الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي -جيجل-

كليـــة العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الموضوع

دور مخططات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي
دراسة حالة -الجزائر-

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: **تسيير واقتصاد سياحي**

إعداد الطالبين:

- بن علي حسين

- بن خرورو زين العابدين

إشراف الأستاذ:

- سالمي سمير

أعضاء لجنة المناقشة

د. بوهالي رتيبة	جامعة جيجل	رئيسا
أ. سالمي سمير	جامعة جيجل	مشرفا ومقررا
أ. براشن عماد الدين	جامعة جيجل	مناقشا

السنة الجامعية 2016-2017

شكر

أحمد الله سبحانه و تعالى و أشكره لتوفيقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع

عملا بقول رسول الله صلي الله عليه و سلم :

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله ".

شكرنا الخاص لأستاذنا المشرف سمير سالمي لأنه علمنا معنا الصبر والعمل والاجتهاد وتوجيهنا واعطائنا معلومات قيمة ساعدتنا في تقديم هدا العمل

نحمد الله عز وجل الذي ألهمنا العبر وثبات وأمدنا بالقوة والعزم على مواصلة مشوارنا الدراسي

وتوفيقه لنا على إنجاز هذا العمل فنحمدك اللهم ونشكرك على نعمتك وفضلك ونسألك البر

والتقوى ومن العمل ما ترضى وسلام على حبيبه وخليله الأمين عليه أزكى الصلاة والسلام

أتقدم بشكر خاص "وداد جابر" مفتشة رئيسية لدى مديرية السياحة

على تقديم كل المعلومات القيمة التي أفادتنا في إنجاز

هذا العمل

ولا تفوتنا أن نشكر كل أستاذة علوم اقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية

وكل من ساهم من قريب ومن بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع

قائمة المحتويات

المحتوى	رقم الصفحة
شكر	
قائمة المحتويات	
قائمة الاشكال	
قائمة الجداول	
قائمة الملاحق	
قائمة المختصرات	
مقدمة	**أ–ث**
الفصل الأول: أساسيات حول السياحة	
تمهيد	**2**
المبحث الأول: ماهية السياحة	**3**
المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها	**3**
المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح	**6**
المطلب الثالث: أنواع السياحة واركانها	**8**
المبحث الثاني: أثار السياحة على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي	**11**
المطلب الأول: اثر السياحة على الجانب الاقتصادي	**12**
المطلب الثاني: اثر السياحة على الجانب الاجتماعي والثقافي	**14**
المطلب الثالث: اثر السياحة على الجانب البيئي	**15**
المبحث الثالث: مكونات السوق السياحي	**17**
المطلب الأول: العرض السياحي	**17**
المطلب الثاني: الطلب السياحي	**19**
المطلب الثالث: واقع القطاع السياحي الدولي	**22**
خلاصة الفصل الأول	**27**
الفصل الثاني: التخطيط الاقليمي كأداة للتهيئة السياحية	
تمهيد	**29**
المبحث الأول: أساسيات حول التخطيط الإقليمي	**30**

المطلب الأول: ماهية الإقليم	**30**
المطلب الثاني: ماهية التخطيط الإقليمي	**32**
المطلب الثالث: مبررات (دوافع) ومستويات التخطيط الإقليمي	**36**
المبحث الثاني: نظريات التخطيط الإقليمي	**37**
المطلب الأول: نظريات التخطيط الاقتصادي ذات البعد المكاني	**37**
المطلب الثاني: نظرية الأساس الاقتصادي	**39**
المطلب الثالث: نظرية الأماكن المركزية وأقطاب النمو	**40**
المطلب الرابع: نظريات التخطيط الاقتصادية ذات الدعم العمراني (نظريات العتبات)	**42**
المبحث الثالث: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي وعلاقة التهيئة العمرانية بالسياحة	**44**
المطلب الأول: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي	**44**
المطلب الثاني: علاقة التهيئة العمرانية بالقطاع السياحي	**47**
خلاصة الفصل الثاني	**50**
الفصل الثالث: أدوات التهيئة العمرانية في الجزائر وعلاقتها بالقطاع السياحي	
تمهيد	**52**
المبحث الأول: واقع القطاع السياحي في الجزائر	**53**
المطلب الأول: المقومات والإمكانيات السياحية للجزائر	**53**
المطلب الثاني: مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر	**55**
المطلب الثالث: مشاكل وتحديات القطاع السياحي في الجزائر	**60**
المبحث الثاني: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الوطني	**62**
المطلب الأول: المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT)	**62**
المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT)	**65**
المطلب الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير (PDAU)	**72**
المبحث الثالث: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي المحلي	**76**
المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل(SDATW)	**76**
المطلب الثاني: مخطط التهيئة لولاية جيجل(paw)	**81**
المطلب الثالث: مخطط تهيئة الساحل ولاية جيجل (papw)	**84**
خلاصة الفصل الثالث	**88**

الخاتمة	90
قائمة المراجع	95
الملاحق	101
ملخص	

قائمة الأشكال

رقم الشكل	اسم الشكل	الصفحة
01	تطـــور مؤشـــر عـــدد الســـياح علـــى المســـتوى الـــدولي بين سنوات (2000- 2015).	23
02	توزيع السياح عبر مختلف الاقاليم لسنة 2014.	24
03	ترتيب اول عشرة وجهات سياحية في العالم من حيث توافد السياح لسنة 2015.	25
04	ترتيب اول عشر دول في العالم من حيث الايرادات السياحية لسنة 2015.	26
05	تطور الايرادات والنفقات السياحية بالسوق السياحي الجزائري بين سنوات(2004 - 2014).	59
06	تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري بين سنوات(2004 - 2014).	60

قائمة الجداول

الرقم	اسم الجدول	الصفحة
01	توزيع توافد السياح الجزائريين والاجانب بين سنوات(2003 – 2014).	56
02	الدول المصدرة للسياح نحو الجزائر لسنة 2011.	57
03	تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر بين سنوات(2005 – 2014).	58
04	خطة أعمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المدى المتوسط 2015.	67
05	توزيع المشاريع المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مختلف الأقطاب السياحية	68
06	الاهداف المسطرة و المحققة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2015 .	70
07	الجدول الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية	72
08	ورقة العمل رقم(1) التحسين العمراني و الحضري لولاية جيجل	80
09	مشاريع التهيئة العمرانية الملحقة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل	81

قائمة الملاحق

الرقم	اسم الملحق	الصفحة
01	الملحق رقم (01): تطور عدد السياح العالمي بين سنوات(2001 – 2015)	101
02	الملحق رقم (02): ترتيب أول عشر دول من حيث توافد السياح إليها مابين سنوات(2010– 2015)	102
03	الملحق رقم(03): ترتيب أول عشر دول حسب الإيرادات السياحية المحققة سنة 2015.	103
04	الملحق رقم (04): تطور الايرادات السياحية والنفقات السياحية للجزائر بين سنوات (2004 – 2014)	104

قائمة المختصرات

SNAT : Le Schéma National d'Aménagement du Territoire

SDAT 2025: Le Schéma Directeur d'Aménagement touristique Horison 2025

PDAU : Plan directeur d'Aménagement et d'urbanisme.

POS : Plan d'occupation des sols.

SDATW : Le S'chéma Directeur d'Aménagement Touristique de Willaya.

PAW : Plan d'Aménagement de la willaya .

PAPW : Plan d'Aménagement Précédente de willaya.

ZET : Zone d'Expansion Touristique.

ZEST : Zone d'Expansion et Sites Touristiques .

مقدمة

لقد عرفت السياحة منذ القدم بوصفها ظاهرة طبيعية تحتم على الإنسان الانتقال من مكان لأخر لأسباب متعددة، فقد كانت في فجر التاريخ بسيطة وبدائية في مظاهرها، أسبابها ووسائلها.

تعتبر السياحة من الصناعات الرائدة التي تدر دخلا كبيرا في الوقت الحاضر حيث تم الاعتماد عليها في الكثير من الدول، اذ وصفت السياحة بالعملاق الاقتصادي الجديد لأنها تساهم بحوالي 12% من اجمالي الناتج العالمي، وتساهم بنحو 7% من حجم الاستثمارات العالمية، وتستوعب اكثر من 64 مليون فرص عمل، كما يعتبر القطاع السياحي لأكثر نموا مقارنة بالقطاعات الاخرى حيث ارتفع عدد السائحين من 25.3 مليون سائح دولي سنة 1950 الى 1.2 مليار سائح دولي سنة 2015 اي تضاعف بأكثر من 48 مرة.

وفي العديد من الأحيان ترتبط سمعة القطاع السياحي بالموروث الحضاري والعمراني التي تتمتع به كل وجهة سياحية، لذلك عمدت العديد من الوجهات السياحية في العالم الى الاهتمام بالجانب العمراني وترقيته سواء من خلال تثمين الموروث التاريخي واعادة تهيئته لرسم هوية سياحية ذات بعد تاريخي او من خلال تهيئة المدن او الوجهات السياحية وفق النمط الحديث لخلق منتج سياحي متميز عن غيره لذلك فإن ادوات ومخططات التهيئة العمرانية لها اهمية ودور كبير في تحريك عجلة التنمية السياحية.

أولا- إشكالية البحث

من خلال ما تقدم فإننا نحاول في هذه الدراسة التعرف على الدور الذي يمكن أن تلعبه سياسة التعمير على مستوى الدولة في دفع القطاع السياحي خاصة في ظل الاستراتيجية السياحية المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية افاق 2030، وعليه نطرح الاشكالية التالية:

- ما مدى مساهمة مخططات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الجزائري؟

وللإجابة على هذه الإشكالية نطرح التساؤلات التالية:

1- ما لمقصود بالتهيئة العمرانية وماهي مختلف ادواتها؟

2- هل تهتم الجزائر بوضع مخططات التهيئة العمرانية على المستوى الوطني والمحلي؟

3- ما هو واقع القطاع السياحي الجزائري؟

4- هل تستجيب مخططات التهيئة العمرانية للتحديات التي تواجه القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي؟

ثانيا- فرضيات البحث

محاولة منا الإجابة على الإشكالية المطروحة انطلقنا من الفرضيات التالية:

- **الفرضية الأولى:** يوجد اهتمام من طرف الجزائر في وضع مخططات مختلفة للتهيئة العمرانية على المستوى الوطني والمحلي.

- **الفرضية الثانية:** مؤشرات اداء القطاع السياحي تعرف تحسننا ملحوظا خلال السنوات الاخيرة.

- **الفرضية الثالثة:** تساهم مخططات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي.

ثالثا- أسباب اختيار الموضوع

من أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

- التوجه الدولي الحديث نحو القطاع السياحي الذي اصبح صناعة يعتمد عليها كثيرا في تنمية اقتصاديات البلدان؛

- التدهور وعدم الاستقرار الذي يعرفه الاقتصاد الجزائري نتيجة التدهور المستمر للأسعار المحروقات مما يجعلنا نبحث عن البدائل الحقيقة للمحروقات لعل السياحة اهم البدائل؛

- محاولة ابراز مدى تداخل موضوع التهيئة العمرانية مع قطاع السياحة وتتبع هذه العلاقة او التداخل على ارض الواقع والنتائج المترتبة عنه؛

- محاولة رصد ووضع تصور لتطوير وتنمية السياحة الجزائرية من خلل البحث العلمي.

رابعا- أهداف البحث

نهدف من خلال تقديمنا لهذا البحث إلى ما يلي:

- محاولة ادراك مفهوم السياحة وفهم اهمية هذا النشاط الانتاجي الاستراتيجي في دعم اقتصاديات مختلف الدول؛

- تسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف امام النهوض وتطوير السياحة الجزائرية؛

- تحليل الاهداف التي سعى الى تحقيقها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛

- معرفة مدى نجاعة مخططات التهيئة العمرانية سواء على المستوى الوطني او المحلي ودورها في ترقية القطاع السياحي.

خامسا- أهمية موضوع البحث

تكمن اهمية الدراسة في تسليط الضوء على السياحة الجزائرية وابراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية وذلك من خلال الأثار الايجابية التي تتركها على فرص العمل، وميزان المدفوعات، بالإضافة الى معرفة مدى نجاعة مخططات التهيئة العمرانية من خلال تبيان نوعية العلاقة التي تربط بين المتغيرين "التهيئة العمرانية، السياحة" وتتبع خلفية هده العلاقة والاثار الناجمة عنها والتي ستتضح لنا في الجانب التطبيقي.

اضافة الى ان اهمية البحث تكمن ايضا في ما يهدف الباحث الى تحقيقه من اهداف علمية وعملية، ولا نعني بالأهداف العلمية مجرد البحث العلمي فقط واشباع الفضول العلمي، وانما يعني الهدف العلمي التطبيقي والذي يجعل العلم في خدمة المجتمع واستخدام نتائج في حل المشاكل المطروحة على ارض الواقع.

سادسا- صعوبات الدراسة

من خلال دراستنا لهذا الموضوع واجهتنا عدة صعوبات منها:

- قلة الإحصائيات المتعلقة بمؤشرات قطاع السياحة على المستوى الوطني مع تضاربها إن وجدت؛
- قلة المراجع في ميدان التخطيط الإقليمي وقدمها ان وجدت.
- قلة الاحصائيات في ميدان التهيئة العمرانية مع تضاربها.
- صعوبة الحصول على المعلومات من بعض المسؤولين.

سابعا-الدراسات السابقة

من الدراسات التي تناولت موضوع التهيئة العمرانية والسياحية تمكنا من الاطلاع على ما يلي:

- ميدني شايب ذراع، **واقع سياسة التهيئة العمرانية في ضوء التنمية المستدامة**، مذكرة لنيل شهادة دكتورة، تخصص بيئة، جامعة بسكرة، 2013-2014.

من اهم ما توصل اليه الباحث

- هناك علاقة بين التهيئة العمرانية والتنمية المستدامة
- هناك افاق توسعية للتهيئة العمرانية في ظل التنمية المستدامة

- سمير سالمي، **استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية**، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال الاستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2011-2012.

من اهم ما توصل اليه الباحث

– تحقيق السياحة مؤشرات غير مسبوقة من حيث عدد السياح ومن حيث العوائد الناتجة عن هذا النشاط؛

– تطبيق مبدأ الاستدامة في القطاع السياحي من شأنه أن يؤدي الى تحقيق التنمية المحلية المستدامة.

ثامنا– منهج البحث

سوف يتم الاعتماد في معالجتنا لهذا الموضوع على المنهجين الوصفي والتحليلي، حيث نوظف المنهج الوصفي من خلال تقديمنا لمختلف المفاهيم و التعاريف التي تمس الموضوع، ويتم توظيف المنهج التحليلي في التعليق والتعقيب على ما تم وصفه في كل مرة، بالإضافة إلى تحليل الأرقام والمؤشرات التي سوف يتضمنها البحث، كما يتم توظيف منهج دراسة الحالة في محاولة تتبع الدور المنوط للتهيئة العمرانية في القطاع السياحي في بالجزائر وآثاره التنموية وطنيا ومحليا، إضافة إلى آفاق برامج السياحة العمرانية من خلال مخططات التهيئة العمرانية في الجزائر.

تاسعا– تقسيم البحث

محاولة منا الإلمام بكامل جوانب الموضوع قسمنا بحثنا إلى ثلاث فصول كما يلي:

- **الفصل الأول:** بعنوان أساسيات حول السياحة يتضمن هذا الفصل أهمية السياحة وأثرها على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي، مكونات السوق السياحي، والذي سنتطرق فيها إلى مفاهيم حول السياحة، مدخل نظري للآثار الناجمة عن النشاط السياحي والتطرق بالتفصيل إلى دراسة كل من العرض السياحي والطلب السياحي إضافة إلى استعراض الحركة السياحية على المستوى الدولي.
- **الفصل الثاني:** بعنوان التخطيط الاقليمي كأداة للتهيئة السياحية سنتطرق في هذا الفصل إلى أساسيات حول التخطيط الإقليمي، نظريات التخطيط الإقليمي، أساليب التخطيط الإقليمي السياحي وعلاقة التهيئة العمرانية بالسياحة، اذ سنتطرق فيه إلى مفهوم الإقليم والتخطيط الإقليمي وكذا نظريات التخطيط الإقليمي التي لها دور في تحديد الأقاليم السياحية، وإبراز العلاقة بين التهيئة العمرانية والسياحة.
- **الفصل الثالث:** بعنوان أدوات التهيئة العمرانية في الجزائر وعلاقتها بالقطاع السياحي ، حيث سنتطرق في هذا الفصل إلى واقع القطاع السياحي في الجزائر، وكذا دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الوطني من خلال المخطط الوطني لتهيئة الأقاليم، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير الذين كشفوا لنا الخطة الاستراتيجية لترقية القطاع السياحي، وكذا دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي المحلي التي عرفنا من خلالها عن النقائص وما تم إنجازه من خلال مخطط تهيئة الساحل، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة لولاية جيجل، والمخطط الإقليمي لولاية جيجل.

الفصل الأول

أساسيات حول السياحة

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: أثار السياحة على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي

المبحث الثالث: مكونات السوق السياحي

تمهيد

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عاليا من طرف الحكومة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي الذي يساهم في التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي إذ تلعب دورا هاما في الاقتصاد العالمي والمحلي نظرا لما تحققه من نتائج إيجابية، فهي تسمح بالحصول على إيرادات مالية كبيرة، ومصدرا هاما للعملة الصعبة بالإضافة إلى مساهمتها في خلق فرص عمل مباشرة في مختلف الأنشطة السياحية، وفرص عمل غير مباشرة داخل القطاعات الأخرى كقطاع الصناعة والزراعة وزيادة الدخل الوطني، بالإضافة إلى تنشيط الاستثمار وتطوير وتنمية المناطق السياحية.

وانطلاقا من كل هذا سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى النقاط التالية:

المبحث الأول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: أثر السياحة على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي.

المبحث الثالث: مكونات السوق السياحي.

المبحث الأول: ماهية السياحة

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية قديمة، لأن الإنسان منذ زمن بعيد وهو في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثا عن أمنه واستقراره ورزقه، ومحبا للحصول على العلم والمعرفة، وعليه سنتناول بإيجاز في هذا المبحث أهم التعاريف الأساسية للسياحة من مختلف وجهات النظر، وأهم المراحل التي مرت بها والتي أدت إلى تطورها، بالإضافة إلى أهم خصائصها.

المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها

لقد كان لوجود الإنسان وتطور المجتمعات منذ القدم دافع كبير لتطور السياحة عبر العصور المختلفة، فقد كانت حياة الإنسان على مر التاريخ صورة شاهدة انطوت عليها نشأة السياحة مع مرور الزمن، وفيما يلي سنتناول بإيجاز مراحل نشأة السياحة وتطورها.

أولا- السياحة في العصور القديمة

إذا أخذنا لفظ السياحة وأردنا إطلاقه على السياحة في العصور القديمة، سنجد أن الإنسان قديما من مميزات حياته الانتقال وعدم الاستقرار في مكان ثابت، ذلك للحاجة في البحث عن مصادر الكلأ والماء، ليتمكن من الاستقرار ولتعينه على تحمل طبيعة الحياة الصعبة التي كان يعيشها الإنسان قديما، ثم بدأت حياة الإنسان بالتطور بعد اطمئنانه لتأمين وتوفر قوت يومه، مما أدى إلى استقراره في مكان واحد لفترة طويلة. [1]

وبعدها بدأ الإنسان في التنقل من مكان لأخر لعدة اسباب منها : [2]

1- تحقيق فائدة: كانت عبارة عن خلق علاقات متبادلة بين القبائل والدويلات المختلفة، والتي تكون أحيانا متجاورة وقد تكون بعيدة، وكان هذا التفاعل له تأثير عميق في مصير الأقاليم المتجاورة من حيث التجارة والحرب، وكذلك كان حافز الكسب الكبير للتجار الى القيام برحلات بعيدة بحثا عن السلع النادرة كرحلات أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلادهم وبلاد الشام واليمن كما ورد في القرآن الكريم:

لِإِيلَٰفِ قُرَيۡشٍ ۝١ إِۦلَٰفِهِمۡ رِحۡلَةَ ٱلشِّتَآءِ وَٱلصَّيۡفِ ۝٢ "[3].

2- حب الاستطلاع: أدى هذا الدافع لدى الناس بمعرفة عادات وتقاليد الشعوب الأخرى إلى القيام برحلات طويلة لغرض التعرف على عادات وطرق معيشة الناس وتعتبر روايات السياح الأوائل البرهان الوحيد المتوفر

---

[1] نائل موسى محمود سرحان، **مبادئ السياحة** ، دار غداء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 11.

[2] عبد العزيز ماهر، **صناعة السياحة**، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 14.

[3] **سورة قريش**، رقمها 106، مكية، الآية رقم1-2، ص 602.

عن قيام دويلات ومدن عظيمة اختفت حاليا، لأن طبيعة الإنسان هو حب المعرفة والفضول والتعرف على عادات وتقاليد الشعوب الأخرى.

3- الدافع الديني: دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات بعيدة لغرض زيارة الأماكن المقدسة فالصينيون من أتباع "بوذا" يقطعون ألاف الكيلومترات لغرض زيارة الآلهة بالإضافة إلى اليونانيين الذين كانوا يرحلون في جميع أنحاء البلاد إلى "اولمبيا" للاشتراك في الألعاب الأولمبية أو لمشاهدتها، وكان هذا بداية لما نطلق عليه اليوم السياحة الدينية والسياحة الرياضية.

ثانيا- السياحة في العصور الوسطى

تمتد هذه الفترة بين القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر ميلادي، واتسمت هذه المرحلة بنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها كل من الأوروبيين والعرب، فقد اقتصر نشاط الرحلات والسياحة في أوربا خلال أوائل هذه المرحلة على الرحلات ذات الطابع الديني، إذ كثر السفر إلى المعابد المسيحية في حين تجاوز السفر في مرحلة تالية حدود القارة، ونشطت الرحلات البحرية الأوربية خلال القرن الخامس عشر مع بداية حركة الاستكشافات الجغرافية التي كان من نتائجهما اكتشاف الأمريكيين عام **1492**، ورأس الرجاء الصالح عام **1497** وهو ما سمح بربط أوربا وآسيا بحريا. [1]

أما بالنسبة للعرب فقد تميزت رحلاتهم في العصور الوسطى بقطع مسافات طويلة، بحرية وبرية، وتزايد نشاط الترحال واتسعت دائرة الرحلات العربية منذ القرن الثامن ميلادي بعد ظهور الإسلام وانتشاره، وامتداد الدولة الإسلامية خلال القرن الثامن ميلادي بين شبه القارة الهندية في الشرق وشمال إفريقيا وجنوبي أوربا في الغرب، وقد تجاوزت الرحلات البحرية والقارية للعرب حدود الدولة الإسلامية حيث بلغت جنوبي الصين وكوريا وجزر اليابان، وكانت بغداد في عهد الخلافة الإسلامية وقرطبة في الأندلس من أهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية وأكثرها ثراء، لذلك كانت قصورها وحدائقها من المزارات جذبت أعداد كبيرة من الزوار سواء من داخل الدولة الإسلامية أو خارجها، كما أن الرواج الاقتصادي والأمن والرغبة في المعرفة والاستطلاع كلها عوامل ساهمت في رواج السياحة. [2]

---

[1] هدى سيد لطيف، **السياحة بين النظرية والتطبيق**، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994، ص 18.

[2] أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، دار الوفاء للطباعة والنشر،الإسكندرية،2008، ص ص 25 26.

ثالثا- السياحة في عصر النهضة

بدأت هذه المرحلة بعد انتهاء عصر الإقطاع في أوربا في القرن الخامس عشر ميلادي ونشوء الرأسمالية التجارية، وحتى قيام الثورة الصناعية في النصف الثاني من القرن الثامن عشر ميلادي، ومن أهم مميزات هذه المرحلة كانت: [1]

- الاستكشافات الجغرافية للعالم الجديد؛
- التطور والوعي في الملاحة واستعمال الأجهزة والمعدات التي ساعدت على ذلك مثل(البوصلة، الناظور)؛
- حب المغامرة والإشهار؛
- التنافس بين البلدان والمستكشفون للحصول على ثروات العالم الجديد؛
- ظهور أعمال فنية ومعمارية فريدة أصبحت محطا لأنظار الناس؛
- عودة ظهور الدول والحكومات من جديد.

رابعا- السياحة في العصر الحديث

يمكن اعتبار أن للحربين العالميتين الأولى والثانية أثر كبير في تطور وتقدم السياحة لأنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك السيارات والقطارات فقبل ذلك كان التركيز على استعمالاتها في الحرب فقط، وكذلك كان انتقال الجيوش خلال الحربين بين دول العالم أثر كبير على تطور السياحة واكتشاف البلدان الأخرى. [2]

وأهم سمات السياحة في العصر الحديث: [3]

- تطور الحركة العالمية في العالم، بسبب تحقيق الاستقرار للطبقة العاملة ورد حقوقها المهضومة إليها، قامت هذه الطبقة بتنظيم صفوفها وتكوين النقابات والاتحادات للدفاع عن حقوقها، وقامت التشريعات بإيجاد الإجازات السنوية المدفوعة الأجر مما أدى إلى وجود وقت فراغ عندهم استثمر في السفر والسياحة؛
- ارتفاع مستوى دخل الأفراد خاصة في أوربا وكذا أمريكا الشمالية؛
- تزايد أعداد السكان بشكل مضطرب؛
- تطور العلاقات بين البلدان؛
- تطور كبير في وسائل النقل والاتصالات خاصة النقل الجوي وكذلك تطور صناعة السيارات؛

---

[1] نعيم الظاهر، الياس سراب، **مبادئ السياحة**، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 22.

[2] عبد العزيز ماهر، المرجع السابق، ص 19.

[3] نعيم الظاهر، الياس سراب، المرجع السابق، ص 22.

– أصبحت ظاهرة السفر والسياحة بما تحققه من مكاسب مادية كبيرة ظاهرة مؤثرة في اقتصاديات البلدان؛

– تزايد الاستثمارات الدولية في السياحة.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح

لقد تنوعت التعاريف بشأن السياحة والسائح نظرا لاختلاف الباحثين واختلاف معايير التمييز بينهما، اذ سوف نلقي الضوء على أهم التعاريف.

أولا– مفهوم السياحة

يعود لفظ السياحة الى اللغة اللاتينية، وهو لفظ مستحدث فيها والمعروف بكلمة " **Tourism**"، فهو لفظ مشتق في اللغة الانجليزية من كلمة "**To tour**"، أي يدور ويجول، والمعروف في اللغة الفرنسية بلفظ "**Tourner**" وكلاهما مشتق من لفظ لاتيني "**Tournare**"، الذي يؤدي نفس المعنى. [1]

على الرغم من كون السياحة مصطلح حديث في اللغات اللاتينية إلا أنها كانت معروفة في اللغة العربية، فلفظ السياحة في اللغة العربية تعني الضرب في الأرض ومنها يسيح الماء، وسيحان الماء يعني جريانه، وقد ورد في القرآن الكريم ذكر لفظ السياحة في أكثر من موضع، ففي سورة التوبة ورد قوله تعالى " ﴿١١١﴾ ٱلتَّٰٓئِبُونَ ٱلۡعَٰبِدُونَ ٱلۡحَٰمِدُونَ ٱلسَّٰٓئِحُونَ ٱلرَّٰكِعُونَ ٱلسَّٰجِدُونَ ٱلۡأٓمِرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَٱلنَّاهُونَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡحَٰفِظُونَ لِحُدُودِ ٱللَّهِۗ وَبَشِّرِ ٱلۡمُؤۡمِنِينَ ﴿١١٢﴾ ".[2]

هكذا نرى أن المصطلحات القريبة من السياحة عند العرب لم يكن يقصد بها السفر بهدف المتعة والترويح عن النفس، ومن ذلك نستنتج أن السياحة دخلت إلى اللغة العربية مقتبسة من اللغات الأخرى.

يمكن أن نلخص أهم التعاريف حول السياحة كما يلي:

• **تعريف Guyer Freuler:** يعرفها على أنها: "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجات المتزايدة للراحة وتغيير الهواء، وإلى تولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة، سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل." [3]

---

[1] نائل موسى محمود سرحان، المرجع السابق، ص 9.

[2] **سورة التوبة**، رقمها 09، مدنية، الآية رقم 111–112، ص 187.

[3] طه الحوري مثنى، إسماعيل محمد علي الدباغ، **اقتصاديات السفر والسياحة**، مؤسسة الورق للنشر، عمان، 2000، ص ص 45 46.

• **يعرفها ماكنتوش:** على أنها " مجموعة من الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السواح ومنشآت الأعمال، والدول والمجتمعات المضيفة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين." [1]

نلاحظ أن هذا التعريف يركز على أربعة عناصر للسياحة هي: السائح، مؤسسات الضيافة، الحكومات التي تمارس نوعا من الضيافة، الناس الذين يقطنون في الأماكن أو المناطق التي يزورها السائح.

• **كما يعرف جولدن N-Golden:** السياحة على أنها " أي نوع من الحركة التي بمقتضاها يقيم السائحون لأي غرض في مكان خارج بلادهم، بشرط عدم اعتبار هذه الاقامة لأغراض الكسب الدائم أو المؤقت." [2]

• **تعريف المنظمة العالمية للسياحة:** تعرف السياحة على أنها " انتقال الافراد من مكان لأخر لأهداف مختلفة، ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة، وتقل عن سنة، مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط." [3]

• عرفت أيضا على أنها "القيام بالنشاطات في أوقات الفراغ كأخذ فترة راحة من العمل، من أجل الترفيه أو القيام بمختلف الهوايات أو الرياضة"[4] .

من خلال التعريف السابق يتبين أن السياحة تقوم على عدة معايير محددة للاكتمال هذا النشاط والمتمثلة في: [5]

– **عملية الانتقال:** حيث يشترط في السياحة عملية الانتقال من مكان إلى آخر، أما فيما يتعلق بالمسافة الواجب قطعها لشخص سائح، فهي تختلف من تعريف لآخر، وقد حددتها اللجنة السياحية الدولية ب 50 ميل، أما لجنة السياحة الكندية فقد حددتها ب 25 ميل؛

– **الهدف:** ونقصد الهدف به الانتقال، هذا الهدف يتم تحديد على أساسه نوع السياحة؛

– **المدة:** وقد حددها التعريف بأنها تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة، حيث أنها لو زادت عن سنة يمكن اعتبارها إما إقامة أو هجرة أو غيرها، واذا قلت عن 24 ساعة يمكن اعتبارها نزهة وليست سياحة؛

– **توفير الخدمات المتعلقة بالسياحة:** ويمثل هذا المعيار في الحقيقة مكون من مكونات السياحة والذي لا يمكن قيامها إلا بتوفيره، إذ أن غيابه سيؤدي إلى تراجع السياح عن الزيارة.

---

[1] حميد عبد النبي الطائي، **أصول صناعة السياحة**، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 23.

[2] يسرى دعيبس، **السياحة و المجتمع**، البطاش نستر للنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2009، ص 15.

[3] أحمد محمود مقابلة، **صناعة السياحة**، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، 2007، ص 24.

[4] J CHRISTOPHER HOLLOWAS et al, **the business of Tourisme 8th,** Edition Pearson éducation, 2009, p5.

[5] رقية حساني، **واقع السياحة الداخلية في الجزائر و معوقاتها**، الملتقى الدولي الثالث حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يوم 03 و04 ديسمبر 2013، ص 5.

ثانيا- مفهوم السائح

يعتبر تحديد مفهوم السائح من أهم العمليات المستخدمة في الإحصاء السياحي للدول، وهذا راجع إلى تعدد أشكال المسافرين، وعليه نجد شبه إجماع على تعريف السائح، ومن بين التعاريف ما يلي:

1- السائح هو: " ذلك الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته لأصل أو الاعتيادي، ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان داخل بلده (السائح الوطني) ، أو في داخل بلد غير بلده (سائح أجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة." [1]

2- كما تعرف هيئة الأمم المتحدة للسفر و للسياحة الدوليين (روما 1963م): السائح على أنه " أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها." [2]

المطلب الثالث: أنواع السياحة وأركانها

يمكن تلخيص انواع السياحة واركانها فيما يلي:

أولا- أنواع السياحة

يمكن تصنيف السياحة إلى عدة أنواع وذلك وفقا لعدة معايير نعرضها فيما يلي.

1- تقسيم السياحة وفقا للغرض:

وتنقسم إلى ما يلي: [3]

أ- السياحة الدينية: هي التي يرتاد الناس من خلالها أماكن مقدسة عندهم، خلال فترات محددة من السنة بغرض ممارسة بعض الشعائر أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية أو بقصد التبرك كما يحدث في بعض المناسبات الدينية.

ب- السياحة العائلية: وتعني القيام برحلة تضم أفراد العائلة الى منطقة معينة بغية الاستمتاع بعدة أيام أو اسابيع، وقد تتفق العائلات على زيارة مكان واحد ومحدد لقضاء الإجازة فيه، وتشمل السياحة العائلية زيارة الأهل والأصدقاء ورحلات شهر العسل، بما في ذلك زيارة السائح إلى بلده الأم رفقة عائلته.

ت- السياحة الاستشفائية أو العلاجية: وتكون في أماكن محددة من الدول، حيث يقوم بها المرضى لتوفير العلاج من الأمراض التي يعانون منها في تلك الأماكن، والتي تتميز عادة بمناخها الصحي وغناها بالمياه

---

[1] مصطفى عبد القادر، **دور الاعلان في التسويق السياحي**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2003، ص 37.

[2] يسرى دعيبس، المرجع السابق، ص 23.

[3] عبود زرقين، **تعزيز دور السياحة المحلية في تحقيق التنمية المحلية**، الملتقى الدولي الثالث للسياحة حول اقتصاديات السياحة المحلية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يوم 03 و04 ديسمبر، 2013، ص ص 4 5.

المعدنية أو الأعشاب الطبيعية والعيون الساخنة وحمامات الرمل وغيرها من المناطق التي تتصف بخصائص علاجية فريدة.

ث- السياحة التاريخية: وهي التي تشكل الآثار التاريخية عامل الجذب الرئيسي فيها، حيث يعتمد الكثير من السياح زيارتها للوقوف أمام ما تركته أيدي الأجيال السابقة من فن معماري يتجلى بأبهى وأجمل صورة في ذهنية الزائر.

ج- السياحة الترفيهية: ويقصد بها ذهاب السائح إلى أماكن تتوفر فيها مقومات الترويح عن النفس وتجديد نشاطه وحيويته، لقضاء وقت فراغه وعطلته بطريقة مفيدة كزيارة الشواطئ والمناظر الطبيعية الخلابة، والمواقع ذات الصفات النادرة مثل: البراكين والكهوف والشلالات والحيوانات النادرة.

ح- السياحة الطبيعية والبيئية: وهي التي يسعى من خلالها السائح للتمتع بجمال الطبيعة وتنوع نباتاتها وحيواناتها، بعيدا عن التلوث بمختلف أشكاله والازدحام وتوتر الأعصاب التي تتسم بها حياة المدينة، كما يهدف من وراءها السائح أيضا مشاركة السكان الأصليين عاداتهم وتقاليدهم بكل بساطتها بعيدا عن الأماكن الفخمة واللباس الرسمي.

خ- السياحة الثقافية: وتشمل زيارة السائح بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميزها عن غيرها، حيث تزيد في معلوماته وتشبع حاجاته من الناحية الثقافية وذلك عبر إقامة الندوات والدورات الثقافية والمعارض الخاصة والمسابقات الثقافية، كالشعر والمسرح والفن والموسيقى وغيرها .

د- سياحة للأعمال: وهي التي يقوم بها أصحاب الأعمال والمؤسسات الكبرى إلى دولة خارجية بهدف متابعة أشغالهم .

ذ- سياحة المعارض: تشمل الرحلات بمناسبة المعارض الدولية، سواء كانت تتعلق بمواد البناء أو بالطائرات المدنية أو الحربية أو بالكتاب أو بالسياحة ذاتها.

ر- سياحة المؤتمرات: وهي التي تحدث من جراء اللقاءات التي تعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، سياسية، علمية، وقد يكون الغرض منها رسم استراتيجية معينة لمنظمة دولية.

ز- السياحة الرياضية: ويقصد بها المشاركة في الألعاب الرياضية المختلفة أو ممارسة نوع محدد من الرياضة، و قد يكون المشارك لاعبا أو مشاهدا.

2- حسب جنسيات السائح:

وتنقسم السياحة حسب هذا المعيار الى: [1]

- **السياحة الخارجية** : وهي تعبير يطلق على السياح الذين يقصدون أماكن سياحية خارج وطنهم الأم، وبذلك تشمل سفر المواطنين المحليين إلى الخارج أو استقبال السياح الأجانب، حيث يكون غرضهم قضاء أوقات فراغهم أو بعضه في الراحة والاستجمام والمشاركة في نشاطات معينة.

- **السياحة الداخلية:** وتتسم بسفر مواطني الدولة الواحدة داخل حدود بلادهم.

ثانيا- اركان السياحة

يمكن تحديد اركان السياحة في مجموعة من العناصر كما يلي: [2]

1-النقل: ان النشاط السياحي مرتبط ارتباطا وثيقا بقطاع النقل إذ انه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها.

أ- النقل البري: وتشمل السيارات الخاصة والمؤجرة، القطارات، الدرجات النارية...الخ؛

ب- النقل البحري: ويشمل المراكب، الزوارق....الخ؛

ت- النقل الجوي: ويشمل الطائرات بأنواعها.

2- الإيواء: لا توجد سياحة بدون وجود أماكن للإيواء فأول ما يبحث عنه السائح حين وصوله إلى أية دولة أومكان هو البحث عن مكان مناسب للإقامة اذا يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الترفيه، ويتمثل الايواء في الفنادق، الشقق السياحية، المخيمات.

3- البرامج: لا تنجح اي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ، وتتمثل هده البرامج في زيارات المتاحف والاماكن الاثرية والتاريخية واماكن الترفيه والمناطق العلاجية او الدينية او الطبيعية او الرياضية...الخ، بالإضافة الى الخدمات السياحية الاخرى مثل : المحلات، الاسوق والمنتزهات...الخ

يعتبر القطاع السياحي جزء من قطاع الخدمات الا انه يتشكل من سلع مادية تتمثل في الفنادق، المطاعم والمقاهي كما يتكون من سلع غير مادية كالإجراءات الإدارية وغيرها.

---

[1] مروان السكر، **مختارات من الاقتصاد السياحي**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع الأردن، 2001، ص ص 14 15.

[2] احمد محمود مقابلة، المرجع السابق، ص ص 28 29.

ثالثا- خصائص النشاط السياحي

تتمثل خصائص النشاط السياحي فيما يلي: [1]

- تعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الانشطة الاقتصادية الاخرى (صناعية، خدمية...)؛
- العرض السياحي لا يتوقف فقط على مدى توفر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية بل وعلى غيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحة الأساسية او التكميلية؛
- ان الطلب السياحي يتوقف الى حد كبير على القدرة المالية للسائح خاصة ان الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع الحاجات الضرورية بل يرتبط غالبا بإشباع الحاجات الكمالية؛
- يتأثر الطلب السياحي بمستوي الرفاهية الاقتصادية للدولة والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصالات والتقلبات الاقتصادية، بالإضافة الى عوامل ثقافية وسياسية التي يصعب على الدولة التحكم والتأثير فيها؛
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة؛
- تتمتع بعض الدول ببعض الموارد السياحية النادرة ما يشكل صعوبة لدول اخرى في انتاج سلع سياحية بديلة؛
- صناعة السياحة تمثل حافز للإبداع الثقافي والاجتماعي ومجال الاستخدام والتكنولوجيا المتطورة لذا فهي تتطلب مستوى اكبر من الكفاءة والتأهيل في ظل وجود منافسة دولية؛
- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين اول النقل من مكان الى اخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية.

المبحث الثاني: أثار السياحة على الجانب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات المتقدمة حديثا، فهي نشاط يجلب المداخيل للبلد دون الحاجة للشحن او التوصيل للمستهلك، مما أدى إلى زيادة الاهتمام بهذه الصناعة نظرا لأهميتها من الناحية الاقتصادية.

وعند النظر في دور السياحة في الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية وتنوعها، من المهم أن تؤخذ تماما في الحسبان الآثار المناوئة المحتملة للسياحة، إن هذه الآثار تنقسم بصفة عامة إلى أثار بيئية وأثار

---

[1] ايمن برنجي، **الخدمات السياحية واثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية** ، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس 2009، ص 47.

اجتماعية واقتصادية، وعلى الرغم من أن هذه الآثار على الموارد البيولوجية قد يكون تقديرها الكمي وتحليلها بصفة منتظمة أمرا اقل سهولة إلا أنها قد تكون على الأقل بنفس القدر من الأهمية، إن لم تكن تزيد أهمية، بالقياس إلى الآثار البيئية على المدى الطويل، وفي هذا المبحث سنحاول التطرق إلى الآثار الاجتماعية والاقتصادية للسياحة بالإضافة إلى الآثار المناوئة المحتملة على البيئة.

المطلب الأول: اثر السياحة على الجانب الاقتصادي

احتلت السياحة مكانة هامة ضمن السياسة الاقتصادية للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، حيث تشكل عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج الداخلي العام، ويعود أسباب الاهتمام بهذا القطاع في مختلف دول العالم للآثار التالية:

أولا – أثر السياحة على ميزان المدفوعات

تمثل السياحة أحد مصادر العملات الصعبة في ميزان المدفوعات وتقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة من خلال حوصلة الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي الناجمة عن النشاط السياحي الدولي. [1]

يؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيرا مباشرا، ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية آم ايجابية، وحتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الايجابي على ميزان المدفوعات يجب تفادي الضغوط التي يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلع المادية والخدمة المستوردة في الحالات التالية: [2]

- أثناء بناء البنية التحتية للخدمات اللازمة للنشاط السياحي؛
- عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية؛
- عند بناء أو تشغيل الوحدات الإنتاجية المغذية للوحدات السياحية؛
- عند إنفاق السائح الأجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلع مستوردة؛
- عندما يزيد المواطنون من إنفاقهم على السلع المستوردة.

ثانيا– اثر السياحة في توفير مناصب الشغل

إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني قدرة السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي

---

[1] عبير عطية، **التنمية السياحية على المستويين الدولي و المحلي**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص 131.

[2] دلال عبد الهادي، **اقتصاديات صناعة السياحة**، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006 ص 65.

تجهزه بمستلزمات الإنتاج، فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من اغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، وهي توظف أكثر من **4** مرات بالنسبة لصناعة السيارات و**10** مرات من قطاع البناء، ففندق ب **50** غرفة (**100** سرير)، يوظف على الأقل خمسة عمال دائمين و**10** موسميين و**10** عمال مؤقتين والمجموع يكون **12** منصب عمل دائم مباشر يضاف لها مناصب الشغل المباشر والغير مباشر. [1]

ثالثا- اثر السياحة في جلب النقد الاجنبي

السياحة بكل أنماطها وأنواعها تشكل مصدرا رئيسيا من مصادر اكتساب العملات الأجنبية بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من عملات أجنبية والدخل من العملات الأجنبية ليس هو الدخل الوحيد الذي يعود علينا من السياحة وذلك ان دخل العملات الأجنبية يمثل الجولة الأولى للدخول المتولدة من هذا القطاع، وهي الجولة التي يكون احد أطرافها السائح، ولكن هناك جولات أخرى متتالية لتوليد الدخل الذي يكون احد أطرافه من بلد السياحة وتعود إلى ما أنفقه السائح في الجولة الأولى. [2]

فعلى سبيل المثال إذا انفق السائح **100** دولار أجرة غرفة واحدة في فندق، فان نسبة من هذا المبلغ يقوم الفندق بإنفاقها بدوره على السلع والخدمات التي يقدمها للنزلاء، ومن ثم يتولد دخل جديد يذهب إلى منتجي هذه السلع والخدمات وهؤلاء ينفقون على ما يحصلون عليه من السلع والخدمات المختلفة.

رابعا- اثر السياحة على المستوى العام للأسعار

مما لا شك فيه أن السياحة كغيرها من القطاعات الإنتاجية تزيد من الإنتاج والاستهلاك، وبذلك تميل الأسعار إلى الارتفاع نتيجة لارتفاع مستوى المعيشة ، وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات وخاصة إذا لم يستطيع المعروض منها مواجهة الطلب عليها، هذا التركز الزماني والمكاني في الاستهلاك السياحي يكثف من الطلب على الخدمة السياحية، مما يؤدي إلى ضغوط تضخمية تنعكس على ارتفاع الأسعار والتي تولد أثارا عامة أهمها: [3]

- يؤدي ارتفاع الأسعار إلى استبعاد شرائح اجتماعية محلية عن شراء بعض السلع المتاحة في سوق الدول المصدرة للسياحة لمصلحة السائحين الذين يقدرون على شراءها بالثمن الأعلى، وتزداد خطورة الأمر إذا كانت السلعة ضرورة؛

- يؤدي ارتفاع الأثمان إلى زيادة نفقات الإنتاج في الاقتصاد المنتج للخدمة السياحية ومن ثم الحد من القدرة التنافسية في السوق المحلية؛

---

[1] فتحي الشرقاوي، لمياء السيد حفني، **الاتجاهات الحديثة في السياحة**، سوتير للنشر والتوزيع، 2008، ص 15.

[2] نعيم ظاهر، الياس سراب، المرجع السابق، ص 82.

[3] دلال عبد الهادي، المرجع السابق، ص ص 78 79.

– تؤدي الزيادة في الطلب السياحي إلى التوسع في استخدام الأرض مما ينعش المضاربة العقارية، الأمر الذي يبعد الأموال عن مجالات الاستثمار المنتجة؛

– يصعب الارتفاع المستمر في الأسعار عملية الحساب اللازمة لاتخاذ قرارات بشان إقامة مشروعات جديدة نظرا لصعوبة توقع اتجاهات الأسعار المستقبلية، أي التأثير على القرارات الاستثمارية ومنها الاستثمار في قطاع السياحة.

المطلب الثاني: اثر السياحة على الجانب الاجتماعي والثقافي

قد يؤدي التطور الاقتصادي والتقدم التكنولوجي واحتكاك واختلاط السكان بالسائحين ذوي اللغات والثقافات والعادات والديانات المختلفة إلى انعكاسات ايجابية كما قد تكون لها أثار سلبية .

أولا – الآثار الايجابية

من بين الآثار الايجابية ما يلي: [1]

1– التوازن الاجتماعي :حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الأفراد والعاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.

2– النمو الحضاري: نتيجة للحركة السياحية تتجه الأنظار إلى الاهتمام الدائم والارتقاء بالقيم الحضارية والمعالم السياحية وبذلك تعتبر السياحة سببا رئيسيا من أسباب الرقي الحضاري.

3– التبادل الثقافي: يعد الوعي بالتبادل الثقافي احد أهم التأشيرات الايجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب والذي أصبح الآن فرصة متاحة لتبادل المعرفة والأفكار كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات السائحين ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم وهذا بدوره يعمل على دعم التراث الإنساني واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم .

4– الاهتمام بالتراث: تؤدي السياحة إلى الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلة للسياحة ويكون ذلك من خلال الفنون والمهارات الخاصة بهم، بالإضافة إلى إحياء بعض العادات الدينية، حيث ينتقل التراث الاجتماعي من الأجيال السابقة الى الاجيال الحالية، فالسمات الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال.

ثانيا– الآثار السلبية: من بين الاثار السلبية نجد: [2]

1– التحـولات الاجتماعيـة: إن النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة (قرى سياحية وفنادق ومنتجعات)

---

[1] وفاء زكي إبراهيم، **دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 184.

[2] نعيم الظاهر، الياس سراب، المرجع السابق، ص ص 97 98.

ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشئوا أو تربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغييرات جذرية.

2- انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والحقائق: بعض الدول تعاني من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي تنفذ إلى هذه الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وان كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر كافة الوسطاء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين بعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية والترفيه والمتعة والراحة.

3- التصادم الثقافي: نتيجة التعارض والاختلاف بين الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع والقادمة من الخارج وأحيانا لسلوك بعض السائحين وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة على أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم وإنما راجع ذلك لأسباب منها حب المغامرة وحب الاستطلاع الأمر الذي يؤدي إلى إثارة الشعب وضيقه وإحساسه بالمرارة والرفض للسياحة بكل معانيها.

ولا تكون الحماية عن طريق منع الاختلاط بين السائحين والمواطنين كلية لان ذلك ضرب من المستحيل، وإنما العلاج يكون عن طريق تقوية القيم الأخلاقية والدينية لدى المواطنين وترسيخها بشتى وسائل الإعلام، وإفهامهم أن لكل دولة قيمها وتراثها وعاداتها وتقاليدها، واحترام كل ذلك بأسلوب حضاري يجبر السائح على احترام هذا البلد الذي يزوره واحترام مواطنيه وفي الوقت ذاته فان هذا هو عين ما يريد السائح أن يراه ويشاهده.

المطلب الثالث: اثر السياحة على الجانب البيئي

لاشك أن للسياحة الدولية آثارا ايجابية على البيئة، ولها كذلك آثارا سلبية، ويكون اثر السياحة ايجابيا إذا أدى النشاط السياحي إلى المحافظة على البيئة من حيث الاهتمام بنظافتها وعدم تلوث مقوماتها وعدم الإخلال بالتوازن الطبيعي والعكس يكون الأثر سلبيا على البيئة إذا أدى النشاط السياحي إلى استنزاف مقومات البيئة وإجهادها وتدميرها .

أولا – الآثار الايجابية

إن التخطيط العلمي السليم للتنمية السياحية يمكن أن ينتج عنه العديد من الآثار الايجابية على البيئة المحيطة بمختلف المقاصد السياحية ومن أهمها: [1]

1- توجيه الإيرادات السياحية إلى حماية البيئة والحفاظ عليها: حيث أصبح الاهتمام بحماية البيئة والمحافظة عليها من الانشغالات الضرورية لمختلف الدول السياحية ويرجع ذلك إلى عوامل نسبية أهمها :

[1] عبير عطية، المرجع السابق، ص 166.

– زيادة الاتجاه الاجتماعي لقضاء العطل بالمنتزهات والمناطق المفتوحة للهروب من فوضى المدن وما خلفه النمو الاقتصادي والاجتماعي من آثار سلبية على المجتمعات بداخلها؛

– زيادة الحرص على الاستغلال الأمثل للموارد السياحية المختلفة داخل الدولة مع المحافظة عليها من التدهور (خاصة الموارد غير قابلة للتجديد)؛

– الارتقاء بمستوى جودة مختلف العناصر البيئية؛

– الاتجاه العلمي نحو النموذج المستدام للتنمية.

2– الارتقاء بمستوى الوعي البيئي والوعي السياحي الذي يرمي إلى الاستغلال المتعقل للبيئة، ومن أهم مداخله إحداث توازن بين أعداد السائحين والطاقة الاستيعابية.[1]

– الوقاية التي ترمي إلى حفظ البيئة باعتبارها مخزنا طبيعيا للموارد الذي نحتاج إليها.

ثانيا– الآثار السلبية

من الآثار السلبية للسياحة على البيئة ما يلي: [2]

1– استخدام الأرض والموارد: يؤدي التنافس الشديد في استخدام الأرض بين السياحة والقطاعات الأخرى إلى رفع الأسعار، مما يزيد من الضغوط على الأراضي الزراعية مثلا، وكثيرا ما تقع المواقع السياحية المفضلة لما فيها من عوامل الجذب المتمثلة في المناظر الطبيعية مثل الشواطئ والبحيرات وقمم الجبال، تتميز في المعتاد بوجود أنظمة ايكولوجية ثرية بالأنواع المختلفة، ونتيجة لتشييد المباني في هذه المناطق كثيرا ما يحدث تدمير لتلك المناطق أو أضرار بها كتدهور الغابات والمساحات الخضراء.

2– الآثار على الحياة: ومن الآثار المباشرة للسياحة على الحياة تضاءل الأعداد المحلية لبعض الأنواع من الحيوانات جراء الصيد وإطلاق النار، أما الغواصون غير المدربين والقائمون بتشغيل الرحلات السياحية يمكن أن يتسببوا بأضرار كبيرة بالحرف المرجانية، وكذلك فان بعض الطيور المائية قد تنزعج بوجود القوارب ومراكب التجديف وأنشطة المختلفة بالسياحة يمكن أن تؤدي إلى تغيير جسيم في موائل الحياة الآبدة وفي الأنظمة الايكولوجية .

3– الآثار على الموارد المائية: إن الماء العذب بصفة عامة يواجه طلبا متزايدا من الزراعة والصناعة والأغراض المنزلية في كثير من أنحاء العالم، وفي بعض المواقع كما في كثير من الدول النامية الجزرية الصغيرة نشأت مشكلة حادة عن المطالب الإضافية الناشئة عن السياحة، ويمكن أن يسبب استخراج المياه

---

[1] وفاء عبد الباسط، **التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية والتحديات المعاصرة**، مجلة حقوق حلوان العدد12، القاهرة، 2005، ص 156.

[2] زيد منير سليمان، **الاقتصاد السياحي**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص 99 101.

الجوفية إلى فقدان التنوع البيولوجي، وكذلك بالنسبة لنوعية المياه فان بعض الأنشطة اشد إضرارا من غيرها، فمثلا استعمال المراكب ذات المحركات قد يؤدي إلى نشر الأعشاب الضارة والى تلويث كيميائي والى اضطراب وعكارة في المياه السطحية.

4- إدارة النفايات: إن التخلص من النفايات الناشئة عن الصناعة السياحية قد يسبب مشكلات بيئية رئيسية، ويمكن تقسيم النفايات إلى مجاري ومياه مستهلكة ونفايات وملوثات كيميائية ونفايات جامدة (قمامة) وقد يؤدي التصريف المباشر لمياه المجاري غير المعالجة إلى الأنهار إلى خطر المساس بالحياة للثروة السمكية ومختلف الحيوانات المائية.

المبحث الثالث: مكونات السوق السياحي

قياس النشاط السياحي يشكل اهمية كبيرة للقطاعين العام والخاص اذ لا يمكن تحليل السوق السياحي بدون بيانات توضح اهمية القطاع السياحي خاصة في الجوانب المتعلقة بالقيمة المضافة والتشغيل ودرجة المساهمة في الصادرات والواردات، وفي العديد من الدول فان حجم النشاط السياحي لايزال غير واضح بسبب غياب معلومات احصائية دقيقة، لذلك سنحاول فيما يلي ابراز مختلف المكونات التي يتشكل منها القطاع السياحي في جانب العرض والطلب، كما سنستعرض بالأرقام واقع التفاعل بين قوى العرض والطلب السياحي في العالم.

المطلب الأول: العرض السياحي

فيما يلي نستعرض تعاريف وأهم الخصائص للعرض السياحي:

أولا- تعريف العرض السياحي

يعرف العرض السياحي بأنه ما تمتلكه وتعرضه الدولة من مغريات ووسائل جدب ومرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية الحركة السياحية الوافدة اليها من مختلف دول العالم .[1]

فالعرض السياحي يتكون إذا من مجموعة المقومات الطبيعية(الجغرافية والمناخية)، والمقومات الاجتماعية، الحضارية، الدينية والترفيهية والمقومات الصناعية (قرى سياحية، آثار، متاحف)، زيادة على الخدمات والتسهيلات الأخرى (إيواء، نقل،... إلخ)، التي توجد بالدولة العارضة للسياحة ومنه يمكن أن يعرف كذلك العرض السياحي على أنه" كل ما تعرضه المنظمات من منتجات لفائدة السياح الفعليين او المتوقعين، وهو يتضمن عدة عناصر منها عناصر جدب طبيعية وصناعية وتاريخية، والتي تكون إما

[1] صبري عبد السميع، **الاسس العلمية للتسويق السياحي والفندقية وتجارب بعض الدول العربية**، المنظمة العربية للتنمية الادارية، بحوث ودراسات، 2006، ص 124.

من صنع الطبيعة او الانسان، اضافة الى مختلف الخدمات والسلع التي قد تساهم في دفع الافراد الى زيارة منطقة معينة وتفضيلها على منطقة اخرى ".[1]

ثانيا- خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي بمجموعة من الخصائص نوجزها كما يلي: [2]

1- **قلة المرونة (الجمود):** يقصد بقلة مرونة العرض السياحي انخفاض قابلية العرض للتغير طبقا لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياحيين بعكس ما نراه في السلع المادية الأخرى التي تتصف بالمرونة للإمكانية تغييرها وتعديلها بسهولة، حتى تلائم مطالب السوق وأذواق المستهلكين الحاليين والمرتقبين، أما في مجال السياحة فإن العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له كالمقومات الطبيعية والصناعية.

2- **استقلال العناصر المكونة له:** من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض، حيث يتضح أن المقومات الصناعية مستقلة عن الخدمات والتسهيلات السياحية، بعكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها مثل السيارات والأثاث والأجهزة الكهر ومنزلية.

3- **المنافسة:** المنتجات السياحية هي الأخرى تخضع للمنافسة من الخدمات السياحية البديلة والمؤسسات السياحية الأخرى، إذ أنه هناك تنافس حاد بين البلدان في تسويق خدماتها السياحية.

4- **الموسمية:** من الخصائص الأساسية للعرض السياحية، الموسمية والتي تجعل منه عاليا جدا في الأوقات ومنخفض في أوقات أخرى مرورا بمرحلة يكون فيه توازن بين العرض والطلب إلى حد بعيد.

ثالثا- مكونات العرض السياحي

تعددت الدراسات المتعلقة بمكونات العرض السياحي ومن ثم ظهرت اختلافات في وجهات النظر وأخذ لمكونات العرض السياحي عدة تصنيفات أهمها: [3]

1- تصنيف روبير لا نكير:

لقد صنف العرض السياحي حسبه إلى ثلاث عناصر أساسية تمثلت في:

- مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية والصناعية والتاريخية التي تجلب السائح للاستماع بها؛

---

[1] سمير سالمي، **استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة** ، مذكرة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011-2012، ص 25.

[2] صبري عبد السميع، **أصول التسويق السياحي**، مطبوعات كلية السياحية حلوان، القاهرة، 1992، ص 70.

[3] صليحة عشي، **الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر والمغرب وتونس**، مذكرة دكتورة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010-2011، ص ص 26 27.

– مجموعة التجهيزات والوسائل التي لا تعتبر العامل الأساسي في جلب السياح غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر كوسائل النقل المختلفة ووسائل الإيواء، المطاعم، التجهيزات الثقافية والرياضية ....الخ؛

– مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات السفر ذات العلاقة بالتنقل من مكان إلى آخر.

2– تصنيف المنظمة العالمية للسياحة:

يعتبر تصنيف المنظمة العالمية للسياحة الأشمل إذ يتضمن سبع عناصر كمكونات للعرض السياحي تتمثل في:

– التراث الطبيعي وما يحتويه من مقومات سياحية طبيعية كالبحار والأنهار والصحاري والجبال؛

– التراث الطاقوي التقليدي مثل الطرق التقليدية المستخدمة في استخراج المياه وفي غدارة المطاحن؛

– التراث البشري وما يتضمنه من تنوع في أنماط الحياة كالعادات والتقاليد الصناعية التقليدية؛

– الجوانب التنظيمية والإدارية والسياسة؛

– الجوانب الاجتماعية مثل بنية المجتمع؛ العرق، الدين واللغة؛

– الأنشطة الاقتصادية والمالية؛

– التسهيلات الخدمية كوسائل النقل، الإيواء، الإطعام...الخ.

المطلب الثاني: الطلب السياحي

اولا– تعريف الطلب السياحي

يعرف الطلب بصفة عامة على أنه الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين شرائها من سلعة ما وبسعر محدد في زمان ومكان محددين ويمكن قياس وحساب مستوى الطلب أو حجمه بأسعار مختلفة وذلك بافتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب ثابتة وهذا الافتراض قد يصح على مستوى بعض السلع، غير أنه بالنسبة للخدمات السياحية فالمسألة أكثر تعقيدا، فالعوامل المركبة والتي تؤثر أو تحكم السائح في السفر إلى منطقة ما، هي مختلفة ومتباينة إلى درجة تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفا، فعناصر السياحة توفر أوقات الفراغ ودخل قابل للإنفاق فضلا على عدة عوامل أخرى.

أما الطلب السياحي فهو "مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الأفعال اتجاه منطقة ما، ولما كانت الرغبة في السفر هي دافع مكتسب ومتأخر نوعا ما في سلم الدوافع النفسية، يأتي دوره بعد المنافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان مثل الجوع والعطش، الملبس والمسكن، ..إلخ، فإن الدافع إلى السفر يخضع لمؤشرات شتى تؤدي إلى وجود تغيرات متعددة في آراء الناس. [1]

[1] مليكة حفيظ شبايكي، **السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية**، – حالة الجزائر–، مذكرة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2003، ص 15.

يعرف الطلب السياحي أيضا أنه "تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي أو زيارة منطقة أو دولة سياحية وقوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل: الرغبات، القدرات، والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة ما". [1]

ويمكن التفرقة بين الطلب بشكل عام والطلب على الخدمات السياحية من خلال النقاط التالية:

– الطلب العام ينطبق على كل السلع والخدمات المعروضة في السوق، على خلاف الطلب السياحي الذي يتعلق بالخدمات السياحية فقط؛

– الطلب في شكله العام يمارس على مدار السنة وفي جميع الأسواق، في حين أن الطلب السياحي موسمي؛

– الطلب بشكل عام يمارس من قبل كافة أفراد المجتمع، غير أن الطلب على الخدمات السياحية خاص بشريحة معينة من المجتمع " السياح".

يقاس الطلب السياحي بواسطة النسب التالية: [2]

- **المعدل الصافي للسفر= عدد المسافرين (المغادرين)/ إجمالي عدد السكان × 100.**
- **المعدل الخام للسفر= عدد السفريات (الرحلات)/ إجمالي عدد السكان × 100.**
- **معدل تكرار السفر= المعدل الصافي للسفر/ المعدل الخام للسفر×100.**

ثانيا– أنواع الطلب السياحي

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي وهي:

1– الطلب السياحي العام: وهو عبارة عن الطلب الإجمالي على الخدمات السياحية بشكل علم بغض النظر عن النوع أو الوقت أو الخدمة، ويرتبط هذا النوع من الطلب بالدولة كلها وليس ببرنامج سياحي خاص وتتميز بهذا الطلب الدول المتقدمة سياحيا كالطلب السياحي في فرنسا، اسبانيا، أمريكا...إلخ.

2– الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لتلبية حاجات ورغبات السائح.

3– الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي مل الطلب على الفنادق والطلب على الشركات السياحية والطيران والنقل السياحي وباقي الخدمات السياحية الأخرى، وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك.

---

[1] صبري عبد السميع، **الاسس العلمية للتسويق السياحي والفندقية وتجارب بعض الدول العربية**، المرجع السابق، ص 104.

[2] خالد كواش، **سوق الخدمات السياحية**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2005، ص 158.

وهناك من أضاف نوعين من الطلب السياحي: [1]

4- الطلب السياحي الفعال: وهو طلب صريح من جانب السائح بحيث يتوفر فيه كافة العوامل الضرورية مثل الرغبة ووقت الفراغ والقدرة على الدفع إلى مدى توفر المناسبة ويمثل هذا الطلب إجمال عدد السياح الداخليين أو القادرين على دفع النفقات السياحية.

5- الطلب السياحي الكامن: وهو عبارة عن نقص في طلب أحد العناصر الأساسية حتى يصبح هناك إقبال السياح لزيارة منطقة ما وأهم هذه العناصر:

- عدم القدرة على دفع مصاريف الرحلة السياحية؛
- عدم توفر الظروف المناسبة؛
- عدم الحصول على المعلومات الكافية؛
- عدم توفر وقت فراغ متاح؛
- ضعف وسائل الإعلان والترويج للمنتوج السياحي؛
- وبالإمكان تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب فعال من خلال إزالة العائق الذي يحول دون تجسيده.

ثانيا- خصائص الطلب السياحي

يتميز الطلب السياحي بمجموعة من الخصائص نوجزها في النقاط التالية: [2]

1- المرونة: ويقصد بالمرونة قابلية الطلب للتغير نتيجة الظروف والمؤثرات المختلفة التي تحدث منها الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغير ذلك، وترتبط هذه المرونة بالدخل بشكل خاص أي أنه كلما زاد دخل الفرد كلما اتجه إلى القيام برحلات وزيارات سياحية داخلية أو خارجية، وذلك يمكن أن ينطبق على ذوي الدخول المحدودة أو المتوسطة. [3]

2- الموسمية: من المعروف أن للسياحة موسمي تميز بكثرة تدفق السياح، يطلق عليه اسم الذروة، وموسم يقل فيه عدد السياح يطلق عليه موسم الكساد وموسم وسط، حيث يسود الطلب السياحي الدولي خاصية موسمية والتي تؤثر على اتجاهه وحجمه في فترات الذروة وفترات الركود من أسباب الموسمية نجد: المناخ، العوامل التنظيمية في الدول المصدرة للسياح من خلال العطل المدرسية وعطل الموظفين الحكوميين، والأعياد الوطنية والدينية.

---

[1] خالد كواش، المرجع السابق، ص 160.

[2] نعيم ظاهر، الياس سراب، المرجع السابق، ص ص 16 17.

[3] عبد العظيم حمدي، **اقتصاديات السياحة**، دار الزهراء، القاهرة، 1996، ص 112.

3- الحساسية: يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية فالبلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا تتعرض لاضطرابات سياسية لا تستطيع جذب السياح إليها وإن كانت أسعارها منخفضة.

4- التوسع: يميل الطلب السياحي إلى الزيادة والتوسع سنويا بمعدل متغير من سنة إلى أخرى، وذلك وفقا للظروف المختلفة بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلة لهم.

5- المنافسة: المقصود بها عدم المنافسة الصافية أو ما يسمى احتكار القلة في السياحة حيث نلاحظ بأن الدول التي تمتلك آثار قديمة أو مقومات سياحية طبيعية يكون من الصعب منافستها من قبل الدول التي لا تمتلك تلك المقومات.

6- عدم التكرار: أي أن السائح في الأصل من النادر ما يقوم بزيارة المنطقة نفسها التي زارها من قبل.

المطلب الثالث: واقع القطاع السياحي الدولي

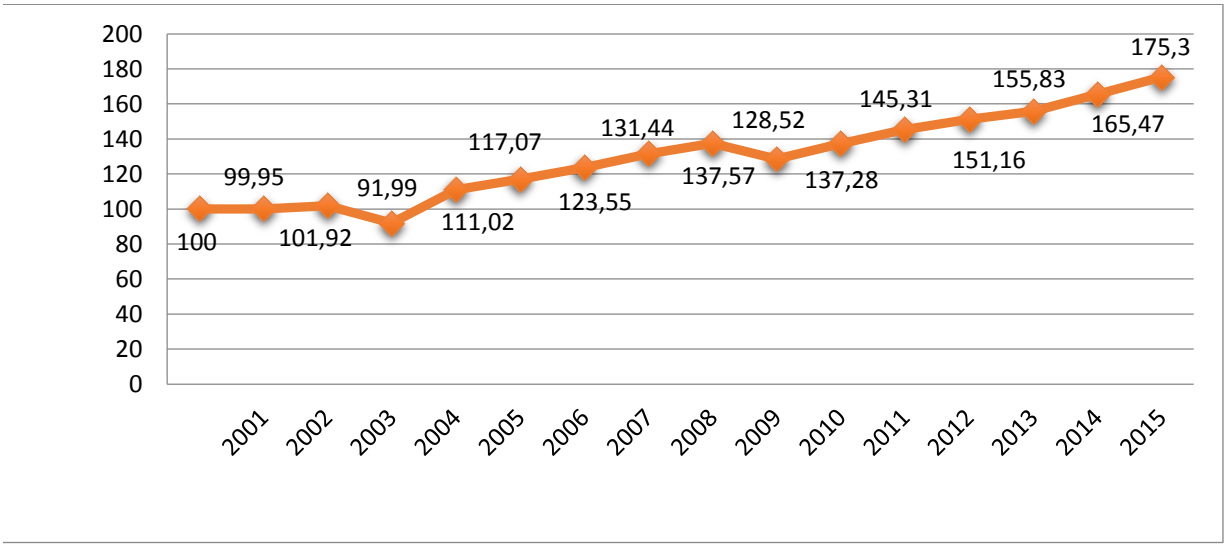
تشير الأرقام الحديثة للسياحة العالمية إلى النمو المتواصل الذي يسجله القطاع طيلة العقود الماضية وهو ما جعل من السياحة أحد أكبر الصناعات العالمية نظرا لارتباطها بـ 185 فرعا من الأنشطة الاقتصادية التي تندرج ضمن التصنيف الموحد للنشاطات السياحية للمنظمة العالمية للسياحة ومن بينها النقل، الفنادق، مؤسسات تقديم الأطعمة.

أما على صعيد التوزيع الجغرافي للحركة السياحية العالمية فإن الاتجاهات تشير بوضوح إلى تركزها في البلدان الصناعية بمنطقتي أوروبا والأمريكيتين، إلا أن المناطق النامية في شرق آسيا وجنوبها والباسيفيك والشرق الأوسط، وافريقيا عرفت انتعاشا سواء على مستوى السياح المرسلين أو المستقبلين بظهور وجهات سياحية جديدة.

أولا- عدد السياح على المستوى الدولي

عرف عدد السياح الدوليين خلال العقدين الماضيين ارتفاعا ملحوظا حيث بلغ عددهم 801.6 مليون سائح عام 2005 مقابل 684.7 مليون سائح عام 2000 واستمر هذا العدد بالارتفاع خلال السنوات اللاحقة إلى أن بلغ 1.2مليار سائح سنة 2015 والشكل التالي يوضح تطور مؤشر عدد السياح على المستوى الدولي:

الشكل رقم (01): تطور مؤشر عدد السياح على المستوى الدولي بين سنوات (2000-2015)



المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (01)

من خلال الشكل نلاحظ الاتجاه العام الذي يسجله مؤشر تطور عدد السياح العالميين الذي يميل بشكل واضح نحو الارتفاع هذا في ظل الظروف العادية، بينما نسجل انخفاض هذا المؤشر تحت تأثير بعض الظروف المفاجئة التي تمس قطاع السياحة، ففي الفترة الممتدة من 2000 إلى غاية 2005، مثلا في سنة 2001 تم تسجيل انخفاض طفيفا قدره 0.1 نقطة مقارنة بقيم المؤشر سنة 2000 وهذا نتيجة أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001، أما بالنسبة لسنة 2003 فكان نتيجة بعض الاحداث المؤسفة الكثيرة "احداث المحيا في السعودية والرياض والدار البيضاء وتركيا"، وبعد سنة 2005 عرفت قيمة المؤشر ارتفاع مستمر وذلك إلى غاية 2008 حيث بلغ أعلى قيمة له عند نقطة137.57 نقطة ليسجل رقما قياسيا في عدد السياح الوافدين بـ 942 مليون سائح أي بزيادة قدرها 37.55% مقارنة بسنة 2000، وشهدت سنة 2009 أسوء تراجع للقطاع السياحي العالمي خلال العقود الخمسة الماضية حيث سجل مؤشر عدد السياح الدوليين قيمة 128.52 نقطة انخفاض قدره 9.05 % مقارنة بقيمة مؤشره سنة 2008 وهذا جراء الأزمة المالية العالمية التي ضربت الولايات المتحدة الأمريكية وما صاحبها من تأثيرات سلبية على عدد كبير من الأنشطة المالية والاقتصادية على المستوى العالمي.

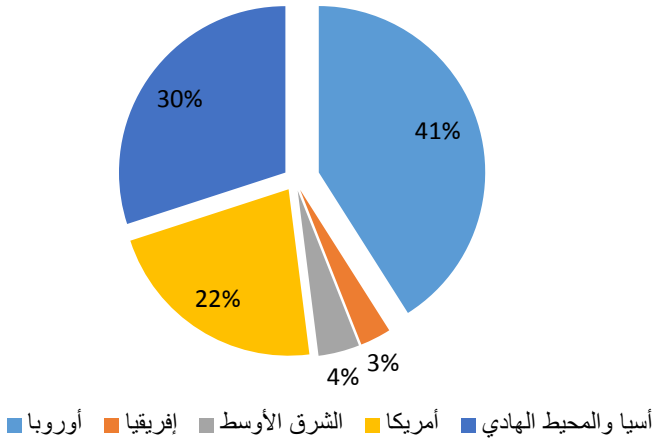
واستعاد القطاع السياحي عافيته بداية من سنة 2010 التي عرفت عودة النمو من جديد حيث بلغ عدد السياح الدوليين 940 مليون أي بزيادة قدرها 8.76 % في قيمة المؤشر مقارنة بسنة 2009 واستمرت الزيادة في سنة 2011 ليبلغ ارتفاع 8.07 % مقارنة بسنة 2010 وهذا يعني أن عدد السياح الدوليين قد ارتفع سنة 2011 بنسبة 45.39% مقارنة بسنة 2006 لكن الزيادة بقيت مستمرة كل سنة إلى أن بلغ عدد السياح الدوليين سنة 2014 حوالي مليار 133 مليون سائح أي بزيادة قدرها 9.04 % مقارنة بسنة 2013، واستمرت الزيادة في عدد السياح الدوليين اد ارتفع سنة 2015 ب 9.83 % مقارنة ب 2014،

حيث تتوقع منظمة السياحة العالمية ان يصل عدد السياح الدوليين الوافدين الى 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030.

ثانيا- عدد السياح حسب الأقاليم

فيما يخص الأقاليم والوجهات السياحية الأكثر إقبالا في العالم لسنة 2014 فهي تتوزع كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(02): توزيع السياح عبر مختلف الأقاليم لسنة 2014



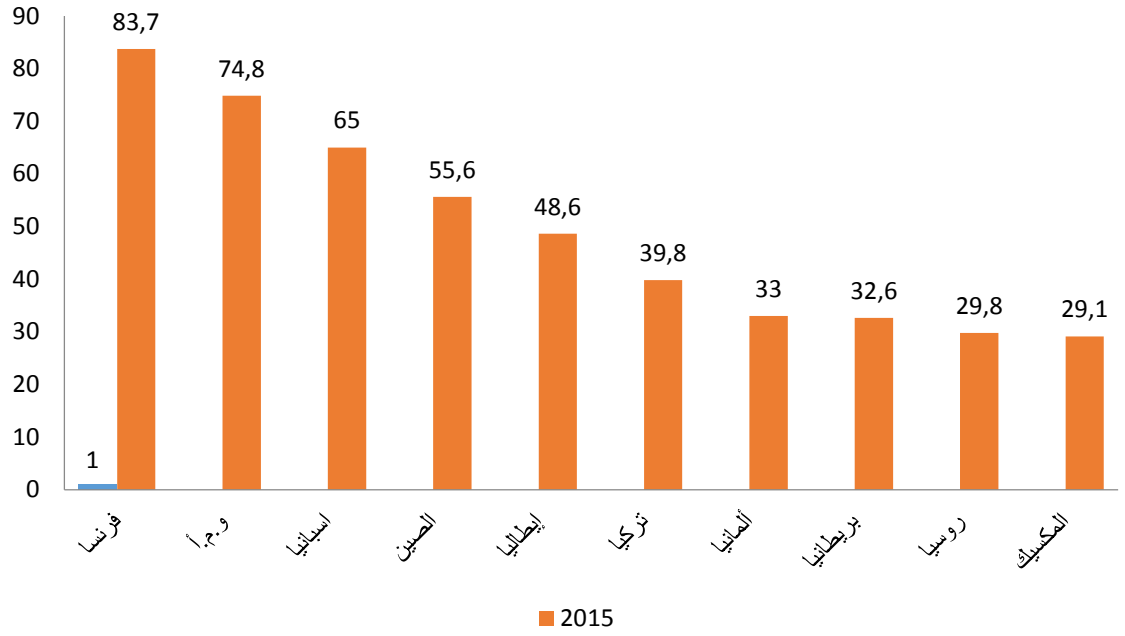
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على : احصاءات السياحة العالمية 2014

من خلال الشكل نلاحظ ان اوروبا كإقليم الاكثر جذبا للسياح بنسبة 41% ما يعادل 464.53 مليون سائح هدا ناتج عن كونها وجهات سياحية تقليدية تتوفر على العديد من المنتجات السياحية المتميزة، ليأتي اقليم اسيا والمحيط الهادي في المرتبة الثانية بنسبة 30% وهدا راجع الى الاستثمار في البنى التحتية وتطبيق تدابير تسهيل تأشيرات الدخول، يليهما اقليم الامريكيتين ب 22% حيث ساهمت استضافته لكاس العالم لسنة 2014 في البرازيل في النتائج الإيجابية لتوافد السياح يليه اقليم الشرق اوسطي بنسبة 4%، كما احتفظ اقليم افريقيا بالترتيب الاخير بنسبة 3% من اجمالي سياح العالمي متأثرا بانتشار الاوبئة مثل فيروس الإيبولا والمشاكل الامنية والحروب الداخلية .

ثالثا- توزيع عدد السياح على الوجهات السياحية الأولى عالميا

على المستوى الدولي جاء ترتيب أكثر الوجهات السياحية في العالم سنة 2015 الصادر عن المنظمة العالمية السياحية كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (03): ترتيب أول عشر وجهات سياحية في العالم من حيث توافد السياح لسنة 2015 (الوحدة: مليون سائح)



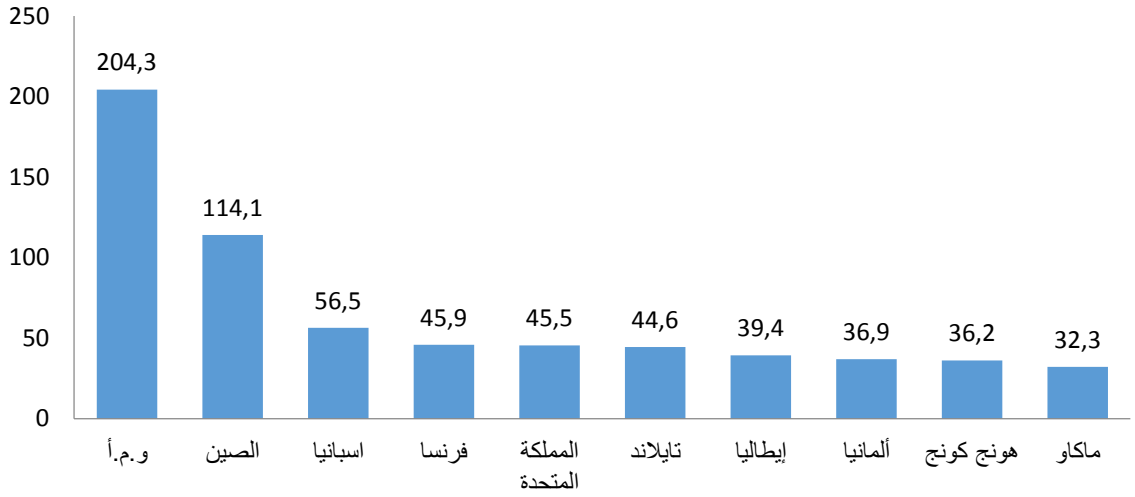
المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (02)

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن فرنسا تحتل الصدارة من حيث عدد الوافدين اليها حيث بلغ عدد السياح الوافدين اليها 83.7 مليون سائح سنة 2015 لتشكل بذلك اول وجهة سياحية وهو ما يعادل 7% من اجمالي عدد سياح العالم، كما حافظت امريكا على المرتبة الثانية حيث استقطبت 6.2 % من اجمالي السياح في العالم لسنة 2015 ليبلغ عدد السياح الوافدين اليها في تلك السنة 74.8 مليون سائح، بعدها تأتي اسبانيا في المرتبة الثالثة ب 65 مليون سائح ما نسبته 5.4 % من اجمالي السياح في العالم، تليها الصين في المرتبة الرابعة ب 55.6 مليون سائح ما نسبته 4.6 % من اجمالي العالمي لعدد السياح، لتاتي ايطاليا في مركز الخامس ب 48.6 مليون سائح من نفس السنة لتحافظ على مكانتها، كما عرفت تركيا خلال العقد الاخير تطورا كبير في عدد السياح الوافدين، اذ تمكنت من دخول قائمة اول عشر وجهات سياحية في العالم واستمر هذا التطور ليبلغ عدد السياح الوافدين اليها 39.8 مليون سائح سنة 2015 ونفس الامر بالنسبة لروسيا التي احتلت المرتبة التاسعة ب29.8 مليون سائح بعدما كانت تحتل المرتبة العاشرة في السابق.

رابعا: توزيع الإيرادات السياحية على الوجهات السياحية الأولى عالميا

إن استعراض الوجهات السياحية الأولى في العالم اعتمادا على عدد السياح الوافدين إليها لا يعني بالضرورة أن هذه الوجهات تحتفظ بنفس الترتيب فيما يتعلق بالإيرادات السياحية الناتجة عن توافد السياح، فقد كان ترتيب أول عشر دول في العالم من حيث الإيرادات السياحية التي حققتها سنة 2015 كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (04): ترتيب أول عشر دول في العالم من حيث الإيرادات السياحية لسنة 2015 (مليار دولار)



المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (03)

على الرغم من احتلال فرنسا للمرتبة الأولى عالميا من حيث عدد السياح الوافدين إليها إلا أن الولايات المتحدة هي الأولى عالميا من حيث الإيرادات السياحة بقيمة 204.5 مليار دولار أمريكي وهو ما يشكل نسبة 13.63% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية وهذا الرقم يفوق أربعة أضعاف الإيرادات التي حققتها فرنسا خلال نفس السنة (3% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمة) تم تأتي الصين في المرتبة الثانية 114,1 مليار 7,6% من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية هذا يعني أن نسبة 6,2% من السياح الذين تستقطبهم الولايات المتحدة الأمريكية يساهمون ب13.63% من اجمالي الايرادات السياحية العالمية، بينما 7% من السياح الذين تستقطبهم فرنسا لا تتعدى مساهمتهم ب 3% من اجمالي الايرادات السياحية العالمية، وهذا معناه أن العوائد الناتجة عن السائح الواحد في كل من الولايات المتحدة والصين هي أكبر مما عليه في فرنسا أو وجهة سياحة عالمية.

ويبين الشكل السابق أيضا أن كل من هونغ كونغ وماكاو تحتلان الترتيب الصف التاسع والعاشر عالميا من حيث العوائد السياحية بنسبة 2,4% و 2.1% على الترتيب رغم أنهما لا يدخلان ضمن تصنيف أفضل عشر وجهات وهو ما يؤكد أن الاهتمام بتعظيم العوائد السياحية هي الاستراتيجية التي يجب انتهاجها من أجل مساهمة أكبر للقطاع السياحي في عملية التنمية وضمان الحفاظ على استدامة الوجهات السياحية في نفس الوقت.

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا لهذا الفصل لاحظنا أن السياحة ظاهرة عالمية، شهدت نموا ورواجا واسعا بعد الحرب العالمية الثانية حيث شهد الوضع الدولي استقرارا بعد الحربين العالميتين الأولى والثانية.

تعتبر السياحة احدى اهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني في العديد من الدول حيث تمثل احد اهم مكونات ميزان الخدمات السياحي الذي بدوره يؤثر على ميزان المدفوعات، كما تشير الاحصائيات الحديثة للسياحة العالمية، الا ان النشاط السياحي لازال يرتكز في البلدان الصناعية بمنطقتي اوروبا والامريكيتين.

تعتبر الصناعة السياحية في الوقت الحاضر من اسرع القطاعات نموا في القرن 21م حيث حققت السياحة كنشاط اقتصادي عالمي مؤشرات غير مسبوقة، سواء من حيث عدد السياح او من حيث العوائد الناتجة عن هذا النشاط، اذ شمل مختلف الاقاليم العالمية لكن مؤشراته كانت متفاوتة من إقليم لأخر ما جعل من السياحة اكبر الصناعات التصديرية، ويعد بالنسبة للعديد من الدول القطاع الذي يعول عليه لدفع عجلة التنمية وتحقيق الرقي في شتى المجالات، هذا اثر بشكل كبير على سير الحركة السياحية وبروز وجهات سياحية على حساب وجهات اخرى.

الفصل الثاني

التخطيط الإقليمي كأداة للتهيئة السياحية

المبحث الأول: أساسيات حول التخطيط الإقليمي.

المبحث الثاني: نظريات التخطيط الإقليمي

المبحث الثالث: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي وعلاقة التهيئة العمرانية بالسياحة

.

تمهيد

إن ارتفاع مستويات المعيشة والطلب المتزايد على السلع والخدمات وتعقد مطالب الإنسان في ظل التقدم العلمي والصعوبات التي تواجه بعض الدول في الحصول على ما تحتاج إليه من منتجات، اذ يعد التخطيط الإقليمي الاقتصادي والاجتماعي الوسيلة الوحيدة لتحقيق هذا الهدف، ويختلف الاهتمام بموضوع التخطيط من دولة إلى أخرى ومن إقليم إلى اخر.

إن الحركية التي يعرفها القطاع السياحي واحتدام التنافس بين مختلف الوجهات السياحية تدعو القائمين على تنظيم القطاع السياحي الى ضرورة التخطيط الجيد لكل عناصره ومكوناته سواء في الجانب الاداري او في الجانب المادي، هذا الاخير يعتمد أساسا على ابراز مقومات الجذب الأساسية لكل اقليم سياحي ومحاولة تثمينه من خلال مختلف الادوات التي تتيحها عملية التخطيط الاقليمي ودورها في تهيئة الوجهات السياحية

وسنتطرق في هذا الفصل الى العناصر التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول التخطيط الإقليمي.

المبحث الثاني: نظريات التخطيط الإقليمي.

المبحث الثالث: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي وعلاقة التهيئة العمرانية بالسياحة.

المبحث الأول: أساسيات حول التخطيط الإقليمي

إن متابعة تطور التخطيط الإقليمي والتعاريف المتعلقة به، يساعد المخططين ومتخذي القرار في وضع تطورات منطقية وواقعية لحل المشكلات التي يواجهها المجتمع وذلك من خلال وضع مخطط إقليمي حتى يضمن التنمية المتكاملة للمناطق النائية والحفاظ على البيئة المحيطة والمحافظة منها وتنمية كل الإقليم.

المطلب الأول: ماهية الإقليم

الاقليم عبارة عن رقعة من الارض تتسم بخصائص معينة تميزها عما يجاورها من اقاليم اخرى، والاقليم قد يكون مناخيا؛ في هذه الحالة نجد رقعة من الارض تتسم بخصائص مناخية عامة تسودها وتميزها عن غيرها، وقد يكون الاقليم نباتيا او طبيعيا بصورة عامة.

أولا- تعريف الإقليم

الإقليم يعتبر صعب التعريف ولا يوجد تعريف جامع له، وهذا لا يعد ضعف في نظرية أو أسلوب التخطيط الإقليمي بل أنه أحد الحقائق العملية للتنمية انطلاقا من أنه لا توجد هناك إمكانيات أو مشاكل متشابهة تماما بين المناطق المختلفة للبلد الواحد وعلى ذلك فإن تحديد معنى الإقليم يكون بتعدد مشاكل أو إمكانيات الإقليم" [1]

وقد ورد مصطلح الإقليم في معجم المصطلحات الجغرافية على أنه:" منطقة من سطح الأرض تتميز عن من بجوارها من المناطق بظاهرة أو مجموعة من الظواهر أو خصائص معينة تبرز وحدتها أو شخصيتها." [2]

يعرف الفري: الإقليم على أنه "مكان يختلف عن الأماكن الأخرى بمجموعة العناصر الخاصة به، يتمتع بالوحدة وبترابط العناصر المكونة له التي تعد شرط موضوعيا ونتيجة موضوعية لتطور هذا المكان ". [3]

أما بركمنهار: فقد عرف الإقليم على أنه: "وحدة إنتاج الثروات المادية والموارد الطبيعية والسكان والموارد العاملة وكذلك المجال الإنتاجي. [4]

---

[1] فراس شهيد نوري الحجامي، ورقة بحثية، **جدلية العلاقة بين التخطيط الإقليمي والتخطيط الاقتصادي**، كلية الهندسة المعمارية، بغداد، 2010، ص 10.

[2] محمد جاسم شعبان العاني، **التخطيط الإقليمي، مبادئ وأسس نظريات وأساليب**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 57.

[3] علي محمد دياب، **مفهوم الإقليم وعلم الأقاليم من منظور جغرافي وبشري**، مجلة جامعة دمشق، المجلة 26، العدد الثاني، دمشق، 2012، ص 462.

[4] المرجع نفسه، ص 476.

اما الإقليم السياحي فيعرف على أنه:" الرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها منتوج سياحي مميز أو خليط معقد من المنتجات السياحية لإشباع حاجات ورغبات السياح". [1]

ومن خلال هذا التعريف يمكن استخلاص الخصائص التالية للإقليم السياحي : [2]

- الموقع: إذ لابد من أن يكون الإقليم السياحي قريبا من مناطق وجود الطلب السياحي الكامن؛
- لابد أن ينظر للإقليم السياحي بشكل يؤمن احتياجات ورغبات الطلب السياحي الحقيقي والكامن؛
- له صفات وخصائص اقتصادية، اجتماعية ملائمة ويمتاز بتوفر بنى تحتية كافية للتطور السياحي المتوفر ضمن الخاصية السياحية الشاملة للبلد؛
- يمتاز بمساحة كافية لاحتواء الطلب السياحي المتزايد لنوع المنتجات المتوفرة فيه.

ثانيا- تحديد الإقليم

على ضوء التعاريف المختلفة للإقليم التي يعبر كل منها عن وجهة نظر معينة لفهم معنى الإقليم والتي تنبع جميعها من منطلقات فكرية يتم اعتمادها أصلا لتحديد الإقليم سواء كانت تلك المنطلقات تبحث في ذات الإقليم أو موضوعه، وعلى هذا الأساس يمكن إتباع الأساليب التالية لتحديد الإقليم: [3]

- إما أن يكون الإقليم مجرد جزء من سطح الأرض تبرز فيه خصائص معينة أو مجموعة خصائص مميزة عن غيره من الأقاليم بموجب معايير معينة؛
- أن تتميز الأقاليم عن سواها من خلال عوامل الاختلاف والتشابه مع الأقاليم الأخرى وليس من خلال صفات وخصائص الإقليم نفسه.

ثالثا- عوامل تشكل الأقاليم

تعد هذه العوامل القوة المحركة التي تؤثر جوهريا في عملية تطور الإقليم وفي أدائه الوظيفي وفي بنيته وحدوده المكانية ومن العوامل المشكلة للإقليم على النحو التالي:[4]

- مستوى التطور والتقسيم الجغرافي للعمل؛
- توافر الموارد العاملة التي تمتلك الخبرات والتأهيل المناسبين؛
- مستوى التحضر والبنية التحتية الاجتماعية؛
- الموقع الجغرافي للإقليم، ويمكن كذلك إضافة التكامل بين الدول، والسياسات الإقليمية للدولة.

---

[1] هوشبار معروف، **تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضاري**، الطبعة الاولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 36.

[2] نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، **الجغرافية السياحية في القرن الحادي والعشرون**، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 153.

[3] محمد جاسم شعبان العاني، المرجع السابق، ص 65.

[4] محمد علي دياب، **مفهوم الإقليم وعلم الأقاليم**، مجلة جامعة دمشق- المجلة 28- العدد الثاني، دمشق، 2012، ص 473.

رابعا- أنواع الأقاليم

تختلف الأقاليم باختلاف الأغراض التي ترمي إليها السياسة التخطيطية للدولة وعلى ذلك يمكن تقسيم الأقاليم إلى ثلاثة أنواع أساسية هي:[1]

1- الأقاليم الحضرية أو العمرانية: وهي أقاليم تتصف بكثافة سكانية عالية والزيادة في عدد المباني وضخامتها وارتفاع في مهارة الأيدي العاملة كي تتضح في هذا النوع من الأقاليم مشاكل الصناعة والمرافق العامة والعمران والتضخم والتي لابد من علاجها لتكون مساهمتها في التنمية الاقتصادية مساهمة فعالة.

2- **الأقاليم الزراعية:** هي تلك التي يعلن عليها النشاط الزراعي وتتكون من عدد من القرى والمدن الصغيرة والمساحات الشاسعة من الأراضي الزراعية وتتميز هذه الأقاليم بارتفاع الكثافة السكانية فقط كما تمتاز عن سائر الأقاليم بانخفاض مستويات المعيشة فيها والناتج عن انخفاض مستويات الدخل الفردي هذا وتتوافر فيها العمالة البسيطة مع انخفاض إنتاجيتها ومن ثم تنخفض المشاريع الصناعية والاحتياط .

3- **أقاليم الموارد الطبيعية:** وهي أقاليم ذات موارد طبيعية ذات موارد طبيعية معينة يتعين استغلالها وتنميتها على أقصى حد ممكن، ومن أمثلة هذه الأقاليم تلك الخاصة باستصلاح الأراضي وأقاليم الثروات المعدنية والبترول وأقاليم مساقط المياه وتوليد الكهرباء .

المطلب الثاني: ماهية التخطيط الإقليمي

أولا- مفهوم التخطيط

لا يمكن وضع تعريف محدد للتخطيط الاقليمي وذلك راجع لاختلاف أشكال، وأنواع التخطيط الإقليمي من جهة، واختلاف المدارس الاقتصادية والاجتماعية التي ينتمي إليها الباحثون من جهة أخرى، وقبل التطرق إلى التخطيط الإقليمي نقدم تعريفا للتخطيط:

التخطيط "هو الأسلوب العلمي المنظم بدراسة الموارد والإمكانيات الطبيعية والبشرية وتقييمها واختيار أفضل الطرائق لاستثمارها، وتنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية وتعميق التطور الرأسي للبنية الاقتصادية للاقتصاد الوطني والإقليمي"[2]

كما يعرف أيضا" هو عملية تنظير للمستقبل تحاول تحقيق الآمال التي يرجوها المجتمع بإتباع وسائل علمية وعملية، فالتخطيط لا ينتهي بمجرد وضع الخطة وبداية التنفيذ بل هو في واقع أمره عملية مستمرة مادامت أهداف الخطة لم يتم تنفيذها بعد"[3]

---

[1] عبلة عبد الحميد بخاري، **محاضرات في الاقتصاد الإقليمي**، كلية الاقتصاد والإدارة, جدة، 2010، ص 06.

[2] أديب الخليل، **تكامل التخطيط القطاعي والتخطيط الإقليمي ودوره في تشكيل منظومة اقتصادية متكاملة في المنطقة الإدارية**، مجلة جامعة دمشق، المجلة 30- العدد 3+4، 2014، ص 762.

[3] صبري فارس الهيفي، **التخطيط الحضري**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 19.

ثانيا- مفهوم التخطيط الإقليمي

يعرف التخطيط الإقليمي على انه "عمل شامل يتعامل مع الحياة نفسها حاضرها ومستقبلها، وهو أسلوب سليم لحل مشاكل الإقليم اقتصاديا وعمرانيا واجتماعيا وهو فن يرتب وينظم استعمالات أراضي الإقليم ومراكز العمران على أساس الحقائق التي توصل إليها حتى تؤدي الوحدات التخطيطية وظيفتها على الوجه الأكمل"[1]

كما يعرف أيضا" ذلك المستوى من التخطيط الذي يمارس في منطقة معينة من الكيان العام (الدولة) تعرف بالإقليم، ليشكل أسلوب لإعداد وتوضيح الأهداف التفصيلية في ترتيب الفعالية الاجتماعية والاقتصادية والعمرانية في ذلك المكان."[2]ويعرفه آخرون بأنه" محاولة مدروسة للتوصل إلى الاستثمار الأمثل للموارد الطبيعية عن طريق التخصيص الإنتاجي الإقليمي، بالتلاؤم مع الخصائص الطبيعية لكل إقليم من أقاليم الدولة"[3]

ثالثا- خصائص التخطيط الإقليمي

تكمن أهمية التخطيط الإقليمي في طبيعة خصائصه ووظائفه، لذا فإن من الضرورة التعرف على هذه الخصائص والوظائف من أجل إدراك أهمية هذا النوع من التخطيط الذي يركز على البعد المكاني وجعله أساس لكل نشاط تنموي ومن أهم النقاط التي يمكن الحديث عنها هي [4] :

1- التخطيط الإقليمي كوسيلة لتنفيذ الخطط القومية وتحقيق أهدافها؛

2- التخطيط الإقليمي يحقق التنسيق بين هيئات التخطيط المختلفة، فهو يعتبر حلقة وصل بين هيئات التخطيط المحلية والإقليمية وهيئات التخطيط المركزية؛

3- التخطيط الإقليمي يحد من الفوارق الإقليمية: توزيع عادل للموارد والمشاريع بين الأقاليم المختلفة وداخل الإقليم الواحد؛

4- التخطيط الإقليمي يحارب التخلف بكل أشكاله ويركز على مشاكل الفقر والبطالة وهجرة السكان؛

5- التخطيط الإقليمي يعمل من خلال ما يحققه من عدالة اجتماعية على تعميق معاني الوحدة الوطنية، ويعزز مشاعر الانتماء الوطني ويحد من النزاعات الانفصالية؛

6- التخطيط الإقليمي يعمل على تقسيم العمل بين إقليم الكيان السياسي الواحد ويجري تطوير متوازن بينهما؛

---

[1] عبير محمد جلال الدين، **منهجية عمل لتنمية الأقاليم الساحلية المصرية من خلال التعدد الاقتصادي لمدنها الساحلية**، مذكرة دكتوراه كلية الهندسة المعمارية، جامعة القاهرة، 2012، ص 4.

[2] محمد جاسم محمد علي شعبان العاني، **الإقليم والتخطيط الإقليمي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 15.

[3] سمير صارم، **التخطيط: نموذج القطري العربي السوري**، دار الخير للطباعة، دمشق، 2003، ص 13.

[4] محمد غنيم، **مقدمة في التخطيط الإقليمي**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص 18.

7- التخطيط الإقليمي يمكن من تحقيق مشاركة الجماهير في مواجهة وحل مشكلاتها المختلفة.

رابعا- أهداف التخطيط الإقليمي

انحصرت أهداف التخطيط الإقليمي بتحقيق النمو الاقتصادي والاستخدام الكامل للعمالة، تحقيق العدالة الاجتماعية، لذا هذه السياسات أكدت على تطوير مناطق المختلفة بمعزل عن الأقاليم الأخرى، ولكن أثبتت التجارب خطأ ذلك، الأمر الذي دفع غالبية الدول إلى أن تحول اهتمامها في الفترة الأخيرة نحو التنمية التدريجية لجميع الأقاليم كنتيجة النمو الوعي بمشاكل الأقاليم المزدوجة وأصبحت غايات السياسات الإقليمية في الوقت الحاضر أكثر شمولا وطموحا من تلك التي كانت سائدة، ويمكن تلخيص أهم أهداف التخطيط الإقليمي في الوقت الحاضر بما يلي [1] :

يعمل التخطيط على التمهيد لإنشاء نظام إدارة لا مركزي في الحكم المحلي، بحيث يصبح للإقليم دورا رئيسا في توجيه وقيادة عملية التنمية المحلية.

نشر الوعي التخطيط على المستوى الإقليمي والمحلي، وما يلعبه من دور اساسي في الأداء التنفيذي للخطة القومية، ولا ريب في أن النشاط التخطيط يتطلب مثل هذا الوعي على المستويات المحلية خصوص وأن الوحدات المحلية والإقليمية هي في ذاتها المنفذة للخطة الإقليمية [2] .

التعرف على الاحتياجات والرغبات الحقيقية للمجتمع من خلال مساهمة الدوائر المحلية في العملية التخطيطية الإقليمية.

تختلف بعض الأقاليم وما له من آثار سلبية على عملية التنمية الشاملة ما من شأنه ان يبطئ من عملية التنمية القومية بأسرها.

خامسا- أنواع التخطيط الإقليمي

تتعد جوانب التخطيط سواء على مستوى الدولة (تخطيط قومي) أو على مستوى الإقليم (تخطيط إقليمي) أو على مستوى المدينة (تخطيط حضري) ومن هذه الجوانب أو الأنواع ما يلي: [3]

- **التخطيط الاقتصادي:** يشمل جميع الأنشطة الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج الزراعي والإنتاج الصناعي والنشاط التجاري والعوامل المؤثرة في كل نشاط.

- **التخطيط السياحي:** يركز على استثمار الموارد والإمكانات السياحية بهدف إسهام هذا القطاع الاقتصادي في زيادة حصيلة الدخل القومي وتنويع مصادره.

---

[1] موسى يوسف خميس، **دراسات في التخطيط والتنمية**، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر، عمان، 1995، ص ص 176 278.

[2] عبلة عبد الحميد بخاري، المرجع السابق، ص ص 65 66.

[3] محمد خميس الزوكة، **التخطيط الإقليمي وأبعاده الجغرافية**، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991، ص 242.

- **التخطيط العمراني:** قد يكون تخطيطا حضاريا أو تخطيطا ريفيا وهو عموما ما يهتم باختيار مواقع للمحلات العمرانية في الأقاليم المختلفة.

- **التخطيط السكاني:** يعتمد التخطيط السكاني على تقدير إعداد السكان في سنوات محددة في المستقبل، تم هذا التقدير على أساس إعداد السكان في سنوات سابقة مما يسهم في التخطيط للاحتياجات السكانية المختلفة.

- **التخطيط التجاري:** يتطلب التخطيط التجاري دراسة التركيب السلعي لكل من صادرات الإقليم وإراداته والتوزيع الجغرافي لكل منهما وذلك بهدف خطة تعمل على تنمية حجم الصادرات القومية وتقلل من حجم الواردات قدر الإمكان. [1]

- وضع النموذج الأفضل لتطوير القطاعات الاقتصادية كلها (الإنتاجية والخدمية) ضمن حدود الوحدات الإقليمية التي تشكل أساس لوضع الخطط المتكاملة للتطور الاقتصادي والاجتماعي. [2]

سادسا- مراحل التخطيط الإقليمي

تمر الخطة الإقليمية بعدة مراحل نوجزها فيما يلي [3] :

1- **رسم السياسات العامة:** المرحلة التي يتم فيها التحديد المبدئي لأهداف التنمية في المجالات المختلفة مع إعطاء أولويات تحقيق هذه الأهداف عن طريق وضع أوزان نسبة معينة لكل منها واختيار الأهداف المراد تحقيقها.

2- **المسح الشامل:** ويعني جمع المعلومات والبيانات والمعلومات والبحوث الميدانية، بهدف الكشف عن الثروات الموجودة من داخل الإقليم سواء الطبيعية أو البشرية وكيفية استغلالها هذا إضافة إلى جمع المعلومات الخاصة بظروف الإقليم العامة، ويشكل المسح الشامل القاعدة أو الأساس الذي تركز عليه خطط التنمية بمحاورها المختلفة.

3- **تحليل البيانات:** تبدأ هذه المرحلة بتحليل البيانات والمعلومة التي تم الحصول عليها نظريا وتعد هذه المرحلة أولى مراحل وضع خطة التنمية الإقليمية علميا، حيث يتم فيها تحليل المعلومة والدراسة الخاصة بالإقليم والتي تحدد التنمية وتوجهها.

---

[1] عبلة عبد الحميد بخاري، المرجع السابق، ص 67.

[2] أديب الخليل، المرجع السابق، ص 765.

[3] عبلة عبد الحميد بخاري، المرجع السابق، ص ص 66 69.

4- **التصميم العام للخطة الإقليمية:** على ضوء البيانات والدراسات التمهيدية السابقة، وعلى ضوء الأهداف المراد تحقيقها من التخطيط الإقليمي، تكون مهمة المخطط هي وضع عدد من البدائل المختلفة والتي يشترط فيها الصلاحية (إمكانية تنفيذها) ثم اختيار هذه البدائل.

5- **تنفيذ الخطة:** هذه المرحلة تكون بتنفيذ الخطة الخماسية العامة ويرصد ميزانيات تسوية خاصة، بحيث يمكن تنفيذ كل البرامج خلال الخمس سنوات المحددة للخطة.

6- **تقييم الخطة الإقليمية:** تعني متابعة تنفيذ الخطة ويطلق عليها أيضا مرحلة المسح الدوري والتي يسعى فيها إلى متابعة تنفيذ المشاريع المدرجة في خطة التنمية، ورصد مستويات التشغيل من جميع النواحي الإدارية والفنية وما إلى ذلك، وقد تنقسم هذه المرحلة إلى مراحل، بحيث يتم في كل مرحلة في قياس مدى قدرة الأجهزة المنفذة على تنفيذ مفردات الخطة في الأوقات المحددة لها.

المطلب الثالث: مبررات (دوافع) ومستويات التخطيط الإقليمي

يمكن توضيح المبررات الأساسية ولأخذ بأسلوب التخطيط الإقليمي على مختلف مستوياته بما يلي: [1]

أولا- مبررات التخطيط الإقليمي

1- الحد من هجرة السكان من المناطق المختلفة إلى المدن، فتنمية هذه المناطق لا يؤدي الى استقرار السكان فحسب، بل غالبا ما يستقطب السكان من المدن التي تعاني من مشكلات البطالة؛

2- المحافظة على الموارد الطبيعية للإقليم، واستغلالها بشكل أمثل بما يضمن تحقيق التنمية المستدامة؛

3- التعرف على الحاجات الحقيقة للمجتمع من خلال مساهمه الدوائر المحلية في عملية التخطيط، وهذا من شأنه تعبئة طاقات المجتمع وإمكاناته نحو تحقيق الأهداف الإقليمية؛

4- نشر الوعي التخطيطي على المستوى الإقليمي والمحلي يلعب دورا أساسيا في تنفيذ الخطة الإقليمية؛

5- اختلاف الحاجة بين إقليم وآخر ومحاولة ايجاد الترابط الاقتصادي والاجتماعي فيما بينها، فبعض الأقاليم تتميز بثروات وموارد متعددة إلا أنها تعاني من البعد عن مناطق التسويق، إضافة إلى هذا البعد أدي إلى قلة السكان فيها وبالتالي قلة الأيدي العاملة، وفي المقابل قد توجد أقاليم في مواقع مضادة إلا أنها تعاني من قلة الموارد، وهنا يأتي دور المخطط الإقليمي للمساهمة في إيجاد الربط بين هذا الإقليم وذلك عن طريق المواصلات وسبلها لإيجاد التوازن الإقليمي؛

6- النهوض بالأقاليم المختلفة وذلك لأن تخلف بعض أقاليم الدولة قد يعمل على عرقلة النمو القومي، أي أن تخلق إقليم ما، لا يكون من شأنه أن يعوق نمو هذا الإقليم فحسب بل يبطئ عملية التنمية القومية بأسرها؛

---

[1] صلاح الدين البحيري، **جغرافية الأردن**، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 24.

7- ضمان التوزيع العادل لثمار التنمية مما يترتب على ذلك من نتائج تتجسد في التعبئة الكاملة للطاقات والإمكانيات، وبلورة المشاركة الفاعلة من قبل الأهالي في مختلف المناطق في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

8- يساعد التخطيط الإقليمي على زيادة التنسيق وسهولته بين مختلف أقاليم الدولة.

ثانيا- مستويات التخطيط الإقليمي

لا يقتصر التخطيط الإقليمي على حدود الدول، وإنما يتعدى أكثر من ذلك، حيث يوجد خمسة مستويات للتخطيط الإقليمي [1] :

- **المستوى المناطقي:** وهو على مستوى جزء من إقليم (منطقة او مناطق إقليمية)؛
- **المستوى الإقليمي:** وهو على مستوى أقاليم الدولة أو إقليم منها؛
- **المستوى الوطني:** أي على مستوى الدولة وأقاليمها جميعا؛
- **المستوى المتعدد الأقاليم:** ويضم هذا النوع أكثر من وحدة سياسية؛
- **المستوى القاري:** يشمل هذا النوع جزءا من قارة أو قارة بأسرها.

المبحث الثاني: نظريات التخطيط الإقليمي

من اجل تهيئته الاقليم ليكون ذا جاذبية سياحية، ظهرت نظريات التخطيط الإقليم التي تعنى بالبحث الوسيلة التي يتم من خلالها استطلاع مستقبل الإقليم هذا ما سنتطرق إليه ضمن هذا المبحث.

المطلب الأول: نظريات التخطيط الاقتصادي ذات البعد المكاني

تمثل نظريات التخطيط الاقتصادي ذات البعد المكاني على نظريتين أساسيتين:

أولا: نظريات المواقع الصناعية

مرت هذه الأخيرة بأربعة مراحل: [2]

1- **المرحلة الاولى:** نميز فيها:

- **نظريات الموقع ذو الكلفة الدنيا:** في هذه المرحلة تأخذ نظرية ألفريد ويبر موقع الصدارة بين نظريات هذه المرحلة والتي استفادت كثيرا من الأفكار والمفاهيم التي طرحها فان ثون عام 1826م إلا أنها بدأت بشكل معكوس لهذه النظرية التي افترضت أن الموقع معطى والمطلوب لتحديد نوع الإنتاج السياحي.

---

[1] أسعد معتوق، **بيانات ومؤشرات التنمية الاقليمية، مدخل لصياغة الاقاليم التنموية**، مذكرة ماجستير، كلية الهندسة المعمارية، جامعة دمشق، 2009، ص 31.

[2] محمد جاسم شعبان العاني، المرجع السابق، ص 255.

2- المرحلة الثانية: تسمى نظريات السوق [1]

نظرية ويبر جاء بتعديلات تحاول من خلالها إضافة صفة الكمال لنظريته انبثقت على إثرها عدة من نظريات من بينها نظريات السوق.

في هذه المرحلة التي تلت عقد العشرينات انطلقت جميع نظريات الموقع الصناعي لتؤكد أن السوق واقتصاديات السوق هي العامل الحاسم في تقرير الموقع الأمثل للنشاط السياحي لذلك جاءت تحليلات الباحثين بمضمون واحد يوضح أثر السوق على اختيار موقع التهيئة من المحددات التالية:

- عدم وجود توزيع عادل ومتساو للسكان والموارد في الواقع.
- عدم توفر ظروف التنافس الكامل في عملية التسويق.
- وجود علاقة غير منظورة بين النشاطات السياحية المنتجة ضمن الأسواق المتعددة في مجال الخدمات.

3- المرحلة الثالثة (تحقيق أقصى الأرباح)

في هذه المرحلة انطلقت نظريات الموقع الصناعي من خلال الأخذ بعوامل الإنتاج السياحي للموازنة بين المنافع والاهداف المحققة في المشروع في ذلك الموقع [2]:

- الموقع الصناعي الأمثل هو الموقع الذي يتجاوز فيه وإدارته الكلية تكاليف الإنتاج ويكون لفرق بينهما أكبر ما يمكن.
- تحليلات الموقع الصناعي الذي ركز في إطار تحقيق أقصى الأرباح، على أن تحديد العوامل التي تؤثر على تقرير الموقع الصناعي تأتي من خلال الموازنة بين أقل التكاليف والتوافق الموقعي ومحاولة خلق تكامل بينهما من خلال إحتوائها لعوامل الطلب والكلفة لتحقيق أقصى الأرباح.
- **تحليلات مواس:** في تحديد الموقع الصناعي الأفضل الذي يحقق أعلى ربح فقد انطلقت من النظرية العامة للإنتاج التي تبدأ بدراسة التوافق في الأسعار وأثر الموقع الجغرافي السياحي على أسعار الموارد الداخلية في الانتاج وبالتالي سعر المنتوج النهائي تم حجم العلاقات التبادلية بين الموارد الداخلية للإنتاج والخارجية عنه كل صناعة.

4- المرحلة الرابعة تحقيق أقل تكلفة للمستهلك

بالرغم أن هذه المرحلة لم تشهد إضافات بارزة في تحديد الموقع الصناعي إلا أن التطور السياحي الذي حصل في هذه المرحلة التي بدأت نهاية الخمسينيات بإضافة الطرق الرياضية والإحصائية المعبر عنها بالأساليب الكمية المعاصرة .

---

[1] المرجع السابق، ص 265.

[2] المرجع نفسه، ص 269.

ثانيا- نظرية تحديد مواقع الأنماط الزراعة حول المدن (نظرية فان ثونن)

لقد تشكلت نظرية جوهان هنريش فان ثونن التي وضعها بعد خبرة أربعين عاما من الملاحظة والتمحيص ، كأول محاولة جادة وعملية في تنظيم المكان الذي يمارس فيه الإنسان نشاطه عندما كشف فان ثونن عن تلك الأنماط من الترفيه والاستجمام التي تظهر حول سوق المدينة. [1]

ولكن بالرغم من أن هذه النظرية ليست صالحة للتطبيق في كل الأحوال وفي جميع الأمكان وأي وقت، تبقى مفاهيم تشكل الآلية يهتدي بها في تفسير بعض مظاهر النشاط السياحي على مختلف المستويات المحلية والإقليمية وحتى الوطنية والعالمية حيث استطاعت فعلا ومن خلال تجارب عالمية وعلى مختلف تلك المستويات أن تفسر ظاهرة التنظيم المكاني وتبرز أهمية المكان في تلك المستويات كقوة تفرض نفسها على القيم الاقتصادية والاجتماعية فيه.

المطلب الثاني: نظرية الأساس الاقتصادي:

يمكن ابرز الجوانب التي تعالجها نظرية الأساس الاقتصادي وكذا تعاريفها فيما يلي:

اولا- تعريف الأنشطة الاقتصادية الأساسية

توجد عدة مفاهيم للأنشطة الاقتصادية ندكر منها ما يلي:[2]

- حسب **فيثال ريتشارد:** تعرف الأنشطة الاقتصادية الأساسية بأنها الأنشطة التي تجلب إلى المجتمع قوة شرائية من الخارج.

- **أما هوفت:** فيعرفها أنها: النشاط الذي يخلص بتلك الصناعات التي تنتج سلعا وخدمات للناس الذين يعيشون خارج الإقليم الحضري أو التي تجلب نقودا للتنويع في الطعام والسلع والخدمات والترفيه كي لا تنتجها المدينة بنفسها.

وبتعريف مختصر يمكن القول أن النشاط الاقتصادي الأمامي هو كل ما يصدر من إنتاج المؤسسات الخاصة سكان المدينة الى الخارج.

ثانيا- تعريف النشاط الاقتصادي غير الأساسي

يعرف النشاط الاقتصادي غير أساسي على أنه: دالة حجم السكان والموقع نتيجة إجمالي الاستخدام المحسوب وبنفس الوقت، فإن هذا النشاط يعد عاملا يعيد دوران النقود داخل المنطقة.

---

[1] المرجع السابق ص ص 272 282.

[2] محمد جاسم شعبان العاني، **أساليب التحليل الكمي في مجال التخطيط الجغرافي والإقليمي بين النظرية والتطبيق**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 176.

كما تجدر الاشارة بأن نظرية الأساس الاقتصادي تؤكد أن النشاط الاقتصادي الأساسي هو الذي يقرر نحو النشاط الاقتصادي غير أساسي، أي أن الهدف من النشاط الاقتصادي الأساسي هو جلب النقود الجديدة للمجتمع التي تساهم في توسيع خطوط الطاقة الأساسية وبالتالي خلق فرص عمل جديدة، وهذا ينتج عنه ارتفاع عائد الإنتاج وعليه تحسين المستوى المعيشي للعمال.

ثالثا- الجوانب التي تعالجها نظرية الأساس الاقتصادي وميكانيزماتها

تعالج نظرية الأساس الاقتصادي عدة جوانب نذكر منها: [1]

1- **الجوانب التي تعالج نظرية الأساس الاقتصادي:** تستخدم نظرية الأساس الاقتصادي لتقدير بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية، مما يجعلها أحد الأدوات التي تستخدم في العمل التخطيطي على كافة المستويات ويبرز هذا الاستخدام من جانبين:

أ- **الجانب التنموي:** وفق هذا المنظور فان نظرية الأساس الاقتصادي تفسر عملية التمويل الاقتصادي للمدن والأقاليم بناءا على حركية التجارة الخارجية، وتغيير أوضح أما تفسير التنمية على ضوء متغير خارجي هو حجم صادرات الإقليم خارج المنطقة، وعليه فإن النظرية توضح العلاقة السببية بين النشاط الاقتصادي والأساسي وغير الأساسي من خلال: أن زيادة حجم الأنشطة الاقتصادية الأساسية داخل المدينة أو الإقليم (زيادة حجم الصادرات) يؤدي إلى زيادة تدفق الدخل بالمدينة وبالتالي زيادة الطلب على السلع والخدمات السياحية وبالتالي الزيادة في حجم الأنشطة الاقتصادية غير الأساس والعكس بالعكس.

ب- **الجانب التنبؤي:** تقوم نظرية الأساس الاقتصادي من خلال هذا الجانب بالتنبؤ بحجم الاستخدام الاجمالي بالإضافة إلى التنبؤ بحجم السكان والعمال غير الأساسين الناتجين عن توقيع عدد معين من الاستثمارات الاقتصادية في منطقة معينة.

ونخلص هذا المفهوم بالشكل التالي: "أن عدد السكان وعدد العمالة غير الأساس يمكن تحديدها بعد معرفة عدد العمال الأساسين.

المطلب الثالث: نظرية الأماكن المركزية وأقطاب النمو

في هذا المطلب سنتطرق في الى نظرية الأماكن المركزية لرائدها كريستال بالإضافة إلى نظرية أقطاب النمو برائدها بيرو.

أولا- نظرية الأماكن المركزية

رائد نظرية الأماكن المركزي الجغرافي الألماني كريستال الذي ساهم في ظهورها عام 1973م، إذ تتلخص هذه النظرية من خلال رؤيتها أن المدينة تشكل مركزا لتقديم السلع والخدمات السياحية إلى المدن

[1] المرجع السابق، ص 181.

المجاورة لذلك اعتمدت في تفسيرها للمواقع المدن وتوزيعها وتباعدها وحجومها وأصنافها وفق وظائفها وتحديد علاقاتها التشابكية مع بعضها البعض ومناطق التأثير حولها انطلاقا من الوظيفة الأساسية التي تقدمها تلك المدن لبعضها ومناطق تأثيرها جعله يقرر بأن المدينة يجب أن تقع موقعا مركزيا بالنسبة لإقليمها بحيث يحقق ذلك الموقع أقصى حد ممكن من الفائدة المتبادلة. [1]

وعليه يمكن القول أن آلية هذه النظرية تقوم على الكيفية التي يتم من خلالها توقيع الأنشطة الاقتصادية الأساسية للسياحة خاصة نظرا لكونها صارت تتدخل في اختبارات أفضل المواقع الإقليمية.

ويتحكم في نظرية الأماكن المركزية محددين هما:

أ- **محدد الحجم الحدي للسكان:** يقصد به الحد الأدنى من السكان الذي يقوم بطلب السلع والخدمات السياحية من الانشطة الأساسية ويشكل حجم مطلبهم وسيلة الإنتاج تلك المشاريع.

ب- **محدد مدى السوق:** يأتي هذا المحدد انطلاقا من أن أي نوع من الخدمات له ضروريات معينة تتناسب مع نوع الحاجة لتلك الخدمة لكن معقولية قبول مدى السوق تكن من خلال عاملين هما:

- **عامل الوقت:** الذي يتطلب عملية قطع المسافة التي يبتعد فيها موقع السوق عن المواطن وما يترتب عليه من جهد وعناء لذلك تتم عملية مقارنة هذا الوقت والجهد المرافق له مع نوع الخدمة أو السلعة التي من أجلها تقطع المسافة.

- **عامل التكلفة:** تلك التي يدفعها المواطن او يتوقعها للوصول إلى الخدمة أو السلعة المطلوبة اقتناؤها.

ثانيا- نظرية أقطاب النمو

تبلورت النظرية كفكرة عند الاقتصاد الفرنسي بيرو عام 1950 من خلال اقتراحه بما يعرف بالحيز الاقتصادي المجرد الذي ميزته ثلاثة أشكال للمشروع: [2]

أ- حيز خطة المشروع: الذي تجسده مجموعة من العلاقات بين الممولين والمستثمرين.

ب- حيز قوى المشروع: يقصد به مجال تأثير المشروع من الناحيتين سواء من ناحية قرار الجذب أو مكانة قوى الطرد.

ت- الحيز المتجانس: نعنى به التكاليف والمسافة أو النقل للمشروع مع مشاريع أخرى مشابهة أو منافسة من حيث الأسعار.

---

[1] محمد جاسم العاني، **التخطيط الإقليمي(المبادئ والأسس)**، المرجع السابق، ص 302.

[2] المرجع السابق، ص 319.

وتقوم نظرية أقطاب النمو على ثلاثة أركان أساسية:

أ- **السياحة القائدة:** في مركز النمو يمكن وصفها كما يشير على ذلك الباحث **كلارسون** على أنها صناعات كبيرة وذات تكنولوجيا متطورة تستطيع توليد دفعات من النمو في محيطها المكاني إضافة إلى أن لها قابلية عالية للتجديد والتطوير بحكم النمو السريع للسياحة نفسها. وتتميز بشكل عالي بخلق إستقطاب شديد على موارد الإقليم الذي يقع فيه مما يجعل إنتاجها مضاعف تكون لها القدرة على إيصال منتوجاتها إلى الأسواق العالمية.

ب- **تأثيرات الاستقطاب:** تظهر تأثيرات الاستقطاب عندما تكون متطلبات إقامة السياحة في موضع معلن لا تكفي، ويرجع أسباب الاستقطاب إلى بروز وفورات التكتل والتي يمكن أن نميزها بثلاث أنواع.

- **الوفرات الحضرية:** تعتبر هذه الوفرات خارجية بالنسبة للسياحة الا انها داخل للإقليم، إذ تؤدي هذه الوفرات إلى تخفيض التكاليف لكل منشاة نتيجة احتواء مراكز النمو على المجمعات السياحية القائدة.

- **الوفرات الموقعية:** وهي وفورات خارجية للمؤسسة ولكنها داخلية للسياحة ككل وهده الوفرات تعمل على تخفيض تكاليف الواحدة الواحدة من منتج السياحي نتيجة لتوسع الصناعة لفائدة موقع معين.

- **الوفرات الداخلية للمؤسسة:** وهي الوفرات التي تعمل على خلق تكاليف الانتاج نتيجة زيادة إجراء إدخال التكنولوجيا والاستفادة من الوفرات الفنية لتخصص في فعاليات وتقسيم العمل وكل ذلك بحفز المؤسسة لتكوين مواقع متقاربة من أجل الاستفادة من الخدمات الفنية والتسهيلات والوفرات الادارية والتسويقية وغيرها.

ت- **تأثيرات الانتشار:** نعني بالانتشار التطور الحاصل في قطاع التنمية في نشر آثاره إلى المناطق المجاورة بعد بلوغ القطب مرحلة من النمو في الأمد الطويل.

المطلب الرابع: نظريات التخطيط الاقتصادية ذات الدعم العمراني (نظريات العتبات):

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم النظرية إضافة إلى ذكر مميزاتها:[1]

أولا- مفهوم نظريات العتبات

إن لمفهوم العتبة: تعاريف كثيرة تبعا لأنواع العلوم المستخدمة فيها الفيزياء، الإحصاء، علم النفس لكن مفهوم العتبة في التخطيط الإقليمي بشكل خاص والاقتصادي بشكل عام يمثله الإستثمار الغير قابل للتجزئة.

بعبارة أخرى إن العتبة هي الحالة التي تصل إليها عملية النمو أو التوسع التي بعدها لا يمكن عبور ذلك المستوى إلا بإضافة تكاليف جديدة. [2]

---

[1] المرجع السابق، ص ص 347 349.

[2] المرجع نفسه، ص 363.

من هنا فإن: آلية هذه النظرية تأتي نتيجة نفاد الاستيعاب في الحيز المكاني المعين جراء الضغط السكاني وحركة المواصلات والاستيعاب العالي لمرافق المدينة.

وربما زيادة الطلب على المستوى النوعي للخدمات مما يتطلب أحد الأمرين:

- إيقاف نمو المدينة؛
- توسع المدينة.

وحيث أن الأمر الأول لا يمكن العمل به لذا يتم اللجوء إلى البديل الثاني عندما يصعد إلى الاستمرار في زيادة الطاقة الاستيعابية للبنى لارتكازه على أساس أن كل متطلب جديد لمرحلة جديدة يشكل عتبة يجب اجتيازها من خلال النوع أو الكم في المتطلب وبشكل مستمر.

والعتبات رغم كونها غير مطلقة إلى أنها بشكل عام تكون حينما تواجه المدى على ثلاثة أنواع هي:

- عتبات فيزيائية تتعلق بطبيعة الأرض؛
- عتبات نقدية للبني الارتكازية؛
- عتبات بنيوية.

وعلى هذا الأساس الأمر يتطلب تكاليف يمكن تقسيمها إلى:

- تكاليف البنى التحتية؛
- تكاليف البنى الفوقية.

ولكن بشكل عام فإن الكلف التي تتطلبها النقدية تركز دائما على البنى التحتية باعتبارها تكاليف ثابتة التقدير بينما النوع الثاني من التكاليف هو متغير.

حتى إذا ما ظهرت تكاليف توسيع للمناطق التي هي إما:

– مناطق لا تنطوي على تكاليف عالية؛
– مناطق تحتاج إلى تكاليف؛
– مناطق تحتاج إلى تكاليف عالية.

فإن هذه التكاليف ستكون محسوبة على أساس حصة الفرد الواحد وباستخدام المبدأ العقلاني للتخطيط فقد وجد أن أفضل حجم للتوسع هو الذي:

– لا ينطوي على التكاليف العالية؛
– لا يتطلب شبكة طرق وبنى تحتية ضخمة تحتل تكاليف كبيرة؛
– توفر اقتصاديات صغيرة.

وعادة في عملية التوسع تواجه المدن قيود تحد من نموها نظر للمساحة الجغرافية او الخدمات العامة المختلفة أو لاستعمالات الأرض بحالة هذه القيود تمس محددات النمو الحضري والذي يتطلب تجاوزها تكاليف استثمار رؤوس المال وبصورة عامة يمكن تقسيم تكاليف الإستثمار الضرورية لتوفير السكن لعدد معين من الناس في مساحة معينة إلى قسمين:

- التكاليف المخصصة لعدد من السكان بغض النظر عن المخصصة لهم أي التكاليف غير المحددة لموقع ما؛

- التكاليف التي يتم صرفها نتيجة صفات المنطقة أي تكاليف متغيرة (لموقع ما) وتركز النظرية على هذا النوع من التكاليف. [1]

المبحث الثالث: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي وعلاقته بالتهيئة العمرانية

إن متابعة تطور التخطيط الاقليمي السياحي ساعد المختصين في وضع تصورات منطقية وواقعية لحل مشكلات التي يواجهها المجتمع.

كما ان متابعة اساليب التخطيط الاقليمي السياحي تعطي الخبرة للعاملين في المجال السياحي على وضع افكار وخبرات لحل المشكلات السياحية.

المطلب الأول: أساليب التخطيط الإقليمي السياحي

تتحدد من خلال نوعين اساسيين هما الاساليب الاحتمالية والاساليب التحديدية:

أولا- الأساليب الاحتمالية

وتشمل أسلوبين:

1- أسلوب الانحدار الخطي:

في عام 1889 نشر الباحث **فرانس جالون** بحثا يتعلق بالتنبؤ ببعض خصائص العضوية للأبناء على أساس الخصائص العضوية لأبائهم، وقد ظل هذا البحث يستخدم كوسيلة للتنبؤ بقيم مستقبلة من خلال معلومات مسبقة حتى يومنا هذا. [2]

فإن كانت العلاقة بين متغير وآخر يؤثر فيه سمي الانحدار الخطي انحدارا خطيا بسيطا وإذا كانت هذه العلاقة بين متغير تؤثر فيه مجموعة متغيرات سمي الانحدار متعددا ويمكن تعريف الانحدار الخطي البسيط على أنه دراسة للتوزيع المشترك لمتغيرين أحدهما مثبت عند المستويات معينة ويسمى عادة متغيرا مستقلا

---

[1] المرجع السابق، ص 365.

[2] المرجع نفسه، ص 379.

والأخر غير مستقل وبأخذ قيم مختلفة عند كل مستوى من مستويات المتغير المستقل ويسمى بالمتغير التابع أو المتغير المعتمد.

وكان الهدف من استخدام نموذج الانحدار دراسة العلاقة بين المتغير المستقل التخطيط الاقليمي والمتغير التابع السياحة وتحديد العلاقة بينهما.

2- أسلوب الجاذبية والتفاعل المكاني

فيما يلي نستعرض مكونات هدا الاسلوب:

أ- مفهوم الأسلوب:

لخص مفهوم الجاذبية عند ستيوارت على انه حجم التفاعل بين أي منطقتين يعتمد بشكل مباشر على حجم تلك المناطق في الجدب السياحي وبشكل عكسي مع المسافة بينهما والذي اتخذ مع حجوم السكان مقياسا للتعبير عن أحجام المناطق المراد قياس كمية التفاعل بينهما سياحيا.[1]

ولقد اعتمد في تحديد التفاعل بين تلك المناطق على المفهوم الاحتمالي لذلك نجد في أماكن مختلفة هذه التسميات على أسلوب الجاذبية السياحية، واستخدم في بادئ الأمر دليل للرحلات كمقياس لهذا التفاعل.

فإذا ما تم تمثيل عدد الرحلات المتولدة في إقليم حضري يضم ثلاثة قطاعات بالمجموع الناتجة من مجموعة الرحلات بين قطاعات ذلك الإقليم، فإن احتمال تولد الرحلات بين هذه القطاعات

ب- مميزات استخدام نموذج الجاذبية والتفاعل المكاني:

من بين النتائج نجد ما يلي: [2]

- دراسة العوامل التي تحكم الأنماط التي يمكن أن يحتدي بها في تحديد مواقع الفعاليات في منطقة محددة.
- بحث ما تغنيه هذه الأنماط لا بخصوص المواقع وما تعني تدفعات الناس والسلع بدلالة تأثيرها على الناحية البيئية والاقتصادية للمنطقة.
- بشكل عام تهتم نماذج الجاذبية في دراسة عناصر التفاعل المكاني استنادا إلى أوجه الشبه بين العلاقات المكانية للأنظمة الحضرية بغية إعطاء بعض التحليلات التي بموجبها يمكن أن يستجيب المستهلك المقيم للتغيرات التي تطرأ في التسهيلات المتوفرة سياحيا.
- تقوم نماذج الجادبية بتقديم بعض التحليلات للتدفعات بين أجزاء مختلفة من المنطقة قيد التدريس والكيفية التي تستجيب بموجبها المقيم للتغيرات التي يمكن أن تطرأ على التسهيلات المتوفرة.

---

[1] المرجع السابق، ص 405.

[2] المرجع نفسه، ص 249.

ت-عيوب استخدام نماذج الجاذبية والتفاعل المكاني: من بين عيوب استخدام هذه النماذج ما يلي:

أ- عدم قدرة نماذج الجاذبية على إعطاء تفسير أو تحليل للفوائد التي تجعل من منطقة ما أكثر جاذبية للسياح من سواها.

ب- المتغيرات التي جاءت بها النماذج الجاذبية لا تعتمد على أساس نظري متبين يوضح سلوك الأفراد والمؤسسات بشأن المتغيرات المتوقعة .

ثانيا- الأساليب التحديدية

وتشتمل على أسلوبين:

1- أسلوب البرمجة الخطية: البرمجة الخطية كأسلوب رياضي تستخدم لتوزيع مجموعة من الموارد والإمكانيات المحدودة على عدد من الحاجيات التنافسية عليها ضمن مجموعة من القيود والعوامل الثابتة،[1] إذ أنها أداة تستخدم لتوزيع الموارد المتاحة على الاستخدامات المتعددة بأمثل صورة وبشكل عام فإن الوصول الى الهدف وتحقيقه بأكثر من طريقة هذا الامر اساسي في كل المشاكل على اختلاف انواعها وتسمى بالحلول الممكنة لعدم الاكتفاء بحل واحد.

أ- خطوات تطبيق البرمجة الخطية: تخضع لنفس خطوات البحث العلمي:

- **تحديد المشكلة:** تضم المشكلة عادة عندما يكون هدف معين يراد تحديده لذلك يجب تحديد أبعاد المشكلة ودراسة كل العوامل والظروف وهذا ينطوي على امرين

- وجوب تحديد العوامل والمتغيرات التي تؤثر في تحديد الهدف المطلوب؛
- تحديد جميع الحلول البديلة لتحقيق الهدف من خلال دراسة طبيعة العمليات التي تقع المشكلة في نظامها.[2]

- **جمع المعلومات والبيانات:** ويجب جمع المعلومات والبيانات اللازمة لوصف المشكلة بعد تحديدها والتي تتعلق بكافة أبعاد والعوامل والظروف المحيطة بالمشكلة وتحليلها ووصف طريقة حلها وهذا يتم عن طريق الزيارات والدراسات الميدانية وإجراء القياسات والأبحاث المختلفة.

- **بناء وتكوين النموذج الملائم:** بعد بناء النموذج بين المسائل البرمجية الخطية الحجر الأساسي نحو استخدام وحل المشاكل التي من أجلها يستخدم هذا الأسلوب فالنموذج يعطي النظرة المتكاملة للمشكلة وما يحيط بها من حقائق ووقائع لا يمكن الوصول إليها إلا إذا كانت عملية بناء النموذج الرياضي قد تمت بطريقة سليمة.

---

[1] محمد جاسم محمد شعبان العاني، **التخطيط الإقليمي**، مرجع سابق، ص 420.

[2] المرجع السابق، ص 420.

- **تقييم النموذج:** هي الخطوة التالية لبناء النموذج إذ يجب التأكد من سلامة بناء النموذج من خلال النظر إلى النموذج والعوامل الأساسية العامة المؤثرة على المشكلة وبشكل منطقي في بناء النموذج فإذا تبين حسن الاختيار وموضوعية العوامل المؤثرة يباشر بحل النموذج بأحد الطرق للحل الأمثل في استخدام البرمجة الخطية في التخطيط الإقليمي.

2- أسلوب المستخدم المنتج

يشكل أسلوب المستخدم المنتج أحد أساليب الاقتصاد التطبيقي ويقوم على أساس التحليل الكمي، الارتباطات الإنتاجية القائمة بين الوحدات أو الفعاليات الاقتصادية معتمدا على حقيقة مبسطة هي في كل وحدة خدمية لا تستطيع أن تمارس عملها الإنتاجي إلا عن طريق التعاقد المتبادل بينهما وبين وحدات اخرى ذات علاقة بطبيعية فعالية الوحدة المذكورة

3-كيفية تكوين نموذج المستخدم المنتج:

الخطوة الأولى: تقسيم الجهاز الإنتاجي لاقتصادي القومي إلى عدد من القطاعات الخدمية والفروع.

الخطوة الثانية: ملئ مربعات جدول المستخدم المنتج بكميات المنتجة من القطاع المنتج.

المطلب الثاني: علاقة التهيئة العمرانية بالقطاع السياحي

تتميز المناطق العمرانية بتنوع المتغيرات السياحية بها، وتعدد النواحي الترفيهية سواء بالليل أو بالنهار كما ان توفر طرق ووسائل النقل وجوانب الخدمات والبيع الأساسية بصورة قد لا يتسنى توفيرها في غيرها من المناطق.

أولا- التهيئة العمرانية كمورد سياحي

التهيئة العمرانية هي كل الوسائل التقنية والقانونية التي تعدها الهيئات المسؤولة لمراقبة نمو الانسجة العمرانية ولتنسيق الروابط الوظيفية داخل وخارج المدينة، وقد ادى التعدد الوظيفي داخل المجال الى نشؤ عدة فروع للتهيئة العمرانية وتعتبر التهيئة السياحية احد فروعها الجديدة التي ظهرت بظهور اقاليم سياحية مستقطبة للسواح والتي تهدف اساسا الى تهيئة وتنظيم المناطق السياحية، ونظرا للأهمية الاستراتيجية التي يمكن ان يلعبها المجال السياحي في تنمية مداخيل الدول، اصبحت السياحة من اولويات سياسة التهيئة العمرانية التي وجهت اساسا نحو تنويع مصادر الانتاج السياحي عن طريق تهيئة واعادة الاعتبار لكل النطاقات السياحية [1]

[1] رزاز عبد الصمد، **يوم دراسي حول التهيئة السياحية واثرها على التنمية المحلية**، الجزء الاول، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، دار الثقافة محمد بوالضياف، 21 ديسمبر، الجزائر، 2009، ص 11.

وتمثل عملية التهيئة العمرانية واحدة من أهم الموارد السياحية وهي ظاهرة مختلفة ليست على مستوى مناطق العالم بل نجدها مختلفة في الدولة الواحدة، يختلف العمران حسب نوع الحرف وتباين الأقاليم كما يختلف ايضا بتأثير الزمن والمأوى الذي هو أحد المطالب الأساسية للإنسان يختلف في شكله وبيانه وتصميمه وزخرفته بتباين الجماعات، وهو انعكاس للنظم الحضاري السائد والذي كان موجودا قبلا، ويرتبط عدد السياح وتزايدهم بطبيعة المناطق العمرانية، ولكل من الريف والحضر عملاءه، كما أن نواحي الإبداع الفني البارزة على المدن القديمة وفي المدن التاريخية لها جاذبيتها السياحية، واصبحت الكثير من أنواع المدن علامات سياحية حيث تتركز وظيفتها الأساسية في خدمة السياح. [1]

ثانيا- التنمية السياحية والتهيئة العمرانية

تمثل السياحة مجالا هاما من مجالات التنمية، ونشاطا بارزا من الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بها الكثير من الدول السياحية لما لها من أثار ومزايا اقتصادية ملموسة ومباشرة لذلك فان أي تهيئة للتنمية السياحية العمرانية يجب أن تهدف إلى وضع برنامج من اجل استخدام الأمثل للمورد السياحي، ثم تطويره لتكوين مراكز سياحية ممتازة تجذب الناظرين إليها سواء كانت مباشرة أو عن طريق الإعلان السياحي.

من هنا لابد أن تتوافق التنمية السياحية مع التهيئة العمرانية الشاملة لأن خطة التنمية السياحية تعتمد على بنية المرافق الأساسية وتوفرها قبل البدء في تأهيل أي منطقة أو إعدادها إعدادا سياحيا كامل حيث تتألف المرافق السياحية العمرانية الأساسية من شبكات الطرق والكهرباء والهاتف وغيرها من المرافق الأخرى الضرورية لأي منطقة سياحية كما أن التنمية السياحية يجب أن لا تغير طبيعة المكان أو المركز السياحي لأن الشكل الجمالي والطابع الغني له أهميته من الناحية السياحية.[2]

ثالثا- تأثير السياحة على التهيئة العمرانية الإقليمية

يمكن أن نخلص إلى مجموعة من الخصائص التي توضح التقاء النشاط السياحي بالتهيئة العمرانية الإقليمية:[3]

أ- السياحة تعنى بالمكان اصطلاحا لأنها تهتم بمواقع المناطق السياحية المختارة، أي أنها تهتم بعلاقات التفاعل المكاني بين الطلب السياحي ورغبات السياح؛

ب- ارتباط النشاط السياحي باستخدامات الأرض المعبر عنها باستخدام المناطق الطبيعية لإقامة المتنزهات السياحية من جهة والتسهيلات الطبيعية والبشرية التي يمكن أن يقدمها المكان لصناعة السياحة؛

---

[1] المرجع السابق، ص11.

[2] المرجع نفسه، ص13.

[3] محمد جاسم العاني، **التخطيط الاقليمي المبادئ الاسس النظريات**، المرجع السابق، ص 211.

ت- للسياحة القدرة على خلق أنظمة سياحية اقتصادية ذات طابع عمراني تعمل على تفسير التركيب الإقليمي للمناطق التي تشكل أماكن الجدب السياحي من خلال اشاعة أنواع من الأنشطة التي تشكل بدورها تسهيلات سياحية؛

ث- تستطيع السياحة أن تخلق أنماط من الحركة في الأقاليم السياحية تنافس الحركة الناجمة عن مختلف الأغراض بين اجزاء تلك الأقاليم (الحضرية والريفية) بل وتنافسها في الطلب على وسائل النقل وتضيف لها أنماطا وتوزيعات من الرحلات المختلفة للوصول إلى مجمل معالم الأقاليم السياحية؛

ج- للسياحة تأثيرات اقتصادية على اماكن النشاط العمراني من خلال قدرتها على تكوين مردودات اقتصادية في تلك الأماكن وتصل قدرتها إلى جذب رؤوس الأموال اقتصادية من أجل استثمارها في تطوير هذا القطاع.

هكذا نجد أن للسياحة مضامين مكانية أساسية تجيز لنا وصف السياحة كنشاط عمراني إقليمي لأن هذا العلم يهتم بشكل أساسي بالامتداد المكاني للعلاقات والظواهر الناتجة عن السفر وقت الفراغ لذلك برزت أنماط مكانية تخطيطية لدراسة المكونات السياحية.

- الأنماط المكانية للعرض السياحي؛
- الأنماط المكانية للطلب السياحي؛
- الأنماط الأثرية المكانية الناجمة من النشاط السياحي.

خلاصة الفصل

لقد انعكست ثقافة الإنسان وعلومه الحديثة وتعدد حاجاته ومطالبه على تخطيط المستوطنات البشرية من خلال توظيف لأفكاره في استغلال الموارد الطبيعية والمقومات السياحية، حيث تطورت الأساليب المستخدمة في مجال التخطيط الحضري، والتخطيط السياحي الذي يحقق العدالة الاجتماعية، مع الحفاظ على المناطق الأثرية في الأقاليم أو المدن والجمع بين عناصر الكفاءة والجمال والإبداع الذي يحقق التوازن بين جمال المدينة وكفاءة التخطيط على مختلف مستويات المدينة.

إن وضع تصور عام للتخطيط الإقليمي يتطلب تحديد أهم مناطق التوسع في المجال الحضري والمجال السياحي لنهضة عمرانية شاملة وللنهوض بقطاع السياحة من أجل تحقيق تنمية عمرانية واقتصادية وسياحية واجتماعية بكل المناطق، حيث أن هده العوامل مرتبطة بالتوسع في المجال السياحي بصفة عامة ولها صلة بمختلف الجوانب، الا أن العوامل الأساسية تتصل بالمخططات العمرانية من خلال عمليات التخطيط والسياسات الهيكلية في إطار أدوات التهيئة والتعمير، باعتبارها عوامل شاسعة في تطوير السياحة وتوسعها خاصة في البلدان الناشئة، حيث تهدف عمليات التخطيط الإقليمي السياحي إلى دراسة خصائص الإقليم وما يحتويه على مقومات سياحية وثقافية وتاريخية والتعرف على خصائصها الجغرافية لإبراز شخصيتها من خلال موقفها وموضوعها وإقليمها إلى التقديرات المستقبلية لها في ظل المخططات المقترحة.

الفصل الثالث

ادوات التهيئة العمرانية في الجزائر وعلاقتها بالقطاع السياحي

المبحث الأول: واقع القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الوطني.

المبحث الثالث: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي المحلي.

تمهيد

تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية هائلة يفترض أن تمكنها أن تكون بلدا سياحيا بامتياز، فالمقومات الطبيعية من جبال وبحار وصحراء وغابات، والمقومات الثقافية والتاريخية يجعلها قبلة سياحية للعديد للسياح من مختلف أنحاء العالم.

غير أن المؤشرات السياحية المختصة لقياس مدى فعالية القطاع السياحي خاصة ما تعلق بعدد السياح، والإيرادات السياحية وعدد السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر وكذلك الميزان السياحي، كلها معطيات تبين الخلل الموجود بين الإمكانيات والمؤشرات.

لمعالجة هذا التباين بين الإمكانيات والواقع وضعت الدولة الجزائرية مخططات التهيئة العمرانية وعلى رأسها المخطط الوطني للتهيئة السياحية يهدف إلى وضع الميكانيزمات اللازمة للنهوض بالقطاع السياحي.

وعليه سنعالج في هذا الفصل العناصر التالية:

المبحث الاول: واقع القطاع السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الوطني.

المبحث الثالث: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي المحلي.

المبحث الأول: واقع القطاع السياحي في الجزائر

تتوفر الجزائر على طاقات سياحية يفترض أن تجعل منها منافسا قويا لأغلب الوجهات السياحية في العالم فهي تزخر بإمكانيات سياحية يفترض أن تمكنها من أن تكون بلد سياحيا بامتياز لتشكل مقاصد جذابة في الساحل، والوسط والجنوب الكبير.

المطلب الأول: المقومات والإمكانيات السياحية للجزائر

تجتمع الجغرافيا والتاريخ في الجزائر لتعطي المنطقة أصول سياحية هائلة، يمكن لهذه الموارد ان هي استغلت بالعقلانية والرشاد اللازمين أن ترقى بالبلاد.

أولا- المقومات الطبيعية

تتوفر الجزائر على الإمكانيات والمقومات الطبيعية التي تساعد على تطوير النشاط السياحي، فهي تحوز على:

1- الشريط الساحلي: وينطلق من وادي كنيس ببلدية مرسي بن مهيدي بولاية تلمسان في الحدود الجزائرية المغربية إلى وادي سواني السبع بولاية الطارف على الحدود الجزائرية التونسية ويبلغ طول الشريط الساحلي الجزائري أكثر من 1622 كلم وليس 1200كلم كما هو شائع [1].

2- الحضائر الوطنية والمساحات الخضراء: إن تصنيف الحضائر الوطنية وحمايتها يتم بموجب قرارات حكومية [2]، وذلك قصد حماية المناظر الطبيعية والغابات والنباتات والحيوانات التي لا توجد الا في الجزائر والهدف من هذه الحضائر هو:

- الحفاظ على الحيوانات والنباتات والغابات وما في باطن الأرض والغلاف الجوي والمياه؛
- الحفاظ على أن تنوع نادر خارج عن المألوف كالمواقع التاريخية والتراث الحضاري القديم؛
- تنمية البنية التحتية المجاورة للحضائر الوطنية بالتعاون مع السلطات المعنية.

وقد أحصت الجزائر 10 حظائر وطنية إبتداءا من 1983 بمساحة بلغت 58 مليون هكتار وهو ما يعادل 23,8% من مساحة الجزائر وتتمثل هذه الحظائر في: [3]

- الحظيرة الوطنية للقالة (الطارف)؛
- الحظيرة الوطنية بجرجرة (تيزي وزو- البويرة)؛

---

[1] الموقع الرسمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة، **www. Mate. gove. Dz** ، تاريخ التصفح 2017/03/14.

[2] القرار رقم 459/ 83/ الصادر بتاريخ 1983/05/23، **المتعلق بحماية الموارد والنظم الإيكولوجية الطبيعية في الجزائر**.

[3] Algerie, Les Parcs Nationaux, Sur Le Site web : **www. algerie – monde. com, consulté le** : 15/03/2017 .

- الحظيرة الوطنية لثنية الحد (تسمسيلت)؛
- الحظيرة الوطنية للشريعة (البليدة – المدية)؛
- الحظيرة الوطنية تازا (جيجل)؛
- الحظيرة الوطنية غوراية (بجاية)؛
- الحظيرة الوطنية تلمسان (تلمسان)؛
- الحظيرة الوطنية الهقار (تمنراست)؛
- الحظيرة الوطنية الطاسيلي (إليزي)؛

ثانيا– المقومات التاريخية والثقافية

من المقومات التاريخية والثقافية في الجزائر نجد:

1– المواقع الأثرية: من أهم المعالم الأثرية المصنفة من منظمة اليونيسكو نجد: [1]

– **تيمقاد:** وهي منطقة أثرية تقع بولاية باتنة تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور (ترجان) عام 100 م على طريق روماني يصل بين مدينتي "لاماز" وتبسة؛

– **جميلة:** وتقع بولاية سطيف وتشبه في تصميمها مدينة تيمقاد الأثرية؛

– **قلعة بني حماد:** وهي موقع أثري يتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وآثار إسلامية وآثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين وتقع بولاية بجاية؛

– **الطاسلي:** ويعتبر من أهم المواقع العالمية من حيث طبيعة الجيولوجية ويعود إلى 6000 سنة قبل الميلاد وتتجلى عظمته في الثرات الحضاري وبقايا الحيوانات والنباتات التي يحتويها؛

– **قصر ميزاب:** ويقع بولاية غرداية تم بناءه في القرن العاشر ميلادي تحيط به خمس قصور ذات طابع صحراوي مبنية بشكل هندسي بسيط ومتناسق مع بيئة المنطقة؛

– **تيبازة:** مدينة سياحية تشمل على آثار رومانية قديمة خاصة منطقة شرشال؛

– **القصبة:** وهي مدينة قديمة شيدها العثمانيون تقع بالجزائر العاصمة أنجزت في ق 16 وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين مند القرن الرابع قبل الميلاد.

2– المتاحف: ومن المقومات الحضارية والثقافية للجزائر نجد أيضا المتاحف وأهمها: [2]

– **المتحف الوطني سيرتا:** يوجد بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر؛

---

[1] L'office National du Tourisme, **Site Algérienne Classes au Patrinoine Mondial**, de l'unesc, www. ont.dz.

[2] مروان صحاري، **التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2012، ص 112.

- **متحف باردو الوطني:** يوجد بالجزائر العاصمة يعرض به ثرات عن أصل الشعوب في الجزائر؛
- **المتحف الوطني زبانة:** يقع بمدينة وهران يشمل ثرات ترجع إلى ماقبل التاريخ عن علوم الطبيعة؛
- **المتحف الوطني للمجاهد:** ومقره الجزائر العاصمة تعرض فيه آثار الثورة التحريرية؛
- **المتحف الوطني للفنون الجميلة:** الكائن بالحامة الجزائر العاصمة مقرا له، وتعرض فيه معروضات عن أنواع الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.
- **متحف تيمقاد:** ويوجد بمدينة تيمقاد الأثرية ويضم قطعا من الفسيفساء وآثار قديمة وأسلحة قديمة.

3- الحمامات المعدنية: تتوفر الجزائر على ثروة حموية ومن أهما نجد:

- حمام بوغرارة بولاية تلمسان؛
- حمام بوحجر بعين تموشنت؛
- حمام زيغة بعين الدفلى؛
- حمام صالحين ببسكرة؛
- حمام المسخوطين بقالمة.

4- الصحراء الجزائرية: أغلب مساحة الجزائر عبارة عن صحراء (حوالي 02 مليون كلم^2) أي أربعة أخماس من مساحة الجزائر، وتعتبر الصحراء الجزائرية من أكبر الصحاري في العالم، تتميز برمالها المتناهية، وجبالها الغرانيتية، وواحاتها الخلابة، وغابات النخيل وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية. [1]

المطلب الثاني: مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر

تتمثل أهم المؤشرات في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، الدول المصدرة للسياح إلى الجزائر، تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر والميزان السياحي الجزائري (الإيرادات السياحية، النفقات السياحية).

أولا- تطور تدفق السياح إلى الجزائر

ينقسم تدفق السياح نحو الجزائر إلى صنفين، هم السياح الجزائريون المقيمون بالخارج والسياح الأجانب.

والجدول التالي يوضح تطور تدفق السياح إلى الجزائر من سنة 2003 إلى 2014.

(1) Algérie, les Parcs Nationaux sur le sit web : **www Algérie – monde . com**, consulté le: 20/03/2017.

الجدول رقم (01):توزيع توافد السياح الجزائريين والاجانب بين سنوات (2003-2014)

السنوات	السياح الأجانب		السياح الجزائريون المقيمون في الخارج		إجمال السياح	
	العدد	نسبة النمو السنوي	العدد	نسبة النمو السنوي	العدد	نسبة النمو السنوي
2003	304914	21,41%	861373	19,89%	1166287	18,04%
2004	368552	20,87%	865157	0,44%	1233719	5,78%
2005	441206	19,71%	1001884	15,80%	1443090	19,79%
2006	478358	8,42%	1159224	15,70%	1637582	13,48%
2007	511188	6,86%	1231896	6,27%	1743084	6,44%
2008	556691	8,90%	1215052	-1,37%	1771749	1,46%
2009	655810	17,8%	1255696	3,35%	1911506	7,89%
2010	659810	-0,13%	1415509	12,73%	2070496	8,32%
2011	981955	49,9%	1493245	5,49%	2475200	19,5%
2012	901642	-8,17%	1852101	24,03%	2634056	6,4%
2013	964000	6,9%	1768000	- 4,5%	2732000	3,7%
2014	940125	- 2,8%	1832855	3.7%	2772980	1,7%
متوسط نسبة النمو السنوي	- -	12.4%	- -	8.46%	- -	9.37%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يوضح الجدول أن العدد الإجمالي للسياح الوافدين إلى الجزائر في تزايد مستمر حيث تضاعف هذا العدد سنة 2014 مقارنة بسنة الأساس 2003، وسجل سنة 2014 أعلى قيمة للسياح الوافدين إلى الجزائر حيث تجاوزت 2,7 مليون سائح، وقد سجلت سنة 2008 أدنى نسبة نمو تقدر بـ 1,46%، وهي السنة التي شهدت تراجعا في نسبة توافد السياح الجزائريين المقيمين بالخارج وهذا بنسبة 1,37%، يرجع ذلك إلى بداية الأزمة المالية التي كان لها تأثير في عدد السياح سنة 2009.

أما بالنسبة لهيكل السياح الوافدين نلاحظ أن النسبة الكبيرة في عدد السياح هم جزائريون مقيمون في الخارج حيث بلغت 59,14% سنة 2014 وهذا ما يعني عدم قدرة السوق السياحي الجزائري على استقطاب السياح الأجانب بالشكل الكافي.

وعلى الرغم من الارتفاع المستمر في عدد السياح الوافدين والذي بلغ سنة 2014 رقم 2.7 مليون سائح إلى أن هذا الرقم لازال متواضعا جدا مقارنة بعدد السياح الوافدين لكل من تونس والمغرب.

ثانيا- الدول المصدرة للسياح نحو الجزائر

أما فيما يخص توزيع السياح الأجانب لسنة 2011 حسب الدول الموفدة لهم فهو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (02): الدول المصدرة للسياح نحو الجزائر لسنة 2011

الدولة	عدد السياح	النسبة المئوية	نسبة التطور مقارنة لسنة 2010
تونس	295228	30,06%	20,39%
فرنسا	112241	11,4%	- 19,9%
إسبانيا	28051	2,86%	9,43%
ليبيا	20057	2,04%	3,85%
الصين	20153	2,05%	14,96%
المغرب	16235	1,65%	- 5,14%
إيطاليا	19127	1,9%	13,27%
سوريا	10457	1,06%	0,96%
تركيا	9653	0,98%	- 1,51%
ألمانيا	9492	1%	2,68%
بريطانيا	7992	0,8%	0,61%
دول أخرى	433269	44,12%	-
المجموع	**981955**	**100**	**39**

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يوضح الجدول أن تونس تحتل الصدارة فيما يخص السياح الوافدين إلى الجزائر بنسبة 30,06% من إجمالي السياح سنة 2011، ويعود ذلك إلى سهولة تنقل السياح نحو الجزائر بسبب القرب الجغرافي والإجراءات السهلة على الحدود (لا تتطلب وجود فيزا)، إضافة إلى أن الجانب من هذه التنقلات على الحدود تكون لأهداف تجارية، إلا أن شرطة الحدود تقيدهم على انهم سياح، وتحتل فرنسا المرتبة الثانية من حيث عدد السياح الوافدين منها نحو الجزائر بنسبة 11,4% وذلك نتيجة أن فرنسا المستثمر الاقتصادي الأول في الجزائر وأن أغلب المشاريع الاستثمارية ترافقها تنقلات وتدفقات بشرية معتبرة نحو الجزائر، فهما يستحوذان على ما نسبته 41,46% من إجمالي السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، مما يعني عدم التنوع من حيث الدول الموفدة للسياح الأجانب، كما نلاحظ أن الدول العربية شهدت تطور في عدد السياح الوافدين منها (تونس، ليبيا، سوريا)، إضافة إلى إسبانيا التي تحتل المرتبة الثالثة من حيث عدد السياح الوافدين منها، اما الدول الغربية فشهدت تراجع في عدد السياح الوافدين اليها (تركيا، فرنسا)، على غرار ألمانيا وإيطاليا

والصين فشهد زيادة في عدد السياح، ومقارنة بسنة 2010 فإن عدد السياح الأجانب عرف نموا بنسبة 39%.

ثالثا- تطور الليالي السياحية بالجزائر من سنة 2005 الى سنة 2014

تطور عدد السياح في الجزائر بشكل ملحوظ خاصة في السنوات الاخيرة ذلك، راجع لاستقرار لأمني الذي شهدته البلاد، وكذا لاهتمام بالمجال السياحي ماساهم في تطور عدد الوافدين، والجدول التالي يوضح تطور عدد الليالي السياحية من سنة 2005 الى سنة 2014

الجدول رقم (03): تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر بين سنوات (2005 – 2014)

السنوات	الليالي السياحية للمقيمين		الليالي السياحية لغير المقيمين		اجمالي الليالي السياحية
	العدد	النسبة المئوية%	العدد	النسبة المئوية%	
2005	4222305	%89.73	483332	%10.27	4705637
2006	4376625	%89.22	528591	%10.78	4905216
2007	4546085	%88.79	573855	%11.21	5119940
2008	4750796	%88.86	595747	%11.14	5346543
2009	4971372	%88.05	674456	%11.95	5645828
2010	5185231	%87.30	754103	%12.69	5939334
2011	5484105	%86.64	845367	%13.35	6329472
2012	5703550	%85.89	936631	%14.10	6640181
2013	5926968	%85.63	994266	%14.36	6921234
2014	6215932	%88.22	837812	11.87	7053744

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

نلاحظ من الجدول (03) بأن هناك تطور على مستوى اجمالي الليالي السياحية في الفنادق خلال الفترة 2005 الى2014، لكن التطور بطيء نوعا ما، وهذا يدل على ضعف نوعية الخدمات السياحية بالجزائر والتي لا ترقى للمعايير الدولية، وهو الأمر الذي أثر سلبا على تدفق السياح نحو الجزائر حيث كان إجمالي الياالي السياحية لسنة 2005 حوالي 4.7 مليون ليلة سياحية وسنة 2010 مايقدر ب 5.9 مليون ليلة سياحية واستمرت بالنمو الى سنة 2014 حيث قدرت بحوالي 7 ملايين ليلة سياحية.

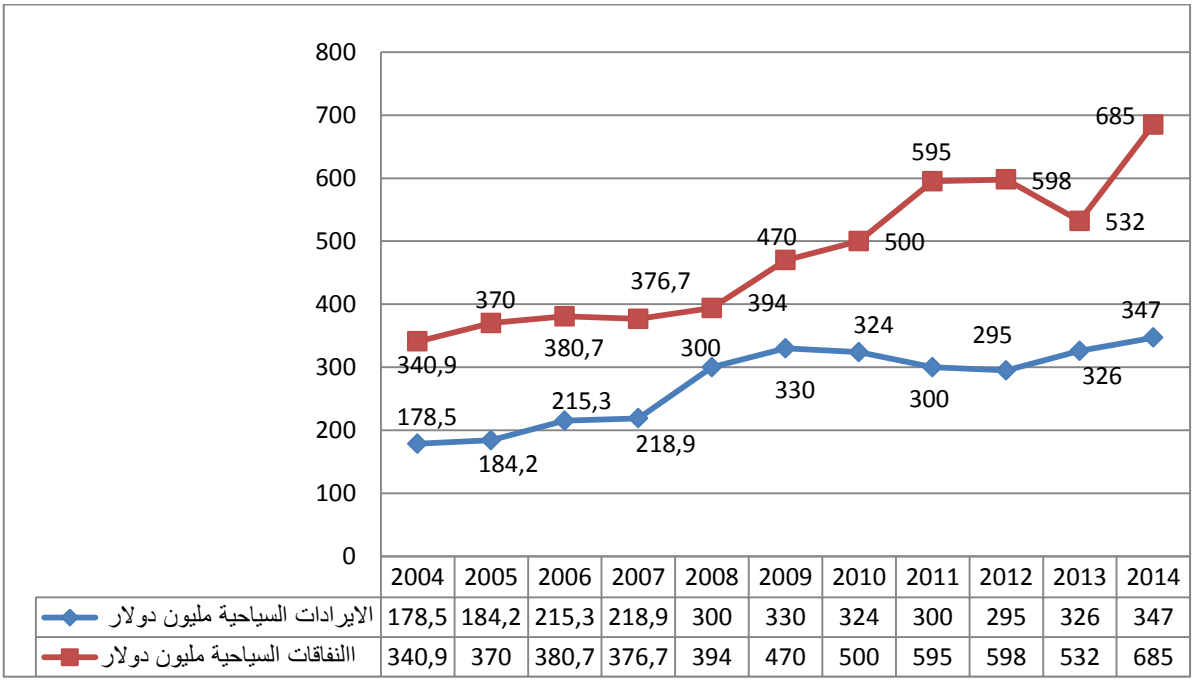
ونلاحظ ايضا من الجدول أن الأغلبية الساحقة لليالي السياحية هي للمقيمين بنسب قاربت 90% من اجمالي الليالي السياحية وهو ما يوضح ضعف القطاع السياحي وعجزه عن جذب السياح الاجانب، حتى في ظل الأزمات السياسية والأمنية لدول الجوار خاصة ليبيا وتونس، فلم تستغل الجزائر الوضع حيث نستنتج من هدا الضعف الكبير لتنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بالمغرب.

رابعا- الميزان السياحي الجزائري

تعتبر الإيرادات السياحية من الأهداف الأساسية للنشاط السياحي في أي دولة وتعكس الإيرادات السياحية عدد السياح، فالاستثمارات السياحية تهدف أساسا إلى تحقيق الربح الذي يكون عبارة عن إيرادات سياحية وبالرجوع إلى الجزائر نجد أن الإيرادات السياحية قليلة جدا ولا تعكس حقيقة المقومات السياحية للجزائر، بل تعكس بصورة واضحة العدد القليل من السياح المتجهين نحو الجزائر. [1]

ويوضح الشكل التالي تطور الإيرادات والنفقات السياحية بالسوق السياحي الجزائري

الشكل رقم(05): تطور الايرادات والنفقات السياحية بالسوق الجزائري بين سنوات (2004-2014)



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الايرادات السياحية مليون دولار	178,5	184,2	215,3	218,9	300	330	324	300	295	326	347
االنفاقات السياحية مليون دولار	340,9	370	380,7	376,7	394	470	500	595	598	532	685

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الملحق رقم (04).

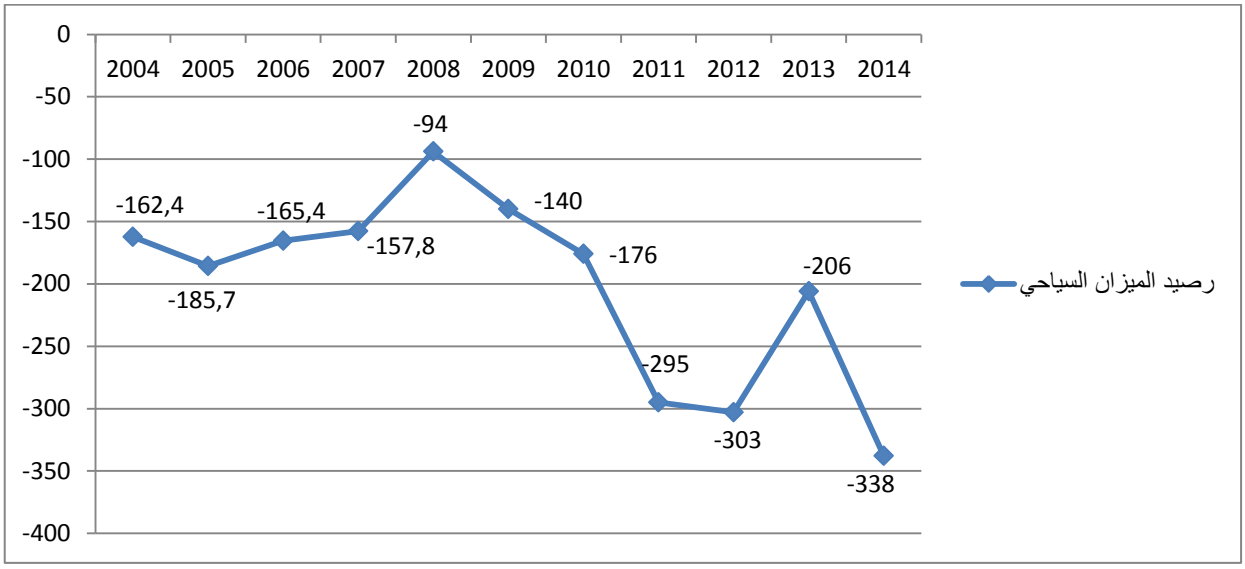
من خلال الشكل السابق نلاحظ أن الإيرادات السياحية في ارتفاع مستمر حيث بلغ معدل نموها السنوي مابين سنوات 2004 و 2014 بقيمة 23,26% وهذا راجع إلى الاهتمام بقطاع السياحة وتحسين

[1] عبد الحفيظ مسكين، **استراتيجية تسويق المنتج السياحي الجزائري خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية**، مذكرة دكتورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016 ص 174.

الظروف الأمنية والذي أدى بدوره إلى زيادة في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، الأمر الذي زاد من الإيرادات السياحية إلا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بالإيرادات السياحية للدول المجاورة (تونس المغرب).

أما فيما يخص النفقات السياحية فعرفت تذبذبا في قيمتها السنوية بين ارتفاع وانخفاض حيث بلغ متوسط معدل نموها السنوي ما بين سنوات 2004 و 2014 نسبة 10%، إلا أن الميزان السياحي لم يكن في يوم من الأيام موجب حيث يسجل عجزا سنويا مستمرا وهذا راجع للارتفاع النفقات السياحية من حيث قيمتها، فالتغير السنوي في هذه القيمة نحو الزيادة يشكل عبئا على الميزان السياحي والسبب في ذلك أن نفقات السياح الجزائريين في الخارج أكبر دائما مما تستقبله الجزائر من إيرادات سياحية وهو ما يعكس العجز السنوي لهذا الميزان والموضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (06): تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري بين سنوات(2004- 2014)(الوحدة مليون دولار)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الملحق رقم (04).

المطلب الثالث: مشاكل وتحديات القطاع السياحي في الجزائر

إن المؤشرات السياحية الضعيفة تشير أن القطاع السياحي في الجزائر يعاني من مجموعة نقاط ضعف، تشكل في مجملها المعوقات والنقائص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع وجذب السائح الأجنبي ويرجع ذلك إلى مجموعة من الأسباب يمكن تلخصيها فيما يلي:

1- مشكل العقار السياحي: يتطلب النشاط في المجال السياحي توفر العقار السياحي وبمساحات كبيرة تمكن المستثمرين من إنجاز مشاريعهم بأريحية كبيرة، كما يجب أن تكون هذه العقارات محل ملكية المستثمر

من اجل خلق جو من الاطمئنان ومحاربة التلاعبات وعمليات المضاربة التي تستغل الثغرات القانونية المتعلقة بالعقار للاستيلاء على الأرض. [1]

2- ضعف جودة المنتج السياحي الجزائري: ويتجلى ذلك من خلال العناصر التالية:[2]

- غياب النظافة والصيانة في الفضاءات العمومية؛
- إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة؛
- عجز في طاقات الاستقبال؛
- ضعف نوعية النقل.

3- صعوبة تمويل الاستثمارات السياحية: تشير بعض الإحصائيات الواردة في تقرير المجلس الوطني للسياحة أن الاستثمار السياحي، لاسيما ما تعلق بالقطاع الفندقي يتميز بالخصائص التالية: [3]

- يستلزم رؤوس أموال كبيرة وتمويلات طويلة المدى؛
- يتطلب آجال طويلة نسبيا تتراوح عادة بين 3 سنوات وخمس سنوات؛
- تبدأ مردوديته المالية على المدى المتوسط بعد فترة تتراوح بين سنتين وثلاث سنوات حسب طبيعة كل مشروع وحجم الاستثمار.

4- تدني مستويات الأمن وعدم الاستقرار التام: ظاهرة اختطاف السياح. [4]

هناك مجموعة من المشاكل التي تواجهها الصناعات التقليدية بصفة خاصة ندكر منها مايلي: [5]

- نقص التأهيل للحرفيين ونوعية المنتوجات لعدم ملائمة جهاز التكوين للأنشطة الصناعات التقليدية؛
- نقص في التحفيز سواء ماليا أو جبائيا والحصول على محلات؛
- عدم إدماج القطاع في منظومة التخطيط الوطني؛
- غياب تنظيم وتأطير نشاطات الصناعة التقليدية.

---

[1] عبد الحفيظ مسكين، المرجع السابق، ص 197.

[2] عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة**، مذكرة دكتورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010، ص 124.

[3] صالح موهوب، **واقع السياحة في الجزائر وسبل تطويرها**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006- 2007، ص 148.

[4] مروان صحراوي، المرجع السابق، ص 148.

[5] هدير عبد القادر، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 63.

المبحث الثاني: دور أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي الوطني

عرفت الجزائر عبر مسارها التنموي عدة أشكال وأنواع من السياسات العمرانية تجلى ذلك في مجموع المساكن العادية والسياحية جعلت من سياسة التهيئة العمرانية في الجزائر تعيد حساباتها عن طريق مخططات التهيئة العمرانية من أجل تهيئة سياحية إبداعية جمالية عن طريق أدوات أهمها المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية(**SNAT**) ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (**SDAT**)، المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير (**PDAU**).

المطلب الأول: المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT)

المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية هو أداة الدولة يحدد التوجهات والسياسات المستقبلية للتنمية العمرانية والإقليمية بغرض تنظيم استخدامات الأرض على المستوى الوطني وهو من صلاحيات السلطة المركزية كما جاء في المرسوم قانون رقم 10-02 مؤرخ في 16 رجب عام 1431 الموافق لـ 29 يونيو 2010 يتضمن المصادقة على المخطط الوطني لتهيئة الأقاليم. [1]

أولا- تقديم المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT)

تهيئة الإقليم تعني عدم إهمال الدولة لأي إقليم وتركه عرضة للمصادفة لأن كل فضاء هو جزء من التراب الوطني يعترف له بالحق في التطور والرفاه فهو مثل الإنسان لا يمكن أن يكون بدون جدور.

فالإقليم هو الأساس الذي تتم فيه الأنشطة وحياة المواطنين، كما أن الإقليم الوطني هو مزيج بين معطيات ميدانية وامتدادات للتاريخ، فالمخطط الوطني هنا لا يقدم حلولا للمسائل المحلية، بل يعتمد على العناصر الأساسية ذات الاهتمام الوطني ومن هنا فهو يقوم بدور الموحد للسياسات العمومية ويحترم صلاحيات كل قطاع.[2]

مما سبق يمكن أن نضع تعريف شامل للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم في المجال السياحي: " هو أداة للتهيئة والتوجهات المستقبلية للتنمية العمرانية والإقليمية والسياحية بغرض تنظيم استخدامات الأرض على المستوى الوطني وهو من صلاحيات السلطة المركزية.

ثانيا- الأسس التي يرتكز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم عليها

يرتكز المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية على ثلاث أسس هي:

أ- **الرهان الديموغرافي:** هو استحقاق مبرمج بدقة مع وصول الموجة الكبيرة من طالبي العمل؛

---

(1) Loi n° 10-02 sur , **Schéma National d'Aménagement du Territoire Algérie,** journal offciel algerienne, n° 61, le 21 octobre 2010, p04.

(2) وزارة التهيئة العمرانية والبيئة، **المخطط الوطني لتهيئة الاقليم**، ص 20.

ب- الرهان الاقتصادي: المرتبط بالتنافسية وتأهيل الإقليم، يتزامن مع إنشاء منطقة التبادل الحر والدخول إلى المنظمة العالمية للتجارة؛

ت- الرهان الإيكولوجي: الذي يتطلب الحفاظ على رأس المال الطبيعي والثقافي في ظل وضعية ندرة واضطراب المياه والتربة حيث تزداد المنافسة بين استعمال واستدامة الموارد.

ثالثا- أهداف المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

- تنظيم توزيع النشاطات والسكان عبر المجال الوطني؛
- إعادة خلق توازن بين الأقاليم؛
- تثمين الموارد الطبيعية.

رابعا- إستراتيجية تنفيذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

مرت تنفيذ استراتيجية المخطط الوطني للتهيئة السياحية بمرحلتين:[1]

1-المرحلة الأولى تمتد إلى 2015: الانتقال من السياسة الطواعية لتهيئة الإقليم مع الصعود القوي للشركاء العموميين والخواص: تهيمن على هذه المرحلة الأولى السياسة الفرعية للدولة من خلال تجسيد المخططات التوجيهية القطاعية قصيرة ومتوسطة وطويلة الأمد.

2- ما بعد سنة 2015: وتتميز هذه المرحلة بمشاركة أكثر أهمية القطاع الخاص في تنفيذ المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية ضمن منطق الشراكة العمومية والخاصة المدعمة.

وتلعب الدولة دورا في الضبط والتحكيم الذي أصبح ممكنا من خلال وضع مختلف أدوات تهيئة الإقليم، وسيكون للفاعلين الآخرين من الجماعات الإقليمية والقطاع الخاص والمجتمع المدني فرصا للقيام بأعمال هامة.

خامسا- المهام الخمس للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم

تتمثل مهام الخمس في:[2]

1- المهمة الأولى: الحصيلة، التشخيص، الإشكاليات والرهانات: تتشكل هذه المهمة من الحصيلة القطاعية والرهانات الإقليمية والتوجهات والبدائل ودور الفاعلين وعناصر الضبط، ولقد تم إشكال هذه الأعمال النوعية بمقارنة نوعية تقوم على مؤشرات اجتماعية واقتصادية وبيئية وقد استند من نتائج هذه الأعمال كقاعدة لبناء مختلف السيناريوهات.

---

[1] المرجع السابق، ص 105.

[2] المرجع نفسه، ص 112.

2- المهمة الثانية: توجيهات عامة سيناريوهات: تم تحديد أربعة سيناريوهات إشرافية.

- **السيناريو 01:** التوازن الطوعي؛
- **السيناريو 02:** ديناميكيات التوازن التي تبرز علاقات جديدة بين الساحل والداخل؛
- **السيناريو 03:** إقليم تنافسي يسلط الضوء على تنظيم فضائي لقوى السوق.
- **السيناريو 04:** إقليم متناثر ويظم الآثار المدمرة للإقليم غير منظم.

3- المهمة الثالثة: كيفية إعداد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: تم تحديد أربعة خطوط توجيهية منسجمة ومندمجة:

- نحو إقليم مستدام؛
- خلق ديناميكيات إعادة التوازن الإقليمي؛
- خلق شروط الجاذبية التنافسية؛
- تحقيق الإنفاق الإقليمي.

المهمة الرابعة: تجسيد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: توضح كيفيات تنفيذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وتعرف الأدوار الخاصة بالدولة والجماعات الإقليمية وتحدد ايضا وظائف المؤسسات النوعية التي تشكل أدوات السياسة الإقليمية.

المهمة الخامسة: متابعة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، التقييم، القيادة، لوحة القيادة: توضح لوحة القيادة في شكل إطار منطقي يسمح بمتابعة المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.

سادسا- أدوات تنفيذ المخطط الوطني لتهيئة الإقليم

من بين ادوات تنفيد المخطط الوطني مايلي:[1]

1- برامج العمل الإقليمي (PAT): هي برامج عملية وملموسة تترجم الخطوط التوجيهية وبرامج العمل للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم، ويبلغ عدد عشرين برنامجا يتم توزيعها بميزانيات خاصة.

2- هياكل الدعم للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم: يفترض في تجسيد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وضع الوسائل الخاصة لهذه السياسة: المالية والتقنية والبشرية وتعتبر هذه النقطة الأخيرة هامة على الخصوص، كون تجسيد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم يتطلب عددا هاما من المهنيين والمحترفين المؤهلين الذين ينتمون إلى مختلف التخصصات.

[1] المرجع السابق، ص 105.

3- أدوات تمويل المخطط الوطني لتهيئة الإقليم: توجد حاليا بعض استراتيجيات يتعين تدعيمها، وفي بعض الحالات إعادة تنشيطها ادا ينص قانون تهيئة الإقليم للتنمية المستدامة رقم 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2011 على تقديم المساعدات لعدد معين من البرامج والأعمال، مساعدات على الاستثمار، واعتمادات ذات علاقة مع مخططات العمل الإقليمي " PAT ".

4- الأدوات المحفزة لتهيئة الإقليم: يتعلق الأمر سواء بالترتيبات الجديدة أو بعض الترتيبات الموجودة لكن يتعين تجديدها كونها قديمة ولم يسبق أن طبقت.

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT):

تسعى الحكومة الجزائرية إلى النهوض بالقطاع السياحي وجعل الجزائر بلدا سياحيا، وفي هذا الإطار وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أبرزت فيه إرادتها للاستثمار في القطاع السياحي وكذا دعم التدابير الرامية إلى تسهيل الاستثمار الخاص في المجال السياحي قصد الارتقاء إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية المصدرة بعد المحروقات.

أولا- تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. [1]

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر وبموجبه تعلن الدولة عن: [2]

- عرض رؤيتها للتنمية السياحية لمختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015، والمدى الطويل 2025 وذلك في إطار التنمية المستدامة قصد جعل الجزائر بلدا مستقبلا؛
- تحديد وسائل التنفيذ وتوضيح شروط إمكانية تحقيقها؛
- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار)؛
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في مقدمة سياحية.

ويعتبر هذا المخطط أداة إرادة الدولة في تنمية القدرات الطبيعية والتاريخية للبلاد قصد الارتقاء بالسياحة في الجزائر وقد تمخض هذا المخطط عن الإيجاب والدراسات والتشاور مع الفاعلين الوطنيين

---

[1] القانون 01-02، **المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية**، العدد 77، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001، ص 19.

[2] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **المشاريع ذات الأولوية السياحية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2005، ص 02.

والمحليين العموميين والخواص عبر مجموعة من الندوات الجهوية، إذ كان محور هذا النقاش على المستويات الوطنية و الجهوية والمحلية لجمع مختلف الفاعلين في القطاع السياحي. [1]

وقد صدر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خمسة كتب شكلت الركائز التي يقوم عليها هذا المخطط وتتمثل فيما يلي: [2]

– تشخيص السياحة الجزائرية؛

– أقطاب الامتياز السياحية وقرى الامتياز السياحية؛

– إنجاز المخطط الوطني للتهيئة السياحية (المخطط العملي)؛

– المشاريع السياحية ذات الأولوية.

ثانيا– أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يهدف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتحقيق مجموعة من الأهداف نوردها فيما لي: [3]

1– الأهداف العامة: نوجزها فيما يلي:

– تحسين التوازنات الكلية ؛

– توسيع الآثار المترتبة ن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (الصناعة التقليدية، النقل الخدمات، التشغيل)؛

– المساعدة على التنشئة الاجتماعية والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي؛

– التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية من خلال إدماج مبادئ الاستدامة في القطاع السياحي؛

– التحسين الدائم لصورة الجزائر ويرمي البرنامج إلى إحداث تغيرات في التصور المتشكل لدى مختلف المتعاملين الدوليين اتجاه السوق الجزائرية.

2– الأهداف المادية للمرحلة الأولى 2008– 2015:

أ– تهدف الجزائر من خلال هذا المخطط الوصول إلى 2,5 مليون سائح أجنبي في آفاق 2015 وهو ما يتطلب توفير 75000 سرير ذات جودة عالية؛

ب– هدف الأقطاب ذات الأولوية ما يقارب نصف قدرة الاستيعاب المتوقعة أي 4000 سرير بمقاس دولي منها 3000 سرير من الطراز الرفيع في المدى القصير و 1000 سرير إضافي في المدى المتوسط؛

---

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 04.

[2] المرجع السابق، ص 10.

[3] المرجع نفسه، ص 22.

ت- خلق 40000 منصب شغل بشكل مباشر وغير مباشر و 91600 مقعد بيداغوجي. [1]

4- الأهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008- 2015

من بين الاهداف نستعرض ما يلي:

أ- **خطة الأعمال لوضع الجزائر على الطريق الصحيح:** يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري لهذا الغرض بين سنوات 2008-2015 بـ 2,5 مليار دولار أمريكي إذ أن سرير واحد وفق المقاييس الدولية وبكل الترتيبات المتعلق به يطلب استثمار 60000 دولار، منها 55000 دولار تتعلق بالاستثمارات المادية و5000 دولار تتعلق بالاستثمارات غير المادية. [2]

ويمكن توضيح هذه الأهداف في الجدول التالي:

جدول رقم (04): خطة أعمال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على المدى المتوسط 2015

السنة	مؤشرات القطاع السياحي 2007	الأهداف المسطرة لسنة 2015
عدد السياح	1,74 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84869 معاد تأهيلها	1500 سرير
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7	3 % مقدرة
الإيرادات (مليون دولار)	2,5	1500إلى 2000
مناصب الشغل	200000	400000 (مباشرة وغير مباشرة)
التكوين (مقاعد بيداغوجية)	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي للحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 18.

من خلال الجدول نلاحظ أن المخطط التوجيهي كان هدفه تحقيق **2,5** مليون سائح في سنة 2015 بعد ما كان 1,7 مليون سائح سنة 2007 أي مضاعفة العدد بحوالي مرة ونصف، أما بالنسبة لعدد الأسرة فإن المخطط هدف إلى إعادة تأهيل الطاقة الإيوائية المتاحة لسنة 2007 مع توفير 75000 سرير جديد وفق المقاييس الدولة، كما هدف المخطط التوجيهي إلى رفع نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي من 1,7 % سنة 2007 إلى 3% سنة 2015، أما فيما يخص الإيرادات السياحية فكان هدف المخطط التوجيهي مضاعفة الإيرادات السياحية من 2,5 مليون دولار سنة 2007 إلى قيمة ما بين مليار ونصف مليارين دولار أي من سبعة إلى ثمانية أضعاف إيرادات 2007، أما فيما يخص مناصب الشغل فالمخطط التوجيهي حاول الوصول إلى مضاعفة عدد الموظفين في القطاع السياحي من 200000 منصب

[1] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية- ذات الأولوية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 17.

[2] المرجع السابق، ص 17.

إلى 400000 منصب بحلول سنة 2015 وتكوين 521200 مقعد بيداغوجي أما خلال سنة 2015 فمن خلال مخططها سعت بالتقريب إلى تحقيق ضعف ما حقق خلال سنة 2007 أي ما يقارب حوالي 91600 مقعد بيداغوجي.

ب- حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة: إذ احتفظت بالنسبة الاعتبارية المقدرة 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي، يتوجب على السلطات العمومية التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز أي 54 مليون دولار في السنة.

4- المشاريع السياحية ذات الأولية للمرحلة 2008-2015

تتنوع المشاريع السياحية المسطرة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بين الفنادق بمختلف أنواعها (الفنادق الفخمة، الفنادق المعيارية، أو القرى السياحية، حيث تتوزع هذه المشاريع على الأقطاب السياحية السبعة للامتياز من أجل ضمان التنمية السياحية المتوازنة على الرغم من التباين في حجم الاستثمارات الموزعة لكل قطب سياحي. والجدول التالي يوضح المشاريع المسطرة للفترة 2008-2015:

جدول رقم (05): توزيع المشاريع المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مختلف الأقطاب السياحية

أنواع المشروع / الأقطاب السياحية للامتياز	الفنادق		القرى السياحية	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد القرى	عدد الأسرة
شمال – شرق	86	5965	03	7910
شمال – وسط	49	9295	10	37845
شمال – غرب	85	10146	03	6852
جنوب – شرق	26	2092	-	-
جنوب – غرب	23	1513	01	92
الجنوب الكبير الطاسيلي	01	150	-	-
الجنوب الكبير الهقار	04	225	-	-
المجموع	**274**	**29386**	**17**	**52699**

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحية، المشاريع ذات الأولية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

من خلال الجدول نلاحظ أن توزيع الفنادق 274 فندق بطاقة استيعابية إجمالية تقدر بـ 29386 سرير المرتقب إنجازها موزعة على الأقطاب السبعة، فالأقطاب الشمالية تحتل الصدارة بـ 220 فندق بين 54 فندق موزعة على الأقطاب الجنوبية ويرجع هذا التفاوت في التوزيع إلى النشاط الدائم الذي تشهده الأقطاب

الشمالية طيلة السنة المبرمجة ضمن هذا المخطط 17 قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي موزعة على أربعة أقطاب سياحية ومن شأنها أن توفر طاقة إيوائية قدرها 52699 سرير.

ثالثا- مخططات انعكاسات السوق السياحية في الجزائر

تشكل الأدوات الآتي ذكرها طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة الدولية والتي بمثابة أسس للاستراتيجية الجديد للتهيئة السياحية وأطلق على هذه البرامج اسم الحركيات الخمسة لترقية السياحة الجزائرية والمتمثلة فيما يلي: [1]

1- مخطط وجهة الجزائر: يعمل على تعزيز جاذبية وجهة الجزائر.

2- الأقطاب السياحية للامتياز: حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

- **القطب السياحي للامتياز شمال شرق:** ويشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة؛
- **القطب السياحي للامتياز شمال وسط:** الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو؛
- **القطب السياحي للامتياز شمال غرب:** مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان؛
- **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق:** الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، منيعة؛
- **القطب السياحي للامتياز جنوب غرب:** توات، القرارة، طرق، القصور، أدرار، تيميمون، بشار؛
- **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** طاسيلي، إليزي، جانت؛
- **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** أدرار، تمنراست.

3- مخطط النوعية السياحية: يرمي هدا المخطط إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتوج السياحي. [2]

---

[1] وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة، **المخطط الإستراتيجي: الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولية**، المرجع السابق، ص 25.

[2] المرجع نفسه، ص 47.

وقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025 أصبح تكوين العنصر البشري أمرا ضروريا وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاث أهداف استراتيجية للتكوين قصد تحفيز الجزائر سياحيا في آفاق 2025. [1]

– ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة؛

– إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي؛

– الابتكار واستغلال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط التوعية السياحية.

4– مخطط الشراكة العمومية الخاصة: يسعى مخطط الشراكة العمومية الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانو عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقق منتوج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية لبلوغ نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا. [2]

5– مخطط تمويل السياحة: فيما يخص مخطط تمويل السياحة الأمر يتعلق بـ:

– مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال؛

– مرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع؛

– مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الإستثمارت السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

والجدول التالي يوضح الأهداف المسطرة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2015 وما هو محقق فعلا في تلك السنة

الجدول رقم (06): الاهداف المسطرة والمحققة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لسنة 2015

المؤشر	إحصائيات متوقعة 2015	إحصائيات محققة فعلا 2015
عدد السياح	2,5 مليون سائح	2,3 مليون سائح
عدد الأسرة	75000 ذو نوعية جيدة	54900
المنافسة في الناتج المحلي	3%	2.5%
مناصب الشغل	100000	255000
الإيرادات السياحية	1500 مليون دولار إلى 2000 مليون دولار	357 مليون دولار

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية.

[1] المرجع السابق، ص 49.

[2] المرجع نفسه، ص 52.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 قامت بوضع تنبؤ على المدى القصير والمتوسط والطويل كان يهدف إلى زيادة عدد السياح الوافدين إليها سنة 2015 ب2.5مليون سائح إلا أنها حققت 2,3 % سنة 2015 أي أنها بلغت 92% من الهدف المسطر في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

بالنسبة لعدد الأسرة كان المخطط يهدف إلى وصول 75000 سرير ذو نوعية جيدة بحلول سنة 2015 إلا أنه في الواقع لم يتوصل إلى الهدف المنشود ليصل حجم الطاقة الإيوائية سنة 2015 إلى 54900 سرير إلا أنها حققت ما نسبته 73,2% من الهدف المسطر والمراد تحقيقه ومن بين الأهداف التي سطرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى رفع نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام بحلول سنة 2015 إلى 3%، إلا أنه في الواقع بلغت نسبة مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام لسنة 2015 قد بلغت 2,5 وهو مؤشر إيجابي فبالرغم من الأرقام المعلنة من طرف وزارة السياحة حول المساهمة الخالية للقطاع السياحي الجزائري في الناتج الخام لا تبدو دقيقة جدا بسبب ضعف الجهاز الإحصائي الوطني، فكل المؤشرات التي استعرضناها سابقا حول القطاع السياحي في الجزائر توحي بأن نسبة المساهمة في الناتج الداخلي هي نسبة أقل.

أما فيما يخص مناصب الشغل كان الهدف مضاعفة عدد الموظفين في القطاع السياحي من 200000 إلى 400000 بحلول سنة 2015، إلا أنه لم يتم الوصول للهدف المنشود، إذ بلغ عدد الموظفين في القطاع السياحي لسنة 2015 ما يقارب 255000 موظف والسبب في ذلك عدم الاهتمام بالتكوين والتدريب في مختلف الأنشطة السياحية.

ومن بين الأهداف التي سطرها أيضا المخطط هي زيادة قيمة الإيرادات السياحية إلى قيمة مابين مليار ونصف مليار دولار إلى مليارين دولار بحلول سنة 2015 وهو رقم مبالغ فيه وصعب التحقيق بالنظر إلى مستوى التقدم من تنفيذ ما جاء في هذا المخطط إلا أنه في الواقع حقق 357 مليون دولار سنة 2015.

رابعا- الجدول الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يفترض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية النهوض بالقطاع السياحي الجزائري وتحويل الجزائر إلى بلد سياحي وفق جدول زمني موضح كما يلي:

الجدول رقم (07): الجدول الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

من سنة 2007 إلى سنة 2008	من سنة 2008 إلى سنة 2015	من سنة 2015 إلى سنة 2025
– إطلاق الاستثمار السياحي. – الإطلاق المتزامن للحركيات الخمس. – تحديد وتعريف الأقطاب السياحية للامتياز. – تحديد إستراتيجية كل قطب وكذا مسعى كل قرية سياحية للامتياز. استقطاب المتعاملين والمستثمرين.	– إطلاق المفاوضات والقرى السياحية للامتياز. – وضع إستراتيجية تسويق لوجهة الجزائر. – إطلاق مخطط نوعية الجزائر. – دعم أعمال تنفيذ مخطط المرافقة المالية.	– تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر وتجسيد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص ص 35 39.

لكن ما هو ملاحظ على سير المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية هو عدم وجود آلية يتم بموجبها تقييم التقدم الحاصل على مستوى التنفيذ، وعدم توفير بيانات في هذا الصدد، بل البيانات المتوفرة عبر الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة الجزائرية والصناعات التقليدية تشير إلى أنه تقرر تمديد آجال هذا المخطط إلى سنة 2030، مع عدم الإشارة إلى التعديل في أهدافه أو في أدوات تنفيذه إذ تم الاحتفاظ بكل ما جاء في المخطط السابق والتغيير الوحيد يعود في التاريخ النهائي الذي تم تمديده بخمس سنوات وعلى هذا الأساس أصبحت الإستراتيجية تسمى المخطط التوجيهي لآفاق 2030.

المطلب الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير PDAU

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير من بين سياسات الدولة لأجل النهوض بالقطاع السياحي في المجال العمراني هذا ما سنستعرضه خلال هدا المطلب.

أولا– مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير

وفقا للمادة 16 من القانون 29/90 المؤرخ في 1990/12/01 ووفقا للقانون 02/02 المؤرخ في 2002/02/05 المتعلق بحماية وإعفاء الامتياز للساحل فإن المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير هو أداة للتخطيط والتسيير الحضري يحدد التوجيهات الأساسية للتهيئة العمرانية للبلدية والبلديات المعنية على المستوى الوطني أخذ بعين الاعتبار تصاميم التهيئة ومخططات التنمية والتهيئة السياحية ويضبط الصيغ الربحية لمخطط شغل الأرض في المجال السياحي. [1]

[1] يمينة زرفة، زينب قماس، **أدوات التهيئة والتعمير بالجزائر بين الأهداف والتوظيف**، مجلة العلوم الإنسانية العدد 35/34، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص 48.

ثانيا- أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير

يهدف هذا المخطط إلى: [1]

- تنظيم واقتراح عمليات الهيكلة وزيادة كثافة العمران في مركز البلديات والتراب الوطني؛
- تسيير النشاطات الاقتصادية وتحويلها وإعادة تصنيعها؛
- إيجاد التوازن في عملية السياسة الحضرية بين مختلف القطاعات الصناعية، الزراعية، السياحية.....الخ.

هذا المخطط المعماري الجديد يختلف عن مخططات التعمير السابقة مثل مخطط التوجيهي الحضري **PUD** المخطط العمراني التوجيهي **PUB** كل من لا يهتم بالتهيئة العمرانية داخل حدود المخطط العمراني للتجمع الحضري فحسب، بقدر ما يتناول التجمع الحضري داخل إطاره الطبيعي السياحي والبيئي وينظم العلاقة بين نقاط الوسط الموجودة على المستوى المحلي والإقليمي ويراعي جوانب الانسجام والتناسق بينه وبين جميع المراكز الحضرية المجاورة، بالإضافة إلى اهتمامه بالجوانب المعمارية التوسعية للتجمع الحضري في المجال السياحي، للمناطق ذات الأولية السياحية كخلية عمرانية للنسيج الحضري والمعماري على المستوى الوطني.

ثالثا- مراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير في الجانب السياحي

يتم إعداد مشروع المخطط بادارة من رئيس المجلس الشعبي وتحت مسؤوليته ويتم الإشراف على إعداده من طرف المجلس التنسيقي للمجالس الشعبية البلدية المعنية بالأمر، كما تشارك جميع المصالح الحكومية المحلية كذلك في إعداده تحت اشراف مديرية التعمير والبناء، وهو ينجز عبر ثلاث مراحل أساسية: [2]

1- المرحلة الأولى: مرحلة الدراسة والتقييم للأوضاع السائدة حاضرا، والتقدير للافاق التطوير مستقبلا في المجالات ذات الأبعاد الديموغرافية والاقتصادية والاجتماعية.

2- المرحلة الثانية: طرح الاختيارات ونماذج الفرضيات والتهيئة المقترحة مع إبراز جميع إيجابياتها وسلبياتها.

3- المرحلة الثالثة: تتم المصادقة على المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير في الجزائر تبعا للحالة وحسب أهمية البلدية أو البلديات المعنية بالأمر عبر التراب الوطني.

---

[1] زهرة ابريش، **دور البلدية في ميدان التهيئة والتعمير**، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خذة، 2010- 2011، ص 20.

[2] المرجع نفسه، ص 24.

رابعا- محتوى المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير

يتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير طبقا للنصوص القانونية التي تحدد الإطار القانوني نص المادة 17 وحتى المادة 80 من القانون 90-29 المتعلق بالتهيئة والتعمير كما يلي: [1]

1- تقرير توجيهي: تحدد فيه التوجهات العامة للسياحة العمرانية وذلك بعد تقديم شرح للوضع الحالي وآفاق التنمية العمرانية والوعاء العقاري الذي سوف يطبق نطاقه حيث يضبط ما يلي:

أ- تحليل الوضع القائم والاحتمالات الرئيسية للتنمية بالنظر إلى التطور الاقتصادي والديموغرافي والاجتماعي والثقافي.

ب- قسم التهيئة المقترح بالنظر إلى التوجيهات في مجال التهيئة العمرانية والسياحية وحماية الساحل والحد من الأخطار الطبيعية والتكنولوجيا.

2- تنظيم تضبط فيه القواعد العامة المطبقة على كل منطقة حسب تقسيم الأراضي وذلك إلى مناطق يتم تعميرها حسب الأولوية على النحو التالي:

أ- القطاع المعمر: يشمل هذا القطاع كل الأراضي التي تستغلها بنايات متجمعة وكذا المساحات الفاصلة بين هذه البنايات، المساحات الخضراء والحدائق والغابات الحضرية السياحية.

ب- القطاع المبرمج للتعمير: يشمل على الأراضي المبرمجة للتعمير على الأمرين القصير والمتوسط في آفاق عشر سنوات مع مراعاة جدول الأولويات التهيئة في الجانب السياحي.

ت-قطاعات التعمير المستقبلية: يشمل الأراضي المخصصة للتعمير على المدى البعيد 20 سنة والاستثناءات المتعلقة بالتعمير المتوقع خلال 20 سنة ويتعلق الأمر بـ:

_ تجديد تعويض المباني المقيدة للاستعمال السياحي؛

_ البناءات والمنشآت اللازمة لتهيئة المناطق الحضرية والساحلية ذات المصلحة الوطنية؛

_ البناءات التي تبرزها مصلحة البلدية والرخص بها قانونيا من قبل الوالي بناء على كل طلب مهلل من قبل رئيس المجلس الشعبي البلدي بعد رأي الوالي؛

ث- القطاعات الغير قابلة للتعمير: الأراضي الغير قابلة للتعمير والقابلة للتوسع والتهيئة السياحية.

3- تنظيم يحدد القواعد المطبقة بالنسبة لكل منطقة شمولة بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير:

في هذا الصدد لابد أن يحدد هذا التنظيم ما يلي:

---

[1] لعويسي عبد الله، **قرارات التهيئة والتعمير في التشريع الجزائري**، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012، ص 18.

– التخصيص الغالب للأراضي وطبيعة النشاطات الممنوعة والخاضعة إلى إجراءات خاصة لاسيما تلك المقررة في مخطط تهيئة الساحل؛

– المساحات التي تدخل فيها مخططات شغل الأراضي مع الحدود العمرانية القائمة ومساحات المطلوب حمايتها في الجانب الجمالي؛

– تحديد مواقع التجهيزات الكبرى والمنشآت الاساسية.

– الأخطار الكبرى المبنية في المخطط العام للوقاية والمخططات الخاصة للتدخل.

4– وثائق بيانية: تشمل بالخصوص على المخططات التالية:

– مخطط الواقع القائم يبرز فيه الإطار المشيد حاليا وأهم الطرق والشبكات المختلفة؛

– القطاعات المعمرة والقابلة للتعمير والمخصصة للتعمير في المستقبل وغير القابلة للتعمير؛

– مساحات تدخل مخطط شغل الأراضي؛

– مخطط الارتفاقات التي يجب الإبقاء عليها أو تعديلها وإنشاؤها؛

– مخطط يبرز خطوط مرور الطرق واهم المنشآت وكذلك أهم سبل إيصال مياه الشرب والتطهير؛

– مخطط يحدد مساحات المناطق والأراضي الخضراء والمخصصة للترقية والراحة.

5– المناطق التي يتم التدخل فيها:

– القطاعات المعمرة؛

– القطاعات المبرمجة للتعمير والتهيئة السياحية؛

– المناطق ذات الامتداد الساحلي.

خامسا– مخطط يشغل الأراضي POS كجزء من إعداد وتوجه المخطط التوجيهي للتهيئة والتعميرPDAU في المجال السياحي

1– مهام مخطط شغل الأراضي:

يشمل مخطط شغل الأرض على التحديد: [1]

أ– الشكل الحضري الجمالي للمدينة على نحو مفصل، وكذا حقوق البناء واستعمال الأراضي لكل قطاع من القطاعات : الصناعة، والزراعة والخدمات المحددة في المادة 19 ما يليها من قانون 29/90.

[1] المادة 18 من المرسوم التنفيذي 318/05 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005، **المتعلق بمخطط شغل الأراضي**، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 61 ص 183.

ب- المنظمات العمرانية الجديدة وكيفية تهيئتها للسياحية وتحديد مواقع الأراضي السياحية الواجب حمايتها مع وضع مبدأ أساسي وخاضع على كل توسع عشوائي يخلي بالطابع الجمالي.

ت- الأحياء والشوارع والمناطق الواجب تأهيلها وإصلاحها سياسيا شريطة أن يتم توزيع مختلف المواضيع التي يحددها مخطط شغل الأرض.

2- تشكيل مخطط شغل الأراضي: يتشكل مخطط شغل الأراضي من: [1]

أ- لائحة تنظيم: المتضمنة ما يلي:

- مذكرة تقديم يثبت فيها تلائم أحكام مخطط شغل الأرض مع أحكام المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير السياحي على البرامج المعتمدة وطنيا وفي البلديات المعنية تبعا للآفاق تهيئتها وتنميتها.
- يتضمن القواعد التي تحدد كل منطقة متجانسة مع مراعاة الأحكام الخاصة المطبقة على بعض الاجزاء من التراب الوطني والمتمثلة في:

ب- الساحل: يضم كافة الجزر والشريط الساحلي من الأرض عرضه الأدنى 800 متر على طول البحر والذي يشمل:

- كافة الأراضي ومنحدرات التلال والجبال القريبة من البحر والتي لا تكون مفصولة من الشاطئ بسهل ساحلي؛
- كافة الغابات التي يوجد جزء منها بالساحل؛
- كما يمنع بناء على قطعة أرض تقع على شريط من منطقة عرضها 100 متر ابتداء من الشاطئ.
- الأقاليم التي تتوفر على مميزات طبيعية ثقافية بارزة تحدد وتصنف الأقاليم التي تتوفر إما على مجموعة من المميزات الطبيعة الخلابة والتاريخية واما على متغيرات ناجمة عن موقعها الجغرافي والمناخي والجيولوجي مثل المياه المعدنية الاستحمامية تضبط مجال استخدام الأرض وتسييرها خاصة فيما يتعلق بالبناء والموقع والتجهيز من إقامة بنايات والهندسة وطريقة تهيئة التراث الطبيعي والثقافي وحمايته وتنميته كما يبين القانون شروط الأراضي المرتبطة:
- المنافذ والطرق وصول الشبكات إليها؛
- الخصائص السياسية لقطع الأراضي؛
- مواقع المباني بالنسبة إلى الطرق والشواطئ؛
- موقف السيارات الخاصة بالامتداد للشواطئ السياحية.

[1] المادة 18 من المرسوم التنفيذي 318/05 المرجع السابق ص 140.

المبحث الثالث: أدوات التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي المحلي

تعتبر ولاية جيجل من المدن الساحلية ذات خصائص ومقومات سياحية جذابة، أهلتها لأن تكون قطبا سياحيا متميزا وأمام هذه الخصائص كان من الضروري القيام بمحاولات للنهوض بقطاعها السياحي، لذلك كان من الضروري إعطاء أهمية كبيرة لمخططات التهيئة العمرانية والتخطيط السياحي بها لأجل تحقيق تنمية سياحية، والذي أصبح ضرورة حتمية لتحقيق الأهداف المرجوة.

المطلب الأول: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل SDATW

مخطط التهيئة السياحية للولاية وضع من أجل النهوض بالسياحة في كل ولاية من ولايات الجزائر وذلك لما تتميز به كل ولاية دون إهمال كل ما جاء في المخطط الوطني للتهيئة السياحية، بمعنى أن SDATW هو مخطط داعم للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

أولا- تقديم المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية بالولاية SDATW

هو أداة للتوجيه والتخطيط الاستراتيجي لنشاطات التهيئة الإقليمية للولاية وهدفه الأساسي هو توفير تنظيم منطقي ومنسجم بجميع إقليم الولاية، كما يعتبر أداة للآفاق الإقليمية التي تجمع بين التوجهات العالمية والمحلية فيما يتعلق بالتهيئة والتنمية المستدامة للإقليم واحترام آراء الفاعلين المحليين الذين يأخذون بعين الاعتبار خصائص الولاية. [1]

ثانيا- أهداف للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية (SDATW)

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل عبارة عن مخطط لهيكلة الأقاليم من أجل تطوير النشاطات السياحية وهو مخطط له أهداف طويلة الأمد عموما عشرة سنوات أو خمسة سنوات، وعليه أهداف هذا المخطط تشمل ما يلي:[2]

أ- الأهداف العامة:

- هدف السياسة العامة: تحديد نوع السياحة التي تتماشى مع خصائص الإقليم؛

- هدف الاستدامة: بالنظر إلى الاتجاهات الجديدة للطلب السياحي والتوجهات الملحوظة على كل مخطط سياحي، يجب من الآن فصاعدا المساهمة من القيم المشتركة للتنمية المستدامة مثل مردودية الاستثمارات وتحقيق التنمية الاجتماعية؛

---

(1) République Algérienne Démocratique, ministère du tourisme, **«le schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya»**, P12.

(2) Drection du tourisme et de l'artisanat de la wilaya jijel, **Not méthodologique de cadrage de la démarche pour l'élaboration du schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya** ,termes de référence, P8.

– الهدف العملي: ويتعلق بالعمل على تجسيد وتنفيذ المخطط التوجيهي للتنمية السياحية للولاية من خلال وضع برامج ورزنامة خاصة بمكتب الدراسة للمتابعة وتحقيق الأهداف المرجوة.

ب– الأهداف العماليـاتيـة: من أجل نجاح بمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في ولاية جيجل والنهوض بقطاع السياحة بها، يجب أن يعمل على ما يلي:

– تطوير المؤسسات الفندقية والسياحية؛

– تنمية القدرات السياحية الطبيعية والثقافية للولاية التي لها علاقة بالمنظمة؛

– تهيئة وتطوير الأقاليم التي تعتبر من المقومات السياحية؛

– تحسين نوعية العرفي السياحي والصورة السياحية للولاية.

ثالثا– طريقة إعداد الدراسة للمخطط التوجيهي التهيئة السياحية

إن أسلوب إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDATW، ألزم وجود تشاور بين مختلف الهيئات والفاعلين الذين لديهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي ويكون وفق ما يلي: [1]

– تحديد لجنة متابعة من أجل دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من قبل مديرية السياحة لولاية جيجل؛

– ملتقى الانطلاق من أجل خلق فضاء للتشاور؛

– اجتماعات للتقديم تباين مختلف مراحل إعداد الدراسة؛

– إعداد ملتقى خاص بالاقتراحات النهائية.

رابعا– مضمون المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية SDATW

توجد مجموعة من القطاعات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند إنجاز المخطط التوجيهي للهيئة السياحية للولاية والتي لها علاقة مباشرة مع قطاع السياحية، فإن هذا المخطط بدوره يشمل الجوانب التالية:[2]

– التهيئة البيئية؛

– الإيواء والإطعام؛

– هياكل البيئة التحتية؛

– الحوكمة الإقليمية.

---

[1] Ibid, d p10.
[2] Idem.

خامسا- مراحل إعداد المخطط التوجيه للتهيئة السياحية للولاية

إعداد هذا المخطط توجد خمسة مراحل نذكرها كما يلي:[1]

المرحلة الأولى: تعتبر هذه المرحلة التمهيدية، بحيث يتم فيها عرض كيفية الدراسة ونماذج التنظيم وكيفية جمع المعلومات وكذا المشاورة مع مكتب الدراسات المعين لإعداد هذا المخطط، ويكون هذا من قبل لجنة المتابعة مع وضع رزنامة خاصة يمكن الدراسة للمتابعة.

المرحلة الثانية: تشخيص الحالة: يتم في هذه المرحلة الحالة السياحية للولاية مع جميع التواجد على النحو التالي:

- دراسة الثروة الطبيعة التي تسخر بها الولاية وخاصة الثروة الطبيعية السياحية؛
- دراسة وتحديد مختلف المناطق السياحية التي يتم تهيئتها؛
- تشخيص حالة التجهيزات الترفيهية والسياحية الموجودة؛
- دراسة حالة الطلب والعرض السياحيين في الولاية.

المرحلة الثالثة: من خلال دراسة واقع السياحة لولاية جيجل وتحديد المعوقات، الدراسة تستعمل على تحديد الأهداف المراد تحقيقها في المحال السياحي على المدى المتوسط والطويل مع تحديد مجموعة من البرامج التي تتماشى والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والمخططات الجهوية لتهيئة الإقليم فالارتكاز على الحركيات الخمسة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT).

المرحلة الرابعة: هذه المرحلة يتم وضعها انطلاقا من الأهداف التي تم تحديدها في المرحلة السابقة وهنا سيتم وضع جميع البرامج ذات الأولوية التي سيتم إنجازها، وكيفية تطبيقها من أجل النهوض بالقطاع السياحي ويتم إعدادها وفقا كما يلي:

- تهيئة الإقليم وفق مجموعة من المشاريع؛
- مشاريع تحل المشاكل المتعلقة بالساحل؛
- مشاريع وبرامج تتعلق بالعمران والهياكل السياحية؛
- مشاريع وبرامج موضوعة وفقا للاستثمارات أجنبية ووطنية.

المرحلة الخامسة: هذه المرحلة يتم وضع التعديلات الأخيرة على المخطط وسيتم وضع تقييم مبدئي إلا أن تقبله لجنة المتابعة وبعد المصادقة عليه من طرف المجلس الشعبي الولائي بحيث في هذه المرحلة سيتم

[1] Ibid, pp 15-16.

الأخذ بعين الاعتبار جميع الملحقات والوثائق المستعملة أثناء الدراسة ويحدد الرزنامة التي سيتم بها سير المخطط.

سادسا- التهيئة العمرانية والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

لقد تضمن المحور العاشر من الديناميكية الثالثة للمرحلة الرابعة من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل خطة عمل مستمدة من مخططات التهيئة العمرانية حيث أشار إلى ضرورة العمل على ترقية بيئة الولاية من خلال عمليات القضاء على المستودعات العشوائية وغير قانونية داخل المدن والمواقع السياحية وأيضا تحديد مستوى مدن الولاية وصورتها من خلال عمليات التحسين العمراني والحضري، وكذا نوعية السكان المجلس بضرورة المحافظة على البيئة وفيما يلي نعرض ورقة العمل الخاصة بالتهيئة العمرانية.

الجدول رقم (08) ورقة العمل رقم (1) التحسين العمراني والحضري

السياسة الإقليمية	إستراتيجية تحسين البيئة المعيشية للسكان المحليين من خلال الخدمات السياحية
القضايا	التسيير- التنسيق- الحوكمة- الطرق والوسائل- الطرق والمعدات – تحسين صورة المدن
النتائج	مشاريع في طور الإنجاز وأخرى أطلقت ولكن لا يزال الكثير في التجسيد
الخطوات	– أشغال الطرق والشبكات المختلفة والتهيئة الخارجية من طرف مديرية البناء والتعمير. – تهيئة المناطق العمرانية والحضرية. – أعمال تحسين جمالية المدن (الواجهات والأرصفة). – تكامل النسيج الحضري. – تنظيف المدن وزخرفتها وعمليات التزهير.
المواقع المعينة	– البلديات- المناطق والمواقع السياحية.
أصحاب العمل	– مديرية البناء والتعمير. – المجالس الشعبية البلدية. – مديرية البيئة. – مديرية الثقافة. – مديرية الأشغال العمومية.
الشركاء	– الجمعيات والمنظمات. – المجتمع المدني. – مسؤولي الأحياء السكنية.

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل، إستراتيجية تهيئة السياحة من الولاية، ص75.

سابعا- مشاريع التهيئة العمرانية الملحقة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل بعض المشاريع قصد النهوض بالقطاع السياحي بالولاية والمستمدة من مخططات التهيئة العمرانية الهادفة لترقية القطاع السياحي في ولاية جيجل وتتمثل فيما يلي: [1]

الجدول رقم(09): يمثل مشاريع التهيئة العمرانية الملحقة بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

رقم المشروع	اسم المشروع	الهدف من المشروع	صاحب المشروع
1	تحسين المسالك والطرق التي تؤذي إلى السياحية	ترقية صورة الولاية لزيادة الجاذبية السياحية	مديرية الأشغال العمومية
6	تحسين البيئة الحضرية	تحسين بيئة السكان لجعل صورة الولاية أكثر جادبية	مديرية التعمير والبناء
8	تحسين وتطوير شبكة النقل العمومي للوصول إلى المواقع السياحية	سهولة تنقل السياح إلى المواقع السياحية	مديرية النقل
12	إنشاء مراكز للصيانة والتوجه للسياحة في البلديات (الميلية، واد عجول، العوانة).	تحسين صورة الولاية واستقطاب عدد أكبر من السياح	المجلس الشعبي البلدي
24	تهيئة مداخل ومسالك الشواطئ (وادي زهور الميلية، شاطئ الأمير عبد القادر)	تجهيز منطقة الميلية والأمير عبد القادر بمداخل ومساك لترقية السياحة الشاطئية.	المجلس الشعبي البلدي

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية جيجل

المطلب الثاني: مخطط التهيئة لولاية جيجل paw

ترتكز السياسة الوطنية للتهيئة على إرادة قوية للدولة، تتمثل في تنظيم الإقليم في إطار تنمية مستدامة، وتترجم هذه الإرادة من خلال وضع آلية قانونية وتنظيمية (الإقليم في إطار تنمية مستدامة، وتترجم هذه الإرادة من خلال وضع آلية قانونية وتنظيمية (القانون رقم 01- 20 الصادر بتاريخ 12 ديسمبر 2001 المتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته، والقانون رقم 10- 02 الصادر بتاريخ 19 جوان 2010، المتضمن المصادقة على المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية)، الذي يحدد أدوات التهيئة الإقليمية، وبرامج العمليات الإقليمية المتعلقة بها، وكذا الوسائل الاقتصادية والمالية والتنظيمية الخاصة بتطبيقها.

[1] **Schema Direction d'aminagement Touristique de lal wilaya de jijel** :Annexe fiche projet, p p 3-13.

أولا- الأهداف الاستراتيجية للمخطط الولائي للتهيئة (paw)

- يمثل مخطط التهيئة للولاية الذي يتموقع على مستوى المدخل الإقليمي المحلي أداة للتوجيه والتخطيط الاستراتيجي للعمليات التي تضمنها مخطط فضاء البرمجة الإقليمية،

- اداة تنسق في آن واحد بين التوجيهات الوطنية وتلك الواردة في مخطط فضاء البرمجة الإقليمية مع الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الخاصة بالولاية في مجال التهيئة والتنمية المستدامة

تطبيقا لأحكام القانون رقم 20/01 الصادر بتاريخ 12 ديسمبر 2001 تتولى المخططات الولائية للتهيئة الإقليمية توضيح وتثمين المميزات الخاصة لكل إقليم ولائي. [1]

ثانيا- الوضعية الحالية للإقليم وتحديد فضاءات التهيئة

لقد مكنت هذه المراحل الثلاثة من الدراسة التي خصصت لإجراء تشخيص الإقليم الولاية من صياغة حوصلة عامة حول الوضعية الحالية للولاية وقد أبرز هذا التشخيص الأوراق وقدرات ولاية جيجل وحدد مختلف العقبات. [2]

1- نقاط القوة: من بين نقاط القوة والقدرات التي تتوفر عليها الولاية ندكر:

- وجود واجهة بحرية تمتد على مساحة 120 كلم (الانفتاح على النشاط الدولي)؛
- مناخ من النوع الرطب والدافئ يشجع على التنمية الفلاحية؛
- وجود مناطق جبلية مستحقة على تنمية غراسة الأشجار غير المسقية والأشجار الريفية؛
- تنوع وثراء التراث الطبيعي والثقافي؛

2- نقاط الضعف: من بين نقاط الضعف التي تم تشخيصها:

- التضاريس الجبلية التي تمثل 80% من الإقليم والتي تشكل عقبة رئيسية على عدة مستويات؛
- قلة التجهيزات الخدماتية الرفيعة؛
- الاستغلال الضعيف للتجهيزات المتوفرة على غرار ما يحدث مع منطقة بلارة الصناعية وميناء جن جن؛
- تدهور المواقع الطبيعية وعدم استغلال المواقع السياحية والتراث الأثري؛
- التركيز الكبير على للنشاط والسكان على الساحل، وإقامة مساكن صغيرة في الوسط الريفي فضلا عن أزمة السكن على مستوى المراكز الحضرية الكبرى.

---

[1] مخطط التهيئة الإقليمية لولاية جيجل، **التقرير الخامس، ملخص المحاور الرئيسية للدراسة) المركز الوطني للدراسات والتحاليل الخاصة بالسكان والتنمية** ، CENEA، جوان، 2014، ص 04.

[2] المرجع نفسه، ص ص 12 13.

3- التحديات التي تواجه التهيئة العمرانية لولاية جيجل:

رغم أن ولاية جيجل تتميز بقدرات وأوراق خاصة بها، وأيضا بعقبات ومخاطر خاصة ومع ذلك يبقى المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية الإطار المرجعي الذي يجب على أية أداة للتهيئة الإقليمية أن تبني توجيهاتها ورهاناتها عليه، والحقيقة أن المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية يحدد التوجيهات الإستراتيجية مع آفاق 2030 تجاه كافة أقاليم التراب الوطني، كما يضبط الرهانات الرئيسية والتحديات التي يجب أن تدرج خدماتها مختلف التركيبات الإقليمية وتتمثل هذه التركيبات في شكل خطوط رئيسية على النحو الموالي:

- إشكالية الاستدامة داخل الإقليم؛
- إشكالية التوازن بين نقاط الإقليم؛
- تحقيق العدالة الإقليمية.

وفيما يلي شرح موجز للعناصر الداعمة لسياسة التهيئة العمرانية داخل ولاية جيجل: [1]

أ- إعادة هيكلة الشبكة العمرانية وإعادة تنظيم الفضاء: إن الرهانات المرتبطة بموضوع المنظومة العمرانية لولاية جيجل متعددة ومن بينها الرهان الممثل في البحث عن إعادة التوازن للإقليم من خلال تقليص الاختلالات الحضرية وتلك المتعلقة بمسألة الاستقطاب التي تمارسها المدن الثلاث (جيجل، الطاهير، الميلية) وهذا من خلال خلق الظروف المستحقة من أجل بروز أقطاب جديدة للتوازن لا سيما في المناطق الجبلية، ولذلك يتعين أن ترتكز التوجيهات على مستوى الولاية على رافدين اثنين: تأكيد دور القطب الثنائي بجيجل- الطاهير وترقية أقطاب مساندة للمدن الكبرى إلى جانب معالجة الفوارق بين المناطق الجغرافية.

ب- مبادئ تتعلق بتنظيم الفضاء العمراني: تستهدف عملية الإسقاط الحضري المستقبلي لولاية جيجل:

- ضمان السير الجيد لوظيفة الشبكة العمرانية الحضرية المحلية، وتأطير إقليمي راشد؛
- ضمان دمج الشبكة الحضرية لولاية جيجل مع فضاء التخطيط الإقليمي لمنطقة الشمال الشرقي للبلاد، مما يضمن تحقيق إشعاع الولاية وانخراطها في فضاء التعاون الجهوي وما بين الجهات ومن ثمة اندماجها في الاقتصاد الوطني؛
- التوزيع السكاني بشكل متناسق بين البلديات؛
- البحث عن توازن للشبكة أو الهيكل العمراني.

[1] المرجع السابق، ص ص 33 39.

ت- تثمين القدرات السياحية للولاية: تعتبر القدرات السياحية للولاية طاقة لا تقدر بثمن من الناحية الإيكولوجية والتنوع الإحيائي وهي غير مستغلة إلا قليلا ومعرضة لمخاطر متعددة، ومن أجل ترقية السياحة بولاية جيجل لبد:

- إعلان إقليم الولاية "كقطب للتنمية السياحية" يكون مرفقا بإستراتيجية للتنمية وببرنامج عمل وبإمكانيات بشرية وبعتاد ومخططات مالية؛

- التعريف المكاني لجميع القدرات وتحديد الأولويات في مجال التهيئة مما يعني الضرورة؛

- إعداد مخطط رئيسي للتهيئة والتنمية السياحية للولاية؛

- إعادة تحديد مناطق التوسع السياحي وتحديد دوائر مضامير سياحية.

ثالثا- شروط التطبيق والمتابعة لمخطط التهيئة الإقليمية

إن مخطط التهيئة الإقليمية لولاية جيجل يقتضي: [1]

- إطارا مؤسساتيا مكيفا مع القانون الجديد للتهيئة الإقليمية ومع التوجيهات الواردة في المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية؛

- أدوات جديدة للتطبيق؛

- آليات مالية مكيفة؛

- التكوين؛

- لوحة قيادة وإشراف للتنفيذ ومتابعة برامج مخطط التهيئة الإقليمية الولائية.

المطلب الثالث: مخطط تهيئة الساحل ولاية جيجل " papw "

حسب مخطط تهيئة الشاطئ لولاية جيجل تتربع ولاية جيجل على شريط ساحلي 120 كلم محدود بولاية بجاية غربا، سكيكدة شرقا من الجنوب ولاية ميلة وسطيف بمسافة حوالي 357 كلم عن العاصمة، تمتلك مخرج مينائي مفصل لإقليم الهضاب العليا الشرقية وبعض الدول الإفريقية، تضم ولاية جيجل 14 شاطئ ذات بعد عمراني وساحلية وتوجد شواطئ غير مؤهلة.

[1] المرجع السابق، ص 45.

أولا- شواطئ جيجل ذات الهيئة العمرانية

تضم ولاية جيجل 9 شواطئ سياحية معظمها ذات بعد عمراني تحتل المرتبة الأولى، وتضم أجمل شواطئ سياحية في الجزائر بالنظر لتنوع الطبيعة الموجودة بها والمناظر الخلابة نذكر منها ما يلي: [1]

1- الشاطئ الأحمر: يقع في بلدية زيامة منصورية تعتبر أصل الجمال السياحي في الولاية تمتد على شريط ساحلي الكورنيش الجيجلي الذي هو امتداد لمناطق عمرانية ذات تهيئة سياحية.

2- شاطئ المنارة الكبير: مزار تاريخي لكافة شرائح السياح من مختلف الجنسيات يتميز بمنارته العالية التي تعتبر أصل عمراني يمزج بين الطابع السياحي والتهيئة العمرانية.

3- شاطئ أفتيس: يعرف باسم ليزافتيس الموجود ببلدية لعوانة يتميز بمزيج بين الجمال الطبيعي والعمراني من جبال وغابات جنوب الكورنيش

4- الخليج الصغير: قريب من المنار الكبير يعانق الطريق الوطني 43 الذي يربط بين بجاية وجيجل، وكذا جبال مزغيطان ذات الجمال العمراني والطبيعي.

5- شاطئ أندرو برج بليدة: يقع في العوانة فيه جزيرة جميلة.

6- شاطئ الصخر الأسود: يوجد قرب شواطئ أندرو يوجد به الصخر الأسود، مكان جميل وهادئ لعشاق الشواطئ الصخرية.

7- شاطئ سيدي عبد العزيز: يبعد حوالي 30 كيلو متر شرق ولاية المورنيش يمتاز بشواطئ خلابة.

8- شاطئ كتامة: يقع بقلب المدينة له امتداد عمراني جميل "كازينو" قريبا من ميناء جن جن يمتاز بطابع تجاري وسياحي جميل.

9- شاطئ تاسوست: شاطئ يمتاز بتنوعه الممزوج بين الطبيعة الغابية وقربه من الطريق الرابط بين أكبر مدن الولاية جيجل، الطاهير ، الميلية.

ثانيا- مناطق التوسع السياحي في الولاية حسب مخطط تهيئة الساحل "Zet"

تم إنشاء 172 منطقة للتوسع السياحي "Zet " وحاليا يطلق عليها "Zest" بمعنى مناطق ومواقع التوسع السياحي بكامل التراب الوطني مصنفة وفق المرسوم 232/80 المؤرخ في 2013/11/05 منها 140 موزعة في 14 ولاية، جيجل وحدها 19 منطقة للتوسع السياحي أكد منها الرسوم للسياحة المالية 4878 هكتار، مع تعيين تسعة مناطق ذات أفضلية للتنمية السياسية والتهيئة العمرانية وهي [2] :

---

[1] مخطط تهيئة الساحل لولاية جيجل، **تقرير الخامس، ملخص المحاور الرئيسية لتهيئة السواحل للدراسة، المركز الوطني للدراسة والتحليل الخاص بالسواحل** ، جوان 2015، ص 10.

[2] المرجع نفسه، ص 11.

1- منطقة التوسع العمراني السياحي بني بلعيد: تمتد على مساحة 482 هكتار، منها 40هكتار فقط قابل للتهيئة .

2- منطقة التوسع العمراني السياحي سيدي عبد العزيز: تتربع على مساحة تصل إلى 203 هكتار، لا تتعدى المساحة القابلة للتهيئة 10 هكتارات، تعتبر المنطقة في مجال التوسع العمراني.

3- منطقة التوسع السياسي العمراني تاسوست: تمتد على مساحة 391 هكتار حيث 80 هكتار فقط قابلة للتصنيف مقسمة إلى جزئين بسبب الطريق الوطني رقم 43، تمتد بين البحر والطريق الوطني 43، لم يبقى سوى حوالي 13 هكتار برمجت للإنجاز 05 مشاريع سياحية وشبه سياحية.

4- منطقة التوسع السياحي كازينو: تمتد على مساحة 73 هكتار منها 3 هكتارات قابلة للتهيئة، أما الجزء المتبقي فهو عبارة عن عمران ومرافق تمثل الهياكل الموجودة بها في 05 فنادق.

5- منطقة التوسع العمراني السياحي رأس العافية: تغطي مساحة 55 كلم، لم يستغل منها سوى حوالي 08 هكتارات وتبقى 47 هكتار قابلة لمختلف التهييئات العمرانية والمرافق الأخرى.

6- منطقة التوسع السياحي برج بليدة: تمتد على مساحة 129 هكتار لم يتبقى منها سوى 50 هكتار قابل للتهيئة تم برمجة توسع سياحي بطابع عمراني.

7- منطقة التوسع السياحي العمراني لعوانة: تمتد على مساحة 167 هكتار أكثر من 10 هكتارات قابلة للتهيئة، تم إنجاز ميناء بجزئين، واحد للصيد والآخر للتنزه والسياحة تتواجد بالقرب من غابة قروش، الموضوعة ضمن نطاق التأهيل العمراني السياحي إذ يتم حاليا دراسة مشروع تهيئة هذه المنطقة التي تمتلك مؤهلات سياحية هائلة.

8- منطقة التوسع السياحي العمراني الأقتيس: تمتد على مساحة 67 هكتار ، تعتبر منطقة هامة ذات قابلية عالية للتهيئة.

9- منطقة التوسع السياحي العمراني تازة: تبلغ مساحتها 62 هكتار منها 10 هكتارات قابلة للتهيئة، تم مؤخرا برمجة مشاريع تنموية ذات تهيئة عالية ضمن محيط الحظيرة الوطنية تازة.

ثالثا- مشكل مناطق التوسع السياحي لولاية جيجل ضمن مخطط تهيئة الساحل

تتخبط ولاية جيجل مشاكل كثيرة تؤثر بدرجة كبيرة على السياحة سنتطرق إليها فيما يلي [1] :

1- مشاكل الإدارة والتسيير:

[1] المرجع السابق، ص 16.

أ- **التأطير:** تعاني مديرية السياحة من قلة الموظفين مما يعود بالتأثير على أداء مهامهم، ضف إلى ذلك قلة التأطير بخلاف المدير والمفتشين الرئيسيين لا يوجد أي موظف مختص في مجال التسيير السياحي.

ب- **المقر:** تعاني مديرية السياحية لولاية جيجل من الضيق الكبير في المقر بحيث لا يسمح للموظفين بأداء مهامهم على أحسن ما يرام.

2- المشاكل الأمنية: عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة تدهورا كبيرا في القطاع بسبب العشرية السوداء حيث مست بالدرجة قطاع السياحة، وبدورها ولاية جيجل عرفت خيبة كبيرة في هذه العشرية حيث لم تعرف الاستقرار الأمني إلا بعد سنة 2001 فانتعش المجال السياحي قليلا وبعدها عرف تطورا كبيرا في عدد السياح سنة بعد سنة فعامل الأمن له تأثير كبير على السياحة لابد من توفيره لضمان عدد كبير من السياح.

3- المشاكل الاقتصادية والمالية: لأجل فتح الاستثمار بمجال المستثمرين لابد من وجود ميزانية مخصصة لذلك والقطاع السياحي في ولاية جيجل يعاني من مشاكل التمويل هذا ما سجل من خلال تطلعنا على طبيعة الاستثمار في الولاية وجدنا أن أغلب مناطق التوسع مبرمجة لكن أغلبها لم تنطلق الأشغال فيها، وهذا راجع إلى نق التمويل وأخرى تتوقف بسبب التمويل أيضا.

4- مشاكل الهياكل القاعدية: هي العناصر الأساسية لقيام أي نوع من السياحة لتسهيل عملية السياحة بالخصوص شبكة المواصلات بمختلف أنواعها وهياكل الاستقبال، فالولاية تعاني من نقص كبير في هذه الهياكل بالإضافة إلى الاستغلال غير العقلاني للهياكل المتوفرة والتي تقتصر على المبنية فقط.

5- المشاكل الثقافية: أصبح السائح اليوم يبحث في ثقافة وتقاليد وعادات المجتمع الذي يزوره ما تجسده السياحة لكي تثري ثقافة السائح بالانتفاع بالإجازات وأوقات الفراغ للتمتع بالمصادر والمغريات الثقافية في تلك المنطقة، فيصبح من الأهداف الأساسية للسياحة خاصة

6- مشكل العقار السياحي: تعاني ولاية جيجل من انعدام قانون يحكم العقار السياحي حيث تعاني من:

تحويل أراضي مناطق التوسع السياحي، إلى مناطق صناعية مثل منطقة التوسع السياحي أشواط، التي بني فيها المحول الكهربائي المركزي وميناء جن جن وجزء من منطقة تاسوست في القطب الجامعي.

البناء الفوضوي الذي تعاني منه تقريبا كل مناطق التوسع حيث توجد ثمانية مناطق للتهيئة أجريت منها أشغال أخرى.

خلاصة الفصل

رغم ما تمتلكه الجزائر من مقومات حضارية وموقع جغرافي هام ومساحة كبيرة الا ان هذا لم يشفع للقطاع السياحي في ان يرتقي للمستوى المطلوب، الذي ظل يتخبط في مشاكل ومعوقات اهمها ضعف الارادة السياسية للدولة في النهوض بالقطاع السياحي وكذا عدم الجدية من طرف السلطات العاملة على راس القطاع السياحي الذي بدوره عجزه عن جذب السياح الاجانب.

وقصد تدارك هذه الوضعية بدلت الدولة مجهودات عن طريق مخططات التهيئة العمرانية لأجل التنمية السياحة الوطنية والمحلية والعمل على تغيير الاستراتيجيات السابقة التي كانت عبارة عن مخططات باءت بالفشل او لم يحسن استغلالها، منها ما انجر ومنها ما جمد ومنها ما مدد، والعمل على تفعيل اليات التهيئة السياحية الاقليمية سوء العمرانية او غيرها والعمل أيضا على تثمين وجهة الجزائر لأجل جذب اكبر عدد من السياح، خاصة في ظل الازمات السياسية والامنية لدول الجوار ليبيا وتونس، فعلى السلطات ان تستغل الظرف للأجل رفع تنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بالمغرب، والتركيز الكبير على السياحة الداخلية.

الخاتمة

ان تطور القطاع السياحي وارتباط العديد من الانشطة بهذا القطاع جعله يحظى بأهمية كبيرة على المستوى المحلي والوطني والدولي، هذا التطور زاد من حدة التنافس خاصة مع بروز مفهوم التهيئة العمرانية.

في هذا الإطار، تعتبر التهيئة العمرانية كنشاط حضري، أحد العناصر الهامة التي يمكن أن تساهم في خلق ديناميكية اقليمية ذات فعالية عالية ونوعية من الجاذبية فضلا عن اعطاء صورة حضارية جمالية في مختلف المناطق .

لكن في الجزائر، رغم الامكانيات السياحية الكبيرة الموجودة في مجال العمراني والحضري من جهة، وأدوات التهيئة العمرانية من جهة اخرى، وكذلك الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع، الا انه لم يرتق للمستوى المطلوب اذ تبقى مساهمته في التنمية الوطنية والناتج الداخلي الخام جد متواضعة، الامر الذي أثر على السوق السياحي وكذا تثمين وجهة الجزائر.

من خلال دراستنا لمختلف جوانب هذا الموضوع يمكن استخلاص مجموعة من النتائج التي تشمل كل من الدراسة النظرية والدراسة التطبيقية.

أولا- نتائج الدراسة

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية استخلصنا مجموعة من النتائج مكنتنا من الاجابة على الفرضيات وفيما يلي نستعرض الفرضية الاولى وجملة النتائج التي تثبت صحتها من عدمها.

- **الفرضية الأولى:** يوجد اهتمام من طرف الجزائر في وضع مخططات مختلفة للتهيئة العمرانية على المستوى الوطني والمحلي.

من خلال دراستنا لهذا الجانب استخلصنا النتائج التالية :

- التهيئة العمرانية: هي نوع من أساليب التدخل المباشر بواسطة الأفكار أو بواسطة وسائل الدراسات أو وسائل التنفيذ والإنجاز، بهدف تطوير وتنمية الشبكة العمرانية وهي مرتبطة بتنظيم وإعادة المجال واستعماله وفقا للسياسة الحضارية العامة بات الاهتمام بتنمية القطاع السياحي في الجزائر، حيث وضعت مجموعة من المخططات والاستراتيجيات السياحية سواء على المستوى الوطني او المحلي قصد تدارك هذه الوضعية وتنمية هذا القطاع ومن أهم هذه المخططات التي وضعتها الجزائر ما يلي:

فعلى المستوى الوطني نجد:

- المخطط الوطني لتهيئة الاقليم؛
- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛
- المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير.

اما على المستوى المحلي فنجد:

- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية للولاية؛
- مخطط تهيئة الولاية؛
- مخطط تهيئة الساحل.

وبناء على هذه المجموعة من النتائج نقبل الفرضية الاولى حيث ان الجزائر بالفعل وضعت مخططات للتهيئة العمرانية.

- **الفرضية الثانية:** مؤشرات أداء القطاع السياحي تعرف تحسننا ملحوظا خلال السنوات الأخيرة

انطلاقا في البحث من هذه الفرضية سجلنا مجموعة من النتائج:

- على الرغم من الامكانيات والمؤهلات التي تتمتع بها الجزائر والتي تؤهلها لان ترقى للسياحة العالمية الا اننا سجلنا نقص كبير ومؤشرات ضعيفة في الهياكل السياحية والاستثمارات السياحية، كما لمسنا تقصير وتفريطا من جانب الدولة في الاستثمار في السياحة؛
- هناك زيادة في عدد السياح الوافدين الى الجزائر سنويا الا أنه ورغم هده الزيادة فعدد السياح يبقى ضعيفا كما أن اغلبية السياح الوافدين الى الجزائر هم جزائريين مقيمين بالخارج وهذا يعني ان السوق السياحي غير قادر على جذب السياح الاجانب؛
- 50% من السياح الاجانب مصدرهما دولتين فقط مما يعني عدم التنويع في الدول الموفدة للسياح الاجانب؛
- كما لاحظنا ان الايرادات السياحية في ارتفاع مستمر في السنوات الاخيرة وهذا راجع للاهتمام بقطاع السياحة الا انها تبقى ضعيفة مقارنة بالإيرادات السياحية للدول المجاورة، اما فيما يخص النفقات السياحية فعرفت تدبدبا في قيمتها السنوية الا أن الميزان السياحي لم يكن في يوم من الايام موجب.
- أما فيما يخص مؤشر تطور الليالي السياحية في الجزائر لاحظنا أنه في تطور لكن بشكل بطيء نوعا وهدا يدل على ضعف الخدمات السياحية في الجزائر.

وبناء على هذه المجموعة من النتائج نقبل هذه الفرضية بتحفظ حيث ان القطاع السياحي في الجزائر يتطور بشكل ملحوظ في السنوات الاخيرة.

- **الفرضـــية الثالثـــة:** تســاهم مخططــات التهيئــة العمرانيــة فــي ترقيــة القطــاع الســياحي علــى المســتوى الوطني والمحلي

انطلاقا من البحث في هذه الفرضية سجلنا مجموعة من النتائج:

وضعت الجزائر مجموعة من الاستراتيجيات لترقية القطاع عن طريق مخططات التهيئة العمرانية لأجل التنمية السياحة الوطنية والمحلية التي كانت عبارة عن مخططات باءت بالفشل أو لم يحسن استغلالها، منها ما انجر ومنها ما جمد ومنها ما مدد وفيما يلي نستعرض المشاكل التي حالت دون تنفيد هذه المخططات:

- الإجراءات المعقدة في اعداد المخططات؛
- التأخر في تنفيد المشاريع المدرجة في المخططات سواء على المدى المتوسط أو الطويل؛
- تغيير الاستراتيجية كل مرة لأفاق جديدة في المخططات؛
- عدم التوافق بين ادوات التهيئة والتعمير وبرامج وأهداف الاستراتيجية الوطنية للتهيئة السياحية التي تحدد لكل مدينة مكانتها ومقوماتها الطبيعية؛
- تشابك وتداخل بين ادوات التهيئة العمرانية وادوات التهيئة الاقليمية؛
- عدم وجود موارد بشرية مختصة في مجال التعمير والتخطيط العمراني.

وبناء على هده المجموعة من النتائج ترفض الفرضية الثالثة حيث أن مخططات التهيئة العمرانية لم تساهم في ترقية القطاع السياحي سواء على المستوى المحلي أو الوطني.

ثانيا- التوصيات

على ضوء النتائج السابقة المفسرة للفرضيات يمكن تقديم التوصيات التالية

1- لاهتمام بالأعلام السياحي وتنشيطه من اجل بمختلف انواعه من اجل تعريف السائح المحلي والاجنبي بالمواقع السياحية في الجزائر من جهة ، ومحو الصورة السيئة التي تشكلت في لدى السياح الاجانب بسبب الازمة الامنية التي مرت بها الجزائر من جهة اخرى.

2- تثمين وجهة الجزائر وخلق ديناميكية متوازنة بين الدولة وهياكلها لترقية القطاع السياحي الهش وتدارك المشاكل والمعوقات لأجل جذب اكبر عدد من السياح، ورفع تنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بالمغرب، من خلال التركيز على السياحة الداخلية.

3- غياب العدالة الاقليمية وعدم الاستغلال العقلاني للموارد والامكانيات السياحية المتوفرة في الاقليم، لهذا يجب اعادة تثمين الاقليم ككل واعادة توزيع النشاطات على كافة مساحة الاقليم لتحقيق تنمية اقليمية متوازنة

والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الاقل نموا التي تمتلك المصادر والموارد السياحية، فالسياحة حاليا تعتبر ضرورة حتمية لاستخدامها كمحرك للتنمية.

4- الحفاظ على البيئة الحضارية من خلال وضع برنامج يهدف الى القضاء على مشكل تلوث الشريط الساحلي، والحد من ظاهرة التوسع العمراني على حساب الساحل والقضاء على السكن القصديري الذي يشوه صورة المدينة ذات الطابع السياحي، يتطلب سياسة راشدة والتكفل من طرف الدولة.

5- الاهتمام أكثر بمخططات التهيئة العمرانية والتهيئة السياحية على المستوى الوطني والمحلي والسهر على تنفيذها في أجالها المحددة، كما نوصي بضرورة اشراك كل الاطراف ذات المصلحة من دواوين سياحة ووكالات واكاديميين وسكان محليين في التخطيط للقطاع السياحي وتنفيد تلك المخططات على المستوى الوطني والمحلي.

6- العمل على تنمية البنى التحتية والاهتمام بشبكة المواصلات، ذلك لضمان فعالية أكبر لها على المجال باعتبارها عنصرا حيويا وكذا لدورها الايجابي في تحقيق التعاون بين المراكز العمرانية والمناطق السياحية.

7- نشر الوعي الثقافي بواسطة وسائل الاتصال الجماهيرية من تلفاز وإذاعة وصحافة وأهميته بالنسبة للسكان المحليين والتنمية المحلية، الهدف منه نشر السلوك الحضاري السليم الذي يتفق مع متطلبات الترغيب السياحي وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم.

ثالثا- أفاق الدراسة

ايمانا منا بان الكمال لله وان العمل مهما كان كبيرا فانه يشوبه نقصا أو تقصير، نشير الى أن هذا الموضوع لا يقف عند هدا الحد اذ اننا لم نستوفي جميع جوانبه وهذا يعني أن امكانية البحث والدراسة في هذا المجال لا تزال متاحة بشكل كبير، لذلك نقترح بعض المواضيع التي نراها مكملة لهذه الدراسة .

- اشكالية التوسع العمراني في الجزائر والحد منه كأداة لتفعيل القطاع السياحي؛
- التهيئة العمرانية ودورها في تثمين الوجهات السياحية المحلية.
- تقييم تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030م.

قائمة المراجع

I- باللغة العربية

اولا- القران الكريم

1- سورة التوبة، رقمها 09 ،مدنية،الآية 111-112.

2- سورة قريش، رقمها 106، مكية، الآية 1-2.

ثانيا- الكتب

1- أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، دار الوفاء للطباعة والنشر،الإسكندرية،2008.

2- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، 2007.

3- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

4- دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2006.

5- زيد منير سليمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

6- سمير صارم، التخطيط: نموذج القطري العربي السوري، دار الخير للطباعة، دمشق، 2003.

7- صبري فارس الهيفي، التخطيط الحضري، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

8- صلاح الدين البحيري، جغرافية الأردن، الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

9- طه الحوري مثنى، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الورق للنشر، عمان، 2000.

10- عبد العزيز ماهر، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.

11- عبد العظيم حمدي، اقتصاديات السياحة، دار الزهراء، القاهرة، 1996.

12- عبلة عبد الحميد بخاري، محاضرات في الاقتصاد الإقليمي، كلية الاقتصاد والإدارة, جدة، 2010.

13- عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي و المحلي (مصر)، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.

14- فتحي الشرقاوي، لمياء السيد حفني، الاتجاهات الحديثة في السياحة، سوتير للنشر والتوزيع، 2008.

15- محمد جاسم شعبان العاني، أساليب التحليل الكمي في مجال التخطيط الجغرافي والإقليمي بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

16- محمد جاسم شعبان العاني، التخطيط الإقليمي، مبادئ وأسس نظريات وأساليب، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

17- محمد جاسم محمد علي شعبان العاني، الإقليم والتخطيط الإقليمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

18- محمد خميس الزوكة، التخطيط الإقليمي وأبعاده الجغرافية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1991.

19- محمد غنيم، مقدمة في التخطيط الإقليمي، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1998.

20- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع الأردن، 2001.
21- مصطفى عبد القادر، دور الاعلان في التسويق السياحي، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، مصر، 2003.
22- موسى يوسف خميس ، دراسات في التخطيط والتنمية، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر، عمان، 1995.
23- نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة ، دار غداء للنشر و التوزيع، عمان، 2011.
24- نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، الجغرافية السياحية في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الاولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
25- نعيم الظاهر، الياس سراب، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
26- هدى سيد لطيف، السياحة بين النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
27- هوشبار معروف، تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضاري، الطبعة الاولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
28- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
29- يسرى دعيبس، السياحة و المجتمع، البطاش نستر للنشر و التوزيع، الاسكندرية، 2009.

ثالثا- الاطروحات والمذكرات الجامعية

1- أسعد معتوق، بيانات ومؤشرات التنمية الاقليمية، مدخل لصياغة الاقاليم التنموية، مذكرة ماجستير، كلية الهندسة المعمارية، جامعة دمشق، 2009.
2- ايمن برنجي، الخدمات السياحية واثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس 2009.
3- مليكة حفيظ شبايكي، السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية، - حالة الجزائر-، مذكرة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة ، 2003.
4- زهرة ابريش، دور البلدية في ميدان التهيئة والتعمير، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خذة، 2010- 2011.
5- سمير سالمي، استراتيجية ترقية القطاع السياحي كأداة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، مذكرة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2011-2012.
6- صالح موهوب، واقع السياحة في الجزائر وسبل تطويرها، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006- 2007.

7- صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر والمغرب وتونس، مذكرة دكتورة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2010-2011.

8- عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، مذكرة دكتورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010.

9- عبد الحفيظ مسكين، إستراتيجية تسويق المنتج السياحي الجزائري خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، مذكرة دكتورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016.

10- عبير محمد جلال الدين، منهجية عمل لتنمية الأقاليم الساحلية المصرية من خلال التعدد الاقتصادي لمدنها الساحلية، مذكرة دكتوراه كلية الهندسة المعمارية، جامعة القاهرة، 2012.

11- لعويسي عبد الله، قرارات التهيئة والتعمير في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011-2012.

12- مروان صحاري، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2012.

13- هدير عبد القادر، واقع السباحة في الجزائر وآفاق تطورها، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

رابعا- الملتقيات والمجلات العلمية

1- أديب الخليل، تكامل التخطيط القطاعي والتخطيط الإقليمي ودوره في تشكيل منظومة اقتصادية متكاملة في المنطقة الإدارية، مجلة جامعة دمشق، المجلة 30- العدد 3+4، 2014.

2- خالد كواش، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2005.

3- رزاز عبد الصمد، يوم دراسي حول التهيئة السياحية واثرها على التنمية المحلية، الجزء الاول، مديرية السياحة لولاية برج بوعريريج، دار الثقافة محمد بوالضياف، 21 ديسمبر، الجزائر، 2009.

4- رقية حساني، واقع السياحة الداخلية في الجزائر و معوقاتها، الملتقى الدولي الثالث حول اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، يوم 03 و04 ديسمبر 2013.

5- صبري عبد السميع، أصول التسويق السياحي ،مطبوعات كلية السياحية، مجلة حقوق حلوان العدد07،القاهرة ، 1992.

6- صبري عبد السميع، الاسس العلمية للتسويق الساحي والفندقية وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، بحوث ودراسات، 2006.

7- عبود زرقين، تعزيز دور السياحة المحلية في تحقيق التنمية المحلية، الملتقى الدولي الثالث للسياحة حول اقتصاديات السياحة المحلية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يوم 03 و04 ديسمبر، 2013.

8- علي محمد دياب، مفهوم الإقليم وعلم الأقاليم من منظور جغرافي وبشري، مجلة جامعة دمشق، المجلة 26، العدد الثاني، دمشق، 2012.

9- فراس شهيد نوري الحجامي، ورقة بحثية، جدلية العلاقة بين التخطيط الإقليمي والتخطيط الاقتصادي، كلية الهندسة المعمارية، بغداد، 2010.

10- محمد علي دياب، مفهوم الإقليم وعلم الأقاليم، مجلة جامعة دمشق- المجلة 28- العدد الثاني، دمشق، 2012.

11- وفاء عبد الباسط، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية والتحديات المعاصرة، مجلة حقوق حلوان العدد12،القاهرة، 2005.

12- يمينة زرفة، زينب قماس، أدوات التهيئة والتعمير بالجزائر بين الأهداف والتوظيف، مجلة العلوم الإنسانية العدد 35/34، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.

خامسا- التقارير

1- الموقع الرسمي لوزارة تهيئة الإقليم والبيئة،www. Mate. Gove. Dz ،
تاريخ التصفح 2017/03/14.

2- وزارة التهيئة العمرانية والبيئة، المخطط الوطني لتهيئة الاقليم.

3- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمس وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

4- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المشاريع ذات الأولوية السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2005.

5- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

سادسا- القوانين والمراسيم

1- القانون 01-20، المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 77، الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001.

2- القرار رقم 459/ 83/ الصادر بتاريخ 1983/05/23، المتعلق بحماية الموارد والنظم الإيكولوجية الطبيعية في الجزائر.

3- المادة 18 من المرسوم التنفيذي 318/05 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005، المتعلق بمخطط شغل الأرض، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 61.

سابعا- مرتفقات

1- مخطط التهيئة الإقليمية لولاية جيجل، التقرير الخامس، ملخص المحاور الرئيسية للدراسة) المركز الوطني للدراسات والتحاليل الخاصة بالسكان والتنمية ، CENEA، جوان، 2014.

2- مخطط تهيئة الساحل لولاية جيجل، تقرير الخامس، ملخص المحاور الرئيسية لتهيئة السواحل للدراسة، المركز الوطني للدراسة والتحليل الخاص بالسواحل ، جوان 2015.

II- باللغة الاجنبية

اولا- الكتب

1- J CHRISTOPHER HOLLOWAS CLAIR HUMPHREYS ROB DAVIDSON, the business of Tourisme 8th, Edition Pearson éducation, 2009 .

ثانيا-التقارير

1- Algérie, les Parcs Nationaux sur le sit web : www Algérie – monde . com, consulté le :20/03/2017.

2- Algerie, Les Parcs Nationaux, Sur Le Site web : www. Algerie – monde. Com, consulté le : 15/03/2017 .

3- Drection du tourisme et de l'artisanat de la wilaya jijel, Not méthodologique de cadrage de la démarche pour l'élaboration du schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya ,termes de référence.

4- République Algérienne Démocratique, ministère du tourisme, «le schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya».

5- Schema Direction d'aminagement Touristique de lal wilaya de jijel :Annexe fiche projet.

ثالثا- القوانين والمراسيم

1- Loi n° 10-02 sur , Schéma National d'Aménagement du Territoire Algérie, journal offciel de algerienne n° 61, le 21 octobre 2010.

رابعا- مواقع الانترنت

1- L'office National du Tourisme, Site Algérienne Classes au Patrinoine Mondial, de l'unesc, www. ont.dz.

الملاحـــق

(01): تطور عدد السياح العالمي من سنة (2001 – 2015).

السنوات	عدد السياح
2001	684.4
2002	704.7
2003	629.9
2004	761.4
2005	801,6
2006	846
2007	900
2008	943
2009	880
2010	940
2011	995
2012	1035
2013	1067
2014	1133
2015	1200

المنظمة العالمية للسياحة Source : http://www2.unwlo.org/fr

(02): ترتيب أول عشر دول من حيث توافد السياح إليها سنة 2015.

الترتيب سنة 2015		النسبة المئوية من الإجمالي العالمي لعدد السياح
ترتيب الدولة	عدد السياح سنة 2015 (مليون)	
1- فرنسا	83,7 مليون	%7
2- و م أ	74,8	6,2%
3- اسبانيا	65	5,4%
4- الصين	55,6	4,6%
5- ايطاليا	48,6	4%
6- تركيا	39,8	3,3%
7- ألمانيا	33	2,8%
8- بريطانيا	32,6	2,7%
9- روسيا	26,8	2,5%
10- المكسيك	29,1	2,4%

Source : le site de la géographe touristique en France et dans le mond –le tourisme dans le monde.hhttp://geolouruele.com

(03): ترتيب أول عشر دول حسب الإيرادات السياحية المحققة سنة 2015.

ترتيب الدولة	الإيرادات السياحية(مليار دولار)	النسبة المؤوية من إجمالي إيرادات السياحية الدولة
1.و.م.أ	204 ,5	13,63%
2.الصين	114,1	7,6%
3.اسبانيا	56,5	3.8%
4. فرنسا	45,9	3%
5. المملكة المتحدة	45,5	3%
6. تايلاند	44,6	2.9%
7. ايطاليا	39,4	2,6%
8. ألمانيا	36,9	2,4%
9.هونغ كونغ	36,2	2,4%
10.ماكاو	32,7	2,1%

Source : le site de la géographe touristique en France et dans le mond –le tourisme dans le monde.http://geolouruele.com

(04): تطور الايرادات السياحية والنفقات السياحية للجزائر بين سنوات(2004 – 2014).

السنة	الايرادات السياحية (مليون دولار)	النفقات السياحية (مليون دولار)	الرصيد
2004	178.5	340.9	-162.4
2005	184.2	370	-187.7
2006	215.3	380.7	-165.4
2007	218.9	376.7	-157.8
2008	300	394	-94
2009	330	470	-140
2010	324	500	-176
2011	300	595	-295
2012	295	598	-303
2013	326	532	-206
2014	347	685	-338

Source: http: // data Bank, albank aldawli. Org/dala/ reports. Aspx. Consulter le 18 mai 2017.

ملخص

هدفت هذه الدراسة الى معرفة واقع القطاع السياحي في الجزائر والدور الذي تلعبه مخططات التهيئة العمرانية على كل المستويات في ترقية هذا القطاع.

وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، حيث قدمنا أهم المفاهيم والتعاريف ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة، بينما اعتمدنا على منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي من خلال تحليل وضعية القطاع السياحي الجزائري ومؤشرات أدائه، ثم التطرق لمعرفة دور التهيئة العمرانية في ترقية القطاع السياحي على المستوى الوطني والمحلي عبر مجموعة من المخططات التي وضعتها الجزائر، أهمها المخطط الوطني لتهيئة الاقليم، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير.

وتوصلت الدراسة الى أن القطاع السياحي لم يلعب الدور المنتظر منه في دعم الاقتصاد الوطني، كما أن مخططات التهيئة العمرانية المتعددة على المستوى الوطني والمحلي لم تحقق الاهداف المرجوة منها في تنشيط السياحة الجزائرية.

الكلمات المفتاحية:

السياحة، التخطيط الاقليمي، التخطيط الاقليمي السياحي، التهيئة العمرانية، ترقية القطاع السياحي.

Abstract

The aim of this study is to know the reality of the tourism sector in Algeria and the role played by the urban planning at all levels in the promotion of this sector.

We have relied on the analytical descriptive approach on the theoreical side, where we presented the most important concepts and definitions related to the variables of the study, while we relied on the case study in the practical side by analyzing the situation of the Algerian tourism sector and its performance indicators , then to discuss the role of urban development in the promotion of the tourism sector at the national and local levels , through a series of schemes developed by Algeria, the most important of which is the national scheme for regional configuration, the guideline scheme for tourism configuration and the guideline plan for Urban development.

The study found that the tourism sector did not play the expected role of it in support of the national economy, moreover, the various urbanization plans at the national and local levels have not achieved the desired objectives in activating Algerian tourism.

Key words : Tourism, regional planning, tourism regional planning, urbanization, tourism sector promotion.