي لغابات الولاية هو البلوط الفليني حيث تقدر المساحة الإجمالية بحوالي 437 هكتار، أما باقي الأصناف فتتمثل في اليلوط الأخضر، الصنوبر البحري؛

**الفرع الثالث عشر: الموارد المائية والثروات المعدنية:** تحتوي ولاية جيجل على موارد مائية هامة وتقدر بحوالي 1474 مليون متر مكعب وكذلك ثروات معدنية هامة أيضا نذكر منها: رصاص، زنك، كلس، جبس، رمل، حصى، تساهم في النهوض بعجلة التنمية الاقتصادية وترقية النشاطات الصناعية؛

**الفرع الرابع عشر: المناطق الجبلية:** تشكل الجزء الأكبر من تضاريس ولاية جيجل بـ 82% والموزعة بدورها إلى منطقتين: (1)

-الأولى: المناطق الجبلية المتوسطة المتواجدة في الجزء الساحلي والمتوسط للولاية متميزة بغطاء نباتي كثيف وشبكة مائية هامة؛

-الثانية: المناطق الجبلية الصعبة والمتواجدة في الحدود الجنوبية للولاية كجبال مزغيطان، بابور، بوعدة وسدات المتواجدة بها أعلى جبال الولاية؛

(1). الموسوعة الحرة ويكيبيديا، تقديم ولاية جيجل، على الموقع الإلكتروني التالي: <http://ar.wikipedia.org/wiki>، يوم

و منه يمكن القول بأن جيجل متميزة بقدرات كبيرة تتوفر بها غابات تغطي أكبر من 48% من مساحتها (115000 هيكتار). نلاحظ خصوصا أشجار الفلين، نباتات أوسطية، ناهيك عن ثروات جوفية من حديد ونزك لاسيما المياه الصالحة للشرب، دون أن ننسى الثروات البحرية، كل هذه الثروات تولى لجيجل قدرات سياحية هامة بجميع الخصائص السياحية في منطقة واحدة ( سياحية جبلية، بحرية وغابية)؛

### المطلب الثاني: المقومات الثقافية والحضارية

ولاية جيجل ليست سياحية من أجل ندرة طبيعتها فحسب، بل هي كذلك لإحتوائها على مواقع ومعالم أثرية وتاريخية ناتجة عن تعاقب عدة حضارات عليها. (1)

**الفرع الأول: الصناعات التقليدية:** توجد بولاية جيجل أنواعاً مختلفة من الصناعات التقليدية أهمها: صناعة الأواني والأدوات الخشبية، صناعة الفخار والمزهريات، الصناعات الجلدية... إلخ، كل هذه الصناعات وغيرها ترجع إلى تنوع الثروات التي توجد في الولاية وكذلك الطابع السياحي المميز لها ما جعل الحرفيين يتفننون ويبدعون في كل الأدوات التقليدية المذكورة سابقا.

ولتحفيز الإستثمار في القطاع السياحي عملت الدولة على تطوير الصناعات التقليدية، من خلال

إلتزامها بمساعدة الحرفيين في تطوير منتجاتهم وبيعها من خلال المعارض الجهوية والوطنية وحتى الدولية التي تقوم بها وكذلك التسهيلات والتخفيضات الضريبية التي تمنحها.

**الفرع الثاني: المواقع الأثرية والتاريخية:** كما سبق وأشارنا تحتوى ولاية جيجل على مواقع أثرية وتاريخية هامة يمكن ذكر أهمها على ثلاث فترات لئلا يلي:

✓ **فترة ما قبل التاريخ:** موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر، جبل مزغيطان، كهوف الشتاء ببلدية جميلة، الكهوف العجيبة بزيامة منصورية؛

✓ **الفترة الفينيقية:** نجد أهم الأثار الفينيقية قبر بحالة جيدة في جبل سيدي أحمد أمقران، وأثار ميناء فينيقي ومقبرة فينيقية بالرابطة بلدية جيجل؛

✓ **الفترة الرومانية:** نجد أثار مدينة " شوية" بالزيامة منصورية؛

✓ **فترة ثورة التحرير الوطنية:** مغارات مهيأة لاستقبال المجاهدين، مستشفيات ومخابئ للجيش.

والجدول الموالي يوضح المواقع الأثرية والنصب التاريخية لولاية جيجل.

**الجدول رقم (04): المواقع الأثرية والنصب التاريخية لولاية جيجل.**

(1). مديرية السياحة لولاية جيجل 2013.

البلدية	طبيعة الملكية	التسمية الحالية	المحتوى	الترتيب	الحضارة
زيامة المنصورية	موقع تاريخي	أزيرو	-أثار مدينة شويا -حائط بيزنطي -أحجار، مقابر	غير مصنفة	رومانية
	موقع طبيعي	الكهوف العجيبة	/	مصنف في 12/04/1948 امر رقم 67.281 في 1967/12/20.	/
إراقن	موقع تاريخي	بيدة	/	غير مصنفة	/
بن ياجيس	موقع تاريخي	بوشقايف	مقبرة مساحتها 1500م <sup>2</sup>	غير مصنفة	رومانية
	موقع تاريخي	صيذا-ناصور	/	غير مصنفة	رومانية
جيجل	موقع تاريخي	الرابطة 1	/	غير مصنفة	قرطاجة
	موقع تاريخي	الرابطة 2	/	ضرورة التصنيف	قرطاجة
	موقع تاريخي	دار الباطح طوابية	التنوع في آثار البناء	غير مصنف	رومانية
	موقع تاريخي	مزغيطان	صناعات ما قبل التاريخ	غير مصنف	رومانية ما قبل التاريخ
	نصب تاريخي	القصر	أثار بناية قديمة غير معروفة	غير مصنف	رومانية
	نصب تاريخي	بومارشي	أثار قديم يوناني روماني	غير مصنف	ما قبل الاستعمار
	نصب تاريخي	/	مدخل التكنة	غير مصنف	/
	الموقع	حجر بن سلام	أحجار ومقابر	غير مصنف	رومانية
جيملة	موقع طبيعي	راس الزان	بقايا نباتية يونانية رومانية، حائط أحجار	غير مصنفة	غير محددة
	نصف تاريخي	مسجد قديم	غير مصنف	الأتراك	/
	نصب تاريخي	مسجد قديم	مسجد محلي	غير مصنف	للدراصة
الأمير عبد القادر	مقبرة كبيرة	تاميلة	3قبور موجهة شرق غرب بقايا صناعات ما قبل	غير مصنف	التاريخ

		التاريخ، قطع من الرخام			
/	غير مصنف	قبور	قبور النصارى	الموقع	أولاد عسكر
/	غير مصنف	قبور	قبور النصارى	الموقع	أولاد يحي
التحديد	غير مصنف	/	طاش يحي هوم	الموقع	الجمعة بنى
التحديد	غير مصنف	/	عيسى تايلمن	الموقع	حبيبي
/	غير مصنف	قطع نقدية	الأصنام المائدة	الموقع	سيدي معروف
رومانية	غير مصنف	آثار على مساحة 5 هكتارات	تايراو	الموقع	سطارة
/	ضرورة التصنيف	بقايا منازل	تيسليل	الموقع	

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

**الفرع الثالث: متحف كتامة:** يعتبر المتحف الوحيد الموجود في ولاية جيجل حيث كان في الأصل عبارة عن

مدرسة قرآنية تم تأسيسها سنة 1939 من طرف الشيخ عبد الحميد بن باديس، وبعد الحرب التحريرية أصبحت مقرا للمكتب الثاني للجيش الفرنسي، وبعد الاستقلال عادت لنشاطها الأول، ثم لصغار الصم البكم إلى غاية 1993، وبعدها تحولت إلى مقر لمتحف كتامة إلى يومنا هذا.

**الفرع الرابع: دار الثقافة عمر أو صديق:** مقرها بحي العقابي - بلدية جيجل، افتتحت يوم 04 سبتمبر

2007، تضم عدة ورشات وهي: ورشة للمسرح، ورشة للموسيقى وورشة للفنون التشكيلية، كما تضم قاعة للمطالعة وأخرى للأنترنث، إضافة إلى قاعة محاضرات وقاعة عروض فنية تحتوى 1080 مقعد، وأيضا عدة مكاتب من بينها مكتب النشاطات الثقافية.

**الفرع الخامس: الهياكل التعليمية:** وتتمثل في:

-**الجامعة المركزية:** توجد بعاصمة الولاية وهي تضم بدورها ثلاث كليات: العلوم، التكنولوجيا، كلية علوم

الطبيعية والحياة؛

-**القطب الجامعي بتاسوست:** ويضم أربع كليات هي: كلية الآداب واللغات، كلية الحقوق والعلوم السياسية،

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وكلية العلوم الاجتماعية؛

-**معاهد التكوين المهني:** تحتوى الولاية على معهدا واحدا و15 مركزا وملحقة و8 مدارس معتمدة.

ومنه، فإن ولاية جيجل تمتاز بحضارة عريقة وثقافتها المميزة والمحافظة على عاداتها وتقاليدها،

إضافة إلى الهياكل التعليمية والثقافية المختلفة.

**المطلب الثالث: خدمات البنية التحتية**

تعتبر خدمات البنية التحتية من الخدمات الهامة، لأنها تؤثر على النشاط السياحي، ومنه يمكن ذكر أهم العناصر الرئيسية للبنى التحتية التي تحتوي عليها ولاية جيجل كمايلي: (1)

**الفرع الأول: الموانئ:** تحتوي ولاية جيجل على ميناء جن جن ويعتبر أكبر ميناء في الجزائر، وأهم ميناء إقتصادي، وتتولى تسييره شركة موانئ دبي . كما تحتوي على موانئ الصيد البحري المختلفة في كل من جيجل، زيامة والعوانة، فضلا عن ميناء النزهة بالعوانة؛

**الفرع الثاني: المطارات:** تحتوي ولاية جيجل على مطار فرحات عباس، الواقع بمنطقة أشواط بالقرب من ميناء جن جن، والذي تم تأهيله ليصبح مطارا أساسيا بالولاية، ومطارا دوليا، (والأشغال به متواصلة)، وهذا ما يسمح بالدفع بعجلة التنمية في الولاية؛

**الفرع الثالث: المحطات الكهربائية:** توجد بولاية جيجل عدة محطات كهربائية، والتي تعتبر من خدمات البنية التحتية المهمة في قطاع السياحة ونذكر منها:

-محطة كهربائية بمنطقة الأشواط (الطاهير)؛

-محطتان هيدرو كهربائيتان بزيامة؛

-شبكة التزويد من الضغط المرتفع؛(2)

**الفرع الرابع: النقل والمواصلات:** يلعب قطاع النقل والمواصلات دوراً مهماً في النهوض بالسياحة في أي ولاية، وكذلك تنشيط الحركة السياحية فيها، لكن بالنسبة لولاية جيجل فإن قطاع النقل والمواصلات فيها غير متطور، حيث أن شبكة الطرق المتواجدة بها ليست في المستوى المطلوب، حيث تعاني الولاية نقصا في الطرق وكذلك عدم إنجازها، ومن بين هذه الطرق نجد: (3)

-الطريق الوطني المزدوج رقم 43 بين العوانة والميلية على مسافة أكثر من 80كلم؛

- مشروع الطريق المزدوج العملاق الرابط بين ميناء جن جن والطريق السيار شرق غرب على مسافة

100كلم، حيث أنه يعبر بلدية جيملة إلى غاية بلدية بني عزيز بسطيف إلى العلمة؛

-مشروع الطريق الوطني رقم 77 والمرتقب إعادة تأهيله وإختيار مسار جديد له يضمن المرور بدائرة جيملة يساهم في فك العزلة عنها؛

-القطار السريع Autoray الرابط بين جيجل وقسنطينة مرورا بالميلية؛

(1). ويكيبيديا الموسوعة الحرة، جيجل. <http://ar.wikipedia-org/wiki/>.

(2). مديرية السياحة لولاية جيجل احصائيات 2014.

(3). ويكيبيديا الموسوعة الحرة، جيجل.

-القطار السريع الرابط بين مدينة جيجل ومدينة سطيف على مسافة 130 كلم والذي أوكلت دراسة المشروع لشركة فرنسية في أوت 2009.

وفي مايلي سنذكر بعض الإحصائيات الخاصة بالنقل لسنة 2013:

**الجدول رقم(05)النقل بواسطة الحافلات للولاية جيجل لسنة 2013**

النقل	القطاع الخاص	القطاع العام
عدد الحافلات	2017	16
عدد المتعاملين	1793	1632
عدد المقاعد	58345	6 خطوط حضرية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إحصائيات مديرية السياحة 2013.

من خلال المقارنة بين القطاع الخاص والقطاع العام نجد أن القطاع الخاص متطور مقارنة بالقطاع العام، فمثلا نجد أن عدد حافلات القطاع الخاص 2017 أكثر بكثير من القطاع العام ذي 16 حافلة فقط، وبالتالي نستنتج أن القطاع الخاص نشط أكثر من القطاع العام.

**الجدول رقم (06): وسائل نقل المسافرين.**

النقل	العدد
سيارة الأجرة	493 سيارة
الحافلات المخصصة لموسم الاصطياف	109 حافلة يقابلها 2776 مقعد
النقل بواسطة السكك الحديدية	405 مسافر
النقل الجوي	40849 مسافر يقابلها 363 رحلة
النقل البحري	لا يوجد نقل بحري للمسافرين بل هناك نقل مخصص للبضائع فقط

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد علي إحصائيات مديرية السياحة 2013.

من خلال الجدول نلاحظ أن النقل الجوي يحتل المرتبة الأولى بحوالي 40849 مسافر ويليه النقل بواسطة سيارات الأجرة في المرتبة الثانية، ثم نجد في المرتبة الأخيرة الحافلات المخصصة لموسم الاصطياف، والسبب في ذلك وجود سياحة موسمية، أما فيما يخص النقل البحري فنجد مخصص للبضائع فقط.

**الفرع الخامس: المناطق الصناعية:** يوجد بولاية جيجل منطقتين صناعيتين، المنطقة الصناعية الموجودة بالطاهير (أولاد صالح)، والمنطقة الثانية هي المنطقة الحرة بلارة بالميلية التي تعد مهدا لمشاريع ضخمة،

والتي تم تخصيصها لإنشاء أول منطقة حرة صناعية للتصدير، حيث نجد فيها مختلف الصناعات مثل: الصناعات الميكانيكية الدقيقة، الصناعات الزجاجية، صناعات تحويل الجلود والنسيج، الصناعات الصيدلانية...إلخ.

**الفرع السادس: شبكة الاتصالات:** حيث يوجد بولاية جيجل شبكات مختلفة للاتصالات منها: شبكة الهاتف الثابت، الأنترنت، شبكة الهاتف النقال التي تحتوي هذه الأخيرة على شبكات مثل جيزي، نجمة، موبيليس...إلخ.

نستنتج مما تقدم أن ولاية جيجل تعاني من نقص في البنية التحتية المتطورة رغم موقعها المتميز والإمكانيات المتوفرة والتي يمكن أن تجعلها أكثر جاذبية.

#### المطلب الرابع: المقومات السياحية المادية

تتمثل المقومات السياحية المادية في الهياكل السياحية أو هياكل الاستقبال المتوفرة في ولاية جيجل وهي كما يلي:

**الفرع الأول: الفنادق:** تتوفر ولاية جيجل على 27 وحدة فندقية بطاقة استيعاب 1787 سرير وهي كالتالي:

#### الجدول رقم (07): المنشآت الفندقية الموجودة على مستوى ولاية جيجل.

الرقم	البلدية	تسمية المؤسسة	طاقة الإيواء المستغلة	
			عدد الغرف	عدد الأسرة
01	جيجل	لويزة	72	156
02		البصرة	40	57
03		النسيم	40	110
04		كتامة	34	90
05		السلام	46	114
06		المركزي	14	33
07		الريان	16	31
08		المشرق	24	36
09		الجليدي	10	16
10		كونفييغال	08	10
11		الإقامة	18	30
12		الجنة الزرقاء	23	46

شاطئ الخليج الأصغر أولاد بونار	32	16	لاكريك		13
شارع بوالريب الجوهري - العقابي	27	12	بريروس		14
25 شارع العربي بن مهدي	72	36	الجزيرة		15
03 شارع سي الحواس	60	34	تاغراست		16
شارع كروود عبد الكريم الطاهير	26	13	التقدم	الطاهير	17
حي الثورة الطاهير	74	36	المراد		18
تاسوست الأمير عبد القادر	160	80	الزمرد	الأمير عبد القادر	19
شارع لدرع حسين س.ع العزيز	140	70	النيل	سيدي عبد العزيز	20
ضخر البلح س.ع العزيز	70	30	ابن بطوطة		21
10 شارع جنوحات البشير الميلية.	21	12	الفتح	الميلية	22
بني مسلم خيربي واد عجول	40	20	جمال	واد عجول	23
تيميزارت العوانة	71	25+20	الصخر الأسود	العوانة	24
شارع أفنيس	51	20	الأفنيس		25
28 شارع بوطغو محمد	70	40	اللبلاب		26
زيامة منصورية	144	72	شوية	زيامة منصورية	27
	1787	881		المجموع	

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013

من الجدول أعلاه نلاحظ أن الفنادق الموجودة في ولاية جيجل كلها غير مصنفة.

كما أنه قد تم توجيه إشارات لجميع الفنادق التي لم تقم بإيداع أو إتمام ملفات التصنيف واعتماد المسير بتاريخ 23 أكتوبر 2013، وذلك من أجل الامتثال في أقرب الآجال (وعددتها 11 مؤسسة فندقية).

كما تم اقتراح فندقين للتصنيف درجة نجمتين على اللجنة الوطنية بالوزارة للمؤسستين "تاغراست"

و"الجزيرة"؛

فيما يخص عملية تصنيف المؤسسات الفندقية، نشير إلى أن هوعلى إثر إمضاء "اتفاقية الإطار" ما بين وزارة السياحة وبنك التنمية المحلية بتاريخ 21 فيفري 2007، والمتضمنة على الخصوص تمويل عمليات إعادة تأهيل المؤسسات الفندقية وتمويل برامج الاستثمار وتنمية مؤسسات القطاع السياحي، وتم منح سنة كاملة للمؤسسات الفندقية للتقرب من البنك والاستفادة من القروض، وخلال هذه المدة يتم تسجيل 03 طلبات



إعادة التأهيل، 03 طلبات إعادة القروض الغير مسددة، طلبة لاستئناف الأشغال، لم تحقق نتيجة إيجابية لذا تم إتخاذ قرار من طرف اللجنة الولائية للتصنيف لاستئناف التحقيقات والتصنيف النهائي للمؤسسات الفندقية انطلقا من شهر جانفي 2008، بالنسبة لحصيلة طلب التحقيقات الأولية للتصنيف تم تسجيل 16 طلب للتصنيف وهي كالتالي: (1)

✓ طلبات ثلاث نجوم؛

✓ خمس طلبات نجمتين؛

✓ طلب نجمة واحدة\*؛

✓ ثمانية طلبات بدون نجوم؛

تقابلها مجموعة من اقتراحات التصنيف الصادرة عن اللجنة الولائية وهي كالتالي:

✓ اقتراح واحد بنجمتين؛

✓ خمس اقتراحات بنجمة واحدة؛

✓ سبع اقتراحات بدون نجوم؛

✓ ثلاث اقتراحات تحويل إلى مرقد لعدم التوافق مع المعايير المعمول بها في المجال الفندقي.

**الفرع الثاني: المطاعم السياحية:** تعتبر المطاعم السياحية من الخدمات السياحية الهامة التي تزيد من عدد السياح إلى الولاية، حيث تتوفر ولاية جيجل على عدة مطاعم سياحية نذكر منها: مطعم النور، مطعم الفرسان، مطعم المنظر الجميل، مطعم الجنة الخضراء، مطعم الساحل وغيرها.

**الفرع الثالث: المخيمات العائلية:** تحتوي ولاية جيجل على 14 مخيم مهيئة لاستقبال الزوار في موسم الصيف وبطاقة إجمالية تقدر بحوالي 3009 طاقة إستيعاب، تتوزع على أغلب الشواطئ المسموحة للسياحة وتتمثل هذه المخيمات في الجدول الآتي:

**الجدول رقم(08): المخيمات العائلية.**

الرقم	البلدية	اسم المخيم	سعة الاستقبال	طبيعة الملكية
01	زيامة منصورية	المرجان الشاطئ الأحمر	64	خاص
02		الوئام "تازة"	100	خاص
03		مخيم الريحان	180	خاص ممنوح في اطار حق الإمتياز

(1). مديرية السياحة ولاية جيجل، إحصائيات 2007.

04	ماجى كلوب (الولجة)	265	جماعات محلية مؤجر لخواص
05	العوانة	240	خاص ممنوح في إطار حق الإمتياز
06		270	جماعات محلية مؤجر لخواص
07	الأمير عبد القادر	500	خاص ممنوح في إطار حق الإمتياز
08	خيرى واد عجول	300	جماعات محلية مؤجر لخواص
09		150	جماعات محلية مؤجر لخواص
10	القنار	120	جماعات محلية مؤجر لخواص
11		120	جماعات محلية مؤجر لخواص
12		240	جماعات محلية مؤجر لخواص
13		160	جماعات محلية مؤجر لخواص
14	سيدي عبد العزيز	300	جماعات محلية مؤجر لخواص
المجموع			3009

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

الفرع الرابع: الشواطئ: تتوفر ولاية جيجل على نوعين من الشواطئ وهي:

- الشواطئ المسموحة للسباحة: حيث توجد 22 شاطئ أي ما يعادل 44% من إجمالي الشواطئ، مثل

يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (09): الشواطئ المسموحة للسباحة.

الرقم	البلدية	اسم الشاطئ	المساحة (م <sup>2</sup> )
01	خيرى واد عجول	بني بلعيد-شرق	96000
02		بني بلعيد-غرب	80000
03	سيدي ع العزيز	صخر البلح	194000
04		سيدي ع العزيز	117600
05	القنار	المزابير	140000
06	الطاهير	بازول	65905
07	الأمير ع القادر	سطارة	74080

مديرية ولاية	114000	تاسوست		08	المصدر السياحة جيجل	
	28728	التربة الحمراء	جيجل	09		
	57000	كتامة		10		
	6600	أولاد بوالنار		11		
	0550	الخليج		جيجل		12
	29500	المنار الكبير		13		
	24900	برج بليدة	العوانة	14		
	33600	الضخر الأسود		15		
	10000	العوانة مركز		16		
	40000	مريغة		17		
	49500	أفتيس		18		
	39200	تازة		زيامة منصورية		19
	32000	الكهوف العجيبة				20
	14400	الولجة				21
	3360	الشاطئ الأحمر	22			

احصائيات 2014.

-الشواطئ غير المسموحة للسباحة: حيث يوجد 27 شاطئ غير مسموح للسباحة موزعة في مختلف بلديات ودوائر الولاية وذلك حسب الجدول التالي:

جدول رقم (10): الشواطئ غير المسموحة للسباحة.

الرقم	البلدية	اسم الشاطئ
01	خيربي واد عجول	خليج بني بلعيد
02		البحيرة
03	سيدي عبد العزيز	السنوبر 1
04		السنوبر 2
05		الجناح
06	القنار	القنار
07	الطاهير	أزارود
08		الأشواط

09	الأمير عبد القادر	البرج
10		شالوة
11	جيجل	عوقة
12		بوحنش
13		أقلال
14		شاطئ الزواي
15		شاطئ رابطة
16		العوانة
17	بورشايد	
18		عربيد
19	العنصر	العنصر
20	الميلية	واد الزهور
21		بني فرقان 1
22		بني فرقان 2
23	زيامة منصورية	لاسيور
24		مرسيدي
25		أزيرو
26		بوبلاطن
27		ملمش

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل  
إحصائيات 2013.

**الخامس: الوكالات السياحية:** توجد بولاية  
وكالات للسياحة والأسفار تتمثل نشاطاتها  
بيع التذاكر، تنظيم رحلات الحج والعمرة،  
والجدول الموالي يبين الوكالات السياحية  
ولاية جيجل:

الفرع  
ثلاث  
في  
في

**الجدول رقم (11): الوكالات السياحية**

الرقم	البلدية	تسمية الوكالة	نوعية المنتج المستغل
01	جيجل	الكورنيش	-تذاكر السفر -تأشيرات (تركيا) -رحلات (تركيا، تونس) -عمرة
02	جيجل	سياحة وأسفار الجزائر	-تذاكر السفر - رخصة للسياسة دولية واشتراكات العمرة والحج

			- رحلات منظمة (اسطنبول) - إقامة بجيجل
03	الميلية	العربي	تذاكر السفر

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل احصائيات 2013 .

**الفرع السادس: الدواوين والجمعيات السياحية:** توجد بالولاية جيجل ثمانية دواوين سياحية يتمثل نشاطها الرئيسي بالتعريف بالمنتج السياحي المحلي وترقيته وذلك من خلال إقامة المعارض المحلية . والجدول الموالي يوضح لنا الدواوين والجمعيات السياحية التي تتوفر عليها ولاية جيجل:

**الجدول رقم(12): الدواوين السياحية.**

الرقم	اسم الديوان أو الجمعية	المقر	رقم الاعتماد	تاريخ الاعتماد	ملاحظات
01	الديوان الجيجلي للسياحة	حي الرابطة جيجل	10/58	2010/06/14	ناشط
02	الديوان المحلي سيدي عبد العزيز	بلدية سيدي عبد العزيز	98/76	1998/06/22	ناشط
03	النادي السياحي الرمال الذهبية	حي البروقرة جيجل	04/133	2004/11/28	ناشط
04	جمعية السفير للسياحة	بلدية جيجل	2013/13	2013/04/30	معتمد حديثا
05	الديوان السياحي لبلدية العوانة				متوقفة عن النشاط حاليا رغم اعتمادها حيث لم يتم تجديدها
06	الديوان السياحي المحلي القنار				
07	الديوان السياحي لبلدية زيامة منصورية				
08	الديوان المحلي للسياحة جيجل				
09	الديوان المحلي للسياحة إيجيلي				متوقفة عن النشاط حاليا رغم اعتمادها حيث لم يتم تجديدها.

المصدر: مديرية السياحة لولاية جيجل إحصائيات 2013.

نستنتج مما تقدم أن لولاية جيجل مقومات سياحية مادية متنوعة تجعلها منطقة سياحية بامتياز تجلب إليها السياح.

ومن خلال هذا المبحث يمكن القول أن ولاية جيجل تحتوي على مختلف المقومات السياحية متنوعة وهامة جعلتها مقصدا سياحيا هاما، ما يستدعي ضرورة المحافظة عليها وتطويرها. إلا أن ذلك يتوقف على التعاون والاهتمام بها.

**المبحث الثالث: معوقات السياحة بولاية جيجل والحلول المقترحة**

تتميز ولاية جيجل بمجموعة من المقومات السياحية المتنوعة والتي تجعلها قبلة سياحية هامة، لكن ورغم ذلك توجد بعض المعوقات التي تحد من السياحة في الولاية وتعتبر كعائق لها، وهذا ما أوجب على الدولة اقتراح الحلول المناسبة سعياً للحد من هذه المعوقات، وفيما يلي سنتطرق إلى أهمها.

### المطلب الأول: المعوقات التي تواجه قطاع السياحة بولاية جيجل

تتمثل أهم المعوقات التي تواجه قطاع السياحة بولاية جيجل فيما يلي: (1)

**الفرع الأول: غياب العقار:** حيث إن الولاية ذات طابع فلاحي غابي فكل الأراضي إن لم تكن فلاحية فهي غابية، حتى عند الخواص بالرغم من أن كل المناطق السياحية هي مناطق التوسع إلا أن العقار بها إما ملك لخواص أو ذات طابع فلاحي أو غابي مما يتطلب إجراءات خاصة، إما لنزعها من الخواص من أجل المنفعة العامة، والتنظيم المعمول به يحدد المنفعة العامة بانجاز مرافق عمومية، طرقات، مدارس، ومستشفيات.... الخ، أو اللجوء إلى إخراجها من الطابع الفلاحي أو الغابي وهو أمر ليس بالسهل كونه يتطلب مصادقة من طرف اللجنة الوطنية ومجلس الوزراء وصدر المرسوم التنفيذي لذلك، كما أن هذه العملية لا تتطلب النزع من أجل انجاز تجهيزات سياحية؛

**الفرع الثاني: ضعف التنسيق بين مختلف القطاعات:** حيث أن كل قطاع سواء كان قطاع اقتصادي أو قطاع فلاحي أو قطاع سياحي وغيره من القطاعات الأخرى، فإنها كلها تهدف إلى تلبية حاجات المواطنين المحليين أو الأجانب، لكن يوجد ضعفاً في التنسيق بينها، فكل قطاع يعمل في مجال تخصصه ولا يوجد تناسق مثلاً بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، وهذا ما يعتبر كعائق يواجه القطاع السياحي بصفة خاصة والقطاعات الأخرى بصفة عامة؛

**الفرع الثالث: غياب مكاتب دراسات مختصة في انجاز مناطق التهيئة السياحية:** مما يؤدي إلى التعطل في انجاز وتهيئة مناطق التوسع السياحي؛

**الفرع الرابع: الصلابة في بعض النصوص القانونية:** إن النصوص القانونية الخاصة بمناطق التوسع السياحي تعتبر صارمة، كون أن أغلب هذه المناطق غابية وفلاحية بالدرجة الأولى، وهذا ما يصعب التوسع في هذه المناطق، لأن الدولة تحمي المناطق الطبيعية بصفة عامة (سواء كانت غابية أو فلاحية)، وبالتالي تعتبر كعائق للسياحة؛

(1). مقابلة مع السيد منصور نور الدين، مدير مديرية السياحة لولاية جيجل، يوم 13-04-2014، الساعة 15:00.

**الفرع الخامس: وجود عوائق وإجراءات إدارية ثقيلة:** هناك عوائق إدارية كثيرة للحصول على رخصة البناء ورخصة الاستغلال بالنسبة للشواطئ، كما أنه توجد بيروقراطية ثقيلة في منح الائتمان مثلا العقار يكون عن طريق الامتياز وغيرها؛

**الفرع السادس: نقص القناعة للاستثمار في قطاع السياحة:** إن أغلب المستثمرين لا يقومون بالاستثمار في قطاع السياحة لعدم قناعتهم بهذا المجال ، كما أن أغلبهم يبحثون عن الربح السريع وهذا ما لا نجده في القطاع السياحي، وأيضا السياحة في ولاية جيجل موسمية، وبالتالي يكون الاستثمار في الصيف أكثر منه في الفصول الأخرى وهذا ما يعتبر عائقا يقف في وجه تطور القطاع السياحي.

ولتدعيم هذه الفكرة أخذنا عينة من الفنادق وسلطنا الضوء على أهم المعوقات، وذلك كما يلي:

**أولا: فندق لويزة:** فندق لويزة رغم كبر حجمه وموقعه الإستراتيجي إلا أنه توجد به بعض المعوقات يمكن ذكرها كما يلي:

- المظهر الخارجي للفندق غير جذاب وكذلك بالنسبة للمظهر الداخلي، حيث لاحظنا أنه لا يوجد اهتمام بالديكور والأثاث وعدم تناسق ألوان الطلاء الموجودة داخل الفندق؛

- لا توجد فيه أي عناصر ملموسة تعبر عن الثقافة الجيجلية مثل: الأواني الفخارية، اللوحات الفنية، التماثيل.... الخ، خاصة على مستوى الاستقبال؛

- عدم توفره على التكنولوجيا الحديثة، إذ يوجد به أجهزة للإعلام الآلي من النوع القديم؛

- لا يوجد اهتمام بالترويج للفندق وللخدمات المقدمة، لعدم وجود ميزانية خاصة بذلك؛

- لا يتوفر الفندق على موقف للسيارات، وذلك لكون أن الفندق تم بناءه على كامل مساحة الأرض

المخصصة له، وهذا ما لا يسمح بتوسيع الفندق.

**ثانيا: فندق البصرة:** يعتبر فندق البصرة من أقدم الفنادق في ولاية جيجل، ومن أهم المعوقات التي يعاني منها هذا الفندق مايلي:

- وجود نقص في الديكور على مستوى الاستقبال، وعدم توفر أجهزة الإعلام الآلي؛

- عدم التزام العمال بلباس موحد؛

- لا يوجد ترويج لهذا الفندق؛

**ثالثا: فندق كتامة:** رغم الموقع الممتاز لفندق كتامة المطل على البحر، ووجود موقف كبير للسيارات وهو ما

لا نجده في باقي الفنادق، إلا أنه يعاني من بعض المعوقات كغيره من فنادق المنطقة أهمها:

-المظهر العام الخارجي للفندق غير جذاب سواء من حيث الطلاء أو الشكل، أما بالنسبة للمظهر الداخلي فنجد أن هناك نقصاً في الديكور وعدم تناسق الألوان والأثاث؛

- ملكية الفندق التي تمنح للخواص عن طريق الإيجار وقصر مدة الإيجار تقف كعائق أمام إجراء التغييرات به؛

- غياب شبه تام للترويج للفندق وللخدمات المقدمة فيه (في بعض الأحيان يقوم موظفي الفندق بتقديم أقرص مضغوطة تتضمن معلومات عن الفندق وعن الولاية).

رابعاً: فندق بربروس: رغم جاذبية المظهر الخارجي لفندق بربروس، والديكورات المتوفرة فيه على مستوى الأروقة والغرف والألوان، إلا أنه توجد به بعض المعوقات هي:

- عدم توفر خدمات الانترنت به؛

- لا يتوفر هذا الفندق على موقف للسيارات.

خامساً: فندق الجزيرة: من خلال زيارتنا للفندق يمكن القول أن المظهر الخارجي جذاب سواء من حيث الشكل أو الطلاء، وعلى مستوى الاستقبال نجد الديكور الجيد والمعبر عن الثقافة المحلية حيث يحتوى على اللوحات المنجزة من طرف فنانيين، ووجود جهاز الإعلام الآلي من النوع الحديث، وتناسق للألوان والأثاث في الغرف والأروقة، ويقدم خدمات تكميلية مجانية تتمثل في فطور الصباح والانترنت، ومن بين العيوب التي لاحظناها فيه<sup>(1)</sup>

- لا يقدم تكوين للعاملين ولا يقوم بجلب الإطارات؛

- غلاء أسعار الخدمات المقدمة؛

- ضيق مساحة الغرف؛

- لا يوجد به موقف للسيارات.

سادساً: معوقات أخرى تشترك فيها جميع الفنادق:

- أغلب الفنادق تعاني من نقص الأساليب المستعملة في قياس الجودة ونوعية الخدمات المقدمة، كما أن طاقاتها الاستيعابية غير كافية في موسم الاصطياف؛

- غياب تام أو شبه تام للكفاءات في مجال الفندقية سواء في الإدارة أو طرق تقديم الخدمات؛

- عدم وجود منافسة بين الفنادق، عدم وجود تحفيز للعمال والإبداع والابتكار.

(1). مقابلة مع مدير فندق الجزيرة.



على ضوء ما تقدم نستنتج أنه هناك مجموعة من المعوقات يعاني منها القطاع السياحي بولاية جيجل، واستناداً إلى هذه المعوقات يمكن اقتراح بعض الحلول نحاول استعراضها في المطلب الموالي .

### المطلب الثاني: الحلول المقترحة للحد من معوقات السياحة بولاية جيجل

للنهوض بالقطاع السياحي، والوقوف عند العوائق التي تواجه هذا القطاع والحد منها، تم اقتراح بعض الحلول ندرجها فيما يلي:<sup>(1)</sup>

✓ المرسوم التنفيذي رقم 03-03 المؤرخ في 17 مارس 2003 الخاص بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية؛

✓ البرنامج القطاعي للتنمية يعمل في إطار برنامج ممرز، حيث يتم تعيين مكتب الدراسات و بعدها يصادق عليها من طرف المجلس الشعبي الولائي، تم تقوم الوزارة المكلفة بذلك بإعداد المرسوم التنفيذي ومنح غلاف مالي تقوم بتقديره، ثم يتم توزيع هذه الأراضي على المستثمرين عن طريق منح الامتياز لمدة 33 سنة قابلة للتجديد مرتين، ثم تقوم الوزارة بتعويض أصحاب الأراضي من حيث الملكية، وكذلك الحال بالنسبة لتهيئة الشواطئ؛

✓ محاولة تصنيف الفنادق حسب الأولوية، من حيث جودة الخدمات المقدمة، وذلك من خلال تبني إدارة الجودة الشاملة لتحسين جودة هذه الخدمات الفندقية بما يتماشى مع مواصفات الجودة العالمية، بغرض إشباع رغبات وحاجات الزبائن الحاليين والمحتملين؛

✓ معرفة ما يريده السائح من السياحة من حيث الترفيه، الراحة، التنقل، التسوق... الخ، من هذا المنطلق يتم تحديد الأهداف التي يجب تحقيقها؛

✓ تم تحديد مناطق التوسع السياحي بمرسوم تنفيذي 22 ديسمبر 1988 وابتداءً من سنة 2010 حيث تم منح للدراسة من طرف الوزارة في إطار المشاريع الممركزة ما يلي: منطقة العوانة حوالي 94 هكتار وتمت من طرف مكتب الدراسات الفرنسي ISIS كما برمجت 05 مناطق هي: راس الواد، برج بليدة، راس العافية، تاسوست، بني بلعيد، والأشغال في نهايتها؛

✓ في إطار المشاريع التنموية تتضمن تهيئة شاطئين هما: شاطئ الكهوف العجيبة وشاطئ راس العافية، تم الانتهاء منه وتسليم المشروع، وفي سنة 2012 تم منح مشروع ثاني يتضمن دراسة 06 شواطئ (تاساكش،

(1). مقابلة مع السيد نور الدين منصور، مدير مديرية السياحة لولاية جيجل.

برج عوقة، سيدي عبد العزيز، صخر البلح)، وسيتم تسليم الدراسة قريبا، وفي 2014 تم إدراج مشروع ثالث مركزي يتضمن دراسة أربع شواطئ جديدة لم يتم تحديدها؛

✓ تهيئة المواقع السياحية: تهيئة عزبة أندرو، حيث اكتملت الدراسة والإنجاز في بدايته؛

✓ البناءات: إنجاز مديرية السياحة مع سكن وظيفي الواقعة في الكلم الثالث، إنجاز مركز للإعلام الآلي

والتوجيه السياحي بجيجل المدخل الشرقي، وتوجد مشاريع مبرمجة لسنة 2014 منها: إنجاز دار للصناعة التقليدية بالميلية.

ومنه نستنتج بأنه توجد مجموعة من الحلول قامت بها الدولة والمسعاي المبذولة من طرفها من أجل النهوض بقطاعها السياحي، تمثلت في التهيئة التي تقوم بها كل سنة وبشكل دوري، بالإضافة إلى المشاريع المختلفة والمنجزة والتي في طريق الإنجاز.

### المطلب الثالث: عرض نتائج المقابلة

في هذه الدراسة اعتمدنا على مجموعة من الأسئلة، تم صياغتها وتوجيهها إلى مدير فندق الجزيرة

وهذا من خلال المقابلة التي أجريناها معه، حيث تم إعطائنا فكرة عامة حول الفندق بأنه مؤسسة سياحية

ذات ملكية خاصة، ويقدم نوعين من الخدمات هي الخدمات الأساسية والخدمات التكميلية، بالنسبة للخدمات الأساسية تتمثل في: الإيواء، الإطعام، إعداد الفواتير، استلام الطلبات، أما الخدمات التكميلية: فتمثل في الانترنت مجانا، فطور الصباح، تنظيف الألبسة وغيرها.

بالنسبة للعراقيل التي تواجه الفندق، فإنها لا توجد عراقيل تواجهه، حيث يقصد هذا الفندق زوار

محلين وأجانب ومن فئات مختلفة، كما أن الفندق يخضع لشروط التنظيم وبعض التوصيات التي تضعها

مديرية السياحة، وعلاقته بالمؤسسات السياحية الأخرى تكميلية، وهناك علاقة أيضا بينها وبين الوكالات

السياحية حيث أن الفندق يبرم اتفاق (عقد) مع وكالة السياحة والإسفار (ATV) الكائن مقرها بقسنطينة، وبما

أن هذا الفندق ملكية خاصة فإن تمويله هو تمويل ذاتي. بالنسبة للمنافسة بين الفنادق فإنه لا توجد منافسة

لأن الفنادق في ولاية جيجل قليلة مقارنة بالولايات الأخرى، كما لا نجد نفس الأسعار في جميع الفنادق وذلك

حسب الخدمات المقدمة. وبالعودة إلى فندق الجزيرة أسعاره موسمية، حيث أن أسعار الصيف تكون مرتفعة

بالنسبة للشتاء لأن في الصيف يكون هناك إقبال على الفنادق بصفة كبيرة باعتبار مدينة جيجل مدينة

سياحية، وهذا الإقبال الكبير نتج عنه ظاهرة كراء المنازل التي انتشرت بسرعة كبيرة في الآونة الأخيرة، لأن

الزبائن أو المصطافين يجدون راحتهم داخل المنازل أحسن من الفندق وخاصة بالنسبة للعائلات، ومنه يمكن ذكر بعض الحلول للنهوض بقطاع السياحة في ولاية جيجل كما يلي:

-تكوين أفراد متخصصين في مجال الفندقة؛

-خلق روح المنافسة؛

-ابتكار أفكار جديدة، وتقديم خدمات جديدة لاستقطاب جمهور كبير من السياح؛

-التحكم في الأسعار وعقلانيتها؛

-توفير البنية القاعدية لولاية جيجل لبناء المزيد من الفندق؛

-الإكثار من المدارس ومراكز التكوين والمعاهد والجامعات؛

-تقديم تحفيزات للعمال داخل الفنادق لتقديم خدمات ذات جودة عالية في هذه الفنادق.

ومنه نستنتج بأن فندق الجزيرة هو كغيره من الفنادق الأخرى المتواجدة بولاية جيجل، لكنه يتميز عن

الفنادق الأخرى في الخدمات المقدمة الأساسية أو حتى الخدمات التكميلية، كما أنه هناك جهود مبذولة من

أجل تصنيف هذا الفندق.

ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأنه ورغم المعوقات التي تقف كعائق لتطور السياحة في ولاية

جيجل، إلا أنه توجد حلولاً مجسدة على أرض الواقع تواجه هذه المعوقات وتُطوّر السياحة في ولاية جيجل.

## خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل نستنتج بأن ولاية جيجل ولاية ساحلية لها تاريخ سياحي عريق، وهذا ما جعل النشاط السياحي بها يعرف تطورا مستمرا من خلال المشاريع والمخططات السياحية التي تقوم بها الدولة، إضافة إلى المقومات السياحية التي تزخر بها الولاية والتي تعتبر عامل جذب مهم للسياح، كما أن هناك معوقات وعراقيل تواجه القطاع السياحي وتقف عائق أمام تطوره وازدهاره، وعلى هذا تم اقتراح الحلول التي تحد من هذه المعوقات.

الخاتمة العامة

من خلال هذا البحث تبين لنا أن السياحة تطورت عبر مراحل مختلفة، حيث أصبح الاهتمام بها يتزايد يوماً بعد يوم، حتى أصبحت تشكل قطاعاً مستقلاً بذاته، إضافة إلى القطاعات الأخرى، كما أنها تساهم في زيادة الاقتصاد الوطني، وتوفير فرص العمل، ولها تأثير كبير على ميزان المدفوعات، إضافة إلى أن أي بلد سياحي يتميز بمقومات سياحية هامة يجلب عدد كبير من السياح إليه، وهذا ما يساهم في تطور السياحة من خلال قيام الدولة المستضيفة بتطوير السياحة لديها والمحافظة على كل الموارد المتوفرة فيها، وكذلك محاولة جلب الاستثمارات إليها.

### نتائج الدراسة

إذا كانت ولاية جيجل تزخر بمقومات طبيعية، ثقافية وحضارية، بنية تحتية، ومقومات سياحية مادية، فإن تطور السياحة فيها له عدة معوقات وعراقيل، حيث سطرت مجموعة من الحلول منها على سبيل المثال: إعادة هيكلة الشواطئ الغير مسموحة للسياحة وجعلها شواطئ مسموحة للسياحة، إنجاز مناطق توسع سياحي جديدة.

فيما يخص فرضية البحث الأولى تم إثباتها من حيث أن المقومات السياحية في ولاية جيجل مستغلة وهذا ما لا يحظاه من خلال توسيع مناطق التوسع السياحي، إنشاء فنادق جديدة ومحاولة تصنيف الفنادق الغير مصنفة... الخ؛

أما فرضية البحث الثانية فقد تبين أنه لا يوجد إهمال للمقومات السياحية لولاية جيجل لأن الدولة تقوم بالمحافظة عليها.

أما بالنسبة لفرضية البحث الثالثة فقد تبين فعلاً أن ولاية جيجل تبذل جهوداً معتبرة لمواجهة المعوقات السياحية بصفة عامة.

وعموماً يمكن حصر نتائج الدراسة في نتائج نظرية ونتائج تطبيقية.

**النتائج النظرية:** يمكن حصرها فيما يلي:

- توجد أسباب كثيرة أدت إلى انتشار السياحة، وهذا ما جعلها تتميز بخصائص وتنوع حسب الغرض والهدف منها، مما نتج عنها آثار تتماشى مع أسس السياحة المتمثلة في الطلب السياحي والعرض السياحي وغيرها، وذلك حسب المبادئ التي تحكمها والتي حددتها المنظمة العالمية للسياحة؛

- تتمثل المقومات السياحية في مختلف المقومات التي يتوفر عليها أي بلد وتتنوع وتختلف من بلد لآخر حيث نجد أن هناك عوامل مؤثرة فيها؛

لتطور السياحة توجد أساليب تتبعها أي دولة للنهوض بقطاعها السياحي، حيث أن لهذا القطاع دور في تطور اقتصاديات الدول، لكن هناك معوقات وعراقيل تواجه القطاع السياحي وتقف كعائق في نموه وتطوره، وبالمقابل توجد حلول تحد من هذه المعوقات.

### النتائج التطبيقية

أما النتائج الخاصة بالدراسة التطبيقية فيمكن إجمالها فيما يلي:

تتميز جيجل بتاريخ سياحي عريق وحافل؛  
توجد مخططات ومشاريع قامت الدولة بالتخطيط لها، لكنها غير مستغلة والنشاط فيها أحيانا يتوقف بسبب بعض الظروف والمشاكل التي تواجهها؛  
تتوفر ولاية جيجل على كل المقومات الطبيعية المتمثلة في الغابات، الجبال، البحر، وهذا ما جعلها تتميز بالسياحة الجبلية والشاطئية أيضا؛  
تحتوي ولاية جيجل على مختلف المقومات الثقافية والحضارية حيث نجد فيها دار الثقافة عمر أو صديق، وكذلك مختلف المعاهد والكلليات التعليمية؛  
بالنسبة لخدمات البنية التحتية فنجدها ضعيفة في الولاية بصفة عامة وفي مختلف البلديات بصفة خاصة، فأغلب الطرقات غير صالحة رغم المجهودات المبذولة لإصلاحها، إلا أنها لم تصل إلى المستوى المطلوب؛  
تحتوي ولاية جيجل على مجموعة من الفنادق، توفر فرص العمل، لكنها غير مصنفة وهذا راجع لغياب الأقسام الإدارية التي يجب أن تتوفر فيها مثل قسم الموارد البشرية، قسم التسويق، وكذلك مختلف وظائف الإدارة كالتخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة، وهذا ما لاحظناه في فندق الجزيرة، لكن ورغم كل ذلك فهناك تحسنا ملحوظا من خلال محاولة كسب ولاء الزبائن الحاليين، لكنها بالمقابل لا تبذل جهودا ترويجية لها؛  
وجود سياحة موسمية في الولاية حيث نجد أن السياحة تكون في الصيف أكثر من الفصول الأخرى، وهذا ما يجعل أغلب الفنادق أكثر نشاطا في موسم الصيف عكس المواسم الأخرى التي يكون فيها الطلب قليلا؛  
من خلال ما تم ذكره يمكن القول أن ولاية جيجل تمتلك مقومات وموارد سياحية تؤهلها أن تكون وجهة وقبلة سياحية هامة تجلب السياح المحليين والأجانب إليها، لكن توجد معوقات ومشاكل تواجه هذا القطاع، وهذا ما تسعى الدولة إلى القضاء عليها من خلال الحلول التي تقترحها لذلك.

### اقتراحات الدراسة

من خلال النتائج التي توصلنا إليها نقترح بعض التوصيات نوجهها إلى المصالح المعنية بالقطاع السياحي لولاية جيجل والمتمثلة فيما يلي:

- المحافظة على كل المقومات الطبيعية، التاريخية والثقافية وغيرها المتوفرة في ولاية جيجل، لأنها تعتبر عامل جذب مهم للسياح؛

- إنشاء مشاريع سياحية جديدة للنهوض بالقطاع السياحي، واستغلال كل مناطق التوسع السياحي، وإكمال المشاريع التي تم البدء فيها؛
  - دعم البنية التحتية واستكمال الطرقات التي تم البدء فيها؛
  - القيام بالترويج عبر وسائل الإعلام المختلفة للفنادق والوكالات السياحية وكل المناطق السياحية المتواجدة بها، حتى تسهل للسائح الوصول إليها والاستفادة من خدماتها؛
  - ضرورة إبرام الشراكة بين القطاع العام والقطاع الخاص من أجل النهوض بالقطاع السياحي، وكذلك تشجيع الاستثمارات الأجنبية والمحلية وتقديم الإعفاءات الضريبية؛
  - إدخال الوظائف المختلفة المتعلقة بالإدارة في الفنادق مثل التسويق والموارد البشرية وغيرها؛
  - خلق أنشطة وخدمات إضافية في الفنادق وتغطية النقص المتواجدة بها؛
  - التنسيق بين مختلف الجهات والهيئات المسؤولة عن القطاع السياحي من أجل النهوض به وتطوره والوصول به إلى المستوى المطلوب؛
  - اقتراح حلولاً جديدة، وبذل جهود أخرى تكون مكملة للجهود المبذولة سابقاً، وذلك من خلال محاولة تصنيف الفنادق المتواجدة بالولاية، وكذلك تحسين الخدمات المقدمة ومطابقتها لمواصفات الجودة العالمية التي تتماشى مع المواصفات التي تقترحها المنظمة العالمية للسياحة؛
  - التنسيق بين القطاع السياحي في الولاية، والولايات الأخرى من أجل النهوض بهذا القطاع، لأنه بتضافر الجهود نصل إلى قطاع سياحي متطور أكثر.
- وفي الأخير نأمل أن نكون قد وفقنا في اختيار هذا الموضوع وما تم عرضه بما يخدم قطاع السياحة، وبما يخدم العلم والمعرفة.



# قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1. الكتب:

- 1 - أبو عياش عبد الله، عبد النبي الطائي حميد ، مدخل إلى السياحة في الأردن ، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2007.
- 2 - الأنصاري آسيا محمد إمام، عواد إبراهيم خالد، إدارة المنشآت السياحية ، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
- 3 - الحجازي محمد حافظ، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
- 4 - الروبي نبيل، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، بدون طبعة، مصر، 1985.
- 5 - الروبي نبيل، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، بدون طبعة، مصر، بدون سنة.
- 6 - سراب إلياس، تسويق الخدمات السياحية ، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، الأردن، 2002.
- 7 - السكر مروان، مختارات من الاقتصاد السياحي ، مجدلاوي للنشر والتوزيع ، بدون طبعة، الأردن، 1999.
- 8 - سيد لطيف هدى، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1994.
- 9 - السيسى ماهر عبد الخالق، صناعة السياحة، الأساسيات والمبادئ ، مطابع الولاة الحديثة، مصر، 2003.
- 10 - صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بدون طبعة، القاهرة، 2006.
- 11 - صلاح عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، المركز الغربي للبحث والنشر، بدون طبعة، القاهرة، 1994.
- 12 - الظاهر نعيم، سراب ليلي، ميادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، الأردن، 2007.
- 13 - عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة والاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، دار النهضة العربية، بيروت، 2001.
- 14 - علام أحمد عبد السميع ، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007-2008.
- 15 - علام أحمد عبد السميع، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى ، الإسكندرية، 2007-2008.

- 16 - فضل أحمد يونس، الجغرافيا السياحية، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بدون طبعة، لبنان، 1993.
- 17 - كامل محمود، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة العلمية المصرية للكتاب، بدون طبعة، مصر، 1975.
- 18 - ماهر أحمد، أبو قحف عبد السلام، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، الطبعة الثانية، مصر، 1999.
- 19 - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، بدون طبعة، الأردن، 2008.
- 20 - مثني طه، الدباع إسماعيل على، مبادئ السفر والسياحة، مصر، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، الأردن، 2001.
- 21 - مرسي محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007.
- 22 - المصرفي محمد، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، بدون طبعة، مصر، 2007.
- 23 - المصري سعيد محمد، إدارة و تسويق الأنشطة الخدمية، بدون طبعة، مصر، 2002.
- 24 - مقابلة خالد، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، الأردن، 2003.
- 25 - مقابلة خالد، فيصل الحاج ديب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2000.
- 26 - ملوخية أحمد فوزي، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2008.
- 27 - نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، الأردن، 2007.
- 28 - نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2001.
- II - الملتقيات والتقارير:
- أ- الملتقيات
- 1 - جوامع إسماعين، بركات فايزة، اقتصاديات الصناعة الفندقية وأثرها على التنمية السياحية المحلية حالة الجزائر، الملتقى الدولي الثالث لسياحة حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والآفاق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.
- 2 - دعيبس يسرى، العولمة السياحية، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية رقم 11، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، بدون طبعة، مصر، 2002.
- 3 - دعيبس يسرى، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الطبعة الأولى، مصر، 2003.

- 4 - منصور رقية، خبيرة أنفال حدة، النهوض بالسياحة المحلية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، الملتقى الدولي الثالث حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والأفاق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.
- ب- التقارير:
- 1 -تقرير مديرية السياحة لسنة 2007.
  - 2 -الحصيلة النهائية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لسنة، 2013.
  - 3 -الحصيلة النهائية لمديرية السياحة لولاية جيجل، لسنة 2014.
- III.المذكرات:
- 1 -أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية، بحث أعد لنيل درجة الماجستير في الإحصاء والبرمجة، سورية، 2005-2006.
  - 2 -بابا عبد القادر، سياسة الاستثمار في الجزائر وتحديات التنمية في ظل التطورات العالمي الراهنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003-2004.
  - 3 -بوعكريف زهير، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011-2012.
  - 4 -حنتوت كمال، بوالقابول محمد، تمويل القطاع السياحي في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2012-2013.
  - 5 -دفاص أمينة، فيروز حميدة، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2010-2011.
  - 6 -شعوبي محمود فوزي، السياحة والفندقة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007.
  - 7 -ضيف الله إيمان، بوبروش مريم، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (دراسة حالة ولاية جيجل)، جامعة جيجل، 2010-2011 .
  - 8 -عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، بدون سنة.
  - 9 -كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، رسالة دكتورا، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.

10 - محداب داود، بوكفوس نور الدين، الموارد السياحية ودورها في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2010-2011.

11 - هدير عبد القادر، واقع السياحة بالجزائر وأفاق تطورها، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، بدون سنة.

### ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

1- AhmedTessa ,Economique touristique et aménagement du territoire,

Alger,opu,1993.

2- jean- pierre la zatq. Giatart et Michel, management du tourisme ,Pearson éducation, France, 2007.

### II - المواقع الإلكترونية:

1- <http://fella.ahlamontada/.com>.

2- <http://www.facebook.com/>.

3- [http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de Jijel-outils-traditionnel -jpg-](http://ar.wikipedia.org/wiki/zoo-de_Jijel-outils-traditionnel_-jpg-).

4- [http://ar.wikipidia.org/wiki/zoo-de Jijel-outils-traditionnel-jpg](http://ar.wikipidia.org/wiki/zoo-de_Jijel-outils-traditionnel-jpg).

5- <http://www.aawsat.com/details.asp?issueno=9165&article=242084#U2tv1870m1s>.

6- <http://www.al-gazirah.com>.

1 - شرطية العيد بن الشيخ، التسويق السياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني (موسوعة)، المملكة العربية السعودية.

2 - ويكيبيديا ( الموسوعة الحرة)، تقديم ولاية جيجل، على الموقع الإلكتروني

التالي: <http://ar.wikipedia.org/wiki...>

3 - ويكيبيديا الموسوعة الحرة، جيجل. <http://ar.wikipedia-org/wiki/>.

## الملخص:

يتوقف نجاح قطاع السياحة في تحقيق التكامل بينه وبين القطاعات الأخرى على مدى قدرة هذا القطاع في تلبية حاجات السياح وإشباع رغباتهم وتقديم لهم الخدمات السياحية ذات الجودة العالمية، ويكون ذلك من خلال توافر كل المقومات الطبيعية، الثقافية والحضارية، خدمات البنية التحتية والهياكل المادية مثل الفنادق وغيرها. إن تطوير وتحديث القطاع السياحي بولاية جيجل يمكن أن يحدث نتائج ايجابية ويساعد في حل الكثير من المشكلات والمعوقات والعراقيل التي تواجه هذا القطاع، وهذا لا يكون إلا من خلال الحفاظ على الموارد الطبيعية، تحسين وسائل النقل من راحة وأمن وتكاليف، تحسين البنية التحتية، والجودة في تقديم الخدمات، إضافة إلى إقامة فنادق تتماشى مع مواصفات الجودة العالمية.

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

## Résumé:

Le succès du secteur du tourisme dans l'intégration entre elle et d'autres secteurs sur la capacité de ce secteur à répondre aux besoins des touristes et satisfaire leurs désirs et de les rendre des services touristiques de qualité internationale, et c'est grâce à la disponibilité de tous les ingrédients naturels, de la culture et de la civilisation, les services d'infrastructure et les structures physiques, tels que les hôtels et autres.

Le développement et la modernisation du mandat du secteur du tourisme de Jijel peuvent se produire des résultats positifs et aider à résoudre beaucoup de problèmes et les contraintes et les obstacles rencontrés par ce secteur, et cela ne peut être atteint grâce à la conservation des ressources naturelles, d'améliorer le transport de confort, de sécurité et de coûts, l'amélioration des infrastructures et de la qualité dans la prestation de services, en plus de la création d'hôtels en ligne avec les normes internationales de qualité.

**Les mots clés:** Tourisme, Potentielle Touristique, jijel.



الملاحق



**الملحق رقم(05): أسئلة المقابلة**

هل يمكن أن تقدم لنا تعريف شامل حول فندق الجزيرة؟

.....

**1** - ما هي الخدمات التي يقدمها هذا الفندق؟

.....

**2** - هل توجد عراقيل تواجه فندق الجزيرة؟

.....

**3** بالنسبة للزوار الذين يقصدون هذا الفندق هل هم زوار محليون أم أجانب؟ وما هي الفئة الأكثر مجيئاً لهذا الفندق؟

.....

**4** - هل هناك علاقة بين الفندق ومديرية السياحة و المؤسسات السياحية الأخرى؟

.....

**5** كيف يتم تمويل هذا الفندق؟

.....

**6** هل توجد منافسة بين هذا الفندق والفنادق الأخرى؟

.....

**7** هل توجد نفس الأسعار في جميع الفنادق؟

.....

**8** هل توجد أسعار موسمية لهذا الفندق؟

.....

**9** بالنسبة لظاهرة كراء المنازل انتشرت بسرعة كبيرة في الآونة الأخيرة ما هو تفسيركم لهذا الانتشار؟

.....

10 - كل الفنادق المتواجدة في ولاية جيجل لم تصنف بعد و لو بدرجة واحدة لماذا؟

.....

11 - هل توجد مشاكل تعيق قطاع السياحة بولاية جيجل؟

.....

12 - ما هي الحلول التي تقترحها للنهوض بقطاع السياحة في ولاية جيجل؟

.....