

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المحاسبة والمالية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكايمي

الشعبة: علوم تجارية

التخصص: تسويق سياحي وفندقي

صناعة السياحة و دورها في انعاش الاقتصاد الوطني

دراسة حالة : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية - مستغانم -

مقدمة من طرف الطلبة:

تحت إشراف الأستاذ:

عماري عمر

د ولد سعيد محمد

بن عبدي وسيم ريان

اعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	برياطي حسين	استاذ محاضر "أ"	جامعة مستغانم.
مقررا	ولد سعيد محمد	استاذ محاضر "أ"	جامعة مستغانم.
مناقشا	مدوري نور الدين	استاذ محاضر "أ"	جامعة مستغانم.

السنة الجامعية: 2024/2023

التشكرات

الحمد لله و الشكر كما يسعى لجلال وجهك و عظيم سلطانك

لك الحمد ربي حتى ترضى و لك الحمد اذا رضيت و لك الحمد بعد الرضى

اتقدم بخالص الشكر و العرفان للأستاذ ولد سعيد محمد الذي

دخر جهدا في مساعدتي و تقديم كل

التوجيهات اللازمة لإنجاز هذه الدراسة.

شكرا لمن علمني حرفا. و امسك بيدي و كان خير معلم . . .

شكرا لكل من اهداني من وقته . و رفعني درجة بكلمة .

و اقدم الشكر لكل من شجعني و لو بكلمة و كل من مد لي يد المساعدة

من قريب او بعيد

اهداء

نحمد الله حمدا يليق بجمال وجهه و عظيم سلطانه
اله لا يسعني في هذا المقام الا ان اهدى ثمرة جهدي

هدا الى :

من قال فيهما الرحمان " و بالوالدين احسانا "

ريحانة الدنيا و نور عيني الى التي تعبت و قاست الكثير
من اجلي و علمتني ان الحياة كفاح ووراء كل تعب نجاح
الى من رضت بالقليل لتصنع منه الكثير لأمي الغالية .
الى والدي العزيز و ادام الله في عمره و صحته .

الى كل اخواتي

الى كل الاساتذة في كل المراحل ،الى كل من تسهم

قلمي و لم

ينسهم قلبي الى زملاء الدفعة

بن عبدي وسيم ريان

اهـءاء

بسم الله و الصلاة و السلام على رسول الله ، الحمد لله و الشكر لله فانه ينسب

الفضل له في اكمال عملي هذا ، و بعد الحمد لله .

أهدي ثمرة جهدي هذا الى اللذان قال عنهما عز وجل في محكم تنزيل

" و قل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا " سورة الاسراء - الآية 24

الى أبي رحمه الله

الى التي سهرت ليالي طويلة من أجلي و استقيضت فجرًا من اجل الدعاء لي

الى طريقي الى الجنة قررة عيني و أمي الحبيبة أطال الله عمرك

الى سندي في الحياة الى من كانوا بوقت ضعفي قوتي زوجاتي العزيزة

اختارهم الله لثمد العضد الى أبنائي كل واحد باسمه

الى كل من ساندني و لو بكلمة و أعطاني دفعة الى الامام

الى كل من علمني حرفًا في كل مراحل دراستي الى كل أساتذتي الافاضل

عماري عمر

فهرس المحتوى

الصفحة	العنوان
	الشكر
	اهداء
	قائمة الجداول والاشكال
أ	مقدمة عامة
01	الفصل الأول :مدخل صناعة السياحة
02	تمهيد
03	المبحث الأول :مفاهيم عامة حول السياحة وأنواعها
03	المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة وعوامل تطورها
07	المطلب الثاني : تعريف السياحة وخصائصها
10	المطلب الثالث : أنواع السياحة
12	المبحث الثاني : أسس السياحة
12	المطلب الأول :أثار السياحة
14	المطلب الثاني : الطلب السياحي
17	المطلب الثالث : العرض السياحي
19	المبحث الثالث :مكانة السياحة في الاقتصاد
20	المطلب الأول: أهمية السياحة
21	المطلب الثاني: أثار السياحة على ميزان المدفوعات
23	المطلب الثالث: دور السياحة في خلق فرص العمل

25	خلاصة
26	الفصل الثاني: السياحة ومكانتها في الاقتصاد الوطني
27	تمهيد
28	المبحث الأول: خصائص الاقتصاد الجزائري
28	المطلب الأول: هيكل الاقتصاد الجزائري للفترة 1963 - 1999
29	المطلب الثاني: سياسة الإنعاش الاقتصادي 2001 إلى 2014
32	المطلب الثالث: تقييم واقع برنامج الإنعاش الاقتصادي
34	المبحث الثاني: تطور السياسات السياحية في الجزائر قبل 2008
34	المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر
37	المطلب الثاني: السياسة السياحية من 1962 إلى غاية 1989
39	المطلب الثالث: السياسة السياحية منذ 1990 إلى غاية 2007
41	المبحث الثالث: عراقيل صناعة السياحة في الجزائر
42	المطلب الأول: المعوقات المرتبطة بالسياسات التنموية لقطاع السياحة
44	المطلب الثاني: المشاكل الخاصة بغياب الثقافة السياحية وتحسيس الأطراف الفاعلة في صناعة السياحة
47	المطلب الثالث: غياب الأمن السياحي
48	خلاصة
49	الفصل الثالث: دراسة تطبيقية
50	تمهيد
51	المبحث الأول: نبذة حول مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

51	المطلب الأول : نشأة و تعريف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم
52	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم
54	المطلب الثالث : مهام ونشاطات المديرية
56	المبحث الثاني : الرؤية الاستراتيجية لصناعة السياحة في الجزائر
56	المطلب الأول : مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر
59	المطلب الثاني : مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر
61	المطلب الثالث : تطور الطلب السياحي الجزائر
63	المطلب الرابع : دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم
70	خلاصة
71	خاتمة عامة
73	ملخص
75	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الاشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
52	الهيكل التنظيمي للمديرية	الشكل رقم (01)

قائمة الجدول

الصفحة	العنوان	الرقم
21	يبين الميزان السياحي	الجدول رقم (01)
58	المعالم الاثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونيسكو	الجدول رقم (02)
60	تطور وضعية المشاريع السياحية في الجزائر خلال الفترة (2013-2023)	الجدول رقم (03)
61	تطور عدد السياح الوافدين الى الجزائر خلال الفترة (2013 – 2023)	الجدول رقم (04)

مقدمة

تعد صناعة السياحة من أهم التوجهات الحديثة في العالم باعتبارها أحد أبرز القطاعات الخدمية التي تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصادات الحديثة والتي تقوم بتنشيط كثير من القطاعات المساندة مثل قطاع النقل، الاتصالات والصناعات التقليدية، وهي من النشاطات الاجتماعية و الاقتصادية التي لها القدرة على استيعاب أعداد كبيرة من الأيدي العاملة في معظم الدول السياحية، كما ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بتوفير المنتجات والخدمات للسياح. وعلى مدى العقود الأخيرة يشهد النشاط السياحي الدولي نموا كبيرا ومستمرًا سواء من حيث عدد السياح الوافدين أو الإيرادات السياحية التي تحتل مكانا متقدما في قائمة الموارد الاقتصادية العالمية خاصة بالنسبة لدول أوروبا التي تعتبر وجهة سياحية عالمية، وعلى غرار الكثير من دول العالم التي تهتم بالقطاع السياحي تم إيلاء اهتمام كبير من قبل الدول النامية لتنمية السياحة حيث وضعت في جدول أعمالها في العديد من المؤتمرات الدولية التي عقدت حول التنمية الاقتصادية واستدامتها، والجزائر من بين الدول التي تراهن على القطاع السياحي لتنويع مصادر دخلها، خاصة في ظل التوترات التي يشهدها قطاع المحروقات مؤخرا، حيث سطرت عدة برامج لتنمية القطاع السياحي في الجزائر آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر لأفاق 2030 ، ولكن عدم استقرار القطاع خاصة من حيث الوزارة الوصية عليه التي شهدت وزارات متعاقبة في فترات قصيرة، مع عدم استفادته من الاعتمادات المالية اللازمة، تجعل من القطاع السياحي قطاعا جانبيا لا يساهم في التوازنات الاقتصادية الكبرى للبلاد، بالرغم من كل المؤهلات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر باختلاف أنواعها خاصة المنتج الصحراوي الذي يعتبر مقصدا جاذبا للسياح الأجانب والذي يمكن أن يدر للجزائر عملة صعبة معتبرة. وفي ضوء ما سبق نحاول من خلال هذه الدراسة معالجة الإشكالية التالية:

إشكالية الدراسة:

وبناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

- ما هو الدور الذي تلعبه صناعة السياحة في انعاش الاقتصاد الوطني؟

الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما مفهوم السياحة و ما مكانتها الدولية ؟
- 2- ما هي أهمية السياحة في الاقتصاد الوطني؟
- 3- ما هي الاستراتيجيات المتبعة لتنمية القطاع السياحي في الجزائر ؟

الفرضيات:

للإجابة على التساؤلات المطروحة اعتمدنا على الفرضيات التالية:

- 1- يمكن أن يكون لصناعة السياحة مساهمة فعالة في النهوض بالاقتصاد الوطني
- 2- قد يكون لصناعة السياحة دور ريادي في التنمية الاقتصادية الوطنية .

أهمية الدراسة:

- إبراز اهم المقدرات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر من مقدرات مادية و غير مادية
- رصد حركة السياحة الوافدة الى الجزائر ، و مدى تأثير خروج الجزائريين الى الخارج على فعالية القطاع السياحي في الجزائر
- اظهار مدى مساهمة الإيرادات السياحية في دعم الاقتصاد في الجزائر

أسباب اختيار الموضوع:

- يمثل موضوع الدراسة جزء من التخصص الذي نزاول دراستنا فيه و نامل ان نضيف الى هذا المجال معلومات جديدة تدعم البحث الجامعي .
- ميولنا و رغبتنا في معرفة صناعة السياحة و دورها في انعاش الاقتصاد في البلاد .

صعوبات الدراسة :

- من بين المشاكل والصعوبات التي تعرضنا لها أثناء إنجاز هذا البحث:
- صعوبات الحصول على المعلومات نظرا لكون الموضوع قليل الدراسات .

هيكل الدراسة:

بغرض الإجابة على الإشكالية والتأكد من صحة الفرضيات السابقة قمنا بتقسيم البحث الى ثلاث فصول حيث يتناول في:

- الفصل الأول:مدخل لصناعة السياحة
- الفصل الثاني : السياحة ومكانتها في الاقتصاد الوطني
- الفصل الثالث:دراسة تطبيقية

الفصل الاول : مدخل لصناعة

السياحية

تمهيد:

اليوم، أصبحت السياحة واحدة من أهم الصناعات في العالم، حيث اكتسبت أهمية كبيرة كمحرك رئيسي للتنمية الاقتصادية. تؤثر السياحة بشكل كبير على الاقتصاد بشكل مشابه لباقي القطاعات، حيث تعتبر مصدرا للنمو والثراء، وتجلب العملة الصعبة من خلال استقبال السياح. العديد من الدول، خاصة التي لا تعتمد على النفط، اعتمدت السياحة كجزء أساسي من اقتصادها الوطني، وأصبح الناتج المحلي الإجمالي يعتمد بشكل كبير على إيرادات السياحة لتمويل الخزينة العامة. يلاحظ أيضا زيادة اهتمام الدول المتقدمة والنامية بالسياحة في الأدبيات الحديثة، حيث أصبحت تعتبر فرعاً مهماً يجذب الاهتمام.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة وأنواعها

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

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة وعوامل تطورها

أولا: التطور التاريخي للسياحة

ظهرت السياحة في العصور القديمة في ظل عدم وجود حدود إقليمية وعقبات مثل التذاكر كما هو الحال في العصر الحالي. كانت بسيطة وبدائية في طبيعتها، حيث كانت ترتبط بالتنقل والبحث عن الغذاء والمأوى والهروب من المخاطر. مع تطور الزراعة، اتجه الناس نحو الاستقرار بالقرب من المياه ومصادرها. لكن مع ظهور التجمعات والحرف مثل الصيد وتربية الحيوانات والصناعات، عاد الاهتمام بالتنقل بحثا عن حياة أفضل وراحة ومتعة، مما أدى إلى تطور مفهوم السياحة كظاهرة اجتماعية واقتصادية ذات أبعاد متعددة. في العديد من الدول، أصبحت السياحة صناعة تمتلك أسسا وقواعدا متينة، حيث اهتم بها المتخصصون عبر العصور، ويمكن تمييز أربع مراحل رئيسية في تطورها.

المرحلة الأولى: الحضارات القديمة منذ نشأة البشرية، كانت الرغبة في التطلع نحو الأفضل جزءا من حياتها. كان التنقل بين المواقع جزءا أساسيا من الحياة، دون وجود قوانين تنظم التصرفات، سواء كانت طبيعية أو اجتماعية. لم تكن وسائل النقل متاحة ولم يكن الوقت له الأهمية التي يحظى بها اليوم. في هذا السياق، كان الفينيقيون يبرعون في التجارة والتنقل، مما جعلهم يمتازون بالروح المغامرة والاهتمام بالبحريات¹.

بالمثل، كان الإغريق مهتمين بالرحلات السياحية. فعندما كانت تقام الألعاب الأولمبية في منطقة جيل أولمبيا اعتبارًا من عام 776 قبل الميلاد، كانت تجذب جماعات من الإغريق القدماء والسكان المجاورين للاستمتاع بالمنافسات. كما كان الناس يترددون على المسارح للاستمتاع بالترفيه والتسلية.

المرحلة الثانية: تمتد هذه المرحلة من القرن الخامس إلى نهاية القرن الخامس عشر، وقد اتسمت هذه المرحلة بنشاط و تعدد الرحلات التي قام بها الأوروبيون والعرب، وكانت ذات طابع ديني إذ كثر السفر إلى المعابد المسيحية لتتجاوز في المرحلة الثانية حدود القارات نحو الأماكن المقدسة. حين اتسعت دائرة رحلات العرب بعد انتشار الإسلام وامتداد الدولة الإسلامية خلال القرن الثامن ميلادي بين شبه القارة الهندية وفي شرق وشمال إفريقيا

¹- ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008 ، ص 14 - 19 .

وجنوب أوروبا، احتوت العديد من الدول الإسلامية على العديد من المدن المتطورة في أوروبا واسيا كبغداد والأندلس وكانت التجارة مزدهرة بها كما كانت مركزا للحياة الثقافية والحضارية كما احتوت العديد من الدول الإسلامية على إقامات للزلاء وللزبائن وتوفير الراحة لهم فكثرت الفنادق والنزل والحمامات، من أهمها القاهرة والإسكندرية وبغداد والبصرة ودمشق وحمص وتونس وسمرقند والأندلس، كما اتسمت هذه المرحلة بانعدام القوانين والقيود المنظمة للتنقل¹.

المرحلة الثالثة: في الفترة الممتدة بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر الميلادي، شهدت العالم مرحلة من الاكتشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة في الرحلات والتنقلات نحو إفريقيا. تميزت هذه الفترة بتقدم وتطور وسائل النقل، حيث ساعد ظهور البواخر والسيارات والسكك الحديدية على جعل السفر أكثر راحة وأمانا.

كان الأفراد يتوجهون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لاستكشاف الآثار والمراكز الثقافية، وكان هذا المجال مقتصرًا في الأساس على الطبقة الثرية من المجتمع، حيث ازداد عدد السياح الأثرياء خلال القرون السابعة عشر والثامن عشر. خضعت السفر في هذه الفترة لبعض القيود والتنظيمات مثل جوازات السفر والتأشيرات، نتيجة لظهور دول متنوعة من حيث النظم السياسية والدينية، مما أدى إلى تشديد التشريعات والتعرف على أهمية السياحة².

المرحلة الرابعة: تشهد بداية القرن العشرين بداية جديدة لتطور السياحة، ويعزى هذا التحول إلى الأوضاع التي شهدتها العالم بعد الحرب العالمية الثانية. في هذه الفترة، برزت العديد من المنظمات الدولية مثل المنظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة، و أضحى السياحة تجربة ذات أهمية متزايدة على الصعيدين الاقتصادي والثقافي.

يعتبر القرن العشرين فترة ذهبية للسياحة لعدة أسباب، من أبرزها:

- التطور والتقدم في وسائل النقل المختلفة البرية والبحرية وكذلك الجوية .
- تطور وسائل الإعلام والاتصال (المرئية والسمعية والمقروءة) .
- تحسن الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية .
- تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية .
- اهتمام الدول بالسياحة والحرص على تنميتها وتطويرها .

¹- خالد كواش ، السياحة – مفهومه – أركانها – أنواعها ، دارالتنوير ، الجزائر ، 2007 ، ص 9 - 10.

²- خالد كواش ، نفس المرجع ، ص 19- 10 .

كما شهدت هذه المرحلة المعاصرة ظهور ظواهر سياحية ومن أهمها¹:

- ظهور الرحلة السياحية والاجتماعية الرخيصة .

- انتشار فكرة المنتجعات السياحية .

- ظهور المخيمات السياحية منخفضة التكاليف .

- ظهور القرى السياحية .

- تزايد الأفواج السياحية المتجهة إلى المناطق التي تزخر بالآثار والمباني التاريخية والقصور المتميزة وكل هذه العوامل من شأنها أن تضاعف من حجم الحركة السياحية العالمية و حجم التدفقات النقدية الناتجة عن السياحة، لذلك تعد السياحة من اكبر عناصر التجارة الدولية واهم الصناعات العالمية نموا فأصبح يطلق على هذا القرن (بقرن السياحة) .

ثانيا: عوامل تطور السياحة

يتأثر تطور السياحة بعدة عوامل تسهم في تعزيزها في مناطق معينة أو دول محددة. تشمل هذه العوامل²:

1- العوامل العامة:

- وجود وقت الفراغ: لا يمكن للناس أن يمارسوا السياحة إذا لم يتوفر وقت الفراغ الكافي لذلك وهو شرط ضروري ومهم لقيام السياحة .

-الحالة الاقتصادية للدولة: تعتبر السياحة قبل كل شيء خدمة استهلاكية وحتى يتحقق الاستهلاك السياحي من الضروري مسبقا تأمين الأموال اللازمة لهذا الاستهلاك لجزء أكبر من السكان .

- المستوى الثقافي والمادي العالي للشعب: يعتبر الدخل دليل مهم وعامل مادي للقيام بالعملية السياحية بعد أن يتمتع الفرد بوقت الفراغ الكافي .

-المواصلات المتطورة: هذه الوسائل من الظروف المادية الأولية اللازمة لتطور السياحة المعاصرة والتطور العلمي لوسائل النقل .

- الوضع السياسي المستقر: ففي الدول التي يكون فيها الوضع السياسي مستقرا فإن السياح الأجانب والسياح المحليين يشعرون بالهدوء والأمن على حياتهم لهذا يفضلونها على غيرها من الدول .

¹- احمد الجلاذ ، الجغرافيا السياحية ، عالم الكتب ، مصر ، 1998 ، ص 93.

²- احمد الجلاذ ، مرجع سابق ، ص 93.

2- العوامل الخاصة :

تؤثر الظروف المحلية بشكل كبير على تطور السياحة، ولكن ليس في جميع الدول بل في بعضها أو بعض المناطق. من بين الظروف والعوامل الهامة التي تلعب دوراً بارزاً في هذا السياق، نجد¹:

- الموقع الجغرافي: وهو عبارة شاملة تضم الشكل الجغرافي للمنطقة من حيث التضاريس، المناخ، الثروة الحيوانية، الثروة النباتية ووجود الينابيع المعدنية .

- المواقع الثقافية والأثرية المهمة: للمواقع الأثرية والثقافية، حيث يوجد لهذه الأخيرة تأثير كبير على تطور السياحة في مقاطعة أو دولة ما، حيث تعتبر هذه المواقع نقطة جذب قوية للسياح وخاصة الذين لديهم حب المعرفة والاطلاع .

- الجاهزية لاستقبال السياح: تتطلب الجاهزية ثلاث أنواع من المعطيات، هي المعطيات التنظيمية والتقنية والاقتصادية، وتؤمن هذه الأخيرة عند تكاملها مع بعضها البعض الظروف الملائمة لاستقبال وتأمين المبيت وتقديم الخدمات ذات جودة للسياح.

- واقع البنية التحتية للسياحة: للبنية التحتية للسياحة دورا مهما عند إنتاج وتسويق المنتجات والخدمات السياحية، علما بأن الاستغلال الأمثل للثروات السياحية وتلبية حاجات السياح المختلفة تمثل بعض العناصر المهمة في تكوين البنية التحتية للاقتصاد الوطني، كما أن هدف استخدام البنية التحتية للسياحة هو إنتاج وتصريف الخدمات والبضائع السياحية .

وتتمثل البنية التحتية للسياحة في مجموعة من الأعمال التي بمساعدتها تنتج الخدمات والبضائع وتوفر الظروف لتلبية الحاجات الاستهلاكية للسياح بجميع أنواعهم ، وتتميز البنية التحتية للسياحة بخصائص كثيرة ينبع جزء منها من طبيعة العملية السياحية ويرتبط الجزء الثاني الآخر بجوانب الطلب السياحي المختلفة .

- تركيبة البنية التحتية للسياحية : يمكن تصنيف العلاقة التي تفرضها العمليات الوظيفية لعناصر البنية التحتية للسياحة في مجموعتين أساسيتين هما أساليب العمل ومواد العمل ، وتمتاز أساليب العمل في السياحة بمشاركة قليلة لأدوات العمل من آلات وتجهيزات وغيرها وتأخذ مكاناً محدداً أثناء إنتاج وتقديم البضائع والخدمات السياحية، وتضم مواد العمل الأولية ونصف الجاهزة .

1- خالد كواش ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، دار التنوير ، الجزائر ، 2007 ، ص 24.

المطلب الثاني: تعريف السياحة وخصائصها

هناك عدة مفاهيم مختلفة اختارها علماء الاقتصاد والسياحة لتكون منطلقا لمعنى السياحة ومحاولة للإجماع حول مفهوم شامل وموحد للسياحة.

أولا: مفهوم السياحة

1- تعاريف للسياحة:

تعددت تعاريف السياحة ومنها :

تعنى كلمة السياحة "التجوال وعبارة "ساح في الأرض" تعنى ذهب وسار على وجه الأرض .

كما تم تعريف السياحة حسب قاموس (Larousse) الفرنسي: "هي عملية السفر قصد الترفيه عن النفس" ¹.

والسائح هو الشخص الذي يسافر لتحقيق رغبته المعنوية والمادية .

ويعرفها (Hunsiker Krefet) كما يلي: هي "مجموعة العلاقات والأعمال التي تكونت بسبب التنقل وإقامة الأفراد

خارج مقرات سكنتهم المعتادة حيث أن هذا التنقل لا يدخل في إطار النشاط الإنساني المريح" ².

ويرى (Michaud.L.) على أن "السياحة تضم مجموعة نشاطات إنتاج واستهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها خارج

مقر السكن اليومي ليلة على الأقل حيث سبب الخروج هو التسلية، الأعمال، الصحة، اجتماعات مهنية، رياضية

أو دينية .

أما تعريف المنظمة العالمية للسياحة (OMT): هي أنشطة الأشخاص الزائرين مكانا غير مكان إقامتهم لمدة لا تزيد

عن سنة كاملة لغرض الترويح أو الأعمال أو أغراض أخرى" ³.

وحسب المنظمة فإن كلمة السياحة تحتوى على مفهوم الزائر وهو:

هو كل شخص يزور بلد آخر غير البلد الأصلي أو البلد المعهود الإقامة فيه لجميع الأسباب بخلاف الوظائف

المأجورة التي يتلقى عليها أجرا داخل البلد المزار ويقوم فيه 24 ساعة على الأقل .

¹- خالد كواش ، مرجع سابق ، ص25.

²- احمد عبد السميع علام ، علم الاقتصاد السياحي ، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ، مصر ، 2008 ، ص 22-23.

³- احمد عبد السميع علام ، مرجع سابق ، ص 22-23 .

ثانياً: تعريف السائح

اهتمام خبراء السياحة بتعريف مفهوم السائح يعكس أهمية هذا العنصر في تحديد طبيعة السياحة نفسها، حيث يعتبر السائح الركيزة الأساسية التي يقوم عليها هذا القطاع. فبدون وجود تعريف واضح للسائح، لا يمكن التحدث عن وجود السياحة بمعناها الحقيقي.

في البداية، قامت عصبة الأمم في عام 1937 بتعريف السائح كأى شخص يسافر من أجل المتعة، أو لأسباب صحية، أو أسباب خاصة، بالإضافة إلى أولئك الذين يسافرون لحضور اجتماعات علمية، إدارية، سياسية، أو رياضية، وحتى المسافرين في رحلات بحرية، حتى لو كانوا يقضون وقتاً أقل من 24 ساعة في الميناء.

لقد أعيد تعريف السائح خلال المؤتمر الدولي للسياحة سنة 1969 فقد أعتبر السائح كل شخص يزور بلد غير البلد الذي يقيم فيه على وجه الاعتياد لأي سبب من الأسباب من غير قبول وظيفة بأجرة في الدولة التي يزورها ويشمل السياح الذين يمكنون مدة أكثر من 24 ساعة في البلد محل السياحة .

و يعرف أيضاً : يشمل المتزهين أو الزائرين المؤقتين الذين يمكنون أقل من 24 ساعة في البلد محل السياحة ويشمل هؤلاء ركاب الرحلات البحرية¹.

وعرف المجلس الاقتصادي التابع لهيئة الأمم المتحدة السائح على أنه "كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد خلال فترة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن عام".

وبصفة شاملة يمكن أن نعرف السائح على أنه كل شخص يسافر خارج محل إقامته الأصلية لأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وأن تقل عن ذلك، فهو يعتبر قاصد للترهة ، ويمكن أن نعرف المسافر لغرضين²:

- السياح الذين يقصدون بلادا أو مدنا لأكثر من 24 ساعة وللأغراض التالية: ترفيهية، التمتع، الرحلة، عطلة، صحة، دين، رياضة، ثقافة، تاريخ، اجتماعات أعمال، مؤتمرات، ثقافة، فن.... الخ .

- المتزهون: الذين يزورون مناطق لأقل من 24 ساعة وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السياح .والأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم: أعضاء الهيئات الدبلوماسية، أفراد القوات المسلحة الأجنبية .

¹- نبيل الزوبي ، اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، مصر ، 1998 ، ص 12.
²- اسية محمد ايمام الانصاري ، إبراهيم خالد عواد ، إدارة المنشآت السياحية ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002 ، ص 26.

ثالثاً: خصائص السياحة

يمكن إجمال أهم الخصائص المتعلقة بصناعة السياحة فيما يلي¹:

- السياحة تعتبر صادرات غير مادية، حيث لا يمكن نقل المنتج من مكان إنتاجه إلى مكان آخر، وهي واحدة من الصناعات القليلة التي يتحمل فيها المستهلك مسؤولية الحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه.

- يتنوع أنواع السياحة وأغراضها، مما يؤدي إلى تنوع وتباين الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها.

- السياحة تعني المرونة في السعر والدخل، حيث يتأثر قرار السائح بالتغيرات البسيطة في السعر أكثر من التغيرات في الدخل، نتيجة لتأثير التغيرات في السعر بشكل أسرع وأقوى من التغيرات في الدخل، ويتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية والتقدم التكنولوجي والتقلبات الاقتصادية والعوامل الثقافية والسياسية.

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطه بالعديد من الأنشطة الاقتصادية حيث تعتبر السياحة نشاطاً مركباً من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تؤثر فيها وتتأثر بها ومن هنا تأتي أهمية التعامل مع السياحة بالتخطيط العلمي حيث أن التنمية السياحية تقوم على أساس هام وهو أن الخطة السياحية يجب أن تكون جزءاً لا يتجزأ من الخطة الوطنية الشاملة.

- إن السوق السياحي لا يمثل وحدة متجانسة بل يمثل فكرة مرئية تتكون من عدة أسواق جزئية أو فرعية لأنه من أكبر الأخطاء التي يمكن أن يرتكبها جهاز السياحة الرسمي في أي دولة هو التعامل مع السوق السياحي كوحدة واحدة وبالتالي يحاول إرضاء جميع السائحين بمنتج سياحي واحد، فالسوق السياحي الجغرافي سواء كان دولة مصدرة للسائحين أو جزءاً من دولة أو منطقة مكونة من عدة دول تتكون من عدة أسواق تعرف باسم شرائح السوق وهي مجموعة من المستهلكين ذات خصائص سلوكية متماثلة ويعنى ذلك أن مجموع المستهلكين المتماثلين المكونين لشريحة السوق تتميز بعادات شرائية متماثلة أو متشابهة.

- إن السياحة تعد نشاطاً اقتصادياً متزايداً أو ذو طبيعة متضاعفة وبشكل اضطراري وبصفة خاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي وهذا يرجع إلى أن السائحين يقدمون على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى العملات المحلية في الدول المضيفة لهم من أجل تسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجون إليها أثناء فترة الإقامة من إيواء ومأكل ومشرب ومصاريف انتقال أو دخول المزارات السياحية والترفيه إضافة إلى مشتريات السائح من هدايا لدى عودته.

¹- عصام حسين الصعدي ، نظام المعلومات السياحية ، دار الزاوية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011 ، ص 129.

المطلب الثالث : أنواع السياحة

تتميز السياحة الحالية بكثرة أنواعها وأشكالها ويمكن تقسيمها إلى عدة أنواع¹:

أولاً: السياحة حسب الهدف

- السياحة العلاجية: وتكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسدي والنفسي وأمراض أخرى .
- السياحة الترفيهية: تكمن فيها الحاجة للراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد .
- السياحة الرياضية: وتنقسم إلى نوعين سالبة وموجبة والسياحة الرياضية الموجبة .
- السياحة الثقافية: وتهدف لزيادة المعرفة لدى الشخص بحاجاته الثقافية للمناطق والدول غير المعروفة له .
- السياحة الرسمية السياسية: وتكون عندما يسافر أعضاء الوفود أو أشخاص معينين من أجل المشاركة في محادثات رسمية أو من أجل المشاركة في احتفالات دولية معينة .
- السياحة الدينية: وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية .
- السياحة الاجتماعية: تكون هذه السياحة للمحافظة على بقاء العلاقات الاجتماعية بين الأسر والأفراد .

ثانياً: حسب وسائل المواصلات

تقسم السياحة حسب وسائل المواصلات المستخدمة إلى عدة أنواع هي:

- السياحة بواسطة القطارات: ظهرت في ن ق19، وتعتبر وسائل النقل التي تطورت بسرعة وبقليلة الثمن ومريحة.
- السياحة بالقوارب: وسيلة مواصلات قديمة حيث منذ القدم يسافرون في الأنهار والبحار لأهداف مختلفة .
- سياحة الدراجات الهوائية: تستخدم للرياضة وللذهاب لمكان العمل، و السياحة أيضا في منطقة مكان السكن .
- سياحة الدراجات النارية: ويمكن تنظيم السفر لمسافات بعيدة ولدول مجاورة بعيدة .
- سياحة المركبات: ويشتمل هذا النوع من السياحة على جميع أنواع المركبات .

¹- سهير محمد حسن ، الابعاد الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة في الدول النامية ، مجلة افاق جديدة ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية ، 1993 ، ص 48.

- سياحة الطائرات : للسفر عدة أفضليات في السياحة الدولية من أبرزها السرعة الهائلة حيث بواسطته يمكن قطع مسافات طويلة في مدة قصيرة جدا إضافة إلى الراحة العالية فيه والتي تلبى جميع رغبات السياح .

ثالثا: حسب أماكن الإقامة

تقسم السياحة حسب أماكن الإقامة إلى الأنواع التالية¹:

- السياحة في الفنادق : وتستخدم للنوم وللإقامة، و أكثر الأنواع شعبية وهو مفضل ويقدم خدمات سياحية.
- السياحة في الموتيلات : والموتيل يمثل فندق للسياح الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر .
- القرى السياحية: ظهرت القرى السياحية بداية في فرنسا والنمسا بعد الحرب العالمية الثانية وكانت مخصصة وبنيت فيها المرافق السياحية الحديثة.
- السياحة في البانسيونات : وتعتبر فنادق صغيرة ومعظم أصحابها ورثوها عن أجدادهم .
- المخيمات السياحية : وهو مخصص للذين يحبون الاقتراب من الطبيعة والابتعاد عن الإزعاج والضجيج .

رابعا: حسب فترة الإقامة

تقسم السياحة حسب فترة الإقامة خارج مكان السكن الأصلي إلى نوعين هما:

- السياحة الطويلة: وعادة ما تكون لمدة أسابيع يتم خلالها زيارة الأماكن التاريخية البعيدة أما من أجل الرفاهية فان مدتها لا تتجاوز أسبوعين وقد تمتد السياحة الثقافية حتى خمس سنوات .
- السياحة القصيرة: تمتد فترتها إلى أقل من أسبوعين وتقسم إلى قسمين هما: سياحة نهاية الأسبوع وسياحة نهائية قصيرة .

خامسا: حسب المكان

وتقسم إلى :

- السياحة الجبلية والمائية : وعادة يكون فصل واحد إلا في بعض الجبال التي يكون لها فصل سياحي شتوي .-
- السياحة القروية : ويفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى لأنها توفر لهم الهدوء والطبيعة الجميلة .

¹- يسرى دعيبس ، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، 2003 ، ص 551.

المبحث الثاني: أسس السياحة

باعتبار السياحة ظاهرة من الظواهر الاجتماعية و الإنسانية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية فهي تخضع لظروف العرض والطلب مثلها مثل أي سلعة من السلع الأخرى، فالطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين باعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب .

المطلب الأول: آثار السياحة

في الوقت الحالي، تسعى معظم دول العالم إلى تعزيز وتطوير القطاع السياحي نظرا للآثار الإيجابية التي يمكن أن يكون لها على الاقتصاد والمجتمع والثقافة. ومع ذلك، ليست للسياحة آثار إيجابية فقط، بل قد تترتب عنها آثار سلبية في حالة عدم احترام مبادئ التنمية السياحية المستدامة. لذلك، من الضروري النظر في الجوانب الإيجابية والسلبية للسياحة واتخاذ التدابير اللازمة لضمان استدامة هذا القطاع.

أولاً: الآثار الإيجابية

من الآثار الإيجابية للسياحة التي تعود على المجتمع بفائدة كبيرة يمكن أن نذكر منها مايلي¹:

- تشجيع النشاطات الاقتصادية الأخرى يأتي نتيجة زيادة تدفق السياح، خاصة السياح الأجانب، مما يعزز الاقتصاد المحلي.
- الحصول على موارد مالية بالعملات الصعبة يعود للسياحة كواحدة من أهم القطاعات المصدرة للخدمات، مما يجعلها تصنف ضمن الصادرات غير المتوقعة في الميزان التجاري.
- إنشاء وظائف جديدة يعزز القطاع السياحي العنصر البشري، وهو عكس معظم القطاعات الأخرى التي تتجه نحو الآلات والتكنولوجيا، مما يساهم في توزيع الدخل بين الطبقات الاجتماعية وبين المناطق الحضرية والريفية.
- تحقيق التوازن الاقتصادي بين المناطق يتم عبر استثمار مشاريع سياحية في المناطق التي تعاني من الإهمال التنموي، مما يعزز جاذبيتها السياحية ويعيد توزيع الثروة الوطنية.
- تعزيز التراث الوطني والحفاظ على الثقافات المحلية يتم عبر تقديم العروض الفنية مثل الفلكلور للسياح، وزيادة المتاحف والمعالم التاريخية، وتعريف الزوار بتقاليد الشعوب المحلية.
- السياحة عامل لتقريب الشعوب واحتكاك الحضارات ونشر السلم وترقية المبادلات بين الشعوب .

¹- صالح موهوب ، تشخيص واقع السياحة في الجزائر و اقتراح سبيل تطويرها ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2007 ، ص 43.

- تميم المناطق من جراء أعمال التهيئة السياحية وما ترتب عنها من عمليات فك العزلة وإنجاز المنشآت القاعدية كالفنادق و القرى السياحية وشق الطرقات والكهرباء والغاز وصرف المياه وخلق حركة اقتصادية واجتماعية وثقافية .

- تجديد قوى العمل وجعلها أكثر إنتاجية وفعالية نتيجة لما توفره السياحة من راحة واستجمام .

ثانيا : الآثار السلبية

من الآثار السلبية للسياحة التي تعود على المجتمع بفائدة كبيرة يمكن أن نذكر منها مايلي¹:

- التحولات الاجتماعية نتيجة النشاط السياحي تتضح في استجابة المناطق السياحية لاحتياجات وتطلعات السياح، مما يؤدي إلى إعادة تشكيل القيم والتقاليد المحلية. على سبيل المثال، قد يتطلب استقبال السياح تعمير المناطق وتطويرها بشكل يتناسب مع احتياجات السياح، مما يؤدي إلى ظهور قيم جديدة وتطورات اجتماعية غير مألوفة للسكان المحليين.

- انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي يمكن أن يكون نتيجة للضغوط الاقتصادية التي تفرضها السياحة على بعض الدول. في الظروف التي يعاني فيها السكان المحليون من انخفاض مستويات المعيشة، قد يكون هناك توجه لتحقيق مكاسب مالية سريعة بوسائل غير مشروعة، مما يؤدي إلى زيادة الفساد والتدهور الاجتماعي.

- التصادم الثقافي يمكن أن يحدث نتيجة للاختلافات الثقافية بين السياح والمجتمعات المحلية في المناطق السياحية. يمكن أن يتسبب هذا التصادم في صراعات بين الأفكار والأساليب المحلية وتلك التي يتم نقلها من الثقافات الخارجية، مما يؤدي إلى توترات اجتماعية.

- تسرب المقتنيات الأثرية والتاريخية المهمة يشكل تهديداً للتراث الثقافي في المناطق السياحية، حيث يمكن أن يتم نهب المواقع الأثرية وسرقة الآثار المهمة بغرض بيعها في السوق السوداء، مما يؤدي إلى فقدان جزء من الهوية الثقافية لتلك المناطق.

5- الأزمات المرورية وانتشار الأمراض تعتبر أثراً سلبياً أخرى للسياحة، حيث يمكن أن يؤدي الازدحام المروري في المناطق السياحية إلى زيادة انتشار الأمراض والأوبئة، مما يهدد صحة السكان المحليين والسياح على حد سواء.

¹- صالح موهوب ، مرجع سابق ، ص 43.

المطلب الثاني: الطلب السياحي

أولاً: مفهوم الطلب السياحي وأنواعه

1- مفهوم الطلب السياحي :

الطلب السياحي يمثل استجابة السياح لشراء منتجات سياحية محددة أو لزيارة مناطق سياحية معينة، ويتأثر هذا الطلب بمجموعة معقدة من العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية. يمكن تصور الطلب السياحي كمزيج متنوع من الدوافع والرغبات والقدرات والميول والاحتياجات الشخصية التي تؤثر في قرارات المستهلكين السياح.

من ناحية أخرى، يمكن تعريف الطلب السياحي كسوق متوقع يهدف إلى تحفيز النشاط السياحي في جميع أنحاء العالم، حيث تسعى الدول السياحية إلى جذب أكبر عدد ممكن من الزوار من خلال تقديم تجارب سياحية مثيرة ومتنوعة. تهدف هذه الدول إلى تنشيط الحركة السياحية وزيادة الاقتصاد السياحي من خلال تنفيذ استراتيجيات التسويق والترويج لمزاياها الفريدة والمميزة.

2- أنواع الطلب السياحي :

يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي¹:

- الطلب السياحي العام:

هذا النوع من الطلب السياحي يشير إلى الطلب الشامل على الخدمات السياحية بصورتها العامة، بغض النظر عن التفاصيل الزمنية أو النوعية أو المدة. يتعلق هذا النوع من الطلب بالنشاط السياحي بشكل عام، دون التركيز على نوع معين من السياحة أو برنامج سياحي محدد.

- الطلب السياحي الخاص :

يرتبط هذا النوع من الطلب السياحي ببرنامج معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن الطلب على برنامج معين يعتبر طلباً خاصاً بسائح ما أو مجموعة من السياح وليس كل السياح .

¹- صبري عبد السميع ، التسويق السياحي و الفندقى ، منشورات المنظمة العربية للتنمية و الإدارة ، مصر ، 2006 ، ص 102.

- الطلب السياحي المشتق:

هذا النوع من الطلب يتعلق بالخدمات السياحية المكتملة أو الضرورية لتنفيذ البرنامج السياحي، مثل الحجوزات في الفنادق، وشركات الطيران، وشركات النقل السياحي، والوكالات السياحية. وتسعى الدول عمومًا إلى تحفيز هذا النوع من الطلب وتحويله إلى طلب عام من خلال توفير مجموعة متنوعة من البرامج السياحية بأسعار وخيارات متعددة.

ومن جهة أخرى يمكن التفرقة بين نوعين من الطلب السياحي¹:

- الطلب السياحي الحالي :

هذا النوع من الطلب يعبر عن رغبة صريحة من السائحين في تلبية احتياجاتهم السياحية، ويتأثر بعوامل مثل الوقت المتاح للسفر، والقدرة المالية، والظروف الشخصية والمحفزة التي تشجعهم على السفر وتحفزهم لتنفيذ الرحلة السياحية. يمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الذين يمتلكون القدرة المالية والاستعداد للسفر إلى الوجهة المعنية خلال فترة زمنية محددة.

-الطلب السياحي الكامن:

وهو طلب ينقصه أحد عناصره الأساسية، بمعنى أن لا تتوفر لدى السائح أحد هذه العناصر :

- عدم القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي .

- عدم الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي .

- عدم توفر الظروف المناسبة والمحفزة.

- عدم حصول السواح على المعلومات المناسبة .

- ضعف وسائل الإعلام والإعلان والترويج .

باستخدام استراتيجيات متنوعة ومتكاملة، يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب فعّال وملمووس. يشمل ذلك تنوع البرامج السياحية لتناسب احتياجات مختلف فئات السياح، ووضع خطط تسعير ملائمة، وتوفير معلومات وتثقيف شامل للسياح، بالإضافة إلى زيادة جهود الإعلان والترويج.

¹- كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2004 ، ص 70.

ثانيا: خصائص الطلب السياحي

يتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص التي تميزه بشكل خاص ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي¹:

- الحساسية :

وتعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسائحين، لأنه إذا واجهت هذه الدول مشكلات اقتصادية حادة كانهيار النظام الاقتصادي بها وتدهوره، أو مشكلات اجتماعية كحدوث مجاعات أو كوارث طبيعية كالبراكين وغيرها فإنه سيؤدي إلى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانسحابه منها وانخفاضه بشكل مفاجئ وملحوظ لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والثقافة والهدوء.

-المرونة:

المرونة في الطلب السياحي تعبر عن القدرة على التكيف والتغيير في استجابة للظروف المتغيرة، سواء كانت اجتماعية، اقتصادية، أو سياسية. فعلى سبيل المثال، يؤثر تغير الأسعار في الخدمات السياحية في الدول المستقبلية للسياح على مدى استعداد السياح للسفر، حيث يمكن أن يزيد انخفاض الأسعار من حجم الطلب على السفر. لذا، يتعين على الدول المستقبلية للسياح دراسة مدى المرونة في الطلب في الدول المصدرة للسياح بهدف فهم كيفية تأثير التغيرات في الأسعار على الطلب السياحي، سواء بزيادة الطلب مع انخفاض الأسعار أو بارتفاعها.

- التوسع :

عمليات التوسع والتغير في الطلب السياحي تعكس تطورات متغيرة في الأنماط الاقتصادية والاجتماعية حول العالم. فعلى الرغم من أن الطلب السياحي يزداد عمومًا مع مرور الوقت، إلا أن هذا الزيادة ليست ثابتة، بل تختلف بين الفترات والبلدان المختلفة، حيث يتأثر الطلب بالعوامل المتعددة في الدول المصدرة والمستقبلية للسياح على حد سواء.

هذه الظاهرة السياحية، التي كانت في الأصل مجرد ظاهرة، تطورت عبر الزمن لتصبح حركة ثقافية واجتماعية، وحتى علما يتمحور حوله قواعد وأسس ونظريات. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت السياحة صناعة مركبة، تتألف من عدة صناعات مترابطة، وتلعب دورا مهما في الاقتصاد العالمي.

¹- كواش خالد ، مرجع سابق ، ص 70.

المطلب الثالث : العرض السياحي

أولاً: مفهوم العرض السياحي وتصنيفه

- مفهوم العرض السياحي :

العرض السياحي يشير إلى مجموعة الخدمات والمنتجات المتاحة للسياح أثناء رحلاتهم وإقامتهم وتنقلاتهم في وجهاتهم السياحية. يتكون هذا العرض من مجموعة متنوعة من المنتجات المادية مثل الإقامة ووسائل النقل، والمنتجات غير المادية مثل الثقافة والعادات والتقاليد، وتهدف هذه المنتجات إلى تلبية احتياجات ورغبات السياح. تتضمن عملية العرض أيضا تحديد الأسعار لهذه الخدمات والمنتجات، وتوفير ما يمكن أن يجذب السياح ويحفزهم على زيارة الوجهات السياحية.

يمكن أيضا تعريف العرض السياحي ككل ما تقدمه الدولة من مرافق وخدمات ومناطق جذب للسياح، بهدف جذب حركة سياحية متنوعة ووافدة من مختلف أنحاء العالم إلى تلك الدولة¹.

- تصنيف العرض السياحي :

صنف العرض السياحي إلى عدة تصنيفات منها :

➤ تصنيف روبرالانكووار:

و الذي صنفه إلى ثلاثة عناصر أساسية :

- التراث السياحي يشمل مجموعة الثروات الطبيعية والثقافية والصناعية والتاريخية التي تجذب السياح للاستمتاع بها واكتشافها.

- التجهيزات السياحية تشمل المرافق الضرورية لراحة واستقبال السياح، مثل وسائل النقل والإقامة والتغذية، بالإضافة إلى التجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية التي تساعد على جذب السياح وتحفزهم على السفر.

- إجراءات الإدارة السياحية تتعلق بتسهيلات دخول وخروج السياح، وتشمل الإجراءات المرتبطة بوسائل النقل التي يستخدمها السائحون للوصول إلى الوجهات المرغوبة فيها.

➤ تصنيف كيربندروف :

حيث صنف العرض السياحي إلى :

¹- صيري عبد السميع ، التسويق السياحي و الفندقى ، مرجع سابق ، ص 134.

- العناصر الطبيعية (المناخ، البيئة، والحالة الجغرافية).

- الأنشطة الإنسانية (اللغة، الدين، العادات والتقاليد، الفلكلور، الثقافة، الفن...الخ).

➤ تصنيف المنظمة العالمية للسياحة :

صنفت المنظمة العالمية للسياحة الخدمات السياحية إلى عدة عناصر هي:

- التراث الطبيعي (المنابر الطبيعية، الجغرافية، الشواطئ، الصحراء، البحار...الخ).

- التراث البشري (المعطيات الديموغرافية، ظروف الحياة، الرأي العام، العادات والتقاليد والمعطيات الثقافية).

- الجوانب التنظيمية والسياسية والقانونية والإدارية للبلد.

- مشاركة الشعب في الحكم وتهيئة وقت العمل وتخطيطه لأوقات العمل والعطل كذلك الترقية، الإشهار والتي تعد جوانب اجتماعية.

- وسائل الخدمات من نقل، إيواء، مطاعم وغيرها.

- الأنشطة الاقتصادية والمالية.

ثانيا: خصائص العرض السياحي

يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدد من الخصائص التي تحدد ملامحه الرئيسية ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي¹:

- قلة المرونة(الجمود) :

تعني قلة مرونة العرض السياحي أن التغييرات في تفضيلات ورغبات المسافرين لا تؤثر بنفس السرعة والسهولة التي نجدها في السلع الأخرى. في السياق السياحي، يكون من الصعب تغيير المكونات الرئيسية مثل المعالم الطبيعية والبنية التحتية الصناعية. لكن فيما يتعلق بالخدمات السياحية، يمكن تطويرها وتعديلها بمرونة لتناسب تفضيلات فئات معينة من السوق، مع الالتزام بالقوانين والتقاليد والعادات المحلية.

¹- صيري عبد السميع ، مرجع سابق ، ص 134.

- استقلال العناصر المكونة له:

يظهر بوضوح أن العناصر المكونة للعرض السياحي متفرقة ومستقلة بشكل كبير، حيث تبدو المقومات الطبيعية متميزة عن المقومات الصناعية والخدمات السياحية. يمكن التمييز بين كل عنصر وتحديد معالمه الرئيسية دون تداخل، على عكس السلع المادية التي تتكامل مكوناتها بشكل كامل مثل السيارات والأثاث والأجهزة الكهربائية.

- استخدامه في أماكن وجوده :

يتميز العرض السياحي بالتنقل الذي يقوم به المسافرون إلى الوجهات التي توفر المنتجات السياحية المناسبة لهم، حيث يستمتعون بالمقومات السياحية المتوفرة في البلد المضيف، ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كوسائل للإقامة والترفيه، وغيرها. وبالتالي، ينتقل المسافرون إلى أماكن الإنتاج السياحي لاستخدام المنتجات المتاحة مقابل الأموال التي يدفعونها. أما في العرض السلعي المادي، فيحدث الانتقال عكسيا، حيث تنتقل السلع إلى المستهلك في موقعه، ويتم نقل ملكيتها وحيازتها إليه. وهذا يشكل الفارق الأساسي بين العرض السياحي والعرض السلعي.

- خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة :

في السوق العالمي للسياحة، حيث يتوافد المسافرون ويتنافس المقدمون، يكتسب التباين في عروض المنتجات السياحية أهمية بارزة. يتميز هذا السوق بتنوع السائحين وكثافتهم، مما يجعل تأثير كل فرد أو شركة بائعة على الأسعار ضئيلا نسبيا. فتحديد الأسعار يتم استنادا إلى طلب الملايين من المسافرين، بينما يأتي العرض من مجموعة كبيرة من مقدمي الخدمات. ونتيجة لذلك، فإن السلعة السياحية تتنافس مع جميع السلع والخدمات الأخرى، بما في ذلك الاحتياجات الأساسية للبشر.

المبحث الثالث : مكانة السياحة في الاقتصاد

إن قطاع السياحة يحمل أهمية استراتيجية على الصعيد العالمي، حيث يعد المصدر الرئيسي للعائدات في العديد من البلدان. فقد تجاوزت إيراداته إيرادات صادرات النفط والمنتجات البترولية، وحتى الصادرات في مجال الإلكترونيات والآلات، بما في ذلك السلع الأخرى. وبالتالي، يسهم القطاع السياحي بشكل كبير في تحسين ميزان المدفوعات للدولة عبر جلب العملة الصعبة وتعزيز الاستقرار الاقتصادي. بالإضافة إلى ذلك، يسهم القطاع السياحي في خلق فرص عمل بشكل واسع .

المطلب الأول: أهمية السياحة

لو لم تكن للسياحة أهميتها ما كانت لتحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على السواء، وفيما يلي سيتم التعرض للأهمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للسياحة¹:

- الأهمية الاقتصادية :

تعتبر السياحة عاملاً حيوياً في تعزيز عملية التنمية الاقتصادية، إذ تشكل مصدراً أساسياً للإيرادات في العديد من الدول حول العالم، مثل الولايات المتحدة الأمريكية، وإيطاليا، وإسبانيا، وفرنسا، وبريطانيا، ومصر، والهند، وغيرها. يمكن القول إن السياحة تعد جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية اتخاذ القرار السياسي في العديد من الدول النامية منذ النصف الثاني من القرن الماضي. وعلى الرغم من ذلك، فإن النجاح لم يكن مضموناً لكل الدول في جذب أكبر عدد ممكن من السياح من الدول المتقدمة. تركز أهمية الاهتمام بالسياحة على عوامل متعددة، بما في ذلك توفير وسيلة سهلة وفعالة للحصول على النقد الأجنبي من خلال الخدمات المقدمة للسياح الأجانب. بالإضافة إلى ذلك، تسهم السياحة في تعزيز الخزينة العامة من خلال توفير النقد المحلي للاستخدام في القطاعات ذات النفع العام، كما تسهم في تطوير القطاعات الإنتاجية والخدمية مثل الصناعة والنقل والمواصلات.

- الأهمية الاجتماعية :

من المفهوم أن التقدم الاقتصادي في أي دولة يعكس تحسناً متزايداً في الجانب الاجتماعي، فالعلاقة بين الجوانب الاقتصادية والاجتماعية تعتبر متبادلة. يعتبر القطاع السياحي محورياً مهماً في هذا السياق، حيث يسهم في توفير النقد الأجنبي لخزينة الدولة، بينما يعمل على تقليل معدلات البطالة وتحسين مستوى المعيشة. يستند هذا الفهم إلى طبيعة السياحة التي تتطلب استخدام القوى العاملة بشكل مكثف في مجموعة متنوعة من الخدمات المرتبطة بها، مثل النقل، والإقامة، والتغذية، والاتصالات، والتسوق، وغيرها.

- الأهمية السياسية :

إن السياسة الناجحة هي التي تنطلق من إستراتيجيات مدروسة وهادفة مما يؤدي في النهاية إلى التجسيد الفعلي للأهداف المسطرة، وإذا كانت السياحة الناجحة تفعل فعلتها في الميدانين الاقتصادي والاجتماعي، فإنها من ناحية أخرى قد تحقق أهدافاً سياسية إذا ما رغب صانعو القرار السياسي في ذلك، ولو تأمل المرء قليلاً، فإنه سيدرك وببساطة أن تنقل الأشخاص ضمن البلد الواحد تفسح المجال واسعاً للتعارف والتحاور وبلورة التصورات الآنية

¹ - موقع المنظمة العالمية للسياحة ، WWW.UNWTO.ORG ، تاريخ الاطلاع : 2024/04/15 ، على الساعة : 11.42.

والمستقبلية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن ذلك فإن الاحتكاك بين أشخاص من جنسيات مختلفة سيكسبهم لا محالة قدرا كبيرا من الفهم والإدراك والوقوف على ثقافات الآخرين وعاداتهم ومعتقداتهم ونمط حياتهم، وهذه كله يعمل على مد الجسور بين شعوب ذات ثقافات متباينة ليس بين الأفراد فحسب وإنما بين التنظيمات المختلفة والحكومات أيضا، وهنا تتشكل تصورات تنطلق من معطيات أقرب إلى الحقيقة منها إلى التخمين.

المطلب الثاني: أثار السياحة على ميزان المدفوعات

بالرغم من التحديات في قياس فوائد السياحة بشكل مباشر على ميزان المدفوعات، إلا أن السياحة يمكن أن تلعب دورًا هامًا كصناعة تصديرية في تحسين ميزان الدفع للدولة. يحقق ذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية في مشاريع سياحية، والإيرادات التي تحصل عليها الدولة من السياح، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية. كما تؤدي السياحة أيضا إلى تعزيز العلاقات الاقتصادية بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى، ومن الضروري النظر في الآثار السلبية المحتملة لهذه المشاريع على ميزان المدفوعات¹.

كما أن ميزان المدفوعات يعرف على أنه سجل منتظم، تنفذ فيه كافة المعاملات الاقتصادية التي تجرى بين الأشخاص المقيمين على أقاليم الدول الأخرى خلال فترة زمنية معينة عادة ما تكون سنة، ويقسم ميزان المدفوعات إلى قسمين أو جانبين، جانب مدين و الأخر دائن فالجانب الأول يتضمن كافة التي تقوم الدولة بدفعها إلى الخارج، والجانب الثاني يتضمن العمليات التي تحصل فيها الدولة على الحقوق من العالم الخارجي كما يمكن وضع للسياحة ميزانا خاصا بها يسمى الميزان السياحي ، يمثل رصيد هذا الميزان مدى تأثير السياحة من ميزان المدفوعات الجاري.

الجدول رقم (01) : يبين الميزان السياحي

القيمة	جانب المدين	القيمة	جانب الدائن
	- مصروفات المواطنين بالخارج . - البضائع المستوردة . - نصيب الشركات الأجنبية من النقل . - تحويلات الأجانب العاملين في الوطن.		- الإيرادات السياحية . - الصادرات (السلع و المعدات السياحية) . - النقل (نصيب الشركة الوطنية للطيرانو الملاحة من النقل الدولي للسياحة) . - العائدات من الاستثمارات السياحية

¹ - محمد إبراهيم غزلان ، مرجع سابق ، ص 25.

	- المصروفات على الدعاية السياحية بالخارج .		بالخارج. - التحويلات من العاملين بقطاع السياحة بالخارج . - المصروفات على الدعاية السياحية في الداخل.
	المجموع		المجموع

المصدر: محمد إبراهيم غزلان ، موجز في العلاقات الاقتصادية الدولية و تاريخ الفكر الاقتصادي ، دار الجامعات ، مصر ، 1975 ، ص 30.

جدول يبين تقسيمات الميزان السياحي فهناك جانب دائن وهناك جانب مدين، فالجانب الدائن يكون فيه ما تحصل عليه الدولة من إيرادات أو (مداخيل سياحية)، أما الجانب المدين فيكون فيه ما تصرفه الدولة (نفقات سياحية) والفرق بين الجانبين يسمى الرصيد، بحيث يمكن أن يكون هذا الرصيد إما¹:

- موجبا: ويكون في البلدان التي لها فائض في الميزان السياحي ، مثل اسبانيا ، ايطاليا واغلب الدول النامية .

- سالبا: ويكون في البلدان التي لها عجز في المجال السياحي، مثل ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية .

-معدوما: يكون الميزان متوازنا، أي الإيرادات تساوي النفقات فإذا كان هذا الرصيد موجبا فانه أما يزيد في فائض ميزان المدفوعات أو ينقص من عجز هذا الميزان حسب الوضعية .

أما إذا كان هذا الرصيد سالبا فإنه، إما ينقص من فائض ميزان المدفوعات أو يزيد في عجز هذا الميزان، إن خدمات (إيرادات ، نفقات) السياحة تدرج في حساب التجارة غير المتطورة (حركة الخدمات) تحت عنوان " السياحة أو السفر " باعتبارها عنصرا من عناصره والتي بدورها (أي التجارة غير المتطورة) عنصر من عناصر ميزان العمليات الجارية، ويعد إنفاق غير المقيمين (السائحين الأجانب) في الداخل إيرادات تقيد من الجانب الدائن وهذا الإنفاق بدوره يمثل صادرات (غير متطورة) للخدمات والأنشطة السياحية، أما إنفاق المواطنين في خارج البلد يعد نفقات (مدفوعات) تقيد إلى جانب المدين، وهذا الإنفاق يمثل واردات (غير متطورة) للخدمة والأنشطة السياحية .

¹- محمد إبراهيم غزلان ، مرجع سابق ، ص 25.

المطلب الثالث: دور السياحة في خلق فرص العمل

مما لاشك الاستثمارات في القطاع السياحي تحقق العديد من الفوائد الاقتصادية للبلد، خاصة من خلال خلق فرص عمل جديدة بتكلفة أقل مقارنة بقطاعات أخرى مثل الصناعة. يعتبر القطاع السياحي من القطاعات المتعددة الأنشطة والمتشعبة، وله علاقات متشابكة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى. تسهم السياحة بشكل مباشر أو غير مباشر في إيجاد الكثير من فرص العمل في المنطقة التي تنشأ فيها المرافق السياحية مثل الفنادق، حيث يؤدي إنشاء فندق سياحي، مثلا، إلى خلق العديد من فرص العمل الدائمة في تقديم الخدمات الفندقية والمطعمية والصيانة والتسيير والإدارة، بالإضافة إلى الفرص الوظيفية غير المباشرة التي يتطلبها إنجاز مثل هذه المشاريع، مما يشمل العمليات الإدارية والبحثية والإنشائية. هذا بالتأكيد يسهم في دعم القطاعات الأخرى مثل النقل والصناعة، ويفتح آفاقا جديدة لفرص العمل في تلك القطاعات أيضا¹.

كما أن السياحة هي قطاع يعتمد بشكل أساسي على اليد العاملة، حيث يتطلب إقامة السياحة إنشاء فنادق ومرافق عامة وتوفير وسائل النقل، وهذا يستدعي تشغيل عدد كبير من العمال، وخاصة الشباب. يساهم هذا في تقليل معدلات البطالة في البلدان السياحية، فمثلا، فندق فاخر قد يتطلب عاملين على الأقل لكل غرفة، مما يعني توفير فرص عمل إضافية. كما أن خدمات النقل تتطلب كذلك العمالة، فكل سيارة أو حافلة تحتاج إلى سائقين ومرافقين. بالإضافة إلى ذلك، هناك الوظائف المتعلقة بوكالات السفر والمطاعم، حيث تحتاج المطاعم إلى طهارة وعمال نظافة وموظفين لخدمة الزبائن السياح. زيادة حجم الحركة السياحية تعزز أيضا الأعمال التجارية المحلية، حيث يستهلك السائح العديد من المواد والسلع مثل الخضراوات والفواكه والمشروبات والهدايا التذكارية، مما يعود بالنفع على التجار وأصحاب المنشآت التجارية، ويساهم في تحسين مستوى المعيشة للمجتمع المحلي وزيادة فرص العمل، بما في ذلك تدريب اليد العاملة المحلية في مراكز التدريب المهني.

الركيزة الأساسية لتطوير السياحة هي تطوير المناطق السياحية لجذب الزوار، وهذا يسهم في بناء علاقات إيجابية مع السياح، حيث يتبادلون المعارف والثقافات ويستمتعون بالفنون المحلية، ويعززون بذلك التنمية الاقتصادية. الحرف التقليدية والهوايات تلعب أيضا دورا حيويا في جذب السياح وتحقيق الدخل، فعندما يبيع الحرفيون الأعمال الفنية والهدايا التذكارية التقليدية، يحصلون على إيرادات معتبرة. كما تعتبر الهوايات مثل المسرح والغناء والرقص جاذبية قوية للسياح، مما يسهم في إنشاء فرص عمل جديدة في القطاع السياحي.

¹ - بوغقلين بديعة ، الاستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 36.

- حسب نوع العمل :

- العمل المباشر: وهو مجمل مناصب العمل المحدثة من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل الإيواء، المطاعم، النقل السياحي، والتنظيم السياحي...الخ¹.
- العمل غير المباشر: وهو مجمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة مع القطاع السياحي مثل البناء، التأثيث...الخ .
- العمل السياحي المحرض: وهو مجمل مناصب العمل غير السياحية بطبيعتها، ولكنها تنتج سلع وخدمات تستهلك من طرف السياح مثل: الزراعة الحرف، التغذية، التعليم، الصحة ...

- حسب المدة :

- العمل الدائم: تكون مدته طوال السنة.
 - العمل الموسمي: وتكون مدته قصيرة ويحتوي على :
- عمل يخص موسما واحدا من (4 إلى 6 أشهر) أما في فصل الشتاء أو في فصل الصيف حسب المنطقة.
- عمل يخص فترة قصيرة (من 15 يوما إلى 30 يوما) .

¹- بوغقلين بديعة ، مرجع سابق ، ص 36.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل، لاحظنا أن السياحة لها جذور عميقة في تاريخ البشرية، وهي ظاهرة مرتبطة بالإنسان منذ القدم، وتطورت مع تطور الزمن. قمنا بمناقشة مفهوم السياحة وآراء الفلاسفة والمختصين في هذا المجال، وأكدنا أن السياحة تعزز التواصل الإنساني وتربط بين الثقافات والتقاليد. تم تعريف السياحة بشكل حديث كممارسة تتعلق بزيارة مؤقتة لمكان غريب، وهذا ينطبق على العديد من الأنواع المختلفة للسياحة التي تختلف باختلاف الأشخاص والوجهات. يتطور قطاع السياحة على مر الزمن، ويحمل في طياته فوائد وعيوب، حيث يساهم في زيادة الدخل الوطني، لكن يمكن أن يؤدي خروج المواطنين إلى الخارج إلى خسارة على مستوى ميزان المدفوعات. ليست السياحة مجرد تبادل للأشخاص فحسب، بل هناك صناعة سياحية يمكن أن تؤثر على الاقتصاد الوطني، وسنقوم بمناقشة واقع هذه الصناعة في الفصل القادم.

الفصل الثاني : السياحة و مكانتها في
الاقتصاد الوطني

تمهيد :

تاريخ الجزائر الاقتصادي من الاستقلال حتى اليوم يرتبط ارتباطا وثيقا بإيرادات النفط والغاز، وهو الأمر الذي جعل اقتصادها عرضة للتقلبات والصدمات، خاصة بعد أزمة عام 1986 التي دفعتها للجوء إلى المؤسسات المالية الدولية للحصول على دعم مالي. النتيجة كانت غرقها في ديون طالتها لسنوات، وأثرت على وضعها الاقتصادي حتى اليوم.

منذ ذلك الحين، طرحت أصوات كثيرة تدعو إلى ضرورة تنويع مصادر الدخل الوطني، للتخلص من الاعتماد الشديد على النفط والغاز. تلك الأصوات جاءت بشكل رئيسي من السياسيين وخبراء الاقتصاد، مُشددين على أهمية تنمية قطاعات اقتصادية أخرى قادرة على إضافة قيمة وتحمل المسؤولية بعد فترة ما بعد النفط، مثل الصناعة والزراعة والسياحة. الأخيرة، بوتيرة خاصة، يمكن أن تكون محركا رئيسيا للاقتصاد، خاصة بوجود الجزائر بجمال طبيعي فريد، وإرث ثقافي وتاريخي غني، يعكس الحضارات التي مرت عبرها.

المبحث الأول: خصائص الاقتصاد الجزائري

مر الاقتصاد الجزائري منذ الاستقلال بتطورات كثيرة فمن الاستقلال الموجه والاعتماد على جهاز التخطيط كأداة لتنمية الاقتصاد الوطني إلى اقتصاد السوق وتعديلات كثيرة حتى يتمكن من العمل بميكانيزمات الاقتصاد الحر .

المطلب الأول: هيكل الاقتصاد الجزائري للفترة 1963 - 1999

الاقتصاد الجزائري يتميز بعدة جوانب أساسية، تشمل العوامل التالية: القوى العاملة، ودور قطاع النفط كمحرك أساسي للنمو الاقتصادي، والتوزيع النسبي لقطاعي الصناعة والخدمات في هيكل الاقتصاد مقارنة بمساهمتهما في الناتج المحلي. يمكن تقسيم تطور هذا الاقتصاد إلى أربع فترات رئيسية:

أولاً: فترة ما بعد الاستقلال (1966 - 1966)

شهدت هذه المرحلة إرادة الدولة في القضاء على التبعية الاقتصادية وهيمنة القطاع الزراعي آنذاك، حيث بلغت مساهمته في الناتج القومي 16.4% مع ضعف في القطاع الصناعي نتيجة مغادرة الكوادر الفرنسية آنذاك وقلة الموارد المالية ومعدلات نمو ضئيلة لم تزد عن 4.8 % سنة 1966، وبلغت نسبة البطالة 32.9 %، كما تبنت الجزائر سياسة التأميم للأراضي الزراعية 1963 والمناجم¹ 1966 .

ثانياً: فترة التخطيط (1967 – 1987)

انتهجت الجزائر سياسة التأميم والتخطيط المركزي وكانت ترمي من ورائه إلى تحويل قطاع المحروقات إلى قطاع خاضع كلياً للدولة سنة 1971، كما تبنت الخيار الاشتراكي كمنهج للتنمية الاقتصادية ركزت فيه على القطاع الصناعي لغرض إحداث تنمية شاملة، إذ حققت معدلات نمو اقتصادية إيجابية بلغت نسبة 9.21 % سنة 1978، كما انخفضت نسبة البطالة إلى حوالي 13.28 % سنة 1983 وهذا ما دفع بالدولة خلال هذه الفترة إلى زيادة إنفاقها الاستثماري معتمدة على الجباية النفطية كأهم مصدر للتمويل آنذاك².

ويظهر ذلك من خلال المخططات كالمخطط الثلاثي الأول: 1967- 1969، المخطط الرباعي الأول: 1970 - 1973 المخطط الرباعي الثاني: 1974 – 1977 .

¹- كربالي بغداد ، نظرة عامة حول التحولات الاقتصادية في الجزائر ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 08 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر ، 2005 ، ص 03.

²- شكوري سيد محمد ، وفرة الموارد الطبيعية و النمو الاقتصادي دراسة حالة الاقتصاد الجزائري ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة تلمسان ، الجزائر ، 2011 - 2012 ، ص 47.

ثالثاً: الفترة الانتقالية (1988 – 1999)

لقد كان للأزمة النفطية لسنة 1986 الواقع الكبير في الاقتصاد الجزائري حيث ظهرت بوادر الانهيار بعد انخفاض أسعار النفط، إذ انخفض سعر النفط إلى 17.7 دولار للبرميل في الشهر الأول وباقتراب فصل الربيع انخفض إلى أقل من 13 دولار للبرميل¹.

حيث أظهر ضعف النظام الاقتصادي خاصة فيما يتعلق بالحصول على الموارد المالية الموجهة لتمويل الاقتصاد، كما عرف هشاشة في القطاع الصناعي العام، ومنذ بداية التسعينات شرعت الجزائر في تطبيق مجموعة من الإصلاحات من أجل تغيير نمط إدارة الاقتصاد منها إعادة الهيكلة التنظيمية للمؤسسات العامة مصحوبة بتطهير مالي دون الاهتمام بالتوظيف مما أدى إلى تدهور الحالة العامة للنمو الاقتصادي نتيجة غياب الاستثمارات الجديدة من قبل المؤسسات الاقتصادية العامة وأهداف برنامج التعديل الهيكلي المطبق سنة 1994 وأصبحت هذه المؤسسات غير منتجة ومتخمة بالعمالة لتصل معدلات البطالة إلى أعلى مستوياتها سنة 1998 بنسبة 28% ومعدلات نمو سالبة بلغت (-0.9) سنة 1994، ونتيجة للأزمة النفطية التي تعرض لها السوق البترولية سنة 1998 أدت إلى اختلال في العرض والطلب وتدهورت أسعار البترول بما يقل عن 10 دولار للبرميل في ديسمبر 1998، وأهم ما يميز هذه المرحلة هو ارتفاع حجم الدين العام نتيجة ارتفاع حجم المديونية الخارجية، حيث استمر التزايد الخطير لمعدلات خدمة الدين إذ أصبحت تلتهم أكثر من 80% من حصيللة الصادرات إذ انتقلت من 7 مليار دولار سنة 1989 إلى أكثر من 9 مليار دولار سنة 1992 وأكثر من 9.05 مليار دولار سنة 1993 مما أجبر الجزائر على اللجوء لكل من صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للحصول على قروض، وأصبحت الجزائر تدفع ما يعادل مديونيتها الخارجية كل ثلاث سنوات كخدمات ديون فقط وهذا يعني أن معظم الجهد الاقتصادي المتمثل في الإيرادات المالية التي تتحصل عليها الدولة يحول للخارج دون مقابل من السلع والخدمات والجدول الموالي يوضح تطور المديونية الخارجية وخدمة الدين².

المطلب الثاني: سياسة الإنعاش الاقتصادي 2001 إلى 2014

الهدف من هذا البرنامج الذي أطلقته الحكومة هو تنشيط الطلب الكلي ودعم القطاعات ذات القيمة المضافة، وزيادة معدلات النمو الاقتصادي، وتقليل معدلات البطالة. تم ذلك من خلال زيادة الإنفاق الحكومي نظراً للتحسن المالي الناجم عن ارتفاع أسعار البترول. تضمنت سياسة الإنعاش الاقتصادي ثلاثة برامج رئيسية:

¹- ضياء مجيد الموسوي، ثورة أسعار النفط 2004، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص 41.
²- بطاهر علي، سياسة التحرير و الإصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الأول، جامعة شلف، الجزائر، 2004، ص 181.

- البرنامج الأول: برنامج دعم الإنعاش الاقتصادي للفترة 2001-2004 بمبلغ 525 مليار دولار جزائري أي حوالي 7 مليار دولار أمريكي .

- البرنامج الثاني: البرنامج التكميلي لدعم النمو الاقتصادي للفترة 2005 – 2009 خصص له ما يفوق 150 مليار دولار أمريكي¹.

- البرنامج الثالث: يضم البرنامج الخماسي للفترة 2010-2014 بأضخم حصة مالية تصل إلى 286 مليار دولار أمريكي.

أولاً: ظروف برنامج الإنعاش الاقتصادي

إن انخفاض معدل النمو الاقتصادي والذي مر بعدة مراحل خلال الفترة: 1990 - 2000 نميزها بمرحلتين: الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 1994 عرف معدل النمو الاقتصادي خلالها انخفاضا إذ بلغ حوالي (0.7 - %) وهذا راجع إلى مخلفات الأزمة التي عصفت بالاقتصاد الجزائري سنة 1986 إضافة أن هذه المرحلة عرفت بالمرحلة الانتقالية (اقتصاد السوق) أما المرحلة الثانية والممتدة من 1995 - 2000 شهدت نمو اقتصاديا متذبذبا، حيث ارتفع معدل النمو سنة 1995 وهذا راجع إلى تعاقب الصفات المقدمة من صندوق النقد الدولي والمؤسسات المالية، بالإضافة إلى التباين في التوزيع القطاعي للنتائج المحلي الخام والذي يهيمن عليه قطاع المحروقات على عكس ضعف مساهمة الصناعة والزراعة بنسب 6% في المتوسط و 8% للزراعة².

إن هشاشة الاقتصاد بسبب الاعتماد الشبه كلي على قطاع المحروقات وافتقاده إلى قاعدة متنوعة من مصادر النمو الأخرى التي تجعله مستقرا، والذي يترجم بزيادة سنوية في طلبات العمل قدرت في سنة 1995 بـ 260.000 طلب لترتفع إلى 300.000 طلب، علما أن الاقتصاد الجزائري لم يوفر سوى 158.000 منصب بين سنة 1995 – 1996 يعد العامل الديمغرافي وضعف نسبة نمو الاقتصاد وضعف مستوى أداء الجهاز الإنتاجي عوامل أثرت سلبا على سوق العمل³.

لقد كان لمعدلات البطالة العالية والتوترات الاجتماعية والظروف الاقتصادية سابقة الذكر أثر على تغير سياسة الحكومة التي بدأت في 2001 بتطبيق برنامج الإنعاش الاقتصادي للفترة 2001 – 2004 لتعزيز الطلب الكلي .

¹- وعيل ميلود ، واقع المحددات الحديثة للنمو الاقتصادي في الدول العربية وسبل تفعيلها حالة الجزائر ، مصر ، السعودية ، دراسة مقارنة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2012-2013 ، ص 181 – 182.

²- صالح ناجية، اثر برنامج الإنعاش و البرنامج التكميلي لدعم النمو و برنامج التنمية الخماسي على النمو الاقتصادي ، جامعة سطيف ، الجزائر، 2012 ، ص 03.

³- هواري عامر ، السياسات الاقتصادية في الجزائر بين خلق البطالة و مكافحتها ، جامعة سوق اهراس ، الجزائر ، 2013 ، ص 07.

ثانيا: ماهية سياسة الإنعاش الاقتصادي

منذ عام 2001، اتبعت الجزائر سياسة مالية توسعية تركز على زيادة الإنفاق الحكومي، سواء كان ذلك في الاستهلاك أو الاستثمار، بهدف إحياء الاقتصاد الوطني ودعم النمو الاقتصادي والحركة التنموية. الهدف من ذلك كان تنشيط الطلب الكلي ودعم القطاعات المنتجة، وزيادة معدلات النمو الاقتصادي، وتقليل معدلات البطالة¹:

1- مفهوم سياسة الإنعاش الاقتصادي :

تعتبر سياسة الإنعاش الاقتصادي إحدى أهم وسائل الميزانية التي تستخدمها الدولة للتأثير على الأوضاع الاقتصادية وذلك بتبني برنامج لتنشيط الطلب الكلي عن طريق الزيادة في الإنفاق الخاص والعمومي الاستهلاكي والاستثماري قصد تحفيز الإنتاج وبالتالي دعم النمو وامتصاص البطالة².

2- أهداف سياسة الإنعاش الاقتصادي:

سطر برنامج الإنعاش أهداف عملية وأخرى نوعية، أما العملية فهي³:

- تنشيط الطلب الكلي ورفع معدل النمو الاقتصادي .

- دعم القطاعات المنتجة للقيمة المضافة والمخفضة لمستويات البطالة عن طريق رفع مستوى الاستغلال في القطاع الفلاحي وفي المؤسسات المنتجة المحلية، الصغيرة والمتوسطة .

- بيئة وإنجاز الهياكل القاعدية وتغطية الاحتياجات الضرورية للسكان فيما يخص تنمية الموارد البشرية .

وترمي هذه الأهداف العملية إلى ثلاثة أهداف فرعية هي :

- مكافحة الفقر، إنشاء مناصب الشغل، تحقيق التوازن الجهوي وانتعاش الاقتصاد الجزائري .
- استرجاع التوازنات الاقتصادية .
- تحسين مستوى معيشة السكان ليرتكز عمل الحكومة على تكثيف مسار الإصلاح ليشمل جميع الجوانب الاجتماعية والاقتصادية وتحرير الاقتصاد الوطني من أجل تمكين المؤسسة الجزائرية من أن تصبح المصدر الرئيسي للثروة.

1- وليد عبد الحميد عايب ، الاثار الاقتصادية الكلية لسياسة الانفاق الحكومي دراسة تطبيقية قياسية لنماذج التنمية الاقتصادية ، مكتبة الحسين العصرية ، لبنان ، 2010 ، ص 237.

2- وليد عبد الحميد عايب ، نفس المرجع ، ص 237.

3- نفس المرجع ، ص 237.

المطلب الثالث: تقييم واقع برنامج الإنعاش الاقتصادي

هدف برنامج الإنعاش الاقتصادي هو تحفيز القطاعات الاقتصادية ومعالجة العيوب التي تعاني منها الاقتصاد الجزائري في جوانبه المختلفة. يهدف البرنامج أيضاً إلى تحقيق اقتصاد متعدد الدخل يمكنه ضمان التوازنات الكلية للاقتصاد الوطني.

أولاً: تقييم سياسة الإنعاش الاقتصادي: 2001 – 2014

يمكن الاستدلال على آثار سياسة الإنعاش الاقتصادي 2001-2014 ببرامجها الثلاث من خلال تحليل الإنجازات والمؤشرات ومن أهمها معدل النمو الاقتصادي الذي عرف تطور من 2.6 % سنة 2001 إلى 3.4% سنة 2013، كما عرف نصيب الفرد من الناتج المحلي ارتفاعاً من 1779 دولار أمريكي سنة 2001 إلى 3925.9 دولار سنة 2009 كما عرفت معدلات البطالة انخفاضا ملحوظا من 27 % سنة 2001 لتصل إلى 9.8% سنة 2013 .

إن تقييم وضعية الاقتصاد الوطني يتطلب تشخيص معمق على المستوى الجزئي والكلّي .

1- على المستوى الجزئي: توضح مؤشرات التحليل الاقتصادي على المستوى الجزئي وذلك من خلال¹:

- انخفاض الإنتاجية وهذا دليل على فقدان التنافسية الاقتصادية .
- بالرغم من اتجاه خلق مؤسسات صغيرة ومتوسطة إلى الارتفاع بمعدل 70 مؤسسة لكل 100000 ساكن لكل سنة
- هيمنة قطاع المحروقات وتقهقر إجمالي الصادرات خارج قطاع المحروقات وهو ما يؤكد ضعف الاقتصاد الجزائري الذي يبقى رهين الإيرادات الريعية والصناعات الإستخراجية دون إنتاج للثروة.
- انخفاض نسبة الإنفاق الموجه للبحث والتطوير والمقدرة بـ0.3% فحين تتعدى متوسط 1% في باقي الدول.
- تتذيل الجزائر الترتيب في معظم التصنيفات الدولية فيما يتعلق بمناخ الأعمال ومؤشرات النمو التكنولوجيا ومحاربة الرشوة والفساد ومؤشرات الحوكمة والشفافية والمساءلة .
- عدم تطابق المنتج الوطني والمعايير الدولية خاصة في مجال الجودة والنوعية وقيود البيئة نتيجة غياب المنافسة .

¹- داني م . نيزجر ، البرنامج غير المكتمل لمكافحة الفقر ، لماذا تخلفت دول أمريكا اللاتينية و الكاريبي ، مجلة التمويل و التنمية ، صندوق النقد الدولي ، المجلد 38 ، العدد 01 ، ص 41.

- ارتفاع أسعار السلع الجزائرية والذي ترجع أسبابه إلى عدم الاستفادة من اقتصاديات الحجم إلى جانب عدم الاستخدام العقلاني للطاقات الإنتاجية المتوفرة على غرار تبعية مدخلاته للخارج .

2- على المستوى الكلي: عرفت الجزائر عدة إصلاحات منذ التسعينات أين سجل النمو الاقتصادي نمواً جيداً بطيء وغير كافي لحل المشاكل الاجتماعية والاقتصادية كالبطالة، السكن، الطاقة... الخ لكن مع الارتفاع المحسوس للعوائد النفطية تمكن الاقتصاد الجزائري من تحسين جملة من الأوضاع كالتقليل من حجم المديونية وانخفاضه إلى 4.8 مليار دولار سنة 2009 ثم 3.39 مليار دولار سنة 2013 ، وانخفاض معدل البطالة من 27.5 % سنة 2001 إلى 9.8% سنة 2013 وتسجيل نمو قدر بـ 5.5% من 2002 إلى 2010، وحقق الميزان التجاري فائض قدره 16.580 مليار دولار في سنة 2013 وحوالي 0.59 مليار سنة 2014¹.

كما بلغت احتياطات الجزائر من العملات الأجنبية حوالي 190.66 مليار دولار في أواخر سنة 2012 هذه النتائج اعتبرها العديد من الاقتصاديين على أنها مؤشرات مهمة تثمن توجهات الدولة نحو تحقيق التنمية.

على الرغم من ذلك فإن تحقيق مثل هذه الإنجازات تطلب ضخ أموال طائلة، حيث أن إنفاق 1% من طرف دولة ما يحقق نمو في الناتج المحلي الإجمالي بـ 2.5% إلى 3% أما في الجزائر فقد ضخت حوالي 18% في الاقتصاد لتحقيق نمو قدر بـ 5.5% ما يترجم الضعف الكبير للمضاعف المنتجة لقيم مضافة وبالتالي تحقيق خلق فرص عمل دائمة فلقد بينت تجارب العديد من الدول إمكانية توسيع الاقتصاد للحصول على الميزة التنافسية كالزراعة والسياحة... الخ .

ثانياً: تحديات الاقتصاد الوطني و حتمية التنوع

بعد تحليل الوضع الاقتصادي في الجزائر، يتبين أن النسيج الاقتصادي الوطني يعاني من ضعف وهشاشة، وهو ليس مستداماً مع استمرار الاعتماد على الريع البترولي. على الرغم من أن القطاع الخاص يشكل جزءاً كبيراً من الناتج المحلي الإجمالي خارج قطاع الطاقة، إلا أن البيروقراطية وسوء الإدارة يعتبران التحدي الرئيسي الذي يعيق النمو الاقتصادي. تزيد الفساد وتراجع مؤشرات بيئة الأعمال من صعوبة جذب الاستثمارات الضرورية. لذا، ينبغي على الجزائر تعزيز النمو وتقليل الفجوة الاقتصادية من خلال إنشاء قطاع خاص منظم يعتمد على الآليات السوقية. يجب توفير الشروط اللازمة لتحقيق ذلك، بما في ذلك تطوير رأس المال البشري وتعزيز التكنولوجيا في مختلف القطاعات لتحقيق النمو المستدام. من خلال تنوع الاقتصاد وتنشيط القطاعات الأخرى، يمكن للجزائر تعزيز استقرارها الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة².

¹- ناجي التوني ، ملخص وقائع اجتماع الخبراء حول مسيرة التنوع الاقتصادي في الوطن العربي ، لبنان ، 2001 ، ص 4 – 5 .
²- كريمة التوفيق ، استراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات و ضمان مستقبل الاقتصاد الجزائري ، جامعة بويرة ، الجزائر ، 2015 ، ص 167 – 171 .

المبحث الثاني: تطور السياسات السياحية في الجزائر قبل 2008 .

منذ الاستقلال، حاولت الجزائر بجهود مستمرة النهوض بقطاع السياحة، حيث تمتلك المقومات اللازمة لتحقيق ذلك عبر عدة مراحل تتأثر بتوجهات سياسية متغيرة على مدار الزمن. استهدف توجه الاقتصاد الوطني خلال كل فترة أهدافاً محددة بهدف دعم السياحة وتطويرها.

المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر

رغم وجود مقومات أساسية تجعل الجزائر مرشحة لتكون واحدة من الوجهات السياحية الرائدة على مستوى العالم، إلا أنها لم تستغل هذه القدرات بشكل كافٍ لتحقيق ذلك. سنقوم الآن بعرض أهم هذه المقومات السياحية.

أولاً: المقومات الطبيعية

يمكن اعتبار الجزائر محظوظة في هذا المجال حيث منحها الله سحراً في جميع أرجائها، وتتمثل هذه الإمكانيات في ما يلي¹:

- الشريط الساحلي: يمتد على 1200 كلم وهو عبارة عن شواطئ رملية تتوزع على المدن الرئيسية للجزائر ويصل عدد البلديات الساحلية إلى 420 بلدية، يمكن أن تعتبر لوحدها أساساً لقيام السياحة الشاطئية ومن أهمها: الجزائر العاصمة، تيبازة، القالة، عنابة، سكيكدة، بجاية، جيجل، وهران..... الخ.

- المناطق الجبلية: تتمثل أساساً في سلسلة الأطلس التي تمتد من الشرق إلى الغرب، بحيث تمتاز بمناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف ومن أهمها: مغارات أوقاس ببجاية، والمغارات العجيبة بجيجل وغيرها.

- الحظائر والمحميات الطبيعية: أحصت مديرية البيئة والغابات 11 حظيرة عبر التراب الوطني تتميز بتنوعها البيولوجي وتعتبر مناطق جذب سياحي يوجد منها 8 في الشمال.

- الحمامات المعدنية: تشتهر الجزائر بمواقع حموية تتوزع على مختلف ولايات الوطن تصل شهرتها إلى الخارج إلا أنها تجلب السياح من الداخلين بدرجة أكبر، يصل عددها إلى 202 منبع حموي أغلبها يتم استغلالها بطرق تقليدية بينما شيدت محطات ومراكز علاج أمام بعضها.

¹- ايلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء ايكولوجي و سياحة علاجية ، على الموقع www.djazairress.com ، تاريخ الاطلاع 2024/04/16 ، على الساعة : 48.13

ثانيا: المقومات التاريخية والثقافية والدينية

إلى جانب الإمكانيات الطبيعية تزخر الجزائر بإرث تاريخي وثقافي لا بأس به نظرا لمختلف الفترات و الحضارات التي تعاقبت عليها مثل: الفنيقيين، البزنطيين، الرومانيين، المسلمين... الخ ثم الاستعمار الفرنسي، دون أن ننسى حضارة السكان الأصليين وتمثل هذه الإمكانيات في¹:

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

- مدينة القصبة : أنشأها العثمانيون لتكون حصنا لهم منذ أكثر من 2000 سنة، صنفت كتراث عالمي سنة 1992بها العديد من المواقع الأثرية .

- تيمقاد : أنشأت سنة 100 ميلادي .

-الجميلة : بولاية سطيف تأسست في أواخر القرن الأول ميلادي وسجلت ضمن التراث العالمي في 1982.

-قلعة بني حماد : صنفت تراثا عالميا بولاية بجاية سنة 1980 يعود تأسيسها إلى 1007 م .

- طاسيلي ناجر: اكبر متحف في العالم لفن النحت على الصخور لفترة ما قبل التاريخ يضم أزيد من 15000رسما ونقشا للتغيرات المناخية والثروة الحيوانية والحياة البشرية للصحراء منذ حوالي 6000 سنة قبل الميلاد حتى القرون الأولى الميلادية، صنفت تراثا عالميا سنة 1982 ، ويشهد الجميع على أنها أجمل غروب شمس في العالم.

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

أ- الزوايا: لقد كان للزوايا في الجزائر دورا هاما في الحفاظ على الهوية الدينية، اللغوية والثقافية خاصة في عهد الاستعمار الفرنسي كما كانت منبرا للدعوة للمقاومة وتحرير البلاد .

ب- المتاحف : توجد بالجزائر عدة متاحف تشهد على الحضارات المتعاقبة أهمها: المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الإسلامية، متحف سيرتا، المتحف الوطني للمنمنمات والزخرفة وفن الخط، المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر، المتحف الوطني باردو وغيرها .

1- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، 2008 ، ص48.

3- الصناعات التقليدية : تشكل الصناعات التقليدية والحرف اليدوية إرثا حقيقيا يمكن استغلاله للترويج والجذب السياحي وذلك من خلال الصالونات والمعارض الوطنية والدولية، ويتميز بثرائه وتنوعه من منطقة إلى أخرى كصناعة الملابس التقليدية بمختلف أنواعها و الحلي الفضية و مجموعات أخرى .

4- التراث الثقافي والشعبي : تتمتع الجزائر بموروث ثقافي ثري ومتنوع يساهم مساهمة حقيقية في عملية الجذب السياحي مثل الزخم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي، المالوف القسنطيني الغناء الأندلسي الأصيل، الطابع القبائلي. لجذب السياحي من خلال المهرجانات و لحفلات التي تنظمها .

ثالثا: الإمكانيات المادية

رغم المقومات التاريخية والطبيعية التي تمتلكها الجزائر والإرث الثقافي الضخم إلا أن هذا لا يكفي تنمية سياحية حقيقية، فعملية الاستقطاب السياحي لا تتحقق إلا إذا تأكد السائح خاصة الأجنبي بان كافة الظروف مهيأة ليحظى بأحسن استقبال، من هياكل قاعدية وخدمات بمختلف أنواعها والتي تعتبر أساسا في الصناعة السياحية وهذا ما سنحاول التطرق إليه فيما يلي¹:

1- هياكل الاستقبال والإيواء:تعتبر هياكل الاستقبال والإيواء أول ما يفكر فيه السائح المنتقل إلى دولة أخرى، فطبيعة وجودة الخدمة المقدمة وكذا سعرها هو ما سيحدد رغبة السائح في تكرار التجربة، كل هذا دفع بالدولة الجزائرية لتطوير القدرات الفندقية وتنويعها .

2- النقل: يعتبر النقل من وسائل استقطاب السياح، كونهم قبل التخطيط للسفر يختارون الوسائل الملائمة سواء جوية، برية أو بحرية و ذلك اعتمادا على جودة الخدمة و تكلفتها، لذا لا تسعى الجزائر لتطوير منظومتها الخدمية من خلال بيئة البنية التحتية .

3- الاتصالات : تلعب الاتصالات اليوم دورا جد مهم في تدعيم و تنشيط قطاع السياحة، فبالإضافة إلى كونها أداة لربط السائح ببلده و اطلاعه على آخر المستجدات فهي أيضا أداة للترويج السياحي من خلال المواقع التي أصبحت تلعب دور الوكالة السياحية بحيث توفر ما يحتاجه السائح في المكان و الوقت المناسب .

3-وكالات السياحة والسفر: تلعب الوكالات السياحية اليوم دورا هاما خاصة فيما يتعلق بالسياحة الدولية حيث توفر على السائح الوقت و الجهد المبذولين في البحث عن الوجهات السياحية و كذا وسائل النقل و الإيواء من خلال طرح برامج متكاملة و ليس عليه إلا الاختيار .

¹- وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، مرجع سابق ، ص48.

المطلب الثاني : السياسة السياحية من 1962 الى غاية 1989

بدأ الاهتمام بالسياحة في الجزائر منذ تواجد الاستعمار الفرنسي الذي أدرك أهمية استغلال الموارد الطبيعية الخلاصة التي تزخر بها الجزائر، مما أدى إلى زيادة توافد السياح الأوروبيين إلى الجزائر حتى وصل عددهم حوالي 150 ألف سائح سنة 1950 إلى أن تراجع مع بداية حرب التحرير الوطنية سنة 1954 .

أولاً: وضعية السياحة غداة الاستقلال

ورثت الجزائر عن الاستعمار الفرنسي حظيرة فندقية قدرت بـ 5922 سرير، بالإضافة إلى مجموعة من المطاعم الموزعة على كبريات المدن والتي تم استرجاعها كباقي الأملاك الأخرى وأسندت مهمة تسيير هذه الحظيرة إلى الديوان الوطني للسياحة الذي أنشأ في أوت من سنة 1962 تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة بما أن وزارة السياحة تم استحداثها سنة 1963 كوزارة مستقلة وصية على القطاع، وفي 19 جوان 1963 تم إنشاء لجنة تسيير الفنادق والمطاعم التي تولت تسييرها حسب نظام التسيير الذاتي الذي ساد آنذاك ليتفرغ الديوان الوطني الجزائري للسياحة لوظيفة الترقية السياحية، واستمرت هذه اللجنة في نشاطها إلى غاية جويلية من سنة 1966 تاريخ إدماجها في الديوان الوطني الجزائري للسياحة، وخلال نفس السنة قام الديوان الوطني للسياحة بإنشاء الوكالة السياحية الجزائرية التي تخصصت في تنظيم الرحلات السياحية الجزائرية عبر أنحاء الوطن وانحصرت مهام الديوان في تسيير المؤسسات الفندقية الموضوعة تحت تصرفه وفي ترقية السياحة على مستوى الأسواق الخارجية¹.

ثانياً: المخطط الثلاثي (1967 – 1969)

لم تنل من خلاله السياحة الاهتمام الكافي من طرف السلطات ويظهر ذلك من خلال المخصصات المالية التي منحت لهذا القطاع والتي قدرت بـ 2.54% من مجموع الاعتمادات الكلية لإنجاز هذا المخطط مقارنة بباقي القطاعات الأخرى التي تأتي الصناعة على رأسها التي استفادت من 48.74% من المجموع، وهذا ما يعكس الإرادة السياسية آنذاك التي توجهت نحو بناء الصناعات المصنعة. حيث تم التركيز على المنتج الشاطئي والمعدني كمنتجات ذات أولوية خاصة لاستقطاب السياح الأجانب غير أن جل هذه المشاريع المبرمجة لم تتعدى نسبة الانجاز فيها 22%².

¹- قويدر الويزة ، اقتصاد السياحة و سبل ترقيتها في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2009 -2010 ، ص 204.

²- حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحية في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة البليدة ، الجزائر ، 2006 ، ص 140 -141.

ثالثا: المخططات الرباعية (1970- 1977)

بعدها أخفق المخطط الثلاثي في تحقيق الأهداف المسطرة لجأ المسؤولين إلى تمديد فترة التخطيط حتى يتسنى لهم تدارك التأخير المسجل بالإضافة إلى برمجة مشاريع أخرى من خلال الفترة الممتدة من 1970 إلى غاية 1977 من خلال¹:

1-المخطط الرباعي الأول (1970 – 1973):حافظ هذا المخطط عل نفس الأهداف المسطرة من خلال ميثاق السياحة الهادف إلى النهوض بالسياحة عموما والسياحة الخارجية بشكل خاص، غير أن هذا القطاع ظل يعاني من التهميش حيث استفاد من 2.5% من إجمالي المخصصات المالية مقابل 45% لقطاع الصناعة.

2-المخطط الرباعي الثاني (1974- 1977):تضاعفت المخصصات المالية لهذا القطاع في هذا المخطط مقارنة بالمخطط السابق ولكن تبقى استفادته من الميزانية المقدمة ضئيلة (1.4%) من المجموع وإنما ترجع الزيادة فقط إلى ارتفاع حجم الميزانية .

رابعا: المخططات الخماسية (1980 – 1989)

لظالما كان الاهتمام بالسياحة في الجزائر منصبا على تطوير الهياكل المخصصة لاستقبال السياح الأجانب بعدما أقر ميثاق السياحة 1966 السياحة الخارجية كأولوية لبرامج القطاع، ولكن بصور ميثاق 1976 الذي أظهر السياحة الداخلية كمطلب وطني تؤخذ بعين الاعتبار في البرامج المستقبلية خلال المخططات الخماسية الممتدة من الفترة 1980 إلى سنة 1987 عبر مخططين اثنين :

1- المخطط الخماسي الأول (1980-1984): تجسدت من خلاله إرادة المسؤولين في الاهتمام بتطوير الهياكل القادرة على تلبية الطلب المحلي حيث تم تخصيص اعتماد مالي قدر بـ 3400 مليون د ج لرفع طاقات الإيواء موزعة.

2- المخطط الخماسي الثاني (1985-1989) : تواصل من خلال هذا المخطط تجسيد سياسة الدولة في النهوض بالقطاع السياحي وترقية المنتج السياحي الذي يلي الطلب الداخلي مع الاهتمام أيضا بتنمية الطلب الخارجي والتأكيد على ضرورة تهيئة مناطق التوسع السياحي (ZET) التي اعتمدها الدولة من أجل فتح المجال أمام متعاملين آخرين للاستثمار بعدما قررت الحكومة اعتماد لامركزية الاستثمار بمشاركة كل من القطاع الخاص والجماعات المحلية وباقي المؤسسات الأخرى في عملية الاستثمار السياحي.

¹- حيزية حاج الله ، مرجع سابق ، ص 140 -141.

المطلب الثالث: السياسة السياحية منذ 1990 إلى غاية 2007

قطاع السياحة، كغيره من القطاعات، خضع لسلسلة من الإصلاحات ليتمكن من دمج بنجاح في النظام الاقتصادي في ذلك الوقت. صدور قانون النقد والقرض 90-10 في أبريل 1990 كان خطوة هامة، حيث أعطى حرية للمعاملات الاقتصادية في البلاد وفتح الأبواب أمام الخواص للاستثمار. كانت الجزائر قد اعتمدت خيار الخصخصة كجزء من هذا التوجه¹.

أولاً: خصوصية القطاع السياحي

1- أسباب الخصخصة ومراحلها:

شرعت الجزائر منذ منتصف التسعينات في عملية الخصخصة للقطاعات الاقتصادية وأدرجت السياحة على رأس القائمة وكانت لها أسباب كثيرة ومرت بعدت مراحل .

أ- الأسباب: من أهم هذه الأسباب ما يلي :

- العجز والإخفاق في تقديم صورة حسنة عن الوجهة السياحية الجزائرية طيلة السنوات السابقة .

- تسجيل 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة عمومية عجزا ماليا نهاية سنة 1992 .

- ضعف مشاركة القطاع السياحي في خلق مناصب عمل وامتصاص قدر من البطالة .

- ارتفاع أسعار الخدمات المقدمة وتدنى مستواها .

- انعدام الصيانة للمرافق السياحية .

- انعدام الوعي والثقافة السياحية لدى مستخدمي القطاع.

ب- مراحل الخصخصة: مرت عملية الخصخصة للقطاع بمرحلتين هما:

- مرحلة العرض الفوري: شملت المشاريع الفندقية التي كانت في طور الإنجاز أو على وشك الانتهاء حيث تم سنة

1995 عرض مناقصة وطنية ودولية لبيع مجموعة الفنادق .

¹- مدات جمال ، السياحة في الجزائر الإصلاحات و الافاق المستقبلية ، مداخلة مقدمة ضمن فعالية الملتقى الوطني الأول ، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر ، 2010 ، ص 10

- مرحلة العرض الإضافي: يشمل مجموع المؤسسات الفندقية قيد الاستغلال والمبدأ المطبق لخصصتها يعتمد على تصنيفها إلى ثلاث أصناف وهي: الجيدة (صنف أ)، مؤسسات ذات خزينة إيجابية، المتوسطة (صنف ب)، مؤسسات ذات خزينة متوازنة، دون المتوسطة (صنف ج) ومؤسسات تعاني من عجز ولها قدرات لمعالجة العجز.

2- نتائج عملية الخصخصة :

أسفرت عملية الخصخصة على دخول مؤسسات أجنبية للاستثمار في الجزائر منها¹:

- مجمع أكور Accor الفرنسي: بدأ التعامل مع الجزائر من خلال إبرام عقدين للتسيير .
- مجمع فلامنكو flamenco : المجمع الإسباني يعمل في إطار النشاط السياحي والفندقي .
- مجمع هيلتون Hilton : قام المجمع بإبرام عقد تسيير سنة 1993 لكن هذا العقد لم يستمر طويلا .
- مجموعة سفير "safir" : الكويتية تقوم بتسيير فندق مازفران غرب العاصمة .

3- الإنجازات المحققة بين (1990-1999): عرفت هذه الفترة تراجعاً كبيراً في أداء القطاعات الاقتصادية عامة والقطاع السياحي بشكل خاص وذلك تبعاً للظروف التي مرت بها البلاد وجعلتها تغرق في مستنقع من المشاكل الأمنية التي أدت إلى عزوف السياح عن القدوم إلى الجزائر .

أ- توافد السياح: فمنذ سنة 1990 وعدد السياح الأجانب سواء كانوا جزائريين مقيمين بالخارج أو أجانب عرف تراجعاً متبايناً من سنة إلى أخرى .

ب- المداخيل وإيرادات السياحة: تبعاً لتناقص عدد الوافدين للجزائر عرفت أيضاً الإيرادات نقصاً في تلك الفترة.

ج- الطاقة الفندقية: لم تعرف فترة التسعينيات برامج استثمارية بل دخلت البلاد في فترة ركود وكانت مرحلة انتقالية عرفت نشاطات قليلة مما انعكس سلباً على جميع القطاعات وكان هدف هذه المرحلة هو تفعيل دور القطاع الخاص عن طريق خصخصة المؤسسات العمومية، وتبعاً لهذا بلغت الطاقة الفندقية مطلع سنة 2000 بـ 67087 سرير.

د- التشغيل: وبداية تطبيق برنامج خصخصة القطاع السياحي الذي يرافقه تسريح العمال أو تقليص عددهم قدر عدد العمال بالقطاع 7723 عامل غير أن برنامج الخصخصة توقف فارتفع من جديد نوعاً ما.

¹- عوينان عبد القادر ، السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، الجزائر ، 2012 ، ص 77.

ثانيا : التشريعات الداعمة للسياسة السياحية الجديدة

لجأت الدولة من أجل إنجاز عملية الخوصصة وتشجيع القطاع الخاص المحلي والأجنبي للاستثمار في جميع القطاعات التي حررتها وفتح رؤوس أموالها أمام المستثمرين الخواص بشكل عام والقطاع السياحي بشكل خاص إلى سن جملة من التشريعات والنصوص القانونية لتتماشى مع مرحلة الانفتاح وتمثل فيما يلي¹:

1- قانون النقد والقرض (90- 10): الذي يعتبر الأساس في بداية الإصلاحات الاقتصادية، حيث جاء فيه "يرخص لغير المقيمين بتحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر لتمويل أية نشاطات اقتصادية غير مخصصة صراحة للدولة أو للمؤسسات المتفرعة عنها أو لأي شخص معنوي يشار إليه صراحة بموجب نص قانوني".

2-قانون ترقية الاستثمار رقم (93- 12):جاء كمحفز لجلب الاستثمارات الأجنبية والمحلية في جميع القطاعات باستثناء تلك التي بقيت حكرا على الدولة .

3- قانون تطوير الاستثمار سنة 2001 :جاء الأمر 03/01 الصادر بتاريخ 22 أوت 2001 ليعمل على تجسيد الإصلاحات الوطنية ويدعمها بإجراءات وأدوات قانونية أكثر فعالية من قبل بتقديمه امتيازات إضافية للمستثمرين سواء كانوا جزائريين أو أجانب .

4- قانون التنمية المستدامة للسياحة: يهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز .

5- قانون استغلال الشواطئ السياحية: يحدد هذا القانون القواعد العامة للاستغلال والاستعمال السياحيين للشواطئ .

6- قانون حماية وتهيئة وترقية مواقع التوسع السياحي: يحدد هذا القانون مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية مواقع التوسع .

المبحث الثالث :عراقيل صناعة السياحة في الجزائر

على الرغم من وجود مقومات طبيعية وحضارية تجعل الجزائر مرشحة لتكون واحدة من أبرز الوجهات السياحية في منطقة البحر الأبيض المتوسط وحتى في العالم بأسره، إلا أن القطاع السياحي يعاني من تراجع كبير، إن لم يكن خطيرا، في أدائه، سواء على مستوى الطلب المحلي أو الدولي. هذا التراجع يعود إلى عدة أسباب ومشاكل متعددة.

¹- محمودي عز الدين ، أهمية القطاع السياحي في تحقيق اهداف السياحة الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2011- 2012 ، ص 150.

المطلب الأول: المعوقات المرتبطة بالسياسات التنموية لقطاع السياحة

جميع السياسات التنموية التي تم تنفيذها لتعزيز وتطوير قطاع السياحة فشلت رغم الجهود المبذولة لإبراز دور هذا القطاع، الذي يُعتبر محورياً مهماً يعول عليه العديد من الدول، خاصة النامية، لجذب العملة الصعبة وتخفيف معدلات البطالة. في كل مرحلة من تطبيق هذه السياسات، ظهرت مشاكل لم تُحل، بل تفاقمت، مما أدى إلى تراجع أداء هذا القطاع وأهمها¹:

أولاً: تهميش قطاع السياحة واعتباره قطاعاً غير منتج (ثانوي)

إن المتأمل في السياسات المتعاقبة إن جاز تسميتها سياسات منذ استعادة الجزائر سيادتها من المحتل الفرنسي سيستخلص أن مكان الضعف هي في هذه السياسات نفسها، حيث كان للنهج الاشتراكي خلال عقدي الستينات والسبعينيات من القرن العشرين أثره الواضح على وتيرة الاستثمارات المحلية والأجنبية في القطاع السياحي نتيجة المخاوف المصطنعة والأطروحات الخاطئة الممكن إجمالها في أن السياح يهددون قيم المجتمع، وعليه فإن البلد في غنى عما ينفقه هؤلاء الأجانب من العملة الصعبة، وتحمل القطاع العام المهمة، وانطلاقاً من هذا التصور لم يحظ القطاع السياحي بالعناية الإستراتيجية بنفس تلك العناية التي حظيها القطاع الصناعي .

فكانت الاعتمادات المالية الممنوحة للقطاع خلال تلك الفترة (1967 - 1989) غير كافية لتطوير القطاع حيث جاء في مؤخرة القطاعات المستفيدة من الميزانيات المخصصة لتسيير تلك الفترة، مما انعكس سلباً على أداء القطاع ويظهر ذلك من خلال :

- ضعف طاقات الإيواء وتدني مستوى أداء الخدمات
- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية وإخفاق في تسويق الوجهة السياحية
- نقص تكوين وتأهيل المستخدمين
- عدم استقرار الإطار التنظيمي والتشريعي للنشاط السياحي

ثانياً: مشكل العقار السياحي

يمثل مشكل العقار عائقاً أساسياً أمام المستثمرين الخواص سواء كانوا وطنيين أو أجانب والعقار السياحي على وجه الخصوص، فلقد أحصت الدولة 174 منطقة توسع سياحي بعد صدور القوانين اللازمة لتنظيم استغلال هذه المناطق أوكلت عملية تسييرها وإعداد الدراسات اللازمة لاستغلالها إلى الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، لكن رغم ذلك يبقى المستثمرون يعانون من مشاكل كثيرة .

¹- بوسعدي الهام ، إشكالية تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر ، الجزائر ، 2014 ، ص 06.

ثالثا: إشكالية التمويل

يتطلب الاستثمار السياحي موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق والمؤسسات السياحية الأساسية وهو ذو مخاطر مرتفعة لأن الاستثمار يتم في أصول ثابتة لمدة طويلة كما أن المشروع السياحي يحتاج إلى مدة ثلاث سنوات من تاريخ الاستغلال حتى يتمكن من تحقيق المردودية ولا يصل إلى مرحلة تحقيقها فعليا إلا بعد مدة تصل في المتوسط إلى ثمان سنوات، مما يتطلب تكييف الائتمان المصرفي مع هذه الخصوصيات من خلال تقديم منتجات مالية متميزة خاصة بالقطاع السياحي مع تخفيض معدلات الفائدة وإمكانية تأجيل الدفع¹.

رابعا: الفساد الإداري وغياب الشفافية

إن الإدارة الجزائرية إدارة بيروقراطية تمتاز ببطء أداء الأعمال وتعقيد الإجراءات رغم التسهيلات التي قدمتها الجزائر للمستثمرين في القوانين المختلفة خاصة قانون (2001) المتعلق بتطوير الاستثمار، إلا أن المستثمرين الأجانب يشكون من العراقيل الإدارية التي يتعرضون لها في الجزائر مقارنة بدول الجوار ويرون أن الفساد الإداري قد زادت حدته بسبب هذه العراقيل .

خامسا: ضعف البنية التحتية

إن المنتج السياحي منتج مركب وعملية التنمية السياحية عملية شاملة تأخذ بعين الاعتبار كافة القطاعات الأخرى ولكي تنجح هذه العملية على مختلف السياسات أن تأخذ بعين الاعتبار تنمية باقي القطاعات التي تساهم في إنجاح السياحة فضعف البنية التحتية انعكس سلبا على القطاع السياحي .

سادسا: إهمال دور قطاع الصناعات التقليدية في تنمية السياحة

السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع السياحي في الجزائر لم تعط الأهمية الكافية لدور قطاع الصناعات التقليدية في تعزيز وتطوير الصناعة السياحية. في العديد من الدول، يعتبر المنتج الصناعي التقليدي أو الحرفي أحد العناصر الأساسية للمنتج السياحي. الحرفيون الجزائريون يواجهون العديد من المشاكل التي تعيق تطوير هذا القطاع، رغم ثراء الجزائر بالحرف التقليدية. التحف التقليدية والزربية الجزائرية والألبسة التقليدية تهر الجمهور في المعارض الدولية، مما يُبرز الإمكانيات الكبيرة غير المستغلة لهذا القطاع.

¹- بوسعدي الهام ، مرجع سابق ، ص 06.

المطلب الثاني: المشاكل الخاصة بغياب الثقافة السياحية وتحسيس الأطراف الفاعلة في صناعة السياحة

صناعة السياحة في أي دولة ليست مسؤولية الحكومة أو وزارة معينة فقط، بل هي عملية تنمية شاملة ومستدامة تتطلب مشاركة جميع أطراف المجتمع، ووعيم بأهمية هذه الصناعة. إذا كانت عملية التنمية السياحية منعزلة عن الأطراف المعنية في المجتمع، فإن السياسة السياحية يمكن أن تعاني، ويظهر العديد من المشاكل نتيجة لذلك منها¹:

أولاً: ضعف الوعي السياحي والثقافة السياحية

الثقافة السياحية تعني امتلاك الفرد لمجموعة من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم التي تمكنه من التصرف بوعي ورشد تجاه جميع المظاهر السياحية. تشمل هذه الثقافة القدرة على التخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح بفعالية. لتحقيق التنمية المستدامة في قطاع السياحة، من الضروري نشر الوعي الثقافي السياحي من خلال تطوير نظام اجتماعي متكامل يشرك جميع أفراد المجتمع في عملية التنمية. قد يكون ذلك عن طريق نشر فكرة، أو غرس شجرة، وغيرها من الأنشطة التي تساهم في الحفاظ على البيئة.

المجتمع الذي يدرك أهمية السياحة يساهم بشكل فعال في نجاح الخطط التنموية لهذا القطاع. يمكن تحقيق ذلك عبر إدراج الثقافة السياحية في البرامج الدراسية، وتنفيذ حملات إعلانية وتوعوية تعزز من فهم الأفراد لأهمية التعايش مع السياح الأجانب وحسن الضيافة. بالإضافة إلى ذلك، يعد الحفاظ على البيئة جزءاً مهماً من هذه الثقافة، حيث يساهم في إعطاء صورة إيجابية عن البلاد واستغلال الموارد الطبيعية بشكل عقلاني للحفاظ عليها، ومحاربة جميع أشكال العنف والجريمة السياحية ضد الطبيعة والأشخاص.

ثانياً: تدهور المحيط الثقافي والطبيعي

على الرغم من صدور قوانين التنمية السياحية المستدامة، مثل قانون استغلال واستعمال الشواطئ السياحية وقانون حماية وتهيئة مناطق التوسع السياحي، إلا أن الجزائر تواجه العديد من الانتهاكات في مجال الحفاظ على البيئة والموارد السياحية، وسوء إدارة الموروث الثقافي. يساهم غياب الوعي لدى الجزائريين في الإضرار بالطبيعة، سواء كان ذلك عن غير قصد أو عمداً. ومن بين المظاهر الشائعة نجد:

- البناء العشوائي في المناطق السياحية بدون ترخيص، وانتشار الأنشطة التجارية غير المرخصة.

¹- هناء حامد زهران ، الثقافة السياحية و برامج تنميتها ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 ، ص11.

- قنوات الصرف الصحي العشوائية في الأماكن السياحية، التي لا تلتزم بأدنى معايير النظافة وتم إنشاؤها بشكل غير منظم.
- سوء استغلال الشواطئ التي تعاني من الاكتظاظ خلال مواسم الاصطياف بسبب نقص المرافق الضرورية، مما يؤثر سلباً على نظافة هذه الشواطئ.
- سرقة رمال الشواطئ والصحراء لاستخدامها في البناء.
- تلوث مياه الشواطئ نتيجة التخلص من النفايات فيها دون مراعاة المعايير العلمية للتخلص منها سواء في البحر أو البر.
- تعرض الغابات للسرقة والإتلاف نتيجة الحرائق التي تحدث في الصيف بسبب إهمال المواطنين.
- الصيد العشوائي وغير المرخص، مما أدى إلى الإضرار ببعض أنواع الطيور والحيوانات.
- الانتشار العشوائي للبنىات في المدن دون طابع عمراني مميز، وعدم التفكير في إنشاء مناطق خضراء، مما أفقد المدن جمالياتها.
- تزايد الضجيج بسبب النمو الديمغرافي وتمركز السكان في المدن الكبرى.
- إهمال التراث الثقافي والحضاري، حيث تم بناء منشآت عشوائية في بعض المناطق الأثرية، مما أدى إلى تدمير المعالم التاريخية، بالإضافة إلى عمليات سرقة الآثار التي تحدث من حين لآخر. كما أن عدم اهتمام الوزارة بترميم وحماية بعض المناطق التاريخية والمحميات الطبيعية أدى إلى إتلاف أصناف كثيرة من النباتات وغيرها.

ثالثاً: تدني أداء الوكالات السياحية

- الوكالات السياحية تقوم ببيع منتجات مقدمي الخدمات السياحية، مثل حجز الرحلات وبيع تذاكر السفر بأنواعها، وتأمين الإقامة والتأشيرات، وكل ما يتعلق ببرامج السفر. في ظل المنافسة الشديدة، يتمثل الدور الأهم للوكالات السياحية اليوم في الترويج للمقاصد السياحية وتقديم عروض تنافسية لجذب السياح¹.
- مع ذلك، اقتصر دور الوكالات السياحية في الجزائر على تقديم عروض للجزائريين للسفر إلى الخارج، بالإضافة إلى تنظيم رحلات العمرة والحج. أغلب هذه الوكالات تعمل بطرق تقليدية تفتقر إلى الأساليب الحديثة للتسيير الإلكتروني لإدارة عمليات الحج، مثل النقل والإقامة والمطاعم.

¹ - هناء حامد زهران ، مرجع سابق ، ص11.

بحسب وزارة السياحة، تنحصر أنشطة هذه الوكالات بنسبة 80% في السياحة الموفدة (خروج الجزائريين نحو المقاصد الدولية)، و10% في الاستقبال، وهو نشاط خاص بوكالات الجنوب، و10% في بيع التذاكر. كل هذه المشاكل تأتي في ظل غياب تنظيم فعال لوكالات الأسفار وافتقارها إلى ميثاق يحكم المهنة.

رابعاً: تدنى وضعف أداء الجماعات المحلية والجمعيات السياحية

في كل ولاية في الجزائر، توجد مديرية للسياحة مسؤولة عن إدارة السياحة في الولاية. يقتصر دورها على الإحصاء والمتابعة وأحياناً صيانة بعض الهياكل، لكن السياسة السياحية والتخطيط تظل عمليات مركزية لا تأخذ في الاعتبار اللامركزية في التخطيط والتسيير. نتيجة لذلك، تفتقر العديد من البلديات التي تحتوي على مواقع سياحية إلى الميزانية اللازمة لإدارتها. رغم ذلك، يمكن للبلديات أن تلعب دوراً مهماً في تنمية السياحة من خلال الاستثمار في منشآت البنية التحتية، مثل¹:

- تحسين الطرق العامة وربط المناطق السياحية بأماكن الإقامة.

- إنشاء الحدائق العامة والمساحات الخضراء.

- توفير المرافق الضرورية مثل الإنارة وتوفير المياه على مدار اليوم.

- تنظيم الفعاليات الثقافية والرياضية والدينية التي تنشط السياحة، مثل عيد الزربية، عيد الفراولة، مهرجان الأغنية الأمازيغية، ومهرجان الفلكلور الشعبي.

تخصيص البلديات لميزانيات من أجل تنشيط الأنشطة الثقافية يمكن أن يساهم في إقامة مهرجانات وطنية ودولية تجذب السياح المهتمين بالسياحة الثقافية. للجماعات المحلية دور هام في نظافة المدن، مما يترك انطباعاً جيداً لدى السياح. ومع ذلك، تعاني البلديات من مشكلة النفايات المتراكمة، خاصة في المدن الكبرى والمناطق الساحلية خلال فصل الصيف، مما يؤثر سلباً على السكان بسبب ارتفاع أسعار البضائع والسلع نتيجة زيادة الطلب. ينبغي أن تهتم البلديات بمكافحة هذه الظواهر والتصدي لجشع الباعة والتجار.

فيما يتعلق بنشاط الجمعيات السياحية، فإن معظمها يركز على التوعية ونشر الثقافة السياحية لتعزيز المشاركة في عملية التنمية السياحية وتشجيع الاستثمار بزيادة الطلب على الخدمات السياحية. هذا يشمل الضغط على المؤسسات المالية لتوفير منتجات مالية متخصصة من خلال تكثيف الجهود والمشاورات مع البنوك والمؤسسات المالية. من بين الجمعيات السياحية في الجزائر: الفدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السفر

¹- وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة ، الكتاب الأول ، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، جانفي ، 2008 ، ص 54.

والسياحة، الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة، الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة، والفدرالية الوطنية للفنادق والمطاعم.

المطلب الثالث: غياب الأمن السياحي

تعد السياحة خدمة كمالية أو ترفيهية بالنسبة لكثير من المستهلكين، ويمكن للسائح التخلي عنها إذا لم يشعر بالثقة والراحة النفسية تجاه الأوضاع في الوجهة السياحية التي يقصدها. تعتمد راحة السائح واطمئنانه على ثلاثة مقومات رئيسية: المقومات الطبيعية والحضارية، المقومات المتعلقة بالبنية التحتية والبنية السياحية، والأمن الشامل بما في ذلك الأمن السياحي.

انعدام الأمن يمكن أن يلغي تأثير توفر المقومات الأخرى، فالسائح قد يتفهم حدوث كارثة طبيعية مثل زلزال أو إعصار أو فيضانات، إذ يعلم أن هذه الكوارث ليست من فعل البشر، وبعد زوالها وآثارها قد يعود إلى تلك الوجهة السياحية. ولكن، ما يقلل من اطمئنانه وراحته بشكل كبير هو الحوادث والاختلالات الأمنية الناتجة عن البشر مثل عدم الاستقرار السياسي، الإرهاب، الجرائم الجنائية، والسرقة. هذه العوامل تجعل السائح يلغي فكرة السفر، حيث أن أشد أعداء السياحة هو عدم اليقين¹.

خلال العشرية السوداء في التسعينيات، صنفت الجزائر كمنطقة ذات درجة خطورة مرتفعة، مما أدى إلى إلغاء الوكالات الأجنبية للرحلات إلى الصحراء الجزائرية وشطب الوجهة الجزائرية من برامجها. هذا الوضع أثر سلبا على توافد السياح خلال تلك الفترة.

من خلال البيانات، نرى أن عدد السياح القادمين إلى الجزائر تناقص باستمرار طوال العشرية السوداء، إلى أن هدأت الأوضاع. بعد قانون المصالحة الوطنية، عرفت الجزائر عودة واستتباب الأمن، إلا أن قدوم السياح الأجانب ظل محدودا بسبب الأعمال الإرهابية التي ما زالت تحدث من حين لآخر (مثل مقتل الرهبان الفرنسيين وحادثة تقنتورين). هذه الأحداث أدت إلى عزوف السياح عن زيارة الجزائر بسبب عدم الاستقرار السياسي والانفلات الأمني المصاحب له.

فيما يتعلق بالاستثمار في القطاع السياحي، ظلت رؤوس الأموال الأجنبية متخوفة من المناخ الاستثماري في الجزائر. شكل تدهور الوضع الأمني والسياسي عائقا كبيرا أمام المستثمرين، فرغم وجود آليات التأمين، تبقى درجة المخاطرة عالية مما يؤدي إلى عزوف المستثمرين الأجانب عن القدوم للاستثمار في الجزائر.

¹- إبراهيم بطاطو، الامن السياحي العمود الفقري للسياحة الأردنية، دار النشر و التوزيع، الجزائر، 2015، ص 15.

خلاصة :

لم يشهد قطاع السياحة في الجزائر النمو الذي يجعله قطاعا واعدا للتنمية الاقتصادية، رغم الخطابات الرسمية المتكررة التي تنادي بضرورة دمجها في عملية التنمية الاقتصادية الشاملة. فشلت السياسات السياحية المتبعة منذ الاستقلال في جعل الجزائر وجهة سياحية مفضلة للسياح الأجانب، رغم اعتراف الجميع بأن الجزائر تعد من أجمل الدول في منطقة البحر الأبيض المتوسط، وصحراؤها الساحرة تجعلها مقصدا سياحيا متميزا بشهادة المختصين في صناعة السياحة. هذا بالإضافة إلى المقومات الأخرى التي تتيح تطوير أنواع مختلفة من السياحة على مدار السنة، مثل السياحة الشاطئية، المعدنية، الجبلية وغيرها.

في فترة الاقتصاد الموجه، ركزت الجزائر على بناء اقتصاد صناعي، مما أدى إلى إهمال القطاعات الأخرى، بما في ذلك السياحة. لم يحظ هذا القطاع بالاهتمام اللازم في المشاريع التنموية لتلك الفترة، مما انعكس سلبا على نموه. وحتى خلال التحول نحو اقتصاد السوق وتشجيع الاستثمارات الخاصة في القطاع السياحي عبر مختلف الإجراءات والتحفيزات الجبائية، ظل أداء هذا القطاع متدنيا. يعود ذلك إلى عدة أسباب، أبرزها تدني جاذبية مناخ الأعمال، مشكلات حيازة العقار السياحي، وغياب الثقافة السياحية في الجزائر.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية

صناعة السياحة والتنمية

تمهيد :

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية في العديد من البلدان، حيث يسهم بشكل كبير في تعزيز النمو الاقتصادي و توفير فرص العمل و تنمية البنية التحتية و زيادة الإيرادات الوطنية.

تتيح السياحة فرص اقتصادية متعددة، سواء للأفراد أو الشركات أو حتى للحكومات. فهي تسهم في توفير فرص العمل المباشرة و غير المباشرة في مجالات مثل الفنادق و المطاعم و الترفيه و النقل و التسوق و الصناعات التقليدية و الحرفية.

بالإضافة إلى ذلك ، تعزز السياحة التبادل التجاري و تعزز الاستثمارات في البنية التحتية السياحية مثل الطرق و المطارات و الموانئ و المعالم السياحية ، مما يسهم في تحسين جودة الحياة للمواطنين.

المبحث الأول: نبذة حول مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

المطلب الأول: نشأة و تعريف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

أولا: نشأة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

هي مؤسسة عمومية، هدفها ليس ربحي و غير تجاري، أنشأت بموجب ترتيبات المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 و المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية آنذاك، و حتى يتسنى النهوض بالمهام المسندة إليها، تم رسم الهيكل التنظيمي حدد المصالح و المكاتب الملحقة لها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة و القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 جوان 2007 .

و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 20-198 المؤرخ في 25 جويلية 2020 المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و تحديد مهامها و تنظيمها .

ثانيا: تعريف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

تقع مديرية السياحة بالحي الإداري صلامندر – مستغانم – الاسم المختصر باللغة الفرنسية D-T-A. و باللغة العربية م س ص ت .

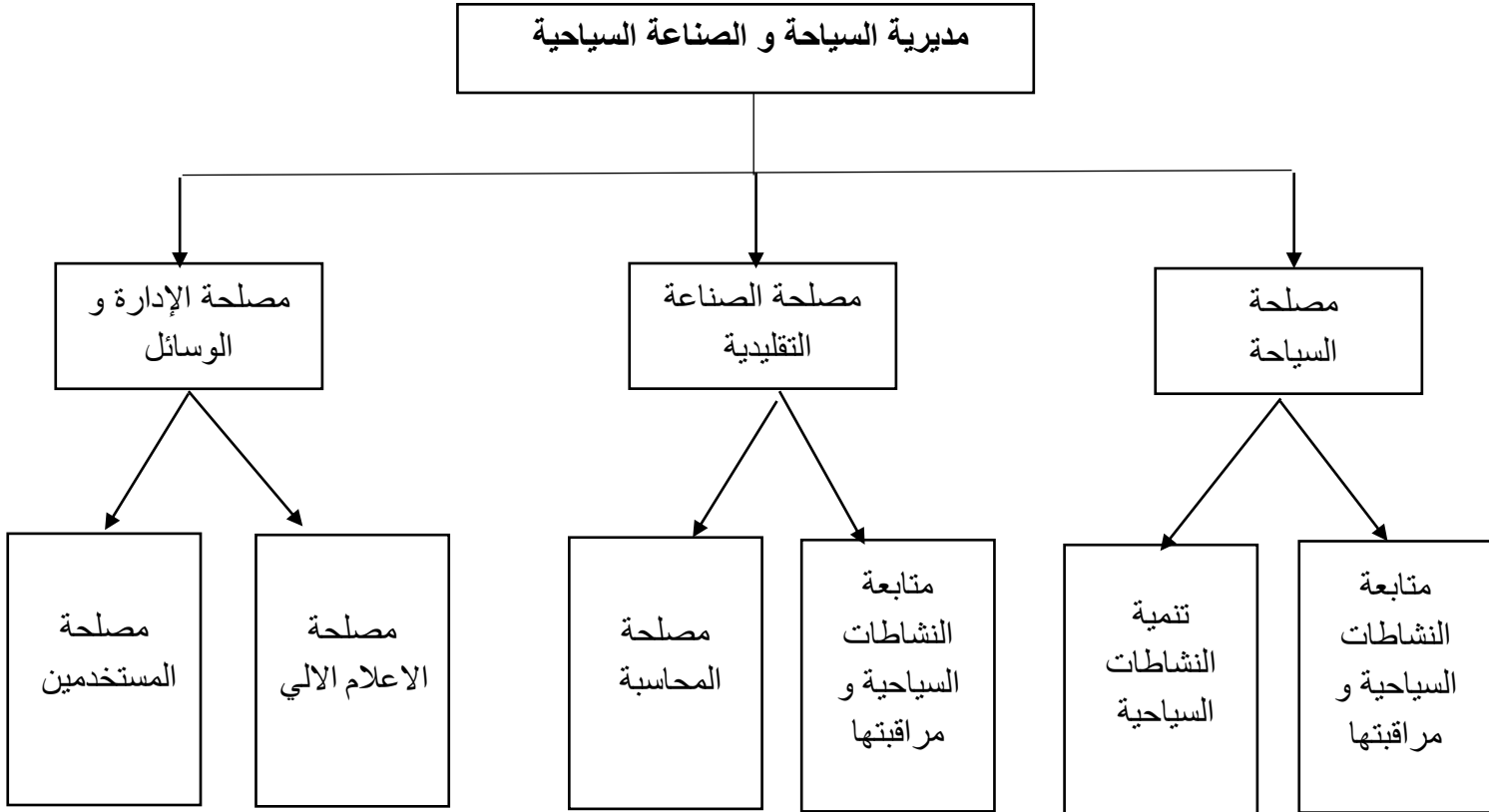
أنشأت مديرية السياحة بالولاية بموجب ترتيبات المرسوم التنفيذي رقم 95 - 260 المؤرخ في 29 أوت المتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية آنذاك .

و حتى يتسنى النهوض بالمهام المسندة إليها تم رسم الهيكل التنظيمي حدد المصالح و المكاتب الملحقة لها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05 – 2016 المؤرخ في 11 جويلية 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة و القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2 جوان 2007 .

و في سنة 2010 تم إنشاء مرسوم تنفيذي رقم 10 - 257 المؤرخ في 10 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و تحديد مهامها و تنظيمها بحيث تكلف مديرية السياحة و الصناعة التقليدية للولاية.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

الشكل رقم (01) :الهيكل التنظيمي للمديرية



المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

1- مصلحة السياحة : و تنقسم الى ثلاث مصالح :

أ – مصلحة تنمية النشاطات السياحية : تتمثل مهامها فيما يلي :

- استقبال المستثمرين السياحيين و ارشادهم .

- دراسة ملفات طلب بناء المشاريع السياحية على المستوى الولاية .

- القيام بإنجاز دفاتر الشروط الخاصة بدراسات تهيئة مناطق التوسع السياحي و كذا تهيئة الشواطئ .

- دراسة ملفات طلبيات الاستثمار على المستوى الولاية بمناطق التوسع السياحي .

- متابعة مدى تقدم اشغال انجاز المشاريع السياحية .

ب - مصلحة تنمية النشاطات السياحية والمراقبة : تتمثل مهامها فيما يلي :

- مراقبة المؤسسات السياحية (الفنادق ، وكالات السياحة و الاسفار) .

- السهر على تطبيق القوانين التي تنظم النشاط السياحي .

- تحضير الموسم الاصطيافي .

- تحضير اليوم العالمي للسياحة (25 سبتمبر كل سنة)

- تحضير الصالون الدولي للسياحة و الاسفار .

ج - مصلحة متابعة النشاطات السياحية و المراقبة : و هي تقوم بما يلي :

- متابعة و مراقبة المؤسسات الفندقية : يعتمد مفتش هذه المصلحة على القانون 99 / 01 المحدد للقواعد

المتعلقة بالفندقة كما يعتمد على المرسوم التنفيذي 2000 / 46 المعرف للمؤسسة الفندقية و المحدد للقواعد

المتعلقة بالفندقة و تنظيمها و تسييرها و كذا كيفية استغلالها .

- تصنيف المؤسسات الفندقية الى الرتب من 1 الى 5 نجوم .

2- مصلحة الإدارة و الوسائل : و تنقسم الى :

● مصلحة المستخدمين : و تتمثل فيما يلي :

- توفير الكفاءات او العمالة للمديرية

- تسيير المسار المهني للموظفين و تكوينهم .

- السهر على تحقيق الانضباط .

- تقييم الموظفين كل سنة .

● مصلحة الاعلام الالي : و هي تهتم بالاعلام الالي الداخلي للمديرية .

● مصلحة المحاسبة : و هي تهتم بميزانية المديرية

3- مصلحة الصناعة التقليدية : هذه المصلحة لم يتم ادراجها بعد في مديرية السياحة و الصناعة الإقليمية

للولاية.

المطلب الثالث : مهام ونشاطات المديرية

أولا : مهام المديرية

حسب المرسوم التنفيذي رقم 10-257 مديرية السياحة و الصناعة التقليدية تكل يمكن إجمالها في ما يلي :

- في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية و التنمية السياحية .
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية .
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تهمين القدرات المحلية .
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة و ذات نوعية .
- تنفيذ برامج و تدابير ترفيه و تطوير النشاطات السياحية و الحمامات المعدنية و تقويم نتائجها .
- جمع و تحليل و تزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي و الحمامات المعدنية و ضمان نشرها و إعداد الحصائل الثلاثية و السنوية للنشاط السياحي .
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية و الأجنبية لاسيما في مجال الاستثمار و تكوين الموارد البشرية .
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم و العمران و تهمين مناطق مواقع التوسع السياحي .
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي و متابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية و تطبيق القواعد و مقاييس الجودة المقررة في هذا المجال، لتحسين الخدمات السياحية سيما النظافة و حماية الصحة و الأمن .
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين و تطلعات السواح في مجال الراحة و الاستجمام و الترفيه .
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز و التسيير في جانبه السياحي .
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار و ترقية و جودة النشاطات السياحية .

- تنشيط و تأطير المصالح الخارجية و الفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي .

- في مجال الصناعة التقليدية :

-إعداد مخطط سنوي و متعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية و كذا الحصائل الثلاثية و السنوية و جميع المعطيات الإحصائية و ضمان توزيعها.

- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية .

- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه ورد الاعتبار له .

- السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج و ممارسة أنشطة الصناعة التقليدية .

- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية .

- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية .

- تدعيم أعمال المنظمات و التجمعات المهنية و الجمعيات و الفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية .

- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية و الحرف و تنشيطها .

- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز و التسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية .

- المبادرة بالتحقيقات و الدراسات ذات الطابع التقني و الاقتصادي و الاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.

ثانيا : نشاطات المديرية

- صناعة الفخار: من أهم المصنوعات الطينية صناعة الصحون : معاجين الدقيق ، الطاجين.
- خياطة اللباس التقليدي: يحترفها الرجال و النساء على حد سواء و هي صنعة تمارس عادة في بيوت العائلات و هي عبارة عن خياطة ألبسة على أزياء تقليدية تلبس في المناسبات و لباس العروس .
- الفتلة و المجبود : تمارس غالبا في البيوت و هي عبارة عن خيوط ذهبية رفيعة تتركز معظم الأزياء النسائية بخيط من الذهب أو الفضة و العدس و الكنتيل المذهبين .

• صناعة الزرابي وصناعة الحلويات التقليدية

و بالنظر إلى هذا الكثر الثمين التي تزخر به المدينة في مجال الصناعة التقليدية تقوم المديرية بمجموعة من المهمات للنهوض بهذه الصناعة أهمها :

- إعداد مخطط عمل سنوي و متعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية .
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه و رد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج و ممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.

المبحث الثاني : الرؤية الاستراتيجية لصناعة السياحة في الجزائر

المطلب الأول : مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر

من بين أهم المؤشرات السياحية في الدولة المضيفة، نجد المقومات السياحية الأولية التي تتمتع بها وتميزها عن غيرها من الدول، بالإضافة إلى البنية الداعمة لهذه المؤهلات والمتمثلة في منشآت الاستقبال السياحية وشبكة النقل والاتصالات، كما نجد أيضا حجم الطلب السياحي الذي يعتبر أهم معيار يعكس جاذبية المقدرات السياحية.

أولا : مقومات القطاع السياحي في الجزائر

تمتلك الجزائر مقومات طبيعية، حضارية وثقافية كفيلا بأن تجعل منها وجهة سياحية متميزة على المستوى الإقليمي والعالمي، في حال ما دعمت هذه المقومات بالإمكانيات البشرية والمادية بالأخص هياكل الاستقبال السياحية والبنية التحتية اللازمة كشبكة النقل وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وغيرها من الإمكانيات التي تعزز من مقومات الجذب السياحي الخام التي تميز الجزائر، أهم هذه المقومات هي :

- 1- المقومات الطبيعية: إن الموقع الإستراتيجي للجزائر و مساحتها الشاسعة، يسمح لها بامتلاك مؤهلات سياحية طبيعية مهمة ومتعددة من شريط ساحلي خلاب يطل على البحر الأبيض المتوسط، ومناخ متوسطي معتدل، وتضاريس متنوعة وصحراء واسعة، نبرز أهم هذه المقومات فيما يلي :

- الشريط الساحلي: تطل الجزائر على البحر الأبيض المتوسط على طول شريط ساحلي يبلغ 1644 كلم تتخلله عدة خلجان وكتل صخرية، يمر على 420 بلدية ساحلية من "واد كيسر" بتلمسان غربا إلى "واد سواني السبع" بالطارف شرق، وهذا يجعل السياحة الساحلية منتجا أساسيا لقيام السياحة الشاطئية، خاصة وأن الجزائر تحظى بشواطئ خلابة، تتمركز أهمها في سكيكدة، القالة، عنابة، جيجل، بجاية، تيبازة، وهران وتلمسان. كما يتوفر الشريط الساحلي والمدن الداخلية المحاذية له على عدة محميات طبيعية مصنفة عالميا تتوفر على نظام بيئي مميز، وغطاء نباتي واحتوائها على كائنات نادرة، تم إنشائها للمحافظة على البيئة والثروة الحيوانية والنباتية .
- الأطلس التلي والهضاب العليا: يمتد الأطلس التلي على شكل سلاسل جبلية، فهناك سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، بينهما سهول ساحلية أشهرها سهل متيجة، وهران وعنابة، وسهول داخلية أشهرها سهل تلمسان، ونجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس وقمة لالا خديجة والونشريس والشريعة التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية، أما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و1000 م ، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة
- الصحراء الجزائرية: تعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، حيث تقارب مساحتها 2 مليون متر مربع، وتحتوي على تراث طبيعي وثقافي تاريخي غني ومتنوع، حيث تعد السياحة الصحراوية جوهرة المنتج السياحي الجزائري، باحتوائها على ثلاث حظائر ثقافية مصنفة عالميا. والمتمثلة في حظيرة وادي ميزاب بغرداية، حظيرة الطاسيلي باليزي، وحظيرة الهقار بتمنراست. كل هذه المقومات التي تزخر بها الصحراء الجزائرية بما فيها من واحات شاسعة تعتبر الأشهر في العالم مثل تيميمون وبني عباس، ومناظر طبيعية كغروب الشمس في منطقة ايسكرام بعمق الصحراء، كفيلة بجعل السياحة الصحراوية منتجا سياحيا هاما يؤهل الجزائر بدخول السوق السياحية الدولية بميزة تنافسية عالية .
- الثروة المعدنية: تزخر الجزائر بمقدرات ومؤهلات حموية معتبرة، موزعة عبر كافة التراب الوطني، تتسم بالعديد من المميزات والخصائص العلاجية الحموية، التي تسمح بالتنافس من جهة وتقديم فرص معتبرة للاستثمار من جهة أخرى، حيث أسفرت عملية التحيين للحصيلة الحموية عبر التراب الوطني عن 282 منبع حموي سنة 2017 ، من بينها 100 منبع حموي ذات الأولوية والمؤهلة للاستغلال عن طريق إنجاز مشاريع حموية جديدة، بالإضافة إلى المنابع الحموية المستغلة وكذا الممنوحة في إطار عقود الامتيازواستغلال المياه الحموية، كما تم إدراج 30 محطة حموية لاستقبال آلاف المستجمين واللياقة البدنية والبعض الآخر لأسباب علاجية محددة، و 09 مشاريع أخرى موقفة حاليا، وقد صنفت هذه

المنابع وفقا للمقاييس المعمول بها دوليا من حيث درجة حرارة وتدفق المياه والتركيبية المعدنية ومزاياها العلاجية.

2- المقومات الثقافية: تزخر الجزائر بغنى وتنوع الموروث الثقافي والحضاري، نتيجة الحضارات المختلفة التي توالى عليها على مر العصور، كالحضارة الفينيقية، الرومانية، البيزنطية والإسلامية، فالآثار والمعالم القيمة الموجودة في الجزائر كالمدين الرومانية والفن الصخري بالطاسيلي والهقار، والمباني والمرافق الدينية والمعمارية تشهد على بروز عدة ثقافات في الجزائر، كلها تدل على عراققة وأصالة هذه الحضارات والشاهد على ذلك تصنيف اليونسكو لسبع مناطق أثرية ضمن التراث الإنساني العالمي والمتمثلة في :

الجدول رقم (02) : المعالم الاثرية المصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو

سنة التصنيف	الموقع	المعلم الثقافي
1980	ولاية مسيلة	قلعة بني حماد
1982	شمال شرق مدينة سطيف	جميلة
1982	غرداية	وادي ميزاب
1982	سلسلة جبلية تقع في ولاية اليزي	طاسيلي ناجر
1982	مدينة باتنة	تيمقاد
1982	المدينة الاثرية بتيبازة	الاثار الرومانية
1992	مدينة الجزائر العاصمة	القصبة

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

إلى جانب الرصيد الحضاري والتاريخي الذي تتوفر عليه الجزائر، فهي تتميز بتراث شعبي محلي يسمح لها بتطوير الأنماط السياحية وتعزيز ولوج السياحة الثقافية، كالتراث التقليدي والصناعات التقليدية .

ونجد أبرز النشاطات الحرفية التقليدية التي تزخر بها الجزائر، النسيج في الأوراس والجلفة وبوسعادة، اللباس التقليدي وصناعة الجلود في تمنراست وتلمسان في صناعة الحقائق، ونجد صناعة الحلي في بني يني، صناعة النحاس في قسنطينة والطرز في توقرت، وصناعة الفخار والخزف الفني، الخيزران والحدادة الفنية والرخام

والنقش على الخشب الذي تمارس في مناطق مختلفة من الوطن و قد عرف القطاع توسعا مستمرا من حيث الأنشطة الحرفية إذ تم تسجيل 24434 نشاط حربي سنة 2017 نتج عن ذلك استحداث 62730 منصب شغل.

3- النقل والمواصلات : تمتلك الجزائر بنية تحتية متينة للنقل البري والبحري والجوي تساهم بشكل كبير في دعم السياحة، حيث يبلغ طول شبكة الطرق في الجزائر 112996 كم منها 29280 كم طرق وطنية و 1216 كم في طور الإنجاز، كما يتم نقل الأفراد والبضائع بفضل 11 ميناء تجاري هي: ميناء الجزائر، ميناء وهران، ميناء عنابة، ميناء سكيكدة، ميناء أرزيو، ميناء بجاية، ميناء مستغانم، ميناء الغزوات، ميناء جيجل، ميناء تنس، ميناء تلمسان، وقامت الجزائر بإنجازات مهمة مكنتها من تطوير قطاع النقل الجوي الأمر الذي سمح لها بالاندماج والتكيف المحلي والدولي، حيث خصصت 60 مليار دينار لتجديد هياكل قطاع النقل الجوي للفترة الممتدة من 2013 – 2017 .

4- الحظيرة الفندقية وطاقات الاستقبال في الجزائر: لا تقتصر مقومات الجذب السياحي على المؤهلات الطبيعية والحضارية والتاريخية فقط، وإنما يجب أن تعزز بمنشآت الاستقبال السياحي بمختلف أنواعها وتصنيفاتها، التي تتماشى مع القدرات المالية المتفاوتة للسياح، الأمر الذي يزيد من جاذبية المنطقة السياحية. فالجزائر بالإضافة إلى الطاقة الاستيعابية التي ورثتها والمقدرة ب 5922 سرير والمتمركزة في المدن الشمالية والكبرى للبلاد، عملت على توسيع قدراتها الاستيعابية من خلال انتهاجها لعدة مخططات تنموية، إلا أنها بقيت محتشمة ولا تكتسب صورة راقية تعكس جودة الخدمات المقدمة، إذ تصنف غالبيتها ضمن الفنادق الغير مصنفة .

الطلب الثاني : مشاريع الاستثمار السياحي في الجزائر

يعكس الاستثمار السياحي مدى استغلال الموارد السياحية المتاحة وتوفير البنية التحتية والفوقية للسياحة في البلد المضيف، من شبكة النقل والاتصال وتهيئة مناطق التوسع السياحية خاصة فيما يخص منشآت الاستقبال السياحية التي تعتبر من أهم المحددات الجاذبة في المنطقة السياحية، والجزائر تسعى جاهدة لتوفير المناخ المناسب لجذب الاستثمار السياحي سواء كان محليا أو أجنبيا وذلك لما له آثار إيجابية على طاقات الايواء وفرص العمل المحققة، وفيما يلي جدول يبين عدد المشاريع السياحية في الجزائر .

الجدول رقم(03) : تطور وضع المشاريع السياحية في الجزائر خلال الفترة (2013- 2023)

السنة	2013	2015	2017	2019	2021	2023
عدد المشاريع المبرمجة	530	597	713	861	1512	1964
مشاريع منتهجة	14	23	56	76	106	107
مشاريع قيد الإنجاز	299	329	405	385	584	764
مشاريع لم تنطلق بعد	-	124	130	296	793	928
مشاريع متوقفة	217	121	122	104	119	147
عدد الاسرة المرتقبة	48197	58416	82347	104244	207889	258560

المصدر: احصائيات وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

يوضح الجدول أعلاه أن إجمالي المشاريع السياحية تعرف وتيرة منخفضة بالرغم من ارتفاعها في أغلب سنوات الدراسة، كما يتضح أن عدد المشاريع المنتهية من الإنجاز قليلة جدا ، وأغلب المشاريع نجدها ضمن المشاريع قيد الإنجاز أو التي لم تنطلق بعد، فبالنسبة للمشاريع قيد الإنجاز شهدت تأخرا كبيرا في إتمامها ما يفسر بنقص التمويل الموجه للقطاع السياحي وكذا غياب هيئة مختصة في تمويل القطاع السياحي بالرغم من مخططات التمويل والشراكة بين القطاعين (العام والخاص) التي وضعت ضمن المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لأفاق 2030 ، وينطبق الأمر بالنسبة للمشاريع المتوقفة والتي تمثل عدد كبير من إجمالي المشاريع خاصة سنة 2013 لتسجل بعدها انخفاضا محسوسا ما يفسر ببداية أعمال المخطط التوجيهي للهيئة السياحية، إلا أنها عادت للارتفاع خلال سنتي 2022 و2023 ، أما بالنسبة للمشاريع التي تعثر انطلاقها يمكن تفسيره بسبب التأخر في إتمام مخططات التهيئة السياحية على مستوى الولايات بالإضافة إلى التأخر في تصنيف مناطق التوسع والمواقع السياحية (ZEST) ودراسة مخططات التهيئة السياحية (PAT) الخاصة بكل منطقة توسع وموقع سياحي، مما ينعكس سلبا على العقار السياحي وبالتالي التأخر في انطلاق وإنجاز المشاريع السياحية المبرمجة. كما يظهر الجدول عدد الأسرة المرتقب إنجازها والتي يمكن أن تعزز من طاقات الإيواء في الجزائر بتجسيد هذه المشاريع .

المطلب الثالث: تطور الطلب السياحي الجزائري

يعبر مؤشر الطلب السياحي عن حجم السياح الوافدين إلى البلد السياحي المضيف فهو من أهم المحددات التي تظهر مدى جاذبية الموقع السياحي للبلد المضيف، فمن خلال ما يلي سنتطرق إلى حركة السياحة الوافدة والصادرة في الجزائر .

أولاً: حركية السياحة الوافدة في الجزائر: تشهد السياحة الوافدة تطوراً متزايداً في معظم دول العالم المستقبلية للسياح بالرغم من بعض الأوضاع السلبية التي تواجهها السياحة العالمية، والأمر ينطبق على تدفق السياح الوافدين في الجزائر إذ عرف تطوراً مستمراً خلال الفترة 2013 – 2023 ما يمكن تفسيره بتحسين الوضع الأمني بالجزائر بعدما مرت بفترة عصبية خلال العشرية السوداء، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (04): تطور عدد السياح الوافدين الى الجزائر خلال الفترة 2013-2023

السنة	السياح الاجانب	جزائريين مقيمين في الخارج	مجموع السياح الوافدين	نسبة التطور%
2013	557000	1215000	1772000	1.54
2014	655810	1255696	1911506	7.89
2015	654987	1415509	2070496	8.31
2016	901642	1493345	2394887	15.66
2017	981955	1652101	2634056	9.98
2018	964153	1768578	2732731	3.75
2019	940125	1361248	2301373	15.78
2020	1083121	626873	1709994	27.70-
2021	1322712	716732	2039444	19.27
2022	1708375	742410	2450758	4.09

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

حسب ما يوضحه الجدول أعلاه، نجد بأن السياحة الوافدة إلى الجزائر عرفت نموا مستمرا إلا أنه ضعيف خاصة إذا ما قارناه بالمؤهلات السياحية التي تتمتع بها، ونستثني سنتي 2019 و2020 التي عرفنا تراجع في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر سواء كانوا أجنبيا أم الجزائريين المغتربين وهذا ينطبق كذلك على السياحة العالمية التي عرفت بعض التراجع بفعل الظروف الاقتصادية العالمية، كما يظهر الجدول خلال الفترة 2013 – 2023 أن الجزائريين المغتربين يشكلون الفئة الأكبر من السياحة الوافدة إلى الجزائر مقارنة بالسياح الأجانب الذين يشكلون نسبة ضعيفة، وهذا يمكن تفسيره بغياب الترويج للسياحة الجزائرية في الخارج أو لغياب المنشآت السياحية المنافسة للسياحة في بقية دول العالم خاصة الدول المجاورة منها، أما الثلاث سنوات الأخيرة من فترة الدراسة شهدت السياحة الوافدة انخفاضا في عدد السياح الجزائريين المقيمين في الخارج، بسبب تغييرهم لوجهة الجزائر واتجاههم نحو الوجهات السياحية المجاورة مؤخرا خاصة الجارة تونس، مما يؤكد ضعف تنافسية العروض السياحية بالجزائر مقارنة بتونس خاصة فيما يخص أسعار الإيواء. ولكن في المقابل نجد أن عدد السياح الأجانب شهد ارتفاعا خلال السنوات الأخيرة لكنه يبقى محتشما.

2- السياحة العكسية (الجزائريين المتوجهون الى الخارج)

يعرف الطلب السياحي الجزائري على الوجهات السياحية في الخارج ارتفاعا مستمرا في أغلب سنوات الدراسة، كما يفوق هذا الطلب (السياحة الصادرة) حجم الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر، وهذا يدل على تفضيل السائح الجزائري للوجهات الأجنبية على السياحة الداخلية في الجزائر ، وذلك لأسباب عدة من بينها جودة الخدمات السياحية المقدمة في الخارج مقارنة بالجزائر بالإضافة إلى الاسعار التنافسية للوجهات المجاورة، أو يمكن لجهل السائح الجزائري للمقاصد السياحية المختلفة التي تتمتع بها الجزائر لغياب الترويج اللازم لها، خاصة من طرف الوكالات السياحية التي غالبا ما تروج للوجهات الأجنبية بتقديمها لعروض مختلفة وذلك على حساب السياحة الداخلية .

ثالثا : مؤشر الليالي السياحية في الجزائر

يمثل مؤشر الليالي السياحية الطلب الفعلي على الإقامة بالفنادق، فهي تعبر عن المدة التي يقضيها السياح الوافدين في المؤسسات الفندقية بالبلد السياحي المستقبل، وهي تتأثر بمدى جودة الخدمات السياحية المقدمة في المؤسسات الفندقية، فبالنسبة لتطور الليالي السياحية في الجزائر فهي تتسم بنمو ضعيف، وهذا يدل على محدودية الفترة التي يقضيها السياح الوافدين إلى الجزائر وذلك تماشيا مع ضعف حجم الطلب السياحي في الجزائر.

المطلب الرابع :دراسة حالة لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

1-تطور عدد الشواطئ منذ سنة 2014 :

الجدول رقم (05) : تطور عدد الشواطئ

عدد المصطافين (حسب مصالح الحماية المدنية)	عدد الشواطئ المسموحة للسباحة	عدد الشواطئ الإجمالي	السنة
9845055	19	48	2014
11613055	21	49	2015
10723940	24	50	2016
15000000	34	44	2017
10 621 958	39	47	2018
9.218.285	43	52	2019
4.325.670	39	52	2020
5.344.560	42	52	2021
15.874.240	44	51	2022 (إلى غاية 04 سبتمبر)
15.210.364	45	59	2023 (الى غاية 31 اوت)

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

حسب ما يوضحه الجدول أعلاه تطور عدد الشواطئ منذ سنة 2014 ب 48 ب عدد المصطافين ب 9845055 الى سنة 2023 ب 59 بعدد المصطافين ب 15.210.364 مع تزايد عدد الشواطئ اجمالي مع سنوات، ارتفع عدد المصطافين حسب ما اشارت له مصالح الحماية المدنية .

2-تطور عدد المؤسسات الفندقية :

الجدول رقم (06) : تطور عدد المؤسسات الفندقية

السنة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد مناصب الشغل
2014	24	1802	175
2015	25	1832	200
2016	31	2585	365
2017	31	2585	365
2018	39	5087	1727
2019	34	3975	1442
2020	33	3805	1409
2021	33	3812	1409
2022	41	4843	1064
2023	41	4843	1064

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

حسب ما يوضحه الجدول أعلاه تطور عدد المؤسسات الفندقية منذ سنة 2014 ب 24 بعدد مناصب شغل ب 175 الى سنة 2023 ب 41 بعدد مناصب شغل ب 1064 مع هذا التطور الهائل في المؤسسات الفندقية مع سنوات، ارتفع عدد مناصب الشغل حسب ما اشارت له.

3-تطور عدد الوافدين وعدد الليالي :

الجدول رقم (07) :تطور عدد الوافدين وعدد الليالي

عدد الليالي		عدد الوافدين		السنة
الأجانب	الجزائريين	الأجانب	الجزائريين	
4210	125057	1858	116839	2017
20268	723106	5424	638894	2018
1822	50069	456	39829	2019
1245	29770	88	17291	2020
1181	89313	382	62821	2021
1181	382	89313	62821	2021
8086	103349	2467	47873	2022
3409	474889	1514	54012	2023

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

حسب ما يوضحه الجدول أعلاه تطور عدد الوافدين وعدد الليالي منذ سنة 2014 إلى سنة 2023 مع هذا التطور الهائل في الوافدين وعدد الليالي مع سنوات، ارتفع عدد حسب ما اشارت له .

4- تطور عدد وكالات السياحة والأسفار :

الجدول رقم (08): تطور عدد وكالات السياحة والأسفار

السنة	عدد الوكالات السياحية	عدد العمال الدائمين	عدد العمال المؤقتين	مجموع العمال
2014	14	50	-	50
2015	14	54	-	54
2016	17	55	11	66
2017	25	54	11	65
2018	37	75	12	87
2019	48	94	25	119
2020	58	122	35	157
2021	71	135	62	197
2022	77	130	74	204
2023	90	153	87	240

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

حسب ما يوضحه الجدول أعلاه تطور عدد وكالات السياحة و الاسفار منذ سنة 2014 ب 14 بو ارتفاع العمال ب 50 الى سنة 2023 تطور عدد وكالات السياحة و الاسفار ب 90 بارتفاع العمال ب 240 مع هذا التطور الهائل في وكالات السياحة و اسفار مع سنوات، ارتفع عدد العمال حسب ما اشارت له .

5- الأدلاء السياحيين المعتمدين في الولاية :

الجدول رقم (09): الأدلاء السياحيين المعتمدين في الولاية

الرقم	الاسم واللقب	نوع الدليل	رقم الهاتف
01	أمينة معمري	دليل سياحي محلي	0552.424.878
02	عبد العليم عيسات	دليل سياحي وطني	0555.320.331
03	تواتي نورين بن ملوكة	دليل سياحي وطني	0771.908.967 0661.383.989

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

5- مناطق التوسع السياحي :

تضم ولاية مستغانم 16 منطقة للتوسع السياحي، 15 منطقة حددت بموجب المرسوم رقم 88-232 المؤرخ في 1988/11/05 ومنطقة واحدة تم الإعلان عنها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-131 المؤرخ في 2010/04/29، يتعلق الأمر بمنطقة التوسع السياحي "الصخرة".

تقدر المساحة الإجمالية لها بـ 4724,8 هكتار.

الجدول رقم (10): مناطق التوسع السياحي

05 مناطق : بحارة – كاف قدوس – الصخرة- رأس إيفي + عملية مراجعة مخطط الهيئة السياحية لمنطقة التوسع السياحي "رمضان شاطئ".	مناطق التوسع السياحي في طور الدراسة
01: شليف شاطئ	مناطق التوسع السياحي المصادق عليها بتاريخ 21 أكتوبر 2018
04 مناطق :-أوريعة صبلات- المقطع – كاف الأصفر – سيدي عبد القادر	مناطق التوسع السياحي في طور المصادقة

06 مناطق : خروبة – ابراهيم شاطئ – حجاج شاطئ – استيديا – زريفة – الميناء الصغير.	مناطق التوسع السياحي المجمدة
16 منطقة	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

7- وضعية المشاريع السياحية الخاصة (فبراير 2024):

الجدول رقم (11): وضعية المشاريع السياحية الخاصة (فبراير 2024)

المجموع	المشاريع التي لم تنطلق		المشاريع المتوقفة		المشاريع في طور الانجاز		المشاريع المنتهية الأشغال بها	
	العدد	سعة الاستقبال	العدد	سعة الاستقبال	العدد	سعة الاستقبال	العدد	سعة الاستقبال
40	17	العدد	09	العدد	13	العدد	01	العدد
5907	8026	سعة الاستقبال	623	سعة الاستقبال	2498	سعة الاستقبال	106	سعة الاستقبال
1568	672	مناصب الشغل	209	مناصب الشغل	682	مناصب الشغل	05	مناصب الشغل

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

8- الترفيه والتسلية (موسم الاصطياف) :

الجدول رقم (12) :الترفيه والتسلية

المساحات الخضراء (عددها 07)	غابات الاستجمام والترفيه (عددها 02 غابة كاب ايفي وغابة الحرية	الحظيرة المائية	حظيرة التسلية موسمالاتاند	السنة
عدد الزوار	عدد الزوار	عدد الزوار	عدد الزوار	
/	/	16350	635000	2018
/	115355	21000	718070	2019
14175	14400	/	313 947	2020
/	/	/	791815	2021
54000	90000	39.743	140000	2022
39.020	275.328	42.588	1.800.000	2023

المصدر: من إعداد الطالبان ، اعتمادا على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

خلاصة :

في ختام الدراسة الحالية، نجد أن صناعة السياحة تشكل عنصرا أساسيا في اقتصاد العديد من الدول، حيث تسهم بشكل كبير في تعزيز النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل وتعزيز التبادل الثقافي والتفاهم الدولي. لكن على الرغم من الفوائد العديدة التي توفرها، فإنها تواجه تحديات متعددة تتطلب معالجتها بحكمة وفعالية. تشير الدراسة إلى أنه من المهم تبني سياسات مستدامة لتطوير قطاع السياحة، تهدف إلى تحقيق التوازن بين الاستفادة الاقتصادية والحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية. كما يتطلب الأمر العمل على تعزيز الجودة وتنوع المنتجات السياحية وتحسين البنية التحتية وتطوير الخدمات السياحية، بهدف جذب المزيد من السياح وتحقيق ميزة تنافسية عالمية.

خاتمة

خاتمة :

تمثل السياحة قوى فاعلة ومؤثرة على بنيان وأداء اقتصاديات الدول، باعتبارها أحد أهم الأنشطة التي تساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي ورفع إيرادات الدول من النقد الأجنبي، كما تعد عنصر أساسي ضمن الصادرات الغير منظورة ذات التأثير الكبير على موازين المدفوعات، وهذا ما جعل من السياحة من أكبر الصناعات التي فرضت نفسها في الساحة الدولية في عصرنا الحالي، لذا تعمل الجزائر على مواكبة التيار الحديث الذي انتهجه معظم الدول المتقدمة منها والنامية لإرساء دعامة تنمية قائمة على السياحة، ولكن في ظل الظروف التي تحيط بالقطاع السياحي الجزائري من سوء استغلال الموارد السياحية الضخمة التي يتمتع بها القطاع، وعدم إيلائها لأهمية اللازمة من طرف السلطات العليا، أدى بالسياحة إلى عدم تسجيل نتائج إيجابية تساهم في دعم الاقتصاد الوطني في الجزائر .

و على ضوء النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة، ارتأينا إلى اقتراح بعض التوصيات التي يمكن أن تساهم في تنمية القطاع السياحي الجزائري وتعزيز دوره في تحسين أداء الاقتصاد الوطني بالجزائر، نلخص أهم هذه التوصيات في النقاط التالية :

- إنشاء صناديق وبنوك متخصصة في التمويل السياحي، مع ضرورة خلق شراكة فعلية بين القطاعين العام والخاص لتطوير الاستثمار السياحي، مع توفير تسهيلات وتحفيزات لجذب المستثمرين الخواص المحليين والأجانب.

- دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي، كعصرنة المنظومة البنكية من خلال تعميم وسائل الدفع واستغلالها عبر الأنترنت، و عصرنة الشبكة الفندقية من خلال الحجز عن بعد، بالإضافة إلى استغلالها في الترويج للوجهة السياحية الجزائرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي التي تعرف إقبالا واسعا لدى مختلف شرائح المجتمع .

- تفعيل دور الديوان الوطني الجزائري للسياحة في مجال التسويق السياحي للوجهة الجزائر السياحية، وتقديم تحفيزات للوكالات السياحة والأسفار الناشطة في مجال جذب السياح الأجانب والتسويق للوجهة المحلية بدلا من اقتصرها على بيع التذاكر الخاصة بالعمرة والرحلات الأجنبية .

- تقديم تسهيلات من قبل قنصليات الجزائر المتواجدة في الخارج للأجانب الراغبين في زيارة الجزائر بمنحهم تأشيرات الدخول وتخفيض أسعارها .

إجابة على الفرضيات :

- 1- يمكن أن يكون لصناعة السياحة مساهمة فعالة في النهوض بالاقتصاد الوطني و هي تلعب دور فعال في تطويرها ، وهذا ما تبنته الفرضية الأولى
- 2- قد يكون لصناعة السياحة دور ريادي في التنمية الاقتصادية الوطنية أدى بالسياحة إلى عدم تسجيل نتائج إيجابية تساهم في دعم الاقتصاد الوطني في الجزائر ، وهذا ما تبنته الفرضية الثانية

ملخص

ملخص:

تحتل السياحة في عصرنا الحالي مكانة بارزة ضمن القطاعات التي تساهم في رفد اقتصاديات الدول، نظرا لآثارها الإيجابية على مختلف التوازنات الاقتصادية الكبرى، بحيث تساهم في تحسين موازين المدفوعات وزيادة الدخل القومي ورفع القاعدة الإنتاجية، وتوفير مناصب شغل للمجتمعات المحلية، فعلى غرار الدول التي تتجه نحو التنمية الشاملة بإشراك كل القطاعات الاقتصادية، تسعى الجزائر إلى جعل السياحة قطاعا حيويا إلى جانب القطاعات الأخرى المدرة للثروة، وهذا بالنظر إلى الإمكانيات السياحية التي تتمتع بها والتي تؤهلها بأن تكون مقصدا سياحيا واعداء، إلا أن عدم استغلال هذه الموارد، جعل من السياحة قطاعا مهمشا تكاد تنعدم مساهمته في دعم الاقتصاد الوطني بالجزائر.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الاقتصاد الوطني، القطاع السياحي، الجزائر.

summary:

Tourism occupies today a prominent place within the sectors that contribute to supplement countries ' economies, given the positive effects on various major economic equilibria, which contributes to improving the balance of payments and increase national income and raising the productive base, providing jobs for communities Local, like the States moving toward comprehensive development involving all economic sectors, Algeria is seeking to make tourism a vital sector to other sectors generating wealth, considering the tourism potential which qualifies them to be a promising tourist destination, However, the lack of exploitation of these resources, made tourism a marginalized sector Almost Does not contribute to supporting economic development process in Algeria.

Keywords Tourism, National Economy, Tourism Sector, Algeria

قائمة المصادر و

المراجع

قائمة المصادر والمراجع :

1. احمد الجلاّد ، الجغرافيا السياحية ، عالم الكتب ، مصر ، 1998 ، ص 93.
2. احمد عبد السميع علام ، علم الاقتصاد السياحي ، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر ، مصر ، 2008 ، ص 23-22.
3. اسية محمد ايمام الانصاري ، إبراهيم خالد عواد ، إدارة المنشآت السياحية ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002 ، ص 26.
4. إبراهيم بطاطو ، الامن السياحي العمود الفقري للسياحة الأردنية ، دار النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2015 ، ص 15.
5. بوسعدي الهام ، إشكالية تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر ، الجزائر ، 2014 ، ص 06.
6. بوعقلين بديعة ، الاستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 36.
7. بطاهر علي ، سياسة التحرير و الإصلاح الاقتصادي في الجزائر ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد الأول ، جامعة شلف ، الجزائر ، 2004 ، ص 181.
8. خالد كواش ، السياحة مفهومها ، أركانها ، أنواعها ، دار التنوير ، الجزائر ، 2007 ، ص 24.
9. نبيل الزويبي ، اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، مصر ، 1998 ، ص 12.
10. ناجي التوني ، ملخص وقائع اجتماع الخبراء حول مسيرة التنوع الاقتصادي في الوطن العربي ، لبنان ، 2001 ، ص 4 – 5.
11. ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008 ، ص 14- 19.
12. محمودي عز الدين ، أهمية القطاع السياحي في تحقيق اهداف السياحة الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2011- 2012 ، ص 150.
13. مدات جمال ، السياحة في الجزائر الإصلاحات و الافاق المستقبلية ، مداخلة مقدمة ضمن فعالية المنتدى الوطني الأول ، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر ، 2010 ، ص 10.
14. عصام حسين الصعيدي ، نظام المعلومات السياحية ، دار الزاوية للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2011 ، ص 129.
15. عوينان عبد القادر ، السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، الجزائر ، 2012 ، ص 77.
16. سهير محمد حسن ، الابعاد الاقتصادية و الاجتماعية لصناعة السياحة في الدول النامية ، مجلة افاق جديدة ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية ، 1993 ، ص 48.
17. يسرى دعبس ، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق ، المنتدى المصري للابداع و التنمية ، 2003 ، ص 551.
18. صالح موهوب ، تشخيص واقع السياحة في الجزائر و اقتراح سبيل تطويرها ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2007 ، ص 43.

19. صبري عبد السميع ، التسويق السياحي و الفندقية ، منشورات المنظمة العربية للتنمية و الإدارة ، مصر ، 2006 ، ص 102.
20. صالحى ناجية، اثر برنامج الإنعاش و البرنامج التكميلي لدعم النمو و برنامج التنمية الخماسي على النمو الاقتصادي ، جامعة سطيف ، الجزائر، 2012 ، ص 03.
21. ضياء مجيد الموسوي ، ثورة أسعار النفط 2004 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005 ، ص 41.
22. كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2004 ، ص 70.
23. كربالي بغداد ، نظرة عامة حول التحولات الاقتصادية في الجزائر ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 08 ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، 2005 ، ص 03.
24. كرمية التوفيق ، استراتيجية ترقية الصادرات خارج المحروقات و ضمان مستقبل الاقتصاد الجزائري ، جامعة بويرة ، الجزائر، 2015 ، ص 167 – 171.
25. حيزية حاج الله ، الاستثمارات السياحة في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة البليدة ، الجزائر ، 2006 ، ص 140-141.
26. شكوري سيد محمد ، وفرة الموارد الطبيعية و النمو الاقتصادي دراسة حالة الاقتصاد الجزائري ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة تلمسان ، الجزائر ، 2011-2012 ، ص 47.
27. وعيل ميلود ، واقع المحددات الحديثة للنمو الاقتصادي في الدول العربية وسبل تفعيلها حالة الجزائر ، مصر ، السعودية ، دراسة مقارنة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2012 - 2013 ، ص 181 – 182.
28. هواري عامر ، السياسات الاقتصادية في الجزائر بين خلق البطالة و مكافحتها ، جامعة سوق اهراس ، الجزائر ، 2013 ، ص 07.
29. وليد عبد الحميد عايب ، الاثار الاقتصادية الكلية لسياسة الانفاق الحكومي دراسة تطبيقية قياسية لنماذج التنمية الاقتصادية ، مكتبة الحسين العصرية ، لبنان ، 2010 ، ص 237.
30. داني م . نبزجر ، البرنامج غير المكتمل لمكافحة الفقر ، لماذا تخلفت دول أمريكا اللاتينية و الكاريبي ، مجلة التمويل و التنمية ، صندوق النقد الدولي ، المجلد 38 ، العدد 01 ، ص 41.
31. قويدر الويزة ، اقتصاد السياحة و سبل ترقيتها في الجزائر ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2009-2010 ، ص 204.
32. هناء حامد زهران ، الثقافة السياحية و برامج تنميتها ، عالم الكتب ، مصر ، 2004 ، ص 11.
33. وزارة تهيئة الإقليم البيئة و السياحة ، المخطط التوجيهي للهيئة السياحة ، الكتاب الأول ، تشخيص و فحص السياحة الجزائرية ، جانفي ، 2008 ، ص 54.
34. وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، المخطط التوجيهي للهيئة السياحية ، 2008 ، ص 48.

الموقع الالكتروني :

1- موقع المنظمة العالمية للسياحة ، WWW.UNWTO.ORG ، تاريخ الاطلاع : 2024/04/15 ، على الساعة : 11.42.

2- ايلاف كامل الشيرازي ، المنابع الحموية في الجزائر ثراء ايكولوجي و سياحة علاجية ، على الموقع www.djazairess.com ، تاريخ الاطلاع 2024/04/16 ، على الساعة : 48.13.