

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

الشعبة: علوم اقتصادية التخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسة

بعنوان :

فعالية وكالات السياحة في تعزيز السياحة الجزائرية
دراسة حالة السياحة بولاية مستغانم

تحت إشراف الأستاذ:

أ.شاعة عبد القادر

من إعداد الطالبة:

• قبائلي حليلة

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	من جامعة
رئيسا	دواح بلقاسم	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مقررا	شاعة عبد القادر	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مناقشا	ملاحي رقية	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2017-2018

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل ولم أكن لأصل إليه لولا فضل الله علي
أما بعد

إلى من تغرب لأجلنا

إلى الذي منحني كل ما يملك

إلى سندي وعزتي في هذه الحياة أبي الغالي أطل الله في عمره وشفاه لنا وجعلني
فخرا له

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقها

إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلها علي

إلى حبيبة روعي وقلبي أُمي العزيزة أدامها الله تاجا فوق رأسي

إلى عزوتي وسندي في الدنيا إلى من تحلو الحياة بوجودهم إلى من لم يبخلوا علي
بشيء

إلى إخوتي شريف منصور لخضرو وعائلاتهم

إلى رفيقتي دربي إلى من بوجودهما أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى صاحبتني
القلب الحنون

أختاي سعاد وحميدة

إلى أجمل هدية منحتها لي الحياة صديقاتي العزيزات بدون استثناء

الشكر

أوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدني عن قريب أو عن بعيد في إنجاز هذا العمل من أساتذة قسم العلوم الاقتصادية وعمال مكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية وأخص بالذكر الأستاذ المشرف شاعة عبد القادر الذي لم يبخل عليا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لي في إتمام هذا البحث

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I	الإهداء
II	الشكر
III	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
III	قائمة الأشكال
01	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة ووكالات السياحة	
05	المبحث الأول: ماهية السياحة
05	المطلب الأول: تعريف السياحة وأنواعها
10	المطلب الثاني: دوافع السياحة وأركانها
12	المطلب الثالث: مقومات ووسائل الجذب السياحي
18	المبحث الثاني : المنظمات العالمية للسياحة وأثارها
18	المطلب الأول: المنظمات العالمية للسياحة
20	المطلب الثاني : الاثار الاقتصادية للسياحة
23	المطلب الثالث: الاثار الاجتماعية للسياحة
24	المبحث الثالث : ماهية شركات ووكالات السياحة والسفر
24	المطلب الأول : تعريف وكالات السياحة ووكيل السفر
25	المطلب الثاني : أنواع وكالات السياحة والسفر
27	المطلب الثالث الأعمال التي تقوم بها وكالات السياحة والسفر
الفصل الثاني: القطاع السياحي الجزائري	
30	المبحث الأول: إمكانيات السياحة الجزائرية
30	المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر
36	المطلب الثاني: المناطق السياحية في الجزائر
36	المطلب الثالث: أنواع السياحة الجزائرية
39	المبحث الثاني: الهيئات السياحية في الجزائر وبرنامج تنميتها.
39	المطلب الأول: المنظمات العمومية

41	المطلب الثاني: مقدمو المنتجات السياحية
42	المطلب الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025
49	المبحث الثالث: آثار السياحة الجزائرية ومعوقاتهما
49	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي
53	المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية للسياحة الجزائرية
56	المطلب الثالث: معوقات السياحة الجزائرية
الفصل الثالث: واقع السياحة في ولاية مستغانم	
62	المبحث الأول: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم
62	المطلب الأول: التعريف بالمديرية
62	المطلب الثاني: مصالح مديرية السياحة
63	المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية
65	المبحث الثاني: قطاع السياحة في ولاية مستغانم
65	المطلب الأول: مقومات السياحة في ولاية مستغانم
69	المطلب الثاني: هياكل الاستقبال والقاعدية على مستوى ولاية مستغانم
72	المطلب الثالث: مناطق التوسع السياحي في ولاية مستغانم وأهم الاستثمارات المنجزة فيها
75	المبحث الثالث: دراسة حالة وكالات السياحة لولاية مستغانم
75	المطلب الأول: الوكالات السياحية الموجودة على مستوى الولاية
78	المطلب الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها
90	الخاتمة
94	قائمة المراجع

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
31	الجدول رقم (2-1) المتاحف الجزائرية المهمة
33	الجدول رقم (2-2) تطورات طاقة الإيواء في الفترة الممتدة ما بين سنة 2000-2014
34	الجدول رقم (2-3) تطور طاقة الإيواء في القطاع العام والخاص من سنة 1999 إلى 2007
43	الجدول رقم (2-4) خطة الأعمال بالأرقام لأفاق 2015
44	الجدول رقم (2-5) توزيع الشاربع في الأقطاب السياحية الممتازة
44	الجدول رقم (2-6) توزيع القرى السياحية في الأقطاب السبعة الممتازة
49	الجدول رقم (2-7): تطور مداخيل السياحة الجزائرية ما بين 1995-2012
51	الجدول رقم (2-8) تطور الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة 1995-2015
52	الجدول رقم (2-9) مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام ما بين 1999-2013
53	الجدول رقم (2-10) تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة 2000-2014
54	الجدول رقم (2-11) تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة 2000-2014
65	الجدول رقم (3-1) الشواطئ المسموحة للسياحة :
66	الجدول رقم (3-2) الشواطئ الممنوعة للسياحة
69	الجدول رقم (3-2) هياكل الاستقبال في ولاية مستغانم
73	الجدول رقم (3-4) مناطق التوسع السياحي في مستغانم
74	الجدول رقم (3-5) المشاريع المنجزة والمتوقفة خلال الخمس سنوات الأخيرة
74	الجدول رقم رقم (3-6) المشاريع المرتقبة لسنة 2018
75	الجدول رقم (3-7) الوكالات السياحية لولاية مستغانم 2018

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان
8	الشكل رقم (1-1) أنواع السياح
11	الشكل رقم (2-1) أركان السياحة
28	الشكل رقم (3-1) البرنامج السياحي
71	الشكل رقم (1-3) توافد السياح على مستوى الولاية
78	الشكل رقم (2-3) نوع الوكالات السياحية بمستغانم
79	الشكل رقم (3-3) العمالة المعتمد عليها من طرف الوكالات السياحية
79	الشكل رقم (4-3) مهام الوكالات السياحية
78	الشكل رقم (5-3) فروع الوكالات السياحية
81	الشكل رقم (6-3) تعامل الوكالات السياحية مع الوكالات الأجنبية
81	الشكل رقم (7-3) إعداد البرامج السياحية من طرف الوكالات
82	الشكل رقم (8-3) اعداد برامج السياحة الداخلية من طرف الوكالات
82	الشكل رقم (9-3) نوعية السياح التي تتعامل معهم الوكالات السياحية
83	الشكل رقم (10-3) السياحة المفضلة لدى زبائن الوكالات
84	الشكل رقم (11-3) الترويج للمناطق السياحية في مستغانم من طرف الوكالات السياحية
85	الشكل رقم (12-3) التعامل مع وكالات سياحية في مناطق أخرى من الوطن
86	الشكل رقم (13-3) تعامل الوكالات السياحية مع المؤسسات السياحية
87	الشكل رقم (14-3) توسط الوكالات السياحية في بيع البرامج السياحية

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للعديد من الدول المتقدمة والنامية، بحيث أنها عرفت عدة تطورات جعلتها تحتل مكانة مهمة في المجال الاقتصادي. حتى أصبحت تعتبر قطاعا استراتيجيا وموردا مهما لدى الدول المتقدمة.

وذلك من خلال الدور البارز الذي تلعبه في جوانب عديدة كزيادة الدخل القومي وتحسين وضعية ميزان المدفوعات فضلا عن كونها مصدرا هاما لجلب العملة الصعبة وترقية المناطق، وتنمية القطاعات الأخرى التي لها علاقة بقطاع السياحة كقطاع الصناعة التقليدية وقطاع البناءات وغيرها. من القطاعات ذات الصلة بالنشاط السياحي. بالإضافة إلى القضاء على العديد من المشاكل الاجتماعية كإمتصاص البطالة بحلق مناصب عمل مختلفة مباشرة في القطاع السياحي وفي قطاعات أخرى مرتبطة به. لذلك نجد أن العديد من الدول في العالم يعتمد اقتصادها على هذا القطاع.

المحرك الأساسي لهذا القطاع هو الوكالات السياحية التي تتولى عملية التعريف بالمنتج السياحي وعرضه وتقديمه للزبون فكان دورها في البداية يقتصر على القيام بالوساطة بين مقدمي الخدمات السياحية وبين السياح كحجز الأماكن في وسائل النقل وحجز الغرف في الفنادق وغيرها من المهام الوساطية الأخرى. لكن مع التطورات والتغيرات السريعة الوكالات السياحية أصبح دورها يتعدى التوسط وبدأت تقوم بأدوار أخرى مختلفة كتنظيم الرحلات السياحية بنوعها الداخلية والخارجية بإعداد البرامج السياحية. حتى أنها أصبحت تقدم خدمات بشكل مباشر لسياحها كامتلاكها لوسائل النقل أو إستئجارها أماكن الإيواء.

النشاط السياحي يعتمد في أي دولة على المقومات أساسا متمثلة في المقومات المادية والطبيعية، التاريخية الأثرية التي تساهم في عملية جذب السياح وزيادة حجم الطلب السياحي، أي أن العرض السياحي له دور في زيادة الطلب السياحي المحلي والأجنبي.

الجزائر تزخر بعدة مقومات سياحية عظيمة، طبيعية وتاريخية و حضارية تأهلها لأن تكون موقعا سياحيا هاما على مستوى السوق المغاربية السياحي.

وقد حاولت الجزائر بعد استرجاع استقلالها النهوض بقطاعها، السياحي من خلال العديد من المحاولات، و المخططات التنموية طيلة فترة السبعينات والثمانينات، حيث قامت بإنشاء الهياكل القاعدية من أجل قيام السياحة الجزائرية وترقية وتطوير المنتج السياحي.

إلا أنه السياحة الجزائرية لم ترقى إلى التطور التي وصلت إليه الدول المجاورة بصفة خاصة ودول العالم بصفة عامة. وذلك ما يفسر عدن الاهتمام بهذا القطاع والنظر إليه كقطاع غير استراتيجي. وبالتالي لم يحظى بالعناية اللازمة وتم إهماله ولكن مع طموحات الجزائر بالدخول إلى السوق السياحية الدولية وتطوير

القطاع السياحي وجعله من القطاعات الفعالة في الاقتصاد الوطني يجب النهوض به وهذا ما يتطلب تضافر جهود كل الهيئات السياحية الفاعلة فيه والتي من أهمها الوكالات السياحية الجزائرية بإعتبارها مؤسسات تجارية تلعب دورا مهما في تدعيمه عن طريق تقديم وتحسين الخدمات السياحية.

وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة وكالات السياحة في تنشيط السياحة الجزائرية؟

و ضمن الإطار العام لهذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

ما المقصود بالسياحة ووكالات السياحة؟

ما هو واقع السياحة الجزائرية؟

ما مدى دور وكالات السياحة في ولاية مستغانم في تعزيز السياحة ؟

فرضيات الدراسة:

- السياحة تعتبر من القطاعات الخدمائية التي تمثل في انقال الأشخاص من مكان إقامتهم الأصلي إلى مناطق أخرى سواء داخل دولتهم أو في دولة أخرى لأغراض مختلفة تشرف على النشاط السياحي عدة هيئات من أهمها وكالات السياحة التي تعد مؤسسات تجارية تساهم في تقديم كافة الخدمات و التسهيلات السياحية للراغبين في القيام برحلات سياحية
- تمتلك الجزائر عدة مقومات سياحية تأهلها لأن تكون مركزا للجذب السياحي وتسعى لتطوير وترقية النشاط السياحي عن طريق جملة من البرامج والجهود إلا أنها لم تساهم بالشكل المرغوب فيه وربما ذلك يعود إلى كيفية تطبيقها وإلى العوائق المختلفة التي تعرقل السياحة الجزائرية.
- معظم الوكالات السياحية الموجودة على مستوى الولاية تشجع السياحة الموفدة إلى الخارج وذلك ليس لنقص في الهياكل السياحية وإنما لإرتفاع أسعار الخدمات السياحية خاصة في فصل الصيف.

أهمية الدراسة:

- الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي في العديد من القضايا الاقتصادية والاجتماعية، وضرورة الاهتمام به وتطويره بإعتباره قطاعا حيويا ومصدرا للإيرادات المالية خارج المحروقات. خاصة في ظل الأوضاع الاقتصادية السائدة في الجزائر وضرورة التنوع في مصادر الدخل القومي.

- الحاجة إلى الاهتمام بالوكالات السياحية باعتباره من أهم المؤسسات الداعمة والمساهمة في تنشيط السياحة.

أهداف الدراسة:

- إبراز أهم أساسيات السياحة ووكالات السياحة وهذا من أجل معرفة مدى تأثير عمل هذه الأخيرة في الحركة السياحية. والتي من خلالها يمكن تقييم الدور الذي تلعبه الوكالات السياحية لولاية مستغانم.
- التعرف على الوضعية الراهنة للسياحة الجزائرية
- دراسة حالة السياحة على مستوى ولاية مستغانم.

منهج الدراسة

يهدف القيام بتحليل علمي و منهجي للموضوع المدروس وللإجابة على الإشكالية المطروحة بخصوصه، ويهدف اختبار صحة الفرضيات المقترحة ، قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. حيث تم وصف أهم نقاط البحث اعتمادنا على المنهج الوصفي، وذلك من خلال الجانب النظري بغية تكوين خلفية جيدة للموضوع من خلال جمع المعلومات اللازمة عنه، والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي، يهدف تحليل وتفسير البيانات للوصول إلى نتائج واقتراحات حول الظاهرة المدروسة

على مستوى الجانب النظري تم الاعتماد في جمع المعلومات من الكتب الأطروحات ، المجالات الملتقيات ، أما على مستوى الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المقابلة الشخصية المفتوحة كل من موظفي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم الذين قاموا بتزويدنا بمعلومات حول النشاط السياحي في مستغانم، بالإضافة إلى مقابلة أجريت مع مجموعة من مدراء الوكالات السياحية على مستوى الولاية.

هيكل الدراسة:

من أجل الإلمام بجوانب الموضوع والإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة المتفرعة عنها تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، فصلين منهما يمثلان دراسة نظرية عن كل من السياحة ووكالات السياحة. و القطاع السياحي الجزائري

أما الفصل الثالث فهو دراسة تطبيقية سوف نتطرق فيها إلى دراسة أهم هيئة سياحية تشرف على النشاط السياحي على مستوى ولاية مستغانم مع دراسة كيفية مساهمة الوكالات السياحية في تنشيط السياحة بالولاية من خلال مقابلة سوف نجرها مع مدراء عدد من الوكالات السياحية المتواجدة بمستغانم

تمهيد:

تعد السياحة من الصناعات الحديثة التي أصبحت ضمن اهتمامات العديد من الدول نظرا لما تلعبه مندور هام في اقتصاديات الدول وبالتالي للسياحة عدة أساسيات يتم إبرازها في هذا الفصل من المفاهيم التي اختلفت وذلك لاختلاف الزوايا التي درست منها ومهما كان نوع السياحة فهي لدافع معين سواء ثقافي ديني أو ترفيهي وغيرها ولذلك يجب توفر مجموعة من الأركان لقيامها بشكل فعلي. فالطلب السياحي يرتبط بمجموعة من المقومات السياحية المختلفة وبالمنتجات السياحية المعروضة في الوجهة السياحية أي بالعرض السياحي. وظهرت العديد من الهيئات السياحية العالمية التي تسهر على تسيير الشؤون السياحية في مختلف الدول وتعمل على تنميتها وترقيتها نظرا للدور البالغ الأهمية التي تلعبه هذه الصناعة الحديثة في تحقيق التنمية الاقتصادية ويظهر ذلك من خلال انعكاساتها على العديد من المتغيرات الاقتصادية كالدخل القومي، ميزان المدفوعات، مستوى التشغيل، وحتى يتم تسهيل عملية انتقال السياح وتنظيم وتنفيذ الأنشطة السياحية يوجد ما يعرف بالوكالات السياحية التي تعد وسيط بين مقدمي الخدمات السياحية وطلبها أي بين الطلب السياحي والعرض السياحي والتي بدورها تتفرع إلى عدة أنواع وتقوم بأعمال مختلفة.

وعليه سوف يتم التطرق من خلال هذا الفصل إلى أهم العناصر المرتبطة بالسياحة والوكالات السياحية ، من خلال تقسيمه الى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: ماهية السياحة

المبحث الثاني: المنظمات العالمية للسياحة وأثارها

المبحث الثالث: : ماهية شركات ووكالات السياحة والسفر

المبحث الأول: ماهية السياحة

مصطلح السياحة متعدد المعاني لأنه يتقبل شروحات ومعاني مختلفة لاختلاف وجهات النظر حوله والزاوية التي درس منها إلا أنه يتم الاتفاق على تعريف شامل لها، والتي بدورها تنقسم إلى عدة أنواع ومهما كان نوع السياحة فلها مجموعة من الدوافع. لا يمكن القول أن هناك سياحة فعلية في أي بلد إن لم تكن تتوفر فيه مجموعة من الأركان وحتى يعتبر أي بلد أومنطقة أنه وجهة سياحية لابد من توفر مقومات الجذب السياحية التي تساهم في زيادة الطلب السياحي

المطلب الأول: تعريف السياحة وأنواعها

الفرع الأول: تعريف السياحة

أخذ مصطلح السياحة مجالا واسعا من التعريفات وذلك لمحاولة كل باحث تعريفها من وجهة نظره ومن الزاوية التي درسها منها فالبعض ركز عليها كظاهرة اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية وفيما يلي سنعرض أهم التعاريف التي أعطيت للسياحة

¹ "ويمكن تعريف السياحة على أنها التنقل والحركة التي اعتاد عليها الإنسان من مكان إلى آخر بغرض الكسب أولا ثم الاستمتاع والاستجمام ومع التطور والتقدم الذي شهدته معظم الدول أدى ذلك إلى تغيير في عملية الانتقال وأخذت ظاهرة السياحة أبعادا هي مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة وترتبط بعمل مأجور"

- عرفها زكي خليل على أنها² عبارة عن انتقال الأشخاص بشكل مؤقت إلى أماكن خارج سكنهم وأعمالها الاعتيادية والنشاطات التي يقوم بها من خلال الإقامة في تلك الأماكن "بمعنى التغيير المؤقت لمكان الإقامة سواء من بلد إلى بلد أو من مدينة إلى مدينة داخل نفس البلد.

- و عرفها مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما سنة 1963 على أنها³ "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية... الخ"

- كما يطلق عليها البعض بأنها⁴ صناعة القرن الواحد والعشرين أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعة بدون مداخن أو غذاء الروح أو بتروال القرن الواحد والعشرون"

¹ منال شوقي عبد الله، جغرافيا السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، مصر، 2011، ص11

² عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2012، ص09

³ محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، بدون طبعة، مصر، المكتب العربي الحديث ، 2011، ص62

⁴ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر، الأردن، 1996، ص22

- عرفها الإقتصادي النمساوي herman voscholleron بأنها¹ " الاصطلاح الذي يطلق على أي عملية من العمليات الاقتصادية التي تتعلق بانتقال وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة او اي بلد ترتبط بهم ارتباط مباشر"

-عرفتها المنظمة العالمية للسياحة (W.T.O): "انشطة المسافرين المركبة إلى خارج بيئة المؤلف لفترة معينة من الوقت لاتزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى" بحيث حرصت على أنها يجب ان تحتوي على 4 نقاط وهي كالتالي:

- "تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع لأخر خارج مجتمعهم المحلي
- الجهات القصد سياحية توفر نطاق من النشاطات والخبرات والتسهيلات والخدمات
- الحاجة والدوافع المختلفة للسائح تتطلب اشباعا وان هذه الحاجات بدورها تخلق تأثيرا اجتماعيا
- تتضمن صناعة السياحة عددا من النشاطات تولد مجتمعة دخلا ضمن الاقتصاد الوطني، تتيح استغلال العملات الأجنبية التي تدخل لى البلد السياحي"

بينما جاء تعريف مدرسة الفكر السياحي السويسرية :³ "أنها مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور"

وعرفها مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي انعقد في روما عام 1963 وقرر⁴ " أن السياحة هي ظاهرة اجتماعية وإنسانيه تقوم على انتقال الفرد من مكان اقامته الدائمة إلى مكان اخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اتنى عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية."

⁵"كما عرفها اتحاد السياحة العربي عن طريق الأمين العام لإتحاد السياحة بأنها انتقال مؤقت إلى بلد أو مكان يرتبط بعملية التعرف على بلدان أخرى أو على ثقافات أو الحياة الاجتماعية .

"فهي عبارة عن مجموعة العلاقات التي ترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما وأن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي."

¹ سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال تخصص استراتيجيه، جامعة وهران،

² عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص10

³ مكي محمد مسعد، مرجع سبق ذكره، ص61

⁴ مكي محمد مسعد مرجع سبق ذكره، ص63

⁵ قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، 2012، ص86

وبالتالي السياحة تعتبر انتقال شخص أو مجموعة من الأشخاص من مكان إلى اخر خارج حدود دولتهم الأصلية أي سياحة خارجية أو من مكان إلى اخر داخل حدود الدولة التي يعيشون فيها (سياحة داخلية) لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة بحيث لا يكون الغرض من سفرهم الهجرة والإقامة في مكان اخر.

والسياحة كما سبق و ذكرنا تعبر عن نشاط يقوم به الأفراد و تتمثل في الانتقال من بلد غلى اخر أو منطقة إلى أخرى لأغراض مختلفة كالإطلاع على الحضارات والثقافات الأخرى . وهؤلاء الأفراد يطلق عليهم مصطلح سياح جمع سائح الذي ورد تعرفه بعدة أشكال كالتالي:

تعريف السائح: عرفه القاموس السياحي الدولي الصادر عن الأكاديمية الدولية للسياحة بمونت كارلو أنه¹ "الشخص الذي يسافر من أجل المتعة مبتعدا عن موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة حيث أن التنقلات التي تقل عن 24 ساعة تعد بمثابة رحلات."

• وعرفته المنظمة العالمية للسياحة OMT على أنه² "كل شخص يسافر خارج موطنه محل اقامته الأصلي لأي سبب من الأسباب غير الكسب المادي سواء كان داخل بلده السائح الوطني أو بلد آخر السائح الأجنبي لفترة تزيد عن 24 ساعة." وبالتالي حسب المنظمة العالمية للسياحة أن مواطنون الدولة الذين يعملون بدول أخرى ويتقاضون رواتبهم في البلدان الأجنبية فإن عند عودتهم إلى بلدانهم الأصلية يعدون سائحين وأن ما ينفقونه من مال أثناء زيارتهم إلى بلدانهم الأصلية يعد بمثابة دخل إضافي للدخل القومي لبلدانهم.

• قامت لجنة خبراء السياحة بتحديد قائمة الأشخاص الذين ينطبق عليهم مفهوم السائح وهم كالتالي:

- ³ "الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة ولأسباب صحية ولأسباب خاصة
- الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور المؤتمرات أو الاجتماعات أو يمثلون نواحي مختلفة مثل النواحي العلمية أو الإدارية أو السياسية أو الدينية أو الرياضية.
- الأشخاص الذين يسافرون من أجل العمل أو التجارة والمسافرون في رحلات بحرية حتى ولو قضوا مدة أقل من 24 ساعة."

وقامت أيضا بتصنيف الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم مفهوم السياح وهم كالتالي:

- الطلاب الذين يدرسون في دولة أو منطقة غير دولتهم
- أعضاء الهيئات الدبلوماسية
- الأشخاص الذين يقيمون في دولة أخرى بغض العمل

¹ قارة ايتسام، مرجع سبق ذكره، ص88

² سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص10

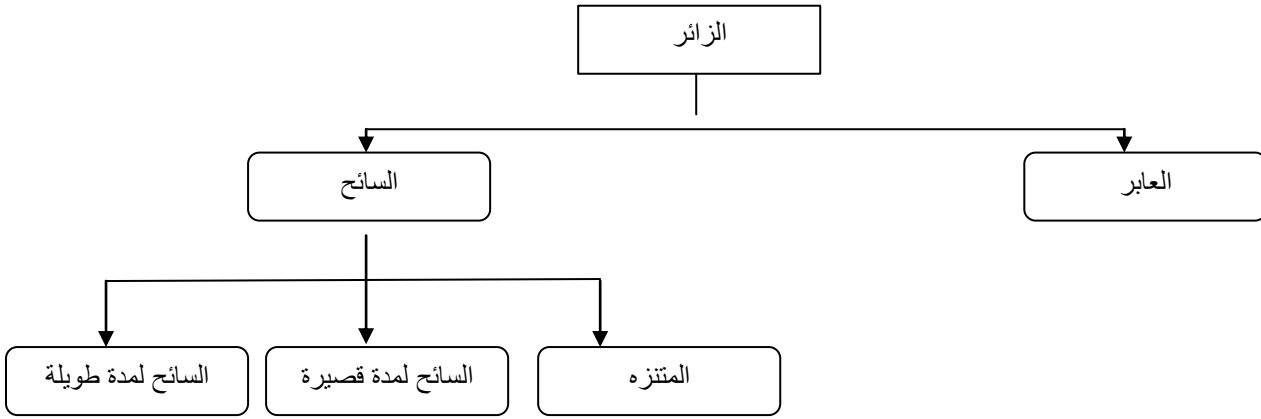
³ أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي ، مصر ، 2008 ، ص37

- قوات الاحتلال
- العابرون الذين يغبرون على دولة أو منطقة معينة في طريقهم للتوجه إلى دولة أو منطقة أخرى
- الأشخاص الذين يقيمون في دولة غير دولتهم.

وفي سنة 1963 عرفته الأمم المتحدة على أنه¹ "الشخص الذي يسافر إلى بلداخر غير البلد الذي بها موطنه ويقيم بها لمدة لا تزيد على أربع وعشرون ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطننا له."

ويمكن توضيح أنواع السياح حسب الشكل التالي:

الشكل رقم(1-1) أنواع السياح



المصدر: ¹ نادي مفيدة زكي، انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية،،مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسنية بن بوعلي، 2012 ص5

العابر هو الذي يمر بمنطقة أو دولة معينة لأخذ قسط من الراحة مثلا وهو في طريقه لوجهته المقصودة أما المتنزه هو الذي يقضي مدة أقل من 24 ساعة في مكان غير موطنه والسائح لمدة قصيرة يقضي مدة من 24 ساعة إلى ثلاث أيام ولمدة طويلة يكون ما بين 3 أيام وأقل من سنة

¹ نادي مفيدة زكي، انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية،،مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسنية بن بوعلي، 2012، ص6

الفرع الثاني:أنواع السياحة

تعدد أنواع السياحة وفقا للمعيار المعتمد للتصنيف فهناك عدة معايير لتصنيف السياحة ومن بين هذه المعايير مايلي:

- أنواع السياحة حسب الغرض : من بينها
 - ✚ السياحة الثقافية:هذا النوع من السياحة يكون لغرض التعرف على ثقافات وعادات وتقاليد الشعوب الأخرى وتاريخهم أيضا يمكن أن يكون الغرض منها حضور المعارض الثقافية.
 - ✚ السياحة الدينية: لزيارة الأماكن الدينية وأفضل مثال عن ذلك هو السفر لأداء الحج أو العمرة.
 - ✚ السياحة التاريخية
 - ✚ السياحة الصحية
 - ✚ السياحة الرياضية: وتعني الرحلات التي يكون الهدف منها ممارسة الرياضات المختلفة كالتزحلق و الرياضات البحرية أ وحتى لمشاهدة المباريات.
- تقسيم السياحة وفقا للمناطق الجغرافية: وهناك نوعان سياحة داخلية وسياحة خارجية

السياحة الداخلية :¹ ومعناها انتقال مواطني الدولة نفسها داخل بلدهم

السياحة الخارجية : ومعناها انتقال السياح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تستهدفه غالبية دول العالم وتعمل على تشجيعه من أجل الحصول على العملة الأجنبية"

- تقسيم السياحة وفقا للعدد:
 - ✚ سياحة فردية : وهي عبارة عن سياحة غير منظمة بحيث يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص ويقيمون مدة محددة في ذلك البلد أو المدينة
 - ✚ سياحة جماعية : على عكس السياحة الفردية، السياحة الجماعية هي سياحة منظمة تقوم بها الشركات السياحية بتحديد برنامج لكل سفرة سياحية سعر خاص بها وتكون لعدة أشخاص أي لمجموعات.

تقسيم السياحة وفقا للجنسية: يمكن ربط هذا التقسيم بالتقسيم الذي يصنف السياحة حسب المناطق الجغرافية بحيث أنها تتضمن:

¹ نادي مفيدة زكي، مرجع سبق ذكره، ص 13

✚ سياحة الأجنبي: وتعني زيارات الأجنبي لدولة ما غير مواطنيها والتي تتولى عملية جذب السياح الأجنبي الوكالات السياحية الوطنية من خلال تنظيم برامج سياحية.

✚ سياحة القيمين خارج البلد : وهي قيام المواطنين المقيمين خارج وطنهم بزيارة بلدهم الأصلي

✚ سياحة مواطني الدولة : وهي تمثل سياحة داخلية بحيث يقوم مواطني دولة بزيارة أماكن تاريخية وأثرية في بلدهم .

المطلب الثاني : دوافع السياحة وأركانها

الفرع الأول : دوافع السياحة

يمكن ربط دوافع السياحة أو كما يعرف بأغراض السياحة والتي هي متعددة فمهما كان نوع أو شكل السياحة فهي بطبيعتها الحال تكون لعدة أسباب من أهمها مايلي:

- ❖ دوافع صحية: ويكون ذلك لغرض العلاج ويكون ذلك على سبيل المثال للنقاهة بعد انقضاء فترة العلاج.
- ❖ دوافع اقتصادية : ¹"انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل"
- ❖ دوافع رياضية : وذلك لمشاهدة مباراة ما أو للمشاركة في ألعاب رياضية ما.
- ❖ دوافع تاريخية: "وتكون لمشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة الأهرامات، البتراء...".

الرغبة في التعرف على نمط حياة الناس في البلدان والمناطق الأخرى والمواقع الحضارية العالمية.

- ❖ دوافع دينية: السفر بهدف أداء مناسك الحج أو العمرة أو حتى زيارة الأماكن الدينية.
- ❖ دوافع الراحة والاستجمام: وذلك للترفيه وقضاء الإجازات 4
- ❖ دوافع عرقية: وهذا يقوم به الأشخاص الذين ينتمون إلى البلدان الأخرى، فتكون لهم الرغبة في زيارة بلدانهم الأصلية للتعرف عليها أو لزيارة الأقارب والأهل

¹ ماهر عبدالعزيز، مرجع سبق ذكره، ص 50

الفرع الثاني: أركان السياحة

لا يمكن نشوء سياحة بوجود الأركان الأساسية المتمثلة في:

✚ النقل: لا يمكن أن يتم تطوير ونشوء سياحة بدون توفير وسائل النقل اللازمة والتي تتمثل في:

-وسائل النقل البرية: وتشمل كل من السيارات المؤجرة والحافلات السياحية وغيرها

-وسائل النقل الجوية: تتمثل في الطائرات

وسائل النقل البحرية: وتتمثل في البواخر واليخوت، المراكب وغيرها

✚ الإيواء: "لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح في وقت

وصوله إلى أي دولة أو مكان كان هو مكان مناسب للإقامة" والإيواء يشمل الفنادق، الشقق

السياحية...الخ

✚ البرامج: لا يمكن أن تكون هناك سياحة بدون أن يكون هناك برنامج منظم يتضمن النشاطات

والأماكن التي يقوم بها السائح كتحديد الأماكن التي سوف يزورها (الأماكن التاريخية، الأثرية،

الرياضية، التاريخية، للتمتع برحلته السياحية وهذا البرنامج يكون قبل توجه السائح إلى وجهته

السياحية.

✚ البنية التحتية للسياحة: ¹"مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توافرها لقيام أي مشروع أو

منطقة سياحية مثل سكك المياه الثقيلة، المعدنية العذبة، الكهرباء، الغاز، الخدمات

الصحية، البنوك، الطرقات...الخ

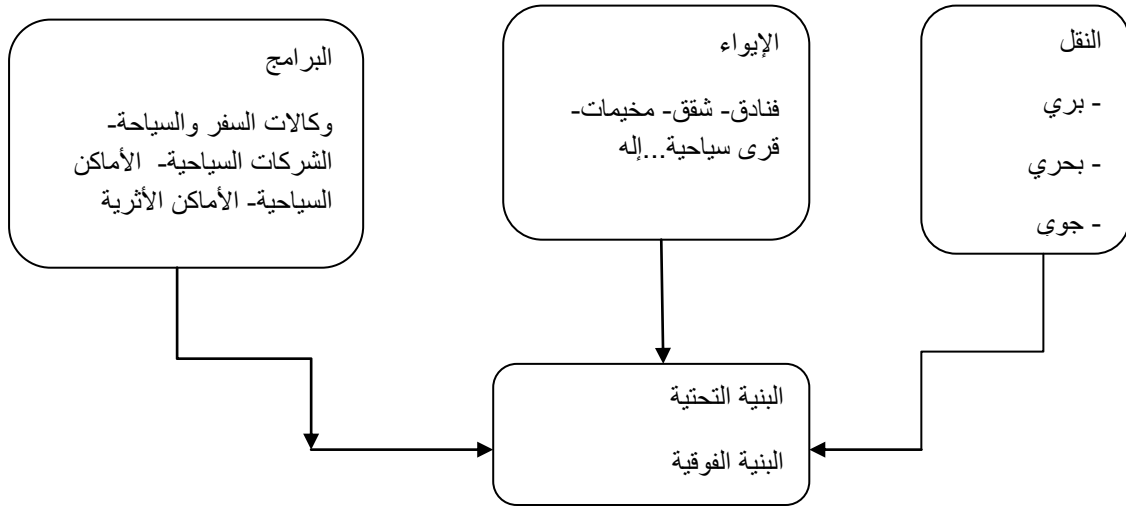
✚ البنية الفوقية للسياحة: يقصد به منشآت الإقامة للسائح من فنادق ومخيمات وشقق

التأجير، والشركات السياحية، والمترجمين ومؤسسات تأجير السيارات والملاعب إذا كان الغرض من

السياحة مشاهدة المباريات...الخ

¹ ماهر عبدالعزیز، مرجع سبق ذكره، ص 42

الشكل رقم (1-2) أركان السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دارزهران للنشر، الأردن، 1996، ص43

المطلب الثالث: مقومات ووسائل الجذب السياحي

الفرع الأول : مقومات السياحة وتتمثل في القومات الطبيعية والمقومات البشرية

المقومات الطبيعية: ¹تتمثل في كل الظروف المناخية واعتدال الفصول، المناطق الدافئة والحمامات المعدنية وغيرها".

المقومات البشرية: وتتمثل في الجوانب التاريخية كالأثار، المعالم التاريخية، الشواطئ، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة الثقافات والعادات التي يشتهر بها سكان تلك الدولة أو المنطقة السياحية.

المقومات المادية: مثلثة في البنى التحتية من مطارات ووسائل النقل الجوي والبري والبحري والفنادق والبنوك ومصالح البريد والمقاهي والمطاعم وغيرها.

وبالتالي تتمكن الدول من جذب السياح من خلال ما تقدمه من تسهيلات في جوانب مختلفة كتوفير وسائل النقل المختلفة والعناية والخدمات الصحية والمعاملة الجيدة والحسنة للسياح ومستويات أسعار مغرية لبعض السلع والدعاية والإعلان عبر جميع وسائل الإعلام عن المقومات السياحية التي تتميز بها هاته الدولة.

¹ هواري معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد01، جامعة الاغواط، 2004، ص22

الفرع الثاني : وسائل الجذب السياحي

السياحة كظاهرة مركبة فإن الدولة المستوردة للسياحة (التي تقوم باستقبال السياح) تقوم بعرض مختلف الأماكن السياحية والخدمات المغربية وهو ما يعرف بالعرض السياحي الذي يقابله ما يعرف بالطلب السياحي.

أولا الطلب السياحي: يعرفه البعض على أنه " مجموعة الأفراد الفاعلين والمحتملين الراغبين في القيام برحلات سياحية والقيام بإقتناء السلع والخدمات السياحية المعروضة في الوجهة المقصودة لإشباع احتياجاتهم ورغباتهم وطموحهم أي ¹ "هو عبارة عن المجموع الكلي لأعداد السائحين الوافدين إلى مناطق الجذب السياحي والقادرين على شراء الخدمة السياحية مقابل ثمن معين وخلال مدة محددة من الزمن". كما يمكن تعريفه على أنه ² "تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي أو زيارة منطقة أو دولة سياحية وقوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل آمال و الدوافع و الرغبات و القدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المساهلون السياح من اتجاهات الطلب على منطقة ما".

خصائص الطلب السياحي:

➤ المرونة:³ مرونة الطلب السياحي تعني درجة استجابته للتغيرات في الظروف الاقتصادية السائدة في السوق ومدى التغير الطارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية في الدولة المستقبلية للسياح. والطلب السياحي سنشأ ويزيد في في الأسواق التي تكون فيها الظروف الاقتصادية جيدة بحيث أن مستويات الدخل فيها (سواء الدخل الفردي أو العائلي) تكون مرتفعة ، بحيث أن الأشخاص أو العائلات تتمكن من تحقيق هوامش من فائض الدخل تمكنهم من القيام برحلات سياحية إلى بلدان أو مناطق أخرى.

➤ الحساسية: وهي مدى استجابة الطلب للظروف السياسية والاجتماعية وإلى التغيرات في موضة السفر. فالدول التي يسودها أو يسود المنطقة الداخلية فيها اضطرابات سياسية أو ثورات إجتماعية أو عدم استقرار اقتصادي يصعب أن تكون قبلة سياحية مهما تمتعت به من مغريات سياحية وتسهيلات مهما اتصفت أسعار خدماتها بالرخس. ومنه فإن إستقرار الظروف السياسية والاقتصادية تساهم في زيادة الطلب السياحي. بالإضافة إلى طبيعة العلاقات السياسية والاقتصادية والتجارية التي

¹ صفاء عبد الجبار الموسوي، التقدم التقني في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، الأردن دار الأيام للنشر للتوزيع، 2016، ص84

² مصطفى يوسف كافي، البيئة والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، الجزائر، دارالحامد للنشر والتوزيع، 2017، ص100

³ أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، مصر، دار الفكر الجامعي، 2008، ص148

تكون بين الدول المستقبلية للسياح والدول المصدرة لهم تعد من أهم العوامل المؤثرة والمؤدية إلى توسيع قاعدة الطلب السياحي، فإذا تميزت العلاقات السياسية وغيرها بالاضطراب ما بين الدولة المستقبلية للسياح والدولة المصدرة لهم فإن هذا سوف يؤثر بالسلب على عدد السائحين القادمين إلى الدولة المستقبلية والعكس صحيح.

الطلب السياحي الدولي متوجه إلى التوسع ولكن هذا التوسع غير مستقر وذلك راجع إلى حساسيته اتجاه عدة متغيرات كالظروف الاجتماعية السياسية والاقتصادية الدولية المذكورة سابقا ويمكن حصر الأسباب المؤدية للتوسع في الطلب إلى العوامل التالية:

- "اتساع قاعدة الرحلات السياحية الشاملة المنظمة والتي أصبح الكثيرون يعتبرونها وسيلة فعالة لتنظيم، تمتعهم بقضاء اجازاتهم في دول أخرى دون عناء منهم وفي حدود أسعار مقبولة بوجه عام".
 - تقدم وتطور وسائل الإعلام والذي تم الأشخاص بواسطتها معرفة الأشخاص لدول ومناطق سياحية من العالم لم يكونوا يعرفونها من قبل الأمر الذي يزيد رغبتهم بزيارتها.
 - الظروف المناخية المستقرة في الدول المستقبلية للسياح مما يزيد من اغراء الأشخاص الذين يعيشون في الدول المتقدمة (أكثرها دول الشمال) الذين يعانون من عدم استقرار الظروف المناخية فيها
 - ارتفاع مستويات الدخل والتقدم الاقتصادي في الدول المتقدمة والعطل السياحية.
 - الزيادة في أوقات الفراغ خاصة بعد زيادة عطلة اخر الأسبوع إلى يومين وحتى ثلاثة أيام في بعض الدول.
 - رغبة العديد من الأشخاص في الهروب من الروتين اليومي المتمثل في قضاء ساعات طويلة في العمل.
- الموسمية: بحيث يتسم الطلب السياحي بالموسمية² التي ترجع إلى المناخ والعوامل التنظيمية في الدول المصدرة للسائحين وتشمل هذه الأخيرة مواعيد العطلات المدرسية في الصيف ومواعيد وأعياد الميلاد الربيع. وبالتالي فإن الطلب السياحي يرتفع خلال هذه المواسم وينخفض في المواسم الأخرى من السنة وبالتالي في المواسم الأخرى يقتصر الطلب السياحي على طلب الأشخاص الغير معنيون بالمواسم التي سبق ذكرها ككبار السن والمتقاعدين والعمال الذين يتحصلون على الإجازات بشكل دوري وغيرهم وهذا ما يتطلب دراسة جميع التراكيب الموسمية للطلب السياحي الخاص بكل سوق مصدر للسياح وذلك حتى تتمكن الدولة المستقبلية لهم من تخطيط عملية تنميتها وتطويرها.

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 155

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 156

ثانيا العرض السياحي :¹ "يعرف العرض السياحي بشكل عام على أنه مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين. والتعريف الأكثر استخداما في هذا المجال هو أن العرض السياحي هو كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحي لسياحها الحقيقين أو المحتملين والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد ما."

خصائص العرض السياحي:

- العرض السياحي متمثل في عرض للخدمات السياحية التي تعرف بالمنتج السياحي الذي يتمثل في خدمات النقل والإيواء، المطاعم، الترفيه والتسليية وغيرها من الخدمات الأخرى.
- المنتج السياحي يتم إنتاجه وتقديمه للسياح بشكل اني ومستمر على مدار اليوم بحيث تقدم أمام مرآهم وبالتالي إذا كان المنتج يتميز بالرداءة فإن هذا لايمكن حجبته عن المستهلك (السائح) ولذلك يجب الحذر وانعدام نسبة الخطأ لدى مقدمين الخدمة السياحية لأن أي خطأ سوف يكون من الصعب تلاقيه وتساويته استعادة ثقة السائح مرة أخرى في الخدمة السياحية المقدمة له من هذا المنتج.
- بمأن المنتج السياحي هو عبارة عن خدمة فهو بالتالي غير قابل للتخزين
- في العادة السلعة هي التي يمكن أن تنتقل ويتم توجيهها إلى الأسواق القريبة من المستهلكين إلا أن الأمر يختلف في حالة الخدمة السياحية بحيث أنها هي التي تكون ثابتة والمستهلك هو الذي يتحرك وبالتالي العرض السياحي هو الثابت (الخدمة السياحية) والسائح هو الذي ينتقل لمكان تواجد الخدمة السياحية لكي يتمكن من الحصول عليها.
- ² "يخضع العرض السياحي للمنافسة حيث لم تصبح السياحة بعد حاجة انسانية ضرورية وبذلك هو يتنافس مع سائر السلع والخدمات الأخرى بالإضافة إلى التنافس بين البلدان المختلفة على تسويقه."

مكونات العرض السياحي : يكمن في العناصر التالية

1/العناصر الطبيعية : وتتمثل في في عدة عناصر

أ/ المناخ: الذي يتميز بالإعتدال أوالجفاف أو غيرها ولكن المناخ المعتدل هو ما يساهم في عملية جذب السياح خاصة الذين يعيشون في بيئة المناخ فيها متقلب وغير معتدل.

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 157

² أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 159

ب/التضاريس، المرتفعات، الجبال، السهول، الشواطئ، البحيرات، الوديان، الشلالات، الكهوف وغيرها.

ج/ الطيور المتنوعة والأسماك بمختلف أنواعها.

د/ المياه والعيون المعدنية، الحمامات الطبيعية وعيون المياه الساخنة كما يدخل في إطار المراكز الصحية والطبيعية.

2/ العرض المصنوع بيد الإنسان: ويشمل مايلي

- الاثار التاريخية، المعابد، التماثيل أي كل ما يخص الحضارات القديمة المتعاقبة في ذلك البلد أو تلك المنطقة.

- المعالم الثقافية مثل المتاحف المختلفة وصناعات السلع السياحية والمعارض الثقافية وغيرها.

- الأحداث الحضارية والتقليدية مثل المعارض والأعياد والمهرجانات إلخ

3/ البنية الأساسية للسياحة وتشمل:

- مناطق وأماكن الإيواء من فنادق وقرى سياحية والشقق والحمامات وبيوت الشباب والمنشآت السياحية الأخرى

- الأماكن والمنشآت التي تعمل على تنظيم الرحلات السياحية بأنواعها الداخلية والخارجية متلا شركات السياحة ومكاتب تأجير السيارات

- المنشآت المتخصصة في تمديد السياح بالمعلومات المتعلقة بالسفر والسياحة كمكاتب الإعلام السياحي والسلطات السياحية.

4/ خدمات النقل: والذي يشمل وسائل النقل بجميع أنواعها الجوية البرية والبحرية والبنى التحتية الخاصة بها مثل المطارات والموانئ والسكك الحديدية.

5/ مقومات الضيافة: هذه المقومات مرتبطة بثقافة الأفراد الذين يعيشون في المنطقة السياحية ومدى الوعي لديهم وحسن الضيافة والمعاملة الحسنة للسياح.

6/ التقدم الاقتصادي والتكنولوجي الحضاري متمثل في كل ما يجذب السياح من معارض اقتصادية وغيرها.

العوامل المحددة للعرض السياحي: العرض السياحي يختلف من دولة إلى أخرى وهذت راجع إلى عدد من العوامل متمثلة في :

✚ العوامل الطبيعية: ¹يشكل العامل الطبيعي نسبة كبيرة من مكونات وعناصر العرض السياحي بل هو الأساس الذي يركز عليه عرض الخدمات السياحية فالإقليم الزاخر والغني بالمعالم السياحية الطبيعية يشكل عامل استقطاب لإستثمار رؤوس الأموال في الأنشطة السياحية وهذا يعني العديد من المنشآت السياحية فينمو ويزدهر العرض السياحي.

وبالتالي هناك علاقة طردية بين العرض السياحي والعامل الطبيعي فكلما توفرت العوامل الطبيعية كان هناك ارتفاع في العرض السياحي.

✚ أسعار المنتج السياحي: زيادة أسعار المنتج السياحي تساهم في زيادة العرض السياحي وذلك

راجع إلى ارتفاع الأسعار يعني زيادة في الأرباح وهذا يعتبر عامل مهم في استقطاب المستثمرين في الإستثمار في المجال السياحي والعكس صحيح.

✚ تكاليف عوامل الإنتاج: في إنتاج أي منتج يتطلب مجموعة من التكاليف يجب تحملها ونفس الشيء بالنسبة للمنتج السياحي يوجد علاقة عكسية بين تكاليف عوامل الإنتاج والعرض السياحي. بحيث كلما انخفضت تكاليف عوامل الإنتاج كلما زاد العرض السياحي والعكس صحيح لذلك تقوم الدول التي تسعى إلى تنظيم القطاع السياحي لديها بتقديم بعض الامتيازات للمستثمرين المنتجين في هذا القطاع من أجل تخفيض تكاليف الإنتاج مثل منح تخفيضات الضرائب في هذا القطاع أو رسوم استيراد مستلزمات انتاج منتجات سياحية وغيرها.

✚ استخدام وسائل تكنولوجية متطورة : يمكن استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة في حالة توفرها في النشاط السياحي سيمكن من تخفيض في التكاليف وريح للوقت وبالرغم من أن النشاط السياحي يعتمد بالدرجة الأولى على العامل البشري فمن الصعب احلال الالة محله لكن هذا لا يمنع من ادراج التكنولوجيا المتطورة في عملية بناء وانشاء المنشآت والمشاريع السياحية وبالتالي كلما توفرت الوسائل التكنولوجية التي يمكن استخدامها في النشاط السياحي كلما زاد العرض السياحي أي العلاقة بينهما طردية

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص163

العلاقة بين قوى العرض والطلب السياحي:

¹الطلب السياحي يمتاز بمرونة عالية والعرض السياحي يمتاز بالجمود وانخفاض المرونة وهذا يعني أن سلوك المستهلك(السائح) يخالف تماما سلوك المنتج في النشاط السياحي وهذا يعني تناقض المصالح والرغبات التي ينتج عنها العديد من المشاكل أهمها اختلال التوازن في السوق السياح". ففي مواسم الذروة السياحية يرتفع الطلب السياحي بشكل كبير جدا لتوافر الظروف المناخية الملائمة وعامل وقت الفراغ". بينما العرض السياحي ينخفض. أي أن المنتج السياحي يعجز عن استيعاب هذا الارتفاع في الطلب السياحي وفي حالة الكساد السياحي الذي يحدث بسبب سوء الأوضاع المناخية أو انقضاء أوقات الفراغ يكون هناك مشكلة الفائض أي يبقى العرض السياحي مرتفع والطلب السياحي ينخفض بشكل كبير.

السوق السياحية تعاني دائما من عدم الاستقرار والتوازن وذلك مبرره أنه على مدار الأسبوع الطلب السياحي يرتفع في عطلة نهاية الأسبوع وينخفض في باقي أيام الأسبوع ومن الصعب التأثير عليه وذلك يعود إلى تأثير السوق السياحي بالظروف المناخية والعطل والإجازات ومع ذلك هناك بعض الدول أو المناطق التي تسعى إلى التقليل من هذا الإنعدام في التوازن في السوق السياحي عن طريق توفير بعض الإمتيازات منها خفض أسعار المنتجات السياحية،تنظيم الحفلات، المهرجانات الأحداث الفنية والرياضية التي يمكن من خلالها استقطاب السياح في مواسم الكساد السياحي.

المبحث الثاني : المنظمات العالمية للسياحة واثارها

هناك عدة منظمات عامية ودولية للسياحة التي تعمل على تطوير النشاط السياحي في الدول المستقبلية للسياح وتحسين مستويات الخدمة السياحة المقدمة لهم وبالرغم من اختلاف المبادئ والأعمال التي تقوم بها هذه المنظمات إلا أنها تهدف كلها إلى دعم نمو وتحسين السياحة والتي هي لها العديد من الاثار المتنوعة وفي مجالات مختلفة اهمها المجال الاقتصادي والاجتماعي.

المطلب الأول:المنظمات العالمية للسياحة

يتمثل نشاط ومهام هذه الهيئات الدولية بصفة عامة الإشراف على الأنشطة السياحية على المستوى الدولي ومن أهمها:

❖ منظمة السياحة العالمية (WTO): تم تأسيسها في سنة 1975 بإسبانيا في مدينة مدريد بحيث تضم

130 دولة ومن أهم أهدافها مايلي:

¹ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص171

- ¹ "تشجيع صناعة وازدهار السياحة في العالم.
- تقوية التعاون الدولي في مجال السياحة والسفر للدول الأعضاء.
- تحقيق الجودة في المنتوجات السياحية.
- إصدار الإحصائيات السياحية الدولية
- تهيئة المناخ المناسب والملائم للأنشطة السياحية في مختلف دول العالم."
- ❖ الإتحاد الدولي لوكلاء السفر: تم تأسيسه في 1966 ببروكسل يضم 32 ألف عضو بحيث يعتبر هذا الإتحاد الوحيد الممثل لجميع وكلاء السفر في العالم، يمكن أن ينظم إليه كل من المنظمات التي يرتبط نشاطها بالسياحة والسفر مثل الشركات الفندقية ووكالات السفر والسياحة وشركات النقل السياحي وغيرها. والعضو المنتسب لهذا الإتحاد يكتسب مزايا عديدة من بينها مايلي:
- ² "تسجيل اسم الشركة العضو في الدليل العالمي للأوفتا
- استخدام شعار لأوفتا على المراسلات الخاصة بالشركة العضو.
- سهولة الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للعمل."

ومن أهم أهداف هذا الإتحاد:

- ³ "تشجيع الشركات السياحية على التواجد الدولي في المؤتمرات السياحية العالمية.
- تقوية وتنمية الشركات السياحية العالمية.
- حل المشاكل التي تواجه وكالات السفر حول العالم.
- مساعدة الأعضاء على التطور."
- ❖ المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي : ⁴ "يوجد مقره في مدينة واشنطن الولايات المتحدة الأمريكية وتشمل المدارس والكليات والمعاهد المتخصصة في مجال الفنادق والسياحة ويضم 1250 معهد وكلية ومركز تدريب وجامعة أكاديمية ومؤسسات سياحية وفندقية وشركات الطيران." بحيث يهتم بالبحوث العلمية والدراسات الأكاديمية في مجال السياحة وتطويرها وتقوم بإصدار النشرات والمجلات التي تقدم فيها ملخصات أهم البحوث والدراسات التي قامت بها المعاهد.

¹ مروان عابد العقيد، عادل سعيد الراوي، بدر عابد، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، الأردن، دار إتراف للنشر والتوزيع، 2001، ص 179

² مروان ق عابد العقيد وزملاءه، مرجع سبق ذكره، ص 181

³ مروان عابد العقيد وزملاءه، مرجع سبق ذكره، ص 181

❖ الإتحاد الدولي للفنادق والمطاعم: ¹ أنشئ في سنة 1964 بمدينة إنجلترا ولقد حل محل الاتحاد الدولي للفنادق المؤسس منذ 1986، ويعدمن أهم المنظمات الدولية الفندقية الأهلية بالدول المختلفة وأعضاء المنشآت سواء كانت فنادق أو مطاعم على أن تكون عضو في الجمعية أو الاتحاد الذي يتمتع بعضوية الاتحاد الدولي للفنادق. "بالإضافة إلى أعضاء من أفراد عاديين لديهم مكانة مهمة في في صناعة الفنادق أو المطاعم وممثلي السلاسل الفندقية العالمية أو المحلية وكل من قدم خدماته المميزة في مجال الفنادق والمطاعم بحيث يهدف هذا الإتحاد إلى ترقية وتأهيل العمالة في الفنادق والمطاعم والمحافظة والدفاع عن مصالح أصحاب المطاعم والفنادق واتخاذ التدابير اللازمة لوضع حد للعراقيل والمشاكل التي يتعرض لها مسيري العمل الفندقي. والسعي إلى تبادل المعلومات حول الخدمات المتميزة والحديثة في مجال الفنادق من خلال تنظيم الاجتماعات والمؤتمرات.

❖ الجامعة الأمريكية لوكالات السياحة والسفر: تأسست هذه الجمعية في سنة 1931 وتعدمن أكبر الجمعيات السياحية ويعود ذلك لعدد الوكالات السياحية المنظمة إليها والذي تعد 20 ألف وكالة بحيث أنها تؤثر على حركة السياح وقراراتهم السياحية في اختيار الدول التي يذهبون إليها وذلك لأنها تحمهم من الغش ورداءة الخدمات السياحية المقدمة من بعض أعضاء هذه الجمعية. ومن أهم أهدافها:

- ² العمل على تنشيط حركة السفر بين مختلف دول العالم
- وضع الضوابط والمعايير الخاصة بالأخلاقيات مهنة العمل السياحي
- حماية المستهلكين (السياح) من مختلف الممارسات الغير مشروعة
- الاهتمام بتعليم العاملين في النقل السياحي وتدريبهم

المطلب الثاني : الاثار الاقتصادية للسياحة

السياحة تأثر بشكل كبير في الإقتصاد وذلك يظهر من خلال تأثيرها على العديد من المتغيرات الاقتصادية.

✚ على ميزان المدفوعات: تساهم السياحة في دعم ميزان المدفوعات باعتباره السجل الذي يتم فيه جميع العمليات التي قامت بها الدولة مع العالم الخارجي لمدة سنة واحدة، وهذا التأثير يتم من خلال المعاملات السياحية التي تعتبر من الصادرات الغير منظورة وهي بذلك تؤثر على الميزان التجاري باعتباره أحد أهم مكونات ميزان المدفوعات. ففي حالة نتيجة الميزان السياحي إيجابية فإن ذلك يؤثر بالإيجاب على الميزان التجاري حتى ولو كان هذا الأخير نتيجته سلبية فهذا سوف يخفف من العجز في

¹ حمزة عبد الحليم، درادكه، حمزة عبدالرزاق العلون، مروان محمد أبو رحمة، مصطفى يوسف كافي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، الأردن، دار الأعمار العلمي، 2016، ص160

² حمزة عبد الحليم، وزملاءه، مرجع سبق ذكره، ص168

ميزان التجاري أما في حالة ما كان نتيجة الميزان التجاري إيجابية فإن نتيجة الميزان السياحي سوف تدعم هذه الإيجابية وباعتبار الميزان التجاري من مكونات ميزان المدفوعات فإن هذا سوف يؤدي إلى تدعيم ميزان المدفوعات.

✚ أثر السياحة على التشغيل: ¹ "باعتبار السياحة قطاع مركب ومرتبط مع القطاعات الانتاجية الأخرى كالقطاع الصناعي والزراعي والتأمين والنقل فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل وامتصاص جزء من البطالة باعتبار ان السياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الانتاج في المجتمع وبصفة خاصة عنصر العمل." وبمأن العديد من دول العالم الثالث كالجائر تعاني من مشكلة البطالة فالسياحة عن طريق خلق مناصب شغل في قطاعات متعددة تمكنها من معالجة مشكلة البطالة والتخفيف منها. بحيث أن هناك عدة مناصب تحتلها صناعة السياحة ويمكن تقسيمها إلى عدة فئات من أهمها العاملون الدائمون بصورة مباشرة كوكلاء السياحة والسفر والفنادق وفئة العاملون الغير مباشرون في قطاع السياحة وهم العمال في القطاعات المرتبطة بقطاع السياحة مثل قطاع البناء وقطاع التأمين.

✚ أثر السياحة على تسويق بعض السلع: تتمكن الدول من تسويق بعض السلع المميزة وتصديرها بدون أي مصاريف الشحن والنقل وغيرها وذلك عندما يقوم السياح بشراء سلع ومنتجات التي في الغالب تكون تقليدية كتذكارات لذلك البلد أو المنطقة التي تمت زيارتها أو منتجات تتميز بها هذه الدولة. بالإضافة لإلى شراء السلع الغذائية خلال فترة إقامتهم في ذلك البلد وبذلك فإن زيادة عدد السياح الوافدين إلى أي بلد سوف يؤدي إلى زيادة تسويق سلع هذه الدولة وهذا يؤدي إلى زيادة صادراتها من هاته السلع.

✚ أثر السياحة على زيادة الاستثمار: تساهم السياحة في تنمية الإستثمارات بالقطاعات الأخرى باعتبارها صناعة مركبة فمن أجل تنمية وتطوير السياحة في أي دولة يتطلب ذلك إنشاء مشاريع لتهيئة السياحة سواء من قبل مستثمرون محليين أم أجانبين.

✚ أثر السياحة على تنمية القطاعات الاقتصادية الأخرى: "إن التوسع في إنشاء المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية يؤدي إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى والقطاع السياحي. فالتوسع في إنشاء مشروع سياحي قد يتبعه توسيع أو ظهور مشاريع جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمانية أخرى مرتبطة بالنشاط السياحي لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلباً." فعلى سبيل المثال زيادة عدد الفنادق لزيادة

¹ زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، التجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2012/2011، ص25

الطاقة الاستيعابية لإيواء السياح سوف بطبيعة الحال يتبعه زيادة في الطلب على المواد الغذائية لمطاعم هاته الفنادق الجديدة وبالتالي سوف يكون هناك تنمية الصناعات الغذائية والزراعية....الخ

✚ "زيادة الدخل القومي: فالخطة العامة للدولة هي عبارة عن مجموع خطط كل المشاريع الاقتصادية، فزيادة الدخل السياحي يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وهذه الزيادة تتحقق من خلال زيادة نسبة الاشغال الفندقية، وزيادة اعداد التدفق السياحي يزيد من حجم الدخل القومي."

✚ السياحة والتنمية الاقتصادية: تلعب السياحة دورا مهما في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال ما تحققة من فوائد عديدة تعود على المجتمع بواسطة الاستثمارات الموجهة للسياحة أي أنه بواسطة المشاريع السياحية سوف تزيد الاستثمارات وبالتالي فيكون هناك زيادة في قيمة الناتج الداخلي الخام (PIB) وارتفاع قيمة هذا الأخير سنة بعد سنة سوف يرفع من معدل النمو الاقتصادي الذي يعد مؤشرا لقياس التنمية الاقتصادية. بالإضافة إلى أن السياحة تعد من المظاهر المهمة للدخل القومي و التي تساهم في حل العديد من المشاكل الاقتصادية كمشكلة البطالة و تساهم أيضا في زيادة إيرادات الدولة وأفضل دليل على ذلك احصائيات الايتا لعام 1997 والتي قدرت² أن شركات الطيران دفعت حوالي 6.5 مليون دولار رسوم هبوط بالمطارات و 5.2 مليون دولار للملاحة وهذه تعتبر إيرادات للدول المستقبلية للرحلات الجوية"

✚ السياحة تعد مصدر من مصادر اكتساب وجذب للعمالات الأجنبية

✚ السياحة تصديرية: بحيث أنها "تتمتع بمزايا وأنشطة تصديرية وذلك من خلال أن الخدمة السياحية يأتي مستهلكوها إليها ولا تذهب إليهم عكس الصادرات الأخرى " مثل أعباء النقل والتأمينات... إلخ

"أعلنت منظمة السياحة (wto) أنها تتوقع أن يصل عدد السائحين في العالم في عام 2022 إلى مليار و 600 مليون سائح لأن العالم يتجه سريعا نحو توظيف التقنيات الحديثة في العمل السياحي، وهذه التقنيات تستخدم في اعداد البرامج السياحية وتنفيذها ومن حيث نشر المعلومات السياحية وتصميم المنشآت الفندقية والترفيهية."

¹ موفق عدنان، عبد الجبار لحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، بدون طبعة، الأردن، الوراق للنشر والتوزيع، 2010، ص 15

² نجيم إبراهيم الطاهر، مرجع سبق ذكره، ص 81

المطلب الثالث: الأثار الاجتماعية للسياحة

- "الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل (البطالة الركود الاقتصادي وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة. لأنها أصبحت تمثل أهمية بالغة في المجتمع الانساني في تأكيد حق الانسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجابيا بقضية الانتاج والتنمية."
- السياحة تعطي للعنصر البشري أهمية بالغة لأنها ليست كباقي الصناعات الأخرى تعتمد على الآلات أكثر من اعتمادها على الانسان. بحيث أنها تعتمد بالدرجة الأولى على العمل الذي يقوم به الإنسان هذا من جهة ومن جهة أخرى فإنها تعمل على تحقيق الرفاهية للإنسان من خلال الرحلات السياحية التي يقوم بها لاستعادة اللياقة الذهنية والعصبية واستجمامه بالشكل الذي سوف يفيد عمله في الإنتاج مستقبلا.
- التنمية الاجتماعية: العديد من المناطق المزدهرة تتحقق بمساهمة تطوير السياحة وإقامة المنشآت والبنى التحتية التي تساعد على الاتصال والاحتكاك بثقافات مختلفة.
- التالف والاندماج اللغوي والثقافي بين المجتمعات بفضل ارتباط السياح بالبلد أو المنطقي السياحية وتكرار زيارته لها. وذلك لإعجابه بالمقومات الثقافية وغيرها لهذا البلد أو المنطقة ونفس الشيء 15
- تساهم السياحة في تحسين الوضع المعيشي لأفراد المجتمع ومصدر للتغيير الطبقي بينهم. وذلك لأن الأفراد التي يرتبط عملهم بالسياحة بصفة مباشرة أو غير مباشرة (العمل في القطاع السياحي أو القطاعات الأخرى المرتبطة به) من خلال ما يحققونه من مكاسب في عملهم فيتحولون من طبقة اجتماعية إلى طبقة اجتماعية أخرى أعلى.
- تساهم السياحة في تبادل الثقافات مثل اللغات والأفكار المختلفة بين المجتمعات وذلك من خلال اكتساب المجتمعات والدول المستقبلة للسياح المهارات الثقافية والخبرات المختلفة .
- يساهم السياح في تحقيق التطور الاجتماعي للأفراد المجتمع الذين يقومون بزيارته وذلك من خلال الاحتكاك المباشر بين السياح وأفراد المجتمع في أماكن الإيواء (الفنادق، القرى السياحية، المطاعم، الأسواق، وغيرها مما يجعل أفراد المجتمع يكسبون عادات وقيم السياح مثلا: تعلم ضرورة وأهمية إحترام القوانين والنظام.....إلخ
- تعمل السياحة على تنمية الإهتمام بالمناطق الحضارية والثقافية في الدول المستوردة للسياح لإدراكها بمدى ارتباط هاته المعالم بالنمو والازدهار السياحي.

¹ جمزة عبد الحليم وزملاءه، مرجع سبق ذكره، ص257

المبحث الثالث : ماهية شركات ووكالات السياحة والسفر

يتم تنظيم الرحلات السياحية وترويج لها من طرف شركات ووكالات السياحة والسفر التي تلعب دورا هاما في تنشيط الحركة السياحية بحيث أن لكل منهما أدوار يقوم بها في هذا الإطار وتنقسم إلى مجموعة من الأنواع وتختلف عن بعضها في العديد من النقاط .

المطلب الأول : تعريف وكالات السياحة ووكيل السفر

تعرف بشكل عام وكالات السياحة على أنها¹ "الوسيط بين طالبي وموردي الخدمات السياحية المختلفة، الفنادق، وأماكن الإقامة الأخرى، وسائل النقل ، المنشآت السياحية ومستهلكي تلك الخدمات.(السياح)".

فتعتبر شركات السياحة في الوقت الحالي من الأركان الأساسية لعملية السياحة لأنها أصبحت تلعب دورا فعالا في تشكيل نظرة السائحين لمقاصدهم السياحية بل وتمتلك خيوط توجيه الحركة السياحية إلى بعض المناطق دون الأخرى أو تركيز الجهود الدكائية والتسويقي عليها خاصة الشركات السياحية الكبرى من منظمي البرامج السياحية والتي أصبحت لها نفوذا كبيرة في عالم السياحة ويمتلكون القرار السياحي."

وكان الظهور الأول لشركات السياحة في عدد من دول العالم ولكن أول رحلة سياحية كانت في سنة 1841 أين قامت بها شركة توماس كوك وكانت هذه الرحلة من مدينتين بلندن ومن تم تعددت واختلفت الرحلات السياحية التي أنشأتها هذه الشركة وانتشرت شركات أخرى في مختلف دول العالم.

كما يمكن تعريف وكالات السياحة والسفر على أنها² "المكان الذي يقدم خدمات ومعلومات واستشارية وفنية وعمل الترتيبات اللازمة لربط السفر بحرا وبرا وجوا إلى أي مكان في العالم وكل هذه الخدمات والاستشارات تقدم إلى المواطنين مجانا بدون مقابل." وبالتالي هي عبارة عن منشآت سياحية يتمثل الدور الأساسي لها في تقديم خدمات للسياح من بيع البرامج السياحية المعدة مسبقا من طرف منظمو البرامج السياحية.فالكثير من الأشخاص يفضلون التوجه إلى وكالات السياحة والسفر لكي تتكفل بترتيب رحلاتها لسياحية وتنظيمها بدلا من قيامهم بها بأنفسهم لأنها سوف تكون متعبة ومستغرقة للوقت كحجز تذاكر السفر والبحث عن أماكن الإيواء وغيرها.

وبطبيعة الحال فإن عمل هذه الوكالات لا يتم إلا عن طريق وكيل السفر الذي يعرف على أنه³ عبارة عن وسيط يمثل حلقة وصل مابين المجهز الرئيسي لمختلف خدمات السفر ومشتري السفر وهو لا يشتري المنتج

¹ سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات السفر، بدون طبعة، مصر، مكتبة الأنجلو مصرية للنشر والتوزيع، 2016، ص49

² مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، الطبعة الأولى، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016، ص427

³ زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، دار المعز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عماناً 2016، ص142

لحسابه الخاص وإنما مجرد وسيط فهذا الوكيل بمثابة ممثل لمقدمو الخدمات السياحية مثل منظمو الرحلات السياحية، شركات الطيران، الفنادق، المطاعم. فوكيل السفر يمثل منافذ البيع بالنسبة للمجهزين وأصحاب الخدمات السياحية ويمثل مستشار بالنسبة للسياح. فعندما يلعب الوكيل دور الوسيط بدون تعاقد مع الشركات التي يمتلها يعد سمسارا وعندما يمتلها بشكل تعاقدى فهو يعد وكيلا.

مهام وكيل السفر : وكيل السفر هو عبارة عن سمسار له دور الوساطة بين منتجي الرحلات السياحية وبين المستهلك، بحيث عندما يقرر الزبون شراء رحلة يتوجه إلى الوكيل السياحي الذي بدوره يبلغ الشركة المنتجة للرحلة السياحية برغبات الزبون فهو لا يشتري تلك المنتجات لحسابه الخاص وذلك لأنه لا يشتري أصلا، ويحصل على أرباحه من العمولات التي يحصل عليها من تلك الشركات السياحية وبصفة عامة فإن وكيل السياحة يتمثل دوره فيما يلي:

- 1- "تقديم مواقع أو منافذ بيع لشركات السفر ومنتجي الرحلات حيث أنهم يتصرفون في تلك المواقع كوكلاء حجز للرحلات المرزومة أو أية خدمات أخرى متعلقة بالسفر كالنقل والإقامة، نوع الطعام، مكاتب تأجير السيارات، حمل الأمتعة، بيع تذاكر الحفلات.
- 2- تقديم المشورة والنصيحة حيث أنهم يعملون (كمستشاري سفر) ويعتبرون مصدرا للمعلومات الخاصة بالسفر" والمعلومات التي يقدمها وكيل السفر لا تكون متحيزة لأي شركة وذلك يرجع إلى تساوي العمولات التي تعرضها منتجين أو مجهزي الرحلات السياحية.
- 3- امتلاك جداول حول نقاط اتصالات الطائرات، أسعار الغرف بالفنادق، معلومات حول الطقس في الوجهات السياحية.
- 4- تأمين السفر، تحويل العملات وغيرها من الأعمال الأخرى

المطلب الثاني : أنواع وكالات السياحة والسفر

بصفة عامة يمكن ايجاد 3 أنواع من الشركات السياحية

✚ الشركات السياحية المنظمة للبرامج السياحية:² وهي الشركات السياحية الكبيرة التي تتواجد بشكل أساسي في الدول المصدرة للسياح وهي التي تقوم بعملية تجميع عناصر المنتج السياحي المختلفة وتنظيمها في صورة برامج سياحية متنوعة في توقيتات ومناطق محددة سلفا وعمل الدعاية اللازمة لها وتسويقها وكذلك عمل كافة الترتيبات المتعلقة بتلك البرامج" وتتحمل هذا النوع من الشركات كل التكاليف المتعلقة بالدعاية لتلك البرامج التي تعدها وعادة ما تكون تمتلك بعض المكونات الأساسية

¹ سليم بطرس جلد، مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر، بدون طبعة، الأردن، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2014، ص58

² سعد البطوطي، مرجع سبق ذكره، ص52

للرحلات السياحية كالطائرات أو الفنادق وغيرها من وسائل النقل والإيواء المختلفة. وفي سبيل تسويق تقوم هذه الشركات الكبرى بالتعاقد مع الشركات الصغيرة التي تتولى القيام بهذه المهمة مقابل عمولة محددة حسب اتفاق مبرم بينهما وبالمقابل تزودها الشركة بكل الأسعار والبرامج ووسائل الدعاية والمطبوعات

وكالات السفر والسياحة بالتجزئة: ¹ " يتواجد هذا النوع من الشركات في الأسواق المصدرة للسياحة والتي عادة ما يقتصر دورها على بيع البرامج السياحية المعدة مسبقا بواسطة الشركات الكبرى من منظمي البرامج مقابل عمولة معينة لها على البيع يتم الاتفاق عليها أونظير مبلغ محدد على الفرد أو حسب الإتفاق " فهذا النوع من الشركات لا يحتاج إلى الخبرة في التخطيط عكس الشركات المنظمة للبرامج السياحية لأن عملها يقتصر فقط على الوساطة بين منظمي البرامج السياحية وموردي الخدمات السياحية والسياح.

وكالات الخدمات السياحية : "وهي الشركات التنفيذية والتي تقوم بعملية تنفيذ البرامج السياحية المعدة مسبقا بواسطة منظمي البرامج السياحية في الأسواق المصدرة للسياحة أي كوكلاء لمنظمي البرامج السياحية في المقصد السياحي وتوجد في الغالب هذا النوع من الشركات في البلاد المستقبلية للسياحة وليس لها دخل في ترتيب الطيران أو وسائل النقل الأخرى بين الدول المصدرة للسياح والمستقبلية لهم." لهذا النوع من الشركات أهمية كبيرة في تنشيط السياحة إلى الدولة التي تنتمي إليها (تتواجد بها) وذلك عن طريق توثيق علاقاتها مع منظمو البرامج السياحية في الدول الأخرى وهذه الشركات السياحية لها أيضا دور استشاري بحيث لا يقتصر عملها على بيع البرامج السياحية وحجز غرف في الفنادق وغيرها وإنما تقوم أيضا بإرشاد السياح بحيث يتم استشارتها من طرف السياح وتقوم هي بدورها بإعطائهم الإرشادات والمعلومات والنصائح التي يحتاجونها حسب رغباتهم وطلباتهم. ويستطيع الوكيل التعرف على هذه الرغبات والطلبات والاحتياجات الخاصة بالسائح من خلال الاعتبارات التالية:

- ² "سن العمل وجنسيته وشريحته الاجتماعية وميوله ورغباته
- توقيت الوصول إلى المقصد السياحي
- تأثير فرق التوقيت بين الدولتين
- الأخطار التي يمكن أن تنتج في حالة وجود مشاكل صحية أو أمنية في بعض الدول."

كل هذه الاعتبارات وغيرها يجب أن تعطي لها الشركات السياحية الأهمية اللازمة عند إعداد البرامج السياحية وخاصة أن عملها تطور وبدأت تشارك منظمو الرحلات السياحية في الخارج في تنظيم الرحلات والتمويل

¹ سعيد البطوطي، مرجع سبق ذكره، ص53
² سعيد البطوطي، مرجع سبق ذكره، ص55

وتحميل مسؤولية إعداد البرامج السياحية إلى بلادها والمشاركة في المعارض الدولية للترويج إلى المنتجات والبرامج السياحية الخاصة بدولها. وقامت أيضا بفتح فروع لها في دول أخرى حتى تكون دائمة الاتصال بمنظمي الرحلات السياحية.

✓ أنواع وكالات السياحة والسفر حسب مكان الإقامة الدائم للزبون الذي تقوم بخدمته:

1 "وكالات السياحة المستقبلية : تستقبل السياح وبالأخص السياح الأجانب

وكالات السياحة المرسله : تقوم بإرسال السياح المحليين للخارج مع تنظيم كل ما يتعلق بسفرهم

وكالات سياحية مشتركة : عملها عبارة عن مزيج بين عمل النوع الأول والثاني من وكالات السياحة

بحيث تقوم باستقبال السياح الأجانب وترسل السياح المحليين للخارج."

✓ أنواع وكالات السياحة حسب وجود فروع لها في الداخل والخارج

وكالات السياحة الصغيرة: وهي التي لا يوجد لها أي أقسام أو ملاحق يكون دورها كوسيط فقط

وكالات السياحة الكبيرة: وهي التي يكون لها أقسام وفروع في الداخل والخارج

المطلب الثالث الأعمال التي تقوم بها وكالات السياحة والسفر

يمكن تقسيم الأعمال التي تقوم بها الوكالات السياحية إلى ثلاثة أصناف

1 عمليات تنظيمية إنتاجية² "تنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية الفردية والجماعية في الداخل والخارج

وعمل الترتيبات الخاصة بها." وذلك مقابل أسعار معينة وهذه الرحلات السياحية يجب أن تكون

منظمة وتشمل كل الأساسيات من تأمين النقل والإيواء وغيرها وتكون هذه الرحلات موجهة للسياح

المحليين أو الأجانب وفي منطقة تواجد الوكالة السياحية أو منطقة أخرى فتقوم بعمل الترتيبات اللازمة

الخاصة بحجز الغرف بالفنادق وأماكن الإقامة المختلفة والتفاوض مع موردي تلك الخدمات على

الأسعار وعمل التعاقد معهم.

أي تقوم بإعداد البرنامج السياحي الذي يعرف بأنه³ "مجموعة الخدمات والمنافع التي تقدم للسائح خلال

فترة معينة، وبتكلفة معينة. وأن الأنشطة السياحية (للبرنامج السياحي) هي أنشطة شديدة الحساسية

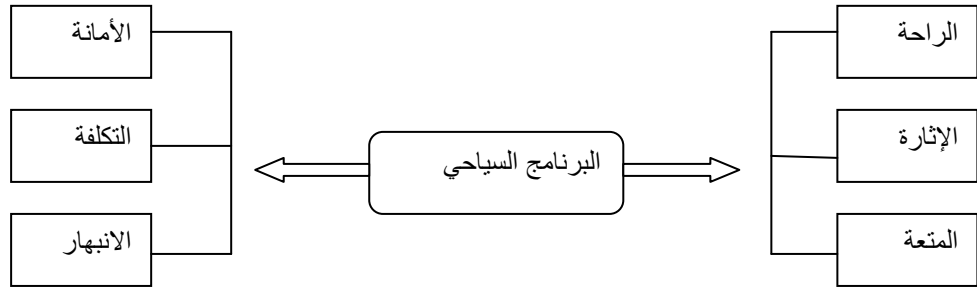
والتأثير بعدة متغيرات"

¹ سليم بطرس جلدة، مرجع سبق ذكره، ص32

² سعد البطوطي، مرجع سبق ذكره، ص

³ حمزة عبد الحلیم، مرجع سبق ذكره، ص27

الشكل رقم (3-1) البرنامج السياحي



المصدر: حمزة عبد الحليم، درادكه، حمزة عبدالرزاق العلون، مروان محمد أبورحمة، مصطفى يوسف كافي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى.

الأردن، دارالأعصار العلمي، 2016، ص28

الأمان: يقصد به مدى احساس السائح بالأمان وأنه غير معرض لأي خطر يهدد ممتلكاته أو حياته

الراحة: أي مدى توفر سبل الراحة للسائح الذي لا تجعله يبذل أي جهد في سبيل الحصول على

المتطلبات والمنافع التي ستحققها رحلته السياحية

الاثارة: هو ما يعد ضروريا لجلب السائح

التكلفة: بحيث أن تكلفة الرحلة السياحية كلما كانت معقولة ومحدودة كلما ساهم ذلك في جذب السياح.

المتعة: شهور السائح بالإستمتاع من أهم الوسائل المساهمة في جذب السياح للبرنامج السياحي.

الانبيهار: يعني بأنها على درجات الاعجاب بالمنطقة السياحية التي يزورها السائح.

عمليات وساطية: تتمثل في تأمين الربط بين السياح والمنشات السياحية الأخرى مثل قطاع

المواصلات وقطاع الفنادق وهنا تعمل هذه الوكالات مقابل عمولة. وهنا تظهر الحاجة إلى الوكالات

السياحية التي تقوم بتزويد السياح بكافة المعلومات التي تساعد في التعرف على الأماكن التي

سوف يزورونها والنشاطات التي يقومون بها عن طريق مطويات تمنحها لهم ضرورة وجود وسيط عند

السفر والإقامة في مكان غريب أثناء السياحة يأتي من عدة عوامل وهي:

- 1- "الطلب والعرض في السياحة جغرافيا متباعداً منفصلان فمثلاً: السياح الطلب عليهم يوجد في كل مكان في العالم بينما المواقع السياحية فإن العرض يوجد في أماكن سياحية معينة محدودة.
 - 2- الجزء الأكبر من العرض السياحي يشتمل على تقديم الخدمات، وهذه الخدمات ترتبط بالموقع السياحي ولا يمكن استهلاكها إلا هناك. ولا يمكن نقلها لمكان آخر لذلك تظهر الحاجة لوكالات السياحة التي من خلالها يتم تقديم المعلومات اللازمة للسياح."
 - 3- عدم توفر الوقت والمعرفة اللازمة للسياح من أجل القيام بكافة الترتيبات الخاصة بسفرهم.
- ✚ عمليات أخرى : متمثلة في جميع العمليات التي تقوم بها وكالات السياحة والسفر وتساعد على تغطية نفقاتها والحصول على أرباح إضافية فهذه العمليات من الأعمال الثانوية مثل بيع الخرائط الجغرافية السياحية وبيع تذاكر سفر شركات الطيران تحويل (تبديل) العملات.

خلاصة

مما سبق يتبين أن السياحة لها دور مهم في اقتصاديات العديد من الدول في العالم، خاصة وأن تنمية هذا القطاع يساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتطوير قطاعات أخرى نظراً لتشابهه مع

¹ سليم بطرس جلدة، مرجع سبق ذكره، ص20

جوانب أخرى. وتعود هذه الأهمية والاهتمام الذي تحظى به السياحة من طرف عدد كبير من الدول إلى الدور البارز التي تلعبه في جلب العملات الصعبة ومساهمتها في تحسين ميزان المدفوعات والنتائج الداخلي الخام وبالتالي تحسين معدلات النمو الاقتصادي بالإضافة إلى مساهمتها في قضايا التنمية الاجتماعية كتحسين المستوى المعيشي للأفراد عن طرق توفير مناصب الشغل .

النشاط السياحي في أي بلد سياحي تتوفر فيه جميع المقومات المادية والطبيعية يعتمد على كفاءة وأداء الوكالات السياحية فيها التي لها دور في جلب السياح عن طريق المهام التي تقوم بها كالدور الواسطي والتنظيمي.

تمهيد

الجزائر تزخر بعدة مقومات سياحية خاصة منها الطبيعية والتاريخية والحضارية المتنوعة، وتعدد المناطق السياحية فيها . تساهم في خلق وإثراء أصناف مختلفة من الأنواع السياحة التي تساهم في جذب السياح من أطباع مختلفة.

يسهر على تسيير وتطوير القطاع السياحي الجزائري عدة منظمات تسعى إلى ترقيته ليتمكن من منافسة القطاعات السياحية المنافسة في السوق السياحي المغربي. كما يوجد أنواع مختلفة من المؤسسات المقدمة للمنتجات السياحية مثل منظمات الفندقية والوكالات السياحية. تم وضع عدة برامج تسعى إلى تطوير القطاع السياحي الجزائري كان أحدثها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025. لكن بالرغم من هذا تبقى مساهمة النشاط السياحي في المتغيرات الاقتصادية الكبرى كالناتج الداخلي الخام وميزان المدفوعات جد ضئيلة إذا ما تم مقارنته مع الامكانيات الطبيعية والأثرية المتنوعة من جهة ومن جهة أخرى مع الدول السياحية المغربية.

يعود هذا إلى ضعف في البنى التحتية ولعدة معوقات أخرى سيتم التطرق لها بالتفصيل في هذا الفصل الذي قسمناه إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: إمكانيات السياحة الجزائرية

المبحث الثاني: الهيئات السياحية في الجزائر وبرنامج تنميتها.

المبحث الثالث: آثار السياحة الجزائرية ومعوقاتهما

المبحث الأول: إمكانيات السياحة الجزائرية

تعد الجزائر من الدول التي تحضى بموقع جغرافي جد مساعد يجعلها من الدول السياحية، بالإضافة إلى المقومات الطبيعية والحضارية التي تتميز بها إلا أنها لا تتوفر على ما هو كافي من المقومات المادية. فهي زاخرة بالعديد من المناطق السياحية المتباينة الخصائص، التي تساهم في جذب السياح إلا أنه في الواقع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر جد قليل مقارنة مع جميع المغربيات الطبيعية والحضارية والتاريخية ومع الدول المجاورة لها كتونس والمغرب بالرغم من التنوع الكبير في المناخ والآثار والمعالم التاريخية.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

1/ المقومات الطبيعية: تعد الجزائر بوابة إفريقيا في الأول قاريا من حيث المساحة، وفيها مقومات عديدة منها الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم من السواحل الرملية وأهم الشواطئ فيه شاطئ عنابة، جيجل، سكيكدة، الجزائر العاصمة وهران وغيرها كما تتنوع فيها التضاريس، يوجد أربعة أنواع سهول التل الجزائري تمتد من منطقة الشمال مثل سهول عنابة وهران، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية مثل جبال شيليا بالأوراس في الشرق بارتفاع قدره 1308 متر وقمة لالا خديجة بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى (2308متر) وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر، والتي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية.

خاصة وأن هذا النوع من السياحة ينطوي عليه متعة وترفيه لفئة كبيرة من السياح الذين يهتمون بهذه السياحة. وذلك لإمكانية ممارسة بعض الرياضات فيها مثل التزحلق، وهذه الجبال تتميز أيضا بروعة وجمال المناظر الطبيعية من غابات وثلوج في فصل الشتاء. وأفضل مثال على ذلك الشريعة بالبليدة والتي تعتبر من أهم المناطق المهمة لممارسة رياضة التزحلق وهذه الجبال يتخللها العديد من الطيور والحيوانات المختلفة والمنابع المائية الأمر الذي يمكن من ترقية وتنمية هذا المنتج السياحي لمستوى متطلبات السياح الأجانب المهتمين بهذا النوع من السياحة وبالتالي لتلبية رغبات وحاجات السياح الذين يفضلون هذا النوع من السياحة.

منطقة الجنوب: يتمثل في الصحراء التي تغطي أكثر من 80 بالمائة من المساحة الكلية للجزائر ويمثل الأطلس الصحراوي الذي يضم مناطق عديدة مثل بسكره غرداية، واد سوف، ورقلة أدرار بحيث يوجد بها عدد كبير من النخيل، الواحات والهضاب الصخرية، السهول الحجرية. ومن أهم المناطق التي تعد واجهة سياحية مميزة في الصحراء هي منطقة الهقار بتمنراست فهي من أهم ما يتميز به التراث الطبيعي الجزائري،¹ وذلك لأنها تحتوي على معالم عديدة من تنوع في المناخ والتضاريس والسلسلة الجبلية من أهمها قمة تاهت بارتفاع يفوق 3000متر واثار حيوانية ونباتية التي تدل على عراقة هذه المنطقة وقدمها ووجود الحياة فيها من عشرات آلاف السنين إضافة إلى الرسوم والنقوش الصخرية المتنوعة المختلفة في هذه المنطقة

¹ بوفليح نبيل، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا حالة الجزائر تونس المغرب"، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، البويرة، يومي 12/11 ماي 2010، ص 4

2/ المقومات السياحية الحضارية: إن الأماكن الأثرية تبين مدى تنوع الحضارات التي مرت وتعاقت في الجزائر على مدى القرون السابقة، فكل المعالم الأثرية الموجودة فيها تبرهن عظمة وعراقة التي شهدتها. بحيث مرت بعدة مراحل تاريخية في كل مرحلة كانت تتميز بحضارة معينة وكل حضارة تركت مواقع أثرية خاصة بها. وهذا التنوع جعلها مهد الحضارة الإنسانية. فهناك حي القصبة العريق الذي يعد تحفة هندسية يعود إلى العهد العثماني من القرن 16 .

¹ صنفت منظمة اليونسكو سبعة مناطق أثرية ضمن قائمة التراث العالمي التاريخي:

- تيمقاد: تم إنشائه من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 وتقع بباتنة.
- تيبازة: من المدن الرومانية العتيقة
- جميلة: تقع بسطيف من أقدم المدن الرومانية بالجزائر
- الطاسيلي: تحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية في الصحراء
- قلعة بني حماد : تقع ببشارة بالمسيلة وهي من المدن الإسلامية تأسست سنة 1007 م وكانت عاصمة للدولة الحمادية
- قصر ميزاب : انشأ من طرف الإباضيين
- القصبة : توجد بالعاصمة وهي مدينة إسلامية."

² كما يشمل التراث الحضاري و الثقافي رصيذا هاما من المتاحف منها المتحف الوطني سيرتا بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، جاءت فكرة إنشاء هذا المتحف لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم إكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل إضافة إلى متاحف أخرى

". التي سوف نبينها في الجدول التالي:

رقم الجدول: (2-1) المتاحف الجزائرية المهمة

المتحف	طبيعة المتحف	منطقة التواجد
باردو	حفريات لعصور ما قبل التاريخ، قطع أثرية افريقية، حفريات عن أصول الشعوب	الجزائر العاصمة

¹ عيساوي سهام، واقع الغرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، العدد 11، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017، ص 88

² بوفليح نبيل، مرجع سبق ذكره، ص 6

زبانة	حفريات عن أصل الشعوب	وهران
المجاهد	اثار الثورة التحريرية	الجزائر العاصمة
الفنون الجميلة	ألوان الفن العصري	الحامة بالجزائر العاصمة
هيبون	اثار قديمة تعبر تاريخ المدينة الرومانية	عنابة
تيمقاد	اثار قديمة كالأسلحة تماثيل، نقود	باتنة

المصدر: سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال تخصص استراتيجية، جامعة وهران، 2014 ص66

كما أنها تتوفر على التراث الشعبي والثقافي المتمثل في العادات والتقاليد و الصناعات التقليدية مثل صناعة النحاس، الزرابي، الفخار، المنتشرة في العديد من مناطق الجزائر فكل هذه الإمكانيات يجب استغلالها وأن لايسهان بها بل يجب تطويرها والمحافظة عليها وتطويرها من أجل تنمية السياحة الحضارية والتاريخية لترقى إلى المنافسة في سوق السياحة العالمية.

3/المقومات المادية: وتتمثل هذه الأخيرة في كل ما هو ومادي ملموس من صنع الإنسان كالفنادق المختلفة التي تتناسب مع كل فئات السياح والبنى التحتية التي تساعد على عملية تنقل السياح إلى المناطق السياحية كالموانئ، الطرقات، المطارات.

● النقل:¹هناك عدة مشاريع تم إنجازها وأخرى هي في قيد الانجاز في مختلف أنماط النقل

-النقل البري: تتمثل شبكة الطرقات طولها أكثر من 90000 كلم كما أنشئت الطريق السيار شرق غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة من جهات الوطن والذي يبلغ طوله 1216كلم لكن رغم هذا تبقى هذه الشبكة ضعيفة مقارنة بالمساحة الكلية للوطن خاصة فيما يخص المناطق الصحراوية التي تحتاج إلى بدل مجهودات أكثر من أجل تطويرها.

-السكك الحديدية: الجزائر تعد من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية فيما التي تربط مدن الدولة ببعضها البعض، الشركة التي تدير شبكة السكك الحديدية هي شركة النقل بسكك الحديدية (SNTF)

¹: حوحوفطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.

يوجد أكثر من 200 محطة. يبلغ طول الشبكة 4272 كلم تربط ما بين المدن الجزائرية عن طريق قطارات ذات سرعة فائقة

-النقل الجوي:¹تعرف البنية القاعدية للنقل الجوي تطورا معتبرا حيث امتلك الجزائر 35 مطارا موزعا غير الوطن منها 12 مطار دولي ويعتبر مطار الجزائر الأكثر أهمية كما تم انفاق ميزانية تقدر ب 60 مليار دينار لتجديد الأسطول الجوي خلال الفترة ما بين 2013-2017 كما أن شركة الخطوط الوطنية الجزائرية هي التي تهيمن على يوق النقل الجوي."

-النقل البحري: الجزائر تمتلك 40 بناء منها 11 مناء مخصص للتجارة والصيد والمحروقات، المؤسسات التي تسيير قطاع النقل البحري في الجزائر هما الشركة الجزائرية للملاحة والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين.

- الطاقة الفندقية: يعني بالطاقة الفندقية كل المؤسسات والأماكن المعدة لاستقبال السياح سواء الداخليين (المحليين) أو الخارجيين (الأجانب) والتي تعد من الأهم المؤشرات التي تستخدم لقياس مدى تقدم القطاع السياحي في أي دولة.

الجدول رقم(2-2)تطورات طاقة الإيواء في الفترة الممتدة ما بين سنة 2000-2014

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2014
عدد الأسرة	67087	66523	72567	77473	82034	82808	84869	85000	85876	86383	92377	82737	99605
5نجوم	4604	4506	4832	4959	4590	4590	5455	5455	5455	5455	4984	4984	4242
4نجوم	3221	3187	3592	3757	3383	3383	3743	3743	3743	3950	3560	3750	1800
3نجوم	21310	13272	14659	14740	4857	14807	11225	11225	11601	11700	13090	13180	5829
جمتان	5519	4882	5454	4524	5415	5800	5843	5843	5843	6044	8070	8070	4605
نجمة واحدة	2541	2563	2084	4212	2315	2315	2378	2378	2378	2378	3804	3804	10639
بدون نجمة	29891	32113	41946	44381	51474	53000	56356	56356	56856	56856	58985	38985	8406

المصدر: حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر واونس' مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة،

ص89

¹ حري المخطارية، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعللي، الشلف، 2017، ص142

طاقة الإيواء في الجزائر خلال السنوات الأخيرة عرفت تطور بحيث بلغت 82737 سرير سنة 2011 بعدما كانت تقدر ب 67087 سرير سنة 2000 أي ارتفاع قدر ب 15640 سرير لكن هذا الإرتفاع كان ضئيل جدا بالنسبة للفنادق ذات تصنيف 5 نجوم إذ أنها ارتفعت فقط ب 344 سرير خلال 12 سنة فالفنادق الغير مصنفة هي التي كان فيها الارتفاع الملحوظ بحيث بلغت سنة 2011 طاقة الإيواء فيها 38985 سرير بعدما كانت 29891 سرير سنة 2000. وبالتالي أعلى نسبة من اجمالي طاقة الايواء كانت من نصيب الفنادق الغير مصنفة. لكن بالرغم من التطور الإجمالي لعدد الأسرة طوال هذه الفترة إلا أنها لم تكن متوازنة مع إمكانيات الجزائر الحضارية والطبيعية.

كما أن تطور عدد الأسرة في الجزائر اعتمد على المخططات بحيث تم انجاز 2642 سرير من خلال المخطط الثلاثي الأول تم تم انجار عدد أكبر من خلال المخطط الرباعي الأول والثاني في فترة السبعينات ولكن أغلبها كانت للقطاع العمومي. لكن من خلال التطورات الاقتصادية الكبرى التي شهدتها الاقتصاد الجزائري وفتح المجال أمام الخواص للإستثمار في هذا القطاع كان هناك انخفاض في عدد الأسرة التي تعود للقطاع العام وارتفاع لعدد الأسرة التي تعود للقطاع الخاص والجدول التالي يبين هاته التطورات.

جدول رقم (2-3) تطور طاقة الإيواء في القطاع العام والخاص من سنة 1999 إلى 2007

السنوات	طاقة الإيواء في القطاع العام	طاقة الإيواء في القطاع الخاص
1999	28589	34576
2000	28589	34761
2001	28589	34197
2002	23541	44343
2003	25541	47140
2004	25650	58475
2005	20485	58622
2006	21483	60683
2007	21435	61814

المصدر: عوينات عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 187

من خلال الأرقام المبينة بالجدول المبين أعلاه يتبين أن طاقة الإيواء في القطاع الخاص ارتفعت من 34761 سرير سنة 2000 إلى حوالي الضعف سنة 2007 قدرت ب 61814 سرير. وهذا يعود إلى الاستثمارات التي انجزا في هذا القطاع. بينما طاقة الإيواء في القطاع العام تراجعت من 28589 سرير سنة 2000 إلى 21435 سرير.

وهذا راجع إلى خصوصية بعض المؤسسات الفندقية التي انتقلت ملكيتها من القطاع العمومي إلى القطاع الخاص.

الجدول رقم (2-4) تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر:

السنوات	إجمالي عدد السياح/مليون
1990	1.13
1995	0.52
2000	0.866
2005	1.443
2006	1.638
2007	1.741
2008	1.772
2009	1.912
2015	2.50

المصدر: نادي مفيدة زكي، انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية، مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسيبة بن بوعلي، 2012، ص 60

من خلال تتبع السلسلة الزمنية لعدد السياح القادمين إلى الجزائر للفترة 1999-2009 مرحلتين المرحلة الأولى من سنة 1990 إلى 2000 تميزت بتراجع واضح في عدد السياح الوافدين من 1137000 سائح في سنة 1990 إلى 520000 سائح سنة 1995، ثم إلى 866000 سائح سنة 2000، أي بمعدل نمو سالب قدر ب % 23.83 لهذه الفترة. والسبب في هذا التراجع يعود جزئيا إلى نقص في البنية التحتية، وكذلك الوضع الأمني كعوامل رادعة لتوافد السياح على الجزائر لاسيما منذ سنة 1992 وتبدأ المرحلة الثانية من 2001 إلى 2009 والتي اتسمت بتزايد طفيف في عدد السائحين الوافدين إلى الجزائر من 1741000 سائح سنة 2007 إلى 191200 سائح سنة 2009 ثم 2500000 سائح سنة 2015

المطلب الثالث: أنواع السياحة الجزائرية

- منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس التلي: الذي يميز هذه المنطقة هو الاثار التي تعود إلى الحضارات المختلفة التي تعاقبت بها الرومانية، وغيرها وأهم ميزة فيها هو طول شواطئها على طول 1200 كلم.
- منطقة السلسلة الأطلسية:¹ والتي توجد بها أعلى قمة جبلية في الشمال لالة خديجة ب 2308 متر كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، سلسلة جبلية موزاية للسواحل التي تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة كالنشاطات الرياضية الشتوية، مثل التزحلق، التسلق، الصيد.
- منطقة الهضاب العليا: يوجد بها عدة مناطق ومواقع أثرية وصناعات حرفي وتقليدية والمناخ القاري الذي يميزها.
- منطقة الأطلس الصحراوي: من ميزاتها أنه يمكن تنمية السياحة المناخية و المعدنية والسياحة المتعلقة بالصيد وذلك لموقعها بحيث أنها تقع ما بين منطقة الهضاب العليا والصحراء الكبرى.
- واحات الشمال: الذي يميزها عن الصحراء الكبرى هو اعتدال درجات الحرارة بحيث أنها أقل منها من حيث ارتفاع درجات الحرارة فيها وفيها بعض الصناعات التقليدية والنخيل والبحيرات.
- منطقة الصحراء الكبرى:² وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي) وتتميز بالمساحات الشاسعة والجبال الشامخة وبالحرارة المعتدلة طوال فصول الشتاء والتي تشكل مصدرا هاما للسياحة الشتوية.

وبالتالي هذا التنوع في خصائص كل منطقة سياحة يمكن من تطوير وتنمية أنواع سياحية مختلفة وبالتالي هذا يمكن من القضاء على الموسمية التي تعني نركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية معينة من السنة.

المطلب الثالث: أنواع السياحة الجزائرية

السياحة الساحلية: يمتد الساحل الجزائري على طول 1200 كلم. وتحتوي الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق مميزة منها ما هو بكتبان رملية ومنها هي قريبة من الغابات

¹ و تحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان، بالإضافة إلى حظيرة قورايا التي تتوفر على مناظر رائعة، وحظيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحظيرة الوطنية للشناوة، إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر أجليس وجزر رشقون التي تعد مواقع بحرية هامة

¹ خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص222

² خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص223

السياحة الحموية: هي السياحة التي تستخدم فيها الينابيع المعدنية بالدرجة الأولى للعلاج من عدة أمراض جسمية وأمراض أخرى مختلفة وذلك إما بالاستحمام أو الشرب وهذا النوع من السياحة في الجزائر له أهمية بالغة وأغلب السياح الذين يهتمون بهذا النوع هم السياح الداخليين . خاصة وأن عدد المنابع الطبيعية التي تم إحصائها في الجزائر بلغ 202 منبع متباينة الخصائص والفوائد العلاجية.

السياحة المناخية:² "تمتع الجزائر بتنوع مميزات المناخية الأمر الذي يساعدها على تنوع خدماتها السياحية حيث أن المناخ السائد في الجزائر يشتمل على ثلاث أنواع:

- مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا
- المناخ شبه الجاف بالنسبة للمرتفعات والهضاب العليا
- المناخ الجاف الصحراوي بالنسبة للجنوب"

يعد المناخ عاملا هاما في تنشيط السياحة في الجزائر بحيث يستفاد منه من أجل العلاج عن طريقه وذلك لأن العديد من الأمراض البدنية تعالج في البحار الجبال وأخرى في الصحراء كما قد تكون لأغراض مناخية أخرى غير العلاج كالسياحة الجبلية. وفي فصل الشتاء لها أهمية كبيرة لإمكانية ممارسة هوايات التزلج على الثلوج وفي فصل الربيع تعد واجهة ممتازة للترفيه والراحة.

السياحة الثقافية والاجتماعية:³ "هي كل نشاط استجمام يكون الدافع الأساسي فيه هو البحث عن المعرفة والانفعالات من خلال اكتشاف تراث عم الرني مثل المدن والقرى والمعالم التاريخية والحدائق والمباني الدينية أو تراث روعي مثل الحفلات التقليدية والتقاليد الوطنية أو المحلية."

كما سبق وذكرنا في نقاط سابقة يكون الهدف من وراءها هو تعرف السياح على مناطق أخرى جديدة غير معروفة بالنسبة لهم، ومثال عن هذه المناطق في الجزائر مدينة تلمسان التي تعد موقعا زاخرا بالثرات الاسلامي خاصة وأنها صنفت كعاصمة الثقافة الاسلامية في سنة 2010 بالإضافة إلى الصناعات التقليدية المختلفة التي تتميز بها مناطق الجزائر مثل صناعة الحلي، الذهب، الفضة الفخار الألبسة التقليدية، الزراعة.

السياحة الأثرية: إن الحضارات التي عرفتها الجزائر عبر العصور المختلفة خلفت عدة اثار من بين تلك الحضارات الفينيقية، القرطاجية، الرومانية، تم الاسلامية والآثار التي توجد بها تعود إلى مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى ما قبل التاريخ في الغرب الجزائري وبالتحديد ولاية معسكر البقايا التي اكتشفت بها توجي إلى أن

¹ زهير بوعكوف، مرجع سبق ذكره، ص 133

² زهير بوعكوف، مرجع سبق ذكره، ص 134

³ مصطفى عايدة، التنظيم القانوني للعقار السياحي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 6، جامعة البليدة، ص 155

حياة الانسان في الجزائر تعود إلى ما قبل الميلاد نفس ما أشارت إليه النقوش والرسومات الصخرية في الطاسيلي. فالآثار التي تعود إلى الحضارة الرومانية والإسلامية على سبيل المثال نجدها في السواحل والسهول الشمالية أما الجنوب الجزائري فهو الآخر غريق بعدة مناطق أثرية أشهرها الطاسيلي الهقار وهناك مناطق أثرية مميزة وجذابة مثل تلمسان، تيمقاد، تيبازة، الجميلة، وغيرها. هناك فئة كبيرة من السياح الأجانب يهتمون بهذا النوع من السياحة لإكتشاف الحضارات القديمة والعريقة.

السياحة الدينية:¹ "هناك العديد من المقدسات الدينية التي تزخر بها الجزائر نذكر منها مثلا : الطريق الروماني، القديس أوغستين ، الأب فوكولت التي تجذب السواح و مقابر غير المسلمين وغيرها."

السياحة الصحراوية: الجزائر تزخر بمناطق سياحية صحراوية لا مثيل لها على مستوى حوض البحر المتوسط، مساحة هذه المناطق تغطي مساحة تقريبا 2 مليون كلم " موزعة على أربعة مناطق كبرى في الجنوب فالمنطقة الأولى هي أدرار والتي تعرف بتمازج مختلف الثقافات وقلعتها القديمة، ووادي ميزاب والمعروفة بمعالمها المعمارية وبساتين النخيل ونظام جمع المياه، أما المنطقة الثانية فهي إليزي والتي تعرف بتواجد الحضيرة الوطنية للطاسيلي، حيث تنصهر فيها العناصر الطبيعية مع العناصر التاريخية الثقافية، حيث صنفت من طرف الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة منذ 1982 كثرات عالمي." أما المنطقة الثالثة فهي تمراست عاصمة الهقار تقع المدينة في قلب المرتفعات المكونة من جبال صخرية تحيط بها ما يشبه هضاب علوها 2000 متر و الاهقار عبارة عن سلسلة جبلية يصل ارتفاعها إلى 3 آلاف متر، تدعى الاتاكور أي الرأس باللهجة الطرقية التي يتحدث بها الطوارق (السكان الأصليون في المنطقة) المنطقة الرابعة هي تندوف الذي يعني اسمها مكان الطواف الذي يزوره الناس لمدى أهميته التجارية والدينية فيها عدو نباتات وقبائل متنوعة.

فالصحراء الجزائرية غنية بالمقومات البيئية الطبيعية من جبال ورمال وعروق وأودية جافة والتكوينات البركانية وغيرها بالإضافة إلى التنوع في عادات وتقاليد كل منطقة فيها، واختلاف الالبسة والثقافات والتنوع العمراني.

¹ زهير بوعكوف، مرجع سبق ذكره، ص 139

المبحث الثاني: الهيئات السياحية في الجزائر وبرنامج تنميتها.

القطاع السياحي الجزائري عرف عدة تغيرات ومر بعدة مراحل بحيث كانت وزارة السياحة تابعة إلى وزارة الشباب والشباب والرياضة بعد الاستقلال إلى غاية 1964 وفي التسعينات تم انشاء وزارة موحدة ومشتركة بين السياحة والصناعات التقليدية، وتم إنشاء عدة أجهزة ومنظمات تعمل على تنفيذ السياسات الموضوعة بهدف تنمية وتعزيز وترقية النشاطات السياحية . وتنشيط السياحة الجزائرية فهناك المنظمات العمومية التي تتولى وتتحمل مسؤولية تنفيذ السياسات السياحية الموضوعة من طرف السلطات المعنية كما يوجد مقدمو المنتجات السياحية ومن أهم البرامج السياحية الموضوعة بهدف تطوير السياحة الجزائرية المخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT.

المطلب الأول: المنظمات العمومية

- وزارة السياحة والصناعات التقليدية: تأسست بموجب المرسوم التنفيذي 63.474 في الجزائر وتتكون من عدة مديريات وهي المديرية العامة للصناعة التقليدية، مديرية الدراسات والتخطيط والإحصائيات، مديرية التكوين والتنمية والموارد البشرية، مديرية الإتصال والتعاون، مديرية التنظيم والشؤون القانونية، مديرية الإدارة العامة والوسائل.

ومن أهم المهام الموكلة إليها انجاز المخططات التنموية السياحية، تنفيذ السياسة الحكومية السياحية، ترقية المنتوجات السياحية الجزائرية.

- الديوان الوطني السياحي: هو عبارة عن هيئة إدارية مستقلة ماليا تم تأسيسه في سنة 1992 ومن مسؤولياته الأساسية ترقية وتأطير السياحة الجزائرية ويضم 3 مديريات وهي مديرية التسويق والتوثيق، مديرية العلاقات العامة والاتصال، مديرية الإدارة والوسائل.

- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ANDT:¹ حسب المرسوم رقم 70-98 الصادر 21 فيفري 1998 فهي مكلفة ب:

-حماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي

- اقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية

-- إجراء دراسة الهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية والمعدنية."

¹ وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة ابن بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص142

- مؤسسات التكوين: هناك 3 معاهد على المستوى الوطني وهي: معهد بوسعادة، تيزي وزو، الجزائر متخصصة في عدة فروع منها الطبخ، الاستقبال، تقني سامي في الاستقبال، التسيير الفندقي والسياحي.

- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ENTE:

¹ "حسب المرسوم 94-98 الصادر بتاريخ 10 مارس 1998 فهي مكلفة خاصة ب:

-إنجاز الدراسات لمعرفة الطاقات السياحية و تنميتها

- القيام بدراسات التهيئة السياحية والمعدنية

-مراقبة المشاريع التنموية

- المراقبة ووضع الخبرة للمجمعات السياحية والفندقية والمعدنية

-تأسيس بنك للمعلومات لأجل التهيئة والتنمية السياحية."

- الدواوين المحلية للسياحة:² "الديوان المحلي للسياحة عبارة عن جمعية حسب المرسوم رقم 85-15 الصادر بتاريخ 26 جانفي 1985 ويوجد على المستوى الوطني 51 ديوان محلي" للسياحة."ومن أهم المهام الموكلة له:

- حفظ وحماية الأماكن السياحية التاريخية والطبيعية.

- تنظيم الرحلات السياحية وإعلام السياح

- التنسيق وتبادل المعلومات السياحية مع الدواوين المحلية الأخرى وحتى الأجنبية

- عرض خدمات المرشدين السياحيين.

- الجمعيات السياحية: هناك عدة جمعيات سياحية جزائرية ومن أهمها :

- الجمعية الوطنية لأجل ترقية السياحة ANPT

- الجمعية الوطنية لأجل التعبير والدفاع عن السياحة

- الاتحاد الوطني لوكلاء السياحة

- الفيدرالية الوطنية لجمعية وكالات السياحة والسفر [FNAT

- الفيدرالية الوطنية لدواوين السياحة FNOT

¹ سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص 93

² وزاني محمد، مرجع سبق ذكره، ص 143

المطلب الثاني: مقدمو المنتجات السياحية

المنظمات الفندقية: قدرت طاقة الإيواء في الجزائر غداة الاستقلال ب 6000 سرير وكانت في المناطق الحضرية كالجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة بحيث كان النشاط السياحي في هذه الفترة مسير من طرف ONAT الديوان الوطني للسياحة بعدما كان مسير من طرف لجنة تسيير الفنادق والمطاعم.

في 1970 تم إنشاء الوكالة السياحية الجزائرية ATA وكانت انذاك تلعب دور وكالة السفر وتنظيم الرحلات. في 1970 تم إنشاء الشركة الوطنية للسياحة والفندقة التي يتمثل عملها في مراقبة وضائف كل الوحدات السياحية والفندقية.

ام إلحاق المصالح التجارية للشركة الوطنية للسياحة والفندقة بالوكالة السياحية الجزائرية وهذا في سنة 1974. بعدها تم إلحاق كل من مهام الوكالة الجزائرية والشركة الوطنية للسياحة والفندقة بالشركة الوطنية للسياحة التي تم إنشاءها سنة 1976.

● **الديوان الوطني الجزائري للسياحة:**¹ انشئ الديوان الوطني للسياحة سنة 1962 ويعتبر أول متعامل جزائري يدخل في عضوية العديد من المنظمات والهيئات السياحية الدولية منها المنظمة الدولية لوكالات السفر WATA، الفيدرالية العالمية لجمعيات وكالات السفر، المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية BITS والمنظمة الدولية للنقل الجوي، IATA" بحيث يقوم هذا الديوان على ترقية المنتج السياحي ويتولى عملية نشر المعلومات السياحية للسياح و تنظيم الرحلات السياحية وتوفير الأمن اللازم للسياح الوافدين إلى الجزائر وتوفير لهم كل متطلبات الراحة والاستمتاع. ترقية السياحة الجزائرية بتوفير جميع الوسائل اللازمة من إظهار وإعلام وإعداد البرامج السياحية والترفيهية. يوجد 5 وحدات جهوية تابعة لهذا الديوان في الجزائر العاصمة بالنسبة للوسط، وهران بالنسبة للغرب الجزائري، غرداية بالنسبة للجنوب الشرقي، تيميمون بالنسبة للجنوب الغربي، عنابة بالنسبة للشرق.

● **النادي السياحي الجزائري TCA:** هذا النادي يقوم بمجموعة من المهام لترقية السياحة منها المساعدة والمشاركة في تنمية السياحة الجزائرية وذلك بتنظيم رحلات داخل أرجاء الوطن للتعريف بالبلد وتقديم كافة التسهيلات والمساعدة اللازمة للسياح الأجانب الراغبين في زيارة الجزائر مثل نشر

¹ سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص 98

المطبوعات لإعلام السياح بالأماكن السياحية (المقومات) في الجزائر، والمشاركة في حماية المواقع السياحية الهامة كما يقوم بحجز وبيع التذاكر

- الوكالات السياحية: حسب المادة 03 من القانون 99-06 هي عبارة عن مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاط سياحي يتمثل في بيع بصفة مباشرة وغير مباشرة رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها فهي متعددة الأنشطة تقوم بتسويق منتجات نتجي الخدمات السياحية.

المطلب الثالث: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025

¹"يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياحة في الجزائر بحيث يعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لأفاق 2025 وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تنمية القدرات الطبيعية ، الثقافية والتاريخية للبلاد." وجعلها في خدمة السياحة الجزائرية وذلك حتى يتسنى لها تحقيق النقلة النوعية في السياحة. يجب النظر إلى السياحة كضرورة وليس كخيار باعتبارها من الموارد التي يمكن أن تكون بديل أو مورد مساند للمحروقات.

وبالتالي هذا البرنامج هو ترجمة لنظرة الدولة المستقبلية للتنمية السياحية الجزائرية على المدى القصير إلى غاية 2009 وال المدى المتوسط 2015 وال المدى الطويل 2025.

✚ أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:

✓ الأهداف المادية للمرحلة 2015/2008:

إذا أخذنا مثال للمقارنة فإنه من أجل أن يتم استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك تونس 220000 سرير² وبالتالي هدف الجزائر في أفق 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح وباحترام نفس النسب لدى الدول المجاورة، تحتاج الجزائر إلى 75000 سرير بنوعية جيدة مع توفير 40000 منصب شغل بشكل مباشر وغير مباشر.

تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع أي ما يقارب 30000 سرير من الطراز الرفيع على المدى القصير و 10000 سرير إضافي على المدى المتوسط".

¹ لحسن عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر ضمن ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 الاليات البرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، 2012، ص179

² زهير بوعكوف، زهير بوعكوف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2012 ص151

✓ الأهداف النقدية: خلال المرحلة 2008-2015 فإن تقديرات الاستثمار العام والخاص الضروري لجعل الجزائر بلد سياحي مقدر ب 2.5 مليون دولار أمريكي، لكل سنة أي ما يعادل 350 مليون دولار على المدى 7 سنوات من 2007 إلى 2015 وذلك حتى يتسنى إنجاز طاقة إيواء 40.000 سرير أي ما يعادل تكلفة 60000 دولار لكل سرير في الأقطاب السياحية السبعة التي تم تحديدها في المخطط.

جدول رقم (2-5) خطة الأعمال بالأرقام لأفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح(ملاين)	1.7	2.5
عدد الأسرة	84869	159869
المساهمة في الناتج الداخلي الخام	1.7	3
الإيرادات (مليون دولار)	215	1500 إلى 2000
مناصب الشغل المباشرة والغير مباشرة	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: نادي كفيده زكي، مرجع سبق ذكره، ص80

وبالتالي تهدف الجزائر إلى بلوغ 2.5 مليون سائح في 2015 وتتوقع ارتفاع في عدد الأسرة من سرير إلى 159869 أي زيادة مقدر ب75000 سرير وذلك يتوافق مع ارتفاع في الإيرادات السياحية من 215 مليون دولار إلى ما بين 1500 و200 مليون دولار مما قد يساهم في الناتج الداخلي الخام PIB من 1.7 بالمائة إلى 3 بالمائة وتوفير مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة مقدر بضعف ما سجل في 2007 ب20000 إلى 40000 منصب شغل.

المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2008-2015

في إطار هذا المخطط تم تحديد مجموعة من المشاريع ذات الأولوية والتي من أهمها ما يلي:

- "فنادق السلسلة عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29368 سرير
- 20 قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مدمجة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.
- خمسة حضائر بيئية وسياحية وثلاث مراكز للعلاج والصحة والرفاهية

¹ حري المخطارية، مرجع سبق ذكره، ص169

- انطلاق أكثر من 70 مشروع في المناطق السياحية السبعة الممتازة منها 5986 سير، 8000 منصب شغل في الافق موزعة كالتالي:":

جدول رقم (2-6) توزيع المشاريع في الأقطاب السياحية الممتازة

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية
23	الشمال الشرقي
32	شمال وسط
18	الشمال الغربي
04	الشمال الغربي (واحات)
02	الجنوب الغربي (توات قورارة)
01	الجنوب الكبير (الهقار)
00	الجنوب الكبير (الطاسيلي)
80	المجموع

المصدر: حري المخطارية، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2017، ص170

حسب هذا الجدول الاقطاب الشمالية هي التي نالت الحصة الأكبر من المشاريع المبرمجة من خلال هذا المخطط، فأكبر حصة كانت لمنطقة الشمال وسط ب32 مشروع تم تلمها كل من الشمال الشرقي ب23 مشروع الشمال الغربي ب 18 مشروع. أما الأقطاب الجنوبية لم تحظى بالمشاريع التي حظيت بها الأقطاب السياحية الشمالية. بحيث بلغ عدد المشاريع في منطقة الجنوب الغربي (واحات) مشروعين والجنوب الغربي (يوات الهقار) مشروع واحد، أما الجنوب الكبير (الطاسيلي) لم يحظى بأي مشروع

جدول رقم: (2-7) توزيع القرى السياحية في الأقطاب السبعة الممتازة

عدد الأسرة	المستثمر	اسم القرى السياحية	الأقطاب السياحية
2440	- الشركة الإماراتية EIIC	-القرية السياحية سيدة	القطب السياحي شمال
4938	-الشركة السعودية سيدار	- القرية السياحية	شرق
1000	-الشركة الإماراتية LIIC	سيدي سالم الخطيرة البيئية دونيا بارك بعنابه	
5900	-مراغ وهران	-الحلم السياحي وهران	القطب السياحي شمال
220	-إقامة هيليو فرنسا	-هيلوس كريستيل	غرب
732	- الشركة الإماراتية EIIC	وهران	

		-موسكاردا تلمسان	
92	-مجموعة الجنوب SID	-قصر ماسين تميمون- أدرار	القطب السياحي جنوب غرب
128 - 2	- الشركة الإماراتية EIIC - الشركة الإماراتية EIIC	- القرية السياحية اقريون بجاية	القطب السياحي شمال وسط
-	- الأمريكية التونسية الجزائرية - الشركة الاماراتية والمجموعة الكويتية	- القرية السياحية بومرداس	
269	- المجموعة الاماراتية EMIRAL	- القرية السياحية MEDI FEA	
7	- شركة التنمية الفندقية الجزائرية	- القرية السياحية بومرداس	
-	- الشركة الإماراتية القدرة	- القرية السياحية عين طاية	
175	- الشركة السعودية سیدار	- القرية السياحية موريني الجزائر	
10	- الشركة الإماراتية إعمار	- القرية السياحية الساحل الجزائر	
-	- مجموعة سيفيتال	- القرية السياحية القرية السياحية	
598	- المجموعة الإماراتية ELLC	- القرية السياحية سیدی فرج	
5		- القرية السياحية زیرالدة	
-		- القرية السياحية العقيد عباس	
200		- القرية السياحية تیبازة	
4		- القرية السياحية سيزاري تيبازة	
460-			
360-			

-			
688			
5		- حديقة دنيا	
124		بارك الجزائر	
0			
124			
0			
142			
6			
-			
100			
0			
55166			المجموع

المصدر: زهير بوعكف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص 153

وبالتالي الجزائر برمجت من خلال هذا المخطط للتهيئة السياحية 7 قرى سياحية موزعة على الأقطاب السياحية الأربعة ذات الامتياز.

بحيث القطب السياحي شمال شرق برمجت فيه قربتين سياحيتين في الطارف وعنابة بمجموع 7378 سرير.

القطب السياحي شمال وسط برمچ فيه 11 قرية سياحية بمجموع 40849 سرير، القطب السياحي شمال غرب يضم 3 قرى سياحية بمجموع 6852 سرير والقطب السياحي جنوب غرب يضم قرية سياحية واحدة بمجموع 92 سرير.

أما المشاريع التي تعد قيد الانجاز بالأقطاب السياحية ذات الامتياز تقدر ب80 مشروع موزعة كالتالي:

✚ القطب السياحي شمال شرق 23 مشروع، شمال وسط 32 مشروع، شمال غرب 18 مشروع، الجنوب الشرقي للواحات 4 مشاريع، مم الجنوب الغربي مشروعين، الجنوب الكبير الهقار مشروع واحد، الجنوب الكبير الطاسيلي لا يوجد أي مشروع. ومجمل هذه المشاريع سوف تمكن من انجاز 5986 سرير و 8000 منصب شغل.

الأقطاب السياحية الممتازة: وهي الأقطاب التي جاءت في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لـSDAT لكل قطب إمكانيات طبيعية ومادية تم برمجت فيه مجموعة من المشاريع.

القطب السياحي شمال شرق: سيضم هذا القطب الولايات التي تقع في الشمال_الشرقي الجزائري وهي سكيكدة الطارف عنابة سوق أهراس تبسة قالمة وتوجد به مساحة ما قدره 874000 هكتار من الغابات ويمتد على طول 300 كلم للشريط الساحلي ويحتوي على أكثر من 30 منبع حموي. ومجهز من الهياكل القاعدية الأساسية كالمطارات والسكك الحديدية والطرق ويشمل 18 منطقة للتوسع السياحي وبالتالي هذا القطب يحتوي على جميع المقومات التي تمكن من تنمية أنواع وأنماط سياحية عديدة كالسياحية الشاطئية، الجبلية، الصحية، والمشاريع التي برمجت فيه في ظل هذا المخطط امثل في:

✚¹ "إنشاء الطريق السيار الذي يمر عبر ثلاثة ولايات من هذا القطب (سكيكدة؛ عنابة، الطارف)

✚ إنشاء طرق سريعة تربط ولايات القطب بالطريف السيار شرق غرب.

✚ إنشاء حضيرة بيئية سياحية بالقالة

✚ إنشاء قرية سياحية للامتياز وحظيرة دنيا ببارك بعنابة

✚ إنشاء مشاريع فندقية حيث من المبرمج إنشاء 5 فنادق تابعة لسلاسل فندقية، فندقين راقين و79

فندق غير مصنف بطاقة إيواء إجمالية قدرها 5965 سرير."

القطب السياحي الممتاز شمال وسط: يضم هذا القطب من الجزائر العاصمة، بومرداس، الشلف عين الدفلى، البويرة، تيزي وزو، بجاية، تيبازة، البليدة، المدية ويمتد على طول 610 كلم على الشريط الساحلي ويمثل أعلى نسبة من حيث الكثافة السكانية في الأقطاب السياحية السبعة ويتوفر على الهياكل القاعدية

¹ زهير بوعكوف، مرجع سبق ذكره، ص155

الأساسية من الطرق السريعة والمطار الدولي والسكك الحديدية. وذلك باعتباره يضم العاصمة التي تعتبر العاصمة الاقتصادية والسياسية بالإضافة إلى احتواءه على هياكل سياحية كبيرة، والمناطق الطبيعية، المواقع الأثرية والمنابع الحموية المتعددة حوالي 39 منبع ولذلك برمجت عدة مشاريع في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT كلها في مجال الإيواء بحيث تم إنشاء 10 قرى سياحية و6 سلاسل فندقية ب 1773 سرير وفندقين مصنفيين ب 514 سرير.

القطب السياحي الممتاز شمال شرق: يضم الولايات التي تقع في الشمال الغربي وهي وهران، مستغانم، بلعباس، تلمسان، تموشنت، معسكر، غيليزان، يمتد على طول 400 كلم للشريط الساحلي، يحتوي هذا القطب على 37 منطقة للتوسع السياحي و 269 فندق بطاقة إيواء تقدر ب220000 سرير 5000 سرير دو جودة عالية بفنادق مصنفة و 112 وكالة سياحية حوالي النصف بولاية وهران، 13 ديوان محلي للسياحة وتم في هذا القطب برمجت انجاز 3 قرى سياحية وحظيرة دنيا بارك بولاية وهران.

القطب السياحي الممتاز جنوب شرق (الواحات): يضم ثلاثة ولايات وهي غرداية، بسكرة الوادي. الذي يميز هذا القطب هو المناخ الحار الصحراوي يضم 4 مناطق للتوسع السياحي، 26 فندق بطاقة إيواء 2092 سرير ومواقع سياحية متعددة أهمها وادي ميزاب، واد سوف، مسجد عقبة ابن نافع الذي يعد من أهم المعالم السياحية الدينية فيه.

القطب السياحي الممتاز جنوب غرب: يضم كل من ولايتي بشار وأدرار، الاثار الموجودة فيه تعود إلى 20000 سنة قبل الميلاد و3 مطارات وفندقين في تيميمون وأدرار بطاقة إيواء 292 سرير ومركب بعدد 60 غرفة ومجموعة من الفنادق الغير مصنفة. من خلال هذا المخطط تم برمجة مشروع إنشاء 196 سرير في ولاية أدرار، فندق عادي بطاقة إيواء 1317 سرير وقريبة سياحية ممتازة بتيميمون بطاقة إيواء 92 سرير.

القطب السياحي الممتاز الجنوب الكبير:¹ "يمثل هذا القطب ولاية ايليزي ويتميز بثرات ثقافي كبير وطبيعي ايكولوجي وهاته المميزات الثلاثة جعلته يكون أحد أهم الأقطاب السياحية الواجب ترقيةها، لتحتل المكانة اللازمة في النشاط السياحي. وهو يحتوي على حظيرة الطاسيلي المصنفة من طرف اليونسكو _ UNISECO كثرات عالمي يجب العناية به من سنة 1981." ويحتوي على عدة هياكل قاعدية مثل مطار جانت، عين امناص، والمنابع الحموية والعقار السياحي، وتم برمجت في هذا القطب السياحي الممتاز من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إنشاء منطقة التوسع السياحي التي ستمكن من رفع طاقة الإيواء .

¹ زهير بوعكوف، مرجع سبق ذكره، ص158

حيث ستمكن من توفير 1600 سرير وإنشاء 3 أوتيلات بطاقة إيواء 300 سرير و 5 مخيمات بطاقة إيواء 2500 سرير وفندق ب 150 سرير.

القطب السياحي الممتاز الجنوب الكبير الهقار: يضم ولاية واحدة وهي تمنراست، يحتوي على مواقع أثرية متعددة وطبيعية جذابة به عدة مناطق سياحية، طاسيلي، الهقار، التي تستهوي السياح خاصة الأجانب. وحسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تم برمجت إنشاء 4 فنادق بمجموع 225 سرير.

المبحث الثالث: أثار السياحة الجزائرية ومعوقاتها

للمنشاط السياحي عدة اثار على الجانب الاقتصادي والاجتماعي كالمساهمة في زيادة الدخل القومي، وتحسين وضعية ميزان المدفوعات وخلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي والقطاعات المرتبطة به أي مناصب مباشرة ومناصب غير مباشرة. وغيرها من الاثار الأخرى لكن في المقابل هذه الاثار لم تحقق فاعليتها بالمقارنة مع الامكانيات المختلفة التي تزخر بها الجزائر وذلك لوجود عدة معوقات مختلفة.

المطلب الأول: الاثار الاقتصادية للنشاط السياحي

توفير العملة الصعبة: تساهم السياحة في توفير العملة الصعبة وذلك من خلال النشاطات السياحية المختلفة و من أهم العمليات التي تنتج منه توفير العملة الصعبة من الرسوم التي يتم فرضها على الاستثمارات السياحية الأجنبية في الجزائر الرسوم على تأشيرات الدخول ، الانفاق اليومي للسياح الأجانب وإيرادات الفنادق والمطاعم من هذا الانفاق، فروقات تحويل العملة الأجنبية إلى العملة الوطنية.

جدول رقم (2-8): تطور مداخيل السياحة الجزائرية ما بين 1995-2012

السنوات	مداخيل السياحة الدولية (مليون دولار)	معدل التغير
1995	32	40.63
1996	45	-37.78
1997	28	164.29
1998	74	8.11
1999	80	27.50
2000	102	-1.96
2001	100	11

2002	111	0.9
2003	112	59.38
2004	178.5	3.25
2005	184.5	16.82
2006	215.3	1.67
2007	300	37.05
2008	330	10
2009	350	6.1
2010	400	14.29
2011	430	7.5
2012	450	4.65

المصدر: عميش سميرة، عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص 135

وبالتالي من خلال هذا الجدول يتبين أن المداخيل السياحية خلال انخفضت سنة 1997 فبعدها كانت 45 مليون دولار سنة 1996 انخفضت إلى 28 مليون دولار وكان معدل النمو سالب. لكن من سنة 1998 حتى 2013 شهدت ارتفاع بنسب ومعدلات متفاوتة فأعلى معدل خلال هاته الفترة سجل في سنة 1998 بمعدل 164.29 بعدما كانت سالبة سنة 1997 وقدرت ب -37.78 - وسنة 2004 قدر ب 59.38 بعدما سجلت سنة 2003 معدل نمو 0.9

في سنة 2012 بلغ معدل النمو ب 7.5 بتسجيل مداخيل سياحية مقدرة ب 430 مليون دولار وهذه القيمة أكبر من القيمة المسجلة في سنة 2010، وواصلت معدلات النمو في الارتفاع في السنوات المالية لتصل إلى ما يقدر ب 450 مليون دولار وبالتالي ارتفاع المداخيل السياحية يدل على إعادة انتعاش السياحة الجزائرية.

وكإشارة سنة في سنة 1990 كانت مداخيل الجزائر من السياحة لقدر ب 105 مليون دولار أمريكي وبعدها في السنوات الموالية انخفضت إلى 82 مليون دولار أمريكي أي بنسبة سالبة -20 بالمائة وانخفضت على طول فترة التسعينات المداخيل السياحية للظروف الأمنية الصعبة التي كانت تمر بها الجزائر آنذاك.

تحسين وضعية الميزان السياحي: بمان ميزان المدفوعات هو عبارة عن قيد مزدوج يضم كل المعاملات بين دولة ما وسائر العالم يتكون من المعاملات التجارية وحركة رؤوس الأموال، فإن

المداخل السياحية التي تكون إما على شكل ضرائب أو استثمارات، رسوم، نفقات السياح الاجانب التي تسجل في الميزان السياحي تساهم في تحسين ميزان المدفوعات.¹

"الميزان السياحي الجزائري نلاحظ أنه سجل تفاوت بارز في العائدات السياحية والنفقات السياحية حيث نلاحظ أن السياحة الجزائرية المستقبلية للسياح سجلت انخفاض واضحا ومتواليا طيلة فترة التسعينات أي طيلة عشرية كاملة من الزمن والتي عانت فيها الجزائر من ظروف أمنية غير مستقرة انذاك وهذا ما يبرر الارتفاع الكبير في قيمة النفقات السياحية بالمقارنة بالعائدات"

جدول رقم (2-9)-تطور الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة 1995-2015

السنوات	عائدات السياحة المستقبلية (مليون دولار)	معدل نمو العائدات	نفقات السياحة الموفدة (مليون دولار)	معدل نمو النفقات	الرصيد السنوي
1995	32	-34.69	186	37	-154
1996	45	40.63	188	1.08	-143
1997	28	-37.78	144	-23.40	-116
1998	74	164.29	269	86.81	-195
1999	80	8.11	250	-7.06	-170
2000	102	27.5	193	-22.80	-91
2001	100	-1.96	194	0.52	-94
2002	11	11	248	27.84	-137
2003	112	0.9	255	2.82	-143
2004	178.5	59.38	340.9	33.69	-162.4
2005	184.3	3.25	370	8.54	-185.7
2006	215.3	16.82	380.7	2.89	-165.4
2007	218.9	1.67	376.7	-1.05	-157.8
2008	300	37.05	394	4.59	-94
2009	330	10	470	12.29	-140
2010	350	6.1	480	2.13	-130

¹ عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص 137

الفصل الثاني.....القطاع السياحي الجزائري

2011	400	14.29	500	4.17	-100
2012	430	7.5	490	-2	-60

المصدر: عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات المتاحة، أطروحة دكتوراه، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص 137

وبالتالي كل من الإيرادات والنفقات السياحية سجلت معدلات نمو متذبذبة، بين معدلات موجبة وسالبة.

جانبا للنفقات من الميزان السياحي يتجاوز جانب الإيرادات من 1990 حتى 2010 مما نجم عنه معدلات نمو سالبة طوال هاته الفترة.

فمن 1995 حتى 2009 تطورت الإيرادات السياحية بمعدلات نمو ما بين السالبة والموجبة ونفس الشيء بالنسبة للنفقات وبالتالي فإن الرصيد السياحي سجل عجزا طوال هاته الفترة ما عاد سنة 2013 والسبب يعود إلى النفقات السياحية كانت دائما أكبر من الإيرادات السياحية وبالتالي هناك عجز على مستوى القطاع السياحي الجزائري في جذب السياح الأجانب والاستفادة من العملات الصعبة.

وبالتالي الدخل السياحي له أثر على القيمة الصافية للميزان السياحي الذي يعتبر جزء من ميزان المدفوعات في جانب الميزان التجاري وله أثر على التوازنات فيه.

زيادة الناتج المحلي الإجمالي جميع الاستثمارات واستهلاك السياح الأجانب كل هذا وغيره يساهم في في الناتج الداخلي الخام كما أن النشاطات السياحية تؤدي إلى زيادة القيم المضافة وبالتالي الزيادة في الناتج الداخلي الخام.

جدول رقم (2-10) مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام ما بين 1999-2013

السنوات	المساهمة في الناتج الداخلي الخام
1999	1.7
2000	1.4
2001	1.6
2002	1.6
2003	1.6
2004	1.7
2005	1.6
2006	1
2007	1.6

2.05	2008
2.05	2009
2.3	2010
2.4	2011
2.6	2012
2.6	2013

المصدر: عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص 139

وبالتالي فإن القطاع السياحي يساهم بفعالية في الناتج الداخلي الخام بالرغم من تدبب نسبة المساهمة طوال هاته الفترة وذلك يعود إلى عدة أسباب مثل قلة الاستثمارات، نقص في الخدمات السياحية المقدمة في ظل غياب سياسات الانعاش في هذا القطاع.

قدرت مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام عام 1999 ب 1.7 بالمائة لتبقى متذبذبة من هذه السنة وحتى 2007 بين 1.6 1.7 1 بالمائة. بدأ الارتفاع في تسببه المساهمة من سنة 2008 وقدر ب 2.5 بالمائة ونفس النسبة كانت في 2009 تم 3 بالمائة سنة 2010 و 4 بالمائة سنة 2011 وأعلى نسبة سنة 2013 ب 2.6 بالمائة وذلك لاستقرار الأوضاع الأمنية.

المطلب الثاني: الاثار الاجتماعية للسياحة الجزائرية

الكثير من دول العالم أصبحت تعتمد على القطاع السياحي في اقتصادياتها، وذلك لأن السياحة لم تعد كالسابق نشاط ترفيهي فقط وإنما أصبحت تعد نشاطا أساسيا له عدة اثار مباشرة على جوانب متعددة ومن بينها الجانب الاجتماعي. ومن أهم الاثار الاجتماعية الناتجة عن النشاط السياحي هي توفير مناصب الشغل، المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد.

جدول رقم (2-11) تطور مساهمة السياحة الجزائرية في التشغيل خلال الفترة 2000-2015

السنوات	المناصب المباشرة(الف وظيفة)	المناصب الاجمالية
2000	154,74	229,38
2001	166,31	338,31
2002	180,50	379,32
2004	227,51	518,10
2005	258.2	528
2006	239	576.3

2007	225.4	546.2
2008	227.4	515
2009	269.2	593.2
2010	254.1	533.4
2011	266.6	583
2012	292.2	634.5
2013	321	
2014	305.5	600
2015	327.3	628.3

المصدر:سعيداني رشيدة، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصادية، العدد02، جوان2017، ص 11

من خلال هذا الجدول يتبين أن العمالة في القطاع السياحي خلال هاته الفترة تزايدت بصفة منتظمة بحيث تزايدت من 1547400 منصب شغل في سنة 2000 إلى 3273000 منصب شغل أي حوالي الضعف وهذا بالنسبة للمناصب المباشرة أي المناصب المحدثة في القطاع السياحي بحد ذاته كالإيواء، النقل السياحي، المطاعم، الوكالات السياحي... إلخ حقق القطاع السياحي حوالي 628300 منصب شغل مباشر وغير مباشر في سنة 2015 بنسبة 6.3 بالمائة من إجمالي اليد العاملة الوطنية. ويمكن أن يعود هذا إلى الاستراتيجيات السياحية المعتمدة التي تهدف إلى تطوير القطاع السياحي الجزائري. بالرغم من هذا تبقى المناصب ونسبة العمالة في القطاع السياحي غير كافية وضئيلة مقارنة بالإمكانات والمقومات التي تزخر بها الجزائر.

مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للأفراد:

تساهم السياحة في تحسين المساوي المعيشي للأفراد عن طريق الإيرادات السياحية التي تحققها الدول السياحية والتي بدورها تساهم في تكوين الدخل القومي. بالإضافة إلى دورها في خلق مناصب شغل مختلفة مباشرة وغير مباشرة، يمكن قياس مدى مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للأفراد عن طريق نصيب كل فرد من الإيرادات السياحية.

جدول رقم (2-12) تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة 2000-2014

السنوات	نصيب الفرد من الإيرادات السياحية (دولار أمريكي)
2000	3.27
2001	3.16
2002	3.46
2003	3.45
2004	5.42
2005	14.33
2006	11.64
2007	9.74
2008	13.58
2009	10.19
2010	8.99
2011	8.17
2012	7.87
2013	8.53
2014	8.91

المصدر: حري المخطارية، مرجع سبق ذكره، ص216

من خلال الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه يتبين أن نصيب الفرد من الإيرادات السياحية عرف نوعا ما نوا إيجابيا بحيث تزايد من 3.27 دولار أمريكي سنة 2000 إلى 14.33 دولار أمريكي سنة 2005 وهي أعلى نسبة خلال الفترة المدروسة، تم بدأت تنمو بشكل متذبذب من سنة 2005 إلى سنة 2014 بحيث بلغت في هذه السنة 8.91 دولار أمريكي. إلا أن نصيب الفرد الجزائري من الإيرادات السياحية غير كافي إذا مل قورن بالإمكانات السياحية وذلك يعود إلى انخفاض قيمة الإيرادات السياحية وقد يرجع هذا النقص إلى قلة تدفقات السياح الوافدين إلى الجزائر.

¹ "كما تساعد سياحة المجتمع الجزائري من تعلم ثقافة مختلف المناطق والدول التي يأتي أفرادها لطلب مختلف أنواع السياحة في الجزائر وذلك من خلال الاحتكاك بهم، وملاحظتهم وبالتالي يزداد التفاهم المشترك

¹ عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015، ص143

والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولاً بين الجزائريين ومختلف السياح وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات. وتقريب المسافات الثقافية بينهم وبناء الصورة الذهنية الإيجابية عند السياح الأجانب واللازمة لذلك".

المطلب الثالث: معوقات السياحة الجزائرية

1/ تهميش قطاع السياحة واعتباره قطاع غير منتج: كل الاعتمادات والنفقات المالية التي خصصت لهذا القطاع خلال الفترة الممتدة من 1967-1989 كانت غير كافية لترقيته وتطويره حتى أنه جاء في آخر مرتبة بالنسبة للميزانيات المخصصة للقطاعات الأخرى، بالإضافة إلى أن الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية كانت شبه معدومة في هذا القطاع في فترة الستينات والسبعينات نتيجة النهج الاشتراكي أنداك فكان هناك تجنب لكل ماهو أجنبي في تلك الفترة حيث كانت مخاوف بأن السياح يهددون قيم المجتمع وكذلك الاستثمارات الأجنبية. ولذلك فإن مهمة ترقية وتطوير هذا القطاع تحملها القطاع العام. ونتيجة هذا كانت سلبية على أداء هذا القطاع وذلك يظهر من خلال ضعف طاقة الإيواء فالبرغم من أن عدد الأسرة ارتفع من الاستقلال إلى غاية 1989 من 5922 سرير إلى حوالي 48000 سرير إلا أنه هذا الارتفاع يبقى قليل بالمقارنة مع ما كان مخطط له. بالإضافة إلى أن بالرغم من فتح المجال الاستثمار الخاص في هذا القطاع في مرحلة الانفتاح على الاقتصاد العالمي وكنحضير للدخول في اقتصاد السوق يبقى العجز قائم في عدد الأسرة بحيث بلغت سنة حوالي 62000 سرير وفي نهاية 2000 بلغت 67887 سرير وفي سنة 2007 بلغت 85000 سرير وهذا في إطار سياسة جديدة لخطة 2013 إلا أنه أغلب ومجمل الفنادق المنجزة خلال هذه الفترة من 2004 حتى 2007 هي فنادق لا تتوافق مع المعايير الدولية بحيث أن معظمها فنادق بدون تصنيف مما يجعل منها دون مستوى من حيث الأداء نعني من مشاكل الصيانة والنظافة وبالرغم من هدت فإن زبائنها يشكون من الاسعار المرتفعة مقابل الخدمات المتدنية و عدم توفر وسائل الترقية الضرورية وهدت ما أدى بالجزائريين ذوي الدخل المتوسط، التوجه لقضاء العطلات خاصة الصيفية في الدول المجاورة وذلك وذلك لتناسب برامجها السياحية التي تقدمها الوكالات السياحية مع مستويات دخل الجزائريين، ونفس الشيء بالنسبة للطلب الخارجي (السياح الأجانب) عددهم يبقى محدود وقليل مقارنة مع الدول المجاورة وذلك لأن السائح الأجنبي كأدنى الأمور يبحث عن فنادق للإيواء أقل شيء ذات تصنيف 3 نجوم وبخدمات في المستوى ذات جودة وبأسعار معقولة وهذا منعدم في الجزائر.

2/ نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين: ¹ أظهرت الاحصائيات الجزائرية أن أغلب مستخدمي القطاع السياحي هم إداريين وعلى وشك التقاعد، حين أن القطاع يحتاج إلى تقنيين وعمال الميدان شباب فحسب دراسة لمنظمة السياحة العالمية لا يجب أن يتعدى مستخدمي الادارة في السياحة 7 بالمائة من مجموع

¹ سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره، ص 177

المستخدمين فطالما عانت الجزائر من مجال التكوين السياحي حيث توجد 3 مراكز متخصصة على مستوى البلاد". وهذه المعاهد يقتصر عدد المقاعد فيها على 600 مقعد، وهذا عدد محدود كما أن التكوين فيها مقتصر على الاطعام والاستقبال فقط. هذا غير كافي يجب ان يكون هناك تكوين في اختصاصات أخرى تتماشى مع السياحة العصرية مثل الارشاد السياحي، تنظيم الرحلات السياحية وهذا ما سعى له المخطط الذي يدعم التكوين 2004-2007 بحيث اهتم بالاستثمار في العنصر البشري باعتباره عنصر جد مهم مساهم في انجاح استراتيجية تطوير السياحة، تم التركيز على اعداد برامج التعاون والتواصل مع المعاهد السياحية الدولية من أجل الاستفادة منها في تحسين مستوى المعاهد الجزائرية والعمل على إدماج اختصاصات السياحة في مجال نظام التكوين المهني والتربية الوطنية، السماح للمستثمرين الخواص بإنشاء مدارس أو معاهد لتكوين السياح. لكن هذا البرنامج كان عبء عن حبر على ورق ولم يعطي أي نتائج كانت مرجوة منه لأنه لم يدعم ميدانيا.

3/عدم استقرار الاطار التشريعي والتنظيمي:

¹¹ "إن صدور ميثاق السياحة 1966 أدى إلى إرساء سياسة سياحية تهدف إلى تطوير السياحة الخارجية وعملت كل البرامج المسطرة آنذاك والمؤسسات القائمة على القطاع على تجسيد ذلك على الواقع ولكن مع بداية 1970 والمخطط الرباعي الأول تم إعادة حل هذه المؤسسات وتأسيس مؤسسات أخرى. وتوجه المسؤولين نحو تطور السياحة الداخلية والتغير في السياسة المنتهجة أدى إلى إعادة النظر في التنظيم القائم على رأس القطاع." فكل مرة كان هناك تغيير للقوانين لكي تكون متوافقة مع السياسة المنتهجة إلا أن عدم الاستقرار في هاته القوانين التي تحكم النشاط السياحي أدى إلى تضارب اختصاصات ومهام المؤسسات القائمة على القطاع السياحي.

4/إشكالية التمويل: القروض التي تمنحها البنوك الجزائرية هي في الغالب قروض متوسطة الاجل وقصيرة الاجل، وبالتالي هي لا تتوافق مع طبيعة مع طبيعة الاستثمارات السياحية التي تتطلب تمويل موارد مالية طويلة الأجل من أجل إنشاء المؤسسات والمنشآت السياحية. المردودية لهذه المشاريع لا تتحقق فعليا إلا بعد مدة متوسطة 8 سنوات ولذلك يجب تكييف التمويل البنكي مع خصوصيات الاستثمارات السياحية، وخفض معدلات الفائدة عليها كتحفيز لتشجيع الاستثمار في هذا القطاع. كما يجب مراعاة عنصر الخطر في هذه المشاريع وذلك لأن النشاط السياحي عبارة عن نشاط موسمي وعدد السياح الوافدين إلى الجزائريين ليس بالمحفز ولا المشجع على المخاطرة بقروض ذات فوائد مرتفعة.

¹¹سماعيني نسبية، مرجع سبق ذكره ص177

غياب التشجيع والتحفيز للاستثمار في هذا القطاع من جهة و ركود وعدم عدم فعالية السوق المالية الجزائرية أدت إلى عزوف المستثمرين الأجانب من الاستثمار في هذا القطاع.

5/ضعف نوعية الخدمات السياحية الجزائرية وعدم تغييرها:

إن المنتجات السياحية الجزائرية بقيت نفسها ولم تتغير ولم يتم تحديثها بالرغم من المنافسة الشديدة التي يعرفها هذا القطاع دوليا، ما بين الدول المغاربية بحيث تسعى كل دولة إلى عرض منتجات سياحية عصرية جديدة تنافسية وبأسعار مغرية وذلك لجلب أكبر عدد السياح من كل أنحاء العالم الأمر الذي تفتقر له الجزائر بالرغم من كل المقومات التي تملكها المساعدة على تقديم منتجات سياحية جديدة مثيرة للاهتمام وقادرة على جذب سياح من فئات مختلفة مثل سياحة الاستكشاف المغامرات.

ومن جهة أخرى بالرغم من كل هذا فإن المنتجات التي تقدمها لا تعامي من عدم التطور فحسب وإنما تعاني من ارتفاع الاسعار بالرغم من تدني نوعية الخدمات السياحية مقارنة بالدول المجاورة، عدم وجود خدمات جذابة وذلك لغياب المجهودات والأعمال الفعلية لإبراز المنتجات السياحية المحلية. وكذلك بتدهور النظافة والصيانة للفضاءات العمومية وعجز في طاقة الايواء التي تعاني هي الاخرى من مشكل ارتفاع الاسعار مما يسبب في عزوف السياح المحليين إلى الدول المجاورة لقضاء العطل لجودة الخدمات السياحية المقدمة فيها.

10 بالمائة من مجموع الفنادق في الجزائر تستجيب إلى المعايير الدولية، عدم وجود نقل متطور و رابط مع المقاصد السياحية المهمة في الجزائر سواء النقل البري أو الجوي الذي شركات النقل فيه أسعار تذاكرها جد مرتفعة مقارنة بالدول المجاورة.

6/ضعف البنية التحتية: من أجل تنمية السياحة التي تعتبر صناعة مركبة ترتبط بعدة قطاعات أخرى يجب ان تشمل عملية التنمية وتأخذ بعين الاعتبار جميع هاته القطاعات المرتبطة به، فضعف البنى التحتية كان انعكاسه سلبيا على قطاع السياحة وذلك من خلال جانبين، بحيث أن المستثمرين الاجانب وحتى المحليين أصبحوا يواجهون مشكل ارتفاع التكاليف ذلك لعدم وجود موانئ ومطارات كافية ومجهزة وطرقا جيدة بالإضافة إلى تعقد الاجراءات عبر الحدود الجزائرية.ومناطق التوسع السياحي التي لازالت لم تهيأ بعد وغير صالحة للاستغلال بسبب مشكل نقص الامكانيات الخاصة بالتهيئة من ناحية البنية التحتية كالكهرباء، الطرقات، والجانب الثاني متعلق بالمشقة التي يتعرض لها السائح عند قدومه للجزائر بسبب المشاكل التي يواجهها ولهذا يروج سلبا للسياحة الجزائرية عند الغرب وينفر هو الأخير عنها. ولا يعيد زيارتها ومن أمتله عن تلك المشاكل التي تواجهها ارتفاع تكلفة النقل التي تعتبر من المحددات الأساسية للسفر لذلك نجد أن وكالات

السفر في جميع أنحاء العالم تسعى إلى تحسين العروض التي تمكن من خفض تكلفة النقل مما يحفز على السفر.

وفي حالة الجزائر العكس سعر تذكرة السفر جد مرتفعة فالنقل الجوي الذي يعتبر أول وسيلة نقل بين الدول أسعارها في الجزائر (الخطوط الجوية الجزائرية) جد مرتفعة مقارنة بالدول المجاورة. بالإضافة إلى عدم وجود وجود خطوط مباشرة تربط الجزائر مع الدول المصدرة للسياح وبالنسبة للنقل البحري هو الآخر الجأ إليه العديد من الوكالات السياحية لاستخدامه لتحفيز الوفود السياحية باعتبار ان تكلفة النقل فيه منخفضة مقارنة بالنقل الجوي إلا أن الجزائر لا تمتلك إلا 3 سفن خطوطها محدودة وأسعارها ليست تحفيزية،

وخدماتها ليست جيدة وبالتالي هي تفتقر إلى مقومات النقل البحري هو الآخر.

كذلك هناك نقص التقنيات التكنولوجية المستعملة في هذا القطاع مما يترتب عنه نقص في المعلومات والإحصائيات السياحية، وهذا ما يشتكي منه العديد من المستثمرين المحليين والأجانب لذلك يجب إنشاء شبكة للمعلومات السياحية من أجل توفير كل المساعدات للمستثمرين .

7/نقص الوعي والثقافة السياحية: ¹"الثقافة السياحية تعني امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والتوجهات والقيم التي تمثل في مجملها لغة مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح" لذلك يجب نشر الثقافة السياحية بين أفراد المجتمع وإشراكهم في تنمية السياحة وذلك بمشاركةهم في إنجاح هذه الخطط التنموية للسياحة مثل المحافظة على البيئة لإعطاء صورة جيدة للبلاد والمحافظة على مواردها واستعمالها بطريقة عقلانية. وتوعيته بإنشاء حملات تحسيسية توعي الأفراد بكيفية التعامل مع السياح الأجانب وضرورة حسن معاملتهم وضيافتهم

8/تدني أداء الوكالات السياحية: كما سبق وذكرنا في نقاط سابقة فإن الوكالات السياحية نشاطها يتمثل في بيع البرامج المعدة من قبل معدي البرامج السياحية وحجز غرف في الفنادق وبيع تذاكر السفر لكن الدور الأساسي لها هو الترويج والتسويق للمقاصد السياحية لإغراء السياح لكن في حالة الجزائر العكس اقتصر دورها على تقديم عروض للجزائريين متعلقة بمقاصد سياحية في دول أخرى وبالتالي تحفز على السفر إلى الخارج بالإضافة إلى افتقارها إلى العصرية في أساليب التسيير لا تعتمد على التسيير الإلكتروني كالحجز في الفنادق المطاعم، فأكثر من 82 بالمائة من عمل ونشاط هذه الوكالات موجهة نحو السياحة الموفدة أي تعتمد على خروج الجزائريين نحو المقاصد الدولية، 10 بالمائة استقبال في منطقة الجنوب.

¹ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص229

9/تدني وضعية أداء الجماعات المحلية والجماعات السياحية: الجمعيات المحلية نجد البلديات التي فيها مواقع سياحية فهي ليست لها ميزانيات لتسييرها لكن بالرغم من هذا فإنها تستطيع أن تلعب دور مهم في التنمية السياحية من خلال الاستثمار في البنى التحتية كإنشاء مرافق التسلية وحدائق عمومية وتهيئة الطرقات الرابطة بين المناطق السياحية. ولها دور أيضا في المساهمة في نظافة المدن مما يترك انطباع جيد لدى السياح ولكن هذا غير موجود في المدن الجزائرية خاصة في المناطق الساحلية. في فصل الصيف التي تعاني من عدم النظافة والأوساخ في كل مكان وارتفاع الأسعار وهنا يأتي دور الجماعات المحلية من البلديات لمكافحتها والقضاء عليها.

الجمعيات السياحية لها دور توعوي بحيث تسعى إلى نشر الثقافة السياحية من أجل مشاركة جميع الأفراد في عملية التنمية السياحية وتمكن من الضغط على المؤسسات المالية من أجل تسهيل توفير المنتجات المالية للاستثمارات السياحية مثل الفيدرالية الوطنية لجمعيات وكلاء السفر، كما توم بتنظيم أيام دراسية تحسيسية داخل المدارس في الصحف، المجالات وإقامة تظاهرات وطنية لتسويق الوجهة السياحية الجزائرية.

خلاصة:

وبالتالي من خلال ما تم التطرق إليه يتبين أن الجزائر امكانيات طبيعية و حضارية مختلفة. أي لها إمكانيات سياحية ضخمة يمكنها أن تجعل من القطاع السياحي الجزائري من القطاعات الاقتصادية المهمة المساندة لقطاع المحروقات إذا ما تم توفير المقومات المادية الضرورية.

فكل الجهود والاجراءات التي قامت بها السلطات المعنية بهدف تطوير السياحة الجزائرية كانت غير كافية لترقيته إلى مستوى الذي وصلت إليه العديد من الدول التي ربنا تمتلك مقومات أقل. ومن أهمها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025

مما جعل القطاع السياحي ضعيف المردودية الاقتصادية ولايساهم بالشكل الفعلي في الناتج الداخلي الخام وميزان المدفوعات، ونقص الإستثمارات السياحية جعل مساهمته محدودة في توفير مناصب الشغل يمكن أن يعود النقص في الاستثمارات السياحية إلى التدفق الضئيل لعدد السياح الأجانب الناتج عن عدة معوقات تشهدها السياحة الجزائرية

تمهيد:

بعدما تطرقنا في الفصل الأول للسياحة الجزائرية في الفل السابق، سوف نحاول في هذا الفصل دراسة وضعية السياحة على مستوى ولاية مستغانم وذلك من خلال التطرق إلى الهيئة السياحية التي تشرف على النشاط السياحي في الولاية، ألا وهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بدراسة أهم المصالح التي اوجد بها والمهام المختلفة التي تقوم بها

مع التطرق لأهم المقومات السياحية المختلفة التي تزخر بها ولاية مستغانم وهيكل الإيواء والهياكل القاعدية فيها. ودراسة أهم مناطق التوسع السياحي وحجم الاستثمارات السياحية المنجزة في السنوات الأخيرة و المشاريع المرتقبة والمتوقعة، مع إلقاء الضوء على دور الوكالات السياحية في تعزيز السياحة على مستوى الولاية وذلك عن طريق النتائج المتوصل إليها من الأسئلة المطروحة على عدد من الوكالات السياحية في مستغانم.

وعليه سوف يتم التطرق من خلال هذا الفصل إلى أهم العناصر المرتبطة بالسياحة في مستغانم من خلال تقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

المبحث الثاني: قطاع السياحة في ولاية مستغانم

المبحث الثالث دراسة حالة وكالات السياحة لولاية مستغانم

المبحث الأول: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

يوجد على مستوى كل ولاية مديرية للسياحة والصناعة التقليدية الموكل لها مجموعة من اللمهام في مجالي السياحة والصناعة التقليدية، بحيث كل مهمة تقوم بها مصلحة معينة وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث

المطلب الأول: التعريف بالمديرية

¹ أنشئت مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية مستغانم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 والمتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية. وحتى يتسنى القيام باللمهام الموكلة إليهما تم رسم الهيكل التنظيمي الذي حدد المصالح والمكاتب الملحقة لها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية 2005. المتضمن إنشاء مديرية السياحة.

المديرية نشاطها إداري ولها إنتاج خدماتي ولا تهدف إلى تحقيق ربح أي ليس لها هدف ربحي. فهي تقوم بمراقبة نشاط الحرفيين والمستثمرين السياحيين وتعمل على تطبيق التعليمات الوزارية والسهر على تنفيذ القوانين المتعلقة بالنشاط السياحي والصناعة التقليدية

المطلب الثاني: مصالح مديرية السياحة

تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية 3 مصالح وهي

- مصلحة السياحة
- مصلحة الصناعة التقليدية
- مصلحة الإدارة والشؤون
- مصلحة السياحة: تضم هذه المصلحة
- مكتب متابعة الاستثمار والصناعة التقليدية
- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء
- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية
- مصلحة الصناعة التقليدية: تضم هذه المصلحة ما يلي:
- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف
- مكتب الدراسات والإحصاء
- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية

¹ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

- مصلحة الإدارة والوسائل: لضم هذه الأخيرة ما يلي:
- مكتب المستخدمين والتكوين
- مكتب الميزانية والمحاسبة
- مكتب الوسائل العامة

المطلب الثالث: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية

حسب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية سنة 2005 المتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية فإن مديرية السياحة والصناعة التقليدية تكلف بما يلي:

1/ في مجال السياحة: من أهم المهام التي تقوم بها:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالإتصال مع الهيئات المعنية
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة لمقررة في هذا المجال
- جمع وتحليل وتزويد الية الرصد الاحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الاحصائية حول النشاطات المرتبطة بالإقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التسيير والتجهيز في الجانب السياحي
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2/ في مجال الصناعة التقليدية: من أهم الأعمال التي تقوم بها في هذا المجال مايلي:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية

² مديرية السياحة لولاية مستغانم

- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسطية الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
- جمع المعلومات والمعطيات الاحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.

المبحث الثاني: قطاع السياحة في ولاية مستغانم

تعتبر ولاية مستغانم من أهم المدن الساحلية بالجهة الغربية للجزائر نظرا لموقعها الاستراتيجي الهام إذ أنها تطل على البحر الأبيض المتوسط مباشرة وذلك على ساحل يمتد على طول 124 كلم، والمؤهلات السياحية التي تزخر بها من شواطئ برمالي ذهبية، ومناظر أخرى، التي جعلتها محل أنظار واهتمام السياح، لاسيما خلال فصل الصيف الذي تشهد فيه توافدا كبيرا للسياح من مختلف ربوع الوطن

المطلب الأول: مقومات السياحة في ولاية مستغانم

الإمكانيات الطبيعية التي تزخر بها الولاية:

(1) الشواطئ: يوجد على مستوى ولاية مستغانم 48 شاطئ منها 21 مسموح للسباحة و 27 ممنوع للسباحة.

الجدول رقم (1-3) الشواطئ المسموحة للسباحة

الشاطئ	البلدية
شاطئ سيدي منصور	فرناكة
شاطئ استيديا شرقا، شاطئ استيديا	استيديا
شاطئ اوريعة	مزغران
شاطئ صابلات 1	مزغران
شاطئ صابلات 2	مزغران
شاطئ سيد المجدوب (خروبة)	مستغانم
شاطئ سوناكتار	مستغانم
شاطئ بن عبد المالك رمضان 1 "المرسى"	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
شاطئ بن عبد المالك رمضان 2 "كلوفيس"	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
شاطئ الصخرة	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
- شاطئ الشعابية 1	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
- شاطئ حجاج 1	(بلدية حجاج)
- شاطئ حجاج 2	(بلدية حجاج)
- شاطئ عين إبراهيم 1	(بلدية سيدي لخضر)
- شاطئ عين إبراهيم 2	(بلدية سيدي لخضر)
- شاطئ الميناء الصغير	(بلدية سيدي لخضر)
- شاطئ الميناء الصغير الجهة الشرقية	(بلدية سيدي لخضر)
- شاطئ سيدي العجال	(بلدية خضرة)
- شاطئ البحارة	(بلدية أولاد بوغالم)
- شاطئ سيدي عبد القادر	(بلدية عشعاشة)

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

الجدول رقم (2-3) الشواطئ الممنوعة للسباحة

01	- شاطئ صلامندر	(بلدية مستغانم)
02	- شاطئ نقطة القراصنة	(بلدية مستغانم)
03	- شاطئ الاخوة الثلاثة	(بلدية مستغانم)
04	- شاطئ مطحنة بيقور	(بلدية مستغانم)
05	- شاطئ سوناكتار رقم 02	(بلدية مستغانم)
06	- شاطئ لكريك	(بلدية مستغانم)
07	- شاطئ صبلات غربا (أوربعة شرقا)	(بلدية مزگران)
08	- شاطئ استيديا شرقا رقم 02	(بلدية استيديا)
09	- شاطئ إيلو	(بلدية استيديا)
10	- شاطئ الصخرة شرقا	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
11	- شاطئ الشعابية رقم 02	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
12	- شاطئ رأس إيبي غربا	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
13	- شاطئ رأس إيبي شرقا	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
14	- شاطئ دكاره غربا	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
15	- شاطئ دكاره شرقا	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
16	- شاطئ شلف شرقا (شرق منطقة واد شلف)	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
17	- شاطئ كاف الاصفر	(بلدية سيدي لخضر)
18	- شاطئ واد الرمان " سيدي الظاهر "	(بلدية سيدي لخضر)
19	- شاطئ واد الشهداء	(بلدية سيدي لخضر)
20	- شاطئ سداوة	(بلدية سيدي لخضر)
21	- شاطئ الميناء الصغير غربا	(بلدية سيدي لخضر)
22	- شاطئ الكاف الواعر	(بلدية حجاج)
23	- شاطئ حجاج شرقا	(بلدية حجاج)
24	- شاطئ كاف قادوس	(بلدية خضرة)
25	- شاطئ النخلة	(بلدية خضرة)
26	- شاطئ ميناء بحارة القديم (مرسى الشيخ)	(بلدية أولاد بوغاليم)
27	- شاطئ لالة عابدة	(بلدية عشعاشة)

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

(2) الغابات:

تغطي ولاية مستغانم مساحة قدرها 2269 كلم² ، أكثر من 14% منها غابات منها:

- غابة يدواة.
- غابة زريفة.
- غابة استيديا.
- غابة بن عبد المالك رمضان.
- غابة شواشي.
- غابة أولاد سيدي العربي.

2/الإمكانات الحموية: من أهم المنابع المعدنية ما يلي:

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع ببلدية عين النويصي، تصل درجة حرارته مياهه إلى 22 درجة مئوية وتستعمل لمعالجة الأمراض الجلدية والروماتيزم.
- المنبع الحموي مكبرته: يقع ببلدية سيرات، غير مستغل تصل درجة حرارته مياهه إلى 25 درجة مئوية، مياهه نافعة للأمراض الجلدية.
- المنبع الحموي سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، مغمور حاليا بمياه سد بن يفرن، تصل درجة حرارته مياهه إلى 22 درجة مئوية نافعة للأمراض الجلدية والمعدة.

3/الإمكانات الثقافية والتاريخية:

3-1/ الجانب الثقافي: لا يمكننا الحديث عن ولاية مستغانم دون التطرق إلى تراثها الثقافي والتنوع الفني وتنوع رجال الفن المشهورين على مستوى الولاية، من بينهم ولد عبد الرحمان عبد القادر المقلب بكاكي الدراماتيكي، الفنان المعروف بالغناء البدوي الشيخ حمادة، عميد الأغنية الشعبية معزوز بوعجاج، ومن بين النشاطات الثقافية التي تشتهر بها الولاية:

- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي.

³ مديرية السياحة لولاية مستغانم

- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف الذي يحتفل كل شهر أوت من كل سنة و الذي يكون مخصص لأشعار الفنان نفسه و الفروسية.

- المهرجان الوطني للتراث العيساوي الذي ينظم كل صائفة وهو نوع من الفلكلور المحلي.

- مهرجان الشعر والموسيقى البدوية الذي يحتفل به في كل شهر سبتمبر من كل سنة بعين تادلس تكريما للفقيد الشيخ حمادة و الشيخ الجيلالي عين تادلس.

- اللقاء الوطني للموسيقى التقليدية و البدوية.

(2-3) المعالم الأثرية والتاريخية: نذكر منها

- مدينة كيزا: تقع بدوار الشعاببية هي إحدى المواقع السكنية للعهد الفينيقي معروفة باسم أسان ،ورد ذكرها في كتاب البكري . الممالك والمسالك تمتد على سطح هضبة في غربه نهر الشلف بلدية سيدي بلعطار .

- ⁴ برج محل: يعتبر شبه قلعة بني عام 1082 م من طرف ابن تاجفين، حيث كان مركزا إداريا أو المكتبة في وقت حميد العبد سنة 1083 م

- برج الترك: المسجد القديم يسمى أيضا بالطبانة بني سنة 1340م في زمن السلطان المريني أبي عبد الله بن أبي الحسن بن سعيد المريني و مناراته تذكر بمسجد الباشا علي بوهران الذي صنف معلما تاريخيا في ماي 1979م و اغلق و هو في أجل إعادة ترميمه.

- العي القديم الطبانة: بنيت في القرن الحادي عشر و كباقي المدن الساحلية جهزت بصور لحمايتها من الهجمات الخارجية (وراء البحار) و هذا الجدار دعم بحصن أو أحصنة برج المحل و باب الجراد طبيعة المخطط العمراني يعطي لهذا العي طابع القصبية.

- العي القديم تيجديت: اعتبرت المدينة التوأم للطبانة

من طرف الإنجليز و الشرقيين، بنيت من قبل البربر طابعها المحلي، أعطى القدرة على ملاحظتها بصورة أوسع.

- المسجد المريني الكبير: بني في 1340 بالطبانة مستغانم

- المغامرات المشهورة بغار الفراشيح: (النقمارية) دليل على وحشية المستعمر. أين أحرقت قبيلة كاملة في 1845م و يمكننا أيضا ذكر هروب الشهيد بن عبد المالك رمضان إلى بلدية التي تحمل إسمه حيث أعتبر من

⁴ مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

الأوائل الذين استشهدوا في ميدان الشرف سنة 1954م، يستلزم تنظيم مجموعة من الرحلات للتعرف على هذه الأماكن التاريخية التي شهدت أحداث الثورة العظيمة.

منارة " رأس إفي": أنشئ سنة 1878 في عهد الاحتلال الفرنسي.

المطلب الثاني: هياكل الاستقبال والقاعدية على مستوى ولاية مستغانم

الجدول رقم(2-3) هياكل الاستقبال في ولاية مستغانم

تاريخ بداية النشاط	عدد المستخدمين	عدد الأسرة	عدد الغرف	رتبة التصنيف	اسم المؤسسة الفندقية	صنف المؤسسة الفندقية
06/01/2017	28	290	150	*4	قصر المنصور	1
08/03/2009	37	47	26	*2 (مقترح في الرتبة *3)	موريستاغا	2
31/10/2013	5	72	47	بدون نجوم (مقترح في الرتبة *2)	النخيل	3
17/05/2017	8	30	24	مقترح *2	الفيينسية	4
قبل 1996	6	47	30	*1 (بعد رفع التحفظات)	الساحل	5
12/08/2008	10	19	18	*1	بلاسيو	6
30/09/2006	25	362	103	*1	المنتزه	7
02/03/2011	10	38	24	*1 (بعد رفع التحفظات)	كوت واست	8
جوان 1996	10	94	54	بدون نجوم	السانوسية	9
17/07/2017	10	42	26	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	برج الملوك	10
05/02/2005	4	19	14	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	كيزا	11
	4	44	24	بدون نجوم	ليتاب	12
01/03/2018	8	108	56	قيد التصنيف	الحاج عبد الله	13
17/04/2017	22	396	117	مقترح *3	الزهور	14

23/06/2016	95	211	155	مقترح *3	كاب هيبروك	15	السياحية
01/01/2002	82	280	70	*2 (بعد رفع التحفظات)	السفير	16	
31/10/2013	7	62	31	*1 (بعد رفع التحفظات)	الرحيل	17	
30/05/2011	17	104	44	*1	الأمراء	18	
27/06/2017	8	210	42	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	صهيلات	19	
17/05/2017	18	63	31	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	زكارة	20	
22/09/2009	5	50	33	مغلق بسبب الأشغال	أولاد بن زين	21	
	4	84	14	/	ديار البحر	22	
21/06/2017	4	140	105	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	الدرراويش	23	
	3	60	20	مراسلة لتقديم ملف التصنيف	الواحة	24	
13/08/2000	5	38	19	*1 (بعد رفع التحفظات)	الباهية	25	نزل الطريق
	/	19	12	مغلق بسبب الأشغال	الدوفان	26	
30/12/2002	5	9	9	الرتبة الوحيدة (بعد رفع التحفظات)	الشمس	27	النزل العائلية
1996 قبل	12	72	36	الهيكل الأخرى المعدة للفندقة غير معنية بعملية التصنيف	دار المعلم	28	الهيكل الأخرى المعدة للفندقة
1996 قبل	6	14	14		الجزائر	29	
1996 قبل	4	48	24		الرياض	30	
1996 قبل	5	41	28		الروايل	31	
1996 قبل	/	55	17		البر	32	

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

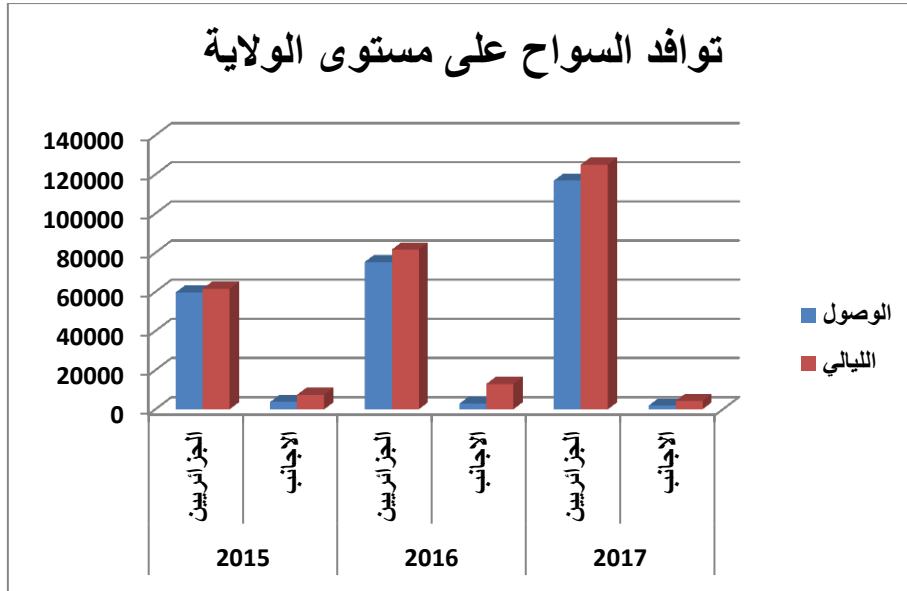
هذا ويوجد 38 مشروع فندقي في طور الانجاز، مما سيوفر 6165 سرير ويخلق حوالي 867 منصب.

التخييم: متمثل فيما يلي

- 13 مخيم صيفي للأطفال بسعة 3930 سرير.
- 17 مركز عائلي بسعة 3986 سرير.
- 02 بيوت شباب بسعة 137 سرير.
- 02 مخيمات شباب بسعة 730 سرير.

والشكل التالي يوضح عدد السياح الوافدين إلة ولاية مستغانم سواء الداخليين أو الأجنب:

الشكل رقم (1-3) عدد السياح الوافدين إلى ولاية مستغانم ما بين 2015-2017



المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

من خلال هذا الشكل يتبين لنا أن أغلبية السياح الوافدين إلى مستغانم هم سياح جزائريين مقيمين في الجزائر ونسبة ضئيلة من السياح الأجانب مما يفسر عدم وجود تشجيع لاستقطاب الأجانب (السياحة الخارجية)

2/الهيكل القاعدية: تحتوي ولاية مستغانم بفضل الجهود الكبيرة على هيكل قاعدية جد هامة منها:

- ميناء تجاري.

- ميناءين للصيد (الميناء الصغير ببلدية سيدي لخضر، ميناء صلامندر ببلدية مستغانم).

- سد كراميس بسعة 45 مليون م³ من المياه، منها 10 ملايين م³ مخصصة لتزويد منطقة الظهرة والمناطق الساحلية بالمياه الصالحة للشرب والباقي للري.

- شبكة كثيفة من طرقات تقدر بحوالي 2048 كلم موزعة بصفة جيدة ومحكمة 70% منها في حالة جيدة، مما يسهل الوصول من جميع ولايات المحيطة بها، هذا ويوجد أشغال جارية لإعادة تهيئة بعض الطرقات لتسهيل حركة المرور.

- ميدان للفروسية.

- المكتبة الولائية والجامعة.

- الإذاعة المحلية لولاية مستغانم.

- دار الثقافة ولد عبد الرحمان كاي.

- مسرح الهواء الطلق.

- مراكز ثقافية.

- مركز للتسلية بصلامندر.

المطلب الثالث: مناطق التوسع السياحي في ولاية مستغانم وأهم الاستثمارات المنجزة فيها

1/ مناطق التوسع السياحي: يقصد بمناطق التوسع السياحي كل منطقة أو امتداد من الاقليم يتسم بصفات أو خصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة أو تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية

تعمل ولاية مستغانم بجهد على تطوير القطاع السياحي فيها ومن بين ذلك التخطيط 16 منطقة سياحية تبلغ مساحتها الاجمالية 4339,1 هكتار

الجدول رقم (3-4) مناطق التوسع السياحي في مستغانم

الموقع		منطقة التوسع السياحي	
الدائرة	البلدية		
حاسي ماماش	فرناكة	المقطع	1
	ستيديا	ستيديا	2
	مزگران	اوربعة - صبلات	3
مستغانم	مستغانم	خروبة	4
		شلف شاطئ	5
سيدي لخضر	حجاج	حجاج	6
		رأس ايفي	7
		بن ع م رمضان	8
		الصخرة	9
سيدي لخضر	سيدي لخصر	كاف الأصفر	10
سيدي لخضر	سيدي لخصر	الميناء الصغير	11
سيدي لخضر	سيدي لخصر	عين ابراهيم	12
عشعاشة	خضرة	زريفة	13
		كاف قادوس	14
		سيدي عبد القادر	15
		بحارة	16

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

2/الاستثمارات السياحية بولاية مستغانم

من أجل دراسة الاستثمار السياحي في ولاية مستغانم سوف نتطرق إلى المشاريع المنجزة على مستوى الولاية والمتوقفة المرتقبة والتي تحتاج إلى موافقة

الجدول رقم(3-5) المشاريع المنجزة والمتوقفة خلال الخمس سنوات الأخيرة

مناصب العمل ال	عدد الأسرة	عدد المشاريع	طبيعة المشروع
627	2889	20	المشاريع قيد الانجاز
634	1856	12	المشاريع المتوقفة
310	1839	10	المشاريع الغير متحصله على ترخيص
1571	6584	42	المجموع

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

وبالتالي فإن عدد المشاريع القيد الانجاز قدر عددها ب20 مشروع سمحت بتوفير 627 منصب شغل مباشر وغير مباشر، هذه المشاريع متمثلة في شكل فنادق، إقامات سياحية، بلغ إجمالي عدد الأسرة فيها 2889 سرير.

⁶ بالنسبة للمشاريع الغير منطلقة بلغ قدر عددها ب 10 مشاريع ستمكن من توفير 310 منصب عمل و1839 سرير، يمكن أن يعود السبب لعدم إنطلاقها هو عدم منحها تراخيص الاستغلال بعد.

المشاريع المتوقفة بلغ عددا 10 مشاريع كانت من الممكن أن توفر 634 منصب عمل و طاقة إيواء مقدرة ب 1856 سرير

الجدول رقم (3-6)المشاريع المرتقبة لسنة 2018

التاريخ المحدد للافتتاح	مناصب العمل المباشرة وغير المباشرة	طاقة الإيواء	طبيعة المشروع
ماي 2018	200	444	إقامات سياحية
	20	170	فندق+ إقامة سياحية
	20	94	فندق
	75	364	فندق
	170	600	إقامة سياحية

المصدر: مديرية السياحة بولاية مستغانم

وبالتالي فإن المشاريع المرتقبة التي من المفروض أن يتم إتمامها في السنة الحالية المتمثلة في هياكل الإيواء المتنوعة بين الفنادق والإقامات السياحية سوف تمكن من توفير 1672 سرير و 525 منصب عمل مباشر وغير مباشر.

⁶ مديرية السياحة لولاية مستغانم

متمثلة في 3 فنادق بسعة 628 سرير وإقامتين سياحيتين بسعة 1444 سرير

المبحث الثالث: دراسة حالة وكالات السياحة لولاية مستغانم

المطلب الأول : الوكالات السياحية الموجودة على مستوى الولاية

يوجد على مستوى ولاية مستغانم 26 وكالة سياحية

الجدول رقم (3-7)الوكالات السياحية لولاية مستغانم 2018

الوكالة	العنوان	الهاتف/الفاكس	الموقع الالكتروني البريد الالكتروني مواقع التواصل الاجتماعي	عدد المستخدمين	
				دائمين	مؤقتون
وكالة السياحة مجاهر	حي العربي بن مهدي شارع عمارة حميدة رقم 48 بلدية مستغانم	045 35 51 47 045 35 51 46		3	
موستا تور	شارع خطاب عبد القادر رقم 25 بلدية مستغانم	045 41 36 46 045 41 36 47 0782838344 0782828169	Mosta_tours27@yahoo.fr f/mosta tour	3	0
موريستاقا تور	شارع جلطي عربي رقم 16 بلدية مستغانم	045 41 53 46 045 41 37 32 0542698466	Murustaga.tours@gmail.com m f/murustaga.tours	5	0
نحمة مستغانم أسفار	المنطقة الحضرية الثالثة رقم 07 صلامندر بلدية مستغانم	045.42.23.61 045.42.23.65 0551618437	www.nedjma.voyage.com nedjmasyaha@gmail.com nedjma siyaha	4	0
توراف أجنبي	شارع بن دولة العربي رقم 35 بلدية مستغانم	045 41 08 08 045 41 09 09 045.41.05.05 0793.55.22.24	Tourafagency.com tourafagency@yahoo.fr touraf agency benmansour	3	0
قسوس تور	شارع بن عياد حي حمو بوتليليس حصة رقم 06 بلدية مستغانم	045 41 60 95 60 96 41045 0551841792 0771561261	Kasous.tour@yahoo.fr	01	2
مقرار وكالة السياحة	الإقامة ريان طريق وهران بلدية مستغانم	045 30 92 82 045 30 92 82		3	

					والأسفار	
	4	E/benzinetours.simplesite.com	045420067 045420068 0662414140 0554365186	طريق وهران حي 72 مسكن قطعة "د" رقم 37 بلدية مستغانم	بن الزين تور	8
	3	E/FANOUSSE27@outlook.fr	045433573 0542777182	شارع جبلي محمد رقم 209 محل رقم 03 بلدية مستغانم	الفانوس للأسفار	9
	4		045 44 48 33	الشارع الوطني رقم 30 بلدية حجاج	الزعاطشة للسياحة والسفر (فرعية)	10
0	3	Rahmavoyages5@gmail.com f/rahmavoyages	045 30 00 75 0668405713 0772542679 0772622716	تجزئة ساحة الثقافة رقم 14 محل رقم 02 بلدية مستغانم	رحمة سفر	11
3	2	ONAT_mostaganem@yahoo.fr f/ONAT MOSTAGANEM	045 41 33 50 045 41 33 51 0791236670	12 نهج محمد خميسي بلدية مستغانم	المؤسسة الوطنية الجزائرية للسياحة	12
1	3	SAHATATOUTE27@GMAIL.COM f/SAHATATOUTE/	045 33 21 62	حي العقيد لطفي، شارع عبد القادر رقم 53 بلدية مستغانم	ساحة التوت للسياحة والأسفار (فرعية)	13
0	2	www.idrissia_voyages.net idrissiadz@yahoo.fr f/idrissiavoyage	045 42 34 16 045 42 34 18 0661246823 0560948066	18 نهج بن يحي بلقاسم بلدية مستغانم	الإدرسية للسفر	14
0	2	Elhadj_djilali@yahoo.fr f//elhadj djilali	045.41.81.95 045.41.81.95 0773578917	96 شارع العقيد عميروش بلدية مستغانم	الحاج الجيلالي للسياحة والأسفار	15
2	1	Mimosa voyage@gmail.com www.mimosa-voyages.com f//mimosa voyages	045.42.34.62 0454234.62 0556729513	05 شارع مختاري الغالي بيموت بلدية مستغانم	ميموزة أسفار	16

0	4	www_odysse_voyages.dz odyseesafar@yahoo.fr odysse voyage	93 30 41045 94 30 41045 0661704271	06 شارع بن سايج غالي بلدية مستغانم	أوديبي سفر	17
0	2	sablettesvoyages@yahoo.fr	73 51 42045 0773450772 0667261966	شارع ولد عيسي بلقاسم رقم 13 بلدية مستغانم	سابلات تور	18
	3		045 48 62 62 045 48 63 63	شارع طواهرية الشارف بلدية عين تادلس	شالونج ترافل أند تورز	19
	2		045 24 20 57	شارع قاضي حليلة بلدية سيدي علي	سيدي لخضر بن خلوف	20
	4		045 20 28 54 045 20 28 54	حي شمومة العمارة ب 5 بلدية مستغانم	بوقيرات فواياج	21
	2		045 24 94 74 045 24 94 75	شارع سي عبد الله سيدي لخضر مستغانم	الحصيف للسياحة والأسفار	22
	3		045 41 84 30	نهج خميستي محمد رقم 35 حصة رقم 03 مستغانم	ماريوزا فواياج	23
01	01	www.alayakouta-tours.com contact@alyakouta-tour.com	54 50045 36 0671.61.13.70	ديوان الحبوب رقم 106 مكرر مستغانم	الياقوتة تور	24
0	1	benhamadihabib@gmail.com	045 41 37 55 0557611473 0698101112	حي العقيد لطفي شارع خطاب عبد القادر رقم 37	الظهرة أسفار	25
	2	E/ZIDOUNE45@yahoo.fr	049785421 0550711741	وسط مدينة مستغانم	زيدون للسياحة والسفر	26

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

المطلب الثاني: نتائج الدراسة ومناقشتها

• الأسئلة المطروحة على الوكالات السياحية:

من أجل التعرف على الدور الذي تلعبه وكالات السياحة في تنشيط السياحة قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على 10 وكالات سياحية من أصل 226 وكالة سياحية موجودة على مستوى ولاية مستغانم.

طبيعة الأسئلة :

الأسئلة المغلقة: هناك جملة من الأسئلة المغلقة كان الهدف منها التنوع في الأسئلة والحصول على إجابات دقيقة

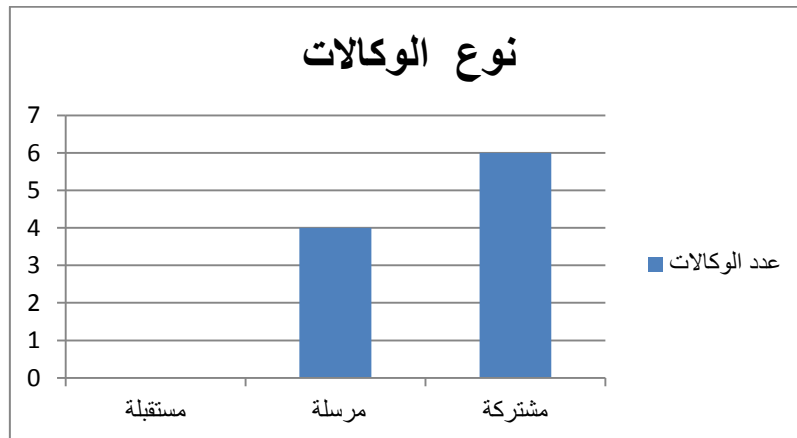
الأسئلة المفتوحة: كان الهدف منها التقرب أكثر إلى معرفة الدور الأساسي للوكالات السياحية في مستغانم

معالجة نتائج الأسئلة: تم معالجة الأجوبة التي الحصول عليها بواسطة برنامج excel

• تحليل نتائج الدراسة:

سؤال 01: ما هي طبيعة الوكالة (مرسله، مستقبلة، مشتركة)؟

الشكل رقم (2-3) نوع الوكالات السياحية بمستغانم

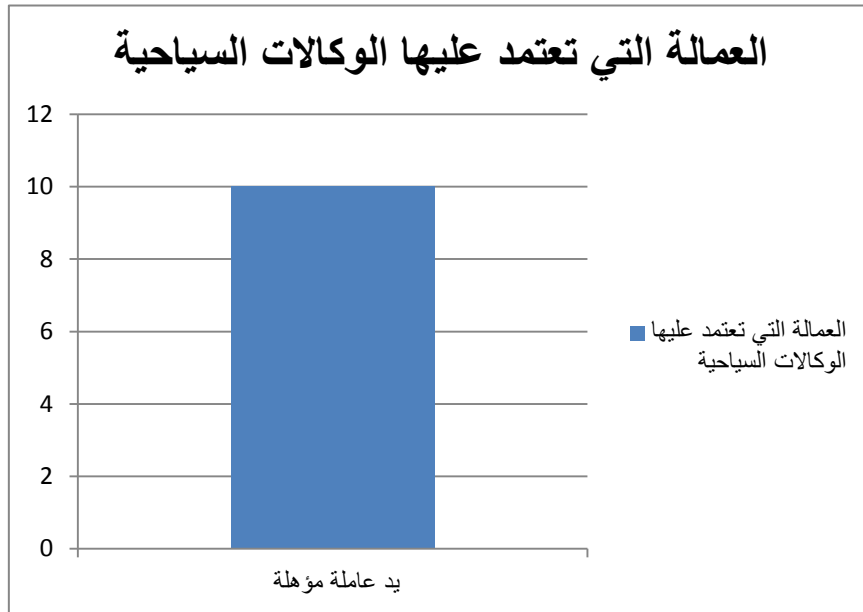


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال الشكل المبين أعلاه يتبين أن معظم الوكالات بعدد 6 وكالات من العدد الإجمالي للعينة المدروسة بنسبة 60 بالمائة هي وكالات مشتركة أي تعتمد على إستقبال سياح أجنب أو حتى سياح داخليين من مناطق أخرى من الجزائر خارج مستغانم، ونسبة 40 بالمائة هي وكالات مرسله تعمل فقط على إرسال سياح من مدينة مستغانم إلى مدن أخرى في الجزائر وحتى إلى دول أجنبية. ولا يوجد أي وكالة مستقبلية فقط

سؤال 02: ما هي نوعية العمالة التي تعتمد عليها الوكالة؟

الشكل رقم (3-3) العمالة المعتمد عليها من طرف الوكالات السياحية

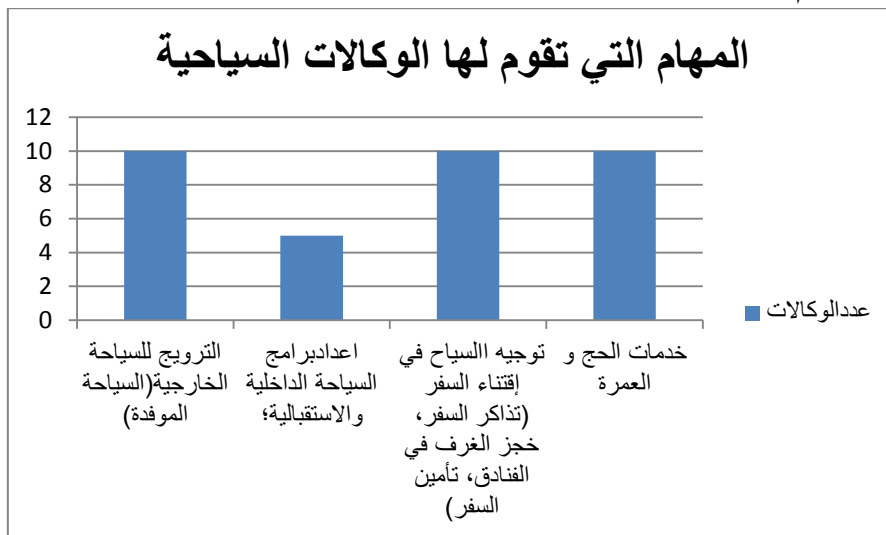


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال الشكل أن جميع الوكالات السياحية المدروسة تعتمد على توظيف يد عاملة مؤهلة وذات شهادات جامعية في التخصصات المرتبطة بالنشاط السياحي.

سؤال 03: ما هي المهام التي تقوم بها الوكالة؟

الشكل رقم (4-3) مهام الوكالات السياحية



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

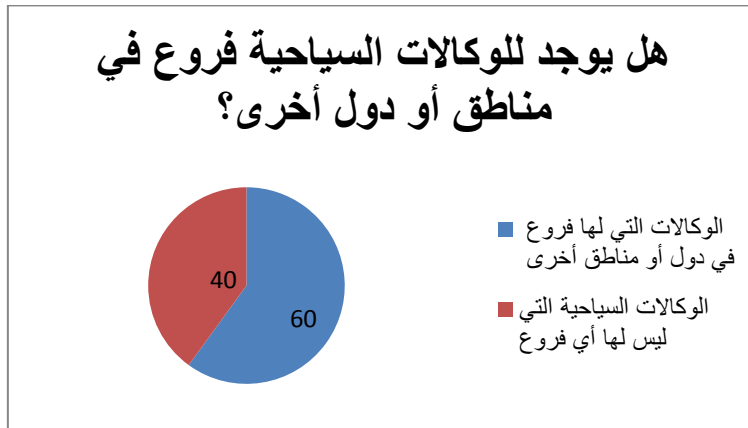
• من خلال الشكل أعلام يتبين أن معظم الوكالات السياحية تعتمد بالدرجة الأولى على القيام بالمهام الكلاسيكية المتمثلة في بيع تذاكر السفر، تولي عملية حجز الغرف في الفنادق، معالجة ملفات

الحصول على التأشيرة، خدمات الحج والعمرة كما أن أغلبها تقوم على الترويج للسياحة الخارجية مقارنة بالسياحة الداخلية. أي أنها تعمل على تشجيع السياحة الموفدة بالمقارنة مع السياحة الاستقبالية لا ترغب الوكالات السياحية على مستوى ولاية مستغانم في المجازفة بعمل برامج سياحية الاستقبالية تستهدف استقطاب سياح أجانب لأنها ترى أن مشكلة ارتفاع اسعار الخدمات السياحية والثقافة السياحية المحدودة لموجودة لدى المواطنين السبب الرئيسي في فشل مثل هاته البرامج

تستهدف استقطاب سياح أجانب لأنها ترى أن مشكلة ارتفاع اسعار الخدمات السياحية والثقافة السياحية المحدودة لموجودة لدى المواطنين السبب الرئيسي في فشل مثل هاته البرامج بالإضافة إلى عدم وجود مرافق سياحية توافق رغبات السياح الأجانب (حالة مستغانم)

سؤال 04: هل يوجد للوكالة فروع في مناطق أودول أخرى؟

الشكل رقم (3-5) فروع الوكالات السياحية

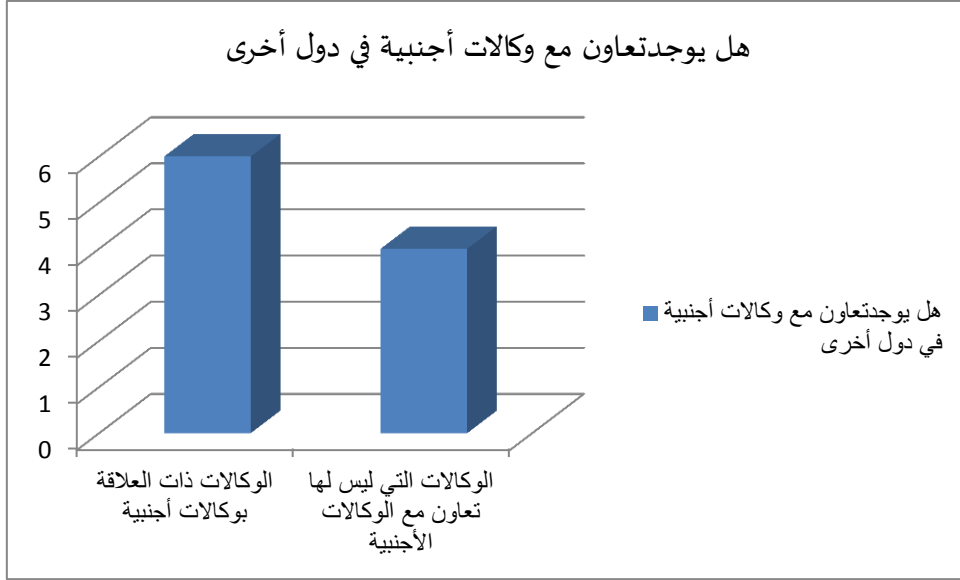


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

60 بالمائة من الوكالات المدروسة يوجد لها فروع في دول ومناطق أخرى حسب الإجابات المتحصل عليها. وهذا يفسر قيام هذه الأخيرة ببرامج سياحية داخلية وخارجية بينما يوجد 40 بالمائة من الوكالات السياحية التي ليس لها أي فرع وهذا لاقتصار دورها على المهام الكلاسيكية التقليدية.

سؤال 05: هل يوجد تعاون مع وكالات سياحية أجنبية في دول أخرى؟

الشكل رقم (3-6) تعامل الوكالات السياحية مع الوكالات الأجنبية

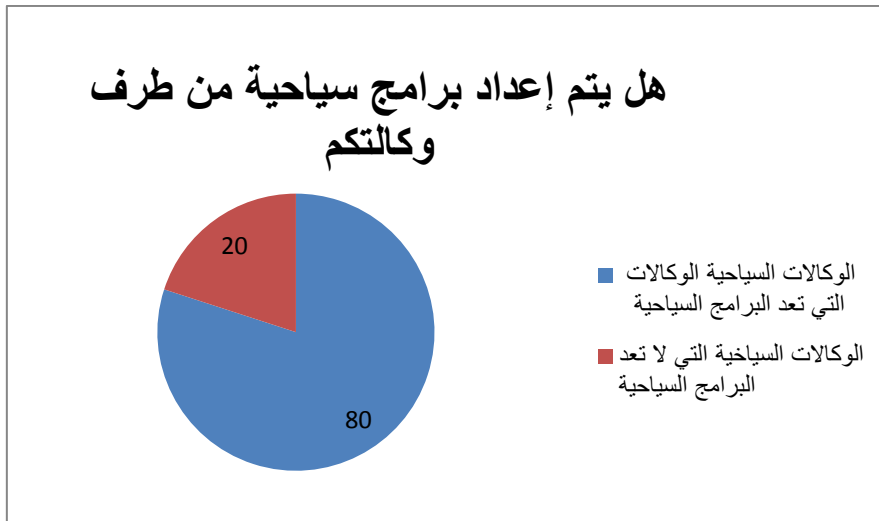


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

حوالي أكثر من نصف العينة المدروسة لها تعاون مع وكالات أجنبية وذلك في إطار البرامج السياحية ولكن حسب الإجابات فإن هاته البرامج خاصة بالسياحة الموفدة أي أنها لا تقوم بإعداد برامج سياحية خاصة بولاية مستغانم أو منطقة أخرى من الجزائر وتوكل تلك الوكالات الأجنبية بيعها والترويج لها في الك البلدان وإنما العكس أي أن هذا التعاون ليس بشكل تبادلي.

سؤال 06: هل يتم إعداد برامج سياحية من طرف وكالتكم؟

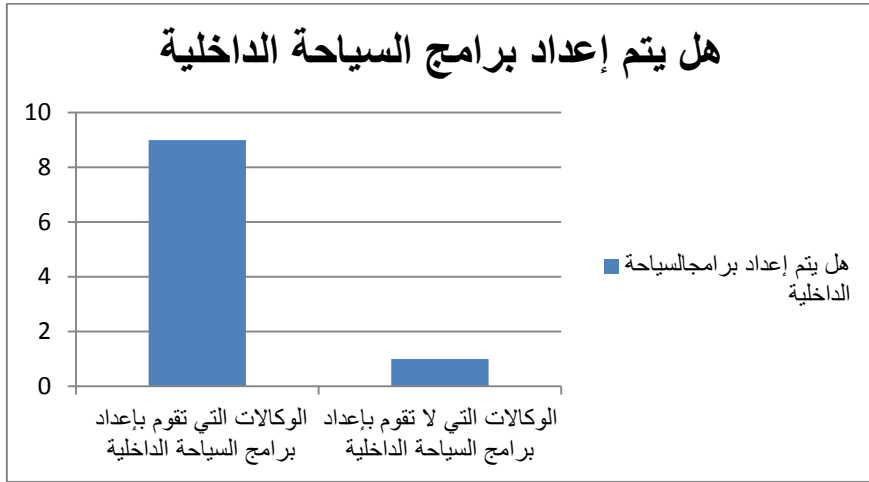
الشكل رقم (3-7) إعداد البرامج السياحية من طرف الوكالات



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من الشكل أعلام يتبين أن 80 بالمائة من الوكالات السياحية تعتمد على القيام بإعداد البرامج السياحية داخلية وخارجية وبنسبة 20 بالمائة من الوكالات لا تعتمد على إعداد البرامج السياحية. ومن خلال الإجابات اللاحقة سوف نتعرف على نوعية البرامج السياحية التي يتم إعدادها من طرف هاته الوكالات سؤال 07: هل تقوم وكالتكم بإعداد برامج السياحة الداخلية

الشكل رقم(3-8) اعداد برامج السياحة الداخلية من طرف الوكالات

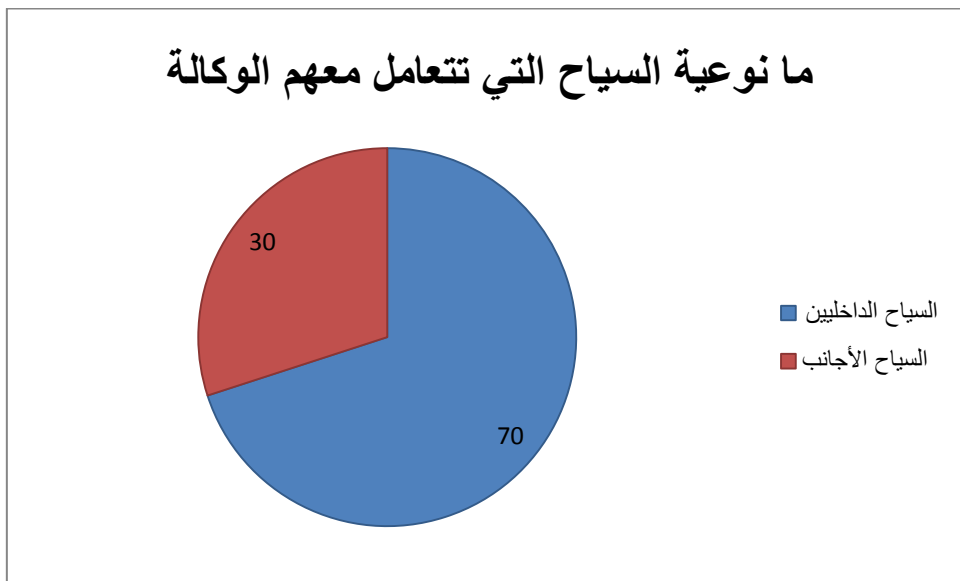


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال هذا الشكل يتبين أن معظم الوكالات السياحية تقوم بإعداد برامج سياحية داخلية لمناطق مختلفة في الجزائر.

سؤال 08: ما نوعية السياح التي تتعامل معهم الوكالة بكثرة؟

الشكل رقم (3-9) نوعية السياح التي تتعامل معهم الوكالات السياحية

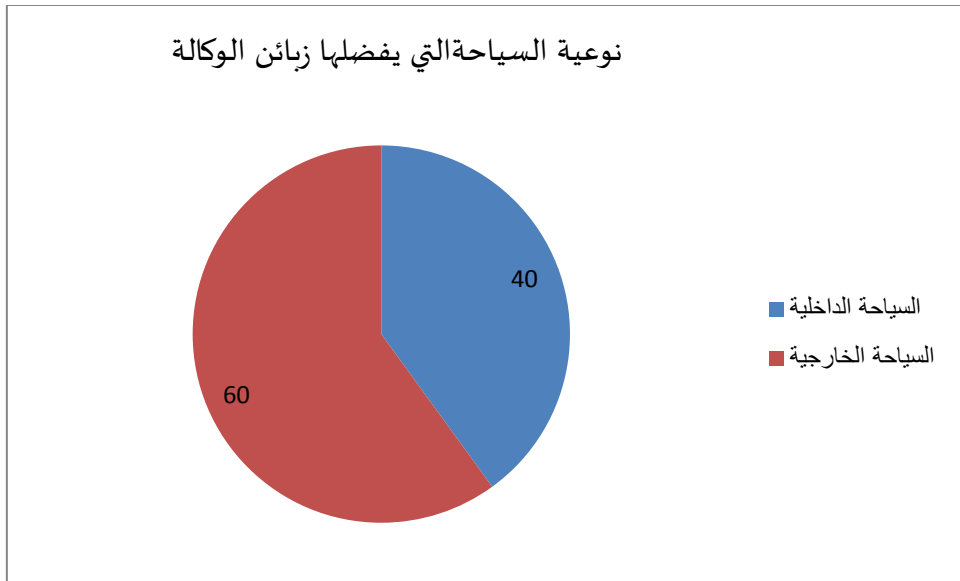


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

70 بالمائة من السياح التي تتعامل مع الوكالات السياحية هم سياح داخليين سواء القاطنين بولاية مستغانم و المتوجهين للسياحة في مناطق أخرى داخل الجزائر أو دول أخرى بينما نسبة 30 بالمائة فقط من السياح الأجانب الذين تتعامل معهم الوكالات السياحية. وهذا يدل على عدم وجود برامج وجهود سياحية لجذب السياح الأجانب. أي لا تعتمد على القيام ببرامج سياحية استقبالية. حسب هاته الاجابات فإن السياح الداخليين يقصد بهم زبائن الوكالة الراغبين في القيام برحلات سياحية داخلية والراغبين في القيام برحلات لدول أجنبية هم أكثر الزبائن التي تتعامل معهم فهي تفضل التعامل مع السياح الراغبين في القيام بالرحلات السياحية إلى دول أجنبية، وذلك لسهولة التعامل مع المرافق السياحية الموجودة في تلك الدول خاصة من حيث الجودة والتكلفة مما يمكنها من إعداد برامج سياحية تتوافق مع رغبات زبائنها. وبالتالي فهي تعمل بالدرجة الأولى على تشجيع السياحة الخارجي

سؤال 09: ما هي نوعية السياحة التي يفضلها زبائن الوكالة؟

الشكل رقم (3-10) السياحة المفضلة لدى زبائن الوكالات

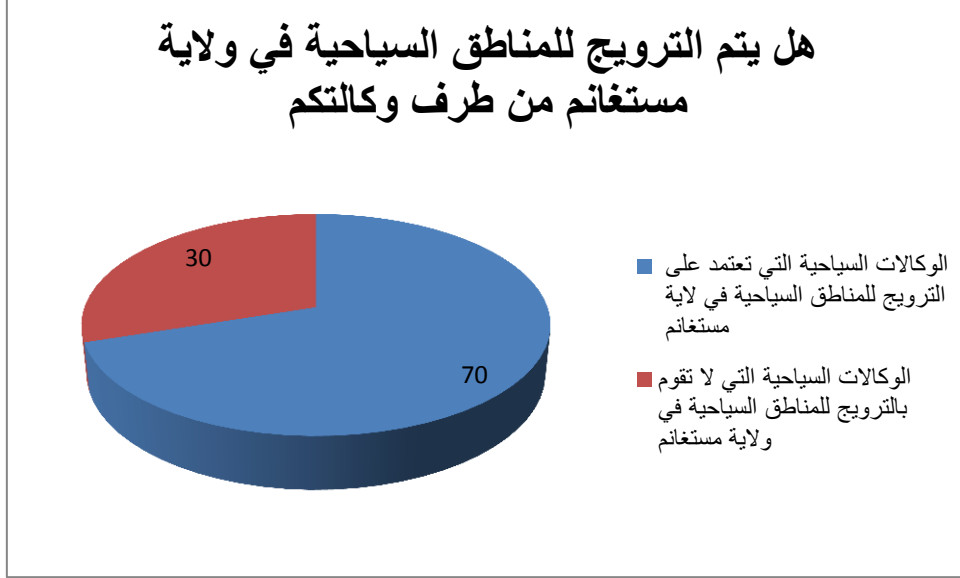


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال الشكل المبين أعلاه فإن غالبية زبائن الوكالات السياحية التي دراستها يفضلون السياحة الخارجية أي أنهم يفضلون التوجه إلى بلدان أخرى حسب الإجابات المتحصل عليها أغلب هاته البلدان هي تونس، المغرب، تركيا خاصة في موسم الصيف. وبالتالي يمكن تفسير 70 بالمائة من السياح الداخليين الذين تتعامل مع الوكالات السياحية أغلبهم يفضلون البرامج السياحية الخارجية لعدة أسباب من أهمها إنخفاض تكاليفها بالمقارنة مع تكاليف الرحلات الداخلية، جودة الخدمات السياحية المقدمة فيها وأسعارها الرمزية.

سؤال 10: هل يتم الترويج للمناطق السياحية في ولاية مستغانم من طرف وكالتكم؟

الشكل رقم (3-11) الترويج للمناطق السياحية في مستغانم من طرف الوكالات السياحية

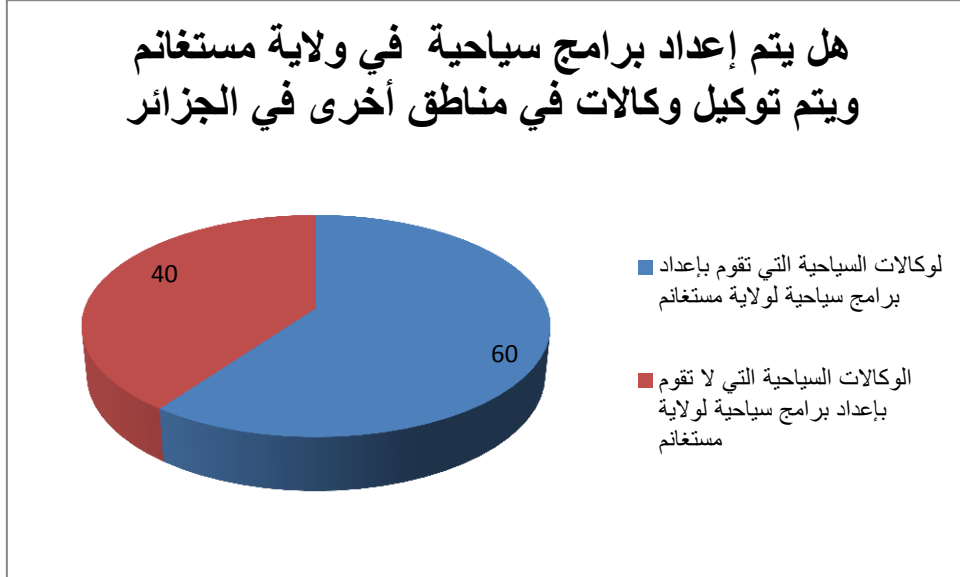


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليهما

من خلال الشكل الموضح أعلاه فإن نسبة 70 بالمائة من الوكالات السياحية المدروسة تعتمد على الترويج للمناطق السياحية الموجودة في مستغانم في المناطق الأخرى من الوطن عن طريق القيام بإعداد برامج السياحية وخاصة مع التقدم والزيادة في المرافق السياحية التي تشهده الولاية خاصة ببارك موستالاند الذي يضم عدة مرافق للترفيه والإيواء والمطاعم. أما نسبة 30 بالمائة من الوكالات السياحية لا تعتمد على الترويج للمناطق السياحية. لكنها تعاني من مشكلة أن الترويج للسياحة في مستغانم يقتصر فقط في فصل الصيف.

سؤال 11: هل يتم إعداد برامج سياحية في ولاية مستغانم ويتم توكيل وكالات سياحية في مناطق أخرى تروج لها؟

الشكل رقم (3-12) التعامل مع وكالات سياحية في مناطق أخرى من الوطن

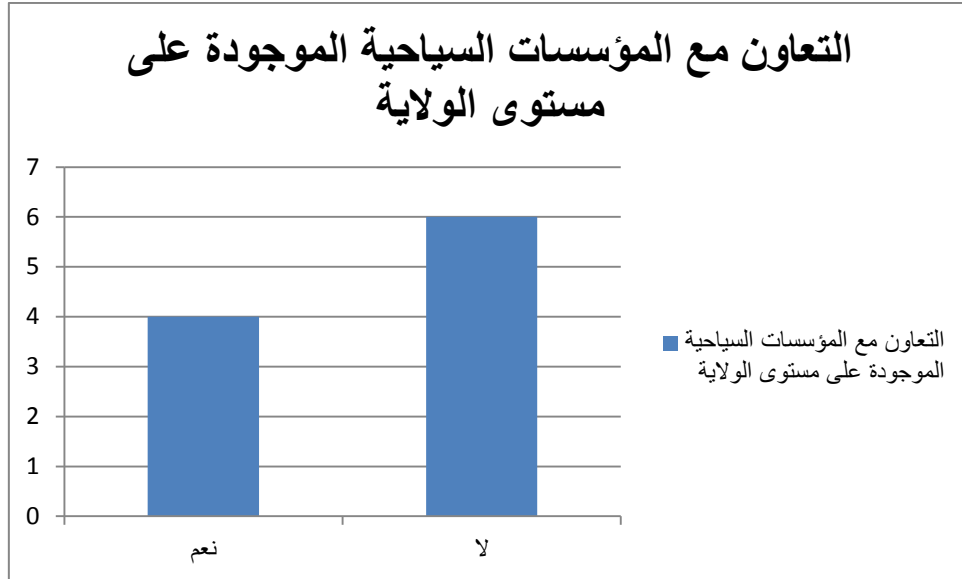


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال هذه النتيجة نلاحظ أن 60 بالمائة من الوكالات السياحية تعتمد على إعداد برامج سياحية لولاية مستغانم وتقوم بتوكيل وكالات أخرى في الوطن بالترويج لها وهذا يعني أنها تساهم في تشجيع السياحة الداخلية. أما نسبة 40 بالمائة من الوكالات السياحية فهي لا تقوم بهذه العملية ويمكن تقسيم هاته النسبة إلى 30 بالمائة من الوكالات السياحية التي لا تعتمد في نشاطها على إعداد برامج سياحية خاصة بولاية مستغانم، و 10 بالمائة تعتمد على الترويج للبرامج المعدة من طرفها بنفسها عن طريق الفروع التي تمتلكها.

سؤال 12: هل هناك تعاون مع مؤسسات سياحية على مستوى الولاية (مثل المؤسسات الفندقية)؟

الشكل رقم (3-13) التعاون مع المؤسسات السياحية في الولاية

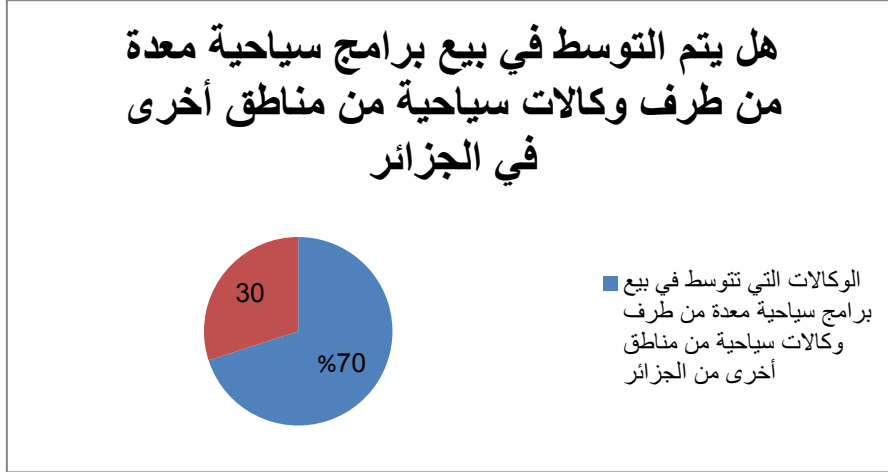


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

من خلال الإجابات المتحصل عليها فإن غالبية الوكالات السياحية لا تربطها أي إتفاق مع المؤسسات السياحية وهذا ما يؤثر على تكاليف البرامج السياحية المعدة من طرفها فلو يتم التعاون مع مثل هذه المؤسسات يوفى هناك عرض خدمات سياحية بأسعار رمزية وبالتالي سيكون هناك سهولة وإمكانية كبيرة في جذب السياح الداخليين والأجانب والتقليص من ظاهرة توجه السياح الجزائريين إلى دول أخرى لقضاء عطلتهم.

سؤال 13: هل يتم التوسط في بيع برامج سياحية معدة من طرف وكالات سياحية من مناطق أخرى في الجزائر؟

الشكل رقم (3-14) توسط الوكالات السياحية في بيع البرامج السياحية



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الأجوبة المتحصل عليها

حسب هذا الشكل فإن هناك تعاون مشترك ما بين الوكالات السياحية الموجودة على مستوى ولاية مستغانم والوكالات الموجودة في مناطق أخرى وهذا ما يفسر عمل هذه الوكالات على تنشيط السياحة الداخلية.

خلاصة

من خلال هذا الفصل ته استعراض دور أهم هيئة سياحية مشرفة على النشاط السياحي في ولاية مستغانم وهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية. تبين من خلال المعلومات التي تحصلنا عليها من هذه الهيئة أن ولاية مستغانم تحتوي على مقومات سياحية متنوعة من غابات شواطئ وحمامات معدنية. بوجود عدد من مناطق للتوسع السياحي وعدة استثمارات سياحية في المنطقة من المنتظر تطور السياحة بمستغانم ويشرف على إعداد البرامج السياحية التعريف بالمنتج السياحي في مستغانم أكثر من 20 وكالة سياحية من خلال المقابلة التي أجريت مع مدراء 10 وكالات سياحية تبين أن هاته الوكالات تقوم لعمل برامج السياحة الداخلية، تتوسط في بيع برامج السياحة الخارجية وتعد أيضا برامج السياحة في دول أجنبية لكن لا تستقطب السياح الأجانب.

خاتمة

تم التطرق في هذه الدراسة إلى عدة جوانب متعلقة بالسياحية والوكالات السياحية من حيث المفهوم الأنواع والدوافع التي تدفع الأشخاص للقيام برحلات سياحية والأركان التي تقوم عليها ، بالإضافة إلى أهم مقومات الجذب السياحي الطبيعية والمادية وغيرها مع التطرق إلى العلاقة الرابطة بين الطلب والعرض السياحي. وأهم المنظمات التي تشرف على السياحة وأثار هذه الأخيرة الاقتصادية والاجتماعية. بالإضافة إلى التطرق إلى الوكالات السياحية من حيث المفهوم والأنواع وأهم الأعمال التي تقوم بها.

كم تم دراسة السياحة الجزائرية من حيث أهم المقومات التي تزخر بها الجزائر والمناطق السياحية فيها مع الإشارة إلى الهيئات السياحية التي تشرف على وتسهر على ترقية النشاط السياحي الجزائري وصولا إلى أهم البرامج المتبعة لتطوير وتنمية السياحة بالجزائر وهو المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 كما تم استعراض أثار السياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية كالنتائج الداخلي الخام وميزان المدفوعات. وتأثيرها على الجانب الاجتماعي ومعرفة أهم المعوقات التي تعيق النشاط السياحي

هذا وقد كان الجانب التطبيقي عبارة عن دراسة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم باعتبارها الهيئة المشرفة على السياحة بولاية مستغانم كما تطرقنا إلى المقومات السياحية في الولاية ولأجرب توضيح كيفية تساهم الوكالات السياحية بتشجيع السياحة في مستغانم قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة على عدد من الوكالات السياحية الموجودة في مستغانم.

يتبين أن السياحة من القطاعات الاقتصادية الجوهرية للعديد من الدول التي تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للعديد من الدول من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب الشغل بالإضافة إلى مساهمتها في تنوع مصادر الدخل.

فبالنسبة لحالة الجزائر السياحة أصبحت ضرورة ولم تعد خيارا، لترقية اقتصاد بديل للمحروقات حسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية وجعله موردا هاما وخاصة أنها تتمتع بالموارد السياحية المتعددة والمتنوعة من صحاري، مرتفعات، أنهار غابات حمامات معدنية، اعتدال المناخ لتي تؤهلها لأن تكون مركزا للجذب السياحي في حوض المتوسط وهذا إذا تم دعم هذه المؤهلات بجمود فعالة فيما يخص المؤهلات المادية من المرافق الترفيهية وهياكل الإيواء وغيرها من الاستثمارات في هذا القطاع

فالبرغم من توفر الجزائر على إمكانيات السياحية لا بأس بها في الوقت الراهن إلا أن مؤشرات هذا القطاع غير متوازنة مع الموارد السياحية. يمكن أن يكون هذا راجع إلى غياب جهود فعالة لتطوير هذا القطاع. من جهة وعدم فعالية وكالات السياحة في تشجيع السياحة الجزائرية.

خاتمة

بحيث من خلال الدراسة الميدانية تبين أن ولاية مستغانم شهدت تطور فيما يخص الاستثمارات السياحية المنجزة فيها أهمها كان سلاسل فنادق AZ، وبارك موستالاند مما سوف يمكن الوكالات السياحية على مستوى الولاية من القيام ببرامج سياحية تمكن من جذب السياح الداخليين والأجانب إذا ما اعتمدت على ابرام اتفاقيات مع المؤسسات السياحية في مستغانم وعلى رأسها الفنادق من أجل التخلص من مشكلة ارتفاع الاسعار.

من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها حاولنا الإلمام بجميع الجوانب المرتبطة بها، توصلنا إلى جملة النتائج التالية:

- نقص في مراكز التكوين السياحي وهذا أثر على نقص العمالة مؤهلة في هذا القطاع.
- يساهم القطاع السياحي الجزائري بنسبة جد ضعيفة في الناتج الداخلي الخام وذلك لتهميش هذا القطاع.
- ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكلة البطالة وخلق مناصب شغل وهذا يمكن أن يكون راجع إلى قبة الاستثمارات السياحية
- عدم وجود طاقات إيواء كافية أو بالمعنى الأصح توزيع هذه الأخيرة مرتكز على المناطق الحضرية تم الساحلية وباقي المناطق الأخرى طاقة الإيواء فيها ضعيفة
- تدفق السياح الأجانب الوافدين معظمهم سياح جزائريين مقيمين في الخارج.
- عجز في الميزان السياحي ناتج عن ضعف في الإيرادات السياحية نتيجة عن تفاوت بين النفقات السياحية والإيرادات السياحية، وذلك بسبب زيادة السياحة العكسية (المواطنين الجزائريين إلى الخارج)
- الوكالات السياحية تفضل التعامل مع السياح الراغبين في القيام بالرحلات السياحية إلى دول أجنبية، وذلك لسهولة التعامل مع المرافق السياحية الموجودة في تلك الدول خاصة من حيث الجودة والتكلفة مما يمكنها من إعداد برامج سياحية تتوافق مع رغبات زبائنهم. وبالتالي فهي تعمل بالدرجة الأولى على تشجيع السياحة الخارجية.

لا ترغب الوكالات السياحية على مستوى ولاية مستغانم في المجازفة بعمل برامج سياحية تستهدف استقطاب سياح أجانب لأنها ترى أن مشكلة ارتفاع اسعار الخدمات السياحية والثقافة السياحية المحدودة لموجودة لدى المواطنين السبب الرئيسي في فشل مثل هاته البرامج. بالإضافة إلى عدم وجود مرافق سياحية توافق رغبات السياح الأجانب (حالة مستغانم)

- تعاون الوكالات السياحية في ولاية مستغانم مع وكالات أجنبية ولكن هذا التعاون مقتصر على الترويج للسياحة في تلك البلدان الأجنبية والتوسط لبيع برامجها السياحية في الجزائر أي أن التعاون بينها ليس بشكل تبادلي.
- بين السياحة الداخلية واستقطاب السياح الأجانب الوكالات السياحية في مستغانم تقوم بإعداد برامج السياحة الداخلية بالدرجة الأولى
- السياحة في ولاية مستغانم تبقى سياحة داخلية وموسمية في موسم الصيف فقط

اختبار صحة الفرضيات:

الفرضية الأولى: السياحة تعتبر من أهم القطاعات الخدمائية التي تمثل في انتقال الأشخاص من مكان إقامتهم الأصلي إلى مناطق أخرى سواء داخل دولتهم أو في دولة أخرى لأغراض مختلفة، تشرف على النشاط السياحي عدة هيئات من أهمها وكالات السياحة التي تعد مؤسسات تجارية تساهم في تقديم كافة الخدمات و التسهيلات السياحية للراغبين في القيام برحلات سياحية فرضية صحيحة

الفرضية الثانية: تمتلك الجزائر عدة مقومات سياحية تأهلها لأن تكون مركزا للجذب السياحي وتسعى لتطوير وترقية النشاط السياحي عن طريق جملة من البرامج والجهود إلا أنها لم تساهم بالشكل المرغوب فيه وربما ذلك يعود إلى كيفية تطبيقها وإلى العوائق المختلفة التي تعرقل السياحة الجزائرية فرضية صحيحة وذلك نظرا لامتلاك الجزائر على مؤهلات كبيرة ، سواء ما تعلق بالإمكانيات الطبيعية أو المؤسساتية وحاولت فعلا دعم هذه الامكانيات السياحية عن طريق جملة من البرامج التنموية أهمها كان برنامج التهيئة السياحية 2025 تطمح من خلاله بجعل الجزائر بلد سياحي رائدا منافسا للدول السياحية المجاورة إلا أنها بالرغم من ذلك تبقى مساهمة هذا القطاع ضئيلة في المتغيرات الاقتصادية.

الفرضية الثالثة: معظم الوكالات السياحية الموجودة على مستوى الولاية تشجع السياحة الموفدة إلى الخارج وذلك ليس لنقص في الهياكل السياحية وإنما لارتفاع أسعار الخدمات السياحية خاصة في فصل الصيف. فرضية صحيحة وهذا تبين من خلال أصناف الوكالات السياحية الموجودة في الولاية التي أغلبها من الصنف ب الممارسة نشاطها خصوصا أو حصريا في السياحة- الموفدة لسياح على المستوى الدولي. و الأجوبة التي تحصلنا

عليها من مجموعة من مدراء الوكالات السياحية بمستغانم بحيث أكدت أنه فيما يخص السياحة الداخلية أي سياحة المواطنين الجزائريين من ولايات أخرى من الوطن وسياحة الأجانب، فهي تفضل القيام بإعداد

خاتمة

برامج تستهدف استقطاب السياح الجزائريين وهذا لعدم وجود و جودة في الخدمات السياحية المقدمة بالشكل الذي يرقى لرغبات السياح الأجانب إلا أنه مع الاستثمارات السياحية الحالية فهي تطمح لإعداد مثل هذا النوع من البرامج أما فيما يخص السياحة الداخلية و سياحة الجزائريين إلى دول أخرى أي قيامهم بالسياحة الخارجية فهي تفضل القيام بإعداد برامج السياحة الخارجية وحتى التوسط في عملية بيع البرامج السياحية المعدة من وكالات سياحية أجنبية معدة لفائدة تلك الدول الموجودة فيها وهذا راجع حسب إجابات مدراء الوكالات السياحية إلى ملائمة أسعار الخدمات السياحية مقارنة مع أسعار الخدمات السياحية وأ،ها لا تلائم القدرة الشرائية للمواطن خاصة في فصل الصيف و توفر البنى الفوقية وجودة الخدمات المقدمة في تلك الدول مع رغبات ومتطلبات السياح.

قائمة المراجع:

الكتب:

1. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، مصر، دار الفكر الجامعي، 2008
2. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008
3. حمزة عبد الحليم، درادكه، حمزة عبدالرزاق العلون، مروان محمد أبورحمة، مصطفى يوسف كافي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، الأردن، دار الأعصار العلمي، 2016
4. زيد منير عبوي، مبادئ السياحة الحديثة، دار المعتز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عماناً 2016
5. سعيد البطوطي، شركات السياحة ووكالات السفر، بدون طبعة، مصر، مكتبة الأنجلو مصرية للنشر والتوزيع، 2016
6. سليم بطرس جلدة، مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر، بدون طبعة، الأردن، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2014
7. صفاء عبد الجبار الموسوي، التقدم النقفي في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، الأردن دار الأيام للنشر للتوزيع، 2016
8. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر، الأردن، 1996
9. محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، بدون طبعة، مصر، المكتب العربي الحديث، 2011
10. مصطفى يوسف كافي، البيئة والتسويق السياحي، الطبعة الأولى، الجزائر، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2017
11. مروان عابد العقيد، عادل سعيد الراوي، بدر عابد، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، الأردن، دار إثراء للنشر والتوزيع، 2001
12. مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، الطبعة الأولى، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2016
13. منال شوقي عبد الله، جغرافيا السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للنشر، مصر، 2011
14. موفق عدنان، عبد الجبار لحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، بدون طبعة، الأردن، الوراق للنشر والتوزيع، 2010
15. نعيم ابراهيم الطاهر،

الرسائل الجامعية:

1. حري المخطارية، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2017
2. زهير بوعكف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2012
3. سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال تخصص استراتيجية، جامعة وهران، 2014
4. عميش سميرة، دور الترويج السياحي في تكييف وتحسين الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات السياحية المتاحة خلال الفترة 1995-2015، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015
5. عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2012
6. قارة ابتسام، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة مستغانم، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، 2012،
7. لحسن عبد القادر، استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر ضمن ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 الاليات البرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 02، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوعرييج، 2012
8. نادي مفيدة زكي، انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية، مذكرة نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسيبة بن بوعلي، 2012
9. وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق الخدمات، جامعة ابى بكر بلقايد، تلمسان، 2011

الأوراق البحثية:

1. بوفليح نبيل، " دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا حالة الجزائر تونس المغرب"، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، البويرة، يومي 11/12 ماي 2010
2. سعيداني رشيدة، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية، دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصادية، العدد 02، جوان 2017

3. حوحو فطوم، واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017
4. عيساوي سهام، واقع الغرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، العدد 11، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017
5. مصطفىاوي عايدة، التنظيم القانوني للعقار السياحي في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد 6، جامعة البلدية
6. هوارى معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الجزائر، مجلة الباحث، العدد 01، جامعة الاغواط، 2004

1/ هل يوجد للوكالة فروع في مناطق أو دول أخرى؟

.....

2/ ما هي المهام التي تقوم بها الوكالة؟

.....
.....
.....

3/ هل يوجد تعاون مع وكالات سياحية أجنبية في دول أخرى؟ إذا كان الجواب نعم أين تقع هذه الوكالات

.....

4/ هل يوجد ترويج للمناطق السياحية في ولاية مستغانم من طرف وكالتكم؟

.....
.....

5/ هل يتم إعداد برامج سياحية من طرف وكالتكم؟

.....

6/ ما نوعية السياحة التي يفضلها زبائنكم (سياحة داخلية أم خارجية)

.....

7/ ما نوعية السياح التي تتعامل معهم الوكالة بكثرة السياح الأجانب أم السياح الداخلين؟

.....

8/ هل يتم إعداد برامج سياحة داخلية؟

.....

9/ ما هي طبيعة الوكالة (مرسلة، مستقبلة، مشتركة)؟

.....

10/ هل يتم إعداد برامج سياحية في ولاية مستغانم ويتم توكيل وكالات سياحية في مناطق أخرى اتاترويج لها؟

.....

11/ هل يتم التوسط في بيع برامج سياحية معدة من طرف وكالات سياحية من مناطق أخرى في الجزائر؟

.....

12/ هل هناك تعاون مع مؤسسات سياحية على مستوى الولاية (مثل مؤسسات الفندقية)

.....

13/ ما هي نوعية العمالة التي تعتمد عليها الوكالة؟

.....

14/ الأرباح، هل يتم اعادة استثمارها؟ وبأي شكل؟

المخلص

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أساسيات السياحة ووكالات السياحة، بالتركيز على دور هذه الأخيرة في تفعيل النشاط السياحي والمساهمة في جذب السياح من خلال التطرق إلى أهم الأعمال الموكلة إليها.

كما تناولنا في هذه الدراسة وضعية السياحة الجزائرية من خلال التطرق إلى أهم مقوماتها والمنظمات التي تشرف على النشاط السياحي فيها والبرامج المعتمدة لتطويره. بالوقوف على أهم المعوقات التي تعرقل تنمية السياحة الجزائرية. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قمنا بتخصيص الجانب التطبيقي لدراسة السياحة في ولاية مستغانم بحيث تم التعريف بالهيئة السياحية المشرفة على النشاط السياحي في الولاية وأهم الهياكل السياحية الموجودة. ولمعرفة مساهمة وكالات السياحة في تشجيع السياحة بمستغانم قمنا بإجراء مقابلة مع عينة من مدراء الوكالات السياحية.

أظهرت نتائج الدراسة إلى أن الوكالات السياحية بمستغانم لها دور جد فعال في جذب السياح الداخليين لكن تواجه مشكلة عدم التوازن بين السياحة الموفدة والاستقبالية بحيث أن أغلبها تشجع السياحة الموفدة.

الكلمات المفتاحية:

السياحة- السائح- وكالات السياحة

le résumé:

Cette étude vise à mettre en évidence les fondamentaux des agences de tourisme et de tourisme, en mettant l'accent sur le rôle de ces derniers dans l'activation de l'activité touristique et de contribuer à attirer les touristes en abordant le travail le plus important qui lui est assigné.

Dans cette étude, nous avons également discuté de la situation du tourisme algérien en abordant les éléments les plus importants et les organisations qui supervisent l'activité touristique et les programmes approuvés pour son développement. Identifier les obstacles les plus importants qui entravent le développement du tourisme algérien. Afin d'atteindre les objectifs de l'étude, nous avons alloué l'aspect pratique de l'étude du tourisme dans l'état de Mostaganem afin que la définition de l'autorité touristique supervisant l'activité touristique dans l'état et les structures touristiques les plus importantes existent. Pour en savoir plus sur la contribution des agences de tourisme à la promotion du tourisme à Mostaganem, nous avons interviewé un échantillon de responsables d'agences de tourisme.

Les résultats de l'étude ont montré que les agences touristiques de Mostaganem jouent un rôle très actif en attirant les touristes domestiques mais font face au problème du déséquilibre entre l'envoi et le tourisme, de sorte que la plupart d'entre elles encouragent le tourisme.

les mots clés:

Tourisme –touriste- Agences de tourisme-