

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - بجبل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنوان

أهمية تنمية القطاع السياحي للتحفيز لمرحلة
ما بعد البترول
- حالة الجزائر -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص : اقتصاد وتسيير سياحي

إشراف الدكتور:

شكور سعيد شوقي

إعداد الطالب:

جغري محمد

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة جيجل	الأستاذ كعواش أمين
مشرفا و مقررا	جامعة جيجل	الدكتور شكور سعيد شوقي
مناقشا	جامعة جيجل	الأستاذ برحال عبد الوهاب

2016-2015

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

إهداء

إلى والديتي التي ربّنتني على القول
الطيب و التحلي بأحسن الخلق.
إلى والدي الذي ربّاني على الصبر و
طلب العلم.
إلى أختاي و أخي.
إلى كل أصدقائي.
أهدي ثمرة جهدي على أمل أن يكون
مونا لمن يستخدمه.

شكر وتقدير

أول شكر لله عزوجل على توفيقه لي لإتمام
هذا العمل.

أتقدم بالشكر الجزيل لأستاذ المشرف
"سعيد شوقي شكور" لنصائحه و ملاحظاته
كما أتقدم بالشكر المسبق لأعضاء لجنة
المناقشة.

فهرس المحتويات

أ	مقدمة عامة
	الفصل الأول: أساسيات حول السياحة و التنمية السياحية
06	تمهيد
07	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة
07	المطلب الأول: مفهوم السياحة
07	أولاً: تعريف السياحة
08	ثانياً: أنواع السياحة
11	ثالثاً: أهمية السياحة
11	المطلب الثاني: خصائص السياحة
13	المطلب الثالث: أبعاد السياحة
16	المبحث الثاني: عموميات حول التنمية السياحية
16	المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية و أهدافها
17	أولاً: مفهوم التنمية السياحية
18	ثانياً: أهداف التنمية السياحية
20	المطلب الثاني: أنواع التنمية السياحية و أنماطها
20	أولاً: أنواع التنمية السياحية
22	ثانياً: أنماط التنمية السياحية
25	المطلب الثالث: متطلبات التنمية السياحية و مراحلها

25.....	أولاً: متطلبات التنمية السياحية.....
29.....	ثانياً: مراحل التنمية السياحية.....
32.....	المطلب الرابع: معوقات التنمية السياحية.....
34.....	خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: أهمية قطاع السياحة في التنوع الاقتصادي للتحفيز بعد مرحلة البترول

36.....	تمهيد.....
37.....	المبحث الأول: ضرورة التنوع الاقتصادي.....
37.....	المطلب الأول : مفهوم التنوع الاقتصادي.....
37.....	أولاً: تعريف التنوع الاقتصادي.....
38.....	ثانياً: أهداف التنوع الاقتصادي.....
39.....	المطلب الثاني: محددات التنوع الاقتصادي.....
40.....	المطلب الثالث: عوامل نجاح التنوع الاقتصادي.....
42.....	المطلب الرابع: أسباب تنوع الاقتصاد الجزائري و أهدافه.....
42.....	أولاً: حتمية تنوع الاقتصاد.....
42.....	ثانياً: أهداف التنوع في الاقتصاد النفطي.....
44.....	المبحث الثاني: أثر قطاع السياحة في تحريك التنمية و التنوع الاقتصادي.....
44.....	المطلب الأول: أثر السياحة على الجانب الاقتصادي.....
47.....	المطلب الثاني: أثر السياحة على الجانب الاجتماعي و الثقافي.....
49.....	المطلب الثالث: أثر قطاع السياحة على الجانب البيئي.....
52.....	خلاصة الفصل:

الفصل الثالث: دراسة حالة الجزائر

54.....	تمهيد
55.....	المبحث الأول: نظرة عامة حول الاقتصاد الجزائري
55.....	المطلب الأول: لمحة تاريخية عن الاقتصاد الوطني
56.....	المطلب الثاني: التنوع الاقتصادي في الجزائر
60.....	المطلب الثالث: السياحة ضمن أولويات التنوع الاقتصادي في الجزائر
62.....	المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر
62.....	المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر
65.....	المطلب الثاني: مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر
75.....	المطلب الثالث: معوقات القطاع السياحي في الجزائر
...	المبحث الثالث: استراتيجية السياحة في الجزائر لآفاق 2025(المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية...)
78.....	المطلب الأول: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
81.....	المطلب الثاني: الحركيات الخمس لتنشيط السياحي بالجزائر
87.....	المطلب الثالث: الرهانات و أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحي
90.....	خلاصة الفصل:
92.....	خاتمة عامة
95.....	قائمة المراجع
101.....	قائمة الأشكال :
102.....	قائمة الجداول:

ملخص

المقدمة

تشكل التنمية الاقتصادية محور اهتمام الباحثين ومنتخذي القرار في ظل التغيرات والأحداث المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، وتسعى الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية التركيز على قطاعات معينة دون الآخر من أجل توجيه المسار التنموي بالشكل الذي يتماشى فيه والمتغيرات الراهنة على المستوى المحلي والإقليمي و الدولي، ومن بين هذه المتغيرات هناك انخفاض في إنتاج قطاع النفط في بعض الدول بشكل تدريجي، مما يحدث أثرا على معدل النمو الاقتصادي لهذه الدول في المدى القصير والمتوسط، غير أن الاحتمال القائم هو أن يكون لهذا الانخفاض أثر سلبي كبير على المسار التنموي وبالخصوص الدول النفطية التي تعتمد بشكل كبير على هذه المادة الغير المتجددة في رسم سياستها التنموية، علما أن قطاع النفط محاط بمخاطر قد تضر الدول التي تعتمد عليه في تنمية اقتصادها حيث أن سوقه يتميز بالتذبذب في الأسعار إضافة إلى أن الخبراء في هذا المجال ذكروا أن هذا القطاع لن تستمر مساهمته و الاعتماد عليه مستقبلا لأن مخزون النفط سوف يتراجع مع مرور الزمن مما يؤدي إلى النفاد، على غرار ما يحصل حاليا في بلد مثل الجزائر التي تعتمد في صادراتها على قطاع المحروقات، وهذا ما يوحى بإهمال تام لقطاعات أخرى لا تقل أهمية.

إن ما تتمتع به الجزائر من إمكانات مادية وبشرية وبيئية يؤهلها لأن تكون بلدا سياحيا من الدرجة الأولى، إلا أن غياب الإرادة السياسية للنهوض بهذا القطاع يجعله هامشيا ولا يؤدي دوره الحقيقي، هذا التغييب لقطاع السياحة في الجزائر هو الطابع الرئيسي للاقتصاد الوطني المعتمد على قطاع المحروقات، وبالخصوص في العشرة سنوات الأخيرة التي شهدت ارتفاعا متواصلا و أسعارا قياسية مما در على الخزينة موارد كبيرة جعلت البلد يعيش في ببحوحة مالية، غير أن العد التنزلي لنفاذ النفط يستدعي إعادة النظر في رسم السياسة التنموية، من خلال إيجاد قنوات بديلة من الموارد لدعم التنمية الاقتصادية، و لذلك فإن الجزائر إذا أرادت تنمية قطاعها السياحي للتخفيف من الاعتماد على العائدات البترولية و من تم التحضير لمرحلة ما بعد البترول، فإنها من الممكن جدا تحقيق ذلك من خلال اعتمادها على أهم مواقعها السياحية التي تعد مخزون سياحي يمتد عبر ربوع الوطن إلى غير ذلك من المناطق التي تحتاج إلى قليل من العناية لتصبح بذلك الجزائر قطبا سياحيا عالميا.

لهذا يجب علينا التفكير اليوم وأكثر من أي وقت مضى في وضع استراتيجيات بديلة لقطاع المحروقات، تكون كقطاعات دائمة وليست زائلة ، و وضع إستراتيجية وطنية من أجل تنمية سياحية فعالة و عليه سوف نقوم بطرح الاشكالية التالية:

❖ ما مدى مساهمة السياحة في تدعيم و تنويع الاقتصادي بالجزائر؟

❖ تساؤلات الدراسة:

للإجابة على الإشكالية نقوم بطرح التساؤلات التالية:

- كيف يساهم النشاط السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية؟
- ما هو واقع القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري؟
- ما هي السياسات المتبعة من أجل تنمية سياحية للتحضير لمرحلة ما بعد البترول في الجزائر؟

❖ فرضيات الدراسة:

و للإجابة عن التساؤلات قمنا بوضع الفرضيات التالية:

- يمكن للسياحة أن تساهم في التنوع الاقتصادي من خلال ترقيتها وجعلها محركا للتنمية؛
- تلعب السياحة دورا ضعيفا في الاقتصاد الجزائري؛
- تتبنى الجزائر استراتيجية لتشجيع القطاع السياحي.

❖ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في إبراز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني حيث أنه عنصرا مهما في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، وموردا لتدفق النقد الأجنبي ومصدرا لتوفير مناصب شغل لفئة كبيرة من الأفراد والمجتمع وكذلك من خلال مساهمته في تفعيل قطاعات جديدة. وبالنظر إلى المخاطر المحيطة بالصناعة البترولية في الاقتصاديات النفطية و الآثار الكارثية لانهايار أسعار البترول على الأداء الاقتصادي الكلي فإن تجاوز هذا الخطر يقتضي تنمية مختلف القطاعات الاقتصادية بما في ذلك القطاع السياحي أي بمعنى التوجه إلى التنوع الاقتصادي.

❖ أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بالسياحة و التنمية السياحية؛
- إبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في التنوع الاقتصادي لتحقيق التنمية؛
- معرفة الاستراتيجية التي تتبعها الجزائر لتنمية القطاع السياحي؛
- تشخيص واقع القطاع السياحي في الجزائر.
- تقديم اقتراحات من شأنها المساهمة في ترقية القطاع السياحي.

❖ أسباب اختيار الموضوع :

تم اختيار هذا الموضوع للأسباب التالية:

- قلة الدراسات و الأبحاث السابقة التي تناولت هذا الموضوع؛
- ارتباط موضوع البحث بمجال تخصصنا في اقتصاد وتسيير السياحة؛
- عدم تنوع مصادر الدخل في الاقتصاد الجزائري مع الاعتماد الكلي على النفط كمصدر أساسي للدخل في ظل تميز القطاع النفطي بخاصية النفاذ وهذا يعني توقف عائداته مستقبلا، وهو ما يستدعي ضرورة التفكير في تنمية قطاعات اقتصادية بديلة مدرة للدخل والتي من بينها القطاع السياحي موضوع هذا البحث.

❖ المنهج المتبع:

للإجابة على إشكالية البحث و إثبات صحة الفرضيات اخترنا المنهج الوصفي استخدمناه في سرد المفاهيم و التعاريف المرتبطة بالسياحة و التنمية السياحية و الصناعة البترولية، كما اعتمدنا على المنهج التحليلي بغرض تحليل البيانات و المؤشرات السياحية و الاقتصادية المختلفة المتعلقة بالاقتصاد الجزائري.

أما الأدوات المستخدمة في البحث فتتمثل في الإحصاءات المتعلقة بالقطاع السياحي و المؤشرات الاقتصادية الكلية للاقتصاد الجزائري.

❖ هيكل البحث:

للإجابة على إشكالية البحث وبغية بلوغ الهدف المراد من البحث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، حيث تضمن الفصل الأول مفاهيم أساسية حول السياحة و التنمية السياحية، أما الفصل الثاني فتطرق إلى أهمية قطاع السياحة في التنويع الاقتصادي للتحفيز بعد مرحلة البترول، في حين أن الفصل الثالث فقد خصص لدراسة حالة الجزائر من خلال تقديم نظرة عامة حول الاقتصاد الجزائري ثم استعراض واقع القطاع السياحي في الجزائر و الاستراتيجية المتبعة لتنمية هذا القطاع.

❖ صعوبات الدراسة:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع واجهتنا صعوبات منها قلة المصادر خاصة فيما يتعلق بالإحصاءات حول الجزائر و تضاربها إن وجدت، كذلك عدم وجود التقارير و الإفصاح عن الإحصاءات والمؤشرات السياحية في الجزائر سواء بالنسبة للديوان الوطني للسياحة أو للوزارة.

الفصل الأول

أساسيات حول السياحة و التنمية السياحية

تمهيد:

تعكس السياحة مدى التقدم الحضاري و الاجتماعي و العلمي للشعوب و ذلك لما لها من أبعاد اقتصادية و ثقافية و سياسية و اجتماعية، وهي كذلك ظاهرة إنسانية تتصف بالحركة و تتصل اتصالا وثيقا بالعالم الخارجي و بالمجتمع المحلي داخل حدود الدولة، و قد أضحت السياحة في عصرنا الحالي غذاء الروح و الترفيه على النفس لكل إنسان.

فالسياحة تعد احد القطاعات الأكثر أهمية ودينامكية في العالم، فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة و امتصاص البطالة و ترقية مناطق بأكملها، ولهذا فكثير من الدول جعلت هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني، وأصبح ناتجها الداخلي الخام يركز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكتها السياحية.

و عليه أصبحت السياحة تكتسي أهمية في المجالات المختلفة، فجاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول السياحة من خلال مبحثين و هما:

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة**المبحث الثاني: عموميات حول التنمية السياحية**

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى تعريف و أهمية السياحة وكذلك أنواع السياحة و خصائص السياحة و يمكن من خلال هذا المبحث نتكلم عن أبعاد السياحة.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

أولاً: تعريف السياحة

لقد تنوعت التعاريف بشأن السياحة و نظرا لاختلاف الباحثين و اختلاف معايير التمييز بينها وسوف نلقي الضوء على بعض التعاريف منها:

- تعريف الاقتصادي فونش وليرن **VAU SCHULLER** للسياحة على أنها: " كل العمليات المتداخلة و خصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل و خارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة " نجد من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية و الخارجية.

- تعريف ماكنتوش و زملائه **MCLNTOSH** " أنها مجموعة الظواهر و العلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح و منشآت الأعمال، و الدول و المجتمعات المضيفة و ذلك بهدف استقطاب و استضافة هؤلاء السياح و الزائرين"⁽¹⁾.

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

- تعريف **Hunziker et kraft** السياحة " مجموعة النشاطات الناتجة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي ، طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط المريح "⁽²⁾.

- تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة و السفر الدولي المنعقد في روما 1963م أقر أن السياحة " ظاهرة اجتماعية و إنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة و عشرين ساعة، و لا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف

⁽¹⁾ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص 23.

⁽²⁾ Ahmed Tessa, Economie Touristique Et Aménagement Du Territoire, OPU, Alger, p21.

السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية، و السياحة كالتأثير لها جناحان هما السياحة الخارجية و السياحة الداخلية".

- مؤتمر أوتاوا بكندا 1991 عرف السياحة بأنها " الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن، و أن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه ".
من خلال هذين التعريفين نلاحظ:

- السياحة هي عملية انتقال من مكان إلى آخر لفترة قصيرة و مؤقتة.
- الغرض من السياحة لا يكون الكسب المادي كما أنها قد تكون داخلية أو خارجية.
- المنظمة العالمية للسياحة قامت بإعطاء تعريف للسياحة على أنها: " مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر و الانتقال إلى الأماكن خارج المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى⁽¹⁾.

ثانيا: أنواع السياحة

تتميز السياحة بكثرة أنواعها و أشكالها ويمكن تقسيمها إلى عدة أقسام:⁽²⁾

1. حسب جنسيات السياح: و تقسم السياحة إلى نوعين رئيسيين هما:
 - أ. سياحة خارجية(دولية): و تكون من قبل مواطنين أجانب خارج حدود دولتهم، وتتميز بصرف عملة أجنبية صعبة خلال فترة السياحة.
 - ب. سياحة داخلية(محلية): تتم من قبل أفراد دولة معينة داخل حدود دولتهم، وتتفق فيها عملة محلية.
2. حسب هدفها: و تنقسم إلى عدة أقسام
 - أ. السياحة العلاجية: ظهر هذا النوع نتيجة الحاجة للعلاج الجسمي و النفسي و أمراض أخرى، و تمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام و الأوجاع.

⁽¹⁾ Jean Pierre et Michel Balfet, **Management du tourisme** , 2ème Edition, Pearson Education France,2007,p4.

⁽²⁾ مروان سكر، مختارات من الاقتصاد السياحي-سلسلة الاقتصاد السياحي-، عمان، دار مجدلاوي للنشر، 1999، ص14-15.

ب. **السياحة الترفيهية:** تكون فيها الحاجة للراحة ضرورية لاستعادة القوى النفسية و الفيزيائية للفرد، فكل إنسان يبحث عن التنوع في حياته ليتخلص من الروتين، و هدف هذا النوع من السياحة هو المحافظة على صحة الفرد.

ج. **السياحة الرياضية:** السياحة الرياضية تعني السفر من مكان إلى اخر داخل الدولة او غيرها من اجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الاستمتاع بالانشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها⁽¹⁾.

د. **السياحة الثقافية:** عرف **Smith** السياحة الثقافية بأنها: امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات قديمة.

وعرفها **Ritchie&Zins** بأنها: " عنصر جاذبية للمناطق السياحية ".

أي أنها ذلك النشاط السياحي القائم على الثقافة و زيارة المواقع و المعالم الأثرية و التاريخية والمتاحف، إلى جانب التعرف على الصناعات التقليدية أو أي شكل من أشكال التعبير الفني، و حضور الفعاليات الثقافية مثل المعارض أو المهرجانات.

هـ. **السياحة الرسمية:** و تنقسم إلى قسمين:

- **السياحة الرسمية السياسية:** تحدث عندما يسافر أعضاء الوفود أو أشخاص معينين من أجل المشاركة في محادثات رسمية، أو من أجل المشاركة في احتفالات أو مؤتمرات دولية معينة.

- **السياحة الرسمية الاقتصادية:** و تكون بهدف مشاهدة المعارض التجارية و الصناعية، أو فعاليات اقتصادية معينة⁽²⁾.

و. **السياحة الدينية:** السياحة الدينية هي انتقال السياح من مكان إقامتهم إلى مناطق أخرى، بهدف القيام ببعض المناسك أو الطقوس المرتبطة بالتعاليم الدينية.

ز. **السياحة البيئية:** تعرف السياحة البيئية حسب الصندوق العالمي للبيئة بأنها السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث و لم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، و ذلك

(1) نفس المرجع السابق، ص16.

(2) Sue Millar, **Culture tourism Management in a global context**, seminar on "culture tourism". Maria Saal Carinthia ,Uston, 2008.p1.

للاستمتاع بمناظرها و نباتاتها وحيواناتها البرية و تجليات حضارتها ماضيا و حاضرا⁽³⁾.

و هي ذلك النوع السياحي الذي يجعل المحيط البيئي الطبيعي هو الموقع الأساسي للزائر، وذلك بهدف التعرف على ما يحتويه المحيط البيئي من أنواع و أنظمة و مظاهر و عناصر طبيعية(مادية، حيوانية، نباتية) و ثقافية⁽¹⁾.

3. حسب فترة الإقامة خارج مكان السكن الأصلي:

أ. **السياحة الطويلة:** و تكون عادة من أسبوعين إلى أسابيع، و أحيانا شهر إلى سنة و قد تصل إلى 5 سنوات.

ب. **السياحة القصيرة:** و تكون مدتها أقل من أسبوعين و تنقسم إلى قسمين:

- سياحة نهاية الأسبوع.

- سياحة نهائية قصيرة لا تستغرق أكثر من يوم واحد، و عادة لا يتم المبيت فيها.

4. حسب المكان الذي يتوجه إليه السواح:

أ. **السياحة الجبلية و المائية:** و عادة يكون للسياحة الجبلية فصل سياحي شتوي من أجل التزلج على الثلج، و فصل صيفي للتدفئة، و تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحيرات.

ب. **السياحة القروية:** حيث يفضل الكثير من السياح الإقامة في القرى لأنها تمتعهم بالهدوء و الطبيعة الجميلة⁽²⁾.

أ. **حسب الشكل التنظيمي:**⁽³⁾

- **السياحة الجماعية:** تكون عندما يسافر السياح جماعيا، وهي تنظم عن طريق وكالات السياحة و السفر و تنقسم إلى قسمين:

• **سياحة جماعية غير منظمة:** أي يكون غير مخطط لها مسبقا وفق برنامج.

⁽¹⁾ محمد نايف الصراصرية، عمر و جوابرة الملكاوي، السياحة البيئية بين النظرية و التطبيق، عمان، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، 2009، ص 85

⁽²⁾ Mohamed Lamine Belbacha, la capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable -cas de Constantine-, Thèse de Magistère, Université de Mentouri, 2010-2011, p18.

⁽³⁾ مروان السكر، مرجع سبق ذكره، ص ص 22-23.

• **سياحة جماعية منظمة:** يكون برنامج الرحلة معد مسبقا من قبل شركات السياحة أو وكالات السياحة و السفر .

ب. **سياحة فردية:** و هي السفر فرديا للإقامة خارج سكنهم الأصلي و تنقسم إلى نوعين:

- سياحة فردية غير منظمة.

- سياحة فردية منظمة.

ثالثا: أهمية السياحة

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات العالمية، حيث بلغت قيمة الصادرات السياحية في عام 1988 نحو 532 بليون دولار، ويليه مباشرة إنتاج المركبات بقيمة 522 بليون دولار.

إن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاج يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي و تحسين ميزان المدفوعات، ومصدرا للعمالات الصعبة و فرصة لتشغيل الأيدي العاملة، ووسيلة لتحقيق برامج التنمية، ومن منظور اجتماعي وحضاري، فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية و جسر للتواصل بين الثقافات و المعارف الإنسانية للأمم و الشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية و ارتفاع مستوى معيشة الفرد، وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة و التعرف على تضاريسها و نباتاتها، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتهم وتقاليدهم⁽¹⁾.

المطلب الثاني: خصائص السياحة

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي وهي تتطوي على عدد من الخصائص نذكر منها⁽²⁾:

- تشعب و تعدد مكونات النشاط السياحي و ارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية، خدمية...)

(1) أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، 2008، ص 79.

(2) عبد السلام أبو قحف، محاضرات في صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، مصر، 1992، ص 16-18.

- مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا؛
- الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد و تنوع المقومات و الخدمات و التجهيزات السياحية، بل و على غيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية؛
- الطلب السياحي يتوقف على وإلى حد كبير على القدرة المالية للسائح(خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع حاجة ضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع حاجة كمالية)؛
- يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة و التقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات و الاتصال و التقلبات الاقتصادية (كالرواج و الكساد) بالإضافة إلى عوامل ثقافية و سياسية يصعب على الدولة التأثير و التحكم فيها؛
- السوق السياحية سوق للتداول بسرعة بسبب ارتباط عملية الإنتاج بالاستهلاك مما يستوجب تنقل المستهلك بحثا عن السلعة أو الخدمة و بالتالي تمثل السياحة قطاعا تصديريا دون الحاجة إلى شحن للمنتج السياحي؛
- السوق السياحي سوق قابل للتوسع بسبب تعدد و تباين أنواع السياحة و أغراضها، تنوع و اختلاف و تشعب الأنشطة و طبيعة الخدمات السياحية؛
- صناعة السياحة تمثل حافز للإبداع الثقافي و الاجتماعي و مجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة، لذا فهي تتطلب مستوى أكبر من الكفاءة و التأهيل في ظل وجود منافسة دولية.

كذلك للسياحة مزايا عديدة، نذكر من بينها:⁽¹⁾

- صناعة السياحة تتطلب استثمارات مالية أقل نسبيا إذا ما قورنت بقطاعات إنتاجية أخرى مثل الصناعات الثقيلة و صناعة التعدين؛
- المنتج السياحي المباع يقوم أساسا على ثروات غير مادية، مثل نوع المناخ و جمال الطبيعة، ووجود أماكن تاريخية و أثرية، و هي ذات إمكانيات كبيرة لتحقيق عوائد مالية غير محدودة، إذا ما أحسن تخطيطها و تسويق المنتج فيها وفقا لقواعد علمية و تجارية؛
- تعتبر السياحة أداة فعالة و مؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعي على المستوى الوطني

⁽¹⁾أيمن برنجي، الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، 2009، ص 48.

و الدولي، و هي سبيل لتنمية صناعات أخرى و بعث نوع من التفاهم الدولي بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص و على المستوى الدولي بوجه عام.

المطلب الثالث: أبعاد السياحة

تتمثل أبعاد السياحة في كل من مناطق الجذب السياحي التي تجذب السائح و التسهيلات التي يتلقاها إضافة إلى النقل والضيافة و التي سنطرق إليها في هذا المطلب.

أولاً: مناطق الجذب السياحي

عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني أو أن تكون منطقة مقصودة ثانوية، منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام في الطريق لمنطقة الجذب الأساسي وتسمى هذه المناطق بمناطق الوقف، مناطق الجذب السياحي يمكن أن تعتمد على مصادر متنوعة وهي⁽¹⁾:

- أ. المصادر الطبيعية: لكل منطقة يوجد مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية و الجمال الطبيعي، المناخ، التضاريس، الماء، و الشمس هي من أهم عناصر الجذب الطبيعي. سهولة الوصول لمثل هذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة.
- ب. العناصر الحضارية(الثقافية): الحضارة ونمط الحياة و التراث التاريخي للمنطقة يشمل و ينعكس على مناطقها التاريخية و الدينية، نمط الحياة، الثقافة و العادات و التقاليد.
- ج. العناصر العرقية: الرغبة في الرجوع للوطن الأم هي ظاهرة متأصلة بين الشعوب، هناك أنماط ترحال متميزة مثل رحلات سكان تورنتو إلى اسكتلاندا.
- د. التسلية والترفيه: من الممكن كذلك جذب السياح بواسطة بعض وسائل التسلية و الترفيه المتوفرة في المنطقة مثل المنتزهات و حدائق الحيوانات وكذلك من الممكن أن تكون لفترة زمنية كل سنة مثل الاحتفالات الثقافية و المهرجانات.

(1) خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، عمان، دار وائل للنشر و التوزيع، 2003، ص ص 26-27.

ثانيا: التسهيلات

بينما تقوم عناصر الجذب السياحي بجذب الناس للمناطق فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم و رغباتهم وتجعلهم يشعرون أن المنطقة هي بمثابة بلدهم الثاني، هذه التسهيلات السياحية مادة تدعم وتساند زيادة النمو الشامل في المنطقة و من التسهيلات المهمة في السياحة نجد مايلي:

أ. **الإقامة:** وسائل الراحة التي تناسب الأذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورية لجذب السياح

وإشباع

رغباتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة، في العادة ينفق السائح ما يقارب 50% من الميزانية على وسائل الراحة والتي تكون بشكل فندق، اوتيل، نزل أو غيرها.

ب. **الأطعمة و المشروبات:** حوالي 30% من ميزانية السائح تصرف على الطعام والشراب بينما يحب الكثير من السياح تناول الأطعمة المألوفة لهم لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح ولزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف على السياح.

ج. **الخدمات والتسهيلات المساندة:** تتضمن مثل هذه الخدمات والتسهيلات محلات التحف الشرقية المتاجر المحلات المعفاة من الجمارك، محلات الغسيل و لكي تكون هذه المنشآت في غالب الأحيان صغيرة الحجم يعوزها رأس المال و الخبرة الإدارية لكنها تؤدي فائدة كبيرة بتوزيع المصروفات السياحية على عدد كبير من الأشخاص وبالتالي تعزز الهدف الأساسي بالنمو المتوازن في المنطقة السياحية.

د. **البنية التحتية الأساسية:** تكون البنية التحتية لمنطقة ما من شبكة المواصلات، الخدمات الصحية، الاتصالات، مصادر الطاقة، الطرق، الأمن، الحماية...الخ.

ثالثا: النقل

تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة، من المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للمسافرين زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصولهم على أكبر قدر ممكن من الراحة والسرور والبعد عن كل المتاعب و الأخطار.

إن النشاط السياحي مرتبط ارتباطاً وثيقاً بقطاع النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها⁽¹⁾.

رابعاً: الضيافة

هي الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية وكذلك هي مجموعة الذكريات لمن قابل خلال زيارته، بالإضافة إلى ذلك هي تشمل على التفاعل والتعامل مع السياح الآخرين وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم و الفنادق ومحلات التحف الشرقية. السياحة هي حركة موسمية قصيرة المدى من مناطق الإقامة والعمل إلى المناطق السياحية البعيدة، ساعد على انتشارها الوعي الثقافي والاجتماعي عند الناس تتميز بعدة أنواع تختلف من منطقة إلى أخرى، كل منطقة تقوم بالتسويق السياحي لها لتضم أكبر عدد من السياح⁽¹⁾.

(1) نفس المرجع السابق، ص 28-29.
(1) نفس المرجع السابق، ص 30.

المبحث الثاني: عموميات حول التنمية السياحية

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة نظرا لدورها الهام والبارز في نمو اقتصاديات معظم دول العالم كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان كما تعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فالسياحة تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة و عنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي، كما ترتبط بالتنمية ارتباطا كبيرا كونها تعمل على حل بعض المشكلات الاقتصادية التي تواجهها تلك الدول.

انطلاقا مما سبق سنتطرق في هذا المبحث إلى:

- مفهوم التنمية السياحية و أهدافها؛
- أنواع التنمية السياحية و أنماطها؛
- متطلبات التنمية السياحية و مراحلها؛
- معوقات التنمية السياحية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية و أهدافها

تعتبر التنمية السياحية من أحدث ما ظهر من أنواع التنمية و تكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، لذلك تعد قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم من القضايا المعاصرة لما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية و الإنسانية و المادية.

قبل التطرق لمفهوم التنمية السياحية و أهدافها سنقوم بتوضيح مفهوم التنمية بشكل عام، و ما تحويه من أبعاد كالتالي:

- **عرفت الأمم المتحدة التنمية:** " بأنها مجموعة من الوسائل و الطرق التي تستخدم بقصد توحيد جهود الأهالي مع السلطات العامة، من أجل تحسين مستوى الحياة من النواحي الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، في المجتمعات القومية و المحلية، و إخراج هذه المجتمعات من عزلتها لتشارك إيجابيا في الحياة القومية، و لتساهم في تقدم البلاد".⁽¹⁾

⁽¹⁾ سهير حامد، إشكالية التنمية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص22.

- و عرفها البنك الدولي عام 1996 بأنها: " عملية تحويل المجتمع من العلاقات التقليدية و طرق التفكير و الإنتاج التقليدية إلى طرق أكثر حداثة، بحيث تشمل تحسين مستويات الحياة كالصحة و التعليم و تخفيف الفقر و باضطراد التنمية ".⁽¹⁾

مما تقدم يتضح لنا بأن مفهوم التنمية يتضمن أبعاد مختلفة و متعددة تشمل الآتي:

- البعد المادي للتنمية، ويتضمن التأكيد على مفاهيم النمو و التحديث و التصنيع؛
- البعد الإجتماعي للإنساني للتنمية، و يتضمن اجتثاث الفقر و إشباع الحاجات الأساسية للغالبية من السكان، و التوزيع الأكثر عدالة للدخل؛
- البعد السياسي، و يتضمن مفاهيم التحرر من التبعية و الاستقلال الاقتصادي.

بعد توضيح مفهوم التنمية سنتطرق إلى مفهوم التنمية السياحية و أهدافها فيما يلي:

أولاً: مفهوم التنمية السياحية

تختلف تعاريف التنمية السياحية باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها، و لتبيان هذا الاختلاف نورد التعاريف التالية:

- **تعريف عبد الرحمن سليم:** " التنمية السياحية هي تلك التنمية التي تأخذ طابع التصنيع المتكامل، و الذي يعني إقامة و تشييد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاجها السائح أثناء إقامته بها، و بالشكل الذي يتلاءم مع القدرات المالية لمختلف فئات السائحين".⁽²⁾
 - **تعريف أحمد فوزي ملوخية:** " تتمثل التنمية السياحية في إنهاء عملية تكامل طبيعي وظيفي بين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة و المرافق العامة التي يتحتم وجودها كأساس لأقامة الاستثمارات السياحية و مقابلة احتياجات السائحين"⁽³⁾.
- و من هذا التعريف نجد أن التنمية السياحية تشمل كل من العرض و الطلب السياحي لتحقيق الوفاق بينهما، من أجل إشباع رغبات السائحين و الوصول إلى أهداف موضوعية، لتكون معيار لقياس درجات التنمية السياحية.

(1) مدحت القرشي، التنمية الاقتصادية- نظريات و أساسيات و موضوعات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2007، ص 130-131.

(2) جليلا حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص9.

(3) أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص54.

- **تعريف يسري دعبس:** " التنمية السياحية هي التنمية التي تحقق التنمية الاجتماعية و الاقتصادية و ذلك من خلال العمالة المكثفة التي يستوعبها قطاع السياحة، و كذلك تحقيق توازن في ميزان المدفوعات بالإضافة الى تنشيط كافة الأنشطة الإنتاجية و الصناعية المرتبطة بقطاع السياحة"⁽¹⁾.

- **تعريف عصام حسين السعيد:** " التنمية السياحية هي الارتقاء و التوسع بالخدمات السياحية و احتياجاتها، و تتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي، و بأقل تكلفة و في أقرب وقت و ذلك لمواجهة المنافسة السياحية الدولية"⁽²⁾.

ومن التعاريف السابقة للتنمية السياحية نوجز التعريف التالي:

" تعرف التنمية السياحية على أنها توفير التسهيلات و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة و دخول جديدة، و جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض و الطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق و الحركة السياحية... "

ثانيا: أهداف التنمية السياحية

تهدف التنمية السياحية إلى:⁽³⁾

- تحقيق التنمية الاجتماعية و الاقتصادية وذلك من خلال العمالة الكثيفة التي يستوعبها قطاع السياحة من مختلف التخصصات سواء كانت عمالة متخصصة أو عادية... و كذلك تحقيق توازن في ميزان المدفوعات و التقليل من حجم التضخم في البلدان المقصودة بالإضافة إلى تنشيط كافة الأنشطة الإنتاجية و الصناعية المرتبطة بقطاع السياحة؛
- تحقيق منظومة متكاملة من الاستغلال الأمثل بين كافة العناصر الطبيعية و التراثية و الحضارية بهدف تنمية مكونات المنتج السياحي لكي يجذب مستويات مختلفة من السائحين؛

(1) يسري دعبس، التنمية السياحية المتواصلة، بدون طبعة، دار البيطاش سنتر للنشر و التوزيع، الاسكندري، 2008، ص 511.

(2) عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندقى، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، 2008، ص 133.

(3) يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 511- 516.

- تحقيق عائد سريع من المشروعات السياحية و استيراد الأموال المنفقة و دفع عجلة التنمية الاقتصادية؛
- العمل بفعالية من أجل تعظيم قدرة البلدان المقصودة عل اجتذاب أكبر قدر من حركة السياحة الدولية و ذلك من خلال تهيئة المناخ المناسب لجذب الاستثمار الأجنبي؛
- تحقيق مستوى عال من الدخل الفردي و الدخل القومي من خلال زيادة حركة التدفق طوال العام و بذلك تكون التنمية السياحية وسيلة دائمة للتنمية الاقتصادية عن طريق دفع المتغيرات و العوامل السياحية في المجتمع للنمو و التطور بأسرع معدل من النمو الطبيعي وفق خطط و إستراتيجيات قصيرة و متوسطة و طويلة المدى، و بناءا عليه فالتنمية السياحية تمثل ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المتواصلة؛
- تقديم إطار عام لرفع مستوى معيشة الأفراد من خلال الفوائد الاقتصادية للسياحة؛
- تنمية البيئة الأساسية و تقديم التيسيرات الترويجية للزوار و المقيمين على السواء؛
- ضمان و تأكيد أنماط التنمية في إطار مراكز الزيارة و المنتجعات التي تتلائم مع أغراض تلك المناطق؛
- إعداد برنامج للتنمية يتواءم مع فلسفة الحكومة و أفراد البلد أو المنطقة المضيفة ثقافيا و اجتماعيا و اقتصاديا.

و يمكن اختصار الأهداف السابقة الذكر فيمايلي:⁽¹⁾

أ. على الصعيد الاقتصادي:

- تحسين وضع ميزان المدفوعات؛
- تحقيق التنمية الإقليمية و خصوصا إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية؛
- توفير خدمات البنية التحتية؛
- زيادة مستويات الدخل؛
- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب؛
- خلق فرص عمل جديدة.

(1) عصام حسن السعيد، مرجع سبق ذكره، ص136.

ب. على الصعيد الاجتماعي:

- توفير تسهيلات ترفيه و استجمام للسكان المحليين؛
- حماية و إشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد و الجماعات.

ج. على الصعيد البيئي:

- المحافظة على البيئة و منع تدهورها و وضع إجراءات حماية مشددة لها.

د. على الصعيد السياسي و الثقافي:

- نشر الثقافات و زيادة التواصل بين الشعوب؛
- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

و خلاصة القول مما تقدم نجد أن التنمية السياحية تلعب دور أساسيا في التنمية الشاملة، حيث تهدف إلى تحقيق و ترشيد و تعميق درجة زيادة متوازنة و مستمرة في الموارد السياحية الإنتاجية في قطاع السياحة، و بالتالي فهي تتطلب تنسيق سياسات مختلفة داخل البلد نظرا لارتباط السياحة مع مختلف الأنشطة الأخرى مثل: النقل، الجمارك، التجارة و الخدمات بصفة عامة.

المطلب الثاني: أنواع التنمية السياحية و أنماطها

تعددت أنواع التنمية السياحية من تنمية سياحية شاملة و مستدامة إلى تنمية سياحية محلية، إقليمية و دولية التي نأتي إلى توضيحها مع الإشارة إلى مختلف الأنماط التي تحدث و فقها.

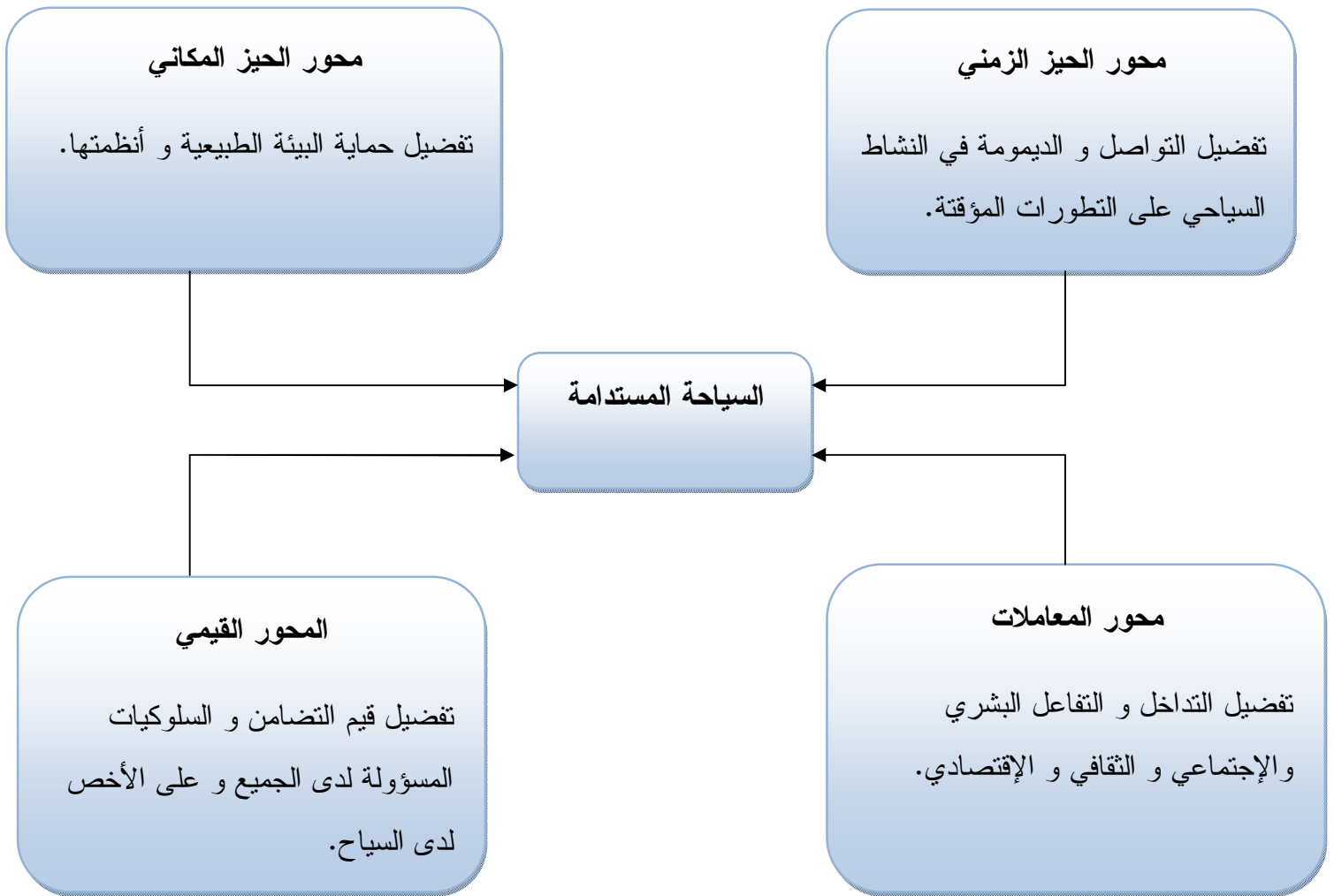
أولا: أنواع التنمية المحلية: تتمثل في:

- أ. **التنمية السياحية الشاملة:** يقصد بها التنمية في جميع الجوانب السياحية و الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية و البيئية و الحضارية و السكانية الموجودة في البلاد... و هذه التنمية يستلزمها الكثير من الأموال و الجهود البشرية⁽¹⁾.
- ب. **التنمية السياحية المستدامة:** و هي التنمية التي تلبي احتياجات السياح و المواقع المضيئة، إلى جانب حماية و توفير الفرص للمستقبل و هي القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة

(1) يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص520.

تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، و يتحقق معها التكامل الثقافي و العوامل البيئية، التنوع الحيوي و دعم نظم الحياة⁽²⁾. وعرفت اللجنة العالمية للتنمية و البيئة بأنها التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حاجات المجتمع الراهنة بدون المساس بحقوق الأجيال القادمة في الوفاء باحتياجاتهم⁽¹⁾. ويمكن توضيح مفهوم التنمية السياحية المستدامة بشكل أفضل من خلال المخطط الآتي:

شكل رقم(01): محاور التنمية السياحية المستدامة



المصدر: عبد الباسط و فاء، التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية و التحديات المعاصرة، مجلة حقوق حلوان، العدد 13، 2005، ص134.

(2) عيسى مرزاق، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر-دراسة أداء و فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر-، مداخلة أقيمت إثر الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 2010، ص6.

(1) Geneviève ferone et Autres, Ce que Développement Durable Veut Dire, Paris, Edition D'organisation, 2005, p5.

- ج. **التنمية السياحية المحلية:** هي الارتقاء بخدمات البنية الأساسية التحتية من حيث شبكات الطرق و النقل و الاتصالات...و تطوير مناطق الجذب السياحي و المساعدة في جذب العمالة من الريف إلى مناطق المقاصد السياحية، كما تتمثل في صيرورة تنويع و إغناء النشاطات السياحية و الاجتماعية على إقليم معين انطلاقا من تجنيد و ربط موارده و طاقاته فيكون بذلك منتج لمجهودات أفراد، و هو سبب مشروع تنمية مندمجة لمكوناتها السياحية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، فيكون هناك فضاء للتضامن و الاستمرار.
- د. **التنمية السياحية الإقليمية:** يقصد بها التنمية التي تعنى التركيز على تطوير الطرق و المعابر الإقليمية و الدولية و تأمين هذه الطرق و مدها بكافة الخدمات مثل: محطات البنزين، المطاعم، الكافيتريات... و توفير خدمات الاتصالات و تبني سياسات سياحية و تشريعات من شأنها تفعيل السياحة البيئية بين دول المقاصد السياحية كما هو الحال في الدول العربية و الاتحاد الأوروبي.
- ه. **التنمية السياحية الدولية:** تعني تطوير و تفعيل البرامج و الاتفاقيات الدولية بين العديد من الدول المتجاورة بتقديم تسهيلات في النقل و التنقل و تيسير إجراءات الدخول و الخروج للسائحين و المشاركة في التنظيمات و الهيئات و الاتحادات السياحية الدولية للاستفادة من التسهيلات الإدارية و التبادلات السياحية⁽¹⁾.

ثانيا: أنماط التنمية السياحية

تتخذ التنمية السياحية أنماط مختلفة و من بينها نجد: ⁽²⁾

- أ. **التنمية التلقائية:** هذا النمط من التنمية يحدث بصورة تلقائية نتيجة تزايد حركة التدفق و يصاحبه التوسع في الأنشطة السياحية العشوائية التي قد تصنف في المركز الاقتصادي و السياحي للمقصد أو منطقة الجذب و من ثم خلق كيان سياحي ضعيف، و يتميز هذا النمط بأن الطلب يسبق العرض و النمو في العرض يكون عشوائي، بالإضافة إلى التدهور البيئي و الاجتماعي...

(1) يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 520.

(2) نور الهدى بوحديش، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تفعيل التنمية السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التنسيير، جامعة جيجل، 2011، ص 42.

- ب. التنمية المخططة في أماكن محددة: تقوم على أسس هي:
- دراسة السوق و تحديد حجم و نوعية الطلب؛
 - تحديد الطاقات المطلوبة؛
 - توزيع الطاقة المستهدفة على المواقع وفقا للطاقة الاستيعابية لكل منها حتى لا تحدث تداعيات بيئية و خدمية؛
 - الإشراف و التوجيه و المتابعة الكاملة من قبل السلطات الرسمية؛
 - المساهمة في التمويل؛
 - وضع المعايير و الضوابط للمحافظة على البيئة بقصد تحقيق التنمية السياحية المتوازنة.
- ج. التنمية المكثفة: تحدث في المناطق التي تمتد لمسافات طويلة (100-200 كم) و التي تساندها قواعد اقتصادية قوية و سوق داخلي كبير.
- د. التنمية المتكاملة: يقوم مسؤول التنمية في هذا النمط بكافة الأعمال بدون مشاركة جهات أخرى و يتبع هذا الأسلوب في المناطق المحدودة أو بالنسبة للمنتجات و المراكز السياحية.
- ه. التنمية بإحداث عامل أساسي: يتحقق هذا النمط عند قيام عدد من المؤسسات بتنفيذ المشروعات الرئيسية كإقامة مشروعات البنية التي تؤدي إلى جذب المستثمرين الآخرين ليساهموا في تلك المشروعات التنموية.
- و الشكل الموالي يوضح أهم اشكال التنمية السياحية.

الشكل رقم(2): أشكال التنمية السياحية



المطلب الثالث: متطلبات التنمية السياحية و مراحلها

أولاً. متطلبات التنمية السياحية

إن تحقيق التنمية سياحية فعالة يتطلب توفر بعض المتطلبات نتطرق إلى أهمها كالتالي:

أ. توفير الخدمات السياحية بأسعار و جودة مناسبة

إن أي منطقة سياحية يجب أن تتوفر على بعض الخدمات السياحية و القاعدية حتى تكون قادرة على استقبال السياح و تلبية احتياجاتهم بأفضل الأسعار و الجودة، و تتمثل أهم هذه الخدمات في⁽¹⁾:

- مشروعات البنى التحتية المتمثلة في كفاءة الطرق و خدمات المرافق: المياه، الكهرباء، وشبكة الصرف الصحي؛
- توفير شبكات النقل البري و الجوي و البحري، و تعددها إلى مناطق الجذب السياحي المختلفة و بأسعار مناسبة؛
- توفير أماكن الإيواء السياحي و الفندقي بمختلف أنواعها، و توفير كافة مرافق الخدمات السياحية، و المرافق الأخرى المكملة و المساعدة على الجذب السياحي؛
- توفير أماكن الإيواء السياحي و الفندقي بمختلف أنواعها، و توفير كافة مرافق الخدمات السياحية، و المرافق الأخرى المكملة و المساعدة على الجذب السياحي؛
- توفير كافة وسائل الاتصال و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة.

ب. اختيار الموقع الجغرافي المناسب⁽²⁾

يلعب الموقع الجغرافي لمنطقة الجذب السياحي دورا بالغا في الجذب السياحي و زيادة تدفق السائحين من خلال خصائص بعض عناصر المناخ و التضاريس التي تؤثر على نوعية الخدمات و الأنشطة السياحية المقدمة بالمنطقة السياحية، و مدى القرب أو البعد عن أسواق الطلب السياحي و الأسواق المنافسة و تحديد جنسية السياح، كما أنه يلعب دورا مهما في تحديد نفقات الرحلة.

(1) يسري دعيبس، مرجع سبق ذكره، ص 541 .

(2) هدير عبد القادر، التسويق السياحي و دوره في تنمية الخدمات السياحية - حالة الجزائر، اطروحة دكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2011، ص 24.

ولكن من الجدير بالذكر أنه إذا توفر موقع سياحي جيد و تم الترويج له بشكل جيد فإن السائح لا تهمة قيمة المبلغ الذي يدفعه، ولكن المهم هو الوصول إلى هذا المكان، كالسياحة في المناطق الصحراوية فبالرغم من قساوة الطبيعة و قلة المواصلات، إلا أن العديد من السياح يفضلون الأماكن السياحية الصحراوية على الشواطئ و المدن العصرية.

كما أن الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية، مما يستوجب على الدول لمواجهة مشكلة بعد المسافة، التعاون بينهما و بين شركات النقل الجوي، من خلال عدة أشكال للتعاون كإعطاء شركات النقل مزايا للتدخل في التسويق السياحي، ووضع البرامج السياحية في مجال الرحلات الجوية أو القيام بدعم الأسعار.

ج. طبيعة و مصدر الاستثمارات في القطاع السياحي

إن إنشاء كافة المرافق الخدمية السياحية الأساسية و حتى المكملة تتطلب استثمارات كبيرة الحجم بتمويل كبير، مما يجعل الاستثمار في القطاع السياحي على المخاطرة و ذي عائد غير سريع، كما أنه يتميز بالحساسية لعدة ظروف على المستوى العالمي بالإضافة إلى موسمية أغلب الأنشطة السياحية مما يحد من رغبة المستثمرين في الاستثمار في القطاع السياحي ولهذا فعلى الدول تقديم إعانات و حوافز للمشروعات السياحية من خلال⁽¹⁾:

- توفير المناخ المناسب للاستثمار، وتسهيل الإجراءات الروتينية الإدارية الخاصة بالأوراق و المستندات اللازمة للمشروعات السياحية؛
- تقديم التسهيلات و القروض الائتمانية طويلة الأمد ذات الفوائد المنخفضة و تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المشروعات السياحية و الفندقية؛
- تقديم المساعدات المالية للمستثمرين في القطاع السياحي على شكل إعانات نقدية و عينية؛
- منح إعفاءات ضريبية (كضرائب الدخل، و الضرائب العقارية)، وإعفاءات جمركية على المعدات و التجهيزات اللازمة لإقامة المنشآت السياحية؛

(1) يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص ص 547-548.

- تشجيع و جذب الاستثمارات السياحية الأجنبية من خلال تقديم حوافز متنوعة إدارية و مالية، بالإضافة إلى إرساء عوامل الاستقرار السياسي والاقتصادي، وضمان سهولة وأمان انتقال و عودة الأموال وعائدها في أي وقت وإلى أي مكان؛

- تقديم استشارات و مساعدة فنية للمستثمرين في المجال السياحي، كدراسات الجدوى الاقتصادية و الفنية للمشروعات السياحية، كما تقدم برامج تدريب العاملين في المجال السياحي بهدف رفع الكفاءة المهنية و الادراية للموارد البشرية العاملة التي تلعب دورا محوريا بهذا القطاع.

د. التسويق السياحي الفعال⁽²⁾

يعتبر التسويق السياحي الفعال محددًا و عاملاً رئيسياً للتنمية في القطاع السياحي، و ذلك لدوره الرئيسي في تلبية رغبات السياح، و الترويج للوجهة و المنشأة السياحية و تحسين سمعتها و تحسين سمعتها و توسيع حجم سوقها، غير أن التسويق السياحي الفعال يتطلب إعداد خطط تسويقية على المدى الطويل و المتوسط و القصير، كما يجب أن تكون هذه الخطط على المستوى المحلي و الوطني و الدولي، و لابد أن تتعدد الطرق التي يتم من خلالها التسويق للوجهات السياحية و تتنوع، من خلال وسائل الإعلام و الاتصال و المهرجانات و المحافل الدولية و عقد الشركات مع مختلف المؤسسات الدولية السياحية المتخصصة في هذا المجال كالوكالات السياحية.

و من الضروري أن تهتم اليوم عملية التسويق السياحي بتطوير المنتجات و الخدمات السياحية، مع إبراز خصائصها و تميزها عن غيرها من المنتجات و الخدمات المنافسة، و تعمل على الترويج لها بكل الطرق و العمل على استيفاء كافة رغبات السياح من خلال هذه المنتجات و الخدمات بهدف توليد الرغبة لديهم في زيارة المنطقة و تكرارها، مما يؤدي بالضرورة إلى المساهمة في تنمية السياحة و تطويرها.

هـ. التشريعات و القوانين و اللوائح المنظمة للقطاع السياحي

تعد التشريعات و القوانين المنظمة للنشاط السياحي من الأمور الجوهرية لدفع مشروعات التنمية السياحية أو عرقلتها، فلا بد لكافة المهتمين و المنشغلين بقطاع السياحة أن يكونوا على معرفة وثيقة⁽¹⁾

⁽¹⁾ علاء حسين السرابي، التسويق و المبيعات السياحية و الفندقية، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر، عمان، 2001، ص35.

وكافية لكل التشريعات و القوانين المنظمة للمشروعات السياحية وأنشطة السياحة المختلفة، حتى تعمل هذه المشروعات في ضوء منظومة و استراتيجيات مقننة وفق الإطار العام القانوني للدولة، كما أن الدولة من جهة أخرى من واجبها سن التشريعات و القوانين المساعدة على تطوير النشاط السياحي و تيسير عملية الاستثمار في هذا القطاع، و العمل على تحديث هذه القوانين لتنماشى مع التطورات الحاصلة في كافة القطاعات المرتبطة بالسياحة عبر العالم⁽¹⁾.

و. دعم المجتمع

إن نجاح المشروعات السياحية على كافة المستويات يتطلب قبول و مساندة المجتمع المحلي، فمن الضروري توعية السكان المحليين بأهمية و دور المشروعات السياحية في تحقيق التنمية من جهة، كما أن تلك المشروعات من جهة أخرى يجب أن تتماشى مع خصائص المنطقة و طبيعة السكان المحليين، إذ من الواجب مشاركة و استشارة السكان المحليين في اتخاذ القرارات المتعلقة بالمشاريع السياحية بمنطقتهم وذلك بهدف تفعيل إيجابيات هذه المشروعات التنموية لصالح تقدم و ازدهار و نمو المجتمع وتلاقي السلبيات قدر الإمكان.

ز. تنوع الأدوار و البرامج التنموية

إن تحقق التنمية السياحية الفعالة يقتضي تكاتف الأدوار، المسؤوليات، المهام التي ينبغي أن توزع بين مختلف القطاعات العاملة في النشاط السياحي و القطاعات المعنية أو المكملة سواء على مستوى القطاع العام أو الخاص، كما أن التنمية السياحية الحقيقية تتطلب وضع استراتيجيات، و برامج متنوعة على المستوى القريب و البعيد، و في الآجال القصيرة، المتوسطة و الطويلة، التي من الضروري أن تصاغ بدقة و بطريقة علمية، و تتميز بالمرونة و القابلية للتغيير و التعديل وفقا للظروف و التغييرات الطارئة، و من الجدير بالذكر أن التقييم المستمر

و المتتابع للخطط و البرامج السياحية، متابعة المشروعات، و كيفية تحقيق أهدافها و انجازاتها أولا بأول من الأمور الهامة لتحقيق التنمية السياحية⁽²⁾.

(1) يسري دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 540.

(2) نفس المرجع، ص 541 .

ثانيا: مراحل التنمية السياحية

لقد كان من الصعوبة ضبط مراحل عملية التنمية السياحية، وقد اهتم العديد من الباحثين بإعداد نماذج لتوضيح هذه المراحل وتبيان تدرج عملية التنمية السياحية، من أهم هذه النماذج التوضيحية:

أ. نموذج ميوسيك MIOSSEC

قسم ميوسيك في نموذجه عملية التنمية السياحية إلى أربعة مراحل وهي⁽¹⁾:

- **مرحلة الاكتشاف:** حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي؛
- **مرحلة النمو:** و فيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط و التوسيع السياحي؛
- **مرحلة الانطلاق:** و فيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط و التوسيع السياحي؛
- **مرحلة النضج:** حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية و فيها يتكامل النشاط السياحي من خلال توافر عناصر الجذب السياحي و التسهيلات.

و يؤخذ على هذا النموذج توفقه عند مرحلة النضج السياحي و عدم تحليله لأية عوامل سلبية، قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي احتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور و الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة⁽¹⁾.

ب. نموذج باتلر BUTLER

و من تم جاء نموذج باتلر سنة 1980 الذي استخدم فكرة دورة حياة المنتج في عملية التنمية السياحية للمنطقة، وربط بينهما في نموذج و هذا النموذج يحدد كل مرحلة من منطلق عدد الزائرين و التغييرات في صناعة السياحة في المنطقة و المجتمع، وعلاقة ذلك بالمجتمع المحلي، ولقد تم تقبل هذا النموذج بطريقة واسعة، وتم تطبيقه على المنتجات الساحلية، حيث يقترح تغييرات مستقبلية في المنتجات الحالية التي وصلت إلى مرحلة الاستقرار لأنها قد تستأنف النمو مرة أخرى، ولكن بنسبة أقل، وقد حدد هذا النموذج ستة مراحل للتنمية متمثلة في⁽²⁾:

- **الاكتشاف:** هذه المرحلة تتميز بصعوبة الوصول و عدم وجود التسهيلات و الخدمات؛

(1) يسري دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 569.

(2) جلييلة حسن حسنين، مرجع سبق ذكره، ص 20.

- المشاركة: تتميز بتسهيلات مقدمة من المجتمع المحلي؛
- التطور: تتميز بتوسع سريع في التسهيلات و الخدمات مع تزايد الاستثمارات و دخول الشركات الأجنبية؛
- النضج: وتعتبر المرحلة التي تتحقق فيها التنمية السياحية التامة بكل جوانبها؛
- الركود: تتميز بالثبات في أعداد الوافدين و نوعية الخدمات؛
- التدهور أو التجديد: تتجه وتيرة التنمية في هاته المرحلة عادة إلى تدهور إلا إذا تم اتخاذ الإجراءات اللازمة لإعادة تجديدها.

ة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، و مع تزايد إقبال السائحين على المنطقة تبدأ مرحلة المشاركة، إذ تتميز بتوفير مختلف التسهيلات و الخدمات بشكل متزايد للتوافق مع الأعداد المتزايدة للسياح، لتأتي بعدها مرحلة التطور في تقديم الخدمات السياحية التي تتميز وقتها بتحسن جودتها و توسعها، وإذا رافق هذا التطور نمو متوازن، فسنصل إلى مرحلة النضج حيث تصبح المناطق في قمة النضج السياحي، بحيث تشكل وجهة سياحية متكاملة، وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات و الركود فلا تشهد تزايدا في أعداد السائحين بل تتميز بالتوقف عن النمو عند حد معين من السائحين، في هذه المرحلة إن لم تظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة، فإنها تتجه نحو الانحدار و التدهور ولهذا فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنب المنطقة الوصول إلى مرحلة الانحدار، ونقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة المستدامة من خلال التطوير المستمر⁽¹⁾.

و من الجدير بالذكر أن التنمية السياحية وقبل مرورها بتلك المراحل تتطلب تخطيطا علميا محكما، من خلال وضع و إعداد خطط متكاملة للتنمية السياحية، وتشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة و المترابطة كالتالي⁽²⁾:

أ. إعداد الدراسات الأولية: التي تتعلق بمختلف الجوانب التي ترتبط بعملية التنمية السياحية؛

(1) عامر عيساني مرجع سبق ذكره، ص 52.

(2) يسري دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 570.

ب. تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي: بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية العكسية خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛

ج. جمع المعلومات وإجراء المسح اللزم و تقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية: وتوفر هذه العملية المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية و تحتاج هذه المرحلة إلى دقة و تنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها: عناصر الجذب السياحي، المرافق والخدمات، وسائل النقل، خدمات ومرافق البنية التحتية، وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بأراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضا ممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي...الخ.

د. تحليل البيانات: وتشمل على تحليل، وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال عملية المسح، والتقييم، وتولييفها، والخروج بحقائق تساعد في إعداد الخطة ورسم خطواتها العامة والتفصيلية، وتشمل عملية تحليل البيانات ثلاثة محاور رئيسية هي:

• **المحور الأول: تحليل الأسواق السياحية من حيث:**

- التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي على مرافق الإقامة)؛
- تحديد الطلبات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية (العرض السياحي).

و تشكل مرحلة تحليل الأسواق أساس التحليل في المحور الثاني.

• **المحور الثاني:** ويتمثل في التحليل المتكامل، ويمثل هذا التحليل العناصر التالية: خصائص البيئة الطبيعية، العوامل الاجتماعية والاقتصادية، عناصر الجذب السياحي، الأنشطة السياحية، السياسات والخطط المتوفرة، الطاقة الاستيعابية.

يتم في هذه المرحلة من التحليل الوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بالفرص المتاحة أو المعطيات

و المقومات السياحية المتوفرة وكذلك تحديد العوائق التي يمكن أن تحول دون تحقيق التنمية السياحية.

- **المحور الثالث:** تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي على الصعيدين العام و الخاص، ويتضمن اجراءات التنفيذ و المتابعة و المراقبة والسياسات والاستراتيجيات، وتوفر القوانين والأنظمة، والقدرة المالية، الاستثمار وبرامج التعليم، والتدريب السياحي.
- ه. **إعداد الخطة:** وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات ووضع البدائل و اختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.
- و. **تقييم و متابعة الخطة السياحية:** وتعديلها وفق نظام التغذية العكسية إذا تطلب الأمر ذلك.

المطلب الرابع: معوقات التنمية السياحية

تتباين المقومات التي تواجه السياحة بتباين درجات التقدم الاقتصادي والحضاري في دول العالم كما اكتتفت السياحة العديد من العقبات والمشكلات التي ادت الى تقلص دور السياحة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ورغم ما تحتويه بعض الدول من موارد ومقومات للنهوض بواقع السياحة فان

السياحة لم تجد الاهتمام المطلوب، فهناك عدد من المعوقات والتحديات التي ماتزال تواجه التنمية السياحية ينبغي مواجهتها وأهمها:⁽¹⁾

- الافتقار الى استراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطورها يمكن ان تؤثر المطلوب على المستوى القومي الإقليمي والمحلي في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والموروث الحضاري وعدم وضوح الرؤية السياحية.
- ضعف موقع التنمية السياحية في خطط التنمية مما يقلل وباستمرار من أهميتها في اطار تواضع التخصيصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة او المخطط لها وضعف اداء السياسات العامة في تبني استراتيجية واضحة المعالم للسياحة.
- الفقر الواضح في البيانات و المعلومات و الاحصاء السياحي.

(1) أحمد السبكي، مقال، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، 23: 07، 28-03-2016، <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/127772>

- تواضع نوعية المنشآت والخدمات وضعف او قصور في المرافق الاساسية والخدمات كالطرق والكهرباء والاتصالات والصرف الصحي.
- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عمل مؤهلة.
- تواضع الوعي السياحي وتخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين.
- ضعف وقصور وعدم انتظام النقل البري والبحري والجوي وعدم وصول الطرق الى كل مواقع الجذب السياحي.
- تواضع خطط الترويج والتسويق السياحي وقصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث والإحصاءات والإعلام السياحي.
- انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية وعدم كفاية كل من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في اطار انخفاض الوعي السياحي.
- تقليدية البرامج السياحية وعدم وجودها اصلا مما يقف حائلا دون اطالة مدة اقامة السائح .
- الاهمال للمناطق الاثرية والمدن الحضرية وخصوصا المواقع الدينية والمباني التاريخية، فهناك تقصير في اعمال الصيانة والترميم و اعادة البناء، فضلا عن عدم وجود نظام مبرمج لزيارة وزيادة جذب السائحين لهذه المناطق.
- عدم كفاية وسائل الحد من تهريب الآثار والقطع التاريخية أو إرجاعها مما اسهم في تفاقم المشكلة.
- إشكالية التمويل و عدم وجود بنوك متخصصة في الأنشطة السياحية.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل يمكن أن نستنتج بأن السياحة تعتبر من أهم القطاعات الاقتصادية التي أصبح مختلف دول العالم يهتمون بها، لما لها من أهمية اقتصادية واجتماعية وسياسية كبيرة وتأثيرها على مختلف القطاعات الأخرى، ولهذا للقطاع خصائص تميزه عن باقي القطاعات المختلفة تجعله من القطاعات المهمتها من طرف الدول كما لا يخفي أن هذا القطاع له أسس متكاملة فيم بينها بفضلها يتم قيام النشاط السياحي واستمراره.

إن تنمية السياحة لها أهمية كبيرة على المستوى الاقتصادي نظرا لارتباطها بمختلف الأنشطة الأخرى ولتنمية السياحة لأبد من توفر مجموعة من المحددات أو الشروط التي تخلق جوا مناسبا وملائم في ممارسة هذا النشاط على أكمل وجه و السير به نحو التقدم و التطور لكن من وراء ذلك توجد معوقات كثيرة تعيق التنمية السياحية وهذه المعوقات يجب القضاء عليها من خلال الاعتماد على الوسائل التي تقلص من هذه المعوقات من أجل تنمية سياحية شاملة.

الفصل الثاني

أهمية قطاع السياحة في التنويع الاقتصادي

للتحفيز بعد مرحلة البترول

تمهيد:

تتميز العديد من دول العالم بتوفرها على مورد طبيعي مهم، والذي غالبا ما يشكل القطاع الرئيسي من ناحية الإنتاج أو التصدير أو التشغيل، هذا الاعتماد على مورد وحيد جعل الكثير من هذه الدول تصبح ذات اقتصاد ريعي.

فطالما كانت هذه الثروة متوفرة بكثرة، وأسعارها في السوق العالمية مرتفعة وفي منأى عن أي اضطراب أو اختلال كبير، فهي تمكن الدولة من الحصول على موارد مالية مهمة تساعدها في تمويل وإنجاز المشاريع الاقتصادية والاجتماعية، لكن ماذا كان سيحصل لو كانت هذه الثروة ستنفذ على المدى القريب أو المتوسط، ماذا لو عرفت أسعارها انخفاضا كبيرا وامتدت لفترة طويلة، هذه التساؤلات تطرح وتطبق بصفة خاصة على بعض البلدان العربية المنتجة و المصدرة للبترول، فقد مكنتها هذه الثروة الطبيعية من الحصول على عائدات مالية مهمة أدت في العديد من الأحيان إلى تجاهل باقي القطاعات المنتجة كالسياحة أو الزراعة أو الصناعة أو الخدمات.

لكن مع الانخفاض الكبير الذي شهدته الأسعار العالمية لهذه الطاقة، وعدم انتظام هذه الأسعار في فترات عديدة، من جهة وارتفاع النفقات العامة، خاصة بعد الاضطرابات السياسية و الاجتماعية التي عرفتتها بعض الدول العربية من جهة أخرى، تم الاستنتاج و الاقتناع بعدم الاعتماد على قطاعات أخرى من أجل التقليل من التأثيرات السلبية المحتملة للتقلبات في أسعار السلع الأساسية أو الأزمات الاقتصادية في البلدان الشريكة.

سوف نتناول في هذا الفصل مبحثين و هما:

المبحث الأول: ضرورة التنويع الاقتصادي**المبحث الثاني: أثر قطاع السياحة على التنمية والتنويع الاقتصادي**

المبحث الأول: ضرورة التنوع الاقتصادي

من بين الأهداف الرئيسية لسياسات التنوع الاقتصادي هو تقليل الاعتماد على قطاع واحد، وتوسيع فرص الاستثمار، وتقوية أوجه الترابط في الاقتصاد، و في هذا الإطار تعمل العديد من الدول العربية خاصة المصدرة للنفط على تنويع اقتصادياتها.

المطلب الأول: مفهوم التنوع الاقتصادي

أولاً: تعريف التنوع الاقتصادي

التنوع الاقتصادي هو سياسة تنموية تهدف إلى التقليل من نسبة المخاطر الاقتصادية، ورفع القيمة المضافة، وتحسين مستوى الدخل، وذلك عن طريق توجيه الاقتصاد نحو قطاعات أو أسواق متنوعة أو جديدة عوض الاعتماد على سوق أو قطاع أو منتج واحد، بمعنى آخر التنوع الاقتصادي يمكن أن يشار فيه إلى تنويع مصادر الناتج المحلي الاجمالي، أو تنويع مصادر الإيرادات في الموازنة العامة، أو تنويع الأسواق الخارجية.

في شقه المالي، يقصد بالتنوع كأحد السياسات لإدارة المخاطر و يعني تنويع الأموال المستثمرة في محفظة استثمارية على أكثر من أداة استثمار وحيدة، كالأسهم والسندات وصناديق الاستثمار و حتى النقد والمعادن و السلع الأساسية.

في معناه البسيط، يشار إلى التنوع ب "عدم وضع البيض في سلة واحدة" ، فالاعتماد على مصدر واحد أو مصادر محدودة، كمال هو الحال في بعض الدول، خاصة العربية التي تعتمد على أحد الموارد الطبيعية كالنفط والغاز، يجعل أي اقتصاد عرضة لمخاطر تلك المصادر، وبالتالي فإن وجود تنوع اقتصادي يعتمد على قطاعات إنتاجية سلعية أو خدمية متنوعة وغير متكررة من شأنه أن ينوع مصادر الدخل ويسهم في تحقيق أكبر قدر ممكن من عوائد الإنتاج، مما قد ينتج عنه ارتفاع في الدخل واستيعاب نسبة أكبر من اليد العاملة وتحسن مستوى معيشة الأفراد⁽¹⁾.

(1) شابي حليمة، بريش السعيد، دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليل من البطالة، مداخلة، جامعة باجي مختار-عناية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2011، ص 66.

في الكثير من الأحيان، يعتقد بأن التنويع الاقتصادي هو تنويع فقط لقطاع الصادرات، تنويع سلة السلع التصديرية هو في الحقيقة جزء من تعريف أو مفهوم التنوع الاقتصادي وجزء أساسي من تنويع هيكل الانتاج، ومن هذا المنطلق، فإن التنويع لا يعني بالضرورة زيادة الصادرات غير النفطية فحسب بل يمكن أن يتضمن أيضا إحلال الواردات.

سبب آخر مهم يدفع إلى التنويع هو احتدام المنافسة، خاصة مع بروز منافسين جدد، وكذلك التخلف عن ركب التطورات التكنولوجية، فمن الصعب على بلد أن يحتمي من منافسين جدد أو من التكنولوجيات الجديدة، إذا ما بقي على هامش التقدم التكنولوجي أو في غياب أي تنويع اقتصادي.

بصفة عامة، يقصد بالتنويع الرغبة في تحقيق عدد أكبر لمصادر الدخل و التي من شأنها أن تعزز قدرات الدولة ضمن إطار التنافسية العالمية، وذلك عبر محاولات رفع القدرات الانتاجية في قطاعات متنوعة، وهو يقوم على الحاجة إلى الارتقاء بواقع عدد من القطاعات تدريجيا لتكون بدائل يمكنها أن تحل محل المورد الوحيد، ومن هنا فالتنويع ينطبق خاصة على البلدان التي تعتمد على مصدر وحيد غير مستديم، بمعنى أن التنويع الاقتصادي هو العملية التي تشير إلى اعتماد مجموعة متزايدة من القطاعات تتشارك في تكوين الناتج⁽¹⁾.

ثانيا: أهداف التنويع الاقتصادي

يمكن تلخيص الاهداف الرئيسية للتنويع الاقتصادي فيما يلي:⁽²⁾

- التقليل من نسبة المخاطر الاقتصادية و المقدرة على التعامل مع الأزمات و الصدمات الخارجية، مثل تقلبات أسعار المواد الأولية كالبترول، أو الجفاف بالنسبة للمواد الزراعية و الغذائية، أو تدهور النشاط الاقتصادي في الأسواق العالمية خاصة في الدول الشريكة(مثل الدول الأوروبية بالنسبة للدول العربية)؛
- تحسين و ضمان استمرار وتيرة التنمية من خلال تطوير قطاعات متعددة و متنوعة كمصدر للدخل وللنقد الأجنبي ولعائدات الميزانية العامة، ورفع قيمتها المضافة في الناتج المحلي الإجمالي وتشجيع الاستثمار فيها؛

(1) نفس المرجع السابق، ص67.

(2) عاطف لافي مرزوك، التنويع الاقتصادي في بلدان الخليج العربي مقارنة للقواعد و الدلائل، مجلة الاقتصاد الخليجي العدد(24)، 2013، ص20.

- تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع والخدمات، وزيادة الصادرات، والتقليل من الاعتماد على الخارج في استيراد السلع الاستهلاكية، وتوفير فرص الشغل وبالتالي تحسين مستوى معيشة الأفراد؛
 - تمكين القطاع من لعب دور مهم وأكبر في العملية الاقتصادية وتقليص دور الدولة والسلطات العمومية؛
 - من جهة أخرى، يمكن التمييز بين أهداف التنوع الاقتصادي حسب الأفق الزمني، فعلى المدى القصير قد يكون الهدف هو التوسع و تعزيز عائدات القطاع الرئيسي (البترول مثلا)، وبالتالي زيادة نصيب هذا القطاع في كل من الناتج المحلي الاجمالي و العائدات التصديرية، أما على المدى الطويل، فالهدف المنشود هو استخدام العوائد المكتسبة عن القطاع الرئيسي في إحداث تنمية اقتصادية مرتكزة على التنوع و التوجه نحو الاستثمار في قطاعات أخرى، أي أن القطاع الرئيسي، كالنفط، قد يتم الاعتماد عليه ليصبح وسيلة لإحداث التنوع الاقتصادي.
- وبالتالي يمكن التمييز بين نوعين من التنوع:

- **التنوع الأفقي:** ويطلق على توزيع الاستثمار على أدوات من نفس الفئة، أي على سبيل المثال قطاع البترول؛
- **التنوع الرأسي:** ويطلق على توزيع الاستثمار على قطاعات متنوعة كالزراعة و الصناعات الخدمية أو فئات مختلفة من الأدوات الاستثمارية كالأسهم والسندات.

المطلب الثاني: محددات التنوع الاقتصادي⁽¹⁾

يلعب التنوع دورا هاما في نمو وتطور الاقتصاد، لكنه يبقى مرتبطا و رهينا بمجموعة من المتغيرات و التي تلعب دورا مهما في نسبة نجاحه أو فشله ، في هذا الإطار يسرد تقرير اللجنة الاقتصادية لأفريقيا بالأمم المتحدة حول التنوع (2006) خمس فئات من المتغيرات التي تؤثر على عملية التنوع، وهي:

1. **العوامل المادية:** الاستثمار و رأس المال البشري؛
2. **السياسات العمومية:** السياسات المالية و التجارية و الصناعية(من خلال تأثيرها على تعزيز القاعدة الصناعية)؛
3. **متغيرات الاقتصاد الكلي:** سعر الصرف و التضخم و التوازنات الخارجية؛

(1) جميل الطاهر، تقرير بشأن اجتماع خبراء حول التنوع الاقتصادي في الدول العربية، مجلة النفط والتعاون العربي، منظمة الأقطار المصدرة للنفط، المجلد 28، العدد 100، 2002، ص 103.

4. المتغيرات الرئيسية: الحكومة، والبيئة الاستثمارية والوضع الأمني؛
5. الوصول إلى الأسواق: درجة الانفتاح على التجارة في السلع والخدمات ورأس المال (القضاء على الحواجز الجمركية و غير الجمركية)، والحصول على التمويل.
- وهكذا، فإن غياب قطاع خاص حيوي وقوة عاملة ماهرة ومتطورة وبيئة مؤسسية وقانونية مشجعة وكذلك عدم الاستقرار في الاقتصاد الكلي، كارتفاع معدلات التضخم، لا يساعد على إنشاء وتطوير صناعات جديدة أو خلق مناخ ملائم لعملية تنويع الأعمال، كما أن نجاح التنويع الاقتصادي يتطلب توافر الخدمات المساندة أو الأساسية مثل التعليم و التدريب و الخدمات الصحية بما يساهم في رفع معدلات الإنتاج و الانتاجية، كما يتطلب أيضا توفر بنية تحتية متطورة من خدمات المواصلات و الاتصالات و المنافع العامة و غيرها.

المطلب الثالث: عوامل نجاح التنويع الاقتصادي

توجد عدة عوامل المشتركة التي تساهم في إنجاح التنويع الاقتصادي:⁽¹⁾

- اعتماد الحكومات على إدارة مستقرة وقوية وذات مصداقية تأخذ بعين الاعتبار المخاطر الكامنة في استراتيجية التنمية القائمة على الموارد الطبيعية؛
- إعطاء دور مهم للقطاع الخاص للمساهمة في عملية التنويع والتنمية؛
- بصفة عامة وبالإضافة إلى الموارد الطبيعية، والبشرية، ونوعية الإدارة الاقتصادية، تتأثر إمكانية التنويع الاقتصادي بعدة عوامل، بما في ذلك أهمية خفض تكاليف الإنتاج عن طريق سياسة رشيدة للاقتصاد الكلي، والاستثمار العام الموجه بطريقة جيدة وموجهة، والانفتاح على المستثمرين الأجانب والخبرات الخارجية، وكيفية ترويج الصادرات و بلوغها الأسواق الخارجية، وإدارة سياسة الصرف بطريقة محكمة من أجل تجنب ارتفاع كبير أو تغيرات مفاجئة في أسعار الصرف الحقيقية؛
- وتلعب السياسات " الأفقية " دورا مهما ورئيسيا في هذا الإطار بحيث تمكن من توفير مناخ ميسر للأعمال يحد من التكاليف أو العقبات التي تواجه المستثمرين سواء كانوا محليين أو أجانب .
- مبادرات أخرى لا تقل أهمية تقوم عليها السياسات الأفقية مثل تحسين التعليم ورفع مستوى المهارات، وتعزيز البحث والتطوير، وإنشاء بنية تحتية مناسبة وفاعلة لممارسة الأعمال؛

⁽¹⁾ نفس المرجع السابق، ص107.

- كما تتضح أيضا أهمية بعض السياسات " العمودية " التي تشجع القطاعات المتعرضة للمنافسة الخارجية بالنسبة للبلدان ذات الموارد الوفيرة .ويمكن أن تتخذ شكل استثمارات في البنية التحتية، أو حوافز انتقائية، حتى يتسنى للمنتجين المحليين خفض تكاليفهم ومجاراة منافسيهم، والتي تأخذ طابع تخفيضات في الضرائب أو في الرسوم الجمركية لتقلل من تكلفة اليد العاملة؛
- كما يشكل قطاع العلوم والتكنولوجيا أحد الأعمدة المهمة لتحقيق التنوع الاقتصادي، هذين العنصرين هما بصفة عامة غائبين في التجارب العربية للتنوع الاقتصادي. فالاستثمار في هذا القطاع، من خلال الاستثمار في اكتساب المعرفة التقنية والتكنولوجية وتشجيع البحث العلمي في الجامعات والمعاهد وتطبيع وتطوير التكنولوجيا والعلوم الحديثة وتحفيز مهارات والخلق والإبداع ، من شأنه أن يحد من التكاليف أو يوسع ويعمق مجال المنتجات من السلع والخدمات أو ينمي أو يطور قطاعات جديدة أو يحسن في الكفاءة ويزيد في الإنتاجية .فقد أثبتت التجارب الناجحة عبر العالم أن المزايا التنافسية لا تقوم على وفرة الموارد الطبيعية أو اليد العاملة ذات التكلفة المتدنية، بمقدار ما تتحقق عبر الابتكار والمعرفة والإدارة الجيدة؛
- بصفة عامة، التنوع الاقتصادي هو عملية طويلة الأمد تتطلب من البلدان العمل على وضع نهج متوازن في التنمية وتتطلب مزيجاً دقيقاً ومتجانساً ومتكاملاً من الإصلاحات و الاستثمار في الأفراد والمؤسسات والبنية التحتية؛
- إن الأولوية بالنسبة للبلدان العربية، خاصة المصدرة للنفط، هو تقوية مناعتها لمواجهة أي صدمة محتملة، كتراجع عائدات النفط، و تنويع اقتصادها لتلبية حاجيات يد عاملة تتميز بازدياد سريع، فالعمل على توفير مناخ جيد للأعمال ، وقاعدة صناعية قوية و تكوين بمستوى عالٍ هي من بين أهم التدابير الرئيسية التي يتعين تنفيذها لتنويع الاقتصاد، ورفع نمو الناتج المحلي الإجمالي، و زيادة الصادرات، وخلق مناصب للشغل؛
- نجاح هذه الدول هو رهين كذلك بتعزيز ديناميكية القطاع الخاص والذي يتوجب أن يكون متواجدا جنباً إلى جنب مع القطاع العام لخلق اقتصاد أكثر تنوعاً بمشاركة عدد كبير من القطاعات، وهذا يحتم توفير جميع الإمكانيات اللازمة من دعم وتحفيز لتمكينه من القيام بدور أكبر في الاقتصاد.

المطلب الرابع: أسباب تنويع الاقتصاد و أهدافه

أولاً: حتمية تنويع الاقتصاد⁽¹⁾

حتمية تنويع الاقتصاد يعتبر الطريق الأمثل للخروج من وضعية التبعية للموارد البترولية ولظروف الأسواق الخارجية.

إن الأدبيات الاقتصادية المتعلقة بتنويع الاقتصاد تبرز لنا عدة حدود خاصة بحالة البلدان النفطية، بداية فإن هذا التنويع يتم اعتباره كعلاج لتقليص أخطار التجارة الخارجية (Wilson 1977) ومن النادر اعتباره كأداة لرفع إيرادات الصادرات، فالتفكير في التنويع ضمن إطار الموارد النابضة تبقى قضية مبدئية إلى يومنا هذا، ثانياً كثيراً ما يتم التركيز على نوع واحد من الأخطار الناجمة عن التقلبات في إيرادات الصادرات، ثالثاً إن مفهوم التنويع يتم حصره في كثير من الأحيان في تنويع الصادرات، في هذه الحالة فإن التنويع لا يؤدي بالضرورة إلى زيادة الناتج الوطني الإجمالي ولا إلى زيادة الصادرات ولا إلى زيادة الإنتاج للسوق المحلي.

في حالة البلدان النفطية فمفهوم التنويع يجب أن يكون شاملاً، فتنويع الصادرات يصبح عاملاً لتنويع هياكل الإنتاج ولتحقيق التنمية الاقتصادية.

فتوسع الأنشطة الاقتصادية الأخرى غير المرتبطة بالمحروقات حسب الأهداف التنموية التي يتم وضع (رفاهية أفراد المجتمع) لا تقتصر على توسيع الصادرات غير النفطية ولكن تؤدي كحتمية لزيادة وتكثيف إحلال الواردات، فزيادة حجم المنتجات (عن طريق الاستثمار) غير البترولية يتطلب بدوره تحقيق بعض العوامل (الخدمات الأساسية كالتعليم والبنية التحتية) لتحسين مستوى الإنتاجية.

ثانياً: أهداف التنويع في الاقتصاد النفطي

إن حتمية تنويع الاقتصاد في البلدان النفطية (الجزائر) ترمي إلى تحقيق الأهداف التالية:⁽²⁾

- تطوير منتجات أخرى غير المحروقات، كعامل مولد للدخل لمواجهة حالة توقف الموارد النفطية أو انخفاضها (مورد غير متجدد).
- زيادة والحفاظ على القدرة التفاوضية للدولة في التجارة الخارجية.

(1) Sid Ahmed Abdelkader, **le paradigme rentier en question : l'expérience des pays arabes producteurs de Brut, analyse et éléments de stratégie**, Revue Tiers Monde, N°163, Juillet-Septembre 2000, pp 501-521.

(2) ناجي بن حسين، **دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوري-قسنطينة، 2006-2007، ص76.

- زيادة أثر التعلم (Effet d'entraînement) على مستوى القطاعات الأخرى.
إن دعم القطاعات غير النفطية هي ضرورة اقتصادية من أجل خلق اقتصاديات تنافسية ومن أجل الاندماج الفعال في الاقتصاد العالمي دون الاعتماد على المحروقات.

المبحث الثاني: أثر قطاع السياحة في تحريك التنمية والتنوع الاقتصادي

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى أثر السياحة على الجانب الاقتصادي الاجتماعي الثقافي و كذلك البيئي.

المطلب الأول: أثر السياحة على الجانب الاقتصادي

تعتبر السياحة نشاطا يجلب المداخل للبلد دون الحاجة إلى شحنها وتوصيلها للمستهلك، بل إن الزائر يأتي إلى موقع الإنتاج ويشترى مجموعة متنوعة من السلع والخدمات في البلد المضيف، وهذا في الواقع يولد أنماط من المنافع و التكاليف تختلف اختلافا تاما من الصادرات التقليدية التي تشحن إلى الخارج حتى تصل إلى المستهلك ويتمثل تحليل الأثر الاقتصادي للسياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة في:

- تحديد موقع وأهمية و دور السياحة في الاقتصاديات الوطنية؛
- تقدير و تحديد العوامل المؤثرة في تنمية القطاع السياحي؛
- تحديد العوامل الرئيسية المحفزة وكذا العوامل المعرقلة لنمو القطاع السياحي في المستقبل؛
- تحليل ودراسة نتائج النشاط السياحي ومقارنتها بنتائج القطاعات الاقتصادية الأخرى.

ويمكن إبراز دور السياحة في تحفيز النشاط الاقتصادي من خلال دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة على بعض متغيرات الاقتصاد الوطني منها: التشغيل، ميزان المدفوعات، تشكيل الدخل الوطني وإعادة توزيعه، الاستثمار في البنى التحتية⁽¹⁾.

أولاً: خلق مناصب التشغيل: مما لا شك فيه أن القطاع السياحي يؤدي إلى تحقيق العديد من الفوائد للاقتصاد الوطني خاصة في مجال خلق مناصب الشغل باعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع، ولها علاقات جديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية و الثقافية الأخرى فهي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية (الفنادق مثلا) أو المرافق المكملة لها لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي يسع ل200 سرير ومطعم ومقهى ب300 مكان أو مقصد يتم بدورها خلق 60 منصب عمل دائم داخل هذه المرافق بهدف القيام بتقديم الخدمات الفندقية والقيام بالصيانة و التسيير و الحراسة والإدارة من جهة ومن جهة أخرى فإن عملية إنجاز فندق مثلا بجميع مراحلها تتطلب العديد من الموظفين و الباحثين المختصين والخبراء والعمال البسطاء وذلك من الدراسة الأولية إلى عملية الانجاز إلى عملية التهيئة وعملية التأثيث والتجهيز الداخلي

(1) محمد فوزي شعوبي، السياحة و الفنادق في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2007، ص ص

للفندق، وهذا ما يؤدي إلى إتاحة فرص عمل غير مباشرة عن طريق استعمال منتجات القطاعات الأخرى لقطاع النقل أو الصناعة، وعليه فإن السياحة نشاط يعتمد على اليد العاملة بالدرجة الأولى التي تساهم في تخفيض نسبة البطالة في البلد السياحي على سبيل المثال الفنادق من الدرجة الممتازة تتطلب عمالة بنسبة عاملين اثنين مقابل كل غرفة فأى غرفة فندقية تنشأ في بلد ما توفر منصب عمل أكثر كذلك سيارة أو حافلة تستعمل في عملية النقل تتطلب على الأقل شخصين، إضافة إلى المناصب التي تلحقها وكالات السفر، المطاعم فالمطاعم هي الأكثر احتياجاً إلى اليد المؤهلة من طباخين ومقدمي الطلبات.

ولاشك أن ازدياد حجم الحركة السياحية يساهم في تحسين دخول المواطنين خاصة التجار الحرفيين وأصحاب الفنادق أو المطاعم لأن السائح أثناء إقامته يستهلك عدة مواد مثل الخضر و الفواكه، المشروبات، العطور، الجرائد، والمجلات، الكتب و التحف التذكارية و الحلى التقليدية مما يعود بالأرباح للتجار و المنتجين ما يساهم في تحسين مستوى معيشتهم وزيادة تشغيل اليد العاملة المؤهلة مثل التي تقوم بعملية التكوين في المراكز المهنية، إن اهتمام أي بلد بالسياحة يدفعه إلى العمل على النهوض وتطوير المناطق السياحية وذلك لكسب ود السائحين وذلك لأن النشاط السياحي يوفر فرص لتبادل المعارف والأذواق و الفنون فيما يكفل الاستفادة من مظاهر التقدم و تحقيق الرقي الفني والحضاري للاقتصاد الوطني.

كما تلعب الحرف و الهوايات دوراً هاماً في السياحة حيث تجلب مداخل معتبرة عن طريق بيع التحف والهدايا التذكارية التي يصنعها الحرفيون، أما الهوايات مثل المسرح الغناء و الرقص الشعبي فهي وسيلة فعالة لجلب السواح إلى البلد وكذلك خلق مناصب شغل جديدة⁽¹⁾.

مما سبق يمكن استنتاج أن للعمل السياحي أنواع هي⁽²⁾:

- **العمل المباشر:** وهو مجمل مناصب العمل المحدثة من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل الإيواء، المطاعم وكالات سياحية، النقل السياحي، والتنظيم السياحي... الخ.
- **العمل غير المباشر:** وهو مجمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة بشكل أو بآخر مع القطاع السياحي مثل البناء، التأثيث، هياكل القاعدية... الخ.

(1) علي موفق، أهمية الاقتصاد السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2002، ص21.

(2) Alain Mesphier ,Pierre Bloc-Duraffour, **Tourisme dans le monde**, 6ème Edition ,Bréal,Paris,2005,p53.

ثانياً: الأثر على تحسين ميزان المدفوعات: تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية

و الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى. وتعرف صادرات السياحة بأنها إنفاق السائح الأجنبي في البلد المضيف يأخذ الإنفاق عدة أشكال أهمها:

- الإقامة في الفنادق؛
- استخدام وسائل النقل (جوي، بحري، بري)؛
- الإنفاق الاستهلاكي الضروري للحياة (الغذاء مثلاً)؛
- الإنفاق على المشتريات السلعية؛
- رسوم التأشيرات المفروضة على السياح؛
- رسوم الهبوط و مغادرة الموانئ و المطارات التي تحصل من الشركات⁽¹⁾.

وعلى أية حال ففقدوم الزوار الأجانب يسهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلدان التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون إلى هذه البلدان عملات أجنبية كما أن تنقل المواطنين المقيمين إلى الخارج في إطار السياحة يؤدي إلى خروج العملات ما يؤثر سلبي على ميزان المدفوعات ويمثل النشاط السياحي موردا هاما للعديد من الدول، ومن بين الدول التي تسجل ميزان سياحي ايجابي بلدان OCDE منها الولايات المتحدة الأمريكية ب 43 مليار دولار تليها اسبانيا ب 35 مليار دولار، فرنسا ب 13 مليار دولار و من البلدان الأقل تطورا تركيا حيث سجل ميزان المدفوعات السياحي 11 مليار، ايطاليا 8.8 مليار، تايلندا ب 6.3 مليار دولار⁽²⁾.

ثالثاً: الأثر على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية، ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة كمايلي⁽³⁾:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة؛

(1) آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2002، ص32.

(2) محمد فوزي شعوبي، مرجع سبق ذكره، ص24.

(3) موسى سعداوي، حكيم بوجطو، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 2010، ص5.

- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد؛
- فروق تحويل العملة؛
- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية و التكميلية) بالإضافة إلى الإنفاق على طلب السلع الإنتاجية و الخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى؛
- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

رابعاً: الأثر على تنمية بعض المرافق الأساسية يظهر هذا الأثر بوضوح في الدول النامية التي لم تصل فيها المرافق الأساسية إلى مستواها المناسب، نظراً لانخفاض مستوى المعيشة و تمتيتها تحتاج إلى رؤوس أموال ضخمة ولذلك فإن تقدم السياحة وما يترتب عنها من دخل سريع بالعملة الصعبة يزيد من قدرة الدولة على زيادة الاستثمارات في البنى التحتية و المتمثلة في المطارات، الطرق، الموانئ، معامل تنقية المياه، المتاحف... وغيرها و هذا بدوره يؤدي إلى زيادة مستوى الرفاه الاقتصادي للمقيمين و السياح على حد سواء.

خامساً: الأثر على الأنشطة الاقتصادية الأخرى: إن الإنفاق السياحي لا يؤثر بطريقة مباشرة فقط بل يساعد على العديد من الأنشطة الأخرى التي تزود النشاط السياحي بالسلع والخدمات، كما تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق المعزولة نتيجة الاستثمارات التي تصحب دخول المشروعات السياحية الأمر الذي يترتب عليه إعادة توزيع الدخل، كما أن الدراسات تشير إلى أن السائحين يحتفظون بجزء كبير من ميزانيتهم للإنفاق على المشتريات من الدول التي يزورونها حيث يعتبر هذا الإنفاق تصدير للمنتجات الوطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي حيث كلما زادت حركة السياحة كلما ارتفعت حصيلة هذا النوع من التصدير⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أثر السياحة على الجانب الاجتماعي و الثقافي

قد يؤدي التطور الاقتصادي و التقدم التكنولوجي و احتكاك السكان بالسائحين ذوي اللغات و الثقافات والعادات والديانات المختلفة إلى انعكاسات ايجابية كما قد تكون لها آثار سلبية.

أولاً: الآثار الايجابية:⁽²⁾

- التوازن الاجتماعي: حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الأفراد و العاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.

(1) محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو، مصر، 2001، ص160.

(2) محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2002، ص28.

- **النمو الحضاري:** نتيجة الحركة السياحية تتجه الأنظار إلى الاهتمام الدائم و الارتقاء بالقيم الحضارية و المعالم السياحية، و بذلك تعتبر السياحة سببا رئيسيا من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية و الطبيعية.

كما تمثل وسيلة حضارية اجتماعية لنقل و تبادل الثقافات و الحضارات بين شعوب العالم المختلفة فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين لدول السياحية حيث تنتقل اللغات و المعتقدات الفكرية و الفنون و الآداب و مختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها فتؤثر فيها ثقافيا و تتأثر هي أيضا بما في الدول السياحية من ثقافة و حضارة و بذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محاور التنمية في المجتمع.

- **التبادل الثقافي:** يعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الايجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب و الذي أصبح الآن فرصة متاحة لتبادل المعرفة و الأفكار كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات و سلوكيات الزائرين و لذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم و هذا بدوره يعمل على دعم التراث الإنساني و اتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم، ولم تصبح السياحة إشباعا للفضول و حسب و إنما تعمل على اكتساب الاحترام

و التعاون المتبادل و تبادل المعارف و القيم الثقافية.

- **الاهتمام بالتراث:** تؤدي السياحة إلى الاهتمام بالقيم الجمالية و المعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة و يكون ذلك من خلال الفنون و المهارات الخاصة بهم مثل الرقص الشعبي، و الاحتفالات الخاصة بالأعياد و المناسبات و حفلات الزواج، بالإضافة إلى إحياء بعض العادات الدينية و أنشطة أوقات الفراغ التي تجذب السواح لمشاهدة ذلك حيث ينتقل التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة، فالسمات الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال عبر الزمن⁽¹⁾.

ثانيا: الآثار السلبية:

على الرغم من وجود آثار ايجابية للسياحة على الناحية الاجتماعية و الثقافية فهي لها آثار سلبية على البلد المضيف وهي كالتالي⁽²⁾:

(1) وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، مصر، 2006، ص184.
(2) نعيم الطاهر، سراب الياض، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسير للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، صص97-98.

- **التحولات الاجتماعية:** إن النشاط الاقتصادي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة و تتميتها و إعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك أماكن الإقامة المختلفة و يتولد عن ذلك قيم و تقاليد جديدة و غير مألوفة بصورة سريعة و مفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية و الاجتماعية التي نشؤ و تربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات و تغيرات جذرية في هذه المنتجات.
- **انتشار عوامل الفساد و التدهور الاجتماعي و الثقافي:** تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة و نقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي توفد إلى الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية و قدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة و إن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء و المستغلين للسائح في مختلف المجالات و المروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل: التسلية و الترفيه و المتعة.
- **التصادم الثقافي:** تتعارض و تختلف الأفكار و الأساليب الغالبة في المجتمع و القادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السائحين و تصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم و إنما ذلك راجع لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة و حب الاستطلاع الأمر الذي يؤدي إلى إثارة و ضيق أفراد البلد المضيف و رفضهم للسياحة.

المطلب الثالث: آثار السياحة على الجانب البيئي

أولاً: الآثار الإيجابية

- كأي قطاع اقتصادي آخر فإن قطاع السياحة يعتمد في إنتاج الخدمات السياحية على الموارد الطبيعية و من الملاحظ أن غالبية عناصر السياحة ترتبط بصورة مباشرة أو غير مباشرة بالموارد البيئية و تتمثل السياحة في مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الأفراد خلال انتقالهم المؤقت إلى مناطق غير أماكن سكنهم الدائم و يمن تلخيص الآثار الإيجابية للسياحة على البيئة فيما يلي⁽¹⁾:
- تعود السياحة بالمنفعة على البيئة من خلال التدابير المحفزة على حماية السمات المادية للبيئة و المواقع و المعالم التاريخية و الحياة البرية؛

⁽¹⁾ Sounh Manivong, Souxay Sipaseuth, **Environmental impacts of Trade liberalization in the tourism sector**, commissioned for the rapid trade and environment assessment project, December, 2007, p02.

- إن التراث التاريخي و الثقافي يحدد جاذبية بلد ما للسياح كما يشجع الحكومات المحافظة على معالمه ولذا فإن كثير من الدول تبذل جهودا كبيرة لتوفير حماية منتظمة للمدن و لقرى و المناطق الأثرية الجمالية و خاصة ذات الأهمية التاريخية و الفنية؛
- يعتبر النشاط السياحي وسيلة لرفع الوعي بأهمية الطبيعة و نشر التوعية بين السياح و أصحاب المشاريع و الحكومة و السكان المحليين؛
- توليد الأموال تساهم في المحافظة على الطبيعة و البيئة و بذلك تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية.

ثانيا: الآثار السلبية: إن وجود الآثار الايجابية للسياحة على البيئة لا يمنع من وجود بعض الآثار السلبية وهي:

- أثر السياحة على النظم الإيكولوجية:

إن النشاط السياحي يتداخل مع الحياة النباتية و البرية و تسبب بذلك أضرار لا رجعة على النظم الإيكولوجية خاصة إذا لم تكن البنية التحتية على استعداد كاف لاستيعاب هذا النشاط، كما يمكن للنشاط السياحي أن يؤدي إلى اضطراب في الحياة البرية و تزايد الضغوط على الأنواع المهددة بالانقراض فظاهرة التذكارات السياحية تؤدي إلى تدمير البيئة البرية إذ أن عمليات قتل الحيوانات بغرض التجارة قد زادت نتيجة للطلب المتزايد على التذكارات التي تأخذ شكل فراء و جلود و قرون... الخ كما يمكن أن يؤدي إلى إزالة النباتات من خلال زيادة الطلب على الحطب و تهديد للمناطق الهشة مثل الغابات و الأراضي الرطبة

و أشجار المانغروف، كما تهدد أيضا الشعاب المرجانية و النظم الإيكولوجية نتيجة لزيادة النفايات و المواد الكيميائية الغير معالجة و بذلك يلحق الضرر بقيمتها السياحية.

هذا و تهدد السياحة النظم الإيكولوجية الهشة في المناطق الجبلية من خلال المشي و ممارسة التزلج على الجليد فهي واحدة من أخطر المشاكل البيئية في البلدان النامية الجبلية، بالإضافة إل مشكلة إزالة الغابات الناجمة عن زيادة استهلاك الحطب فهذه النتائج في كثير من الأحيان لا تؤدي إلى تدمير النظم الإيكولوجية المحلية فقط ولكن أيضا تسريع عملية التعرية و الانهيارات الأرضية⁽¹⁾.

- التلوث و النفايات:

(1) Frederico Neto, **Sustainable Tourism, Environmental protection and natural resource management:paradise on earth?** International colloquium on regional governance and sustainable development in tourism driven economic, Mexico, 20 -22 February 2002 ,p 08.

بإضافة إلى كون السياحة تؤدي إلى استهلاك كميات كبيرة من المواد المحلية الطبيعية فهي نشاط يولد أيضا النفايات السائلة و الصلبة و التي أصبحت مشكلة بالنسبة للعديد م البلدان التي تفتقر إلى القدرة على معالجتها.

وبغض النظر عن تلوث المياه العذبة بمياه الصرف الصحي فالنشاط السياحي يؤدي أيضا إلى تلوث الأرض و التلوث الناتج عن الضوضاء التي تحدثها وسائل النقل و تلوث المناطق الساحلية و الشواطئ الناجمة عن الفنادق و السفن و تشير التقديرات إلى أن السفن السياحية في بحر الكاري وحدها تنتج 70000 طن من النفايات، كما أن استهلاك الطاقة في الفنادق المستخدمة في تكييف الهواء و الوقود المستخدم في العمليات المرتبطة بالنشاط السياحي كالنقل،التدفئة،الطهي...والتي تساهم بشكل كبير في تلوث الهواء للعديد من البلدان المضيفة.

- الاستغلال المفرط للموارد الطبيعية:

إن تطوير السياحة و البنى التحتية ذات الصلة بهذا النشاط غالبا ما يسبب تدهور التربة مثل تآكل التربة و الكثبان الرملية وتدهور المناظر الطبيعية بسبب التوسع العمراني. إن مصادر المياه العذبة محدودة في بعض المناطق ويتم استغلالها في صناعة السياحة بالإضافة إلى سلوك السائح الغير عقلاني فحسب التقديرات تبين أن السائح يستعمل مرتين المياه أكثر من المقيم بالإضافة إلى أن بعض احتياجات الأنشطة الترفيهية مثل حمامات السباحة و ملاعب الغولف، فإذا كانت السياحة تؤدي إلى ندرة المياه فهي كذلك تؤدي إلى الإفراط في استغلال الموارد المحلية مثل:الطاقة،الغذاء و المواد الأولية⁽¹⁾.

(1) Jeane-Cherles, Briquet- Laugier, **le Tourisme durable dans les pays méditerranéens ;état des lieux etnouveau cadre d'analyse** ,communication pour le cinquième colloque international « Energies ,changementsclimatiques et développement durable Hammamet (Tunisie),15 -17 juin 2009,p9 .

خلاصة:

يجب على الدول بصفة عامة و العربية بصفة خاصة توجيه جهود كبيرة لتنويع اقتصادياتها بهدف الحد من الاعتماد على بعض الموارد الأولية و لزيادة نسبة التشغيل، لتحقيق النتائج المرجوة. إن تنمية قطاعات اقتصادية باستقلالية عن عائدات النفط تعد ضرورة حتمية لكي لا تبقى الدول العربية النفطية بالخصوص ترتبط كثيرا بقطاع البترول و الغاز. يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة وأصبح لها دور أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الفصل الثالث

دراسة حالة الجزائر

تمهيد:

لاشك أن الاقتصاد الجزائري يعتمد بالدرجة الأولى على مداخل البترول، وهو ما يعني أنه معرض لأي صدمات سلبية في حالة تراجع لأسعاره في الأسواق الدولية وبالتالي فالجزائر مطالبة في الوقت الحالي بعملية التنويع الاقتصادي للحصول على الدخل خارج قطاع المحروقات ، ولعل من أهم الحلول التي يجب على الجزائر أن تقترحها هو إقامة قطاع السياحة و تتميته ، حيث يتولى هذا الأخير مسؤولية خلق مناصب شغل و الحصول على مداخل سياحية. وهذا ما يساهم في تنويع صادرات الجزائر خارج المحروقات، ولذلك تطرقنا خلال هذا الفصل إلى الحديث عن نظرة عامة حول الاقتصاد الوطني الذي يعتمد على البترول كما ذكرنا، ثم واقع القطاع السياحي في الجزائر ومكانته في الاقتصاد الوطني، وبعدها استراتيجية التنمية السياحية لآفاق 2025 لما لها دور منتظر في رفع تنافسية الاقتصاد الوطني في التحضير لمرحلة ما بعد البترول.

المبحث الأول: نظرة عامة حول الاقتصاد الجزائري

ينقسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب أولها لمحة تاريخية عن الاقتصاد الجزائري وذلك باختصار، ثم التنويع الاقتصادي في الاقتصاد الوطني، وأخيرا السياحة ضمن أولويات التنويع الاقتصادي في الجزائر.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن الاقتصاد الوطني

لقد مر الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال بعدة مراحل مختلفة حسب الزمن تتمثل أساسا في ثلاث محطات رئيسية وهي⁽¹⁾:

- مرحلة عودة الاقتصاد الجزائري إلى السوق في فترة 1962-1966 وهذه المرحلة لها مميزات عديدة نذكرها كمايلي:

إنعدام الصناعة الأساسية و الاعتماد على الزراعة والتي كانت تتميز بالازدواجية وكان قطاع تقليدي، وعدم وجود قطاع مصرفي جزائري، وقامت السلطات الجزائرية باتخاذ عدة إجراءات، كبداية لنشاطها و الخروج من حالة الغياب إلى إثبات الحضور في جميع الميادين الاقتصادية.

- كما كان الاقتصاد الجزائري في فترة 1967-1987 إقتصادا إداريا ومركزيا يعتمد على التخطيط والملكية العامة لوسائل الإنتاج وسيطرة القطاع العام وضعف أو انعدام القطاع الخاص، كما أنها قامت بإعطاء الأولوية للقطاع الصناعي، وعرفت مرحلة الانتقال إلى اقتصاد السوق عدة اتفاقيات مع صندوق النقد الدولي للتعديل الهيكلي.

- وبدأت الإصلاحات في سنة 1988 كدفعة أولى منها استقلالية المؤسسات وتحقيق اللامركزية مما يشكل تراجعا عن الاختيار الاشتراكي، وبدأ الإصلاح المؤسسي لنظام التخطيط وتشجيع الإستثمار الأجنبي وإعادة تنظيم التجارة الداخلية و الخارجية، ثم بدأت الدفعة الثانية من الإصلاحات في أفريل 1991، بتوقيع اتفاق مع الصندوق الدولي الذي اشترط تعميق الإصلاحات الاقتصادية في مقابل القروض الممنوحة، وبالفعل قد شهدت تلك الفترة إصدار نصوص جديدة تسمح بتكثيف المنظومة القانونية مع التحولات الاقتصادية الجديدة مثل المرسوم التشريعي 93-12 المتعلق بترقية الإستثمارات والمرسوم التشريعي 93-8 المتعلق بمراجعة القانون التجاري وإدخال أدوات جديدة في التجارة، وتمثلت الإختلالات المالية الداخلية و الخارجية في فترة

(1) صالح مفتاح، تطور الاقتصاد الجزائري وسماته منذ الاستقلال إلى إصلاحات التحول منذ الاستقلال إلى إصلاحات التحول نحو اقتصاد السوق، 26/04/2016 22:30، <http://search.4shared.postDownloadBRHVycsk.html>

1992-1993 في أربع صور رئيسية وهي: الإختلالات المالية الخارجية، عجز الميزانية، التضخم، العسر المالي، وتميز الوضع الإقتصادي في بداية التسعينات بتراجع النمو الإقتصادي وارتفاع التضخم إلى حوالي 25.5% بالإضافة إلى ارتفاع معدل البطالة بشكل كبير و انخفاض إحتياجات الجزائر من العملة الصعبة،

و أصبحت لا تغطي أكثر من شهرين إستيراد، ولذلك شرعت الجزائر في تصميم برنامجين اقتصاديين لوضعها حيز التنفيذ بالإتفاق مع صندوق النقد الدولي فالأول برنامج قصير المدى 1994-1995، وتم تطبيق البرنامج الإستقراري الأول على مدار السنة كاملة وقد تم تنفيذه في ظروف اقتصادية واجتماعية صعبة، ونتج عنه تراجع معدل النمو الناتج المحلي، وتقلص معدل التضخم قليلا، كما انخفض معدل العجز في الميزانية، أما البرنامج الإستقراري الثاني فتمثل فترته من 1995-1998 والذي عرف بالتعديل الهيكلي، وهو يعبر عن رغبة السلطات الجزائرية في المعالجة الجذرية لكافة المشاكل التي يعانها الإقتصاد الوطني، في كل المجالات، فبدأت باتخاذ التدابير و الإجراءات المالية و النقدية التي تسمح بتحقيق نمو إقتصادي مستمر وتخفيض عجز الميزانية، وكانت النتائج في مجملها من الناحية الإقتصادية حسنة، حيث بلغ نمو الناتج المحلي الخام 2.4 % من الناتج المحلي الإجمالي في سنة 1997 بعد أن كان 9% في سنة 1993 وتم تقليص معدل التضخم إلى أقل من 4% في سنة 1999 بعد أن كان 39% في سنة 1994، أما التحدي الكبير للسلطات العمومية هو تحدي البطالة، وكان هذا المشكل موجودا قبل الإصلاحات الهيكلية ولكنه تقادم مع تطبيقها وهذا يعود إلى حل الكثير من المؤسسات وتسريح العمال بسبب نقص الاستثمارات وبدون أن تظهر مؤسسات جديدة تمتص العمالة الفائضة.

المطلب الثاني: التنوع الاقتصادي في الجزائر.

رغم التغيرات العديدة التي عرفها الإقتصاد الجزائري و التي في مقدمتها التحول في فلسفة إدارة الإقتصاد إلى سياسة اقتصاد السوق، و ما نجم عنها من تحولات في مختلف القطاعات الاقتصادية إلا أن المعالم الهيكلية الكبرى للإقتصاد الجزائري لم تتغير، حيث يعتبر القطاع النفطي المحرك الأساسي للإقتصاد الجزائري ، فهو يمثل 98 % من إجمالي قيمة الصادرات و 64 % من الإيرادات العامة للدولة، ويساهم بحوالي 24 % من إجمالي الناتج المحلي، وتحتل الجزائر المرتبة الخامسة في العالم من حيث مخزون الغاز الطبيعي، و المرتبة الرابعة عشر من حيث المخزون

النفطي، و هي ثاني أكبر مصدر للغاز الطبيعي في العالم، وتمهين الصناعات الثقيلة المملوكة للدولة على قطاع الصناعة، ورغم المجهودات التي تبذلها الجزائر من أجل تحقيق عملية التنويع الاقتصادي الذي يضمن تنويع مصادر الدخل إلا أن الاقتصاد الجزائري مازال مرتبط بشكل كبير بتقلبات أسعار النفط.

- القطاعات الاقتصادية:

أ. قطاع الزراعة:

تبلغ مساحة الأراضي الزراعية 82646 كلم² أي 3.47 % من المساحة الإجمالية، إلا أن المستغل منها جد ضئيل بحيث يقدر ب 5600 كلم² أي 6.67 % وقد عرف هذا القطاع في الجزائر تدهوراً مستمراً فيما يخص مساهمته في إجمالي الناتج المحلي ، فبعد أن كان يساهم بحوالي 11.4% عام 1990 انخفض إلى 10.3 % عام 1997 ثم إلى 9.8 % عام 2004 ثم إلى 6.58 % و 9.58 % عامي 2008 و 2009 على الترتيب، كما تراجع نسبة استيعاب هذا القطاع لليد العاملة ، فقد كانت عام 1990 تقدر ب 26.10 % لتتخف إلى 24 % عام 1996 ثم إلى 23.8 % عام 2004 ثم إلى 22.19 % و 21.45 % عامي 2009 و 2010 على الترتيب.⁽¹⁾

كما عرف الناتج الزراعي الإجمالي تناقصاً مستمراً نسبياً ، فقد بلغ 5334 مليون دولار عام 1990 لينخفض إلى 4966.3 مليون دولار ، ثم ارتفع خلال السنوات الأخيرة حيث بلغ 5324 مليون دولار، 5236 مليون دولار ، 6589 مليون دولار ، 7784 مليون دولار ، 12751 مليون دولار ، 13471 مليون دولار خلال السنوات 2002، 2003، 2004، 2005، 2009، 2010 على الترتيب بفضل الإجراءات التي تم اتخاذها في إطار المخطط الوطني للتنمية الفلاحية (PNDA) المدعم مالياً من طرف الصندوق الوطني للتنمية و الضبط الفلاحي (FNPR)، وبرنامج التجديد الريفي.

وترتبط الزراعة في الجزائر ارتباطاً وثيقاً بالظروف المناخية و البيئية و الموارد المائية ، وشهد الإنتاج النباتي خارج زراعة الحبوب و الإنتاج الحيواني نمواً مستمراً منذ عام 2000 ، بسبب التقليل من تأثير الظروف المناخية بواسطة شبكات الري و دعم التنمية الريفية عن طريق

(1) بوكابوس سعدون، الاقتصاديات المغربية في سياق التحول العالمي، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و علوم التجارة، العدد12، منشورات جامعة الجزائر، 2005، ص74.

برامج حفر الآبار و بناء السدود و الحد من ظاهرة الترواح الريفي ، وقد ساهم كل من الإنتاج النباتي خارج الحبوب و الإنتاج الحيواني بحوالي 10.47 % من إجمالي القيمة المضافة في قطاع الزراعة خلال الفترة (2000 - 2010) ، ليبقى إنتاج الحبوب مرتبط بالظروف المناخية ، حيث في السنوات 1995، 2000، 2004، 2010 بلغ إنتاجه 37.727 ألف طن، 37.606 ألف طن، 47793 ألف طن 48452 ألف طن على الترتيب.

و تتمثل أهم المحاصيل الزراعية في القمح، الشعير، العنب، البرتقال، الزيتون، التمر، التبغ و الطماطم، هذا إلى جانب نشاط الرعي و صيد الأسماك ، وفيما يخص الصادرات الزراعية ، فبعد أن حققت خلال الفترة (1995-2000) نمواً متواضعاً قدره 1.7% وصلت إلى تحقيق نمواً معتبراً خلال الفترة (2000-2005) و المقدّر ب 7.1% ، ومن أهم الصادرات نجد الأسماك ، التمور وبعض الفواكه الأخرى⁽¹⁾.

ب. قطاع الصناعة:

رغم الأهمية التي يمثلها هذا القطاع في الاقتصاد الجزائري ، إلا أنه شهد فترة تراجع خلال عقد التسعينات ، بسبب انعكاسات الإصلاحات الاقتصادية و تخلي الدولة عن العديد من المؤسسات العمومية التابعة لهذا القطاع و محدودية استثمارات القطاع الخاص فيه، والملاحظ على مسار نشاط هذا القطاع والنتائج المحققة، أن هذه الأخيرة تواجه بعض المعوقات بالنظر لعدم صرامة الإصلاحات، والتي يمكن شرحها من خلال ضعف الإنتاجية، وضعف مستوى استخدام الطاقة الإنتاجية من جانب القطاع العام فيما يخص النشاطات التنافسية، فقد عرفت تقلصاً على مستوى السوق الداخلية، بفعل تحرير التجارة الخارجية و زيادة الواردات، وهو تقلص يكبح وتيرة نمو هذا القطاع.

ومازال نمو هذا القطاع مرتبط بارتفاع الأسعار العالمية للنفط وزيادة إنتاجه ، وفيما يخص مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي فقد عرفت تحسناً ملحوظاً حيث بلغ 49.3 % خلال الفترة (1990-1995) ، ثم ارتفع إلى 50.4 % خلال الفترة (1996-2000) ف 53 % خلال الفترة (2001-2005)، ثم إلى 48.91 % خلال الفترة (2006-2010)، بينما قدرت نسبة إستيعابه لليد العاملة ب 23 % عام 1995، ثم 19.1 % و 23.4 % 25.31 % خلال السنوات

(1) وعيل الميلود، المحددات الحديثة للنمو الاقتصادي في الدول العربية وسبل تفعيلها، حالة الجزائر، مصر، السعودية، دراسة حالة مقارنة خلال الفترة 1990-2010، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014، ص156.

2003 و 2004 و 2010 على الترتيب، و يعزى هذا التحسن إلى نمو قطاع الصناعة الاستخراجية، التي عرفت ارتفاعاً مستمراً نسبياً في قيمتها المضافة، حيث بلغت في عام 1990 13979.3 مليون دولار، لترتفع إلى 21518.5 مليون دولار عام 2000 ، ف 32174.6 مليون دولار عام 2004 ، بينما كانت القيمة المضافة في قطاع الصناعة التحويلية 2000 ، 7460.7 مليون دولار ، 3146.9 مليون دولار ، 4184.1 مليون دولار خلال السنوات 1990، 2000، 2004 على الترتيب .

و إلى جانب الهيكل الصناعي للقطاعات ، تتكون الصناعة الاستخراجية في الجزء الأكبر منها من النفط و الغاز، حيث يساهمان بحوالي 85 % من الصناعة الاستخراجية ، أما الصناعة التحويلية فتتوزع الأهمية النسبية فيها إلى الصناعات الكيماوية و المشتقات النفطية و الفحم و المطاط ب

33 % ، ثم الصناعات الغذائية والمشروبات ب 16 % ، يلي ذلك صناعة المعدات وآلات النقل ب 15 % ، فصناعة المنسوجات و الملابس و الصناعة الجلدية ب 10 % و الصناعات الأخرى ب 25 %⁽¹⁾.

ج. قطاع الخدمات:

فيما يخص نشاط قطاع الخدمات، سجل تباطؤ نمو النشاطات التجارية ذات العلاقة بالنقل والسياحة والتجارة الداخلية و الاتصالات و الخدمات المالية ، وكان ذلك طوال عقد التسعينات تقريباً، إلا أنه خلال السنوات الأخيرة عرفت هذه النشاطات نمواً مستمراً في قيمتها المضافة، و خاصة الاتصالات و النقل و الخدمات الداخلية و يرجع هذا النمو إلى توسع دور القطاع الخاص في هذه النشاطات، كما بدأ القطاع السياحي ينتعش منذ عام 2000 بسبب تحسن الظروف الأمنية، وفيما يخص مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي فقد حققت الجزائر تحولا هيكلياً في هذا القطاع بحيث عرفت مساهمته تبايناً مستمراً. و هناك العديد من الإجراءات ساهمت في إنعاش قطاع الخدمات و خاصة مع مطلع الألفية و التي من أهمها تشجيع الحكومة للشباب من أجل إقامة مشاريع استثمارية هن طريق قروض البنوك و الوكالة الوطنية لدعم و تشغيل الشباب و صندوق التأمين على البطالة، و قد اتجه الشباب إلى المشاريع الخدماتية

⁽¹⁾ بوكايوس سعدون، مرجع سبق ذكره، ص 75.

بصورة ملفتة كالنقل و الصحة و خدمات الإعلام الآلي، ويضاف إلى هذا توسع قطاع الاتصالات في الجزائر بوجود ثلاثة متعاملين في الهاتف النقال (موبيليس ، جازي ، نجمة) باستثمارات ضخمة و توسع ملفات خلال السنوات العشرة للألفية سواء من حيث عدد المشتركين أو تنويع خدمات الاتصال أو الأرباح و الوظائف المحققة، و قد ساهمت خدمة تعبئة الرصيد مثلا في خلق العديد من الوظائف و المحلات التجارية.⁽¹⁾

الجدول رقم (01): بعض مؤشرات هيكلية الاقتصاد الجزائري (1990-2012)

البيان	الناتج المحلي الاجمالي مديون (دولار)	حصة الزراعة من الناتج المحلي الاجمالي (%)	العمالة في الزراعة (%)	حصة الصناعة من الناتج المحلي الاجمالي (%)	العمالة في الصناعة و الخدمات (%)	حصة الخدمات من الناتج المحلي الاجمالي (%)
95-90	284556	11.39	24.8	49.60	76.20	39.01
1996	48458	10.30	25.00	52.30	75.00	37.40
1997	47840	12.10	24.80	47.30	75.20	40.60
1998	48294	11.40	24.60	50.40	75.40	38.20
1999	54462	08.80	24.30	59.70	75.70	31.50
2000	54508	10.70	24.10	53.00	75.7	36.20
2001	55895	10.00	23.8	52.70	75.9	37.30
2002	66202	10.50	23.67	54.80	76.2	34.70
2003	80800	09.80	23.8	56.60	76.20	33.60
2004	84630	09.06	23.5	57.8	76.50	33.14
2005	103066	07.91	23.4	52.84	76.60	39.25
2006	117220	07.69	23.02	53.58	76.98	38.73
2007	135032	07.69	22.56	51.43	77.44	40.88
2008	171756	06.58	22.19	52.61	77.81	40.81
2009	138126	09.58	22.08	39.18	77.92	51.24
2010	161947	07.69	21.45	47.87	78.55	44.53

المصدر: وعيل ميلود، مرجع سبق ذكره، ص 156.

(1) نفس المرجع السابق، ص 77.

المطلب الثالث: السياحة ضمن أولويات التنويع الاقتصادي في الجزائر

إن القطاع السياحي في الجزائر هو قطاع مهم بوصفه رافدا من روافد الاقتصاد الوطني ويعول عليه مستقبلا ضمن مجالات تنويع الاقتصاد، كما انه موظف رئيسي للعمالة لا سيما وأنه قطاع سريع النمو، تطوير القطاع السياحي في البلاد يعد من أولويات برنامج عمل الحكومة كما أنه على رأس أولويات خطط عمل الوزارة، تجب طمأننة المستثمرين سواء كان محليا أو أجنبيا، بتوافر البيئة الحاضنة للمشاريع السياحية، لا سيما وأن قطاع السياحة هو قطاع ناشئ ويحتاج إلى استثمارات كبيرة وكذلك إلى بنية تحتية سليمة من أجل استدامة القطاع، ولا بد من دعمه من خلال الهوية السياحية. فاليوم نحتاج إلى صنع هوية سياحية خاصة يتم من خلالها الترويج لمنتج سياحي ويكون شبيها بالعلامة التجارية.

تتوفر الجزائر على إمكانات سياحية لا بأس بها يمكن أن تجعل من السياحة الجزائرية قطبا سياحيا من الدرجة الأولى، سواء كانت طبيعية أو بشرية، أو حتى مادية في الظروف الراهنة، إلا أن عدم التركيز على هذا القطاع والاهتمام به، جعله قطاعا هامشيا، وبالتالي الشيء الذي يقال عن القطاع السياحي في الجزائر، أنه يشكو التهميش من القائمين عليه، خاصة وأن الظروف الراهنة ملائمة جدا، وهذا ما نتمناه في مطلع سنة 2025.

المرحلة الراهنة تتميز بالاستقرار، وعودة استدباب الأمن كفيلة بإعادة الاعتبار لهذا القطاع، والوصول به إلى مصاف القطاعات السياحية في البلدان الأخرى، وخاصة البلدان الشقيقة التي لاتقل عنها في الإمكانيات السياحية⁽¹⁾.

(1) بربيش السعيد، دور التنويع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة، مداخلة، جامعة مسيلة، 2011، ص11.

المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر

سنتناول في هذا المبحث المقومات السياحية في الجزائر و مؤشرات القطاع السياحي وفي الأخير معوقات هذا القطاع.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

تتطلب التنمية السياحية مجموعة من الشروط الموضوعية والأساسية، تتمثل هذه الشروط في المواد الخام (الموارد السياحية)، والإمكانات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية، تتمثل الموارد أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة و الترفيه، الجبال، الأنهار، الشواطئ، الصحاري، بالإضافة إلى الموارد السياحية أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي.

أولاً: المقومات الطبيعية: تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل لجذب السياح إلى أي إقليم سياحي، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى لجذب السياح ، وتمتاز الجزائر بترابط هذه العوامل وتكاملها في موقع جغرافي استراتيجي يربط بين الشمال و الجنوب، ويمتاز بمناخ معتدل يساعد على استمرار الموسم السياحي على مدار العام.

1. المعطيات الجغرافية السياحية في الاقتصاد الجزائري:

تقع الجزائر شمال القارة الأفريقية، مربوطة بكثير من المدن الأوروبية بخطوط جوية مباشرة وتتمتع الجزائر بمساحة كبيرة تجعلها أكبر مساحة في أفريقيا بعد انقسام السودان إلى دولتين، تمتد الجزائر على 2381471 كلم، وتتمتع بشريط ساحلي يبلغ طوله 1200 كلم، ولها تضاريس تتمثل في السلسلة الساحلية للتل، الهضاب العليا و السلسلة الجبلية للأطلس الصحراوي.

أ. أنواع المناخ في الجزائر: تعرف الجزائر بمناخ متنوع تتمثل فيما يلي:

- المناخ المتوسطي: سائد على الشريط الساحلي ومتوسط درجة الحرارة السنوية 18 درجة مئوية⁽¹⁾.

- مناخ الهضاب العليا: يسوده فصل بارد و رطب.

- المناخ الصحراوي: يسود الجنوب الجزائري وتصل فيه درجة الحرارة إلى 40 درجة مئوية.

2. المناطق السياحية في الجزائر: يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر حسب تنوع المعطيات الجغرافية:

أ. منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمال: تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية والتي تعود إلى عهد الرومان و العرب المسلمين و آثار قديمة.

ب. منطقة السلسلة الأطلسية: والتي توجد بها أكبر قمة جبلية لالا خديجة بطول 2308م، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، سلسلة جبال موازية للسواحل تتميز بكميات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية، التزلج...إلخ.

ج. منطقة الهضاب العليا: تتميز بمناخها المتنوع ومواقعها الأثرية وبصناعاتها الحرفية التقليدية.

د. منطقة الأطلس الصحراوي: هي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى التي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد...إلخ.

هـ. منطقة واحات شمال الصحراء: والتي تتميز باعتدال درجة الحرارة فهي أقل ارتفاعا من درجات الحرارة بالصحراء الكبرى، وبها تتمركز الواحات بنخيلها، وبحيراتها و توفر للصناعات تقليدية.

و. منطقة الصحراء الكبرى: وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير الهقار والتاسيلي وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة، وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية.

3. الحمامات المعدنية:

تتميز الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض و الحمامات المعدنية الطبيعية، تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة (سياحة حمامات معدنية)، تجذب السياح المحليين والأجانب ويتوفر في الجزائر ما يفوق

(1) هواري معراج سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية،-حالة الاقتصاد الجزائري-، مجلة البحث، العدد، 2004/01، ص ص 24-25، 15: 16 / 2016 / 04 / 25 <http://rcweb.luedid.net/rc3/02LG%20OK.pdf>

200 منبع للمياه الحموية الجوفية، منها قابل للإسغلال، كمحطات حموية عصرية فضلا عن فرص الإستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق 1200 كلم، لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر⁽¹⁾، لكن المتخصصين في مجال السياحة لديهم نظرة تشاؤم بخصوص قدرة قطاع السياحة والصناعات التقليدية على استغلال المخزن الحموي بشكل كامل، قياسا إلى قلة الإعتمادات المالية التي رصدتها الدولة للقطاع

وباستثناء 07 محطات للحمامات المعدنية ذات طابع وطني ومركز واحد للعلاج بمياه البحر، يوجد ما يقارب 50 محطة حموية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية، وبالنسبة للحمامات المعدنية فهي حمام بوغرارة بتلمسان (500 كلم غرب العاصمة)، القريبة من المغرب وحمام بوحجر بعين تيموشنت و حمام بوحنيفة بمعسكر، وحمام ريغة بولاية عين الدفلى (70 كلم غرب العاصمة) الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار، وفي الشرق يوجد حمام الشلالة بولاية قالمة (500 كلم شرق العاصمة) وخنشلة، ويمكن للسائح والذين يعانون من أمراض جلدية أو التهاب المفاصل أن يذهبوا إلى هذه الحمامات للعلاج، أما عن محطة العلاج بمياه البحر فهي منشأة كبيرة تقع في مدينة سيدي فرج (30 كلم غرب العاصمة)، المعروفة بتاريخها ويتردد إلى محطة سيدي فرج الآلاف من الجزائريين و الأجانب على مدار السنة للاستفادة من خدمات الفريق الطبي المتخصص على الكفاءة، وتمثل المنابع الحموية غير المستغلة التي لاتزال على حالتها الطبيعية ما يفوق 60 في المئة من المنابع المحصاة، وتشكل مخزوننا وافرا يسمح بإقامة ما يسميه أهل الإختصاص (عرضا سياحيا حمويا تنافسيا)، ويجري على مستوى الحكومة حديث عن دراسة تحيينية للحصيلة الحموية، بناء على طلبات استثمار طلبها مستثمرون أجنب لوزارة الإستثمار، ويتعلق الأمر بكافة المعطيات عن المخزون الحموي وبالنسبة للمنابع الحموية المستغلة تقليديا تفوق 50 منبعها فهي مؤجرة من البلديات لخواص عن طريق المزاد العلني من دون الحصول على حق الإمتياز القانوني الذي تمنحه وزارة السياحة⁽¹⁾.

ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية: عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور، فقد عثر على بقايا وآثار إنسانية تعود إلى نحو 700 عام قبل الميلاد واحتكت بعد حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية، التي تعامل معها الأمازيغيون سكان الجزائر آنذاك، خضعت الجزائر في القرن السابع قبل الميلاد

⁽¹⁾ خالد كواش، مقومات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص122،

<http://rcweb.luedld.net/rc3/02LAG%20OK.PDF> 2016/04/20 18 :34

⁽¹⁾ بوعلام غمراسة، الحمامات المعدنية بالجزائر، مقصد السياح من كل مكان، 2016 /04/22 16 :54

<http://www.aawsat.com/details.asp/section=>

لحكم قرطاج ثم احتلتها الرومان سنة 42 قبل الميلاد و في عام 682 ميلاد بدأ عصرها العربي الإسلامي، بالرجوع إلى قائمة التراث العالمي (world heritage list) المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو في مواقع التراث العالمية، فإننا نجد الجزائر تملك عدة معالم تراثية مصنفة من طرف المنظمة وتتمثل هذه المعالم في:

الجدول رقم(02): المواقع التراثية في الجزائر.

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1982
تسالي ناجير	مختلط	1982
تمقاد	ثقافي	1982
تيازرا	ثقافي	1982
قصة الجزائر	ثقافي	1992

المصدر: من جمع الطالب من موقع ويكيبيديا.

بالرغم من هذه المقومات إلا أن ترتيب الجزائر في مؤشر تنافسية السياحة العالمي لسنة 2008 كان في المرتبة 108 بدرجة 3.5 بينما تونس حققت المرتبة 39 بدرجة 4.41⁽¹⁾.

(1) سعداوي موسى، صندوق الزروق، السياحة في الجزائر و دورها في التنمية الاقتصادية، المؤتمر العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البلية، الجزائر، 2012، ص9.

المطلب الثاني: مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر

من الممكن قياس الآثار الاقتصادية للسياحة الجزائرية من خلال مجموعة من المؤشرات نذكر منها:

أولاً: توافد السياح إلى الجزائر

الجدول رقم(03): توافد السياح الى الجزائر (2003-2013)

السنة	عدد السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين في الخارج	المجموع
2003	251145	861373	988060
2004	304914	865157	1166287
2005	368562	831438	1200000
2006	420000	980000	1400000
2007	570189	1169802	1740000
2008	557000	1215000	1772000
2009	655810	1255696	1911506
2010	654987	1415506	2070496
2011	901642	1493245	2394887
2012	981955	1652101	2634056
2013	964000	1768000	2732000

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يعتبر تطور عدد السياح المتدفقين من بين أهم المؤشرات الدالة على تطور السياحة وازدهارها في أي بلد. وفي الجزائر فإن هذا المؤشر تطور بشكل إيجابي في الآونة الأخيرة، حيث تزايد عدد السياح المتدفقين إليها بغض النظر عن طبيعتهم، إذ يمكن الفصل بين السياح على النحو التالي:

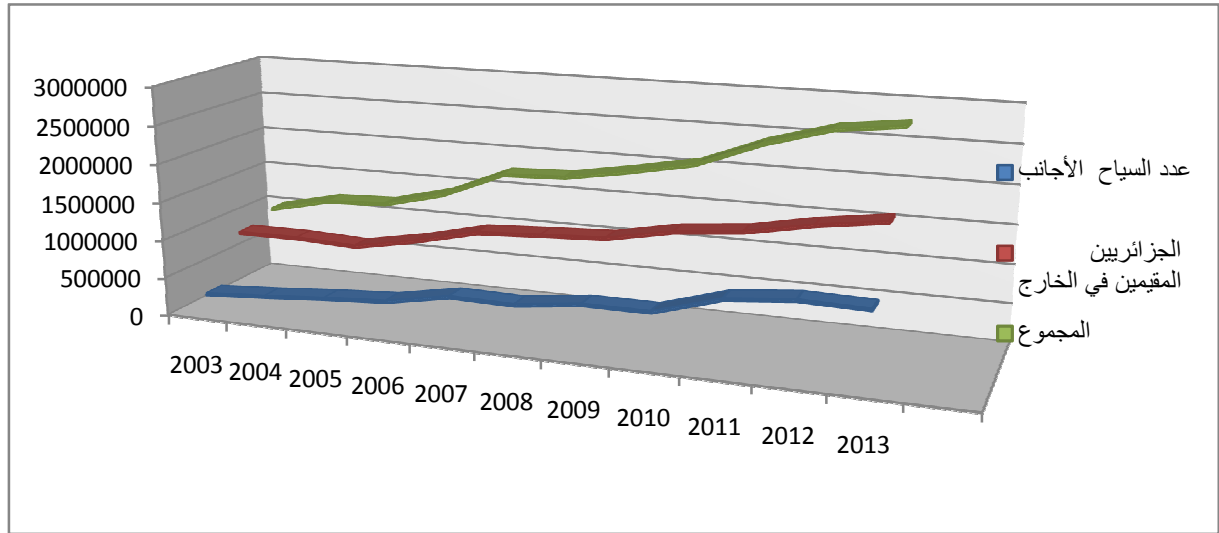
- السياح الأجانب.
- السياح الجزائريون المقيمون في الخارج.

ووفق الإحصاءات المصرح بها من قبل وزارة السياحة، فإن عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر بلغ 2732000 سنة 2013، بمعدل تطور 5 بالمئة مقارنة بسنة 2012.

إلا أن اللافت للانتباه هو التطور الكبير في عدد السياح الأجانب غير الجزائريين، والذي تجاوز تسع مئة ألف سائح سنة 2013 مقارنة ب 654978 سائح سنة 2010 أي تطور بحوالي 47 بالمئة وهذا له دلالة خاصة من حيث تحسن صورة الجزائر في الخارج، خاصة على المستوى الأمني.

إن الجزائر و رغم التطور في عدد السياح من سنة إلى أخرى يبقى العدد ضعيف مقارنة بالمقومات وهذا يعكس عدم قدرة المنتج السياحي الجزائري على المنافسة و السبب في ضعف قدوم الأجانب هو ضعف الخدمات المقدمة و ارتفاع الأسعار بالإضافة إلى ضعف طاقات الإيواء و عدم تنوع المنتج السياحي و الترويج له اضافة الى ثورات الربيع العربي التي مست الدول المجاورة التي أثرت سلبا على الجزائر، لذلك يجب إعادة النظر في الخدمات المطبقة و الأسعار و الإستراتيجية السياحية بصفة عام.

الشكل رقم (03) : توافد السياح الى الجزائر 2003-2013



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

من الشكل نلاحظ أن عدد السياح الأجانب دائماً أقل من الجزائريين المقيمين في الخارج الذين يزورون بلدهم الجزائر، تعتبر زيارتهم سياحة خاصة من وجهة اقتصادية بالرغم من أنهم جزائريين، لأنهم يساهمون في جلب العملة الصعبة .

إن قدوم وافد السائح الأجنبي إلى الجزائر له أهمية خاصة، وقد حرصت الجهات المعنية على ضرورة استقطابه لما له من تأثير إيجابي في الاقتصاد بشكل عام، وفي موارد الدولة من العملة الصعبة بشكل خاص. وعليه، فقد تعددت الصور والأشكال التي يكون عليها الغرض من السياحة، فوفق المعطيات الحالية يمكن أن نجد الصور التالية:

- ترفيه واستجمام.
- سياحة الأعمال.
- المهام.

فقد كان توزيع عدد السياح الأجانب في الجزائر خلال 2009-2012 كما يلي:

الجدول رقم(04): دوافع السياحة خلال سنوات 2009-2012

السنة	الترفيه	الأعمال	المهام
2009	65%	32%	03%
2010	58%	41%	01%
2011	69.86%	29.70%	0.44%
2012	71.51%	28.15%	0.34%

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

- الترفيه:

71.51 % من السياح سنة 2012 وهي أكبر نسبة في السنوات الأربعة المشار اليه في الجدول أعلاه.

- القيام بأعمال:

276404 سائح أجنبي قد زار الجزائر سنة 2012 بغرض القيام بأعمال، ما يمثل 28.15% من مجموع سياح الأجانب، وفي سنة 2009 بلغ عددهم 208076 لنفس الغرض، ما يدل تطور ايجابي ب 32.83%

- المهام:

النسب ضعيفة المتعلقة بالسياح الأجانب الذين يزورون الجزائر في اطار مهام، فبلغت نسبتهم 03%

سنة 2009 و 0.34 % سنة 2012 .

الشكل رقم (04): دوافع السياح الأجانب لزيارة الجزائر سنة 2012



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

ثانيا: التدفقات المالية

تعتبر الإيرادات السياحية من الأهداف الأساسية لتنمية النشاط السياحي في أي دولة، وتعكس الإيرادات السياحية غالبا عدد السياح فالعلاقة طردية بين عدد السياح و الإيرادات السياحية ، وبالرجوع الى الجزائر الإيرادات السياحية قليلة جدا ولا تعكس حقيقة المقومات السياحية للجزائر، بل تعكس بصورة واضحة العدد القليل من السياح المتجهين نحو الجزائر ويوضح الشكل التالي الإيرادات و النفقات السياحية الجزائرية:

الجدول رقم(05): تطور النفقات و الإيرادات السياحية للجزائر 2003-2013

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
النفقات	255	341	370	381	377	469	457	574	502	428	410
الإيرادات	112	179	184	215	219	325	266	219	208	196	230

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وفي الإجمالي نقول أن الإيرادات السياحية للجزائر لا تزال ضعيفة بالرغم الزيادة المستمرة الا أنها تبقى ضعيفة مقارنة بالإيرادات السياحية العالمية. نظرا لقلة عدد السياح الوافدين إليها ، وخاصة ضعف

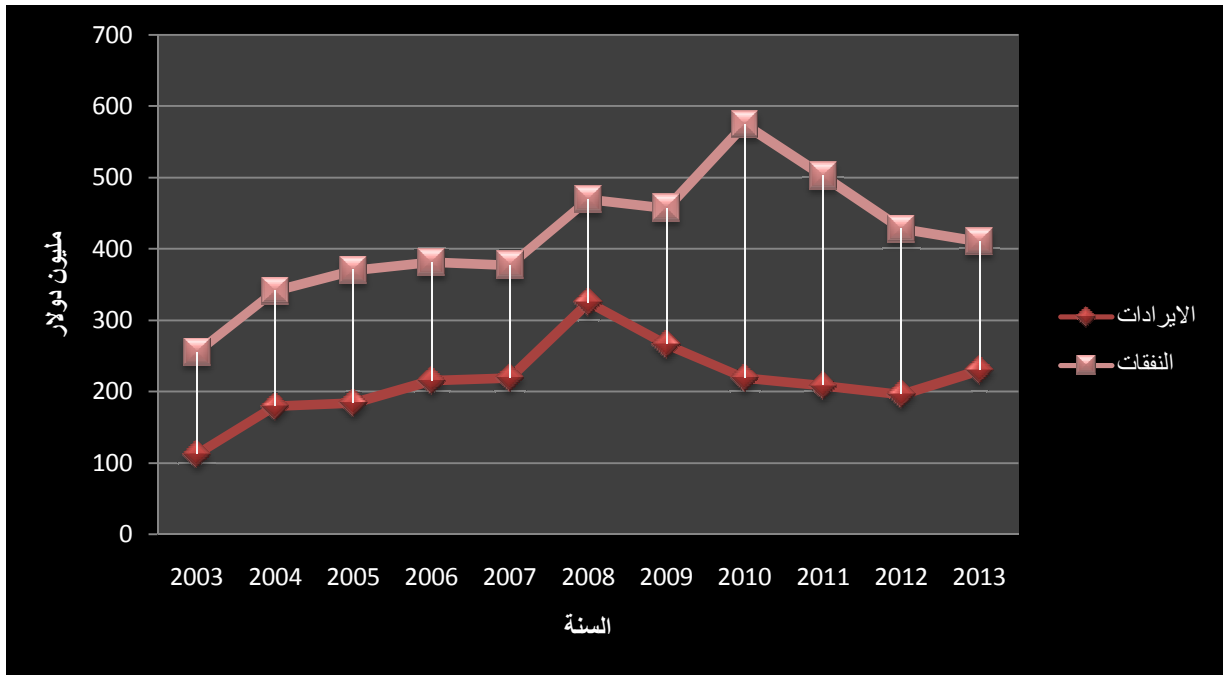
الإنفاق السياحي للوافدين للجزائر. ففي سنة 2013 كانت الإيرادات 230 مليون دولار ب مقابل 2.732 مليون سائح.

بالنسبة للنفقات فهي تفوت بكثير الإيرادات بمعنى نفقات الجزائريين بالخارج أكبر دائما مما تستقبله الجزائر من إيرادات سياحية إن ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات راجع إلى:

- ضعف نوعية المنتجات السياحية وخدمات السياحة الجزائرية؛
- إيواء وفنادق ذات طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة؛
- عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر داخل وخارج البلد؛
- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية اقل مقارنة بدول الجوار خاصة تونس؛
- نقص في تكوين المستخدمين في المؤسسات السياحية ؛
- غياب الأمن والطب السياحي.

والشكل التالي يوضح أن منحنى الإيرادات السياحية تحت منحنى النفقات السياحية دائما:

الشكل رقم (06) : تطور الإيرادات و النفقات السياحية خلال الفترة 2003-2013



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام:

إن الناتج المحلي الإجمالي لصناعة السياحة و السفر يقصد به القيمة المضافة للأنشطة التي تنتج سلعا و خدمات موجهة للسياح كالفنادق و شركات الطيران ،بينما يمثل الناتج المحلي لاقتصاد السياحة و السفر الناتج السابق بالإضافة إلى قيمة السلع و الخدمات المنتجة في الأنشطة المرتبطة ارتباطا قويا بانفاق السياح.

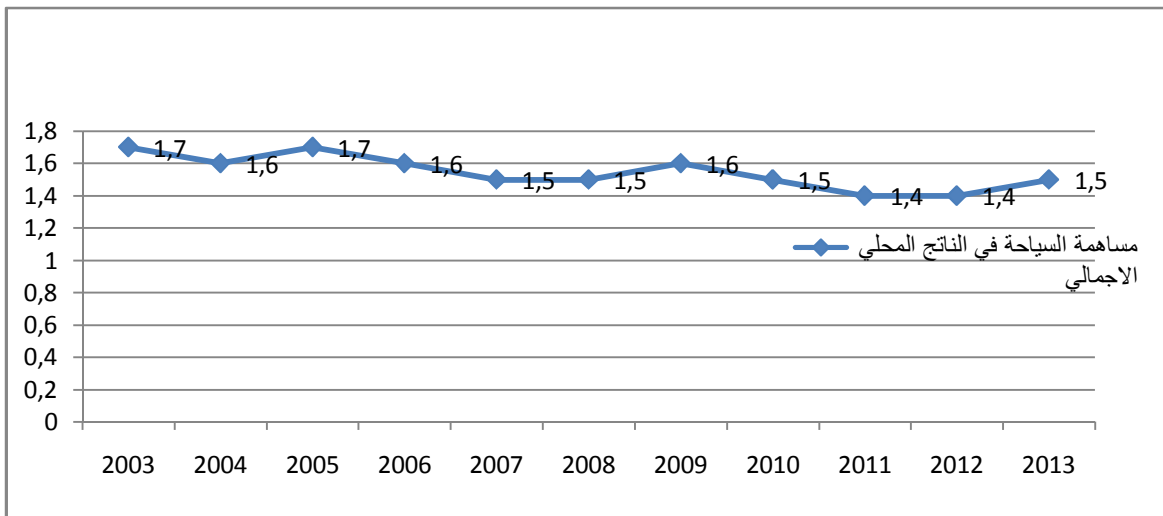
الجدول رقم(06): مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام 2003-2013

السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
النسبة	1.7	1.6	1.7	1.6	1.5	1.5	1.6	1.5	1.4	1.4	1.5

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

من خلال الجدول نلاحظ أن حصة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي متذبذبة محصورة بين 1.4% و 1.7% خلال الفترة 2003-2013 و بلغ المتوسط ب 1.54%، حيث في الوقت الراهن العديد من الأنشطة المباشرة أو ذات صلة مثل النقل لا تدخل عند احتساب حصة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي ، غير أن ذلك يبقى ضعيفا مقارنة مع الدول الأخرى وخاصة المجاورة، فقد احتلت المرتبة 147 من أصل 174 دولة حسب دراسة أعدتها الشبكة المتوسطة الاستثمارات، هذا طبعا يعكس المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي في الجزائر بين قطاعات الاقتصاد .

الشكل رقم(06): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

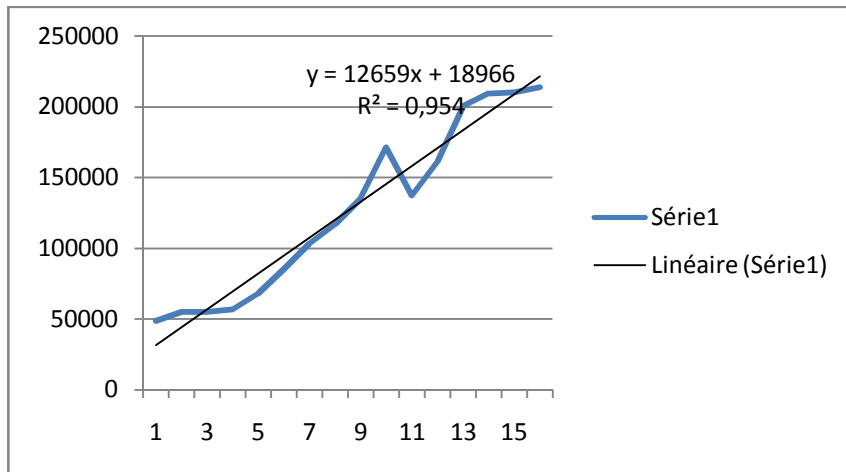
ان ضعف مردودية هذا القطاع ومحدودية مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي تعود أساسا الى أن هذا القطاع لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ استقلال الجزائر، واعتماد الدولة على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية بوتيرة أسرع . وما يجدر التشديد عليه في هذا الصدد هو ضعف مساهمة القطاع في الناتج الداخلي الخام، بالنظر إلى الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية من جهة، وبالنظر إلى المؤهلات السياحية التي تملكها الجزائر من جهة أخرى.

رابعاً: دراسة تنبؤية لمساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام

السلسلة الزمنية هي مجموعة من المشاهدات مرتبة وفق حدوثها في الزمن كالسنين أو الفصول أو الأشهر أو الأيام أو أية وحدة زمنية. وتتعرض أي سلسلة زمنية لنوعين من التغيرات: التغيرات المنتظمة (الاتجاه العام، التغيرات الموسمية، التغيرات الدورية)، والتغيرات غير المنتظمة (العرضية) والتي تشمل التغيرات الفجائية ومن أمثلتها ما يحدث للنشاط الاقتصادي في بلد ما بسبب الزلازل أو الحروب غير المتوقعة، ومن أبرز النماذج الرياضية التي تصف السلسلة الزمنية هي النموذج الضربي والنموذج الجمعي. ويمكن تقدير الاتجاه العام للسلسلة الزمنية بطريقة المربعات الصغرى ، بحيث نستخدم الزمن كمتغير مستقل X وقيم السلسلة Y كمتغير تابع على النحو التالي: $y = ax + b$ (1)

باستعمال معادلة خط الاتجاه العام للسلسلة الزمنية 1999-2014 وباستعمال برنامج Microsoft Office Excel تمكنا من تقدير لمساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام للفترة 2015-2030 و كدى تقدير الناتج الداخلي الخام عند زيادة إيرادات السياحة ب 10% والجدول التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم(07): تطور الناتج الداخلي الخام ومعادلة الاتجاه العام 1999-2014



المصدر : من اعداد الطالب بالاعتماد على تقرير البنك الدولي.

(1) http://www.foad8.ufc.dz/cours/TS_statistique/serie_temporelle_chronologique/1/r.html23:34 2016/04/12

الجدول رقم(07): تطور الناتج الداخلي الخام 1999-2014

الوحدة : بالمليون دولار أمريكي

السنة	الناتج الداخلي الخام	
1999	48640,61	
2000	54790,06	
2001	54744,71	
2002	56760,28	
2003	67863,82	
2004	85324,99	
2005	103198,22	
2006	117027,3	
2007	134977,08	
2008	171000,69	
2009	137211,03	
2010	161207,26	
اعداد الطالب 2011	200013,05	المصدر: من
تقرير البنك 2012	209047,3	بالاعتماد على
2013	209703,5	الدولي.
رقم(08): 2014	213518,4	الجدول

تقدير الناتج الداخلي الخام و مساهمة السياحة فيه للفترة 2015-2030

السنة	الناتج المحلي الاجمالي الجديد بالمليون دولار أمريكي	مساهمة السياحة بالأرقام	زيادة 10%	الناتج المحلي	
				مساهمة السياحة في pib %	مساهمة السياحة
2015	234169	3349,31921	3684,25113	1,4303	237853,251
2016	246828	3519,0268	3870,92948	1,4257	250698,929
2017	259487	3694,31642	4063,74806	1,4237	263550,748
2018	272146	3876,17548	4263,79303	1,4243	276409,793
2019	284805	4065,59138	4472,15051	1,4275	289277,151
2020	297464	4263,55151	4689,90666	1,4333	302153,907
2021	310123	4471,04329	4918,14762	1,4417	315041,148
2022	322782	4689,05411	5157,95953	1,4527	327939,96

2023	335441	1,4663	4918,57138	5410,42852	340851,429
2024	348100	1,4825	5160,5825	5676,64075	353776,641
2025	360759	1,5013	5416,07487	5957,68235	366716,682
2026	373418	1,5227	5686,03589	6254,63947	379672,639
2027	386077	1,5467	5971,45296	6568,59825	392645,598
2028	398736	1,5733	6273,31349	6900,64484	405636,645
2029	411395	1,6025	6592,60488	7251,86536	418646,865
2030	424054	1,6343	6930,31452	7623,34597	431677,346

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على نتائج برنامج Microsoft Office Excel

من خلال الجدول نلاحظ أن الناتج المحلي الاجمالي خلال الفترة المستقبلية 2015-2030 يتزايد كل سنة حيث تطور ب 189885 مليون دولار أمريكي من 2015 الى 2030 و 193824.09 مليون دولار أمريكي عند زيادة مساهمة السياحة ب 10 % ، وهذا يدل أنه عند تنمية القطاع السياحي سوف يؤدي الى زيادة الايرادات السياحية والتي سوف تساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الاجمالي و ايجابي في الاقتصاد الوطني.

وتزداد حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام من إيرادات كبيرة ، لذلك يجب تنميته وجعله ضمن استراتيجية الدولة.

خامسا: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل

تساهم السياحة في الجزائر في خلق مناصب شغل دائمة و مؤقتة ، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (09): مساهمة القطاع السياحي في التشغيل 2003-2013

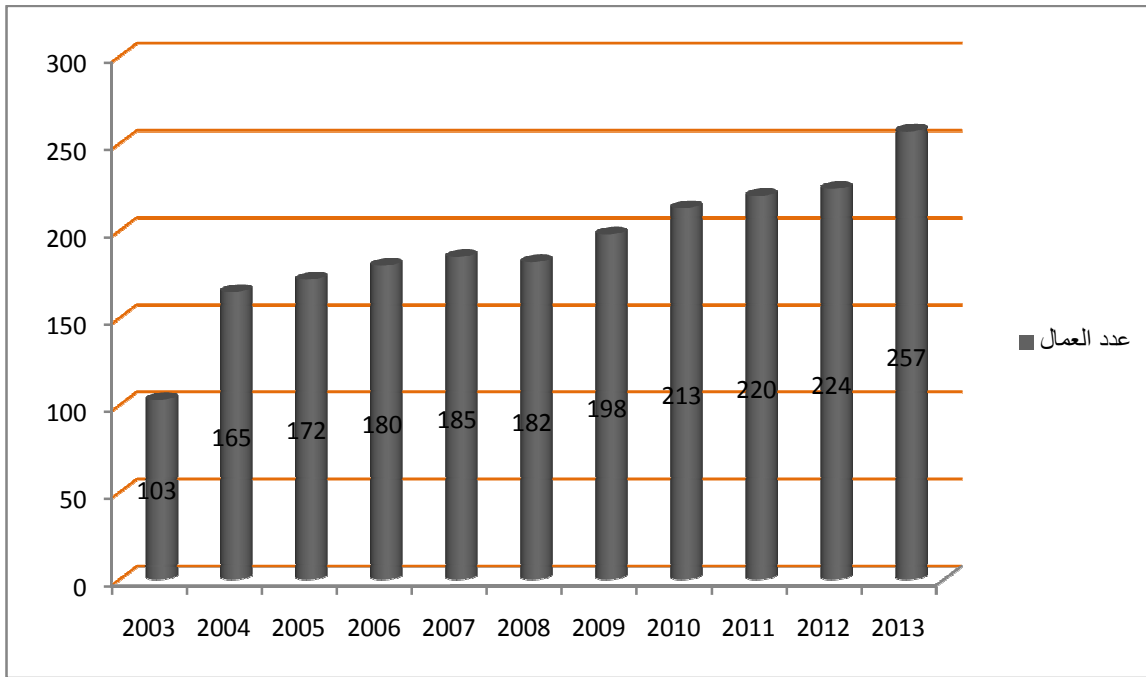
السنة	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
العدد	103	165	172	180	185	182	198	213	220	224	257

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

تساهم السياحة في الجزائر في خلق مناصب شغل دائمة و مؤقتة حيث نلاحظ أن عدد العمال تطور ب 154000 عامل خلال الفترة 2003-2013 أي تجاوز الضعف خلال 10 سنوات، حيث أن عدد العمال الذي كان 103000 سنة 2003 ليصبح 257000 سنة 2013 ذلك راجع لمجموع الاستثمارات في النشاط السياحي خاصة بعد عودة الأمن و الاستقرار للبلد، ويعتبر هذا الرقم غير كافي مقارنة بطاقات البلاد السياحية الغير مستغلة.

يمكن القول أن مستقبل التشغيل السياحي في الجزائر مرهونا بمدى تطور مكانة قطاع السياحة في السياسة الاقتصادية للدولة ، و بفعالية الاستثمار الخاص في هذا المجال ،وما ينتج ذلك من فرص عمل في مختلف التخصصات المرتبطة بالقطاع السياحي.

الشكل رقم(08): عدد العمال في قطاع السياحة للجزائر 2003-2013



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على احصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية

المطلب الثالث: معوقات القطاع السياحي في الجزائر

تتعدد المعوقات التي يعاني منها قطاع السياحة في الجزائر و ترتبط بالضعف على مستوى التخطيط و التسيير، وكلها أدت إلى تأخره و تتلخص هذه المعوقات في: (1)

أولاً: غياب رؤية شاملة في تخطيط وتنظيم القطاع

إن غياب رؤية شاملة في التخطيط و التنظيم جعلت من السياسات المتعددة و التي طبقتها السلطات العمومية تتغير في كل مرة دون أن تحقق هدفها في ترقية القطاع ، كما أن التردد في وضع إستراتيجية واضحة على الأمد البعيد أدى إلى التأخر في إختيار المشاريع المناسبة و أيضا

(1) سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2005-2006، ص118.

إرتفاع تكاليف إنجازها بسبب طول فترة الإنجاز، و بالتالي عدم القدرة على تحديد المستوى المناسب الذي يراد أن يرقى إليه القطاع ، كما أن الهياكل الموجودة لا ترقى إلى المقاييس العالمية و كذلك الحال بالنسبة لمناطق التوسع السياحي.

ثانيا: غياب الدراسات السياحية

من أجل بناء أي إستراتيجية لأبد من توفر دراسات متعلقة بإمكانيات العرض السياحي المتاح و التي بواسطتها يمكن جلب السياح ، و أيضا دراسة نوع الطلب على المنتجات السياحية الوطنية و ذلك من أجل ملائمة العرض و الطلب قدر الإمكان ، لكننا نجد أن مثل هذه الدراسات غير موجودة و هذا ما يفسر وجود مشاريع سياحية غير ملائمة للطلب في مجمله فمعظمها موجهة لخدمة السياح الأجانب قليلي العدد و ذوي الدخول المرتفعة مع إهمال الفئات الأخرى من السياح المحليين و الأجانب الذين يمثلون الشريحة المتوسطة و الواسعة.

ثالثا: ضعف مشروعات البنية التحتية وهياكل الاستقبال

تفتقد الجزائر لمشروعات البنية التحتية مثل المواصلات حيث نجد أن من فنادق ، مخيمات و بيوت الشباب... الخ قليلة خصوصا في الجنوب الذي يعتبر موردا سياحيا مهما ، و تقاس هذه الطاقة الاستيعابية بعدد الأسرة المتاحة و التي قدرت في سنة 2003 ب 77473 سرير منها 5.43% فنادق من الدرجة الأولى و 57.28% فنادق غير مصنفة كما أن الخدمات في هذه المراكز و مختلف المحطات الأخرى تعتبر سيئة و باهظة الثمن.

رابعا: ضعف التكامل المؤسسي

رغم أنه قد أنشأت تنظيمات كلفت بتسيير و تنظيم و تنسيق عمل القطاع السياحي ، ورغم إعادة هيكلة بعد تعديلات 1986 من أجل زيادة فعاليتها ، إلا أنها بقيت مجرد هياكل شكلية لم تحقق أهدافها المسطرة بسبب تداخل مهامها و عدم وجود اتصال فعال بينها، بالإضافة إلى التنظيم البيروقراطي الذي كان يلزمها الرجوع دائما إلى الإدارة المركزية، رغم أن المجال السياحي يتطلب السرعة في اتخاذ القرار و تنفيذه.

خامسا: ضعف التكوين و التسيير داخل المؤسسات السياحية

ضعف تكوين العمال داخل المؤسسات السياحية بحيث لا يستجيب لمتطلبات تطور تقنيات التسيير الحديثة، كما أن ضعف التكوين انعكس سلبا على تسيير هذه المنشآت خصوصا و أنها على اتصال مباشر مع السائح و كل ذلك أدى إلى ضعف الخدمات الموجهة لهم.

سادسا: عدم الاستقرار السياسي و الاقتصادي

بسبب تدهور الأوضاع الأمنية فقد شلت الحركة السياحية و تأثرت صورة الجزائر السياحية في السوق الدولية و بقيت السياحة ضعيفة و لا ترقى إلى مستوى الموارد و الإمكانيات الموجودة ، كما أن هذا القطاع كان قطاع اجتماعي و لم يعطى له الأولوية في التنمية.

سابعا: ضعف الإعلام و غياب الثقافة السياحية

تعد الحظائر الوطنية للطاسيلي و الهقار و مناطق الأطلس الصحراوي أكثر المناطق الأثرية تضررا بسبب الأضرار الطبيعية التي يصعب التحكم فيها مثل الزوابع الرملية العنيفة و كذا الأمطار الرائدة التي تؤدي مياها إلى إزالة الرسوم و النقوش الصخرية بفعل تفتت الصخور ، ولكن هذه الآثار مهددة أكثر بالأضرار البشرية بسبب ممارسات السياح الذين يبحثون عن أشياء تذكارية اقتطاع رسوم و نقوش أو أخذ الصور التذكارية ، و هذا يؤدي إلى إتلاف و فقدان المعالم الوحيدة لحضارات ما قبل التاريخ ، و مما يزيد الوضع أكثر خطورة هو نقص الوسائل البشرية و المادية لحمايتها و إعادة ترميمها دون إتلاف جزء كبير منها.

ثامنا: ضعف الإعلام و غياب الثقافة السياحية

إن عدم وجود ثقافة سياحية سواء بالنسبة للأفراد أو حتى بالنسبة لمسيرى المؤسسات السياحية يؤدي إلى ضعف السياحة داخل البلد ، و يعود سبب ذلك إلى ضعف الإعلام على المستوى الداخلي و الخارجي و اقتصره فقط على الموسم الصيفي، و ضعف توعية الأفراد بعدم الإساءة للسياح و بأهمية السياحة فالإعلام من شأنه أن يحسن صورة الجزائر و ينشط الحركة السياحية.

تاسعا: تردد القطاع الخاص إزاء الاستثمار

إن المشكل الرئيسي الذي يواجهه المستثمرين في هذا القطاع هو مشكل الحصول على العقار السياحي بسبب عدم تهيئته و تحضيره على مستوى مناطق التنمية السياحية و التي تم تحديدها من طرف القطاع ، بالإضافة إلى مشكل عدم وجود تحفيزات مالية خاصة للمستثمرين في هذا القطاع مثل القرض الفندقي الذي يتماشى مع خصوصياته ، حيث أن المشاريع السياحية تتطلب استثمارات ضخمة و بأسعار فائدة مرتفعة

و التي تعد أحد المشاكل التي تحول ووصول الاستثمارات إلى مناطق التوسع السياحي التي شهدت

وما زالت تشهد تداولاً عليها من قبل الأجانب وغيرهم دون أن تفضي ذلك إلى استثمارات حقيقية، كما أن مجمل الإجراءات القانونية المتخذة لم تكفي لإنعاش الاستثمار انتعاشاً حقيقياً، ويقتضي اتخاذ إجراءات خاصة و جديدة من شأنها أن توجد حلاً لهذه المشاكل التي تعيق الاستثمار في هذا القطاع.

المبحث الثالث: إستراتيجية السياحة في الجزائر لافاق 2025 (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية)

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية 2025 SNAT الذي من خلاله تعلن الدولة بجميع الفاعلين و لجميع القطاعات و جميع المناطق عن مشروعها السياحي لافاق 2025 و ذلك بنظرتها للتنمية السياحية الوطنية للمدى القصير 2009 المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة بضمان التوازن الثلاثي المتمثل في العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية وحماية البيئة على مستوى كامل التراب الوطني.

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تتويج ناضج لمسار طويل من البحث، التحقيقات، الدراسات الخبرات

و الاستشارات، إنه نتيجة لعمل فكري كبير و لاستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين و المحليين العموميين والخواص على مدار اللقاءات الجهوية و الإثراء الذي أسفر عنه.

المطلب الأول: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

أولاً: تعريف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعاً لسياسة جديدة تبنتها الدولة و يعد جزءاً من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في أفاق 2025 (SDAT) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة و ذلك من أجل الرقي الاجتماعي و الاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة.

يعتبر هذا المخطط أداة تجسيد إرادة الدولة في تثمين القدرة الثقافية والتاريخية للبلاد ، ووضعها في خدمة التحول السياحي للجزائر ، قصد الارتقاء به إلى مستوى وجهه الامتياز في المنظمة الأورو متوسطة.

ويعتبر كذلك تنويع لمسار طويل من البحث ، التحقيقات و الدارسات ، الخبرات والاستشارات، وبالتالي فهو نتيجة لعمل فكري كبير والاستشارة واسعة بمشاركة المتعاملين الوطنيين والمحليين العموميين و الخواص.

ويعرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بأنه الإطار الإستراتيجي لسياسات التنمية السياحية وهو مخطط يعلن عن نظرة الدولة للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009 والمتوسط 2015 وال المدى الطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة.

ثانيا: الأهداف المادية والنقدية ل 2025

يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تعريف الأهداف المادية و صيغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (عدد الأسرة، عدد السياح، المداخل، العمال الواجب تكوينهم)... و بصيغة أخرى يتعلق الأمر بتحديد خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، كما يهدف إلى ضمان الانطلاق السريع للسياحة الجزائرية إذ يركز على " مخطط الأعمال "بأهداف مادية و نقدية للمرحلة الأولى 2008-2015 فخطة الأعمال ترمي إلى تلبية الطلب الدولي و الطلب الوطني الذي سيزيد عن 11 مليون سائح في افاق 2025⁽¹⁾.

1. الأهداف المادية للمرحلة الأولى 2008-2025: عدد الأسرة المطلوب توفيرها:

- على سبيل المثال و من أجل استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك تونس اليوم 220000 سرير تجاري؛
- استقبال افاق 2025 هو استقبال 2.5 مليون سائح و باحترام نسب الجيران، فهي تحتاج على 75000 سرير من النوعية الجيدة؛

⁽¹⁾ Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme , Livre 02, le plan stratégique:

Les Cinq dynamique et les programmes d'Action Touristique Prioritaire, 2008,p18 .

- هدف الأقطاب ذات الأولوية ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع أي 40000 سرير بمقياس دولي منها 30000 من الطراز الرفيع في المدى القصير و 10000 سرير إضافي في المدى المتوسط ؛

- خلق 40000 منصب شغل (بشكل مباشر و غير مباشر) و 91600 مقعد بيداغوجي .

2. الأهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008-2015

الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها خلال المرحلة الأولى يستوجب استثمارات عمومية و خاصة تقدر ب 2.5 مليار دولار أمريكي ذلك أن الاستثمار الإجمالي عمومي و خاص،مادي و غير مادي اللازم لخلق سرير جديد يقدر ب 60000 دولار منها 55000 للاستثمارات المادية و 5000 دولار للاستثمارات الغير مادية ، ⁽¹⁾ و عليه فإن مشروع ايجاز 40000 سرير على مستوى أقطاب الامتياز السياحية السبعة يقضي ما قيمته 2 مليار دولار خلال سبع سنوات 2008-2015 ، بما معدله 350 مليون دولار كل سنة ، و إذا أخذنا المعدل الاعتيادي لنسبة الاستثمارات العمومية من أجل الاستثمارات في قطاع السياحة و الذي يقدر ب % 15 مادية و غير مادية فإن السلطات العمومية يتوجب عليها انفاق ما قيمته 375 مليون دولار أمريكي خلال السبع سنوات القادمة من أجل تطوير أقطاب الامتياز السياحية السبعة ما يعني استثمار 54 مليون دولار سنويا ، و يوضح الجدول التالي بلغة الأرقام الأهداف التي يسعى المخطط إلى برقيتها في المدى المتوسط 2008-2015.

⁽¹⁾ Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, Op-cit,p18.

الجدول رقم(10) : توضيح بالأرقام لمخطط الأعمال الخاص بتنمية القطاع السياحي بالجزائر

المضاعف	2015	2007	السنة
1.47×	2.5	1.7	عدد السياح بالمليون
1.8×159869	75000 عادية الجودة	84869 تتطلب التهيئة	عدد الأسرة
13×	%3	%1.7	مساهمة السياحة في PIB
من 7× إلى 9×	1500 إلى 2000	215	الإيرادات (مليون دولار أمريكي)
2×	400000	200000	مناصب العمل مباشرة و غير مباشرة
142.8×	91600	51200	التكوين(مقعد بيداغوجي)

المصدر:، Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, -
Livre 02,Op-cit,p19.

3. المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى 2008 - 2015

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 و يمكن تقسيم هذه المشاريع إلى الأنواع التالية:

- فنادق تابعة لسلاسل عالمية مشهورة يصل عدد الأسرة بها إلى 29386 سرير.
- أكثر من 20 قرية سياحية متميزة بالإضافة إلى تخصيص عدة أراضي للتوسع السياحي من أجل تلبية الطلب الوطني و العالمي
- حدائق تسلية سياحية (حديقة دنيا بعنابة،حديقة دنيا بقسنطينة ، دنيا بالجزائر العاصمة و وهران،حدائق الواحات)..
- مراكز العلاج، الصحة و الرفاهية(حمام قرقور،حمام ملوان الشريعة).

- اطلاق 80 مشروع سياحي في 6 أقطاب سياحية بالامتياز 5986 سرير و 8000 منصب شغل في الأفق⁽¹⁾.

الجدول رقم(11): توزيع الأقطاب السياحية بالامتياز بالجزائر

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بالامتياز
23	الشمال الشرقي
32	شمال الوسط
18	الشمال الغربي
04	الجنوب الغربي الواحات
02	الجنوب الغربي توات- قورارة
01	الجنوب الكبير الهقار
80	مجموع المشاريع

المصدر: -Ministère de l'Aménagement du territoire ,de l'Environnement et du Tourisme Livre 02, Op- cit , p 20.

المطلب الثاني: الحركيات الخمس للتفعيل السياحي بالجزائر

تشكل الحركيات الخمس الطريق لإنعاش سريع و مستدام للسياحة مدعومة بعودة الجزائر إلى الساحة الدولية و موقعها الاستراتيجي وتمثلت هذه الحركيات فيما يلي:

- مخطط وجهة الجزائر؛
- الأقطاب السياحية السبع للامتياز الوجهات الناشئة لوجهة الجديدة للجزائر؛
- مخطط نوعية السياحة؛
- الشراكة العمومية و الخاصة؛
- مخطط التمويل.

و قد شرعت برامج العمل السياحية ذات الأولوية ابتداء من 2008 في تفعيل التحول السياحي الجزائري بواسطة مضاعفة جاذبية و شهرة وجهة الجزائر و ذلك عن طريق اطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات أولوية و كدوافع للانطلاق السياحي مدعومة بمخطط تسويق

⁽¹⁾ Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, Op-cit,p19.

والاتصال، بمخطط النوعية، الشراكة العمومية و الخاصة و مرافقة المالية.

• مخطط وجهة الجزائر

يتعلق الأمر ببناء صورة سهلة القراءة لوجهة الجزائر فترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية تنافسية من خلال إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء صورة جيدة للجزائر، و من أجل ذلك يجب ابتكار علامة و تسجيل المنتج جزائري مزودا بشعار و لنجاح مخطط تسويق وجهة الجزائر يجب الارتكاز على سبع قواعد أساسية ضرورية هي:

أ. **ثقافة و ذهنية:** اختيار وضعية هجومية مستمرة لغزو الأسواق لعدة سنوات، إعداد الصورة و إعداد

السوق من أجل "الاتصال و البيع".

ب. **الالتزام:** تنشيط و تنسيق متناسب و دائم لكل مخطط تسويق و تجنيد وسائل الاتصال الحديثة: مالية، بشرية و تقنية.

ج. **الأدوات:** اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد: أفلام، أقراص، صفحات، انترنت، شاشات.....

د. **فضاءات الاتصال:** تبني وضعية مراقبة و رصد إستراتيجية على المستوى الوطني جناح لكل قطب امتياز يوفر خمس وظائف: الاستقبال، الإعلام، فضاءات المحلات المعارض..

هـ. **المسعى:** شراكة فعالة على المستوى المحلي و الدولي.

و. **توحيد العمل في كافة الهيئات:** الوكالة الوطنية الجزائرية للسياحة و الوكالة الوطنية للسياحة⁽¹⁾.

1. الأسواق الثلاثة المطلوب المحافظة عليها و الفئات السكانية الأربع المستهدفة

يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالبقاء في الصورة على مستوى الأسواق مع الحفاظ على الفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع و المنتج الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق أما الفئات المستهدفة فهي السياح المحليون ، الجزائريون المقيمون بالخارج، متوسط السن في الأسواق المطلوب المحافظة عليها

و السياح في البلدان المطلوب المحافظة عليها.

⁽¹⁾ Ministère de l'Aménagement du Territoire ,de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, Op-cit,p26.

الجدول رقم(12): مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع و الأسواق

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	الفروع المختارة
السوق الداخلية 1. الجزائريون المقيمون	<ul style="list-style-type: none"> - المواد الواسعة الاستهلاك في الحمامات البحرية - تسوق المتعة: التسلية حول المدن - العلاج و الصحة - التجوال - الرياضة 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد التدفقات البديل الجاذب بالنسبة للوجهات المجاورة) - التحريض إلى قضاء العطل - تطوير استهلاك التسلية الجوارية على مدار السنة - تشجيع السياحة العلاجية - بغية تحسين الصحة العمومية.
	<ul style="list-style-type: none"> منتوج الفروع الجديدة Nich - السياحة الصحية - الأعمال و المؤتمرات - ثقافي: اكتشاف الحرف و المهارة و المواقع الأثرية. - اتجاهات الجنوب - الصيد البحري - أنشطة الثلج 	<ul style="list-style-type: none"> - تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة إضافية - زيادة النفقات السياحية
2. الجزائريون الغير مقيمين	<ul style="list-style-type: none"> - الاستجمام البحري - التسلية حول المدن - اكتشاف الحرف و المهارات الحديثة و المواقع الأثرية و التعبدية. 	<ul style="list-style-type: none"> - الحفاظ على إقامة الجزائريين غير المقيمين - تطوير ومضاعفة الإقامات -إجراء الإقامات بعروض جذابة

المصدر.: 27p، Op-cit، 02، Livre، de l'Environnement et du Tourisme، de l'Aménagement du Territoire، Ministère

كما يمكن تنظيم الأسواق الخارجية في أسواق ذات أولوية للحفاظ عليها و الأسواق الواعدة و البعيدة لكن ذات مستقبل.

الجدول رقم(13): الأسواق المطلوب الحفاظ عليها لجلب الوافدين

أهداف مخطط التسويق	الفروع المختارة	الأسواق المطلوب الحفاظ عليها
<ul style="list-style-type: none"> - إعادة الثقة و تحديد صورة الجزائر بالإعتماد على ميزتها الرئيسية بالنسبة لوجهات المغرب و تونس: الصحراء على أبواب افريقيا السوداء - التركيز على القيم العاطفية القوية الصحراء (في مواجهة السياحة الشعبية و المركبة للتراث) - التركيز على السياحة الجوارية - إظهار و تأمين طريقة سياحة محترمة و دائمة: سياحة مسؤولة - التطوير و المحافظة على التدفقات و تشجيع الاستهلاك 	<ul style="list-style-type: none"> - اتجاهات الجنوب الثقافي - السياحة العلاجية و الصحية ذات الطراز الرفيع - أعمال/مؤتمرات - فروع تكميلية - ثقافية و تعبدية - المنتج النوعي (الصيد، الغطس)... 	<p>الأسواق ذات الأولوية التقليدية المرسله للسياح الجزائر</p> <ul style="list-style-type: none"> - فرنسا،اسبانيا،ايطاليا و ألمانيا. <p>*الأسواق الواعدة</p> <ul style="list-style-type: none"> - بريطانيا - البنيلكس (هولندا) - النمسا - الدول الاسكندنافية <p>*الأسواق البعيدة و ذات مستقبل</p> <ul style="list-style-type: none"> - الأسواق الآسيوية (الصين واليابان) - السوق الروسية - أسواق أمريكا الشمالية(كندا و الولايات المتحدة)
<ul style="list-style-type: none"> -التركيز على الشركات تجعل زبائنها يستهلكون المنتج السياحي ذو القيمة المضافة العالية - التركيز على المواقع و المناسبات الدينية 	<ul style="list-style-type: none"> -اتجاهات الجنوب -أعمال/مؤتمرات -الصيد البحري -سياحة علاجية 	<p>دول الخليج</p>

المصدر: Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre

02,op-cit,p28.

2. الأقطاب السياحية للامتياز (POT)

القطب السياحي هو تركيبة من القرى السياحية للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية فالقطب يدمج المنطق الاجتماعي (الاحتياجات الأولية للسكان) الثقافية، الإقليمية (خاصيات، ميزات الإقليم) التجارية (الأخذ بعين الاعتبار لتوقعات و متطلبات السوق، فهو يركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية والصحية) من أجل التماسك في موقعه و تتمركز هذه الأقطاب في:

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة.
- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: وهران، عين تمشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان.
- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة الواد المنيع.
- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور أدرار تميمون و بشار.
- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: طاسيلي ناجر، إليزي، جانت.
- القطب السياحي للامتياز للجنوب الكبير: الهوقار و تمنراست.

يتشكل كل قطب من هذه الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل و وفقا لقدراتها سيتم تطوير عدة مواضيع يكون إحداها دليلا مرشدا و ذلك لضمان عرض متعدد و متنوع يستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن.

و من أجل ذلك يعرف كل قطب من خلال موضوع رئيسي و مسيطر يحدد هويته و يمنحه صورته و علامته: قطب صحراوي جنوبي، غربي، شمال غربي...

سيسمح تحديد أقطاب ساحة الامتياز ببروز سياحي واسع على المستوى الجهوي و يستخدم كنقطة ارتكاز و كقاعدة للتطوير السياحي على مستوى المناطق المبرمجة كمرجع بالنسبة للمخطط الجهوي

لتهيئة الإقليم⁽¹⁾، إن الهدف من بناء هذه الأقطاب السبعة هو تحريك الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني.

3. مخطط نوعية السياح (PQT): يرمي هذا المخطط إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين و التعليم و يدرج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم كما يهدف إلى:

- اطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لماركات موحدة" النوعية السياحية "و هي حصيلة كل مسعى نوعي.

- تحسين نوعية العرض السياحي و تشجيع ترقيته في الجزائر و في الخارج.

- بعث ديناميكية تقويم و ترقية الوجهة السياحية للجزائر.

هذا من جهة أما من جهة أخرى و من أجل الاستجابة للهدف المادي و النقدي في مخطط الأعمال

2025 أصبح تكوين المورد البشري أمرا ضروريا و قد حددت ثلاث أهداف إستراتيجية للتكوين هي:

- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات و احترافية القيادات و عمال التأطير في المدارس.

- ضمان ميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية داخل المدارس.

- إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحي و يتعلق الأمر باعتماد التصديق و التسجيل الرسمي.

- استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في مخطط النوعية السياحية من خلال التسويق عبر

الانترنت كونها عملية تسمح بالعرض المباشر للمنتج و الخدمات السياحية لعدد كبير من مستخدمي الانترنت.

4. مخطط الشراكة العمومية الخاصة: تلعب الدولة و الجماعات المحلية دورا ضروريا في المجال

السياحي خاصة في تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة و وضع المنشآت كالمطارات و الطرق في خدمة

السياحة كما أنها تسهر على النظما العام و الأمن و تدير المتاحف و الأضرحة التاريخية أما القطاع

الخاص فيضمن أساسيات الاستثمارات و الاستغلال السياحي يثمن و يسوق الخدمات التي تضعها الدولة

تحت التصرف، و من أجل جعل الجزائر أكثر جاذبية و تنافسية يجب:

- جعل باب الدخول الى الوطن أكثر جاذبية، السفارات، القنصليات، المطارات الموائى، المحطات...

(1) Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 03, Les Sept Pôles Touristiques d'Excellences (POT), janvier 2008, p06.

- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، المياه، تكنولوجيات الإعلام و الاتصال...
- تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية و القرى السياحية للامتياز
- صيانة الثروة الطبيعية و البيئية
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر.

5. مخطط تمويل السياحة: بحكم أن السياحة ذات عائد استثماري بطيء فإن عملية الربح يتطلب ذلك

إيجاد دعم و مرافقة من الدولة في العمليات الخمس و هذا هو دور مخطط التمويل:

- حماية و مرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة.
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف و الذوبان.
- جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي بالجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية.
- تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية و بخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي.

أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة فيتعلق الأمر ب:

- مرافقة المستثمرين و أصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار في تقدير المخاطر و في تمويل عتاد الاستغلال.
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية و منح الحسم.
- التمديد في مدة القرض⁽¹⁾.

المطلب الثالث: الرهانات و أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

راهن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على سبعة رهانات أساسية لتحقيق أهدافه.

أولاً: رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.⁽²⁾

أصبح الاقتصاد من الآن فصاعداً اقتصاداً مفتوحاً وبالتالي فهو معرض للصدمات المرتبطة بالعولمة وبالطبيعة و المستحقات الديموغرافية، الاجتماعية و المجتمعية، الاقتصادية و الاكولوجية. وفقاً لمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية والذي وضع مجموعة من التدابير اللازمة لمواجهة التحديات والنهوض بالقطاع السياحي عمى جميع الأصعدة أهمها:

⁽¹⁾ Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, Livre 02, Op-cit, p58

⁽²⁾ وزارة السياحة، تهيئة الاقليم، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول، ص 15.

1. على صعيد الفضاء الرأسمالي البيئي:

تتواجد على الإقليم خمسة أنظمة بيئية غنية ذات طبيعة مختلفة: (الساحل، السهوب، الجبال، نظام الواحات، والنظام الصحراوي)، يتعين حمايتها في إطار التنمية المستدامة. لقد تم ادراج حماية واثمين الأنظمة البيئية في المخطط التوجيهي رقم 1 للمخطط الوطني للتهيئة الاقليمية 2025.

2. على الصعيد الاقتصادي:

يتعين على الجزائر من خلال انفتاحها الاقتصادي في إطار المنظمة العالمية للتجارة والشراكة الأورو متوسطية، أو الاندماج الجهوي في القارة الإفريقية أن تستفيد من الفرص المتاحة من طرف العولمة.

وفي هذا السياق، يتمثل الرهان بالنسبة للجزائر في تشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة من أجل التمكين من نقل التكنولوجيا و المعرفة ودخول أفضل الأسواق العالمية.

3. على الصعيد الاجتماعي: التحديات التي يتعين مواجهتها بقدرة البلاد على تقديم منتجات سياحية

متكيفة مع حاجيات الشباب، وتوفر لهم فرص عمل دائمة وعائدات وتأهيل.

وفي هذا الإطار تبقى المساهمة القوية للسياحة، امكانية قائمة من خلال وجود فرص في ميدان تقديم المنتجات السياحية مستهدفة من طرف الشباب من جهة و ناصب عمل في اطار تكريس الأقطاب السياحية و انجاز قرى سياحية للامتياز.

4. على صعيد الموارد البشرية: من خلال:

- تربية و تحسين المواطن بالمشاركة في ترقية السياحة حيث يجب أن نعثر على حقيقة فعلية مهمة جسيمة لكنها في متناول مواطننا.

- تكوين تأهيل شبكة و جهة الجزائر من الاستقبال الى غاية هندسة المشاريع المعقدة مرورا بنوعية الخدمات.

5. على صعيد الطلب الوطني و الدولي المتكيف مع المعايير العالمية: تعتبر الجزائر الأقل تجهيزا

بالنظر للطلب الكامن سواء كان وطنيا أو دوليا وهيكله العرض السياحي لا يمكن أن يتم الا بطريقة تكرارية و منسقة و يتعلق الأمر بالاستجابة لحاجيات الراحة و الترفيه والحاجيات الجديدة للزبائن الدوليين⁽¹⁾.

(1) نفس المرجع السابق، ص 18.

6. **على الصعيد الأخلاقي:** يتعين على الجزائر أن تكتسب بسرعة شرعية في ميدان السياحة المستدامة إذا ما أرادت أن تدخل في نادي الفاعلين السياحيين و العصريين.

7. **على الصعيد الثقافي:** يمكن أن تدعم الجزائر تحولها السياحي حول العديد من الأعياد المحلية التقليدية المتنوعة التي تعتبر دعائم ممكنة لتنمية سياحة ثقافية وثقافة ذاكرة . غير أنه يتعين انشاء انطلاقا من الأعياد محلية مثل: عيد الزربية ، عيد الحلي...

ثانيا: الأهداف الاستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

من الواجب في البداية التعرف على الشروط الثلاثة المسبقة و الضرورية لسيرورة السياحة في الجزائر:

- الاعتراف: تعتبر السياحة كأولوية وطنية وتقوم على التزام سياسي لمنظور آفاق 2025.
- المعرفة الاستراتيجية: فحص ومعرفة نقاط القوة و الضعف ،كشروط مسبق للاستراتيجية و المقاربة الشاملة.
- المقاربة الشاملة لفائدة تحديد استراتيجية شاملة للعمل: انها مجمل مشروع "sdatt 2025".

وبعد ذلك تم وضع الأهداف التالية للنهوض بالقطاع السياحي:

- جعل السياحة احدى محركات النمو الاقتصادي؛
- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى؛
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة؛
- تنمية التراث التاريخي، الثقافي والشعائري⁽¹⁾.

(1) نفس المرجع السابق، صص 19- 20.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل نلاحظ أن الاقتصاد الجزائري مر بعدة مراحل مختلفة، حيث لم يعتمد على التنويع الاقتصادي وذلك دليلا لضعف مساهمة القطاعات الاقتصادية في نموه، نستنتج أن الجزائر لم تولي أهمية كبيرة للقطاع السياحي بدليل أرقام عدد السياح الذي لم يتعدى 3 ملايين في السنة، وكذا الإيرادات السياحية لم تصل في أحسن الأحوال إلى 0.5 مليار دولار، زيادة إلى تفاوت نفقات الجزائريين في الخارج أكبر من الإيرادات السياحية للدولة.

هذه الوضعية جعلت القطاع يتخبط في مجموعة من المشاكل و المعوقات منها ما هو تنظيمي ومنها مهو نقص في البنية التحتية، وكذا الصورة المشوهة على مستوى العالمي بسبب الظروف الأمنية التي عرفت الجزائر في التسعينات.

قصد الخروج من هذه الوضعية عملت الدولة الجزائرية على وضع مخطط وطني هلى المدى الطويل للنهوض بالقطاع السياحي من أجل تنمية سياحية ومستدامة، تسعى إلى بروز الجزائر كوجهة سياحية على المستوى المتوسطي و الدولي، ومحولة جعله يساهم في البناء الاقتصادي للدولة.

الخاتمة

إن دراستنا لأهمية تنمية قطاع السياحة للتحفيز لمرحلة ما بعد البترول تبين لنا أن الأهمية الكبيرة للسياحة اقتصاديا من خلال ما توفره من إيرادات من العملة الصعبة والمساهمة في الناتج المحلي الاجمالي و اجتماعيا في التقليل من البطالة بما توفره من مناصب شغل وتحسين المستوى المعيشي. والسياحة ظاهرة لا يمكن تجاهلها، و صناعة خدمات كبيرة لها مكانة بارزة بين الأنشطة الاقتصادية الأخرى، ولم تأخذ مكانتها الفعلية في الجزائر رغم امتلاكها للمقومات إلا حصتها تبقى ضعيفة في الاقتصاد الوطني، حيث سعت الدولة إلى وضع إستراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية 2025 ، وهذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، الذي يعبر عن الرغبة والنية الحسنة للدولة بالنهوض و تطوير قطاعها السياحي ، وجعله ضمن ركائز الاقتصاد في المستقبل.

❖ اختبار صحة الفرضيات:

لقد تم صياغة ثلاث فرضيا بغرض تأكيدها أو نفيها.

- نصت الفرضية الأولى على: **يمكن للسياحة أن تساهم في التنوع الاقتصادي من خلال ترفيتها وجعلها محركا للتنمية و قد تم تأكيدها من خلال الآثار الاقتصادية التي تؤدي إلى تحقيق العديد من الفوائد للاقتصاد.**
- نصت الفرضية الثانية على: **تلعب السياحة دورا ضعيفا في الاقتصاد الجزائري وقد تم تأكيدها من خلال ضعف المؤشرات الاقتصادية سواء من المساهمة في الناتج الداخلي الخام أو التشغيل.**
- نصت الفرضية الثالثة على: **تتبنى الجزائر استراتيجية لتشجيع القطاع السياحي و قد تم تأكيدها من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يعمل على تشجيع الاستثمار و جلب الأسواق..**

❖ نتائج البحث:

مما سبق قد توصلت هذه الدراسة الى جملة من النتائج والتوصيات كما يلي:

- السياحة تشمل كل النشاطات المرتبطة بالسفر والترفيه و الاستجمام و التعلم وذلك حسب غرض كل سائح؛
- تمتلك الجزائر كل الامكانيات و المقومات السياحية التي تساعد على تنمية القطاع السياحي؛
- يجب اعتبار القطاع السياحي أحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية من أجل انجاحه؛

- التركيز على السياحة الداخلية و عدم الاهتمام فقط بالسياحة الخارجية لتحقيق التوازن بين النفقات و الإيرادات؛
- ضعف مردود القطاع السياحي الجزائري من خلال المؤشرات خاصة ما تعلق بعدد السياح و اليد العاملة؛
- توضيح الدولة للفاعلين في القطاع السياحي من خلال عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

❖ الاقتراحات:

- في نهاية بحثنا هذا نقدم بعض الاقتراحات و التوصيات التي نراها ضرورية لتفعيل القطاع السياحي ودوره المستقبلي في الجزائر في اطار رسم معالم مرحلة ما بعد البترول وأهمها:
- إن الاهتمام الكبير الذي بدأ يظهر خلال السنوات الأخيرة من أجل ترقية القطاع السياحي يجب أن يتجسد بمنح مكانة أكبر للسياحة في إطار السياسة التنموية العامة؛
- تطوير البنى التحتية التي لها علاقة بالقطاع السياحي؛
- من المستحسن على السلطة العمومية إعطاء الأولوية للقطاع الخاص في المشاريع الإستثمارية وإبقاء على دورها فقط في وظيفة التخطيط المرن و المراقبة؛
- من المستحسن على الدولة الاهتمام بالتنويع الاقتصادي من أجل تغطية العجز الذي يمس باقي القطاعات؛
- الإستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر والإستفادة من تجارب غيرها من الدول الناجحة في المجال السياحي؛
- رفع نصيب القطاع السياحي كبديل للعائدات البترولية؛
- تشجيع الإستثمار السياحي الأجنبي و المحلي عن طريق منح التحفيزات المختلفة، وكذلك عن طريق الشراكة مع الأجانب؛
- إنعاش القطاع السياحي وترقيته من خلال توفير الموارد المالية اللازمة لتمويل المشاريع المرتبطة بالسياحة، فضلا عن مختلف التسهيلات الجمركية و الحوافز الجبائية؛
- انشاء بنك للاستثمار السياحي نظرا لخصوصية هذا القطاع وصعوبة الاستثمار فيه؛
- التجسيد الفعلي للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

❖ آفاق البحث:

- إن معالجة الإشكالية المطروحة قد مكنتنا من اكتشاف بعض المواضيع ذات الصلة بالموضوع المدروس والتي برأينا تصلح لأن تكون مواضيع بحث مستقبلية ومنها:
- أهمية السياحة في رفع تنافسية القطاع الخاص في المستقبل حالة الجزائر؛
- دور القطاع السياحي في تفعيل الإقتصاد الوطني حالة الجزائر.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ. قائمة الكتب:

1. أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
2. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، 2008.
3. آسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2002.
4. أيمن برنجي، الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، 2009.
5. جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
6. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر التوزيع، الأردن، 2006.
7. خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان.
8. سهير حامد، إشكالية التنمية في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
9. عبد السلام أبو قحف، محاضرات في صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، مصر، 1992.
10. عصام حسن السعيد، التسويق و الترويج السياحي و الفندقية، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، 2008.
11. علاء حسين السرابي، التسويق و المبيعات السياحية و الفندقية، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر، عمان، 2001.
12. محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، الطبعة الثانية، مكتبة الأنجلو، مصر، 2001.
13. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2002.
14. محمد نايف الصراصرية، عمر و جوابرة الملكاوي، السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2009.

15. مدحت القرشي، التنمية الاقتصادية - نظريات و أساسيات و موضوعات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2007.
 16. مرزوق عايد العقيد، عادل سعيد الراوي، مبادئ السياحة، الأردن، إثراء للنشر و التوزيع.
 17. مروان سكر، مختارات من الإقتصاد السياحي - سلسلة الإقتصاد السياحي -، عمان، دار مجدلاوي للنشر، 1999.
 18. نعيم الطاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبع الثانية، دار المسير للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
 19. وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقييمية للقرى السياحية، مصر، 2006.
 20. يسري دعبس، التنمية السياحية المتواصلة، بدون طبعة، دار البيطاش سنتر للنشر و التوزيع، الاسكندرية، 2008.
- ب. الرسائل الجامعية:
1. برنجي أيمن، الخدمات السياحية و أثرها على سلوك المستهلك، رسالة ماجستير، جامعة بومرداس، 2009.
 2. سعاد صديقي، دور اللبؤك في تمويل المشاريع السياحية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2005-2006.
 3. ناجي بن حسين، دراسة تحليلية لمناخ الاستثمار في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2006-2007.
 4. نور الهدى بوحديش، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تفعيل التنمية السياحية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، جامعة جيجل، 2011.
 5. هدير عبد القادر، التسويق السياحي و دوره في تنمية الخدمات السياحية - حالة الجزائر، اطروحة دوكتوراة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2011.

6. وعيل الميلود، المحددات الحديثة للنمو الاقتصادي في الدول العربية وسبل تفعيلها، حالة الجزائر، مصر، السعودية، دراسة حالة مقارنة خلال الفترة 1990-2010، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.
- ج. مجلات علمية محكمة:
1. بوكابوس سعدون، الاقتصاديات المغاربية في سياق التحول العالمي، مجلة علوم الاقتصاد و التسيير و علوم التجارة، العدد12، منشورات جامعة الجزائر، 2005.
 2. جميل الطاهر، تقرير بشأن اجتماع خبراء حول التنوع الاقتصادي في الدول العربية،مجلة النفط والتعاون العربي،منظمة الأقطار المصدرة للنفط،المجلد28،العدد2002،100.
 3. جميل الطاهر،تقرير بشأن اجتماع خبراء حول التنوع الاقتصادي في الدول العربية، مجلة النفط والتعاون العربي،منظمة الأقطار المصدرة للنفط،المجلد28،العدد100،2002.
 4. خالد كواش،مقومات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الأول،2016.
 5. عاطف لافي مرزوك، التنوع الاقتصادي في بلدان الخليج العربي مقارنة للقواعد و الدلائل،مجلة الاقتصاد الخليجي العدد(24)،2013 .
 6. عاطف لافي مرزوك،التنوع الاقتصادي في بلدان الخليج العربي مقارنة للقواعد و الدلائل،مجلة الاقتصاد الخليجي العدد(24)،2013.
 7. عبد الباسط وفا،التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجيات والتحديات المعاصرة، مجلة حقوق حلوان، العدد13، 2005.
 8. هواري معراج سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية،-حالة الإقتصاد الجزائري-، مجلة البحث،العدد01،2004.
- د. ملتقيات علمية:
1. بربيش السعيد، دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة، مداخلة، جامعة مسيلة، 2011.
 2. سعداوي موسى، صندوق الزروق، السياحة في الجزائر و دورها في التنمية الاقتصادية، المؤتمر العلمي الدولي حول: السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة،الجزائر،2012.
 3. شابي حليلة، بربيش السعيد، دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليص من البطالة، مداخلة،جامعة باجي مختار-عنابة،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،2011.

4. عيسى مرزاق، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر - دراسة أداء و فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر -، مداخلة أقيمت إثر الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 2010.

5. موسى سداوي، حكيم بوجطو، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 2010.
هـ. مقال:

1. أحمد السبكي، مقال، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، 07: 23-03-2016-28

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/127772>

2. بوعلام غمراسة، الحمامات المعدنية بالجزائر، مقصد السياح من كل مكان،

http://www.aawsat.com/details.asp /section= 2016 /04/22 16 :54

3. صالح مفتاح، تطور الإقتصاد الجزائري وسماته منذ الاستقلال إلى اصلاحات التحول منذ الاستقلال إلى اصلاحات التحول نحو اقتصاد السوق،

http://search.4shared.postDownloadBRHVycsK.html _26l04l2016 22 :30

و. الدوريات القوانين و التقارير:

1. وزارة السياحة، البيئة و تهيئة الاقليم، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول جانفي 2018.

ز. مواقع الكترونية:

1. http://www.foad8.ufc.dz/cours/TS_statistique/serie_temporelle_chronologique/1/r.html.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

A. LES LIVRES

1. Ahmed Tessa, Economie Touristique Et Aménagement Du Territoire, OPU, Alger.
2. Alain Mesphier , Pierre Bloc-Duraffour, Tourisme dans le monde, 6ème Edition , Bréal, Paris, 2005.
3. Alain Mesphier , Pierre Bloc-Duraffour, Tourisme dans le monde, 6ème Edition , Bréal, Paris, 2005.
4. Frederico Neto, Sustainable Tourism, Environmental protection and natural resource management: paradise on earth? International colloquium on regional governance and sustainable development in tourism driven economic, Mexico, 20-22 February 2002.
5. Geneviève ferone et Autres, Ce que Développement Durable Veut Dire, Paris, Edition D'organisation, 2005.

6. Geneviève ferone et Autres, **Ce que Développement Durable Veut Dire**, Paris, Edition D'organisation, 2005.
7. Jean Pierre et Michel Balfet, **Management du tourisme** , 2ème Edition, Pearson Education France, 2007.
8. Jeane-Cherles, Briquet- Laugier, **le Tourisme durable dans les pays méditerranéens ;état des lieux et nouveaux cadre d'analyse** ,communication pour le cinquième colloque international « Energies ,changements climatiques et développement durable Hammamet (Tunisie), 15 -17 juin 2009.
9. Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme ,Livre 02, le plan stratégique: **Les Cinq dynamique et les programmes d'Action Touristiques Prioritaire**, 2008.
10. Sid Ahmed Abdelkader, **le paradigme rentier en question :l'expérience des pays arabes producteurs de Brut, analyse et éléments de stratégie**, Revue Tiers Monde, N°163, Juiellet-Septembre 2000.
11. Sounh Manivong, Souxay Sipaseuth, **Environmental impacts of Trade liberalization in the tourism sector**, commissioned for the rapid trade and environment assessment project, December, 2007.
12. Sue Millar, **Culture tourism Management in a global context**, seminar on "culture tourism". Maria Saal Carinthia ,Uston, 2008.

B . MEMOIRES :

1. Mohamed Lamine Belbacha, **la capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable -cas de Constantine-**.Thèse de Magistère, Université de Mentouri , 2010-2011.
2. Said Grimes , **Le Tourisme environnementale et L'aménagement urbains du littoral-cas de la ville de Jijel-** ,Thèse de Magistère, Université de Mentouri, 2010- 2011.

قائمة الجداول و الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان اشكل	الرقم
21	محاور التنمية السياحية المستدامة	01
24	أشكال التنمية السياحية	02
67	توافد السياح الى الجزائر 2003 - 2013	03
69	دوافع السياح الأجانب لزيارة الجزائر سنة 2012	04
70	تطور النفقات و الإيرادات السياحية لسنة 2003 - 2013	05
71	مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام 2003 - 2013	06
72	تطور الناتج الداخلي الخام ومعادلة الاتجاه العام 1999 - 2014	07
75	عدد العمال في قطاع السياحة للجزائر 2003 - 2013	08

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
60	بعض مؤشرات هيكلية الاقتصاد الجزائري 1990-2010	01
65	المواقع التراثية في الجزائر	02
66	توافد السياح الى الجزائر 2003-2013	03
68	دوافع السياحة خلال 2009-2012	04
69	تطور النفقات و الإيرادات السياحية لسنة 2003-2013	05
71	مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام 2003-2013	06
73	تطور الناتج الداخلي الخام 1999-2014	07
73	تقدير الناتج الداخلي الخام ومساهمة السياحة فيه للفترة 2015-2030	08
74	مساهمة القطاع السياحي في التشغيل 2003-2013	09
80	توضيح بالأرقام لمخطط الأعمال الخاص بلتنمية القطاع السياحي بالجزائر	10
81	توزيع الأقطاب السياحية بالامتياز بالجزائر	11
83	مخطط الوجهة حسب الأهداف، الفروع و الأسواق	12
84	الأسواق المطلوب الحفاظ عليها لجلب الوافدين	13

ملخص

ملخص المذكرة :

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن ان يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد لما تجلبه من عملة صعبة وتشغيل لليد العاملة العاطلة و رفع الناتج الداخلي الخام للاقتصاد، ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) ليس بديلا بل مكمل استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية معتمدا في التنوع الاقتصادي، بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، حيث ، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة وأصبح لها دور أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ، وعلى هذا تسعى الحكومة الجزائرية إلى جعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المرجع الرئيسي للسياسة السياحية بالجزائر في آفاق 2025 و الذي يشكل الإطار المرجعي للسياسة السياحية و الاستراتيجية التنموية الواجبة الإتباع لتفعيله مستقبلا.

Resumé :

Le tourisme est l'un des secteurs les plus importants considérant des grands rendements financiers qui peuvent être fournis dans le moyen et long terme ce qui apporte le devise et d'exploiter la main-d'œuvre et augmenter le produit intérieur brut de l'économie, et il offre des possibilités de créer des richesses et atténuer beaucoup de problèmes économiques, beaucoup de pays on trouver dans ce secteur (tourisme) n'est pas un substitut mais un complément stratégique pour exploiter leurs ressources touristiques basés sur la diversification économique, de manière à assurer la durabilité et l'épargnée en se fondant sur la richesse des sources épuisées, où il est la première industrie en termes de fonctionnement du travail et joue un rôle clé dans le développement économique et social, c'est pour ça le gouvernement algérien cherche à rendre le plan directeur d'aménagement touristique le principale référence pour la politique du tourisme en Algérie en 2025 et qui est une référence à la politique du tourisme et le cadre de la stratégie de développement en raison de le suivre pour l'activer à l'avenir.