

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



قسم علوم التسيير

**دراسة تحليلية لإمكانيات ونقائص السياحة بولاية جيجل
من خلال مديرية السياحة بالولاية**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص: تسيير واقتصاد سياحي

إشراف الأستاذة:

د. بوهالي رتيبة

إعداد الطالب:

علا ب محمد

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ: عيمر عبد الحفيظ
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذة: بوهالي رتيبة
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذ: بوالغلب وليد

السنة الجامعية: 2017/2016

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



قسم علوم التسيير

**دراسة تحليلية لإمكانيات ونقائص السياحة بولاية جيجل
من خلال مديرية السياحة بالولاية**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص: تسيير واقتصاد سياحي

إشراف الأستاذة:

د. بوهالي رتيبة

إعداد الطالب:

علا ب محمد

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ: عيمر عبد الحفيظ
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	الأستاذة: بوهالي رتيبة
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذ: بوالغلب وليد

السنة الجامعية: 2017/2016

فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان	
		الشكر
		الإهداء
		فهرس المحتويات
		قائمة الأشكال والجداول
أ-ج		مقدمة
الفصل الأول: مدخل للسياحة		
5		تمهيد
6	ماهية السياحة	المبحث الأول
6	نشأة وتطور السياحة	1-1
9	مفهوم السياحة والسائح	2-1
14	خصائص السياحة ودوافعها	3-1
18	أسباب السياحة	4-1
19	أساسيات وأنواع السياحة	المبحث الثاني
19	أبعاد السياحة	1-2
21	أنواع السياحة	2-2
26	الآثار الناتجة عن السياحة	3-2
28	مكونات السوق السياحي	4-2
30		خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الجذب السياحي		
32		تمهيد
33	ماهية الجذب السياحي	المبحث الأول
33	المقومات السياحية	1-1
35	العوامل المؤثرة في الجذب السياحي	2-1
37	المزيج التسويقي لعناصر الجذب السياحي	3-1
38	استدامة عوامل الجذب السياحي	4-1
41	عوامل الجذب السياحي	المبحث الثاني
41	العوامل الطبيعية للجذب السياحي	1-2
44	العوامل البشرية للجذب السياحي	2-2

45	العوامل الأخرى للجذب السياحي	3-2
51	معايير اختيار مناطق الجذب السياحي	4-2
52	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: دراسة حالة ولاية جيجل من خلال مديرية السياحة		
54	تمهيد	
55	تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل	المبحث الأول
55	نبذة تاريخية عن ولاية جيجل	1-1
56	التعريف بمديرية السياحة والصناعات التقليدية	2-1
57	مهام مديرية السياحة للنهوض بقطاع السياحة في ولاية جيجل	3-1
58	دراسة الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة	4-1
62	دراسة عوامل الجذب السياحي في ولاية جيجل	المبحث الثاني
62	عوامل الجذب السياحي المتاحة بولاية جيجل	1-2
65	المقومات الثقافية و التاريخية	2-2
66	المقومات الأخرى للجذب السياحي بولاية جيجل	3-2
72	نقائص السياحة بولاية جيجل والحلول المقترحة	4-2
77	خلاصة الفصل	
79	الخاتمة	
83	قائمة المراجع	
	الملخص	

قائمة الأشكال والجدول

1 قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
11	علاقة المفهوم السياحي بالزمن	(1-1)
12	تصنيفات المسافرين	(1-2)
18	دوافع السياحة	(1-3)
25	أنواع السياحة	(1-4)
39	المحاور الإستراتيجية لاستدامة عوامل الجذب	(2-1)
58	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة	(3-1)

2 قائمة الجداول:

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
63	الشواطئ المسموحة للسباحة على مستوى ولاية جيجل	(3-1)
68	الفرق بين طاقات الإيواء	(3-2)
69	المنشآت الفندقية الموجودة على مستوى ولاية جيجل	(3-3)
70	الطاقات الإيوائية للمخيمات	(3-4)
71	طاقات الإيواء لسنتي 2016/2017	(3-5)
71	بيوت الشباب لولاية جيجل	(3-6)
72	إمكانات ونقائص المقومات الطبيعية لولاية جيجل	(3-7)
73	إمكانات ونقائص المقومات الثقافية لولاية جيجل	(3-8)
74	إمكانات ونقائص المقومات الأخرى للجذب السياحي لولاية جيجل	(3-9)

مَقَامَةٌ

بدأت السياحة كنشاط إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها مثل البحث عن المسكن أو الطعام أو الماء، ثم تحولت للبحث عن تجمعات بشرية وذلك لغرض اجتماعي، وفي ظل التطورات الحاصلة في السياحة عبر العصور نتيجة الحاجة التي فرضت على الإنسان التنقل والسفر من مكان لآخر، وما ينتج من آثار ايجابية للسياحة على الدول المستقبلية للسياح في عديد المجالات منها الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي وغيرها، وكذا بالنسبة للسياح من إشباع لحاجاتهم وتحقيق لرغباتهم وأهدافهم كالراحة، الاستجمام، العلاج، التعلم وغيرها، أصبح القطاع السياحي يحظى باهتمام كبير من الدول خاصة لما يوفره من موارد مالية تساعد في التنمية الاقتصادية. لقد تزايد نمو السياحة في السنوات الأخيرة سواء كان ذلك في عدد السياح أو في المداخل المحققة من هذا القطاع، ويرجع هذا النمو في الغالب لما تمتلكه البلدان من مقومات سياحية طبيعية، ثقافية، تاريخية أو جغرافية تجعل من المقصد السياحي قبلة سياحية، ونظرا لما تحققه التنمية السياحية وجب توفير الإمكانيات السياحية المادية والبشرية، فلا يمكن للمقاصد السياحية بما تحتويه من أماكن للراحة، مناظر طبيعية، مناخ، شواطئ، أنهار، غابات، تضاريس، عادات وتقاليد، صناعات تقليدية وفنون إن تمثل مقومات سياحية دون يد عاملة ذات كفاءة، حيث يجب توفر كل العناصر مع بعضها البعض لجلب عدد كبير من السياح.

إن زيادة النمو السياحي يرجع أساسا إلى الاستغلال العقلاني والأمثل للمورد السياحي المتوفر، والعمل على دعمه من خلال انجاز مشاريع تكمل المورد السياحي كالمنشآت القاعدية، الفنادق، الحدائق العمومية، الحظائر الوطنية وتحسين في جودة الخدمات المقدمة للسياح والتوجه بها نحو المعايير العالمية وهو ما يصب دوما في مصلحة السائح والبلد المستقبل.

إشكالية الدراسة:

يتوقف النشاط السياحي على كل ما يمتلكه المقصد السياحي من إمكانيات سياحية يمكن استغلالها في مستوى معين و بشكل عقلاني، وتعد ولاية جيجل مورد سياحي للدولة من خلال ما تزخر به من عوامل للجذب السياحي خاصة الطبيعية منها، إلا أنه ورغم ذلك لا تزال عائدات السياحة بها محدودة. ومن هنا جاءت إشكالية الدراسة للتعرف عن خلفية ذلك من خلال الإجابة على:

ماهي خصائص ولاية جيجل سياحيا من حيث الإمكانيات والنقائص؟

و للإجابة على الطرح المقدم سلفا وجب التوقف على الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما هي أسباب انتشار السياحة ودوافعها؟

✓ ما هي عوامل الجذب السياحي؟

✓ ما هي المقومات السياحية المتوفرة في ولاية جيجل ؟

✓ ما هي النقائص التي تواجه السياحة بولاية جيجل وما هي الحلول المقترحة لها؟

فرضيات الدراسة:

قصد الوصول إلى الإجابة عن الاشكالية والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

- يوجد تنوع في الإمكانيات السياحية ما يخدم القطاع السياحي بولاية جيجل؛
- العنصر البشري هو سبب النقائص المسجلة بقطاع السياحة بولاية جيجل.

أسباب اختيار الموضوع:

تعددت الأسباب وراء اختيار الموضوع ومن أبرزها نذكر ما يلي:

- ارتباط موضوع البحث بمجال التخصص في الماستر "اقتصاد وتسيير سياحي"؛
- الرغبة في زيادة رصيد معارفنا في ميدان السياحة، وإثراء المكتبة؛
- الحرقة من تأخرنا سياحا رغم توفر الولاية على إمكانيات سياحية متنوعة وعديدة نادرا ما توجد في مناطق أخرى،

- التعرف على سير العمل بمديرية السياحة من خلال الزيارات الميدانية، وكذا تحديد جهودهم ومخططاتهم إن وجدت للنهوض بقطاع السياحة بالولاية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في أهمية القطاع الذي تعنى به خاصة مع تراجع أسعار البترول وتوجه الحكومة إلى البحث عن وسائل تمويلية أخرى، فالقطاع السياحي يحتل مكانة هامة في أي دولة من منطلق نقص نفقاته مقارنة بالعوائد التي يحققها للدولة والأفراد.

إن الإمكانيات السياحية لولاية جيجل من الشواطئ، الجبال، المناخ وغيرها، تؤهلها كمنطقة ساحلية أن تكون سياحية بإمتياز، ورغم ذلك فالجزائر لا تستفيد بالشكل اللازم من خيارات هذه الولاية، وعليه فهذه الدراسة تسلط الضوء على الخيارات المتاحة بالولاية والنقائص المسببة لتراجع السياحة بها وصولا إلى حلول مقترحة في إطار تنمية القطاع السياحي وتطويره.

أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا للموضوع لتوضيح الإمكانيات السياحية لولاية جيجل والنقائص الموجودة

وذلك من خلال:

- تقديم خلفية نظرية حول السياحة والمقومات السياحية،
- تحديد المقومات السياحية المتوفرة في ولاية جيجل؛
- إبراز المعوقات السياحية واقتراح الحلول ذات النجاعة في مجال السياحة داخل الولاية؛
- التعرف على كيفية الحفاظ على المقومات السياحية وتطبيق مفهوم الاستدامة.

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعتمد على جمع البيانات والإحصائيات وتحليلها وعرض النتائج، مع دراسة حالة السياحة لولاية جيجل، واعتمدنا على مجموعة من المصادر لجمع المعلومات والمتمثلة في الكتب التي لها علاقة بالموضوع، الإحصائيات، المواقع الإلكترونية بالإضافة إلى إجراء مقابلات من أجل جمع البيانات.

تقسيمات الدراسة وحدودها:

لقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، حيث تناولنا في الفصل الأول مفاهيم عامة حول السياحة وأسبابها، ثم في الفصل الثاني تناولنا عوامل الجذب السياحي، أما بالنسبة للفصل الثالث فيمثل الجانب التطبيقي لموضوع دراستنا الذي حاولنا من خلاله الربط بين الجانب النظري وواقع السياحة في الولاية، وقد تم اختيار مديرية السياحة والصناعات التقليدية مكان لدراستنا، حيث تناولنا تقديم الولاية وأبرز المقومات السياحية وأنواعها، المعوقات التي تواجه القطاع وبعض الحلول للنهوض به، وقد كان هذا خلال الفترة الممتدة من جانفي إلى جوان .

صعوبات الدراسة:

- إن إعداد هذا البحث تخللته عدة صعوبات وخاصة في الجانب التطبيقي نذكر منها:
- الفترة المقررة لإنجاز هذا البحث لا تتوافق مع موسم السياحة داخل الولاية مما صعب علينا اعتماد الاستبيان وإثراء الدراسة بأخذ رأي عينة من السياح؛
 - صعوبة الحصول على المعلومات من المديرية خاصة مخططهم الخماسي لتطوير السياحة؛
 - عدم كفاية الفترة المخصصة لإنجاز هذا البحث.

بعض الدراسات السابقة:

- اثر الجاديبات السياحية على سلوك السياح.
- اثر الترويج للوجهة السياحية على حركية السياح.

الفصل الأول

مدخل للسياحة

المبحث الأول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: أساسيات وأنواع السياحة.

تمهيد

تعد السياحة ظاهرة قديمة و نشاطا ارتبط بوجود الإنسان، حيث نقوم على حب المعرفة والتعلم والاستكشاف بالإضافة إلى الراحة والاستجمام، والسفر للتمتع بكل ما هو متاح من موارد سياحية سواء كانت طبيعية، ثقافية، تاريخية، حضارية أو من صنع الإنسان.

من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى مفهوم السياحة والسائح، أهمية السياحة في عديد المجالات والتحدث على نشأة السياحة وتطورها عبر العصور وكذا أسباب انتشار السياحة وخصائصها والدوافع الموجبة لها ثم أنواعها، أبعادها، الآثار الناتجة عن السياحة بشقيها الايجابي والسلبي ومكونات السوق السياحي.

المبحث الأول: ماهية السياحة

1.1 نشأة وتطور السياحة:

تعتبر السياحة حالياً من الصناعات التي تحظى بأهمية بالغة ومتزايدة سواء من الدول النامية أو المتقدمة، وعرفت بتطورها عبر العصور وفي مختلف المجتمعات، وقد اهتم العديد من الباحثين بتطور السياحة في مجالها الزمني ويمكن ذكر أهم التقسيمات التي اتفق عليها أغلب الباحثين فيما يلي:

1.1.1 السياحة في العصر البدائي:

يعد الانتقال طبيعة كامنة في البشرية، وقد دعت الحاجة للإنسان للانتقال منذ بدأ البشرية أين كان في هذه المرحلة جزء لا يتجزأ من الحياة وضرورة تحتمها طبيعة المجتمع، فلم تكن هناك حكومات توفر للإنسان احتياجاته الضرورية ولم تكن هناك قوانين تحكم تصرفاته وتحدد حقوقه والتزاماته سوى قوانين الطبيعة وأحكامها ولم تكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوى السعي على الأقدام، ولم يكن عنصر الوقت يدخل في تقدير السفر حيث لم يفكر أحد في هـ ذا العصر في تطوير السفر، أو وسائله، وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ولم يظهر لها أي تعريف سوى أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان.¹

2.1.1 السياحة في الحضارات القديمة:

ظهرت الإمبراطوريات الكبرى والمتمثلة في الفارسية، اليونانية، المصرية والرومانية قبل الميلاد بآلاف السنين، ومعها ظهر السفر المنظم، ويتفق الباحثون على أن الفينيقيين هم أول من قاموا بدورة حول إفريقيا بمساعدة الفرعون المصري وذلك عام 600 ق م وبالتالي كانوا الرواد الأوائل للسياحة.² كما أن أبرز الرحلات السياحية كانت ببلاد الإغريق خلال بداية 776 ق م، تميزت بتوافد اليونانيين القدامى وسكان الأقاليم الأوروبية المجاورة إلى منطقة الأولمبياد لمشاهدة الألعاب الأولمبية والتردد على المسارح من أجل المتعة والترويح عن النفس، مما أدى لبناء فنادق لزوار أثينا خلال القرن الرابع للميلاد.³ مع قيام الإمبراطورية الرومانية وظهر الطبقات الاجتماعية ظهرت فكرة السفر لأول مرة بهدف المنفعة والترويح عن النفس.⁴ وترجع زيادة الرحلات السياحية عند الرومان للأسباب التالية:⁵

▪ ضخامة شبكة الطرق البرية التي غطت أقاليم الإمبراطورية الرومانية والتي يبلغ طولها حوالي 80 ألف كلم تقريبا، ويمكن استخدامها للوصول من اسكتلندا إلى بيت المقدس خاصة وأنها كانت ممتدة ومرصوفة؛

¹ أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 13، 15.

² مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 13.

³ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 18.

⁴ مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد الدباغ، مرجع سابق، ص 13.

⁵ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 19.

- تعدد مراكز الراحة على الطريق وتوافر عاملي الأمن والسرعة؛
- انتعاش الأحوال الاقتصادي؛
- تعدد العطلات ومواسم الأعياد.

3.1.1 السياحة في العصور الوسطى :

بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية على أيدي البرابرة سنة 476 م اضطرب الأمن وشهدت الحركة السياحية في أوروبا ركودا كبيرا وسميت هذه الفترة الممتدة من 476م إلى غاية 1450م بالعصور السوداء، بسبب الصراعات والنزاعات بين الدويلات وغياب عنصر الأمن وحرمان الناس من التفكير والإبداع، ولكن هذا لم يمنع بعض المغامرين من تنفيذ بعض الرحلات ومن أشهرهم ماركو بولو في القرن 13 م إلى مناطق عديدة في آسيا الوسطى، كما ساهمت الحضارة الإسلامية المجتمعات في هذه من خلال تشجيعها للعلوم، الفنون، الأدب والعمارة التي ساهمت في حركة الناس وكانت بداية لعصر النهضة. كما تميزت هذه الفترة بوجود الخلافة الإسلامية في بغداد وقرطبة وهم من أهم المدن الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية وأكثرها ثراء، حيث كانت القصور والحدائق في هذه المدن من أهم المناطق التي جلبت أعداد كبيرة من الزوار سواء من داخل الدولة الإسلامية أو من خارجها.¹

4.1.1 السياحة في عصر النهضة والصناعة :

عند نهاية القرون الوسطى بدأت تظهر في أوروبا تحولات تاريخية بالغة الأهمية كان لها تأثير كبير على السفر والتنقل كظاهرة إنسانية ويتميز عصر النهضة في أوروبا بلامح خاصة من أبرزها :²

- ظهور نهضة فكرية وعلمية كبيرة أبدع فيها الأوروبيون الكثير من الكتابات والفنون مما حث إليهم المعرفة وطلب العلم والسعي من أي مكان على الأرض لاكتسابها؛
- تخلصهم من الكثير من القيود وسعيهم إلى معرفة العالم من حولهم ولدى يعرف عصر النهضة بأنه عصر الاستكشافات الجغرافية والذي تحقق بفضل ما أحرزوه من صناعة المراكب التي تجوب البحار واستطاعت أن تتجاوز المحيطات ووصلت إلى ما لم يكن قد اكتشف من قبل من نصف العالم الغربي في الأمريكيتين؛
- إن عصر النهضة أفرز عددا هائلا من الكاتدرائيات والكنائس التي قام كبار مهندسي ذلك العصر بتصميمها وقام الفنانون برسم لوحات خالدة على جدرانها وتقنونا في زخرفتها ما حفز الكثيرين لزيارتها ليس بسبب الدين وإنما لجمالها، ويندرج في هذا الإطار أيضا عامل النافورات والحدائق العامة... الخ؛

¹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة، مصر، 2005، ص ص28، 29.

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 21، 23.

■ إن الإشارات الأولى لبدأ السياحة بدأت في العقود الأخير من عصر النهضة، حيث دأب أبناء الطبقة العليا للإنجليز على القيام برحلة عرفت باسم " الرحلة الكبرى" وكانت رحلة ذات طابع تثقيفي تشمل زيارة معالم فرنسا، إيطاليا، ألمانيا والنمسا وقد اتسمت بطول المدة إذ كانت أحيانا تمتد لما يزيد على ثلاث سنوات بما يسمح تفاصيل المعالم المزارة وكذلك اكتساب اللغة. كما أن النشاط الاستعماري الذي قامت به الدول الأوروبية نتج عنه رواج اقتصادي وحضاري أوروبي، وتطور العلوم والفنون والثورة الصناعية التي كانت نتيجة الحرب العالمية الأولى، وظهور ظاهرة جديدة في مجال السفر والسياحة وتتمثل في قيام الأفراد برحلات تهدف للمتعة والترفيه ولا تسعى للكسب المادي، هنا ظهر تعبير جديد للسياحة بمفهومه المعاصر، واستخدم خلاله اسم السائح للإشارة إلى الشخص الذي يقوم بالرحلة من أجل المتعة ويمكن حصر السمات المتعلقة بالسفر خلال هذه المرحلة كالتالي :

- تبلور فكرة السياحة بمفهومها الحديث؛
 - تزايد حجم حركة السياح بين الدول الأوروبية؛
 - النشاط السياحي مركز معظمه في طبقة الأغنياء؛
 - تحسين خصائص الطرق واتساع شبكاتها وانخفاض تكاليف السفر؛
 - ظهور الفنادق الضخمة التي توفر كل وسائل الراحة.
- وقد ترتب على تغيير الأساس الاقتصادي للمجتمعات من الزراعة إلى الصناعة ، تغيرات موازية في الهيكل الاجتماعي وأسلوب الحياة مثل الانتقال من الريف إلى المدينة.¹

5.1.1 عصر السياحة :

- بدايتها تزامنت مع بداية القرن العشرين تطورت السياحة خلال هذا القرن بصورة لم تشهدها من قبل، حيث تغير مفهوم السياحة وأهدافها تغيرا جذريا وتحول من مجرد قضاء أوقات وإشباع الفضول وحب الاستطلاع إلى البحث عن الراحة والاستجمام والمتعة، وتفردت هذه المرحلة بظواهر سياحية أهمها:²
- نشاط الرحلات الجماعية وتطور وسائل النقل السريع وانخفاض تكلفتها خاصة النقل الجوي؛
 - انتشار فكرة المنتجعات السياحية في العديد من دول العالم؛
 - ظهور مخيمات سياحية منخفضة التكاليف بأوروبا وأمريكا؛
 - ظهور القوى السياحية؛

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 24.

² محمد خميس الزوكة، مرجع سابق، ص ص 41، 42.

- تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى الأقاليم التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية.

2.1 مفهوم السياحة والسائح:

1.2.1 مفهوم السياحة :

يعود مفهوم السياحة لكلمة tour المشتقة من الكلمة اللاتينية tormo وفي عام 1643 ولأول مرة تم استخدام المفهوم tourism ليدل على السفر أو التجوال من مكان لآخر، ويعد سياحة إذا توفرت 3 شروط:¹

- أن يكون مؤقت؛
- أن يكون بشكل تطوعي أو غير إجباري؛
- أن لا يكون فيه البحث عن العمل أو النشاطات التي تهدف للربحية.

تختلف التعاريف الخاصة بالسياحة باختلاف وجهات النظر واختلاف توجه الباحث وميولاته وكذا المقاصد المرجوة منها وفيما يلي بعض التعاريف التي تناولتها الكتب والأبحاث:²

❖ مفهوم السياحة لغة : هي من التنقل والإقامة.

❖ مفهومها في الإسلام : لقد تم ذكر السياحة في القرآن الكريم في مواطن عديدة وكان القصد منها هي أن يتفكر العبد في مخلوقات ربه والتي تهديه إلى خالقه وقد ذكرت في سورة التوبة في قوله تعالى : " فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين"،³ وكذلك في موضع آخر من نفس السورة : " التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر"، وجاءت في مواضع أخرى بمعنى السفر والتجوال في قوله تعالى : " فسيروا في الأرض ثم انظروا". ونستنتج أن السياحة في الإسلام هي التقرب من الله تعالى في أسفار العبد وتنقلاته والتأمل في مخلوقاته.

❖ تعريف المنظمة العالمية للسياحة (OMT):

السياحة هي « مجموع الأنشطة التي يقوم بها الأفراد (المسافرين) خلال إقامتهم في أماكن غير التي يقيمون فيها، من أجل التسلية أو أعمال أو دوافع أخرى ».⁴

❖ السياحة من وجهة نظر بعض الباحثين:

حسب "ابن منظور" في كتابه لسان العرب يرى أن السياحة من مصدر ساح يسيح سوحا وسياحا : إذا جرى على وجه الأرض ، ويقول "ابن حجر العسقلاني في فتح الباري" : ألا يقصد موضعا بعينه يستقر

¹ محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2007، ص ص 17، 18.

² أكرم عاطف رواشدة، السياحة والبيئة، دار الرابطة للنشر، الأردن، 2009، ص ص 17، 18.

³ القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية (2) .

⁴Jean Pierre Lazato ,Giotart Michel Balf, Management du Tourisme Territoire System de Production et Stratégie, 2^{ème} édition. Pearson Education, Paris, 2007, p 04.

فيه.¹ ويرى الباحث جوهر فرولة : السياحة ظاهرة طبيعية ناتجة عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتذوق الجمال الطبيعي والاستمتاع بالهدوء والطبيعة.

ذهب "فون شوليرن": إلى مجموع العلاقات المتبادلة بين الشخص الموجود في مكان ما بصفة مؤقتة وأشخاص يقيمون بهذا المكان. في حين يرى ماثيو c.mathiot: أنها القواعد التي تنظم بمقتضاها رحلات الترويج أو الفائدة سواء ما كان منها متعلقا بما يقوم به المسافرون أو السياح شخصا وما كان منها متعلقا بما يقوم به الأتراك الذين يقومون باستقبالهم وتسهيل انتقالهم.

أما حسب جان مانسان : فهي عبارة عن نشاط ترفيهي يشمل السفر و الإقامة بعيدا عن الموطن الأصلي لمشاهدة الجمال الطبيعي واكتشاف الثقافات والتزود بالتجارب.²

أما قاموس "لاروسية larousse" : فيرى أن السياحة عبارة عن عملية التنقل من أجل الترفيه وهي مجموعة الأنشطة المالية، التقنية، والثقافية في بلد ما ومنطقة ما حسب عدد السياح.

من خلال التعريف يتضح لنا أن السياحة تتميز عن الهجرة على أساس حركة السائح المؤقتة

أو قصيرة الأجل بينما الهجرة حركة أشخاص طويلة الأجل قد تأخذ شكل الإقامة أو العمل.³

تعريف "جون ميشو" : السياحة هي نشأ يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلية لليلة حيث يكون السبب هو تداوي، التسلية، اجتماعات، زيارات، رياضية...إلخ.

من خلال التعاريف السابقة يتضح لنا أن السياحة هي نشاط إنساني يتميز بتنقل الأفراد من مكان

إقامتهم الأصلي إلى مكان آخر لا يتعدى سنة و يقل عن 24 ساعة وذلك من أجل الترفيه والترويج عن النفس وليس لغرض الريح.⁴

2.2.1 مفهوم السائح:

تعددت التعاريف حول السائح ومن أبرز هذه التعاريف نجد تعريف منظمة الأمم المتحدة للسفر

والسياحة الدوليين: « السائح هو أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزي منه في الدولة التي يزورها».⁵

إن هذا التعريف يشمل على فئتين من الزائرين هما:

¹ أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 18.

² محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر، مصر، 2007، ص33.

³ Ahmed Tessa, *Economique Touristique et Aménagement de Trétoire*, OPU, Alger, 1993, p 20.

⁴ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 1999، ص 18.

⁵ يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2003، صص 162، 163.

- السياح: هم زوار مؤقتين يمكثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه من أجل الترفيه، الراحة، قضاء العطل، الصحة... الخ.

- المنتزهون: وهم زوار لا تتعدى مدة إقامتهم 24 ساعة خارج مقر إقامتهم المعتاد.

كما عرف السائح بأنه : الزائر الذي يقوم بزيارة مؤقتة في مدة لا تقل عن 24 ساعة إلى البلد المضيف، في حين المنتزه زائر ليوم واحد وهو الزائر الذي يقيم إقامة مؤقتة أقل من 24 ساعة في البلد المضيف.¹

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

وبهذا التعريف يمكن أن نقسم السائح إلى فئتين :

- السائح العالمي : وهو الذي يأتي من بلد بعيد عن بلده الأصلي ؛
- السائح المحلي : وهو السائح الذي يقوم بالسياحة داخل حدود بلده الأصلي أو ما تسمى بالسياحة الداخلية. وعليه فإن الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم :²
- أعضاء الهيئات الدبلوماسية؛
- أفراد القوات المسلحة الأجنبية؛
- العاملون المؤقتين ممن يرتبطون بعقد عمل في دول أجنبية كأن يكونوا خبراء أو موظفي أو عمال؛
- الأشخاص المقيمون عند الحدود ويعملون في أراضي دولة أخرى ؛
- المسافرون العابرون وهم طاقم الطائرة، الباخرة، سائق القطارات، الشاحنات، هم من يعبرون البلد وبيقون فيه لفترات تقل عن 24 ساعة.

يتعلق مفهوم السياحة بالزمن الذي يقضيه السائح في المقصد السياحي والشكل الموالى يعبر عن

السياحة بدلالة الزمن:

الشكل(1-1) : علاقة المفهوم السياحي بالزمن.

نزهة أو رحلة 24 ساعة سياحة 365 يوم إقامة أو هجرة

المصدر: أكرم عاطف رواشدة، السياحة والبيئة، مرجع سابق، ص 20.

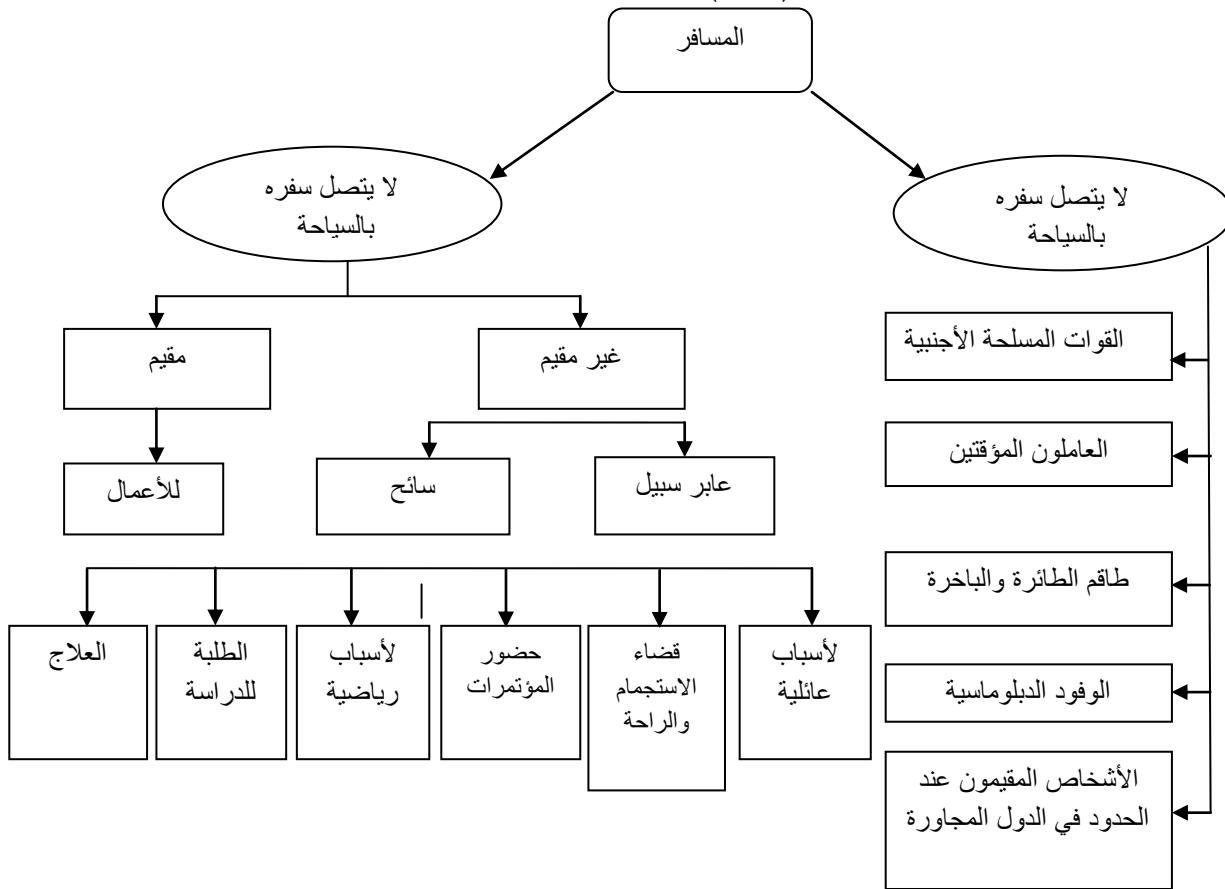
¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 1985، ص9.

² نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2007، ص34.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن السياحة متعلقة بالزمن حيث كل من يتجاوز إقامته 24 ساعة وأقل من 365 يوم يعتبر داخل مجال السياحة، في حين أن من يمكث أقل من 24 ساعة يعتبر زائر ومن يمكث أكثر من 365 يوم يعتبر مهاجر .

في حين نجد تصنيفات المسافرين معبر عنها في الشكل والتي توضح الفرق بين السائح وعابر السبيل والمسافر ونذكرها كما يلي:

الشكل (1-2): تصنيفات المسافرين



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة رسلان للطباعة، سوريا، 2009، ص 27.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن السائح هو شخص غير مقيم مسافر لأسباب معلومة ومحددة، في حين المقيم لا يعتبر سائح وكذلك يستثنى من السائح المسافرين لأغراض عسكرية والوفود الدبلوماسية وغيرها.

3.2.1 أهمية السياحة: للسياحة أهمية واسعة في مجالات عديدة وجوانب كثيرة نذكر منها:¹

- ❖ الأهمية الاقتصادية وتتمثل من خلال: خلق مناصب عمل كون القطاع السياحي كثير التشابك مع العديد من القطاعات الأخرى وهذا يعني إمكانية السياحة في توليد فرص عمل تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز بمستلزمات الإنتاج؛
- تحسين ميزان المدفوعات: كونها صناعة تصديرية تعمل على تحسين ميزان المدفوعات في الدول المستقبلية للسياح ويقسم أيري (AIREY) الآثار السياحية على ميزان المدفوعات إلى ثلاثة أقسام هي:
 - الآثار الأولية: وهو حجم الإنفاق للزوار الذي يبقى في المنطقة.
 - الآثار الثانوية: وهي عبارة عن الأموال التي ينفقها الزوار في قطاع الأعمال والإمداد والأجور والخدمات
 - الآثار الثالثة: ويقصد بها تحركات النقد التي تتم من خلال إنفاق السائح.
- ❖ زيادة القيمة المضافة والنتائج القومي: حيث تؤدي جميع المنافع الاقتصادية السياحية إلى تحقيق زيادة ملموسة في القيمة المضافة والنتائج القومي للدولة؛
- ❖ نقل التكنولوجيا والتقنيات: سوق التكنولوجيا والتقنيات سوق احتكاري ليس من السهل شراء أو اكتساب التقنية فيه والشركات التي تستثمر في الخارج يفترض أنها تتأثر بامتلاك قدرات فنية غير متاحة للآخرين فعلى المستوى السياحي يمكن أن يدفع وجود الشركات الأجنبية في مجال تسويق وإنتاج الخدمات السياحية وإدارة مرافقها، والشركات الوطنية تهدف إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في السوق وتبرز أهمية العقود الإدارية بصفة خاصة في هذا الشأن كأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق ومن أمثلة هذه العقود ما هو مطبق بالنسبة لسلسلة الفنادق كالهلتون والشراطون الموجودة في جميع أنحاء العالم؛
- ❖ تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات النقد الأجنبي الناتج عن السياحة كالآتي:
 - مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.
 - المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدولة.
 - فروق تحويل العملة.
 - الإنفاق اليومي للسائح مقابل الخدمات السياحية.

¹ محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ص 24، 25.

❖ الأهمية الاجتماعية:¹

- رفع مستوى الشعور بالانتماء للوطن من خلال التبادل الثقافي والحضاري.
- تحسين نمط حياة الأفراد وتحسين مستوى معيشتهم مما يحقق التوازن الاجتماعي.
- التفاعل والاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزارة من جهة والسياح من جهة أخرى سواء كانوا من جنسية نفس البلد أو من جنسيات أخرى الأمر الذي يقضي إلى التبادل الاجتماعي وإنشاء العلاقات.

– الأهمية الحضارية والثقافية:²

- انتشار ثقافات الشعوب والحضارات والأمم في مختلف الأقاليم.
- تعمل السياحة على زيادة معرفة شعوب الأرض بعضها ببعض.
- توطيد العلاقات وتقريب المسافات والتفاهم الثقافي فيما بينهم.
- التعرف على ماضي الشعوب والتعريف بالتراث التاريخي والحضاري للشعوب.
- كما أن الحركة السياحية لها تأثير فعال على قطاعات أخرى من خلال ما يلي:
- قطاع النقل: تساهم السياحة في تفعيل الحركة البرية، الجوية، البحرية مما يؤدي إلى زيادة المداخل.
- قطاع الصحة: يوظف قطاع السياحة في مراكز الحمامات والأماكن العائلية وأماكن الراحة ممرضين وأطباء.

– قطاع التجارة: وهذا من خلال السلع المختلفة التي يتم جلبها أو تبادلها مع مختلف السياح.

3.1 خصائص السياحة ودوافعها**1.3.1 خصائص السياحة**

كغيرها من القطاعات والأنشطة تمتلك السياحة خصائص مميزة تختلف باختلاف أنواعها وسنتطرق إلى أهم هذه الخصائص وهي :

- المنتج السياحي منتج مركب: فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض لتشكل أو تقدم منتجاً سياحياً، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل جذب طبيعية وعوامل جذب تاريخية بالإضافة إلى بنى أساسية عامة وأماكن الإقامة، وكذلك منشآت لخدمات السائحين من مكاتب سياحية وبنوك وفنادق ومنتجعات وقرى سياحية.³

– السياحة غير منظورة: فالسياحة تمثل عرض الخدمات بصفة أساسية وليس منتجاً مادياً يمكن نقله من

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص30.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص34.

³ ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة الأساسية والمبادئ، مطابع الولاء الحديثة، مصر، 2003، ص68.

- مكان لأخر، فالمستهلك يأتي بنفسه إلى مكان المنتج السياحي للحصول عليه ومن ثم فان الدولة المصدرة للمنتج السياحي أي الدولة المضييفة لا تتحمل نفقات النقل على غرار الصادرات السلعية الأخرى.¹
- كيفية بيع المنتج السياحي: إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المغريات لا تذر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، هذا الأخير لا يباع إلا بوجود سلع وخدمات مساعدة وهي تسهيلات يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع المغريات السياحية.²
- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل: لا يمكن نقل المنتج السياحي من مكان إلى آخر كما في الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترة زمنية معينة، وبما يتفق وحجم العرض والأسعار وخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية مما يؤدي إلى عدم ثبات مستوى التشغيل في صناعة السياحة، وفي هذا الإطار بدأت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في القطاع السياحي.³
- ولتعميق وفهم هذه الخاصية نذكر أهم المحاولات للتخفيف منها:⁴
- تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة وهو اتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع ويسود فيها شتاء بارد وقاسي مثل دول كندا والولايات المتحدة الأمريكية.
 - تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة لإيجاد نوع جديد من الطلب الذي تحفزه الأسعار.
- عرض المنتج السياحي عرض غير مرن: أي أنه يصعب استغلال المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي في مجال غير السياحة على الأقل في الفترة القصيرة، هذا بالإضافة إلى أن عرض المنتج السياحي عامة ليس من السهل تغييره طبقا لتغير أذواق المستهلكين وتفضيلا تهم، وهذا ما يجعل عملية تسويق المنتج السياحي تختلف عن تسويق المنتجات التقليدية التي يعتبر عرضها وفقا لتعديل خط الإنتاج لا يتلاءم مع مطلب السوق.⁵
- ركيزة أساسية وأداة مهمة لتحقيق أهداف التنمية الشاملة.
- أسرع القطاعات نموا بمعدلات سنوية متزايدة
- متعددة الجوانب تتأثر مكوناتها وتتنوع مسؤولياتها ومقومات نجاحها بين عدد كبير من أجهزة ومؤسسات القطاعين الحكومي والخاص.

¹ صلاح عبد الوهاب، السياسات القومية للتسويق السياحي، المركز الغربي للبحث والنشر، مصر، 1994، ص 18.

² نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، ص 12.

³ أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 44.

⁴ نبيل الروبي، مرجع سابق، ص ص 14، 15.

⁵ نعيم الظاهر وسراب الياس، مرجع سابق، ص ص 31، 32.

- تساهم في زيادة الدخل المحلي وتوظف الأيدي العاملة.
- تنشط وتساهم في قطاعات اقتصادية أخرى كالنقل والخدمات السياحية المرتبطة بهذا المجال.
- ذات تأثير مباشر على الهيكل الاقتصادي، البيئي والاجتماعي حيث تؤثر على المجتمع ومؤسساته من خلال القرارات المتخذة، وتبني ثقافات تعاونية قائمة على الشراكة لتحقيق الأهداف.¹

2.3.1 دوافع السياحة

هناك عدة دوافع للسياحة نذكر منها:²

- الدوافع الثقافية والتاريخية والتعليمية منها:
 - مشاهدة الآثار للحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة الأهرامات ومدينة بابل وتدمر... الخ.
 - مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم، حضور المهرجانات والحفلات الثقافية والمعارض.
 - الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى، والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة.
 - مشاهدة المواقع الحضارية المشهورة بالعالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج إيفل أو روما لمشاهدة برج بيزا المائل أو تمثال الحرية بنيويورك... الخ.
 - معرفة ما يدور في حوادث الساعة والتقدم العلمي للتعرف على حقيقة ما يدور من أخبار وحوادث مثل مشاهدة انطلاق المركبات الفضائية.³
- الدوافع الدينية: تعني السفر من دولة إلى دولة أخرى أو الانتقال داخل الدولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس الشريف أو السفر بدافع الدعوة أو من أجل القيام بدافع خيري.⁴ وكذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة مثل أضرحة الصحابة أو جامع الحسيني في القاهرة، أو زيارة مرقد الإمام علي كرم الله وجهه في النجف وكربلاء... الخ.
- دوافع الراحة والاستجمام والترفيه منها:
 - وتكون من أجل الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن صخب المدينة ويحدث هذا في المدن الصناعية والتجارية الكبرى المزدهمة بالسكان.
 - حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية

¹نعيم الظاهر وسراب إلياس، المرجع السابق، ص32.

²ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 48.

³ عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراجحة للنشر، الأردن، 2008، ص142.

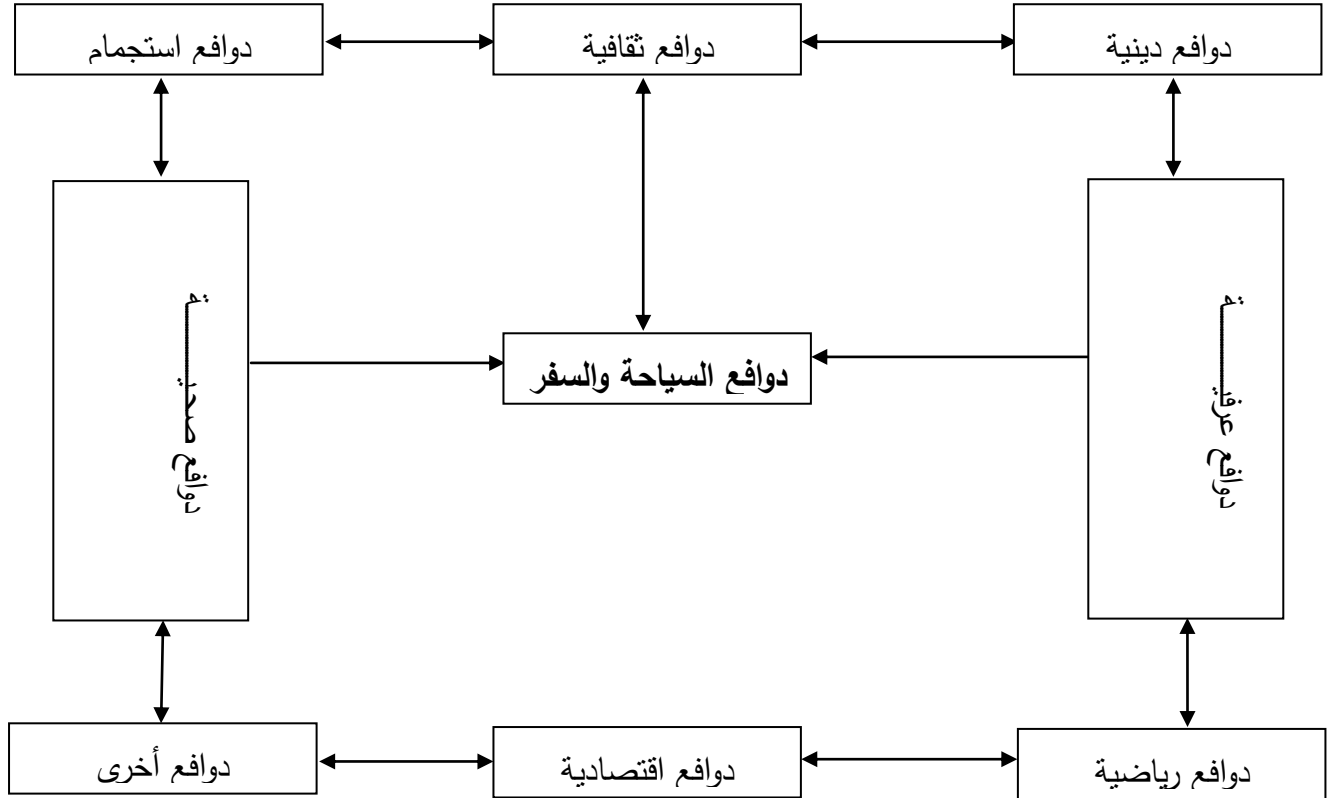
⁴ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص ص 49، 50.

- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال.
- دوافع عرفية:
- زيارة البلد الأم لتجديد الروابط كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل ، الأصدقاء، الأقرباء، وهذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم الحافز لزيارة بلدهم الأم.
- الرغبة في زيارة أماكن الصداقة سبق وان زارها الأصدقاء في البلد الأم وتركت انطبعا معيناً لديهم.
- دوافع صحية:
- الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- السفر لأغراض العلاج والمداواة.
- السفر لغرض النقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي.
- دوافع اقتصادية:
- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل
- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما انخفضت عملته للتمتع بالخدمات المقدمة.
- السفر بغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية، بالنسبة لرجال الأعمال
- دوافع رياضية:
- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين.
- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو ممارسة رياضة التنس.
- دوافع أخرى:
- سياحة الشباب تتميز بالمغامرة والمخاطرة، ويمكن إن تدخل ضمنها السياحة الصحراوية.
- المفخرة والمباهاة، خاصة لبعض المناطق في العالم كجزر الكاريبي أو مونتني كارلو... الخ.
- نفسية مثل شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة ومتطورة كالتاخرة والمترو.¹

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 50.

إن دوافع السياحة مختلفة ومتعددة يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

الشكل (3-1): دوافع السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن، 2008، ص 51.

نلاحظ من خلال الشكل أن السياحة لها عدة دوافع مختلفة تكون اقتصادية أحيانا ودينية أو ثقافية أحيانا أخرى وذلك حسب رغبة السائح وميولاته وأهدافه وظروفه.

4.1 أسباب السياحة

هناك عدة عوامل شجعت على انتشار السياحة نذكر منها ما يلي:

- التمدن: الانتقال من الريف إلى المدينة أدى إلى زيادة الطلب على السياحة نظرا لتميز الحياة في المدينة والروتين وكثرة الضجيج مما شجع البحث على أماكن توفر نوع من الراحة والمتعة.¹
- التحسن في ظروف العمل وانخفاض معدل ساعات العمل نتيجة استعمال الآلات والمعدات الحديثة أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبحت فرصة السفر والسياحة متوفرة.

¹ المرجع السابق، ص 34.

- التمتع بالعطل مدفوعة الأجر بعد ظهور العديد من القوانين والتشريعات الخاصة لتنظيم العمل و سن قانون العطل الإجبارية مدفوعة الأجر.
- ظهور الفائض في الإنتاج نتيجة تطور الآلات وطرق الإنتاج مما أدى إلى البحث عن أسواق جديدة خارج حدود الدولة وهو ما يحتاج إلى السفر.¹
- بعد نهاية الحرب العالمية الثانية شهد العالم نوع من الأمن والاستقرار ما شجع على السفر والتنقل من دولة لأخرى.
- التطور الهائل في وسائل النقل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية أين تم تحويل الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية لنقل المسافرين مما سهل السفر حيث أصبح الانتقال من دولة إلى أخرى لا يستغرق وقت طويل مقارنة بالمدة الكبيرة التي كان يستغرقها الأشخاص في رحلاتهم وتنقلاتهم.
- تطور وسائل الاتصال الحديث التي ساهمت بشكل فعال في السياحة والسفر من خلال التعريف بالمناطق السياحية والأماكن الخلابة والتسهيلات التي منحتها هاته الوسائل سواء في الحجز أو التعريف بالمناطق.
- زيادة ونمو الوعي الثقافي والعلمي والاجتماعي وانتشار المعلومات أدى إلى زيادة الرغبة لدى الكثير من الناس في زيارة بلدان أخرى حبا للتعرف على العادات والأماكن المختلفة.
- التقدم العلمي في مجال الطب والأدوية ومعالجة الأمراض والقضاء على الأوبئة ساعد على زيادة السفر من غير خوف من الأمراض المعدية والتعرض للإصابات.
- التلوث الناتج عن التطور التكنولوجي الذي ظهر بعد الحرب العالمية الثانية الذي صاحب الثورة الصناعية خاصة في المدن الكبرى مما أدى بالأشخاص إلى السفر إلى مناطق أقل تلوثا وتقاديا للتعرض لأخطار التلوث.²

المبحث الثاني: أساسيات و أنواع السياحة

1.2 أبعاد السياحة

فضلا عن الخصائص التي تميز السياحة عن باقي المنتجات أو الخدمات الأخرى، هناك أربعة أبعاد تحكمها: مناطق الجذب السياحي، التسهيلات، النقل والضيافة وفيما يلي تفصيل فيها:³

¹ خالد مقابلة وفيصل الحاج ديب، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر،الأردن، 2000، ص 22.

² احمد فوزي ملوخية،مرجع سابق، ص ص 30،31.

³ خالد مقابلة، مرجع سابق، ص 26.

1.1.2 مناطق الجذب السياحي:

عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني، أو أن تكون منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام، ومناطق الجذب السياحي يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعية، حضارية، عرقية أو مناطق ترفيهية أو ترفيه مثل:

- ❖ المصادر الطبيعية: لكل منطقة مزيج فريد مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي، المناخ، التضاريس، الماء، الشمس وهي من أهم عناصر الجذب السياحي، وكذلك سهولة الوصول لهذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة؛
- ❖ العناصر الحضارية والثقافية: الحضارة أو طريقة ونمط الحياة والتراث التاريخي لمنطقة يشمل على مناطقها التاريخية، الدينية، نمط الحياة، الثقافة، والعادات والتقاليد؛
- ❖ العناصر العرقية: الرغبة في العودة إلى الوطن الأم هي ظاهرة متأصلة في الشعوب؛
- ❖ الترفيهية والترفيه: من الممكن كذلك جلب السياح بواسطة وسائل الترفيه والترفيه المتوفرة في المنطقة مثل المنتزهات والحدائق كما يمكن لفترة زمنية كل سنة مثل المهرجانات، الاحتفالات، والدورات الثقافية.

2.1.2 التسهيلات:

بينما تقوم عناصر الجذب بجلب الناس للمنطقة، فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم و رغباتهم وتجعلهم يشعرون أن المنطقة بلدهم الثاني. والتسهيلات السياحية عادة تدعم زيادة النمو الشامل في المنطقة، ومن أهم التسهيلات للسياحة نذكر:¹

- ❖ الإقامة: إن وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورية لجذب السياح وإشباع رغباتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة، وعادة ما ينفق السياح ما يقارب 20 % من ميزانياتهم على وسائل الراحة والتي تكون في شكل فندق، نزل، مرقد وغيرها؛
- ❖ الأطعمة والمشروبات: حوالي 30% من ميزانية السياح تصرف على الطعام والشراب، بينما يجذب الكثير من السياح تناول الأطعمة المألوفة لهم، لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من أطعمة وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السياح، ولزيادة ما يسمى بالتأثير المضاعف السياحي؛
- ❖ الخدمات و التسهيلات المساندة: تتضمن مثل هذه الخدمات والتسهيلات، محلات التحف، المتاجر، محلات الغسيل والكي، المرشدين السياحيين، والتسهيلات الترفيهية. تكون هذه المنشآت في غالب الأحيان صغيرة الحجم وفي غالب الأحيان تؤدي فائدة كبيرة لعدد كبير من الأشخاص، وبالتالي تعزز الهدف

¹المرجع السابق، ص ص 27،28.

الأساسي لتوازن المنطقة السياحية، كما يجب أن تكون هذه المنشآت سهلة الوصول وتقدم خدمات سياحية تتماشى مع ما يدفعه السائح.

3.1.2 النقل:

تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة، ومن المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية والممرات المائية ليتسنى للسياح زيارة الأماكن السياحية المختلفة وحصول السائح على أكبر قدر ممكن من الراحة والاستجمام والأمان والمتعة بعيدا عن الأخطار.

4.1.2 الضيافة:

الضيافة هي الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحي، فهي تشمل على التفاعل والتعامل مع السياح وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم، الفنادق والمنتجعات حيث تحتاج السياحة إلى برامج ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية في القطاعين العام والخاص لتوسيع مدارك قاطني المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية.

2.2 أنواع السياحة:

من أهداف السياحة الحصول على إشباع ورضا وسعادة السائح إذ أنها لا تزال موردا للدخل القومي فضلا عن ما تحققة من تواصل فكري من الشعوب باختلاف سكان دول العالم واختلاف مقاصدها ويمكن استنباط أهم أنواع وتقسيمات السياحة في العناصر التالية:

1.2.2 السياحة طبقا للدافع: نميز بين:

❖ السياحة الثقافية: هي كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني مثل المدن و المعالم التاريخية أو تراث روحي مثل الحفلات التقليدية والعادات والتقاليد المحلية. إذن الدافع الأساسي للثقافة السياحية هو الثقافة بمعناها الواسع ومن مظاهرها زيارة المواقع الأثرية والمعالم التاريخية كالحدائق المعلقة ببابل، أهرامات الجيزة بمصر والتعرف على ثقافات وعادات الشعوب الأخرى وأنماط الحياة التقليدية.¹

¹ صليحة علي، الآثار التنموية للسياحة، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2005، ص 12.

❖ السياحة الدينية: ونقصد بها التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية الدينية وأهم دافع فيها هو السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم الأديان، وهذا النوع من السياحة يتطلب خدمات متنوعة في الأسعار وخدمات مساعدة ويتطلب خدمات أسواق كبير لغرض تبضع السياح وشراء الهدايا التذكارية منها، وبرنامج السياحة الدينية متنوعة، وهذا النوع من السياحة يحتاج إلى جهود كبيرة لتنظيمها وتأمين مستلزماتها وتنفيذ الإجراءات الصحية والتموينية والأمنية من السلطات خلال فترة الزيارة وهي من أهم أنواع الأنشطة السياحية الجماهيرية والتي تنفذ بأعداد كبيرة سنويا، إذ نجد زيارة الأماكن المقدسة كالمدينة المنورة ومكة المكرمة والقدس الشريف بالنسبة للمسلمين والفاتيكان والكنائس المختلفة بالنسبة للمسيحيين، وكذلك زيارة الأهرام والمعتملات الدينية في الجبال بالنسبة للهندوس والبوذيين.¹

❖ السياحة العلاجية: نجد السياحة العلاجية من أنواع السياحة المهمة والتي تدر دخلا محترما لأن فترة بقاء السائح لغرض العلاج تكون متوسطة أو طويلة الأجل ولكل تكون مصاريف العلاج كبيرة خاصة إذا توفرت الدولة المعنية بمقومات السياحة العلاجية والمتمثلة في:

- توفير المياه المعدنية والكبريتية؛
- توفر رمال ذات طبيعة خاصة؛
- توفر جو صحي نقي؛
- توفر مستشفيات وكوادر طبية وعلاجية جيدة؛
- توفر أطباء أخصائيين جيدين؛
- توفر خدمات سياحية مساعدة كالمترجمين ووسائل الاتصال السريعة.

❖ السياحة الرياضية: وهي التي ينتقل فيها السائح من مكان لآخر في دولته أو دولة أخرى لفترة مؤقتة لممارسة أنشطة رياضية أو الاستمتاع بمشاهدة تلك الرياضة، وتعد هذه السياحة قديمة حيث كانت تنظم في شكل رحلات صيد وزوارق شراعية ودورات رياضية وتتطلب هذه السياحة إنشاء بنية تحتية وفوقية قوية على مستوى عال من التقدم والتطور وتوفير وسائل الاتصال والفنادق المتميزة لمختلف الأسعار، ها النوع من السياحة يحتاج إلى استثمار أموال كبيرة وخدمات سياحية ضخمة ولهذا السبب دائما تتبنى الحكومات والمنظمات الرسمية تنظيم وإنشاء مثل هذه الدورات الرياضية.²

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة رسلان للطباعة، سوريا، 2009، ص 50.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص ص 56، 57.

- ❖ سياحة التعلم والتدريب: تكون عادة لغرض الدراسة والتعليم في بلد معين ولغرض حضور مؤتمرات ودورات تدريبية وتعليمية يحصل عليها الشخص في العمل الذي يمتنه، ومن هذه الدراسات تعلم اللغات والترجمات التطبيقية وهي أحد أكثر الأنواع انتشارا في وقتنا الحالي حيث تقوم به الكثير من الدول لتنشيط السياحة من خلال إنشاء الجامعات ومراكز التكوين والمعاهد لجلب عدد كبير من السياح.¹
- ❖ سياحة الاستكشاف: هي سياحة البحث عن المعرف والوصول إلى بيانات ومعلومات جديدة ومعرفة الحقائق والبحث عن المجهول حيث تساعد السياح على اكتشاف ذاتهم أولا ثم اكتشاف قوانين الحياة ثانيا، ثم معرفة أوضاع ونظم وقوانين الطبيعة ثالثا. وتتبع هذه السياحة رسالة عظيمة وهي التقارب بين الشعوب وحفظ العلاقات السلمية بين الناس.²
- ❖ سياحة التسوق: تبغي سياحة التسوق جلب المستهلكين إلى أسواق معينة بهدف الشراء، وقد تخصص شهورا معينة في السنة لهذا الغرض وهذا النوع من السياحة حديث نوعا ما من خلال مهرجانات التسوق ومواسم البيع والشراء.

❖ سياحة المؤتمرات والاجتماعات: انتشر هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الثانية واستقرار الأمن والسلام في العالم وحصول الفائض من المنتجات الصناعية والزراعية وكثرة استخدام الآلات والأماكن التي انتشرت فيها ظاهرة عقد الندوات والمؤتمرات والاجتماعات، وتعد سياحة المؤتمرات ذات مغزى إعلامي كبير فضلا عما تحققه الإيرادات وعوائد الدول التي تقام بها.³

2.2.2 السياحة طبقا لعدد الأشخاص: نميز بين:

- السياحة الفردية: وتشمل سفر شخص واحد أو عائلة، وهي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص بزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة إقامته حسب وقت الفراغ، كل سائح من هذه المجموعة له دوافع ورغبات تتوقف على مقدرته المالية.⁴
- السياحة الجماعية: هي سياحة الأفواج أو المجموعات السياحية حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب الرحلات السياحية. وبالتالي فهي عبارة عن سياحة منظمة وفق برنامج يشمل الأماكن المراد زيارتها ومكان النوم والطعام وغيرها.⁵

¹ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز للمعرفة، الأردن، 2007، ص 38.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 52.

³ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 53.

⁴ صلاح عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 18.

⁵ محمد المصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 48.

2.2.3 السياحة طبقاً لوسيلة المواصلات المستخدمة: وهنا نسجل ثلاث أنواع من السياحة وهي:¹

- سياحة برية: تتمثل في السيارات والسكك الحديدية وغيرها؛
- سياحة بحرية أو نهريّة: وتتمثل في اليخوت والبواخر، السفن وغيرها؛
- سياحة جوية: وهي الطائرات المختلفة.

4.2.2 السياحة طبقاً للعمر (السن): تأخذ السياحة وفقاً لهذا المعيار الأشكال التالية:²

- سياحة الطلائع: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 7 سنوات إلى 14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها اكتساب الأطفال مهارات ومعارف سلوكية؛
- سياحة الشباب: ويتعلق هذا النوع بالمرحلة العمرية من 15 سنة إلى 21 سنة ويمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاختلاط بالآخرين؛
- سياحة الناضجين: ويتعلق هذا النوع بالمرحلة العمرية من 25 سنة إلى 55 وهي عبارة عن سياحة للاسترخاء والمتعة.

5.2.2 السياحة طبقاً للجنسية: وتنقسم إلى:³

- السياحة الداخلية (المحلية): وتتمثل في حركة السياح والمواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية؛
- السياحة الخارجية (الدولية أو العالمية): وتتمثل في حركة السياح من جنسيات مختلفة عبر الحدود السياسية الدولية؛
- سياحة المقيمين خارج البلد: وتشمل سياحة المغتربين.

6.2.2 السياحة طبقاً للمدة: وتتمثل في:⁴

- السياحة طويلة الأجل: مثل الإقامة في الخارج للدراسة أو العلاج تقتضي مدة طويلة؛
- سياحة قصيرة الأجل: وتكون بناء على برامج مدتها قصيرة.

7.2.2 السياحة طبقاً للمستوى المعيشي: وتتمثل في:

- الطبقة المتميزة: وهي التي تستخدم الخدمات المتميزة كالفنادق ذات التصنيف العالي ومقاعد الدرجات الأولى في القطارات والطائرات؛

¹ مروان السكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر، الأردن، 1999، ص23.

² هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر، القاهرة، 1994، ص27.

³ منير محمد حجاب، مرجع سابق، ص55.

⁴ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص61.

- سياحة أصحاب الملايين: وهم الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة بالطائرات واليخوت؛
 - السياحة للطبقة الوسطى والبسيطة: وهي تستخدم وسائل محدودة وخدمات عادية.
- يمكن تلخيص أنواع السياحة في الشكل التالي:



المصدر: أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2008، ص78

يتضح من الشكل أن السياحة تتعدد وتتنوع، وقد تم تصنيفها وفق عدة معايير منها الوسيلة، الغرض، العمر وغيرها ولكل نوع معيار خاص به.

3.2 الآثار الناتجة عن السياحة:

كل الأنشطة التي يقوم بها البشر لها وجهان إيجابي وآخر سلبي، وللسياحة آثار إيجابية وأخرى سلبية تتمثل فيما يلي:¹

1.3.2 الآثار الإيجابية وهي:

- تساهم السياحة في توفير العملة الصعبة للدولة لأن التجارب القائمة تشير إلى ارتفاع النسبة التي تشارك بها في تكوين إيرادات الدولة من العملة الصعبة.
- تساهم السياحة في انتشار مناصب شغل جديدة فهي بذلك تعتبر قطاعا مساعدا على محاربة البطالة، فمثلا إنشاء مركب سياحي أو فندق يؤدي إلى خلق مناصب عمل لجميع فئات المجتمع من المدير والمحاسب والطباخ وصولا إلى الحارس وعامل النظافة.
- تساهم السياحة في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات وذلك ليس فقط بمقدار ما ينفقه السياح والمسافرين أثناء الرحلات بل عن طريق الاستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة الدخل.
- تساعد السياحة في تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب ما يؤدي إلى تكوين رأي عام دولي للسلام والأمن الدوليين كما تساهم في التقارب الحضاري والثقافي والرياضي بين شعوب العالم.
- تحقق السياحة عملية التكامل الثقافي، الاجتماعي والحضاري داخل المجتمع الواحد لأنها عن طريق الخدمات التي تؤديها تلعب دورا هاما في التنشئة الاجتماعية، الثقافية والحساسية للسكان خاصة الشباب.
- استرجاع طاقات العمل لقوتها نتيجة ما توفره السياحة من راحة واستجمام.
- تدعيم العلاقات مع الشعوب من خلال التعارف والاطلاع على الثقافات والعادات للآخرين.
- الحفاظ على الآثار التاريخية وترقيتها والصيانة الدورية للمناطق الأثرية.
- ترقية الصناعة التقليدية والتراث الثقافي عن طريق التبادلات والرحلات.
- تحسين الوضع المعيشي للمواطنين من خلال تحفيز قيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تحد من الهجرة إلى المدن الكبرى.²
- تساهم في تطوير المناطق النائية والأقل نموا من خلال إنشاء بنى تحتية واستثمارات تنموية.
- تحد من التسرب النسبي للنقد نحو الخارج.

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 29، 30.

² هدى سيد لطيف، مرجع سابق، ص 35.

– تعمل على تحفيز استثمارات القطاع الخاص من خلال استقطاب المدخرات المحلية السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

– تدعم الاقتصاد الوطني من خلال تعزيز الاقتصاد ورفع معدلات التوظيف والدفع بعجلة النمو لأسواق داخلية محلية.

– تعزيز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب الناشئ من خلال برامج الرحلات السياحية والتنقل بين المناطق.

2.3.2 الآثار السلبية للسياحة: من بين الآثار السلبية للسياحة نذكر ما يلي:¹

– أهم أثر سلبي للسياحة يتمثل في تأثيرها السلبي على البيئة وذلك من جراء نسبة التلوث الذي ينتج عن ممارسة الأنشطة التي تلوث وتدهور البيئة والمحيط.

– تؤدي الحركة السياحية وخاصة الخارجية منها إلى اتصال مجتمع استهلاكي مع مجتمع نصف استهلاكي إلى نشأة عادات استهلاكية في الدول النامية بحيث تكون هذه العادات غير مرتبطة بمستوى معيشة البلد المستقبل للسياح الأجانب بالإضافة إلى حدوث تضخم في الأسعار.

– إن عدم التوازن في الأجور بين موظفي القطاع السياحي والقطاعات الأخرى وكذلك الامتيازات تؤدي إلى هروب الإطارات من القطاعات الأخرى إلى قطاع السياحة.

– كثرة الاعتماد على الاقتصاد السياحي قد يخلق مشاكل غير متوقعة لاقتصاد البلد الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية بسبب الأزمات الاقتصادية، السياحية والنزاعات الدولية التي قد تعطل الحركة السياحية نحو هذا البلد ما يؤثر سلبا على اقتصاديات بعض الدول.²

– انتشار البناءات الفوضوية بسبب إنشاء هياكل سياحية في مناطق غير متجانسة عمرانيا.

– إتلاف الطبيعة والأراضي الفلاحية لإنشاء هياكل سياحية في مناطق خضراء.

– التدهور المحتمل للمواقع السياحية نتيجة إهمالها وعدم صيانتها.

– بروز الطبقة في المجتمع إذ تفرق السياحة من ذوي الدخل المرتفع ودوي الدخل المحدود.

– انتشار الآفات الاجتماعية الخطيرة منها السرقة والمخدرات وخاصة في الدولة التي ينعدم فيها الأمن.

– تلاقي الأفكار المختلفة للسياح يولد داخل المجتمع أنماط اجتماعية غير مرغوبة كالانحلال الأخلاقي الذي يضر بالدول الإسلامية.³

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سابق، ص 30.

² خالد مقابلة، مرجع سابق، ص 34.

³ هدى سيد لطيف، مرجع سابق، ص 36.

– الاستثمار السياحي يحتاج إلى أموال كبيرة لتطوير البنى التحتية والفوقية للبلد، وهذا يعتبر عائق نحو التنمية السياحية.

4.2 مكونات السوق السياحي:

يتكون السوق السياحي كغيره من القطاعات الأخرى والتي تتأثر بالعرض والطلب وسوف نتعرف على كل من الطلب السياحي والعرض السياحي كالاتي:¹

1.4.2 الطلب السياحي: وهو كمية الخدمات التي تنوي مجموعة من المستهلكين شرائها في زمان محدد ومكان معين ويتأثر عموماً بالطلب السياحي بعدد من العناصر كالدخل والفراغ (العطل)، وعليه يمكن أن نعرفه بأنه " عدد الزائرين إلى منطقة معينة وفي مدة محددة".

2.4.2 خصائص الطلب السياحي: تتمثل خصائصه فيما يلي:

– المرونة: هو تغيره تبعاً للظروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي فالظروف الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسائحين التي ترتبط بتغير أسعار الخدمات السياحية تؤثر أيضاً في مرونة الطلب السياحي لأنه كلما انخفض أسعار الخدمات السياحية اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح.

– الحساسية: أي تأثره بالظروف والعوامل الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياح، لأنه إذا واجهت هذه الدول مشكلات اقتصادية واجتماعية يؤدي إلى تقلص المد السياحي.

– التوسع: يميل الطلب السياحي عادة إلى التوسع والزيادة سنوياً ولكن ليس بمعدل ثابت بل بمعدلات متفاوتة من سنة لأخرى تبعاً للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلية لها. ويمكن القول أن التوسع والتراجع يرجع إلى الأسباب الآتية:

▪ ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل؛

▪ ظروف العمل وأساليب الحياة السائدة في الدول المصدرة للسائحين؛

▪ اهتمام كثير من الدول السياحية بمقوماتها السياحية الطبيعية والخدمات المكملة.

– الموسمية: يقصد بالموسمية في الطلب السياحي اتجاه الطلب إلى ارتفاع في أوقات معينة حيث يصل في فترات إلى الذروة وهي أعلى مستوياته.

¹ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية، بحوث المنطقة الغربية، مصر، ص ص 104، 105.

– المنافسة: والمقصود بها عدم سيادة المنافسة الصافية أو ما يسمى احتكار القلة في السياحة، حيث يلاحظ بأن الدول التي تمتلك آثار قديمة أو مقومات سياحية يكون من الصعب منافستها من قبل الدول التي لا تمتلك مثل هاته المقومات.

– عدم التكرار: حيث في أغلب الدراسات التي أجريت يلاحظ بأن السائح لا يقوم بزيارة منطقة لمرتين

3.4.2 العرض السياحي: ويتصف بالخصائص التالية:¹

– قلة المرونة: وهي انخفاض العرض السياحي للتغير طبقاً لأذواق المستهلكين ورغباتهم واتجاهاتهم وهذا ما ينعكس في السلع المادية التي تتصف بالمرونة لإمكانية تغييرها وتعديلها بسهولة حتى تتلاءم مع مطالب السوق وأذواق المستهلكين، في السياحة العرض السياحي يصعب تغيير مكوناته الرئيسية.

– استقلالية العناصر المكونة للعرض السياحي: من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية ومستقلة عن الخدمات والتسهيلات السياحية، بحيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون تداخل بينهم.

– استخدامه في مكان وجوده: يتميز العرض السياحي بأن المستهلكين السياحيين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم بحيث يستمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كالنقل والإيواء وغيرها وبذلك ينتقل مستهلك الخدمة السياحية إلى مكان إنتاجها لاستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية.

– خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة السلعة أو الخدمة السياحية يتنافس معها جميع السلع والخدمات الأخرى وخاصة السلع والخدمات الأساسية التي تمثل حاجة إنسانية ضرورية لكل فرد، وبذلك يخضع العرض السياحي للمنافسة الكاملة.²

¹ أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 47.

² صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص ص 108، 109.

خلاصة الفصل

مرت السياحة بعدة مراحل عبر العصور حتى وصلت إلى المفهوم والصورة التي هي عليها الآن، وهي تنقل الأفراد من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى في مدة محددة، بحيث يعتبر القطاع السياحي قطاع اقتصادي مهم بشكل كبير لكثير من الدول، وهو مجموع ما يمتلكه البلد من موارد سياحية وجب استغلالها بشكل يضمن استمرارية هذا النشاط والعمل على تحسين الخدمات المتعلقة به، كما لا يمكن إغفال أن للسياحة دوافع متعددة ومتنوعة وأن السوق السياحي خاص يحكمه العرض والطلب وشديد التأثير بعدة عوامل وجب دراستها للتقليل والحد من أخطارها.

الفصل الثاني

الجدب السياحي

المبحث الأول: ماهية الجدب السياحي.

المبحث الثاني: عوامل الجدب السياحي.

تمهيد

تتعدد المقومات السياحية وتتنوع من بلد لآخر وذلك حسب ما يمتلكه البلد من عناصر طبيعية، حضارية، ثقافية، تاريخية وعناصر مادية، ويعتمد نجاح العملية السياحية لأي منطقة على مجموع تلك العناصر، هذا ما يحتم ضرورة الحفاظ عليها وصيانتها بصفة دائمة وبشكل مستمر لتحقيق النتائج المرجوة منها.

من خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى المقومات السياحية من حيث المفهوم، الأنواع المختلفة والعوامل المؤثرة فيها وسنتطرق إلى مفهوم الاستدامة للحفاظ على هذه المقومات وكذا المزيج التسويقي لعناصر الجذب السياحي ومعايير اختيار مناطق الجذب السياحي.

المبحث الأول: ماهية الجذب السياحي

باعتبار المقومات السياحية أساس النشاط السياحي فبدونها لا وجود لنشاط سياحي، وهي الركيزة الواجب توفرها ممثلة في المناظر الطبيعية، أشكال السطح، التضاريس، الجبال، التنوع البيولوجي والجيولوجي، أماكن الراحة والتسليّة بالإضافة إلى الصناعات الإنشائية كآثار الحضارات والصناعات اليدوية ومختلف الفنون الخاصة بها كالعادات والتقاليد وغيرها، وفيما يلي تفصيل فيها.

1.1 المقومات السياحية

1.1.1 مفهوم المقومات السياحية

يتمثل المورد السياحي لأي دولة سياحية في مختلف عناصر الجذب وما يسمى بالإمكانات السياحية للدولة، والتي تقمها لمختلف السائحين القادمين إليها من مختلف المناطق والدول ويمكن القول بأن المقومات السياحية " هي كل ما يتم استهلاكه في إطار العملية السياحية في شكل خدمات، نقل، إسكان، إطعام، ترفيه، شواطئ، جبال وغيرها.¹

يعرف الحميري المقومات السياحية: أنها " جميع المنتجات البيئية والمظاهر الطبيعية والبشرية والخدمات التكميلية التي تشمل خدمات البنى التحتية والفوقية بالإضافة إلى مزيج الخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السياح مند مغادرة مكان إقامتهم حتى عودته إليه.²

كما عرفت المقومات السياحية على أنها الخاصية الطبيعية أو الثقافية لمكان معين، يعتبره السياح بأنه قادر على ملئ أوقات الفراغ؛ أو أنها مكان يضم مجموعة ن النشاطات والخدمات التكميلية والتي تستغل بطريقة صحيحة لتوفير الراحة والاستجمام كالمواقع الأثرية والحدائق العمومية والغابات والشواطئ.³

وتعرف أيضا بكونها ميزات حسنة وإيجابية لمنطقة معينة يرغب السياح في إقامة أنشطة تشبع رغباتهم . عرفها المجلس الاسكتلندي على أنها مناطق القصد السياحي التي لها عمر محدد، الغرض الأساسي لاكتشافها هو زيادة المتعة الفردية والبهجة وزيادة الثقافة الإدراكية.⁴

¹ مثنى طه وإسماعيل علي الدباغ، مرجع سابق، ص 110.

² عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، م ذكره الماجستي في التسيير الدولي للمؤسسات، تسويق، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 113.

³ نفس المرجع، ص 115.

⁴ أمّنة أبو حجر، السياحة والجغرافيا، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010، ص 115.

2.1.1 خصائص المقومات السياحية:

تتميز المقومات السياحية بعدة خصائص هامة وهي مشتقة من طبيعة النشاط السياحي الذي يتأثر بعدة ظروف نذكر من هذه الخصائص:¹

- ❖ استحالة نقل أو تخزين المورد السياحي: أي يستحيل نقل المنطقة السياحية إلى السائح بل السائح هو الذي ينتقل إلى المنطقة السياحية، وهي عكس المنتجات المادية، حيث أن معظم الموارد السياحية لا يمكن تخزينها؛
- ❖ عدم مرونة الموارد السياحية في المدى القصير: المقصود بهذه الخاصية أنه لا يمكن تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر ومثال ذلك لا يمكن تحويل فندق إلى مطار وذلك لأن تجهيز الفندق وتصميمه يختلف عن تجهيز المطار وتصميمه؛
- ❖ تأثر المورد السياحي بالموسمية: تتأثر الموارد السياحية بالموسمية حيث يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية ويظهر لها ثلاث مواسم مختلفة وهي:
 - موسم الذروة: في هذا الموسم يكثر الطلب السياحي ويزداد عدد السياح، وتكون أجور الإقامة وأسعار الخدمات السياحية مرتفعة؛
 - موسم الوسط: وفيها الموسم يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، ويكون عدد السياح متوسطاً وأسعار الخدمات السياحية وأجور الإقامة منخفضة نوعاً ما؛
 - موسم الكساد: وهو الموسم الذي يقل فيه الطلب على الخدمات السياحية وقد ينعدم أحياناً أين تلجأ معظم المؤسسات إلى تخفيض الأسعار؛
- ❖ التمرکز المؤقت: يختلف استهلاك الخدمات السياحية عن المنتجات المادية، فالمورد السياحي يخضع إلى التغيرات المناخية و أوقات الفراغ وغيرها ذلك فإن استهلاكه يكون في أوقات محدودة؛
- ❖ تعدد جهات الإنتاج وذلك باعتبار أن صناعة السياحة مركب يتضمن عدة موارد تشمل العديد من الخدمات السياحية المختلفة؛
- ❖ منطقة الجذب السياحي متجانسة في صفاتها الطبيعية ولها علامة تجارية مميزة لجعل منتجاتها وخدماتها السياحية مختلفة عن باقي أنواع المنتجات الأخرى حتى وإن كانت ضمن نفس المجموعة، فمثلاً في نفس المنتج نجد علامات لكل خدمة.²

¹ سراب الياس واخرون، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن، 2002، ص13.

² عبد القادر إبراهيم وحمام ناصر محمود عبد، مدخل إلى السياحة والجغرافيا، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2012، ص141.

❖ منطقة الجذب السياحي تشتمل على خدمات وتسهيلات مكملة للعرض السياحي الرئيسي وهي مسئولة عن اشتراك الفرد بالرحلة السياحية فمثلا قد يكون الفندق ذاته أو تصميم المطعم وطبيعة تقديم الوجبات فيه مميزة أو أن مكان تواجد المشروع السياحي ضمن طبيعة خلابة هي بذاتها عنصر جذب سياحي.¹

❖ تختلف منطقة الجذب السياحي عن الخدمات، الفعاليات والأنشطة المكملة للعرض السياحي حيث لا يمكن للفرد من مزاوله الفعالية أو النشاط الذي يرغب في الاشتراك فيه إلا من خلال تواجده في منطقة الجذب فمثلا لا يمكن للفرد أن يشارك في فعالية الحمام الشمسي إلا في وجوده في منطقة سياحية ذات ساحل وشمس ساطعة.²

❖ إن بعض مناطق الجذب السياحي قد تطورت نتيجة وجود مشاريع ذات وظيفة ترويجية، فعلا سبيل المثال الغرض السياحي لإنتاج البحيرات الصناعية وإقامة السدود والخزانات هو لخرن المياه من موسم الفيضانات إلى موسم قلة المياه لغرض الاستفادة منها لري الأراضي إلى أنها أنشأت لأغراض غير سياحية ويمكن استخدامها في النشاط السياحي، وكذلك بالنسبة للأماكن المقدسة والدينية حيث يتوافد الأفراد لأداء الشعائر الدينية والعبادات وتستغل هذه الفترات في أنشطة سياحية.³

2.1 العوامل المؤثرة في الجذب السياحي:

تتأثر عوامل الجذب السياحي لبلد ما أو منطقة ما بعدة عوامل تؤثر سلبا على النشاط السياحي حيث تختلف هذه العوامل قد تكون داخلية أو خارجية ونذكر منها:⁴

1.2.1 العوامل الداخلية: هي مختلف المؤثرات في عوامل الجذب السياحية التي تؤدي إلى نتائج إيجابية وأخرى سلبية ونوجزها فيما يلي:

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

¹ موفق عدنان الحميري ونبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد، 2006، ص142.

² أمينة أبو حجر، مرجع سابق، ص128.

³ موفق عدنان الحميري ونبيل زعل الحوامدة، مرجع سابق، ص144.

⁴ داود م حداب ونور الدين بوكفوس، الموارد السياحية ودورها في تحقيق التنمية المحلية، م ذكره مكمله لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2010-2011، ص26.

❖ أماكن إقامة للسياح: تتنوع أماكن الإقامة للسائحين وتتعدد درجاتها ومستوياتها ومن بينها نجد الفنادق، القرى السياحية، بيوت الشباب وغيرها، والتي يجب أن تكون أسعارها معقولة ومناسبة بالمقارنة مع مستويات الأسعار في الدول المجاورة، بالإضافة إلى نوعية الخدمات المقدمة على مستواها؛

❖ مجموعة الخدمات المساعدة: تتضمن هذه المجموعة مزيجا من الخدمات الإضافية المتنوعة التي يحتاجها السائح، وتظهر مع رغبة في السياحة وتستمر أثناء التجربة السياحية وتنتهي مع إشباعه لهذه الرغبة، ومن أمثلة ذلك نجد خدمات شركات النقل الجوي، البحري، البري بالإضافة إلى خدمات المطاعم، الفنادق وشركات التأمين، وتعمل على الإلغاء التدريجي للقيود الإدارية المرتبطة بتسهيلات الدخول والخروج إلى منطقة سياحية.¹

❖ تسيير المواقع السياحية: حيث إن تسيير المواقع السياحي يعاني العديد من المشاكل الناتجة بالأساس عن ضعف المهارات والكوادر البشرية، وأيضاً ضعف برامج التأهيل والتدريب وغياب حوافز العمل؛

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

❖ العوامل السياسية والاقتصادية: يعتبر الاستقرار السياسي والأمني أهم العوامل المؤثرة في السياحة في مختلف البلدان، لذلك وجب على البلدان المستقبلية للسياح ضمان استقرارها قبل البدء في أي عمل يتعلق بالسياحة والبحث عن المخططين الاستراتيجيين والتسويقيين الاختصاصيين في مجال السياحة، وذلك من أجل إنشاء الاستثمارات السياحية الكافية التي تسد العجز في المنشآت ذات الاستيعاب الضعيف.

❖ العوامل الاجتماعية والتشريعية: وتتمثل هذه العوامل في البساطة التي يتمتع بها السكان من خلال ترحيبهم بالسياح، بالإضافة إلى توفر المرشدين السياحيين.

1.2.2 العوامل الخارجية: تتمثل العوامل الخارجية المؤثرة في الجذب السياحي في النقاط التالية:²

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

❖ تنوع المناخ نسبيا: قد يكون له ميزة وذلك يقتضي بالضرورة تنويع مختلف الخدمات، المواقع السياحية؛

❖ الترويج الخارجي للموارد السياحية: حيث يمثل الترويج للموارد السياحية الركيزة أو الأداة لفعالة لنقل كافة الأفكار والفوائد، فهو يهدف إلى تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه ومزاياه وكيفية استخدامه

¹ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 223.

² داود محداب و نورالدين بوكفوس، مرجع سابق، ص 22، 23.

والأماكن الموجودة فيها، بالإضافة إلى محاولة التأثير على قرارات المستهلك ومحاولة إقناعه بشراء المنتج ونفهم أن الترويج يقوم بالتعريف بالمواقع السياحية وما تملكه من ثروات طبيعية وتاريخية أو غيرها لدى السائح الذي يأتي للاستمتاع بها.

3.1 المزيج التسويقي لعناصر الجذب السياحي:

تتفاوت درجة وحجم مناطق الجذب السياحي من بلد لآخر وذلك حسب ما تنتجه الطبيعة من مناخ وتضاريس وموقع وما يحدث للإنسان عليها من آثار:

❖ الخدمة لمنطقة الجذب السياحي المناسبة: بمعنى أن أول عنصر من عناصر المزيج التسويقي لمنطقة الجذب السياحي هو المنتج الذي ينطوي بالضرورة على الخدمة المقدمة والمنتج الفعلي هو منطقة الجذب نفسها، ولهذا فإن العنصر الأول مع الثاني يشكلان الخدمة المقدمة.¹

❖ التسعير: يعتبر التسعير من عناصر المزيج التسويقي الحاسمة في مجال مناطق الجذب وتقتضي الضرورة أن يتم تسعيره على أساس طبيعة المنطقة، ومنطقة الجذب نفسها تعبر عن طبيعة المنتفعين من خدماتها، في الغالب تكون الإستراتيجية التسعيرية معتدلة بينما تتطلب إستراتيجية العرض السياحي الجذاب سياسة تسعيرية عالية بحيث يرتبط التسعير في ذهن المنتفع بجودة الخدمات التي تقدم في مناطق العرض الجذاب، والتسعير يكون بحكم طبيعة الخدمات المقدمة، فمثلاً نلاحظ أن مطعم ماكسيم بفرنسا يقدم خدمات فريدة للنخبة ولذوي الذوق الرفيع وأصحاب الدخل المرتفع؛

❖ الترويج: وهو في مجال السياحة لا يعني الاتصال الفعال بين المؤسسة الخدمية والعملاء وإنما بين المؤسسة ومقدمي الخدمات أنفسهم وهو ما يسمى بترويج التسويق الداخلي، حيث تعتبر العلاقات العامة وتنشيط المبيعات من العناصر الأساسية في هيكل الترويج، ويتسم الترويج السياحي لمناطق الجذب باللمسة الإنسانية حيث تطرق عديد الباحثين إلى الدور الحاسم الذي يلعبه الإنسان في الترويج السياحي ولكي يكون هناك ترويج سياحي وفعال وجب توفر العناصر التالية:

- وضوح الرؤية؛
- دقة وموثوقية المعلومات؛
- سهولة الوصول إلى المعلومات؛
- انتقاء وسيلة الترويج؛
- خصوصية وسيلة الترويج؛

¹ عبد الإله أبو عياش وحديد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الوراق، الأردن، 2004، ص 180، 184.

- إنسانية مدخل الترويج؛
 - الإبداع والابتكار في الرسالة الترويجية؛
 - وضوح الفئة المستهدفة في الرسالة الترويجية.
- ❖ التوزيع: يعني كيفية الوصول إلى مناطق الجذب ونقصد بالكيفية هنا ليس فقط مناطق الجذب وإنما أيضا جميع القنوات التي تسهل عملية وصول المنتفع من الخدمة السياحية إلى مناطق الجذب، فمثلا وكلاء السياحة والسفر، المرشدين السياحيين، شركات النقل المختلفة سواء الخاصة أو العامة (بري، بحري، جوي) والتوزيع هنا يعني تحقيق أعلى درجات الرضا لدى السائح من لحظة وصوله إلى لحظة عودته إلى موطنه الأصلي؛
- ❖ مقدمو الخدمات: هم العصب الذي يربط عناصر المزيج التسويقي لمناطق الجذب، ذلك أن أي إخفاق من قبلهم في تقديم الخدمة يكون كفيلا بنسف كافة العناصر الأخرى، ولهذا السبب فإن المؤسسات الخدمية تحرص على تدريب وتعليم، تطوير وتأهيل هؤلاء بما يحقق أعلى درجات الرضا لدى المنتفع بالخدمة السياحية؛
- ❖ عملية تقديم الخدمة: هذا العنصر يرتبط بمقدمي الخدمات ويعتبر مكملا له فالخدمة السياحية تقدم بأساليب وتقنيات معينة في إطار إجراءات متفق عليها لا ينبغي تجاوزها، وغالبا ما يتأثر المنتفعون سلبا أو إيجابا بالخدمة المقدمة، وتقديمها يشتمل على تقدير ظروف السياح ومحاولة إرضائهم ومعالجة مشاكلهم والتعامل مع الشكاوي المقدمة من طرفهم والحرص على أمنهم وراحتهم؛
- ❖ البيئة المادية: لا جدال بأن الناس يزورون المناطق من أجل مشاهدة المناظر الطبيعية الخلابة والتمتع بخصائص تلك المناطق والمناظر المزاررة، علاوة على الخدمات المقدمة غير الملموسة التي ترافقها ومهما كانت الخدمات فهي عديمة الفائدة من غير وجود بيئة مادية يلمسها ويتفاعل معها السياح القادمين لأجل التمتع بهذه المناظر

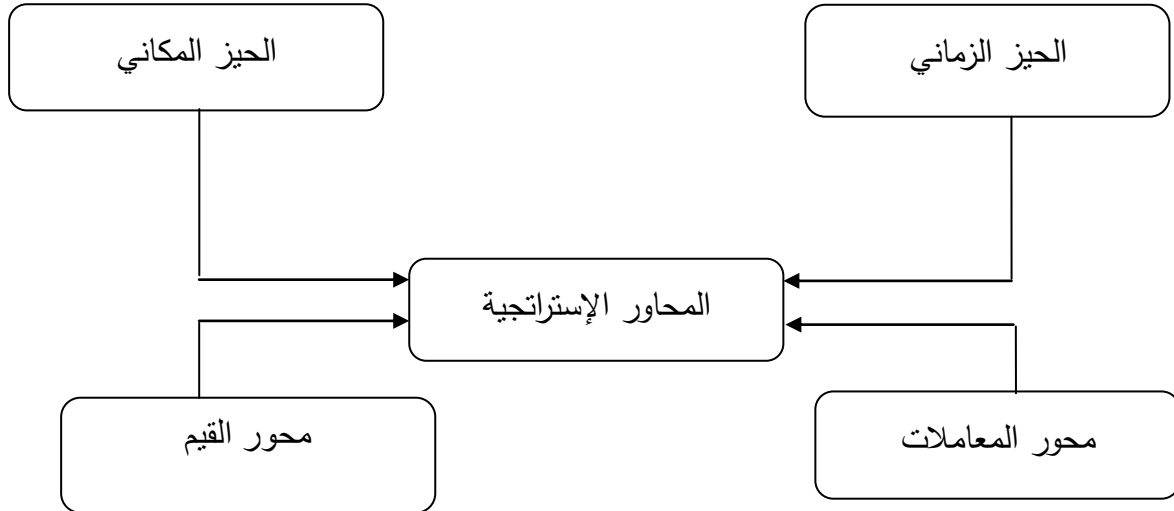
4.1 استدامة عوامل الجذب:

تعتبر استدامة عوامل الجذب السياحي عن إنتاجية مستمرة ومتواصلة في القطاع السياحي، ويتم ذلك من خلال الاستغلال الأمثل والعقلاني لكل عوامل الجذب المتاحة والمتوفرة، وفيما يلي سيتم التطرق إلى المحاور الإستراتيجية والمبادئ الأساسية إضافة إلى التطرق إلى عنصرين هامين لاستدامة عوامل الجذب السياحي ونذكرها كما يلي:

1.4.1 المحاور الإستراتيجية لاستدامة عوامل الجذب:

ويمكن حصر استدامة المقومات السياحية في أربعة محاور كما هو موضح في الشكل التالي:¹

الشكل (1-2): المحاور الإستراتيجية لاستدامة عوامل الجذب



المصدر: محبا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، مصر، 2002، ص42

يتضح من الشكل أن الاستدامة لعوامل الجذب تتضمن أربع محاور إستراتيجية حيث نجد من الأعلى محور الحيز الزمني ومحور الحيز المكاني، يقوم الأول على تفضيل التواصل والديمومة في النشاط السياحي على التطورات المؤقتة خلال مدة زمنية معينة، أما الثاني فيقوم على تفضيل حماية البيئة الطبيعية وأنظمتها في منطقة أو مكان محدد والمحافظة على النظام البيئي الخاص بها أما من الأسفل فنجد محور المعاملات الذي يقوم على تفضيل التداخل والتفاعل البشري، اجتماعي، ثقافي، الحضاري و الاقتصادي، أما بالنسبة للمحور الأخير والمتمثل في المحور القيم القائم على تفضيل قيم التضامن والسلوكيات المسؤولة لدى الجميع وبالأخص السياح.

2.4.1 المبادئ الأساسية لاستدامة الموارد السياحية:

تتمثل المبادئ الأساسية لاستدامة الموارد السياحية في النقاط التالية:²

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

¹ داود محداب و نورالدين بوكفوس، مرجع سابق، ص26.

² عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة والاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، دار النهضة العربية، لبنان، 2001، ص134.

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

3.4.1 عناصر استدامة عوامل الجذب السياحي:

حيث نجد أن استدامة المقومات السياحية تتضمن عنصرين أساسيين هما:¹

- ❖ العنصر المادي: يعمل هذا العنصر على توريث الطاقة الإنتاجية للأجيال القادمة بنفس قوتها أو أكثر؛
- ❖ العنصر المعنوي: أما هذا العنصر فيشير إلى المكونات الاجتماعية والثقافية لعمل الجذب السياحي، حيث تكون معرضة للاحتكاكات والتداخلات بين مختلف المكونات للدول المصدرة للسياح، وهذا ما يطلق عليه تواصل اجتماعي وبيئي في إن واحد.

4.4.1 المدلول الاجتماعي لاستدامة عوامل الجذب السياحي:

- يهدف هذا المدلول إلى تعظيم السياحة لتفادي المشكلات التي تؤثر في النسيج الاجتماعي والموروث الثقافي للأمم، مما يتعين الاستجابة لحاجات ورغبات ثلاث وهي:
- ❖ السياح: بتقديم ما يتلاءم مع رغبات السياح، وهنا يتوجب التنوع في الأنشطة السياحية مستقبلاً؛
- ❖ موظفو السياحة: وذلك بتحسين ظروف عمل العاملين في هذا القطاع، وإتاحة فرص التأهيل والتدريب من أجل زرع حب العمل والابتكار والإبداع؛
- ❖ سكان المقصد السياحي: لكي تأخذ السياحة شكلاً يتلاءم والثقافة المحلية لسكان المقصد السياحي وحتى تساهم بطريقة ملحوظة في تحسين الظروف المعيشية مثل خلق مناصب العمل، وهذا ما يلقي استحسان المجتمع المحلي من خلال الاعتناء بالبيئة الطبيعية والحفاظ عليها من كل الأخطار التي تتعرض لها.

¹ نفس المرجع، ص 135.

المبحث الثاني: عوامل الجذب السياحي:

يمثل المنتج السياحي نوعا خاصا مختلفا عن المنتجات الأخرى في كونه منتجا مركبا إذ يمثل تجربة خاصة يعيشها السائح من بداية الاستعداد لرحلته السياحية وحتى عودته منها، فالمغريات والموارد السياحية وإمكانات الجذب السياحي سواء تاريخية أو طبيعية أو دينية تمثل إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة، وكل هذه تعتبر عوامل يحدد السائح من خلالها وجهته المقصودة ولذلك تختلف هذه العوامل تبعا لطبيعة كل فرد فهذه العوامل تتمثل في طبيعة المكان من حيث توافر الشمس والرمال مثلا أو الجبال والثلوج أو الغابات والأنهار، وقد تكون هذه العوامل معالم أو منشآت سياحية كما قد تكون هذه العوامل أحداث سياسية، اجتماعية أو رياضية.

1.2 العوامل الطبيعية للجذب السياحي (الإمكانات الطبيعية للسياحة):

تعرف عوامل الجذب الطبيعية بأنها: تتمثل في الموارد الطبيعية من أراضي زراعية وصحراوية وجبلية ووديان وشلالات والطقس الذي يحيط بالمناطق والمراعي والحدائق والموارد المائية من بحار وأنهار وبحيرات. إذ يقصد بها ما أنعم الخالق بها علينا من نعم مناظر طبيعية وأماكن ونباتات وحيوانات أي لا دخل للإنسان بتواجدها ونذكر منها:¹

1.1.2 الموقع الجغرافي:

للموقع الجغرافي بمختلف أنماطه تأثيرات متباينة على صناعة السياحة، إذ يلعب دورا هاما في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ وأشكال النبات ذات خاصية الجذب السياحي لنزرتها أو لطبيعة تكوينها فليس بغريب أن نرى أول خطوة لتجسيد التنمية السياحية المستدامة هو الاختيار الموفق للموقع المراد عمل مشاريع سياحية فيه، ويأتي في اختيار الموقع من خلال دراسة علاقة الموقع مع كل من المناخ والنبات وحياتة الإنسان ومستواه الحضاري والأنشطة الاقتصادية السائدة؛ وتتباين قيمة المواقع الجغرافية لدول العالم تبعا لمستوى تمتعها بطرق ووسائل النقل المختلفة، فالموقع الجغرافي الجيد لبعض الدول ساعد في رواج صناعة السياحة بها لسهولة اتصالها بالعالم الخارجي خاصة إذا كان موقعها قريب من نطاقات الطلب السياحي الرئيسي؛ وعلى عكس ذلك فإن الدول التي لا تملك المواقع الجغرافية أو البعيدة عنها تعاني صعوبة في الحصول على حصتها السوقية من السياحة لارتفاع تكاليف السفر إليها بحكم طول المسافة وأحيانا يكون للموقع الجغرافي دور مباشر في نشاط صناعة السياحة فيها كما هو الحال في جزر المالديف و هاواي.

¹ عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن بين النظرية والتطبيق، دار الوراق، الأردن، 2007، ص43.

ويلعب الموقع الجغرافي في الكثير من الأحيان دوراً مؤثراً في تحديد جنسية السياح بل وتحديد مدة الإقامة، ومما لا شك فيه فإن القرب المكاني لبعض الدول يزيد من الطلب السياحي بحكم قصر المسافة الفاصلة بينهم مما يقلل احتمالات زيادة فترات الإقامة، ويحدث العكس في طول المسافة بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستقبلة حيث تؤدي لزيادة التكاليف ما يؤدي لتقليل المصاريف و كذا فترة مكوثه بالبلد.

2.1.2 الجبال:

لها قيمة جمالية كبيرة في الطبيعة، وهذا ما يعكسه عدد المهتمين و الزائرين لها من كل أنحاء العالم وهذا النوع من السياحة يعرف بالسياحة الجبلية؛

وتعتبر الجبال التي تشكل 10 بالمائة من مساحة اليابسة من أهم مناطق الجذب السياحي لارتباطها عادة بظواهر أخرى متنوعة مثل النباتية الطبيعية وأنماط الحياة الحيوانية الفطرية والمياه الجارية والهواء النقي وأشعة الشمس الساقطة عليها وتأثيرها الصحي المنعش لبعدها عن مصادر التلوث، فنجد أن الجبال في المناطق المعتدلة أو الباردة تستغل في الشتاء لممارسة التزلج على الجليد وهي الأكثر شيوعاً في العالم، وفي الصيف تستغل من أجل الاستجمام لتوافر الهواء النقي والهدوء، ومثال ذلك مرتفعات الألب الأوروبية وخاصة في سويسرا والنمسا وإيطاليا وأماكن في أمريكا وكندا. ¹ أما مرتفعات المناطق الحارة فتتميز باعتدال درجات الحرارة بها وقد استغلت هذه الجبال للاصطياف كما في لبنان والجزائر وتركيا وجنوب المكسيك، بل إن بعض الحكومات في هذه المناطق تتخذ من تلك المرتفعات مقرات للراحة مثل مدينة الطائف في السعودية ومدينة باجو في الفلبين ونتيجة لزيادة الاهتمام الكبير بالجبال كمناطق سياحية وجهت الكثير من الحكومات أنظارها إلى تلك الأماكن من خلال مد الطرق المرصوفة فيها والتي أدت إلى تغيير ملامح الجبل الطبيعية وزاد من التلوث عليها.

3.1.2 المياه الجوفية:

يقصد بها المياه الجوفية التي تستخدم في السياحة كالينابيع الحارة و النافورات وتشكل هذه المياه عاملاً مهماً للجذب السياحي وخاصة إذا كانت الينابيع أو المياه تستخدم في العلاج أو مياه ساخنة والتي تنتشر في كثر من المناطق الوطن العربي؛

4.1.2 الكهوف و المغارات الطبيعية:

وهي عبارة عن تجاويف في التركيب الصخري الممتد إما على الجروف الساحلية، أو تحت مستوى سطح الأرض ومنها ما يتكون في الصخور الجيرية بفعل المياه الجارية مكونة كهوف بديعة المنظر تنفرد

¹أمنة أبو حجر، مرجع سابق، ص120.

بوجود رواسب كلسية، إما أن تكون متدلية من سقف الكهف تسمى هوابط أو قائمة من الأرض للكهف تسمى صواعد ومن أمثلتها مغارة "جعينة" الواقعة عند المجرى الأدنى لنهر الكلب في لبنان والتي تعد من المزارات السياحية الهامة في لبنان، وتكثر هذه الكهوف في إقليم "كارست" في يوغسلافيا وفي شبه جزيرة "المنورة" باليونان.¹

5.1.2 المناخ:

للمناخ تأثير مزدوج على صناعة السياحة حيث يؤثر مباشرة في أنشطة السياحة والترويج بما توفره عن جذب سياحي بهدف التمتع بأشعة الشمس أو الاستفادة من نسيم الجبال والاستمتاع بالبر والبحر والتأثير بصورة غير مباشرة كالححد من النشاط السياحي وخاصة في فصل الشتاء في المناطق شديدة البرودة أو الحرارة، وعليه يمثل المناخ مجال استثماري كبير إذا أحسن استغلاله من أجل تنشيط السياحة، ومن هنا تبدو العلاقة وثيقة بين المناخ والسياحة.²

6.1.2 الشواطئ والسواحل:

تعتبر سياحة الشواطئ من الأنماط السياحية الهامة والمنتشرة على نطاق واسع لما تقدمه من متعة وراحة وحيوية لمرتديها وهي تدخل ضمن نشاطات الترفيه، وعند القيام بالأنشطة السياحية لا بد من اختيار المواقع التي يسهل الوصول إليها والتي تتوفر على مساحات أرضية قابلة للتوسع السياحي كإنشاء الفنادق و المنتجعات والتي تشكل عنصر الراحة لمستخدمي السياحة الشاطئية، وتزداد قوة الجذب السياحي للسواحل كلما زادت ظاهرة كثرة التدرجات وتعدد الخلجان وأشباه الجزر والتي تشكل مواضع مثالية للمنشأة السياحية التي تنشط في مجال الرياضة البحرية، ولقد ساعدت الشواطئ الرملية الواسعة والمشمسة في كل من جزر البحر الكاريبي والبحر المتوسط على وجود حركة سياحية نشطة تستقبل أعدادا متباينة من السياح من أجل الراحة والتمتع بالشواطئ الرملية وأشعة الشمس والهواء؛

بالإضافة إلى ما سبق تقوم على الشواطئ أنشطة الاستجمام والراحة خاصة عند وجود الكثبان الرملية التي تميز بعض السواحل البحرية لذا تشيد عليها الفنادق المتباينة الأحجام والمستويات إلى جانب المعسكرات والمخيمات وفي بعض الأحيان تمارس بعض الرياضيات في هذه السواحل كالركمجة والكرة الشاطئية والغولف والتي يستمتع الكثيرون بالتجوال الحر في ربوعها، أو بممارسة السياحة في خلجانها؛

¹ موفق عدنان الحميري ونبييل زعل الحوامدة، مرجع سابق، ص24.

² إبراهيم بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الطبعة الأولى، دار الوراق، الأردن، 2009، ص185.

7.1.2 المحميات الطبيعية:

المحمية عبارة عن مساحة من الأرض معينة تتميز بالغنى والثروة الطبيعية، والنباتية، والحيوانية أو قيمة تاريخية وتكون لها حدود طبيعية تحميها من مختلف الأخطار مثل الجبال والأنهار والبحار، وقد برزت فكرة المحمية الطبيعية عام 1970 كوسيلة متطورة من وسائل صيانة الوسط الحيوي للنباتات والحيوانات من خلال برنامج الإنسان والبيئة، الذي تتبناه منظمة "اليونيسكو" وقد أقر مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية عام 1972 بضرورة إنشاء شبكة عالمية من المحميات الطبيعية مما جعل مناطق المحميات في العالم تحتل حوالي 5 بالمائة من فضاءات الكرة الأرضية موزعة على 130 دولة.¹

2.2 العوامل البشرية للجذب السياحي:

إن العوامل البشرية المسؤولة عن قيام السياحة لها أشكال متعددة كلها من وضع الإنسان، فالحياة الاجتماعية والثقافية والإرث الحضاري وطباع الشعوب وعاداتها حيث الفلكلور والصناعات اليدوية والتقليدية ذات الطابع المحلي والطقوس الدينية ومختلف ألوان الفن ولأطعمة ونماذج السكن البدوي والحضري المتطور عوامل لها تأثير مباشر على السياحة، إلا أن هذه العوامل جميعها تقتصر إلى عنصر المنافسة بينها وبين العوامل الطبيعية، فمعظم السياح يقصدون المواقع الطبيعية والتاريخية في المقام الأول، وتتمثل العوامل البشرية في التسهيلات التي يقيمها الإنسان سواء كانت ذات بعد تاريخي أو حديث، ولما كان الاختلاف في أذواق السائحين أكثر تعقيدا في هذا الزمان فإن هذه التسهيلات تسعى إلى التطور المستمر من أجل جذب السياح.

إذا ألقينا النظر على الإنسان قديما الذي كان يمارس الزراعة والصيد وتربية الحيوان وقطع الأشجار والبحث عن المعادن والإنسان اليوم يسعى إلى إشباع رغباته في اقتناء الآثار واللوحات والتماثيل وطوابع البريد والعملات النقدية القديمة وغيرها من اهتمامات الإنسان في الوقت الراهن، ومن أهم العوامل البشرية للجذب السياحي ما يلي:²

1.2.2 العوامل التاريخية والحضارية:

من المعروف أن هذه العوامل تقاس بمدى حضارة البلد على مرور الزمن ويقدر ما يمتلكه من آثار وحضارات وما تبقى منها من دور العبادة وقصور ومباني تذكارية والثروات الطبيعية حيث يعتبر ذلك انعكاسا مباشرا لحضارة هذا البلد، وتجذب هذه المناطق بآثارها طبقات وفئات معينة من السياح لأن المعرفة

¹ صبري عبد السمیع، مرجع سابق، ص 128.

² أحمد عبد السمیع علام، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2008، ص ص 94، 95.

والثقافة هما المحوران الأساسيان في تنقل وسفر هؤلاء السياح، حيث يتجه السياح إلى المتاحف والقصور والمساجد والمكتبات وبشكل هذا النوع من السياحة قدرا ضئيلا من السياحة الدولية إذ يقدر بحوالي 1% فقط.¹

2.2.2 العوامل الاجتماعية والدينية:

تتضمن أنماط وأساليب الحياة والتنظيمات الاجتماعية التي يتبعها فئات القبائل والشعوب في مجتمعاتهم حيث هناك اختلاف كبير في العادات والتقاليد والطرق والنظم التي يحياها هؤلاء الشعوب وهنا نرى إن هذه الاختلافات وهذه الأنماط تمثل مقومات جذب الأفراد وشعوب أخرى ومن هنا يبدأ التحرك لمعرفة الأنماط ودراستها وتعتبر هذه المقومات كل ما يمتلكه البلد من مناطق مميزة، فريدة خاصة بالمنطقة كالأضرحة والأماكن المقدسة وأماكن الاحتفالات الدينية كل هذا يعتبر عنصر جذب لفئات معينة من الشعوب.²

3.2 عوامل أخرى للجذب السياحي:

بالإضافة إلى العوامل الطبيعية والعوامل البشرية للجذب السياحي وهي الإمكانيات الخاصة بكل منطقة سياحية هناك عوامل أخرى وإمكانات أخرى يمكن تلخيصها في النقاط التالية:³

1.3.2 المنشآت السياحية:

لقد ظهرت المنشآت السياحية التي تستغل رأس مالها في سبيل تحقيق الراحة وتقديم تسهيلات سياحية لخدمة السياح، مستفيدة بذلك من توفر الإمكانيات السياحية أو العوامل الجذب داخل الدولة التي تغري السياح الأجانب على زيارتها والإقامة فيها أطول مدة ممكنة من ناحية ومن ناحية أخرى تشجع المواطنين على الاهتمام بالسياحة الداخلية والتعرف على المناطق الجميلة التي تزخر بها البلاد ويمكن ذكر أهم المنشآت السياحية فيما يلي:

❖ الفنادق:

الفندق هو مؤسسة تقدم خدمة الإقامة بالدرجة الأولى (خدمة أساسية) بالإضافة إلى خدمة الإطعام والخدمات التي يحتاج إليها النزول لقاء أجر معين (خدمات تكميلية)؛

¹ موفق عدنان الحميري ونبييل زعل الحوامدة، مرجع سابق، ص26.

² أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص95.

³ الهام بوحناش وفاطمة الزهراء شريط، تأثير عوامل الجذب السياحي على سلوك السائح ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2013-2014، ص 21، 23.

ظهرت الفنادق الصغيرة قديماً وكان معظمها في شكل مساكن خاصة وكان أصحابها يوفرن الغرف للمسافرين ويقدمون وجبات بسيطة للزبائن، وقد أنشأ بيوت الراحة لأول مرة الإمبراطور "أسوكا" (272-232 قبل الميلاد) وفي القرن السابع عشر ميلادي شيد الكثير من النزل في بريطانيا وفي الدول الأوروبية الأخرى القريبة من الطرق التي كانت تمر عليها عربات السفر التي تجرها الخيول حيث كان المسافرون ينالون قسطاً من الراحة ويتناولون الطعام في النزل، وقد تحسنت نوعية نوعية النزل خلال القرن الثامن عشر ميلادي خاصة في أوروبا حينما بدأت أعداد كبيرة من الناس في السفر طلباً للترفيه، وقد أدى اختراع السكك الحديدية في القرن التاسع عشر ميلادي إلى بناء فنادق أضخم من ذي قبل، تقع بالقرب من محطات السكك الحديدية والمدن الرئيسية وهذا كان له دور كبير في بناء الفنادق والمنتجعات والفنادق الأصغر حجماً أو بيوت الضيافة إلى جانب البحر أو البحيرات والجبال، وفي نهاية القرن التاسع عشر اشتهرت مدن كبرى كلندن وباريس بالفنادق الضخمة حيث تقدم خدمات الترفيه للزبائن الأثرياء كـ"سافوي" بلندن والذي أفتتح عام 1889 وكانت به إضاءة كهربائية في كل غرفه؛

أما الفنادق اليوم فهي مجهزة بمصاعد كهربائية ودورات مياه خاصة ونجد توفر الغرف على كل من خدمات الهاتف و التلفاز، وخلال منتصف القرن العشرين ظهرت في المدن وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية أعداد وفيرة من الفنادق كان يملكها فرد واحد أو تملكها شركة ماء، وكانت هذه الفنادق تشكل سلسلة فنادق بإمكانها أن تعمل بشكل أكثر فعالية وبنفقات أقل من معظم الفنادق المستقلة وتعمل جميع فنادق السلسلة الواحدة بنفس الطريقة وتحمل نفس الاسم، وتصنف الفنادق تبعاً للتسهيلات والخدمات التي تقدمها؛ فالفنادق هي مؤسسات تقدم خدمات للزبائن وتوفير ظروف الراحة والإيواء وتوفر كثير من الفنادق قاعات للاجتماعات وتضم البعض منها محلات تجارية ووسائل للتسلية، وتتراوح أحجام الفنادق بين مباني ضخمة تضم أكثر من 3000 حجرة و فنادق صغيرة تحتوي على أقل من 10 غرف ولا تقدم الفنادق الصغرى نفس الخدمات التي تقدمها الفنادق الكبرى، وهناك ثلاثة أنواع من الفنادق هي:

■ الفنادق التجارية:

تقع معظم الفنادق التجارية بالقرب من المطارات أو بالقرب من وسط المدن، وتقدم هذه الفنادق خدماتها أساساً لرجال الأعمال الرحالة ولهؤلاء الذين يقومون برحلات قصيرة، وتتسم الكثير من هذه الفنادق بمحيط فخم وبمجال خدمات واسع، ويمتلك الزبائن الخيار في معظم الفنادق التجارية بين المطاعم والمقاهي ذات السعر الرخيص وقاعات الطعام الفخمة، أما المحلات التجارية في الفنادق الفخمة التجارية فتضم

محلات الملابس والهدايا وصالونات الحلاقة والتجميل وتحتوي هذه الفنادق على حمامات ومساح وكل أنواع الرفاهية خاصة إذا كان الفندق مصنف ذو خمس نجوم.

▪ فنادق المنتجعات:

وهي تقدم وسائل الراحة والسكن والطعام والشراب للسياح والذين يتمتعون بإجازاتهم، كما يتوفر بعض هذه الفنادق على ملاعب غولف وقاعات للتزلج ومساح، ويبقى النزلاء في مدة تتراوح بين عدة أيام وعدة أسابيع ويقع معظم فنادق المنتجعات بالقرب من البحيرات والجبال والبحار، ويبقى العمل في فنادق المنتجعات موسمي ففي فصل الشتاء يسافر الكثير إلى منتجعات الجبال لممارسة التزلج، وفي الصيف يتجهون إلى منتجعات البحار للاستمتاع بالشواطئ، وتقدم فنادق المنتجعات كذلك بعض النشاطات لزيائنها بداخل الفندق وتتمثل في الأنشطة الرياضية والحمامات والمساح الداخلية وساحات التنس وبعضها يقدم بعض العروض الموسيقية والعروض الراقصة وأخرى للتسلية.

▪ الفنادق السكنية:

وهي توفر غرفة أو أكثر إلى الزبائن لفترات طويلة من الزمن وتشبه هذه الفنادق مباني الشقق إلا أنها توفر أيضا خدمات الطعام والغسيل والكي؛

▪ فنادق المطارات:

تفتح بالقرب من المطارات أو داخلها والغرض من إنشاءها هو إيواء المسافرين بالمطارات ومسافري الشركات السياحية الذين يضطرون للإقامة فيها لأسباب معينة وبعض المسافرين يفضلونها من أجل إقامتهم القصيرة ولكونها أقرب من إلى المطار حتى لا يتحملون تكاليف التنقل من الفنادق داخل المدن إلى المطار.

❖ المرشدين السياحيين:

المرشد السياحي هو ذلك الشخص الذي يقوم بمرافقة السياح إلى أماكن الزيارة وتقديم لهم الخدمات التي يحتاجونها وتزودهم بمختلف المعلومات التي يرغبون بمعرفتها وبذلك فالمرشد السياحي له دور كبير في نجاح الجولة السياحية، ولا بد أن تتوفر فيه بعض الصفات حتى يكون قادرا على القيام بواجبه على أكمل وجه ونذكر منها:¹

✓ أن يكون ذو أخلاق حسنة ويجيد التعامل بليونة ولباقة؛

✓ يتوفر على المعلومات الكافية عن المقصد السياحي حتى تكون له المقدرة على الإجابة على تساؤلات

السائحين؛

¹ مروان أبو رحمة وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار البركة، الأردن، 2001، ص18.

- ✓ أن يكون مضيافاً ذو رفقة ممتعة وروح مرحة؛
 - ✓ أن يكون اجتماعي ومنفتح وبيادر بإثارة النقاشات ويشجع الآخرين على القيام بذلك؛
 - ✓ أن يتقن اللغات الأجنبية حتى يستطيع التعامل مع مختلف السياح الوافدين من مختلف الجنسيات
 - ✓ أن تكون له ردة فعل سريعة اتجاه المشاكل التي تحصل أثناء الجولة السياحية.
- ❖ المكاتب السياحية (مكاتب السياحة والأسفار):

هي شركات أو مؤسسات تجارية تنظم وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بضاعتها الخاصة (خدماتها) والمتمثلة في رحلات فردية أو جماعية والخدمات المرتبطة بها فهي عبارة عن وسيط بين السائح والمنتج السياحي لقاء الحصول على عمولة، وهي تلك تقوم بتوفير المعلومات ومساعدة السياح من خلال تنظيمها لعملية السفر هذا من جهة وعمل دعاية للأماكن السياحية من جهة أخرى، فقد أصبح السياح في مختلف جهات العالم يبحثون عن المساعدة من قبل هذه المكاتب المتخصصة والاستفادة من الخدمات التي تقدمها ومن بين هذه الخدمات نذكر:¹

- ✓ بيع تذاكر السفر بكل أنواعها، صرفها أو تبديلها والتوسط لدى شركات النقل لتوفير التذاكر للسياح المسافرين بأسعار منخفضة؛
- ✓ تنظيم رحلات سياحية فردية أو جماعية داخل البلد أو خارج البلد؛
- ✓ القيام بإجراءات الحجز في الفنادق؛
- ✓ الحصول على تذاكر مختلف المهرجانات والتظاهرات السياحية المختلفة؛
- ✓ تأمين السياح و أمتعتهم لدى شركات التأمين وفق القانون.

❖ النقل والمواصلات:

يرتبط التطور السياحي ارتباطاً وثيقاً بالتقدم التكنولوجي لوسائل المواصلات ولا تصبح المواقع أكثر جاذبية للسياح طالما لا تتوفر على إمكانيات للوصول إليها، وبصرف النظر عما تقدم من تسهيلات فقد ارتبط تطور النقل بالسكك الحديدية إلى زيادة في السياحة الداخلية وتعد السكك الحديدية المساهم الفعال في خلق الأماكن السياحية في بداية القرن السابع عشر حيث ساهمت في تحسين أداء المواصلات التي تشجع السياح بالركوب فيها وخاصة أن الدول عمدت على تحسينها باستمرار ففي الولايات المتحدة الأمريكية عام 1870 صمم قطار من الدرجة الأولى على يد الأمريكي "بولمان" يسر عناء الرحلات الطويلة واستمر عصر السكك الحديدية حتى بداية الثلاثينات من القرن العشرين منافساً لكل وسائل المواصلات الأخرى بعدها بدأ السفر بها

¹ أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، الأردن، 2002، ص43.

يعاني تدهور سريع كما أصبح غير اقتصادي ويعود ذلك إلى المنافسة الشديدة من قبل السيارات والطائرات وقد ساعد ذلك ارتفاع الدخل لدى الأفراد.

ويعد التقدم في صناعة السيارات في مطلع القرن العشرين ثورة في حركة السياحة والاستجمام وبواسطتها أصبحت السياحة مرنة والأماكن المزاراة أكثر ارتيادا من قبل الأفراد، كما قدمت المرونة في اختيار الأماكن وطول فترة الزيارة كما ساعدت على الحركة السريعة والاقتصاد في الوقت حتى أصبحت أكثر شعبية ومكنت الأشخاص من السفر بعيدا في حرية كاملة وشجعت على قضاء الإجازات القصيرة وعطلات نهاية الأسبوع مما أدى بالبعض إلى تسمية السيارة بأداة الاستجمام. ولإنشاء سياحة تعتمد على النقل البري وخاصة السيارات منها يتطلب من الدولة تطوير المراكز السياحية كما يلي:¹

- وجود شبكة آمنة وواسعة من الطرق التي تربط بين المناطق السياحية؛
- وجود شبكة طرق ثانوية لتسهيل عملية الربط بين الطرق الرئيسية؛
- أن يشما نظام الطرق كل أرجاء الدولة لكي يشجع السائح على الحركة؛

أما النقل الجوي فمع بداية استخدام الطيران في أعقاب الحرب العالمية الثانية أصبح من الممكن الانتقال لمسافات طويلة في سرعة وسهولة كما أمكن بواسطتها قضاء الإجازات القصيرة في الأماكن البعيدة ذات الجذب السياحي الفريد مثل ايسلاندا و برمودا التي تبعد آلاف الأميال عن ساحل أمريكا الشمالية وغيرها من الأماكن التي يقصدها السياح بالطائرات، وقد زاد استخدام الطائرات حيث أصبح هناك طيران خاص بالأثرياء وهناك عديد الأمثلة التي تبرهن دور الطيران في زيادة التدفق السياحي للمواقع السياحية مثل ساحل "كوستال سول" على الساحل الجنوبي من ايطاليا يتمتع بمناخ ممتاز على مدار السنة وأصبح مشهورا بعد استخدام الطيران وكذلك حزر السيشل في المحيط الهندي لم تعرف السياحة إلا عام 1971 عندما أقيم بها مطار أخرجها عن عزلتها وبدأت تستقبل السياح وتعد التنمية السياحية في جزر"فيجي" إلى إنشاء خدمات الطيران بها حتى أنها استعانت بالطيران الاندونيسي لكثرة الزائرين عليها وعدم قدرة طائراتها على استيعاب السياح الوافدين؛

أما فيما يخص النقل البحري نقل أهميته عن باقي الوسائل السالف ذكرها نظرا للشروط التي يجب توفرها للاستفادة منه والذي يعد الأكثر استهلاكا للوقت والأكثر تأثرا بعوامل الطقس وان كان الأقل تكلفة وهذا النقل له تشعباته ووسائله المتعددة منها: النقل البحري النظامي وبواخر السياح وبواخر النزهة، على العموم أصبح هذا النوع من النقل ونتيجة لتطور الوسائل الأخرى يشكل جزءا من الرحلة السياحية وليس الوسيلة

¹ إبراهيم بظاظو، مرجع سابق، ص ص192، 193.

الأساسية واللافت للنظر أن التطور السريع في وسائل النقل والمواصلات لا يشمل وحدات التنقل بل الوصول إلى الكفاءة في وحدات التنقل وتطويرها.

❖ البنى التحتية:

يطلق البعض عليها اسم البنية التحتية وهناك من يسميها بالبنى الأساسية أو الهياكل القاعدية، والشائع والمعروف لتسميتها هو تركيبة متبادلة بين مفردات المعايير، وفي الاقتصاديات التقليدية يكتفي التعريف المختصر للبنية التحتية باعتبارها أنها هي النظم الأساسية المادية لبلد ما أو لسكان مجتمع ما ويشمل الطرق والمرافق ومياه الصرف الصحي والمنشآت التي تمد الاقتصاد بالقدرة على الإنتاج في مقابل هذا التعريف هناك تعريفات أخرى أكثر تفصيلاً مثل ذلك الذي يتبناه رئيس الهيئة الوطنية الهندية للإحصاء "سي رانجا راجان" الذي يعتبر البنى التحتية على أنها خطوط السكك الحديدية والطرق والمطارات والجسور والتمديدات الكهربائية وخطوط الهاتف وأنابيب الصرف الصحي والري والموانئ، وتذهب إحدى التعريفات في إحدى الأوراق المقدمة إلى "منتدى الرياض الاقتصادي المنعقد في 24 ديسمبر 2007 والمعنونة تحت اسم "نحو تنمية اقتصادية مستدامة" إلى اعتبار البنية التحتية بأنها: "الخدمات التي تمل العمود الفقري و الأساسي من التجهيزات يتم تشييدها لكي تلبي الاحتياجات الحضرية والرفاهية للمواطنين وتساند الاقتصاد الوطني وتلعب دور الرابط الذي يربط المجتمعات المتلاحمة".¹

لكن مع تطور المجتمعات البشرية وتنامي دور تقنية المعلومات والاتصالات في الاقتصاد الوطني واستخدام المواطن العادي لها والخدمات التي تقدمها، برزت ضرورة تفرد البنية التحتية الخاصة بتلك التقنية بتعريف خاص بها وبالخدمات المنبثقة عنها فهناك من يرى بأن البنية التحتية ذات العلاقة بتقنية المعلومات والاتصالات على أنها الأجهزة والمعدات المستخدمة للربط بين أجهزة الكمبيوتر وبين الكمبيوتر ومستخدميه ويشمل البنية التحتية وسائل الإعلام بما في ذلك خطوط الهاتف وخطو التلفاز والأقمار الصناعية والهوائيات وغيرها من الأجهزة التي تتحكم في مسارات الإرسال وتشمل البنية التحتية، أيضا البرامج التي يستخدمها لتوليد الخدمات المرتبطة بها وذلك بالعلاقة التقنية التي تصاحبها، وتذهب تعريفات أخرى أكثر تفصيلاً كي تضيف إلى كل ذلك البرمجيات العامة وخدمات التطوير والصيانة المرتبطة بها، وخطوط التشبيك التي ترتبط بين تلك البرمجيات وهي طبقة أخرى تضاف إلى نظام التشبيك الأساسي وما تزال تسود النظرة التي تعتبر أن تشييد تلك البنية التحتية هو من مسؤوليات الدولة.¹

¹إلهام بوحناش وفاطمة الزهراء شريط، مرجع سابق، ص27.

4.2 معايير اختيار مناطق الجذب السياحي: تشمل ما يلي:¹

- ❖ **النقل:** لتحليل الموقع يشترط توفير وسائل النقل التي تؤدي إلى هذه المناطق منها البحرية والبرية والجوية، شريطة أن تكون تكلفة النقل في المنطقة أقل من الإقامة فيها، وذلك لتشجيع السياح للذهاب إليها؛
- ❖ **الاستخدامات والتكاليف:** تختلف التكاليف من إقليم إلى آخر، حيث تشكل نسبة كبيرة من إجمالي تكاليف تطوير مناطق الجذب السياحي باعتبارها جد مكلفة، كما هو موجود في سويسرا حيث تكلف الأراضي الجبلية ومناطق التزلج ما نسبته 75 بالمائة من التكاليف الإجمالية للمشاريع السياحية، فالأثرىء من السياح يميلون للتمتع بالمناطق السياحية ذات التكاليف العالية، ليس على أساس المباني والتسهيلات الموجودة في المنطقة بل لطبيعة الأرض من حيث المساحة والهدوء؛
- ❖ **السلام والأمن:** تعد السلامة والأمن شرطان أساسيان لنجاح منطقة الجذب السياحي، إذ تمنح السائح شيئاً من الاطمئنان، ويعتبر المناخ السياسي معياراً للجاذبية السياحية، ويشمل مجموعة من المنتجات والخدمات السياحية المقدمة للسائح، التي تقوم بتأمين الاستقبال في مقر الإقامة في جو من الأمان، ففي إيران مثلاً توجد شرطة خاصة لحماية المسافرين الأجانب خاصة في طهران والناطق المجاورة للمطارات؛
- ❖ **الموردون:** وهم المطلوبون لأغراض صيانة المعدات والمباني والتسهيلات المادية، وتوفير الطعام والشراب، والخدمات المساندة، فعند اقترابها من مناطق الجذب السياحي ومن المراكز التجارية والسكانية، لا تكون المشاكل كثيرة، لكن كلما ابتعدنا عن هذه النواحي إلى المناطق النائية، صعب توفير القوى العاملة لإرادتها، هذا ما يتطلب تشييد مناطق خاصة للعاملين وتحفيز الموردون على المجيء إليها، فمن الضروري الاستثمار فيها لتوفير مقومات للجذب السياحي من خدمات وتسهيلات؛
- ❖ **العامل المالي:** إن مهمة توفير الأموال اللازمة لمناطق الجذب أكثر صعوبة من عملية التطوير السياحي، فالمنشآت السياحية الكبيرة تستخدم رؤوس الأموال لتمويل المشاريع السياحية، وتخصيص جزء منها للتطوير السياحي، فقد لا تتوفر هذه المنشآت على الأموال الكافية في استثمارها، مما يدفع للاقتراض من البنك، وتعتبر النسب المالية من الأساليب الفعالة للرقابة على عملية تطوير مناطق الجذب.

¹ مسعودة اودين وإيمان لخلف، مخططات التنمية السياحية ما بين جاذبية المقومات السياحية وواقع الخدمات التكميلية السياحية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2011-2012، ص ص 46، 47.

خلاصة الفصل

إن المقومات السياحية هي كل الموارد والإمكانات السياحية سواء كانت الطبيعية، الثقافية، التاريخية، الحضارية والبشرية التي يمتلكها بلد أو إقليم ما يقوم باستغلالها بطريقة مثلى لجلب أكبر عدد من السياح، وللحفاظ عليها وجب استغلالها بشكل عقلاني ما يضمن استمرارية نشاطها والمكاسب المحققة منها، وحتى نضمن الاستمرارية وجب تطبيق مفهوم الاستدامة، كما أن المقومات السياحية تتأثر بعوامل متعددة ولها مزيج تسويقي خاص بها ومعايير من أجل اختيارها.

الفصل الثالث

دراسة حالة ولاية جيجل من خلال مديرية السياحة

المبحث الأول: تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل .

المبحث الثاني: دراسة عوامل الجذب السياحي في ولاية جيجل.

تمهيد

تعد ولاية جيجل ولاية ساحلية تمتاز بمناظرها الطبيعية الخلابة وشريطها الساحلي الذي يتميز برمال ذهبية تتخلله خلجان وشواطئ صخرية، ويضم الشريط الساحلي مجموعة من الجزر المتفاوتة الحجم، دون أن ننسى المقومات التاريخية والحضارية التي تميز الولاية عن غيرها، إضافة إلى العادات والتقاليد والموروثات الثقافية المتوارثة نتيجة تعاقب الحضارات المختلفة، وتتوفر الولاية على هياكل ومنشآت قاعدية تساعد في عملية التنمية السياحية.

وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على ولاية جيجل وما تزخر به من إمكانات سياحية سواء طبيعية كانت أو ثقافية وكذا الهياكل والمنشآت القاعدية، كما سنتطرق إلى نشأة وتطور مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل والمهام والأدوار التي تقوم بها، لنقف على أهم المعوقات التي تواجه السياحة بالولاية وصولاً إلى بعض الحلول للتقليل أو الحد من تلك المعوقات.

المبحث الأول: تقديم مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

تعتبر ولاية جيجل من الولايات السياحية في الجزائر وذلك لما تملكه من مقومات طبيعية، حضارية، ثقافية، وغيرها، والتي جعلتها قبلة سياحية بامتياز وهي في تطور مستمر ، و تزخر الولاية بإمكانات تؤهلها لأن تصبح منطقة توسع سياحي.

1.1 نبذة تاريخية عن ولاية جيجل

ولاية جيجل هي الولاية رقم 18، تحتل موقعا استراتيجيا هاما في الشمال الشرقي للجزائر، وتتربع على مساحة قدرها 2.398.63 كلم تطل على البحر الأبيض المتوسط بشريط ساحلي طوله 120 كلم، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولاية سكيكدة وغربا ولاية بجاية وجنوبا ولاية ميلة ، وقد قسمت ولاية جيجل إداريا إلى 28 بلدية و 11 دائرة بموجب قانون 84-09 المؤرخ في 04 فيفري 1984م.

تأسست مدينة جيجل في حوالي القرن الرابع قبل الميلاد من طرف الفينيقيين ومرت الولاية بعدة مراحل في تاريخها وتعاقبت عليها عدة حضارات، وينحدر اسم المدينة من لفظ " ايجيلجيلي " IGILGILI ويرجع هذا الاسم إلى الحضارة الفينيقية ، حيث أشاروا إلى وجود شبه جزيرة على الساحل الشمالي الشرقي للجزائر وتطور الكلمة من " ايجيلجيلي " إلى جيجلي في الأخير إلى جيجل ، وقد تعاقبت عليها عدة حضارات نذكرها باختصار:

الفترة الرومانية: أعيد بناء مدينة جيجل وفق التخطيط الروماني وقد أشارت مصادر تاريخية أن سكانها كانوا من قدماء محاربيين الرومان.

فترة الوندال والبرابرة: في القرن الخامس ميلادي كانت مدينة جيجل قد أصابها من الخراب ما أصاب الإمبراطورية الرومانية وأصبحت دائرة إيجيلجيلي مستعمرة للوندال الذين قضوا على الازدهار الذي عرفته المدينة خلال العهد الروماني.

بعد هذه الفترة جاء الاحتلال البيزنطي ثم عصر الفتوحات الإسلامية مطلع القرن السابع ميلادي ونظرا لما تمتاز به المدينة من موقع استراتيجي فإن الفاتحين حملوا مشقة عبور المغرب العربي وإسبانيا وجعلوا من جيجل مركزا عربيا تابعا للقيروان، وفي بداية القرن العاشر انظم أهالي قبيلة كتامة الكبرى بالمنطقة الجنوبية لمدينة جيجل إلى الفاطميين وتحالفوا معهم للقضاء على الحكم القيرواني، وبعد رحيل الفاطميين وقعت مدينة جيجل تحت سيطرة الحمادين وثم المهديين وظلت طمعا لعدة دول حاولت غزوها واستعمارها عدة مرات إلى أن استجد سكان الولاية بالأخوين عروج و خير الذين بربروس لتصبح أول مدينة يدخلها الأتراك

وينطلق منها لتحرير بجاية والجزائر من الهيمنة الإسبانية.¹ ثم بعدها جاء الإستعمار الفرنسي لمدينة جيجل وقد تجلت مقاومة الأهالي لهذا المستعمر بالهجمات المنظمة وقمعها لقوات الاحتلال وعلى غرار باقي ولايات الوطن فإن ولاية جيجل ساهمت برجالها في الحركة الوطنية في حزب التحرير، وتجدر الإشارة إلى أن سكان الولاية ينحدر أصلهم من الأمازيغ البربر الذي نسبهم ابن خلدون لقبيلة كتامة البربرية، أما فيما يخص اللهجة المحلية للولاية فهي خليط جميع اللهجات فنجد حرف القاف يتحول إلى الكاف وهي تسمى الكفكفة وهي مشهورة عند سكان الأندلس والمغرب الأقصى ونجد كلمة " ذي " وهي تعني ملكي أو " لي " وكذلك يبدأ السكان الأسماء بإضافة الحاء على الاسم وهي تعتبر كأداة للتعريف، ولهجة سكان جيجل مزيج بين الفصحى والأمازيغ وبعض اللغات الأجنبية.

2.1 التعريف بمديرية السياحة والصناعات التقليدية

تعتبر مديرية السياحة من المصالح الخارجية لوزارة السياحة حيث تقوم بالمهام الموكلة إليها والمتمثلة في تنفيذ إستراتيجية القطاع، وذلك عن طريق المراقبة والتوجيه.

مديرية السياحة لولاية جيجل هي هيئة إدارية تابعة لوزارة السياحة يقع مقرها في الكم الثالث لولاية جيجل تسهر على تنمية القطاع السياحي ومتابعة عملية الاستثمار. لقد نشأت مديرية السياحة لولاية جيجل سنة 1975 وكانت عبارة عن مديرية مستقلة قائمة بذاتها، ثم تغيرت وأصبحت تحت اسم "مديرية الثقافة والسياحة والشبيبة والرياضة " حتى سنة 1982.

وفي سنة 1984 أصبحت تسمى " مديرية الثقافة والسياحة " وبعد سنتين أي سنة 1986 برز قسم إداري جديد وظهر ما يسمى "الأقسام" وانضمت مديرية السياحة إلى " مديرية الصناعة والبريد والمواصلات" وأصبح ما يسمى بقسم " تنمية الأعمال الإنتاجية والخدمات " .

وفي سنة 1991 تم الرجوع إلى النظام الذي كان سائدا في السبعينات أي " نظام المديرات " وأصبحت السياحة تابعة " لمديرية الصناعة والمناجم".

وبعد سنة 1995 أصبحت تعتبر نقطة تحول بارزة في المجال السياحي وسميت " مديرية السياحة والصناعات التقليدية" وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 260/95، بعدها عادل المرسوم التنفيذي رقم 216/05 في 4 جمادى الأولى عام 1426هـ الموافق لـ 11 يونيو سنة 2005.

حيث يتضمن هذا المرسوم إنشاء مديرية السياحة لكونها منفصلة عن الصناعات التقليدية لأن هذه الأخيرة تحولت إلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعة التقليدية.

¹ مونوغرافيا السياحة ، مديرية السياحة لولاية جيجل، ص2.

وبعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 10 أكتوبر 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية تابعة ' لمديرية السياحة ' بعدما انفصلت عن مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

3.1 مهام مديرية السياحة للنهوض بقطاع السياحة في ولاية جيجل

كغيرها من الهيئات الحكومية تقوم مديرية السياحة بتنفيذ البرامج الموكلة إليها من الوزارة وفق برنامج سنوي وذلك عن طريق ما يلي:¹

- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسليّة؛
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات الإقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي؛
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن؛
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية والمحلية وتحليلها وتوزيعها وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية؛
- توجيه المشاريع الاستثمارية للسياحة ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية؛
- ضمان رقابة الأحكام التشريعية والتنظيمية التي تحكم النشاطات السياحية والحموية واحترامها؛
- ضمان ميزانية التجهيز والتسيير؛
- المبادرة بكل تدبير من شأنه إنشاء محيط ملائم للتنمية النشاطات السياحية المحلية وتسويقها؛
- متابعة تطابق النشاطات السياحية، مقاييس السير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية؛
- دعم وتنمية نشاط المتعاملين والهيئات والجمعيات المتداخلة في السياحة؛
- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية؛
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية ؛
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية وتقويم نتائجها؛
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي تتعلق بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالأنشطة السياحية؛
- إعداد مخطط سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية؛
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛

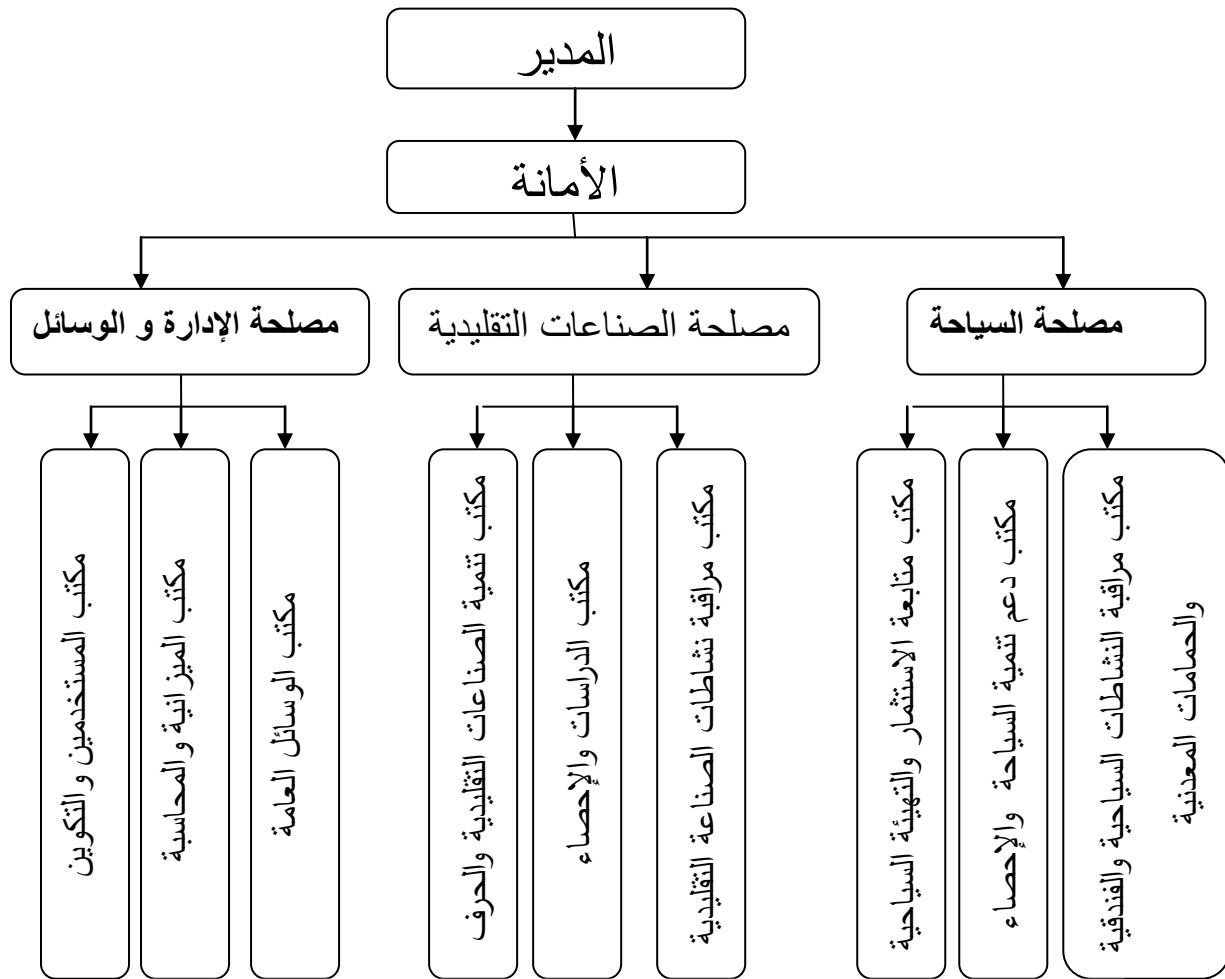
¹ وثائق داخلية لمديرية السياحة لولاية جيجل.

- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها؛
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية؛
- إعداد الحصيلة الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية؛
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها؛
- تدعيم أعمال المنظمات والجمعيات والفئات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

4.1 دراسة الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة

تحتوي مديرية السياحة في هيكلها التنظيمي على عدة أقسام وفروع لكل منها دور خاص به وتتكامل فأعمالها متكاملة فيما بينها وهذا لتحقيق الأهداف المسطرة والشكل أسفله يوضح هذه الأقسام:¹

الشكل (1-3): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة بجيجل



المصدر : وثائق داخلية لمديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

¹ مقابلة مع السيد رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، يوم 2017/04/09 على الساعة 9 صباحا .

❖ **المدير:** يعتبر المسؤول الأول عن كل الشؤون التي تجري داخل المديرية، ومن مهامه:

- يشرف على الموارد البشرية بإعطائهم توجيهات مستمرة ويراقب جميع المصالح؛
- يحث على السهر والسير الحسن داخل المديرية؛
- إعطاء الأوامر للموظفين وإبلاغهم بكل ما يستجد؛
- هو المسؤول عن إمضاء كل البريد الذي يخرج من مصالح المديرية؛
- مفوض من طرف الوزارة الوصية لإمضاء صرف الميزانية السنوية.

❖ **الأمانة:** تعتبر الواجهة التي تعكس المديرية وهي الذراع الأيمن للمدير، ومن مهامها:

- تسجيل وتنظيم كل مواعيد المدير؛
 - استقبال البريد وتسجيله في سجلات خاصة؛
 - توزيع البريد على المصالح؛
 - الرد على المكالمات الهاتفية الداخلية منها والخارجية؛
 - استقبال الزوار؛
 - تقوم بدور الربط بين المدير والمصالح.
- كما تتكون مديرية السياحة من ثلاث مصالح أساسية وتنقسم كل مصلحة إلى مكاتب كالتالي:

❖ **مصلحة السياحة:** تتحصر مهام هذه المصلحة فيما يلي:¹

- دراسة ملفات طلبات الاستثمار السياحي والمصادقة عليها؛
- متابعة النشاطات القطاعية الخاصة بقطاع السياحة؛
- حماية العقار السياحي؛
- إعداد الدراسات الخاصة بتنمية القطاع؛
- اقتراح المشاريع التي تتكفل بها الدولة في مجال السياحة؛
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم.
- التكفل بكل الملفات المتنازع بشأنها لدى القطاع وتتكون من ثلاث مكاتب:
- مكتب دعم التنمية السياحية (الفندقية، الحموية، المناخية).
- مكتب تأطير النشاطات السياحية (الفندقية، الحموية، المناخية).
- مكتب الاستثمار والإحصائيات.

¹مقابلة مع السيد رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، يوم 2017/04/10 على الساعة 11 صباحا .

إن مهام هذه المكاتب متداخلة ولا يمكن ذكر كل واحدة على حدا لمدى الترابط بين مهامها وتختصر فيما يلي:

متابعة وحماية العقار السياحي من أي تجاوزات سواء من طرف الخواص أو من طرف الدولة، وذلك تطبيقا للقانون رقم 03/03 المتعلق بحماية مناطق التوسع السياحي؛
معالجة طلبات الاستثمار السياحي ومتابعة الملفات فقبل بناء مؤسسة فندقية فإن الطلب يقدم للمديرية عن طريق هذه المصلحة لإبداء الرأي والفصل فيه؛
دراسة رخص البناء من طرف الخواص.

– ضمان رقابة واحترام الأحكام التشريعية والتنظيمية التي تحكم النشاطات السياحية والحموية؛
– العمل على تحسين الخدمات السياحية بمتابعة نطاق النشاطات لمقاييس وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية؛

– العمل على ترويج المنتج السياحي عن طريق المشاركة في مختلف التظاهرات الوطنية والدولية؛
– دعم وتنمية النشاط للمتعاملين والجمعيات التي تنشط في القطاع؛
– العمل على إنجاز دعائم ترقيوية وتوزيعها للتعريف بالمساحات السياحية على المستوى المحلي، الوطني، الدولي؛

– متابعة الإحصائيات الخاصة بكل المتعاملين والقدرات السياحية ومتابعتها كما تلعب هذه المصلحة دورا هاما في متابعة النشاطات السياحية والسهر عليها حتى تضمن أحسن أداء وأحسن خدمة للسواح.
تتكون المصلحة من ثلاث مكاتب لكل منها مهامها وتتمثل فيما يلي:

● **مكتب الإعتمادات والترخيصات:** فبعد إنهاء المشروع تقدم مصلحة تنمية النشاطات السياحية الملف لهذا المكتب لمنح صاحب المشروع (المستثمر) رخصة استغلال المؤسسة الفندقية، كما تمنح اعتمادات للوكالة السياحية والموجهين السياحيين.

● **مكتب مراقبة النشاطات السياحية الفندقية، الحموية، المناخية:** بعد منح رخصة الاستغلال للمؤسسة الفندقية يأتي دور الرقابة عليها وعلى نشاطها ومدى احترامها للقواعد ولها مهام أخرى يشرف على تنفيذها المفتشين الرئيسيين وتتمثل فيما يلي:

– السهر على تطبيق الأحكام القانونية والتنظيمية في ميدان السياحة والتوجيه والإرشاد إلى التشريع المعمول به؛

– العمل على توعية المتعاملين في هذا الميدان؛

– اقتراح أي تدبير يرمي إلى تحسين التشريع والتنظيم المعمول بهم أو المقاييس السارية على أنشطة القطاع السياحي؛

– المشاركة في تصور أدوات تدخل مفتشين السياحة ومقاييسه وإجراءاته؛

– إعداد التقارير الدورية وبرامج الأعمال الداخلية في ميدان الرقابة؛

– المشاركة في تنفيذ أعمال تكوين الموظفين التابعين للقطاع وفي تحسين مستواهم وتجديد معلوماتهم؛

– تنظيم وتنسيق ومراقبة جميع الأعمال المساندة إلى الموظفين؛

– القيام بالدراسات والأبحاث في الأنشطة السياحية.

• **مكتب نوعية الخدمات السياحية الفندقية الحموية والمناخية وتتمثل في:**

– مراقبة نوعية الخدمات المقدمة من طرف المتعاملين في القطاع (الفنادق، وكالات السياحة،...)

– مراقبة المتعاملين في تأهيل مؤسساتهم من أجل رفع مستوى الخدمات المقدمة للزبائن؛

– الإشراف على عملية تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب؛

– مراقبة عقود النجاعة المبرمة مع المتعاملين في القطاع.

❖ **مصلحة الإدارة والوسائل:** يشرف عليها رئيس المصلحة وتتمثل مهامها فيما يلي:¹

– متابعة الحياة العملية للموظفين؛

– تسيير المستخدمين وتسيير الميزانية والمحاسبة؛

– تسيير الشؤون الإدارية والوسائل العامة؛

– تقييم الاحتياجات البشرية والمالية والمادية للمديرية.

تتكون هذه المصلحة من مكتبين:

• **مكتب المستخدمين والتكوين:** مكلف بتسيير الحياة العملية للموظفين يتكون من رئيس المكتب متصرفين

إداريين يسهران على تقييم الاحتياجات البشرية والمالية والمادية للمديرية.

• **مكتب الميزانية والمحاسبة:** هو قسم متخصص في إدارة الأعمال المحاسبية التي تسمح بتسوية أجور

المستخدمين الدائمين والعمال المؤقتين ودفع مستحقات الفواتير وإعداد مصاريف النقل.

¹مقابلة مع السيد رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، يوم 16/04/2017 على الساعة 14.00 .

• **مكتب الوسائل العامة:** يقوم بتلبية احتياجات المديرية من وسائل الخاصة بتسيير المديرية من مكاتب وآلات للطباعة وأجهزة الكمبيوتر وهو المسؤول على توفير الاحتياجات الخاصة بجميع الوسائل المادية داخل المديرية.

❖ **مصلحة الصناعات التقليدية:** وتتضمن هذه المصلحة

– مكتب تنمية الصناعات التقليدية والحرف؛

– مكتب الدراسات والإحصاء؛

– مكتب مراقبة نشاطات الصناعات التقليدية والمهن.

المبحث الثاني: دراسة عوامل الجذب السياحي في ولاية جيجل

1.2 عوامل الجذب السياحي المتاحة بولاية جيجل:

تمتلك ولاية جيجل تنوعا في مقوماتها السياحية منها الطبيعية، الثقافية وغيرها، وفيما يلي سوف

نتطرق إلى مختلف المقومات السياحية المتاحة ولاية جيجل.

1.1.2 المقومات السياحية الطبيعية: تتوفر مجموعة من المقومات السياحية الطبيعية والموزعة على ربوع

الولاية وتتمثل فيما يلي:

❖ **الشريط الساحلي:** هو امتداد طبيعي للساحل على طول 120 كلم، حيث يمتد من زيامة المنصورية غربا

إلى واد زهور شرقا، تصادفك خلاله شواطئ و خلجان، ويضم الساحل الجيجلي 50 شاطئا منها الشواطئ

ذات الرمال الذهبية والشواطئ ذات الصخور، وتحتوي ولاية جيجل على عدد معتبر من الشواطئ تتميز

بالوعورة أحيانا وسهولة الوصول إليها أحيانا أخرى، ولعل من أجمل هذه الشواطئ نجد شاطئ "زيامة

منصورية" في غرب الولاية، والجدول (1-3) يختصر الشواطئ المسموحة للسباحة في الشريط الساحلي

لولاية جيجل.

❖ **الكورنيش الجيجلي:** يتمثل في أجراف صخرية ملاسمة للبحر ممتدة من زيامة منصورية إلى العوانة

تتخللها غابات الفلين، يمتاز بندرة جماله فهو يعد من أجمل المواقع على المستوى العالمي و يسمى الكورنيش

الذهبي أو ساحل "الزمرد" هذه التسميات تبين إشراقه وروعة هذه المناطق لأنها تمثل تلاقي الجبال التي

تزينها الغابات مع البحر، و يتضمن طريق منعرجه و ملوية ذات طبيعة صخرية.

❖ **الكهوف العجيبة:** تقع بين العوانة و زيامة منصورية على بعد 35 كلم عن مدينة جيجل تم اكتشافها

سنة 1917 عند شق الطريق الوطني رقم 43، و تعد من عجائب الطبيعة من حيث الشكل و النقوش التي

صنعتها الصواعد و النوازل، وهي الآن مجهزة و مفتوحة لاستقبال السياح.

الجدول (1-3): الشواطئ المسموحة للسباحة على مستوى ولاية جيجل

اسم الشاطئ المسموح للسباحة	البلدية	الدائرة	
بني بلعيد الشرقي	خيرى واد عجول	العنصر	01
بني بلعيد الغربي			
سيدي عبد العزيز صخر البلح	سيدي عبد العزيز	الشقفة	02
المزابير	القنار		
بازول	الطاهير	الطاهير	03
تاسوست 1	الأمير عبد القادر		
تاسوست 2 "سطة"			
التربة الحمراء	جيجل	جيجل	04
كتامة (كازينو)			
الخليج الصغير			
المنار الكبير			
أولاد بوالنار			
الصخر الأسود	العوانة	العوانة	05
مريغة			
برج بليدة			
العوانة مركز			
الولجة	زيامة منصورية	زيامة منصورية	06
الشاطئ الأحمر			
الكهوف العجيبة			
تازة			

المصدر: وثائق داخلية لمديرية السياحة لولاية جيجل

- ❖ غار الباز: موقع يعود إلى ما قبل التاريخ و هو عبارة عن مغارة واسعة مفتوحة على الطريق بزيامة منصورية، تم تهيئته لاستقبال كل فئات الزوار من أجل تطوير السياحة العلمية و الترفيهية.
- ❖ المنار الكبير (رأس العافية): تم انجازه سنة 1865 من طرف الحرفي "شارل سالف" الذي كانت مهنته النقش على الحجارة، هدفه الأساسي هو توجيه البواخر إلى بر الأمان.

❖ **المحمية الطبيعية لبني بلعيد:** أنشأت هذه المحمية بقرار ولائي رقم 786/67 المؤرخ في 1997/11/08 حيث تقع في منطقة رطبة على ساحل خيرى واد عجول على بعد 32 كلم عن مدينة جيجل تتربع على مساحة 122 هكتار، حيث تمتاز هذه المحمية باحتضانها تنوع نباتي و حيواني نادر.

❖ **الجزر وشبه الجزر حيث نجد فيها:**

– **الجزيرة الصخرية:** أهم ما يميز الجهة الغربية للشريط الساحلي بولاية جيجل وهو وجود الجزيرة الصخرية بالعوانة أو ما تسمى محليا بالذيرة

– **شبه الجزر:** توجد شبه الجزيرة الصغيرة ببوبلاط و أيضا جزيرة برج بليدة و التي تدعى أندرو

❖ **الحظيرة الوطنية لتازة:** هي محطة لجذب السياح الباحثين عن الترقية و الراحة، فالطابع المتميز لغابات الحظيرة الوطنية يساهم في تطوير السياحة الجبلية حيث تتربع الحظيرة على مساحة 3807 هكتار تتميز بتنوع غطائها النباتي و تركيبها الحيواني حيث تحتوي على 137 نوع من النباتات العطرية و أخرى ذات أهمية طبية ، 20 نوع من النباتات ذات الاستعمال الزخرفي والتزيني، 17 نوع من الأشجار ذات الأهمية البيئية والاقتصادية، 15 نوع من الثدييات بينها 11 نوع محمي بموجب القانون و 134 نوع من الطيور موزعة بين الجوارح و الطيور المائية.

❖ **حظيرة الحيوانات:** موقع سياحي هام متواجد بكسير-بلدية العوانة- هيئ لاستقبال الزوار إبتداء من شهر جويلية 2006، أهم ما يميز الحظيرة هو احتضانها لعدة أنواع من الحيوانات النادرة و هذا ما جعلها محطة لتهافت العديد من الزوار.

❖ **الموارد الغابية:** تتميز ولاية جيجل بغابات كثيفة تمتاز بمناظرها الخلابة المشجعة على السياحة الجبلية و الصيد، إذ تقدر مساحتها الإجمالية بحوالي 115000 هكتار و من أهم الغابات نجد:

– غابة قروش الواقعة على الكورنيش بمنطقة العوانة تتربع على مساحة قدرها 10260 هكتار.

– غابة تامنتوت: تتربع على مساحة 8928 هكتار لجيملة.

– غابة آيدم: ببلدية خيرى واد عجول.

– غابة بوحنش: بالعوانة.

– غابة بني فرقان ومشاط بالميلية.

– غابة الماء البارد بتاكسنة.

– غابة القرن بغبالة.¹

¹ وثائق داخلية لمديرية السياحة لولاية جيجل

يعتبر الصنف الرئيسي لغابات الولاية هو البلوط الفليني حيث تقدر المساحة الإجمالية بـ 43700 هكتار، أما باقي الأصناف فتمثل في بلوط الزرن الأخضر والصنوبر البحري. تتميز هذه الغابات بثروة نباتية وحيوانية متنوعة يمكن بفضلها النهوض بالسياحة في الولاية و خاصة في ما يتعلق بالسياحة الجبلية.

❖ **الموارد المائية والثروات المعدنية:** تحتوي ولاية جيجل على موارد مائية هامة تقدر بحوالي 1474 مليون متر مكعب و كذلك ثروات معدنية هامة أيضا نذكر منها: الرصاص، الزنك، الكلس، الجبس و الحصى التي تساهم بدفع عجلة التنمية في الأنشطة الصناعية.

2.2 المقومات الثقافية والتاريخية:

ولاية جيجل ليست ولاية سياحية كونها تمتلك مقومات طبيعية تجلب السياح فقط بل لاحتوائها على مواقع أثرية و تاريخية ناتج عن تعاقب الحضارات عليها، ويمكن ذكر المواقع الأثرية التي تمتلكها الولاية وذلك حسب تعاقب الحضارات عليها:

- فترة ما قبل التاريخ:

- موقع تاميلا ببلدية الأمير عبد القادر

- جبل مزغيطان

- كهوف الشتاء ببلدية جيملة

- الكهوف العجيبة بالزيامة المنصورية

- الفترة الفينيقية:

- قبر بحالة جيدة في جبل سيدي أحمد أمقران

- آثار ميناء فينيقي بجيجل

- مقبرة فينيقية بالرابطة بلدية جيجل

- الفترة الرومانية:

- آثار مدينة رومانية "شوية" بالزيامة منصوري

- فسيفساء بالطولية بلدية جيجل

- فترة الأتراك:

- قبر الباي عصمان بأولاد عواط بلدية العنصر

- الفترة الاستعمارية:

- المنار الكبير لرأس العافية

❖ **متحف كتامة:** هو المتحف الوحيد على مستوى الولاية، كان في الأصل مدرسة قرآنية أسسها الشيخ عبد الحميد بن باديس عام 1939، و بعد الحرب التحريرية أصبحت مقر للمكتب الثاني للجيش الفرنسي و بعد الاستقلال عادت إلى نشاطها الأول، ثم مدرسة لصغار الصم و البكم إلى غاية 1993 حيث حول إلى مقر لمتحف ولاية جيجل.

❖ **دار الثقافة عمر أوصديق:** مقرها بحي العقابي افتتحت يوم 04 سبتمبر 2007 و كانت تكلفة المشروع حوالي 35مليار، تضم 03 ورشات ورشة المسرح، ورشة للموسيقى، ورشة للفنون التشكيلية كما تضم قاعة للمطالعة و أخرى للأنترنيت إضافة إلى قاعة للمحاضرات و قاعة عروض فنية تحتوي على 1080 مقعد، وأيضا عدة مكاتب كمكتب النشاطات الثقافية.

❖ **الصناعات التقليدية:** إن تنوع الثروات التي تزخر بها الولاية و الطابع السياحي المميز لها جعل الحرفيين يتفنون في إبداع أنماط مختلفة من الأدوات التقليدية ومن أهمها: صناعة الأواني الخشبية والفخارية، الصناعات الجلدية.

❖ **الأعياد و المواسم المحلية:** تعرف الثقافة الجيجلية عدة أعياد ومواسم سواء أعياد دينية أو وطنية تشتهر الولاية بتنظيمها لعيد السمك الذي تحتفل به في جو كله حيوية.

❖ **الهيكل التعليمية:** تحتوي الولاية على هياكل تعليمية موزعة على ربوع الولاية و تتمثل في:

– **الجامعة المركزية:** توجد بعاصمة الولاية وهي تضم مجموعة من الكليات: كلية العلوم والتكنولوجيا والعلوم الطبيعية والحياة وكلية العلوم الدقيقة والإعلام الآلي.

– **القطب الجامعي تاسوست:** ويضم أربع كليات: كلية الآداب، كلية العلوم السياسية، كلية العلوم الإنسانية وكلية العلوم الاقتصادية.

– **معاهد التكوين المهني:** تحتوي الولاية على معهدا واحدا و 15 مركزا و ملحقة و 8مدارس معتمدة وتمتاز الولاية بحضارة عريقة وثقافة من خلال ما تزخر به من هياكل تعليمية و ثقافية مختلفة.

3.2 المقومات الأخرى للجذب السياحي بولاية جيجل:

تتوفر ولاية جيجل على عديد المرافق التي تم تشييدها من طرف الإنسان في سبيل تحقيق الراحة وتقديم تسهيلات سياحية لخدمة السياح، مستفيدة بذلك من توفر الإمكانيات المالية التي تمنحها الدولة ، ويمكن ذكر أهم هذه المقومات في عنصرين رئيسيين هما: البنى التحتية ومراكز الإيواء:

2-3-1 خدمات البنى التحتية: تعتبر خدمات البنى التحتية من الخدمات الهامة، لأنها توفر للنشاط السياحي الوعاء الذي ينشط فيه و يمكن ذكر أهم العناصر الرئيسية للبنى التحتية التي تحتوي عليها ولاية جيجل في:

– **الموانئ:** تحتوي ولاية جيجل على ميناء جن جن و يعتبر أكبر ميناء في الجزائر، وأهم ميناء اقتصادي، وتتولى تسييره شركة موانئ دبي، كما تحتوي على موانئ صيد بحري في كل من جيجل، زيامة والعوانة فضلا عن ميناء النزهة بالعوانة.

– **المطارات:** تحتوي ولاية جيجل على مطار دولي وهو مطار فرحات عباس الواقع بمنطقة أشواط بالقرب من ميناء جن جن.

و الذي تم تهيئته ليصبح مطارا أساسيا بالولاية و هذا ما يدفع بعجلة التنمية.

– **المحطات الكهربائية:** توجد بولاية جيجل عدة محطات كهربائية و التي تعبر عن خدمات البنية التحتية المهمة في قطاع السياحة ونذكر منها:

– محطة كهربائية بمنطقة أشواط(الطاهير).

– محطتان هيدروكهربائيتان(بالزيامة منصورية).

– شبكة التزويد بالضغط المرتفع.

– محطة كهربائية في المنطقة الحرة بلارة(قيد الإنجاز).

– **النقل والمواصلات:** تعمل مديرية النقل لولاية جيجل على تسطير برنامج موازي لمخطط موسم

الاصطياف يتمثل في برمجة عملية مراقبة و تفتيش على مختلف الخطوط المدرجة ضمن المخططات حيث

تعمل هذه الأخيرة على توفير الاحتياجات المزيدة من الطلب في موسم الاصطياف و خاصة في نهاية

الأسبوع و العطل السنوية، حيث أن شبكة الطرق المتواجدة بالولاية ليست في المستوى المطلوب و تعاني

نقصا في الصيانة و من بين هذه الطرق نجد:

– الطريق الوطني رقم 43 الرابط بين مدينة العوانة و الميلية على مسافة أكثر من 80 كلم؛

– الطريق المزدوج العملاق الرابط بين ميناء جن جن و الطريق السيار شرق غرب على مسافة 100

كلم، حيث يعبر جيملة إلى غاية بلدية بني عزيز في ولاية سطيف(وهو في طور الإنجاز)؛

– القطار السريع autoray الرابط بين جيجل و قسنطينة مرورا بالميلية؛

– القطار السريع الرابط بين مدينتي سطيف وجيجل و أوكلت مهمة دراسته للشركة الفرنسية في سنة 2009.

– **المناطق الصناعية:** يوجد في ولاية جيجل منطقتين صناعيتين، المنطقة الصناعية بالطاهير (أولاد صالح)، والمنطقة الثانية هي المنطقة الحرة بلارة بالميلية التي تعد مهدا لمشاريع ضخمة (مركب الحديد والصلب والإسمنت) والتي تتضمن مختلف الصناعات مثل: الصناعات الميكانيكية الدقيقة، الصناعات الزجاجية، صناعات تحويل الجلود والنسيج والصناعات الصيدلانية.

– **شبكات الاتصالات:** حيث تتوفر الولاية على شبكات مختلفة للاتصال منها: شبكات الهاتف الثابت، شبكات الأنترنت و شبكات الهاتف النقال مثل جيزي، موبيليس وأوريدو.¹

2-3-2 مراكز الإيواء: تتمثل هذه الهياكل السياحية في مراكز الإيواء و هياكل الاستقبال المتوفرة على مستوى الولاية وهي كما يلي:

– **الفنادق:** تتوفر الحظيرة الفندقية للولاية على مجموعة من الفنادق قدرت ب 26 وحدة فندقية بطاقة استيعاب إجمالية تقدر ب 2205 سرير و 1116 غرفة، وعرفت الحظيرة الفندقية للولاية خروج فندقين اثنين بطاقة استيعاب قدرة ب 59 سرير بالمقابل دخول فندق جديد آخر في الاستغلال بطاقة استيعاب قدرت ب 33 سرير و الجدول التالي يوضح الفرق بين طاقات الإيواء لسنتي 2016 و 2017.

الجدول (2-3): الفرق بين طاقات الإيواء

السنة	2016	2017
العدد	25	26
طاقة الإيواء	1740	2205

المصدر: وثائق مقدمة من مديرية السياحة لولاية جيجل

الملاحظ في الجدول هو الزيادة في طاقة الإيواء في سنة 2017 مقارنة بسنة 2016 و هذا راجع لزيادة عدد الفنادق ويمكن تلخيص المنشآت الفندقية الموجودة في ولاية جيجل في الجدول أدناه الذي يوضح أن الفنادق الموجودة في ولاية جيجل غير مصنفة وقد تم إيداع ملفات لفنادق قصد تصنيفها في انتظار صدور قرارات اللجان المختصة.

فيما يخص عملية تصنيف المؤسسات الفندقية نشير إلى أنه وعلى إثر إمضاء "اتفاقية الإطار" بين وزارة السياحة و الصناعات التقليدية وبنك التنمية المحلية بتاريخ 21 فيفري 2007 و المتضمنة على الخصوص تمويل عمليات إعادة تأهيل المؤسسات الفندقية و تمويل برنامج الاستثمار والتنمية لمؤسسات القطاع السياحي، تم منح مدة سنة كاملة للمؤسسات الفندقية للتقرب من البنك و الاستفادة من القروض وفي

¹ المرجع السابق.

هذه المدة تم تسجيل 03 طلبات إعادة تأهيل، 03 طلبات إعادة شراء القروض غير المسددة و 02 طلبات لاستئناف الأشغال، لم تعرف كلها نتيجة إيجابية لذا تم إتخاذ القرار من طرف اللجنة الولائية للتصنيف لاستئناف التحقيقات و التصنيف النهائي للمؤسسات الفندقية.

الجدول (3-3): المنشآت الفندقية الموجودة على مستوى ولاية جيجل.

طاقة الإيواء		تسمية المؤسسة	البلدية	الرقم
عدد الأسرة	عدد الغرف			
120	72	لويزة		01
80	40	البصرة		02
80	40	النسيم		03
90	34	كتامة		04
76	46	السلام		05
31	16	الريان		06
45	26	المشرق		07
16	10	الجليدي		08
16	08	كونفيغال		09
35	18	الإقامة		10
46	23	الجنة الزرقاء		11
32	16	لاكريك		12
72	36	الجزيرة 2		13
72	34	تاغراست		14
33	15	جيجل		15
111	48	دار العز		16
72	36	المراد	الطاهير	17
588	300	الزمرد	الأمير عبد القادر	18
140	70	النيل	سيدي عبد العزيز	19
70	30	ابن بطوطة		20
23	13	الفتح	الميلية	21
40	20	جمال	وادعجول	22
84	30	الصخر الأسود	العوانة	23
51	20	الأفتيس		24
32	20	اللبلاب		25

170	72	شوية	زيامة منصورية	26
2205	1116	المجموع		

المصدر: وثائق مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

انطلاقا من شهر جانفي 2008، بالنسبة لحصيلة طلب التحقيقات الأولية للتصنيف تم تسجيل طلب التصنيف كالتالي:

- طلبان ثلاث نجوم؛
- خمس طلبات نجمتين؛
- طلب نجمة واحدة؛
- ثمانية طلبات بدون نجوم.

تقابلها مجموعة من اقتراحات التصنيف الصادرة عن اللجنة الولائية كالتالي:

- اقتراح واحد بنجمتين؛
 - خمس اقتراحات بنجمة واحدة؛
 - سبع اقتراحات بدون نجوم؛
 - ثلاث اقتراحات تحويل إلى مرآد لعدم التوافق مع المعايير المعمول بها في المجال الفندقي.
- **المخيمات العائلية:** تحتوي الولاية على 08 مخيم مهياً لاستقبال الزوار في موسم الصيف و بطاقة إجمالية قدرت 1549 سريرا تتوزع على أغلب الشواطئ المسموحة للسباحة و تتمثل هذه المخيمات في

الجدول التالي:

الجدول (3-4): الطاقات الإيوائية للمخيمات

الرقم	البلدية	اسم المخيم	سعة الاستقبال
01	زيامة منصورية	المرجان الشاطئ الأحمر	64
02		الوئام "تازة"	100
03		مخيم الولجة	265
04	خيرري واد عجول	مخيم بني بلعيد	300
05	القنار	مخيم سدات/المزابير	120
06		مخيم نجمة/المزابير	240
07		مخيم الرمال الذهبية/المزابير	160
08	سيدي عبد العزيز	المنار	300

المجموع	1549
---------	------

المصدر: وثائق مقدمة من مديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية جيجل

تعد هذه المخيمات ذات طبيعة تجارية و تقوم المديرية بمنح رخص الاستغلال و تقوم بتعليق الرخص المنتهية الصلاحية والجدول الموالي يوضح لنا الفرق في طاقة الإيواء للمخيمات بين سنتي 2016 و 2017.

الجدول (3-5): تطور طاقة الإيواء سنتي 2016 و 2017

السنة	2016	2017	التقييم
العدد	12	08	-
طاقة الإيواء	2619	1549	-

المصدر: وثائق مقدمة من مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

من الملاحظ في الجدول السابق أن تناقص طاقة إيواء المخيمات بين سنتي 2016 و 2017 و هذا

راجع إلى انخفاض في عدد المخيمات المتوفرة على مستوى الولاية

- الإقامة لدى الساكن: اعتمدت ولاية جيجل في المجال السياحي عدة آليات لسد العجز في مراكز الإيواء خاصة في فصل الصيف حيث يكثر الطلب على الفنادق و المخيمات و قد اعتمدت على آلية الإقامة لدى الساكن و هي الطريقة التي بموجبها يضع صاحب المسكن تحت تصرف شخص أو عدة أشخاص بمقابل مالي و بصفة مؤقتة، كل أو جزء من ملكيته موقوفة بتقديم الخدمات و هذا قصد ضمان راحة السياح من توفير لأماكن لإقامتهم و ضمان لراحتهم و أمنهم.

- بيوت الشباب: تتوفر الولاية على خمسة بيوت للشباب بطاقة استيعاب قدرت 520 سرير و هي موزعة وفق الجدول التالي:

الجدول (3-6): بيوت الشباب بولاية جيجل

الرقم	بيت الشباب	المالك	الطاقة الإيوائية
01	الطاهير	مديرية الشباب و الرياضة	60
02	تاكسنة	مديرية الشباب و الرياضة	60
03	زيامة منصورية	مديرية الشباب و الرياضة	50
04	جيجل	مديرية الشباب و الرياضة	100
05	المخيم الدولي للشباب	مديرية الشباب و الرياضة	250

المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

الملاحظ أن ولاية جيجل تتوفر على 5 بيوت للشباب تتوزع على ربوع الولاية و تختلف في طاقات إيواها و هي تابعة كليا لمديرية الشباب و الرياضة.

4.3 نقائص السياحة بولاية جيجل والحلول المقترحة

1.4.3 تحديد النقائص الموافقة لإمكانات السياحة بولاية جيجل

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

- تتوفر ولاية جيجل على مقومات طبيعية متنوعة لكن المصالح القائمة على القطاع أغفلت البعض منها ويلخص الجدول الموالي أهم الإمكانيات في مقابل النقائص الموجودة.

الجدول (7-3): إمكانيات ونقائص المقومات الطبيعية بولاية جيجل

المقومات الطبيعية	الإمكانات	النقائص
الشريط الساحلي	تمتلك 50 شاطئ موزعة على شريط ساحلي يقدر بـ 120 لطم منها الرملية والصخرية.	- عدم استغلال الشواطئ المتوفرة. - صعوبة الوصول إلى بعض الشواطئ. - غياب الأمن والحماية والرقابة على بعض الشواطئ. - ضعف الخدمات السياحية في أغلب الشواطئ.
الكورنيش الجيجلي	أجراف صخرية فريدة وناذرة تميزها تلاقي الغابات والبحر	- ضعف الترويج للكورنيش الجيجلي. - انعدام الخدمات السياحية في المنطقة.
المحمية الطبيعية لبني بلعيد	-التنوع البيولوجي الفريد -وجودها داخل منطقة التوسع السياحي - سهولة الوصول إليها.	-ضعف الترويج في المنطقة. -انعدام الخدمات السياحية والخدمات المكملة (النقل، الإيواء، الإطعام...). - الإهمال من طرف المصالح المختصة وغياب التنمية والمشاريع الخاصة بالبحيرة.
الخطيرة الوطنية تازة	-توفرها على غابات للترفيه والتسلية -يساعد على تنمية السياحة الجبلية. -تنوع بيولوجي وجيولوجي. - نموذج ناجح للسياحة الإيكولوجية يمكن اعتماده كمرجع لتطوير السياحة البيئية	-ضعف الخدمات السياحية والخدمات المكملة. -عدم الاستغلال الأمثل للمقومات المتاحة -غياب الترويج للخطيرة وضعف الأنشطة الخاصة بالمنطقة.
الغابات	-تنوع الغطاء الغابي -سهولة الوصول لبعض الغابات.	-عدم الاستغلال الكلي للغابات في الأنشطة السياحية داخل الولاية.

إهمال بعض المناطق الغابية الفريدة . ضعف شبكة الطرق المؤدية إلى الجبال	- المساحة الكبيرة التي تغطيها
--	-------------------------------

المصدر: من إعدادنا باعتماد معطيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

تحتوي الولاية على إمكانات سياحية طبيعية معتبرة لا تتوفر في كثير من الولايات لكن الملاحظ أن هذه الإمكانيات غير مستغلة بالشكل المطلوب، ويجب الاهتمام أكثر بالهبات الطبيعية للولاية.
- تتنوع المقومات الثقافية المتوفرة في الولاية التي يمكن استغلالها في الأنشطة السياحية لجلب السياح الباحثين على معرفة الحضارات، العادات والتقاليد وغيرها وفيما يلي أبرزها:

الجدول (3-8): إمكانات ونقائص المقومات الثقافية والتاريخية بولاية جيجل

المقومات الثقافية والتاريخية	الإمكانات	النقائص
المواقع التاريخية	-التنوع في الآثار التاريخية لتعاقب الحضارات -استغلال بنايات التاريخ في العمران	-عدم الاستغلال الأمثل للمواقع الأثرية. -ضعف الترويج لأغلب المواقع الأثرية.
دار الثقافة	-يمكن استغلالها كورشة في الأنشطة الثقافية. -تحتوي على العديد من الأروقة وتتوفر على مكتبة متنوعة الكتب.	-ضعف الأنشطة الثقافية بالولاية. -عدم الاستغلال الأمثل للمنشأة.
الصناعات التقليدية	-تنوع الصناعات التقليدية والحرف اليدوية -توفير مناصب شغل -الاهتمام بالحرف التقليدية وتشجيعها.	-غياب الصالونات والمعارض الخاصة بالصناعات التقليدية. -ضعف الاستثمارات في الصناعات التقليدية.
المرافق التعليمية	-توفر الولاية على جامعة مركزية وقطب جامعي -توفرها على معاهد ومراكز للتكوين المهني.	-غياب التنسيق بين خريجي الجامعات والمعاهد والسوق السياحي. -عدم استغلال الهياكل في الأنشطة السياحية في فترة العطل.
الأعياد والمناسبات	-تعدد الأعياد والمناسبات. -إحياء المناسبات التاريخية للتعريف بالولاية.	-عدم استغلال الأعياد لجلب السياح. -ضعف الاهتمام بالأعياد بالنسبة للمصالح المختصة.

المصدر: من إعدادنا باعتماد معطيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

الملاحظ أن المقومات الثقافية والتاريخية متنوعة ومتعددة ويمكن استغلالها للنهوض بقطاع السياحة لكن الواقع عكس ذلك فالإهمال وغياب الترويج وعدم استغلال هذه الإمكانيات بالشكل المطلوب حال دون النهوض بقطاع السياحة في ولاية جيجل.

كما تتوفر الولاية على مقومات جذب أخرى لها الدور الكبير في تنمية النشاط السياحي وتمتلك الولاية عديد المنشآت القاعدية لو استغلت بالشكل الجيد لتمكنت الولاية من تفادي السلبيات الموجودة والجدول التالي يوضح أبرز الإيجابيات و السلبيات .

الجدول (9-3): إمكانيات ونقائص المقومات الأخرى من الجذب السياحي بولاية جيجل

المقومات الأخرى للجذب السياحي	الإيجابيات	السلبيات
البنية التحتية	<ul style="list-style-type: none"> احتوائها على أكبر ميناء في الجزائر تحتوي على مطار دولي احتوائها على محطات التوليد الكهربائية ذات التوتر العالي احتوائها على مركب للحديد والصلب توفرها على عدة طرق تتنوع بالوطنية والولائية والبلدية وخطط السكك الحديدية 	<ul style="list-style-type: none"> ضعف التسيير في أغلب المنشآت القاعدية إهتراء بعض شبكات الطرق وعدم صيانتها عدم استغلال السكة الحديدية بالشكل المطلوب وذلك في نقل السياح
مراكز الإيواء	<ul style="list-style-type: none"> توفر الحظيرة الفندقية على 26 فندقا زيادة في طاقات الإيواء مع مرور السنين توفرها على 5 بيوت للشباب تساعد في سد العجز في الإيواء اعتماد صيغة الإقامة لدى القاطن لتقليل من العجز 	<ul style="list-style-type: none"> أغلب الفنادق خارج التصنيف. ضعف الخدمات الفندقية والمكملة العجز في طاقات الإيواء خاصة في فصل الصيف الرقابة على الفنادق متذبذبة وبعض الفنادق تخالف المعايير والقوانين المطبقة غياب الترويج الفندقي ضعف الاستثمار في الفنادق لوجود عراقيل قانونية وإدارية ضعف الكفاءات الفندقية وغياب المنافسة

المصدر: من إعدادنا باعتماد معطيات مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل

الملاحظ من الجدول أن الولاية تتوفر على منشآت قاعدية لكنها ليست بالمستوى المطلوب فالطرق تعاني في بعض أجزائها والفنادق تقدم خدمات بعيدة عن مستوى الجودة المطلوب.

يضاف إلى ما سبق نقائص أخرى نلخصها فيما يلي:¹

– غياب العقار: حيث غلب على الولاية الطابع الفلاحي، فكل الأراضي إن لم تكن فلاحية فهي غابية حتى عند الخواص بالرغم من أن كل المناطق السياحية هي مناطق توسع، إلا أن العقار بها إما ملك لخواص أو ذات طابع فلاحى أو غابي مما يتطلب إجراءات خاصة، والتنظيم المعمول به يحدد المنفعة العامة بإنجاز مرافق عمومية، طرقات، مدارس ومستشفيات أو اللجوء إلى إخراجها من الطابع الفلاحي أو الغابي، وهو أمر ليس بالسهل كونه يتطلب مصادقة من طرف اللجنة الوطنية ومجلس الوزراء وصدور المرسوم التنفيذي لذلك.

– ضعف التنسيق بين مختلف القطاعات: حيث أن كل قطاع سواء كان قطاع اقتصادي أو فلاحى أو سياحي أو غيره من القطاعات، فإنها كلها تهدف إلى تلبية حاجيات المواطنين المحليين والأجانب لكن يوجد ضعف في التنسيق بينها، فكل قطاع يعمل في مجال تخصصه ولا يوجد تناسق مثلا بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، وهذا ما يعتبر كعائق يواجه القطاع السياحي بصفة خاصة والقطاعات الأخرى بصفة عامة.

– غياب مكاتب الدراسات المتخصصة في إنجاز وتهيئة المناطق السياحية، مما يؤدي إلى التعامل في إنجاز وتهيئة المناطق الخاصة بالتهيئة السياحية مع مقاولين غير متخصصين.

– الصلابة في بعض النصوص القانونية: إن النصوص القانونية الخاصة بمناطق التوسع السياحي تعتبر صارمة كون أغلب هذه المناطق غابية و فلاحية بالدرجة الأولى، وهذا ما يصعب التوسع في هذه المناطق لأن الدولة تحمي المناطق الطبيعية بصفة عامة و بالتالي تعتبر كعائق سياحي.

– وجود عوائق وإجراءات إدارية: هناك عوائق إدارية كثيرة للحصول على رخصة البناء والاستغلال بالنسبة للشواطئ، كما أنه توجد بيروقراطية في منح الائتمان مثلا العقار يكون عن طريق الامتياز و غيرها.

– نقص القناعة في الاستثمار السياحي: إن أغلب المستثمرين لا يقومون بالاستثمار في قطاع السياحة لعدم قناعتهم بهذا المجال، كما أن أغلبهم يبحثون عن الربح السريع وهذا مالا نجده في القطاع السياحي وأيضا السياحة في ولاية جيجل سياحة موسمية وبالتالي يكون الاستثمار في الصيف أكثر منه في شهور السنة وهذا ما يعتبر عائق يقف في وجه تطور القطاع السياحي.

– ضعف التمويل ونقص التمويل في مجال السياحة.

¹ مقابلة مع مدير السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، يوم 2017/04/24 على الساعة 9 ونصف صباحا.

- ضعف مناطق التوسع السياحي .

- نقص الدراسات الخاصة في مجال السياحة وغيابها في اغلب الولايات.

2.4.3 الحلول المقترحة لتجاوز نقائص السياحة بولاية جيجل

للنهوض بقطاع السياحة بولاية جيجل والوقوف عند العوائق التي تواجه هذا القطاع والحد منها تم

اقتراح بعض الحلول ممثلة فيما يلي:¹

- المرسوم التنفيذي رقم 03 - 03 المؤرخ في 17 مارس 2003 الخاص بمناطق التوسع السياحي.

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

- محاولة تصنيف الفنادق حسب الأولوية من حيث جودة الخدمات المقدمة وذلك من خلال تبني إدارة الجودة الشاملة لتحسين جودة الخدمات الفندقية بما يتماشى مع مواصفات الجودة العالمية بغرض إشباع رغبات وحاجات السياح الحاليين والمحتملين.

- معرفة ما يريده السائح من السياحة من حيث الترقية، الراحة، العلاج، التسوق.... الخمن هذا المنطلق يتم تحديد الأهداف التي يجب تحقيقها.

- تم تحديد مناطق التوسع السياحي بمرسوم تنفيذي 22 ديسمبر 1988 و ابتداءا من سنة 2010 حيث تم منح الدراسة من طرف الوزارة في إطار المشاريع المتمركزة في مناطق محددة كالعوانة حوالي 94 هكتار و تمتد من طرف المكتب الفرنسي للدراسات ISIS، وهناك مناطق أخرى.

- في إطار المشاريع التنموية تتضمن تهيئة شاطئين هما: شاطئ الكهوف العجيبة و شاطئ رأس العافية تم الانتهاء منه وتسليم المشروع و في سنة 2012 تم منح مشروع ثاني يتضمن دراسة 06 شواطئ.

- تهيئة المواقع السياحية.

وقد قامت الهيئات القائمة على السياحة بطرح مجموعة من الحلول من أجل النهوض بقطاع السياحة والمتمثلة في التهيئة التي تقوم بها كل سنة و بشكل دوري بالإضافة إلى المشاريع المختلفة والمنجزة وفي

¹ مقابلة مع مدير السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل، يوم 2017/04/24 على الساعة 9 ونصف صباحا.

طريق الإنجاز، ورغم ذلك يبقى هذا القطاع يحتاج لاتخاذ تدابير تمكن من بلوغ مستوى الرواج السياحي خاصة مع توفر الهبات الطبيعية ويبقى العبء على الجانب البشري الذي يتولى التهيئة والترويج.

خلاصة الفصل

إن ولاية جيجل لها تاريخ عريق نتج عن تعاقب الحضارات المختلفة وقد نتج عنه التنوع في الثقافات داخل الولاية ونجده مجسدا في العادات والتقاليد التي تساهم في تنشيط الحركة السياحية، كما أن الولاية تزخر بتنوع في المقومات السياحية التي تلعب دورا كبيرا في جلب السياح، إلا أن السياحة في ولاية جيجل تعاني مشاكل وعراقيل تقف أمام تطور هذا القطاع خاصة منها غياب الفنادق الراقية ذات الخدمات المناسبة لفئات ميسورة من السياح، ضعف الرقابة على الأسعار مما ينفّر السياح لعدم توافق السعر والجودة، الاكتضاد صيفا وهو ما أدى للملل على الطرقات وتأخر الالتزامات كل هذه النتائج السلبية قللت من فرص تصدر الولاية لمناطق الجذب السياحي، وهو ما يوجب التوجه لتوفير بنى تحتية، زيادة الرحلات الجوية وتنويع الاتجاهات، تنظيم عمل المطاعم والفنادق والرقابة عليها... الخ.

الخطمة

إن السياحة ظاهرة عالمية لها أهمية كبيرة في عصرنا الحالي، إذ ينتقل السياح مناطق ألقوها إلى مناطق تزخر بالتنوع في المقومات السياحية حبا في المعرفة والاستكشاف، وأصبح الاهتمام بالسياحة يتزايد يوما بعد يوم كونه قطاع اقتصادي مستقل بذاته يساهم في النمو الاقتصادي ويوفر مناصب للعمل، كما أن السياحة لها تأثير في ميزان المدفوعات، الأمر الذي أدى بالدول المستقبلية للسياح لتوفير أفضل الخدمات الممكنة في الزمان والمكان المناسب، من خلال تطوير السياحة والخدمات المكملة لها والحفاظ على الموارد السياحية المتوفرة واستغلالها بالشكل الأمثل والاستدامة عليها، حيث تقوم مديرية السياحة لولاية جيجل ببذل جهود كبيرة للنهوض بقطاع السياحة وذلك من خلال دعم التنمية السياحية داخل الولاية وتوفير التسهيلات للمستثمرين الأمر الذي من شأنه أن يدعم السياحة.

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا لموضوع البحث تبين لنا أن ولاية جيجل تمتلك إمكانات سياحية لا بأس بها وهي متنوعة بين الطبيعية، الثقافية، التاريخية والمنشآت القاعدية، لكن الملاحظ أنه وعلى الرغم من توفر تلك الإمكانيات إلى أنه هناك تخلف في القطاع السياحي لولاية جيجل وهذا يرجع لمجموعة من العراقيل والنقائص التي تواجه هذا القطاع، وقد توصلنا إلى عدة نتائج تساعدنا من التأكد من صدق الفرضيات المطروحة. وقد توصلنا في دراستنا إلى نتائج نظرية ونتائج تطبيقية نذكرها فيما يلي:

النتائج النظرية:

- السياحة ظاهرة عالمية يزداد انتشارها من يوم لآخر ولها عدة أنواع؛
- الإمكانيات السياحية تختلف من بلد لآخر ومن إقليم لآخر وهي متنوعة وتتأثر بعدة عوامل؛
- كل منطقة سياحية لها خصائص مختلفة عن الأخرى وكذا المزيج التسويقي يختلف من منطقة إلى أخرى؛
- السوق السياحي شديد التأثر بالظروف المحيطة به والقرارات المتعلقة به؛
- أسباب السياحة كثيرة ومتنوعة وذلك حسب الغرض والدافع الذي من أجله قامت السياحة.

النتائج التطبيقية:

- تمتلك ولاية جيجل إمكانات سياحية متنوعة هذا ما يجعلها من الوجهات السياحية التي لها مستقبل واعد إذ تم استغلالها بأحسن طريقة؛
- انجاز المشاريع الخاصة بالبنية التحتية له الأثر الكبير في نمو قطاع السياحة في الولاية؛
- تتوفر ولاية جيجل على ثقافات، عادات وتقاليد مختلفة وهذا راجع لتاريخها العريق؛

- تغلب على ولاية جيجل السياحة المتعلقة بالبحر والجبال وهذا ما جعلها تتميز في السياحة الشاطئية والجبليّة؛
 - تحتوي الحظيرة الفندقية لولاية جيجل على عدة فنادق لكن الملاحظ أن اغلبها خارج التصنيف وهذا راجع لعدم مطابقتها لمعايير التصنيف؛
 - تتميز السياحة في ولاية جيجل بالموسمية حيث تكون ذروتها في فصل الصيف هذا ما يؤدي للعجز في طاقات الإيواء المتوفرة داخل الولاية حيث لجأت المديرية إلى اتخاذ إجراءات لسد العجز في الإيواء؛
 - تقوم مديرية السياحة بأداء مهامها والأدوار الموكلة إليها للنهوض بقطاع السياحة .
- من خلال ما تم التطرق إليه سابقا يمكن القول بأن ولاية جيجل ولاية سياحية تستقطب السياح من أماكن مختلفة نظير ما تمتلكه من إمكانات سياحية مختلفة ومتنوعة، هذا ما يؤهلها لأن تحتل في المستقبل المراتب الأولى من حيث توافد عدد السياح وبالتالي لتكون قبلة سياحية بامتياز، إلا أنه ومع الأسف يعاني قطاع السياحة العديد من العراقيل والتحديات تحول دون تحقيق الأهداف المسطرة، وتسعى المصالح المختصة للحد من تلك العراقيل والتقليل من أثارها، وهذا ما يؤكد فرضيتي الدراسة حيث الأولى تؤكد التنوع في الامكانيات السياحية لولاية جيجل والثانية تؤكد أن النقائص المسجلة سببها الرئيسي هو العنصر البشري الذي لا يلتزم بالاستغلال الأفضل للهبات الطبيعية وجعلها مصدر ثروة للولاية.
- الاقتراحات والتوصيات:**
- من خلال النتائج المتوصل إليها نخلص لبعض الاقتراحات والتوصيات التي نأمل أن تجد صدا لدا القائمين على قطاع السياحة بولاية جيجل:
- اعتماد إستراتيجية سياحية أكثر نجاعة من خلال الاهتمام بكافة المقومات المتوفرة داخل الولاية والأخذ بعين الاعتبار التنوع الكبير في هذه المقومات لما لها من أهمية كبيرة على مستقبل السياحة بالولاية؛
 - القيام بحملات توعية شاملة تستهدف السكان المحليين في المجتمع الجيجلي تشترك فيه جميع المؤسسات السياحية قصد توعية المواطنين بأهمية السياحة؛
 - الاعتناء أكثر بالسياحة من خلال إنشاء معاهد متخصصة وفتح تخصصات لها علاقة بالسياحة سواء في مراكز التكوين أو الجامعات؛
 - تشجيع الاستثمار السياحي داخل الولاية من خلال تقديم التسهيلات ومنح الامتيازات للمستثمرين المحليين أو الأجانب؛
 - النهوض بالصناعات التقليدية وتطويرها لارتباط منتجاتها بصناعة السياحة وثقافة الشعوب؛

- تحسين الخدمات السياحية والاهتمام بتدريب العاملين من خلال رفع مستواهم التعليمي والمهني لتقديم أفضل الخدمات للسياح؛
- الاستغلال الأمثل للإمكانات السياحية التي تتوفر عليها الولاية بشكل مستدام ما يضمن الاستمرارية في النشاط وتحقيق عوائد؛
- التنسيق بين القطاع السياحي لولاية جيجل والولايات الأخرى من أجل التكامل في هذا القطاع؛
- إنشاء الموانئ السياحية وتشجيع الاستثمار في النقل البحري وتنويع رحلات النقل الجوي؛
- العمل على توطيد العلاقة بين الجامعات والمنشآت السياحية لتبادل الخبرات وتكوين أفراد بكفاءة عالية؛
- تعبيد الطرقات للمناطق السياحية وتوفير الأمن والخدمات بها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

❖ القرآن الكريم

❖ الكتب:

- 1 - إبراهيم بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الطبعة الأولى، دار الوراق، الأردن، 2009.
- 2 - أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2008.
- 3 - أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008.
- 4 - أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز للمعرفة، الأردن، 2007.
- 5 - أحمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر، مصر، 2007.
- 6 - أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، الأردن، 2002.
- 7 - أكرم عاطف رواشدة، السياحة والبيئة، دار الراية للنشر، الأردن، 2009.
- 8 - آمنة أبو حجر، السياحة والجغرافيا، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، الأردن.
- 9 - خالد مقابلة وفيصل الحاج ديب، صناعة السياحة في الأردن، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2000.
- 10 - خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 1999.
- 11 - سراب الياس، حميد عبد النبي الطائي وجمال الحراي، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، الأردن.
- 12 - سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، مصر، 2002.
- 13 - صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية، بحوث المنطقة الغربية، مصر.
- 14 - صلاح عبد الوهاب، السياسات القومية للتسويق السياحي، المركز الغربي للبحث والنشر، مصر، 1994.
- 15 - عبد الإله أبو عياش وآخرون، مدخل إلى السياحة في الأردن بين النظرية والتطبيق، دار الوراق، الأردن، 2007.
- 16 - عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الوراق، الأردن، 2004.

- 17 - عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة والاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، دار النهضة العربية، لبنان، 2001.
- 18 - عبد القادر إبراهيم وحمام ناصر محمود عبد، مدخل إلى السياحة والجغرافيا، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن.
- 19 - عصام حسن السعيد، التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الرابطة للنشر، الأردن، 2008.
- 20 - ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة الأساسية والمبادئ، مطابع الولاء الحديثة، مصر، 2003.
- 21 - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 22 - مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- 23 - محمد المصيرفي، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 24 - محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، الطبعة الأولى، دار الوفاء، مصر، 2008.
- 25 - محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة، مصر، 2005.
- 26 - مروان أبو رحمة وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار البركة، الأردن، 2001.
- 27 - مروان السكر، مختارات في الاقتصاد السياحي، مجدلاوي للنشر، الأردن، 1999.
- 28 - مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة رسلان للطباعة، سوريا، 2009.
- 29 - موفق عدنان الحميري ونبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار الحامد، 2006.
- 30 - نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر، 1985.
- 31 - نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر .
- 32 - نعيم الظاهر وسراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2007.
- 33 - هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، الشركة العربية للنشر، القاهرة، 1994.
- ❖ الأطروحات والمذكرات:
- 1 - حليحة علي، الآثار التنموية للسياحة، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، الجزائر، 2005.

- 2 عائشة دواح، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر ، م ذكرة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تسويق، جامعة تلمسان، الجزائر.
- 3 الهام بوحناش وفاطمة الزهراء شريط، تأثير عوامل الجذب السياحي على سلوك السائح ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2013-2014.
- 4 تاود م حداب ونور الدين بوكفوس، الموارد السياحية ودورها في تحقيق التنمية المحلية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2010-2011.
- 5 مسعودة اودين وإيمان لخلف، مخططات التنمية السياحية ما بين جاذبية المقومات السياحية وواقع الخدمات التكميلية السياحية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، الجزائر، 2011-2012.

❖ مصادر أخرى

- 1 -مونوغرافيا السياحة ، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.
- 2 -وثائق داخلية لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية لولاية جيجل.
- 3 - مقابلة مع السيد رئيس مصلحة الإدارة والوسائل، مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.
- 4 -مقابلة مع مدير السياحة والصناعات التقليدية لولاية جيجل.

المراجع باللغة الأجنبية

- 1- Ahmed Tessa, **Economique Touristique et Aménagement de Trétoire**, OPU,Alger, 1993 .
- 2- Jean Pierre Lazato ,Giotart Michel Balfit, **Management du Tourisme Territoire System de Production et Stratégie**, 2^{eme} édition. Pearson Education, Paris, 2007.

الملخص:

إن القطاع السياحي في الجزائر ينمو بوتيرة متزايدة، و ولاية جيجل إحدى الولايات السياحية الساحلية التي تمتاز بمقومات طبيعية هائلة، وشهدت طلب سياحي متزايد سنويا يفوق طاقات العرض المتاحة.

إن قطاع السياحة بولاية جيجل وما يمتلكه من إمكانات سياحية طبيعية، ثقافية، حضارية يمكن ان تساهم في حل الكثير من المشكلات والعراقيل التي تواجه القطاع لدى وجب إتخاذ التدابير والإجراءات للحفاظ على هذه الإمكانيات وتدعيمها وتطويرها وتشجيع الاستثمار داخل الولاية. الكلمات المفتاحية: السياحة، مديرية السياحة، الإمكانيات، النقائص، جيجل.

Abstract

The tourism sector in Algeria is growing at an increasing pace and the state of jigel is one of the coastal tourist states wich has huge tourist potentials and has witnessed increasing tourist demand in recent years that exceeds its capacity to accommodate.

The tourism sector in the state of jigel and its potentialtourist natural,cultural,civilized and can contribute to soliving many of the problems and obstacles face so that it should make measures and procedures to maintain this potential and strengthen and encourage investment within the state.

Key words

Tourism ,possibilies ,deficiencies ,directorate of tourism.