

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص إدارة

واققتصاد مؤسسة

عنوان المذكرة:

## إستراتيجية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر

تحت إشراف المؤطر:

وهراي مجدوب

من إعداد الطالبة:

بوشهيدة ابتسام

أعضاء لجنة المناقشة

أ. دقيش مختار	أستاذ محاضر/أ	رئيسا	جامعة مستغانم
أ. وهراي مجدوب	أستاذ محاضر/ب	مقررا	جامعة مستغانم
أ. يخلف عبدالله	أستاذ مساعد/أ	مناقشا	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2015- 2016



بسم الله الرحمن الرحيم

استق الحكمة لا يشغلك من أي ينبوع جزت يا مستقي

فشعاع الشمس يمتص الندى من فم الورد ووحل الطرق

"الشاعر القروي"

من راقب الله في الأمور نجا

صبرا جميلا ما أقرب فرجا

ومن رجا الله يكون حيث رضا

من صدق الله لم ينله أذى

"الأمام الشافعي رضي الله عنه"

أي عمل بدون أمل يؤدي إلى ضياع العمل

وأمل بدون عمل يؤدي إلى خيبة أمل



## شكر وتقدير

الحمد والشكر لله كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، كما أتقدم  
بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد على إنجاز  
هذا العمل وأخص بالذكر الأستاذ المشرف وهراني مجدوب الذي لم ييخل  
علي بتوجيهاته ونصائحه.  
وكل من أضاء بعلمه عقل غيره.

بوشهيدة ابتسام



## إهداء

إلى من علمني النجاح والصبر

إلى من افتقده في مواجهة الصعاب

ولم تمهله الدنيا لأرتوي من حنانه.. أبي

رحمه الله وجعل مثواه الجنة.

وإلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها

من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه أمي ..

حفظها الله

إلى إخوتي، أهلي، أساتذتي، زملائي وزميلاتي

وإلى كل من يحملهم قلبي ولا تذكرهم كلماتي

بوشهيدة ابتسام  
بوشهيدة ابتسام

# قائمة المحتويات

قائمة المحتويات	
الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	إهداء
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ - د	مقدمة عامة
	<b>الفصل الأول: السياحة كخيار إستراتيجي لإنعاش الاقتصاد الوطني</b>
1	تمهيد
2	<b>المبحث الأول: عموميات حول السياحة</b>
2	المطلب الأول: مفهوم السياحة
3	المطلب الثاني: أنواع السياحة
3	-أنواع السياحة التقليدية
5	-أنواع السياحة الحديثة
6	المطلب الثالث: مقومات الجذب السياحي
7	المطلب الرابع: سلبيات السياحة على الأقاليم المضيفة
7	-الآثار الاقتصادية السلبية للسياحة
7	-الآثار الاجتماعية السلبية للسياحة
7	-الآثار الثقافية السلبية للسياحة
7	-الآثار السلبية للسياحة على البيئة
8	<b>المبحث الثاني: السياحة رهان التنمية</b>
8	المطلب الأول: مساهمة السياحة في تحقيق التنمية
8	-الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي
9	-دور السياحة في التنمية الاجتماعية
11	المطلب الثاني: السياحة عامل للتنمية المستدامة
11	-مفهوم السياحة البيئية
11	-قواعد السياحة البيئية

13	المطلب الثالث: التحديات الراهنة التي تواجه صناعة السياحة
15	المطلب الرابع: التنمية السياحية
15	- مفهوم التنمية السياحية
16	- أهداف التنمية السياحية
16	- عوائق التنمية السياحية
18	- السياسة المقترحة للتنمية السياحية
20	المبحث الثالث: واقع الاقتصاد السياحي في الجزائر وآفاقه
20	المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر
20	- الجزائر موقع وانتماء
21	- عناصر الجذب السياحي في الجزائر
25	المطلب الثاني: التحليل الإستراتيجي لقطاع السياحة في الجزائر بتطبيق نموذج SWOT
25	- نقاط القوة
26	- نقاط الضعف
27	- الفرص
28	- التهديدات
29	المطلب الثالث: المؤشرات الحالية لقطاع السياحة في الجزائر (واقع وآفاق)
30	- مؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة
32	- واقع مساهمة قطاع السياحة في النمو الاقتصادي في الجزائر (PIB)
33	المطلب الرابع: إستراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر
33	- المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT
34	- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030
37	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: آليات دعم وتنمية قطاع السياحة في الجزائر</b>	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: تنمية الوعي السياحي وتكوين كوادر بشرية مؤهلة
39	المطلب الأول: دور الإعلام في نشر ثقافة السياحة
39	تعريف الإعلام السياحي
40	أهداف الإعلام السياحي

## قائمة المحتويات

40	المطلب الثاني: التعليم كاستثمار في رأس المال البشري
42	المطلب الثالث: التدريب في مجال السياحة
43	-أهمية التدريب في مجال السياحة
44	-مؤسسات التدريب في الجزائر
44	المطلب الرابع: تعزيز الأمن والاستقرار السياحي
46	<b>المبحث الثاني: الاستثمار السياحي كأحد متطلبات النمو الاقتصادي</b>
46	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي
47	-التنمية الاستثمارية للسياحة
47	-البيئة الاستثمارية
47	المطلب الثاني: محددات الاستثمار السياحي
49	المطلب الثالث: العوامل المشجعة لزيادة الاستثمار السياحي
50	المطلب الرابع: دور الدولة في تشجيع الاستثمار السياحي
50	-الاستثمار الحكومي في القطاع السياحي
52	-مجهودات الدولة الجزائرية الاستثمارية
53	<b>المبحث الثالث: السياحة الإلكترونية</b>
53	المطلب الأول: مفهوم السياحة الإلكترونية
55	-تعريف السياحة الإلكترونية
55	-عوائق السياحة الإلكترونية
56	المطلب الثاني: متطلبات السياحة الإلكترونية
58	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في عولمة الهوية الثقافية
60	المطلب الرابع: تجربة دولة عربية في مجال السياحة الإلكترونية وجهود التعاون الدولي
60	-تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة ( دبي )
60	-جهود التعاون الدولي
66	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: تشخيص واقع قطاع السياحة في مستغانم وآفاقه</b>	
63	تمهيد
64	<b>المبحث الأول: المقومات السياحية لولاية مستغانم</b>
64	المطلب الأول: أنواع السياحة في مستغانم

## قائمة المحتويات

64	-السياحة الشاطئية
66	-السياحة الثقافية
67	المطلب الثاني: هياكل الاستقبال والتدفقات السياحية
67	-هياكل الاستقبال
68	-التدفقات السياحية
72	المطلب الثالث: مناطق التوسع السياحي في ولاية مستغانم
73	المطلب الرابع: مشاريع الاستثمار السياحي في مستغانم
74	<b>المبحث الثاني: تحليل قطاع السياحة في مستغانم بتطبيق نموذج SWOT</b>
74	المطلب الأول: القوة
74	المطلب الثاني: الضعف
75	المطلب الثالث: الفرص
76	المطلب الرابع: التهديدات
77	<b>المبحث الثالث: تحليل وتقييم نتائج الدراسة الميدانية (استبيان) وآفاق التنمية المستدامة</b>
77	المطلب الأول: تحليل وتقييم نتائج الدراسة ( نتائج الأجابة على أسئلة الاستبيان)
77	-مشاكل القطاع السياحي في ولاية مستغانم
86	-أهم أسباب ضعف أداء القطاع السياحي في ولاية مستغانم
88	-مسؤولية ضعف أداء القطاع السياحي
88	-مستقبل مستغانم سياحيا
89	-اقتراحات النهوض بقطاع السياحة في مستغانم
90	المطلب الثاني: التحديات الرئيسية لقطاع السياحة في مستغانم
91	المطلب الثالث: آفاق تنمية وتطوير السياحة في مستغانم
92	أشكال السياحة للتطوير
93	المطلب الرابع: التوجهات الإستراتيجية لتنمية السياحة في مستغانم
94	خلاصة الفصل
95	خاتمة عامة
100	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
30	ترتيب دول شمال إفريقيا وفق مؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة حسب تقرير 2015	1
31	ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة مقارنة مع المغرب وتونس حسب تقرير 2015	2
32	ترتيب الدول حسب مساهمة قطاع السياحة في النمو الاقتصادي الجزائر-المغرب-تونس	3
43	مدارس ومعاهد التدريب السياحي في الجزائر	4
48	ترتيب الجزائر بخصوص البنية التحتية وفق مؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة	5
52	توزيع المشاريع السياحية في الأقطاب السياحية للامتياز	6
64	عدد الشواطئ المسموحة والممنوعة للسباحة في مستغانم إحصائيات 2015	7
65	توافد المصطافين	8
65	برنامج تغطية الشواطئ	9
67	وكالات السياحة والأسفار	10
68	هياكل الإيواء	11
69	المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم	12
70	عدد الليالي والوصول خلال 4 سنوات الأخيرة (2010-2013)	13
71	تطور عدد المصطافين (موسم الاصطياف) 2010-2015	14
72	مناطق التوسع السياحي لولاية مستغانم	15
73	وضعية مشاريع الاستثمار السياحي الخاص على مستوى ولاية مستغانم ديسمبر 2015	16
77	توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس	17
77	توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر	18
78	نتائج الإجابة على العبارة 1 (غياب إرادة سياسية لإحداث نهضة سياحية)	19
78	نتائج الإجابة على العبارة 2 (تدني مستوى الوعي السياحي)	20
79	نتائج الإجابة على العبارة 3 (ضعف الأمن والرقابة)	21
79	نتائج الإجابة على العبارة 4 (نقص الكفاءات واليد العاملة المؤهلة)	22
80	نتائج الإجابة على العبارة 5 (الإدارة الجزائرية جزء من فشل القطاع السياحي "البيروقراطية")	23
80	نتائج الإجابة على العبارة 6 (ضعف البنية التحتية)	24
81	نتائج الإجابة على العبارة 7 (الافتقار لسياسات دعم القطاع الخاص)	25

## قائمة الجداول

81	نتائج الإجابة على العبارة 8 (موسمية أعمال الفنادق)	26
82	نتائج الإجابة على العبارة 9 (صعوبة الحصول على التأشيرة لدخول التراب الوطني)	27
82	نتائج الإجابة على العبارة 10 (أغلب تحويلات النقد الأجنبي لا تتم عبر الجهاز المصرفي وبالتالي تسرب العملة الأجنبية)	28
83	نتائج الإجابة على العبارة 11 (عدم وجود تمويل كاف للمشاريع الاستثمارية)	29
83	نتائج الإجابة على العبارة 12 (مشكل العقار السياحي)	30
84	نتائج الإجابة على العبارة 13 (غياب إستراتيجية تسويقية للمنتج السياحي)	31
84	نتائج الإجابة على العبارة 14 (ضعف دخل المواطن الجزائري)	32
85	نتائج الإجابة على العبارة 15 (نقص التحكم في التقنيات الحديثة)	33
85	نتائج الإجابة على العبارة 16 (عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي)	34
86	نتائج الإجابة على العبارة 17 (غياب إستراتيجية شاملة لجميع القطاعات)	35
88	نتائج الإجابة على السؤال: من المسؤول عن ضعف القطاع السياحي؟	36
88	نتائج الإجابة على السؤال: هل لمستغانم مستقبل سياحي؟	37

## قائمة الأشكال

## قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
10	تأثير السياحة على الاقتصاد القومي	1
12	أبعاد مفهوم السياحة البيئية	2
29	مكونات مؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة حسب تقرير 2015	3
36	موقع SDAT من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT 2030	4
45	نموذج الأمن السياحي	5
54	عناصر السياحة الإلكترونية	6
70	تطور عدد الليالي والوصول لولاية مستغانم	7
71	تطور عدد المصطافين	8
77	عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس	9
77	عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر	10
78	نتائج الإجابة على العبارة 1 (غياب إرادة سياسية لإحداث نفضة سياحية)	11
78	نتائج الإجابة على العبارة 2 (تدني مستوى الوعي السياحي)	12
79	نتائج الإجابة على العبارة 3 (ضعف الأمن والرقابة)	13
79	نتائج الإجابة على العبارة 4 (نقص الكفاءات واليد العاملة المؤهلة)	14
80	نتائج الإجابة على العبارة 5 (الإدارة الجزائرية جزء من فشل القطاع السياحي "البيروقراطية")	15
80	نتائج الإجابة على العبارة 6 (ضعف البنية التحتية)	16
81	نتائج الإجابة على العبارة 7 (الافتقار لسياسات دعم القطاع الخاص)	17
81	نتائج الإجابة على العبارة 8 (موسمية أعمال الفنادق)	18
82	نتائج الإجابة على العبارة 9 (صعوبة الحصول على التأشيرة لدخول التراب الوطني)	19
82	نتائج الإجابة على العبارة 10 (أغلب تحويلات النقد الأجنبي لا تتم عبر الجهاز المصرفي وبالتالي تسرب العملة الأجنبية)	20
83	نتائج الإجابة على العبارة 11 (عدم وجود تمويل كاف للمشاريع الاستثمارية)	21
83	نتائج الإجابة على العبارة 12 (مشكل العقار السياحي)	22
84	نتائج الإجابة على العبارة 13 (غياب إستراتيجية تسويقية للمنتج السياحي)	23
84	نتائج الإجابة على العبارة 14 (ضعف دخل المواطن الجزائري)	24
85	نتائج الإجابة على العبارة 15 (نقص التحكم في التقنيات الحديثة)	25
85	نتائج الإجابة على العبارة 16 (عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي)	26
86	نتائج الإجابة على العبارة 17 (غياب إستراتيجية شاملة لجميع القطاعات)	27
88	نتائج الإجابة على السؤال: من المسؤول عن ضعف أداء القطاع؟	28
88	نتائج الإجابة على السؤال: هل لمستغانم مستقبل سياحي؟	29

مقدمة عامة

تمهيد:

تلعب السياحة دور كبير في إنعاش الاقتصاد باعتبارها محرك ديناميكي وقطاع كثيف التشابكات مع القطاعات الأخرى، فلقد أضحت صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق، ومما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات والخدمات التي تتعامل معها ومنها مرافق النقل، شبكة الاتصالات وخدمات الكهرباء والمياه وحتى القطاعات المنتجة كالزراعة والصناعة، وما دامت البطالة هي التحدي الاقتصادي والاجتماعي الكبير الذي يواجه العديد من دول العالم فإن صناعة السياحة تشكل مخرجا مناسباً لحل هذه المشكلة وغيرها من المشكلات.

السياحة اليوم لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان بل أصبحت تمثل صناعة تصديرية قائمة بذاتها تلعب دور مهم في عملية التنمية.

والجزائر منذ استقلالها تخوض معركة شرسة ضد التخلف والتبعية للخارج، هذا ما فرض عليها وضع سياسة تنموية شاملة مقارنة مع ما تملكه من قدرات وتماشيا مع ميزات الاقتصاد العالمي، وعليه فهي مطالبة من أي وقت مضى أن تتجه إلى قطاع تحكمه الطبيعة وهبة من الله وهو قطاع السياحة والذي يمكن أن يكون إحدى البدائل الاقتصادية المهمة، إذ يتعين عليها تحسين أداء المتعاملين بغرض اكتساب فرص تجارية ضمن الأسواق العالمية وزيادة الإيرادات خارج قطاع المحروقات خاصة مع التحضير للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة بالرغم من هذه الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم إلا أننا نجد في الجزائر لم يرتقي بعد للمستوى المطلوب بالرغم من امتلاك الجزائر لثروة سياحية تؤهلها أن تكون وجهة سياحية بامتياز إلا أن واقع السياحة في الجزائر يثبت عكس ذلك بدليل نزوح الجزائريين لبعض الدول المجاورة في كل موسم سياحي، وذلك لأنها مازالت تواجه قيود كبيرة منها قلة الاستثمارات ونقص اليد العاملة المتخصصة بل الأهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها وباختصار يمكن القول أن قطاع السياحة لم يحظى بالاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي مهم مدر للعملة الأجنبية ومنشأ لفرص العمل.

❖ الإشكالية:

كيف يمكن للجزائر النهوض بالقطاع السياحي في إطار التوجه إلى اقتصاد متنوع لمواجهة مرحلة ما بعد البترول؟

وانطلاقاً من هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- هل تملك الجزائر مقومات سياحية تؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا عالميا يجاذبية تنافسية عالية؟
- 2- ما مدى مساهمة قطاع السياحة في النمو الاقتصادي في الجزائر؟
- 3- هل الجهود التي تبذلها الجزائر بغية رفع درجة تنافسيتها السياحية كافية لتطوير القطاع السياحي؟

❖ **الفرضيات**

- 1- السياحة أحد أهم البدائل الإستراتيجية لتخفيف العبء على قطاع المحروقات وتنويع هيكل الاقتصاد الجزائري وخاصة مع امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية متنوعة وعديدة.
- 2- الإحصائيات والظروف الحالية للقطاع السياحي في الجزائر تشير بوضوح إلى ضعف مساهمته في الاقتصاد الوطني وبعده عن المستوى العالمي.
- 3- تسعى الجزائر جاهدة للاستفادة من الحركة النشطة التي تعرفها السوق السياحية العالمية عن طريق تبني إستراتيجية تنموية شاملة لآفاق تمتد إلى سنة 2030.

❖ **أهداف البحث:** تندرج في النقاط التالية:

- 1- محاولة إبراز دور السياحة في دعم وتنشيط الاقتصاد الوطني؛
- 2- إبراز ضرورة الاهتمام بتنمية قطاع السياحة باعتباره مصدر مدر للعملة الأجنبية يمكنه الإسهام في تمويل الاقتصاد الوطني.

❖ **أهمية البحث:**

يعد هذا البحث من المواضيع الجديدة بالدراسة وذلك لمدى تأثير السياحة في تنمية المجتمع المحلي باعتبارها قطاع حيوي متجدد ومن أهم مصادر التوظيف وعليه يتوقف الأمر على حسن استغلال إمكانيات الجزائر السياحية لترقى بالقطاع إلى المستوى المطلوب.

❖ **مبررات اختيار الموضوع:**

اختيار هذا الموضوع ينبع من عدة قناعات لعل أهمها:

- 1- امتلاك الجزائر لموروث سياحي متنوع نادرا ما يكون مجتمع في دولة واحدة إلا أن مساهمة السياحة في النمو الاقتصادي الجزائري ضعيفة جدا مقارنة بالدول المجاورة التي يشبه منتجها السياحي المنتج السياحي الجزائري.
- 2- المردود المالي والمعنوي الذي حققته بعض الدول نتيجة الاهتمام بقطاع السياحة ومنها الدول المجاورة (تونس والمغرب).

## ❖ المنهج المستخدم في البحث:

من أجل دراسة الموضوع وتحليل أبعاد الإشكالية ومحاولة الوصول إلى المعلومات المتصلة بالموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي أي وصف واقع السياحة وأسباب ضعف أداء القطاع السياحي وتحليل الإحصائيات المدرجة ضمن الجداول واستنتاج الحلول.

## ❖ صعوبات البحث:

- 1- قلة المراجع خاصة باللغة العربية إضافة إلى قلة الدوريات التي تناولت موضوع السياحة؛
- 2- النقص الفادح في الإحصائيات الرسمية الخاصة بالسياحة في الجزائر، والتي تفتقر للتحسين، لهذا اضطررنا اللجوء في غالب الأحيان لبعض الإحصائيات القديمة لعكس واقع هذا القطاع إضافة إلى الاعتماد على إحصائيات الهيئات الخارجية؛
- 3- قلة الدراسات الاقتصادية المتخصصة في مجال اقتصاديات السياحة.

## ❖ حدود البحث:

**الحدود المكانية:** بما أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال دون المستوى المطلوب، وفي نفس الوقت هو قطاعا واعداء، خاصة و أن الجزائر تعتمز في مطلع 2025 استقبال أكثر من 11 مليون ارتائنا أن تكون الجزائر هي مكان الدراسة، وذلك من خلال تقييم القطاع السياحي والوقوف على أهم أسباب ضعف القطاع واستنتاج الحلول.

**الحدود الزمانية:** اخترن افترة من 2010 إلى 2015 وحتى آفاق 2030 لكي تكون مجالا لدراستنا بغية معرفة الشيء الجديد التي أتت به السلطات في المجال السياحي، بالإضافة إلى تقييم هذه الجهود التي ستكون على المدى البعيد.

## ❖ الدراسات السابقة:

1- **الدراسة الأولى:** صليحة عشي "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر , تونس, المغرب، والتي ركزت في دراستها على إظهار الفرق بين وضعية القطاع في الجزائر من ناحية وتونس والمغرب من ناحية أخرى، من حيث المساهمة في حل المشاكل التنموية في البلدان الثلاثة إضافة إلى حصر المعوقات التي تحول دون تطوير هذا القطاع.

2- **الدراسة الثانية:** عوينان عبد القادر "السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات: تسليط الضوء على السياحة الجزائرية وإبراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية و ذلك من خلال الآثار الإيجابية التي تتركها على فرص العمل وميزان المدفوعات، بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الإستراتيجية الجديدة للسياحية الجزائرية المرفوعة من قبل الدولة للنهوض بها، وهذا في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

3-الدراسة الثالثة:أطروحة دكتوراه للطالب كواش خالد، بعنوان " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية-حالة الجزائر، 2004/2003"كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير -جامعة الجزائر، حيث أشار الطالب إلى تاريخ السياحة وتطورها وتناول أيضا النشاط السياحي وأبرز الطالب الأهمية الاقتصادية للسياحة ومختلف مؤشراتهما وقد توصل الباحث أن إلى السياحة الجزائرية لم تلعب الدور المنوط بها في مجال التنمية الوطنية على الرغم من توفرا لإمكانيات والموارد المتاحة.

#### ❖ تقسيمات البحث ومحتوياته:

تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول:

- الفصل الأول بعنوان السياحة كخيار استراتيجي لإنعاش الاقتصاد الوطني
- الفصل الثاني: آليات تنمية وتطوير قطاع السياحة في الجزائر
- الفصل الثالث: (تطبيقي) تشخيص واقع قطاع السياحة في مستغانم وفي ختام البحث نورد بعض الاقتراحات التي يمكن أن تساهم في حل مشكل قطاع السياحة الجزائري.

# الفصل الأول

السياحة كخيار استراتيجي لإنعاش الاقتصاد الوطني

## تمهيد:

أصبحت السياحة إحدى أهم الصناعات والقطاعات الإنتاجية والتصديرية التي تشكل الركيزة الأساسية في منظومة اقتصاد الدولة ومع التطورات السريعة في المجتمع الدولي المعاصر حدثت تغيرات جذرية في تصور السياحة ومن ثم مفهومها ونتيجة لذلك أصبحت السياحة تحتل مكانة متميزة في حياة المجتمعات وفي اقتصاديات أغلب الدول خاصة المتقدمة منها.

ومن هذا المنطلق ازداد الاهتمام بالقطاع السياحي كونه يعتبر من أكبر القطاعات الاقتصادية في توفير فرص العمل المساهمة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين المناطق، بالإضافة إلى تحسين ميزان المدفوعات.

وعلى هذا الأساس اشتمل الفصل الأول على ثلاثة مباحث، وفي كل مبحث أربعة مطالب

تناول المبحث الأول مفاهيم عامة حول السياحة من خلال تعريفها، أنواعها، مقومات الجذب السياحي وسلبيات السياحة على الأقاليم المضيفة، أما المبحث الثاني فتخصص في دراسة مساهمة السياحة في تحقيق التنمية من خلال الأهمية الاقتصادية، الاجتماعية، السياحة المستدامة والتحديات الراهنة التي تواجه السياحة. التنمية السياحة بالإشارة إلى مفهومها ودواعيها، عوائقها، السياسة المقترحة للتنمية السياحية، أما المبحث الثالث حول واقع السياحة الجزائرية، أهم مؤشرات وآفاقها وفيما يلي شرح مبسط لكل هذه العناصر.

## المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ظهرت السياحة منذ نشأة الإنسان وحققت قفزات هائلة كقطاع مؤثر وفعال في بناء الاقتصاد العالمي وذلك نتيجة لارتفاع الدخل، تحسن ظروف العمل، والتطور المذهل في وسائل الاتصالات والمواصلات وأصبحت اليوم تدرس كعلم.

### المطلب الأول: تعريف السياحة

ومن أهم التعريفات:

1- **السياحة في اللغة العربية:** السياحة لغة تعني الذهاب في الأرض للعبادة والترهب. ويأتي مفهوم السياحة اصطلاحاً ضمن مصطلح السفر، وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من آية، ففي سورة التوبة ورد قوله تعالى: {فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين} (سورة التوبة، الآيات: 1-2). وقال عليه الصلاة والسلام (سياحة أمتي الجهاد في سبيل الله)، وحث القرآن على السياحة والتفكير والتدبر لقوله تعالى: {قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق} شرط ألا تتعارض السياحة مع شيء<sup>1</sup>

2- شاع لفظ Tourism منذ العقد الأول من القرن التاسع عشر (تحديداً سنة 1811) على كل سفر ترفيهي<sup>2</sup>؛

3- يرى الألماني غويير فرولر "Guyer Freuler" بأنها ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والغاية منها الاستجمام وتغيير البيئة التي يعيشها فيها الإنسان<sup>3</sup>؛

ويمكننا تعريف السياحة كما يلي:

4- السياحة هي ذلك النشاط الحضاري والاقتصادي والتنظيمي بانتقال الأفراد إلى بلد غير بلدهم وإقامتهم لمدة

لا تقل عن 24 ساعة ولا تصل إلى الإقامة الدائمة وألا يكون الغرض من السفر اكتساب دخل<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> طه أحمد عبيد، "مشكلات التسويق السياحي"، المكتب الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010. ص. 115-116

<sup>2</sup> -Pierre Py. **Tourisme un phénomène économique**. (paris: la documentation française. 2007), p.11

<sup>3</sup> -Graham dann. **the sociology of tourism: european origins and development**, (london: Emerald group publishing, 2009), p.89

<sup>4</sup> -وفاء زكي إبراهيم، "دور السياحة في التنمية الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2006، ص. 10

## المطلب الثاني: أنواع السياحة

قامت عدة دول سياحية بتصنيف أنواع السياحة المختلفة وفقا لعدد من المعايير بالإضافة إلى أنواع جديدة ساعد على ظهورها التقدم العلمي والاستقرار السياسي.

### ❖ أنواع السياحة التقليدية:

#### ➤ 1- وفقا لعامل العمر:

أ- **سياحة الطلائع:** (7-14 سنة) تنشط مثل هذه الرحلات في فترة إجازات المدارس مثل رحلات التعرف على الطبيعة أو تعلم السباحة.

ب- **سياحة الشباب:** (15-29 سنة) يتميز هذا النوع بالبحث عن الإثارة وتكوين صداقات.

ج- **سياحة الناضجين:** (30-55 سنة) يشمل هذا النوع سياحة الاسترخاء والهروب من جو العمل الروتيني ويتطلب هذا النوع خدمات جيدة وبأسعار من متوسطة إلى غالية.

د- **سياحة كبار السن:** (60 سنة فأكثر) يعتبر من أنواع السياحة التقليدية في الدول الغربية ويرتبط بالخدمات الجيدة المرتفعة الثمن والطويلة المدة (أسبوعين إلى شهرين).

#### ➤ 2- وفقا للعدد:

أ- **السياحة الفردية:** السائح منفردا أو مع أسرته أو مع أصدقائه، يتميز هذا النوع بأنه: ذو تكلفة عالية، يقوم السائح بالاتصال المباشر مع المنشآت السياحية للحصول على الخدمات (تأشيرة الدخول، تذاكر السفر، معرفة اللغات العالمية، معرفة التقاليد..).

ب- **السياحة الجماعية:** تقوم بها شركات سياحية متخصصة بتنظيم رحلات سياحية على شكل مجموعات وتتميز عن الرحلة الفردية بأنها: أوفر من حيث التكاليف، لا تستدعي خبرة ومؤمنة في جميع العناصر الخاصة بالرحلة.

#### ➤ 3- وفقا للموقع الجغرافي:

أ- **السياحة الإقليمية:** السفر والتنقل بين دول متجاورة تشكل منطقة سياحية واحدة مثل الدول الإفريقية، الدول

العربية، أو دول شرق آسيا من خصائصها: قرب المسافة مما يوفر الوقت وأكثر انسجام مع التقاليد السائدة .

ب-السياحة الداخلية: حركة السياح داخل حدود الدولة السياحية لمدة لا تقل عن 24 ساعة.

ج-السياحة الدولية: الانتقال والإقامة عبر حدود الدول والقارات وهذه السياحة تتطلب مجموعة من الإجراءات وتخضع للظروف السياسية، الاقتصادية والاجتماعية السائدة .

#### ➤ 4-وفقا للهدف من الرحلة:

أ-السياحة الترفيهية: تعتبر من أقدم أنواع السياحة في العالم والتي تحقق الدخل الأكبر للدولة السياحية، تركز على الترويج عن النفس وتعتبر دول البحر الأبيض المتوسط من أكبر المناطق جذبا لهذا النوع وتحتل المرتبة الأولى عالميا.

ب-سياحة رجال الأعمال:يشمل سفر رجال الأعمال للمشاركة في المعارض الدولية التجارية والصناعية .

ج-السياحة الثقافية: يهدف هذا النوع لمشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة وزيارة المواقع الأثرية، حضور المهرجانات والاطلاع على حياة الشعوب وثقافتهم.

د-السياحة العلاجية: سياحة الاستشفاء أي الانتقال إلى أماكن تتميز بمناخ خاص (بناييع معدنية، كبريتية، رمال، شمس).

هـ-السياحة الدينية: الانتقال بهدف القيام برحلات وزيارات دينية، القيام ببعض المناسك كالحج والعمرة مثلا.

و-السياحة الرياضية: الانتقال بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية أو مشاهدتها مثل الألعاب الأولمبية.

ز-السياحة العلمية: القيام برحلات لدراسة البيئة الحيوانية، النباتية، الأحياء المائية، دراسة أشكال سطح الأرض.

ح-سياحة المعارض: حضور المعارض الصناعية والتجارية والفنية التشكيلية ومعارض الكتاب....

ط-السياحة الطبيعية: السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها وحضاراتها في الماضي والحاضر.<sup>5</sup>

### ❖ أنواع السياحة الحديثة:

1-سياحة الحوافز: نط تستند عليه المنظمات والمؤسسات لتحقيق أهداف العمل والرحلة السياحية تأتي كمكافأة للموظفين لدفعهم لتحسين الأداء؛

2-سياحة المعاقين:(ذوي الاحتياجات الخاصة): تهدف هذه السياحة إلى اعتبار المعاق سائحا عاديا له الحق في مباشرة مختلف الأنشطة السياحية(تمثل شريحة كبيرة من ذوي الدخول المرتفعة)؛

3-السياحة البديلة: تهتم بالتوازن البيئي وحماية البيئة مثل السياحة الطبيعية(سياحة خضراء، سياحة زرقاء)، سياحة الدراجات الصديقة للبيئة؛

4-سياحة مراقبة الطيور: السفر إلى المناطق التي تتواجد فيها الطيور خاصة في مواسم تزاوجها وبناء الأعشاش أو خلال هجرتها وتشهد كندا روجا كبيرا لهذا النوع من السياحة؛<sup>6</sup>

5-سياحة الصحاري والواحات: بالنسبة للجزائر فإن منتوجها الصحراوي ذاع صيته في العالم من قبل خبراء السياحة وهيئات دولية متخصصة مثل الأهقار في تمنراست والعديد من المناطق الصحراوية إلا أن هذه الثروة لا تزال غير مستغلة ولم ترق إلى المستوى الذي يعكس مكانته؛<sup>7</sup>

8-سياحة نهاية الأسبوع: قضاء يومين في أماكن فاخرة، الإقامة في أحسن الفنادق، وتناول أشهى الأطباق...؛

9-سياحة الجولف: رياضة الأثرياء، تسعى الدول لإقامة الملاعب واستقطاب أشهر اللاعبين للاستفادة من نفقاتهم الكبيرة، حجم سياحة الجولف 5 مليار دولار أمريكي سنويا؛

10-السياحة الفضائية: القيام برحلة سياحية في الفضاء والتي تحتاج إلى تدريبات على يد خبراء (NASA)؛

---

<sup>5</sup>-د.مرزوق عابد الفعيد، دبركات كامل النمر وآخرون،"مبادئ السياحة"،إثراء للنشر والتوزيع،عمان2010، ص:50-66

<sup>6</sup> -محي محمد مسعد، "الاتجاهات الحديثة في السياحة"، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2009، ص.80-83

<sup>7</sup> -حجاج سلامة، "مصر الغربية قبله سياحة السفاري في إفريقيا"، صحيفة الحوار المتمدن، العدد1454، بغداد، 2006. ص. 45

11-سياحة الإرهاب: مشاهدة آثار الدمار الذي تحدثه العمليات الإرهابية، أو اغتيال شخصيات سياسية؛<sup>8</sup>

### المطلب الثالث: عناصر الجذب السياحي

أ-المقومات الطبيعية: تمثلا لمقومات الطبيعة قاعدة التنمية السياحية وتتمثل في:

الموقع الجغرافي الجذاب(الاتصال باليابسة والماء، القرب من المواصلات، يضم ثروات سياحية)، المناخ(نقاء الجو، سطوع الشمس، التساقط للغطاء النباتي، الثلوج الثلج)، شكل سطح الأرض(الشواطئ، المناطق المرتفعة المعتدلة، المرتفعات الجبلية، السهول، السواحل)، التركيب الجيولوجي(تكوينات صخرية كالكهوف، المغارات) النظام البيئي(توفر الحياة النباتية، الحيوانية)، المياه(المسطحات المائية رياضة الغطس، التزحلق على المياه وركوب القوارب الشراعية)؛<sup>9</sup>

ب-المقومات الثقافية والتاريخية والأثرية: تتمثل في الآثار بأنواعها، المتاحف، المعارض، العادات، الحرف اليدوية، اللباس التقليدي، كل هذا يثير السياح عشاق الثقافات البشرية؛

ج-المقومات الدينية: تتمثل في المعابد، الكنائس، المساجد، أماكن العبادة؛

د-المقومات البشرية: السكان من حيث العدد، المستوى الثقافي والسمات المميزة كحسن الضيافة، اليد العاملة المؤهلة، مراكز التعليم والتدريب السياحي والفندقي، مشاعر الود والاحترام اتجاه السائح، رغبة السكان المحليين للعمل في قطاع السياحة؛

د- المقومات المساعدة والتكميلية: تتمثل في قدرة البنية التحتية والفوقية على استيعاب الحركة السياحية وتتمثل في: سهولة الوصول، النقل البري والبحري والجوي، خدمات الاتصالات، والخدمات الطبية و مرافق الخدمة العمومية، مراكز الإيواء، خدمات الطعام والشراب، مرافق التسلية، المرافق الرياضية، المرافق الرعاية الصحية، وكالات السياحة، المرشدين السياحيين، المعارض السياحية، توفير الأمن وإشعار السائح بالطمأنينة، التسهيلات

<sup>8</sup>-محي محمد مسعد، مرجع سابق، ص: 84-87

<sup>9</sup>- مرزوق عابد القعيد، بركات كامل النمر وآخرون، مرجع سابق، ص68

الجمركية والضريبية، منظمي الرحلات السياحية، تبسيط إجراءات الدخول والخروج، تبسيط إجراءات الحصول على التأشيرة.<sup>10</sup>

#### المطلب الرابع: سلبيات السياحة على الأقاليم المضيفة

##### ❖ الآثار الاقتصادية السلبية للسياحة:

- أ- التضخم: يؤدي تدفق السياح في منطقة معينة إلى ارتفاع الأسعار(الطلب أكبر من العرض)
- ب- البطالة الموسمية: تعتبر السياحة نشاط موسمي في حالات كثيرة ولهذا المنشآت السياحية تظل فترة دون تشغيل

##### ❖ الآثار الاجتماعية السلبية للسياحة:

- أ- الشعور بالضيق والاستيلاء: ينشأ هذا الشعور نتيجة تواجد السياح الذي يؤدي إلى رفع الأسعار، أو نتيجة التقاليد الموروثة ضد الاختلاط بالأغراب أو نتيجة الحساسية اتجاه دينانهم وهذا يعرقل التنمية السياحية
- ب- الجريمة: نتيجة انخفاض مستويات الدخول للأفراد ومحاولتهم تحقيق مكاسب مادية سريعة بوسائل غير مشروعة فتظهر السوق السوداء، والمستغلين للسائح وبالتالي تشويه صورة البلد المضيف

##### ❖ الآثار الثقافية السلبية للسياحة:

- أصبح اختلاط السياح بالجماعات المحلية سببا في التقليد والتخلي عن القيم والثقافة وعدم توارثها عبر الأجيال<sup>11</sup>

##### ❖ الآثار السلبية للسياحة على البيئة:

تعرض المواقع الأثرية للتدمير نتيجة ارتفاع الضغط السياحي، تلوث الشواطئ عن طريق رمي النفايات، التوسع في الأنشطة السياحية بقطع الأشجار وبالتالي ارتفاع درجة الجو، يتسبب الهواء الملوث(غاز ثنائي أكسيد الكبريت) في تلف المواد الأثرية من الجلد، الورق، المخطوطات، كذلك ما تؤدي إليه أضواء آلات التصوير من زوال لألوان الرسوم أو النقوش الحائطية، التلوث المائي نتيجة قيام المقصد السياحي برمي

<sup>10</sup> - محي محمد مسعد، مرجع سابق، ص 30

<sup>11</sup> -وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص ص: 201-202

مخلفات الصرف الصحي بالمسطحات المائية مما يسبب الأمراض بالإضافة إلى تلوث الفكر والهوية والأخلاق.<sup>12</sup>

## المبحث الثاني: السياحة رهان التنمية

تطورت السياحة كمنشأة إنسانية وحقت مزايا عديدة في كثير من المجالات، حيث يمتد تأثيرها على أداء الاقتصاد القومي ولقد أدى ذلك إلى اهتمام كل من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء بالسياحة والعمل على زيادة عائداتها.

### المطلب الأول: مساهمة السياحة في تحقيق التنمية

#### ❖ الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي

- 1- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: نتيجة توافد السياح وإنفاقهم اليومي مقابل الخدمات السياحية بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية؛
- 2- نقل التقنيات التكنولوجية: إن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الاستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي من خلال نقل أنظمة الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية، إدخال تجهيزات جديدة، تطوير طرق العمل بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة، يمكن للشركات المحلية تقليدها؛
- 3- تنمية العلاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدمية وقطاع السياحة: (تحقيق التكامل): من الممكن أن يؤدي التوسع في إنشاء المشروعات السياحية مثلا زيادة عدد الفنادق إلى زيادة الطلب على المواد الغذائية لإعداد الوجبات، زيادة الطلب على الأسرة وملحقاتها، السجاد وهذا من شأنه أن يؤدي إلى دخول موردين جدد؛
- 4- تحسين ميزان المدفوعات: تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في مشروعات سياحية والميزان السياحي إذا كان موجبا فسوف يزيد من الفائض في ميزان المدفوعات أو يقلل من العجز ولتوضيح هذه الحقائق لا بد من توفر المعلومات

<sup>12</sup>-د.عبد السلام أبو قحف، "محاضرات في صناعة السياحة"، المكتب العربي الحديث للنشر، الإسكندرية، 1992. ص ص: 72-73

الإحصائية المتعلقة بالموازن التجارية وميزان المدفوعات والميزان السياحي وهذا لا يتوفر إلا على مستوى عدد من الدول؛

- 5- الاستثمارات في البنية التحتية: يؤدي الاهتمام بقطاع السياحة وتنميته إلى زيادة الاستثمارات في البنية التحتية: المطارات، الموانئ، الطرقات...
- 6- تمويل الموازنة العامة: يوفر القطاع السياحي مصدرا مهما لتمويل الحكومات من خلال عائدات الضرائب والمتمثلة في: الضرائب على المطاعم وأماكن الإيواء، الضرائب على المبيعات، رسوم الدخول إلى المواقع الأثرية والمتاحف، الحدائق، مراكز التسلية والترفيه...<sup>13</sup>

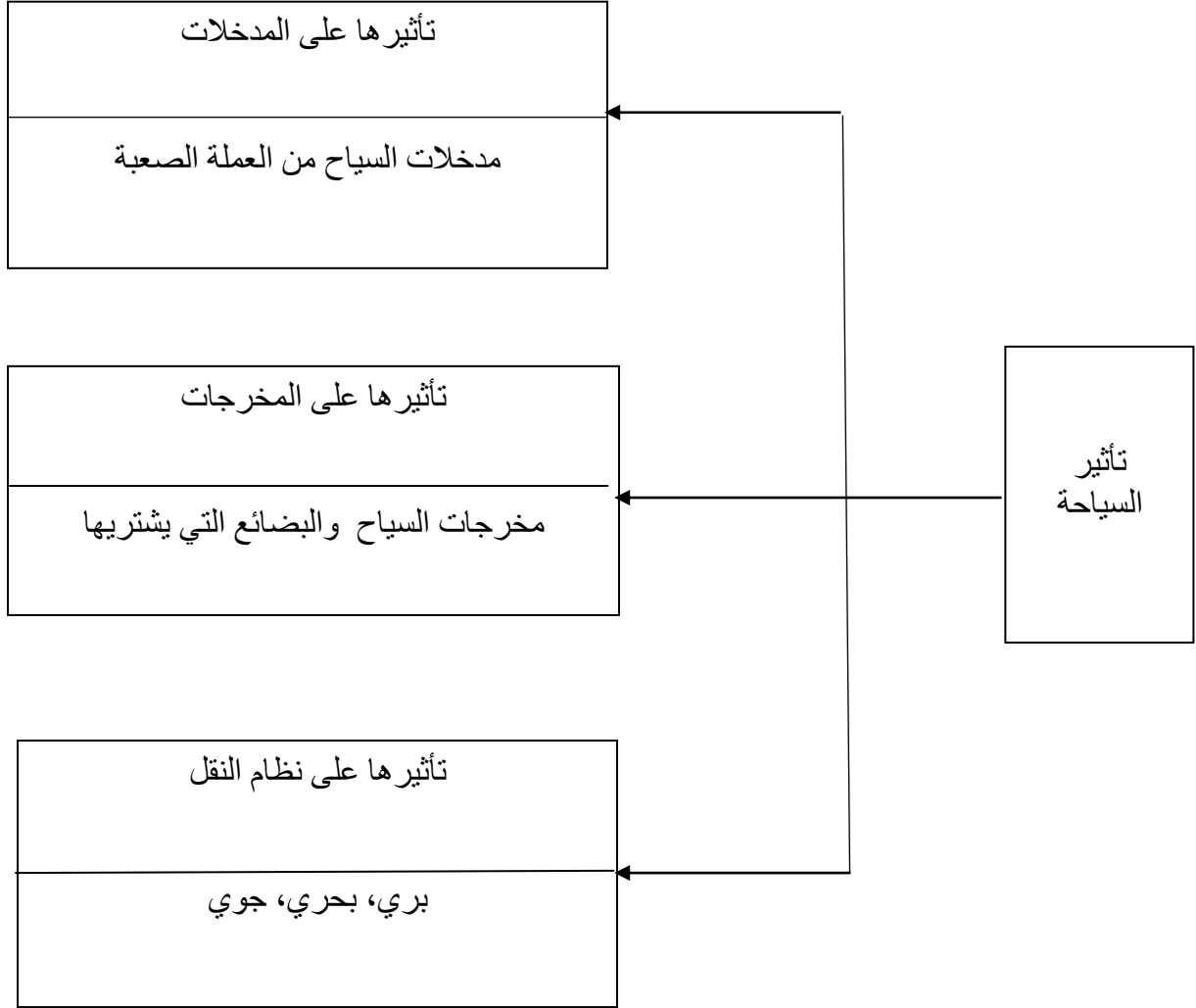
#### ❖ دور السياحة في التنمية الاجتماعية

- 1- العمالة: إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها يساعد في توليد العديد من فرص العمل الجديدة وبالتالي انخفاض نسبة البطالة في المجتمع وارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وبهذا يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والعمالة؛
- 2- المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن بين الأقاليم: في حالة قيام الدولة بتوزيع أو توجيه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة في الأقاليم المختلفة خاصة المتخلفة حضاريا فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم وذلك يؤدي إلى توليد فرص عمل جديدة، تحسين مستوى المعيشة، إعادة توزيع الدخول بين المناطق الحضرية والريفية كما يؤدي ذلك إلى الحد من الهجرة إلى المدن الكبيرة وبالتالي تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة ومعالجة العديد من المشاكل؛
- 3- الانفتاح على العالم الخارجي: (تبادل المعرفة والأفكار): تعمل السياحة على تنمية التفاهم بين الشعوب وتبادل القيم واكتساب الاحترام والتعاون المتبادل كما تعمل على إحياء بعض العادات والتقاليد؛
- 4- التأييد الجماهيري وزيادة الثقة بالقيادة السياسية: (السلام الاجتماعي): إن تطوير وتحديث قطاع السياحة وما يمكن أن يحققه من نتائج إيجابية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية قد يساهم مساهمة بناءة في حل الكثير من المشاكل ومن ثم تزداد درجة الثقة والسلام الاجتماعي في الدولة؛<sup>14</sup>

<sup>13</sup> - نفس المرجع، ص ص: 20-22

<sup>14</sup> وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص 103

الشكل رقم 1: تأثير السياحة على الاقتصاد القومي



المصدر: طه أحمد عبيد "مشكلات التسويق السياحي"، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2010، ص 125

## المطلب الثاني: السياحة عامل للتنمية المستدامة

### ❖ مفهوم السياحة البيئية:

الطريق الوحيد لتوفير حياة آمنة ومستقبل زاهر هو التعامل مع قضايا البيئة والتنمية بطريقة متوازنة تعمل على إشباع الحاجات الأساسية وتحسين مستويات المعيشة للمجتمع. إن الهدف الأساس للتنمية المستدامة هو الوفاء بحاجيات البشر وتحقيق الرعاية الاجتماعية على المدى الطويل مع الحفاظ على الموارد الطبيعية ومحاولة الحد من التدهور البيئي ولتحقيق ذلك يجب التوصل إلى توازن ديناميكي بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة وإدارة الموارد وحماية البيئة من جهة أخرى.<sup>15</sup>

**التنمية المستدامة = التنمية الاقتصادية + التنمية الاجتماعية + السلامة البيئية**

على الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح من حيث زيارة الأماكن الطبيعية والتعرف على تضاريسها ونباتاتها وحيواناتها ونجاح السياحة البيئية يرتبط بما نسميه بالقدرة الاستيعابية للعمليات السياحية الذي يتمثل في أعداد السياح وأنماط الزيارات اليومية وما يقومون به من أنشطة.<sup>16</sup>

### ❖ قواعد السياحة البيئية:

**1-التثقيف البيئي (الوعي البيئي):** الحرص والالتزام عند التعامل مع مكونات البيئة الطبيعية، احترامها والامتناع عن أي سلوك يؤدي إلى الضرر بها؛

**2-تخطيط السياحة البيئية:** تحديد طاقة الاستيعاب للموقع ووضع المقاييس البيئية الخاصة لكل موقع مدعومة بضوابط المراقبة والإشراف مع تطبيق النظم المناسبة للتشغيل كالتوفير في المياه، ترشيد استخدام الطاقة، الإقلال من الهدر...بالإضافة دور السياح من خلال استيعابهم وتنفيذهم للتعليمات السلوكية والإرشادات البيئية؛

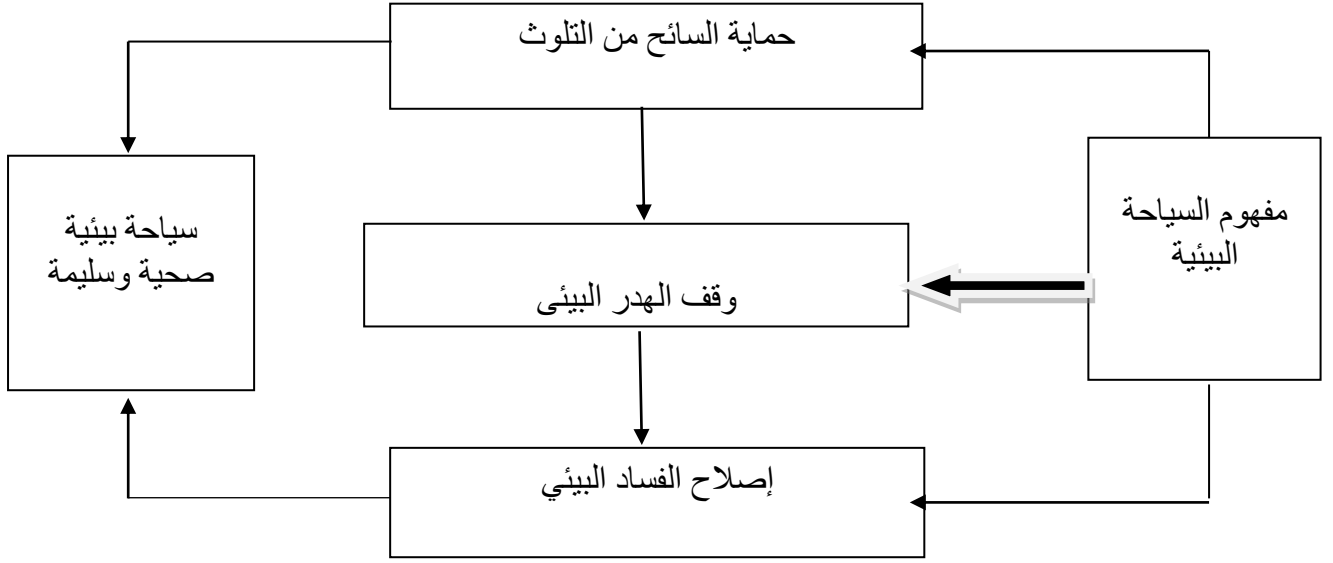
\*السياحة المستدامة تكون بالاستغلال الأمثل للمواقع السياحية من حيث دخول السياح بأعداد متوازنة للمواقع السياحية على أن يكونوا على علم ومعرفة بأهمية المناطق والتعامل معها بشكل ودي.<sup>17</sup>

<sup>15</sup>حمزة دراركة، "السياحة البيئية"، دار الإعصار العلمي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014 ص94

<sup>16</sup>وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص149

<sup>17</sup>حمزة دراركة، مرجع سابق، ص95

الشكل رقم 2: أبعاد مفهوم السياحة البيئية



المصدر: حمزة دراركة، "السياحة البيئية"، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص61

- ✓ حماية السائح من التلوث: من خلال توجيهه إلى المناطق التي لا يتعرض فيها إلى التلوث خاصة البعيدة عن العمران؛
- ✓ وقف الإهدار البيئي: استخدام أنشطة سياحية لا تسبب أي هدر أو تلوث للبيئة؛
- ✓ إصلاح الفساد البيئي: معالجة الإختلالات البيئية لتصبح الأوضاع أفضل وأحسن؛

### المطلب الثالث: التحديات الراهنة التي تواجه صناعة السياحة

- **النمو المطرد:** تظهر الإحصائيات نمو في حركة السياحة على مستوى العالم وكذلك العائد الاقتصادي المتولد نتيجة للأنشطة السياحية وهذا النمو يمثل تحديا كبيرا بالنسبة للدول حيث تسعى كل منها للحصول على أكبر نسبة من هذا النمو؛
- **التقدم في إدارة المعلومات والبحث العلمي:** حيث أن التقدم التكنولوجي وتطبيقاته في مجال جمع وتصنيف المعلومات واستخدامها يمثل تحديا من أكبر تحديات العصر والبحث العلمي أصبح سمة العصر بالإضافة إلى ذلك فمن المعلوم للجميع أهمية المعلومات لقطاع السياحة؛
- **التحدي الاقتصادي:** العمل على الفوز في المنافسة السياحية الدولية والاحتفاظ بالنصيب السوقي ومحاولة زيادته وهذا التحدي يوجب توخي الحذر والأخذ بالأساليب العلمية المدروسة في كل خطوة لذلك يجب التخطيط الجيد والعمل الجاد للدول والاستعانة بالدراسات الاقتصادية الجادة ومزيد من التعاون بين القطاعين العام والخاص من خلال تقديم منتج سياحي عالي الجودة بأسعار أكثر ملائمة وتحسين الخدمات السياحية والتدريب الجيد للعناصر البشرية العاملة في مجال السياحة بشكل عام؛
- **تحديد الطاقة الاستيعابية:** وهي تحديد الحد الأقصى لزيادة الحركة السياحية في الدولة لأن بعد تجاوزه تنقلب السياحة إلى قوة ضارة أكثر منها نافعة؛
- **القضاء على معوقات السياحة:** يقصد بها الجهود المبذولة من أجل القضاء على معوقات السياحة خاصة في الدول النامية والتي تشمل عدم وجود سياسة سياحية عامة وملزمة لجميع القطاعات وكذلك الروتين الإداري ونقص المرافق وغيرها؛
- **تهيئة المناخ الملائم لنمو الحركة السياحية:** يتوقف على مدى توافر الكفاءات الفنية والعلمية في القطاع الحكومي وقطاع الأعمال للعمل على تنمية السياحة تنمية كفيلة بتعظيم فائدة الدولة علاوة على ذلك وسائل تشجيع الاستثمارات السياحية وتوجيهها إلى المناطق ذات الأولوية؛<sup>18</sup>
- **السياحة البديلة والتنمية السياحية المتوازنة والمستدامة:** إن السياحة البيئية يجب أن يكون لها الأولوية في توجيه الدول لأن هذا القطاع أكبر مورد للعمالات الأجنبية وتمثل السياحة المستدامة في الجهود

<sup>18</sup>د. سعيد البطوطي، "شركات السياحة ووكالات السفر"، مكتبة أنجلو المصرية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2010، ص ص 289-290

الهادفة إلى التقليل من التأثيرات البيئية السلبية والمساهمة الفعالة في المحافظة على الخصائص البيئية وضمان الاستمرار بصلاحية استخدامها في المستقبل؛<sup>19</sup>

● **الإرهاب:** يعتبر الإرهاب من أخطر التحديات التي تواجه صناعة السياحة خاصة وأنه أصبح ظاهرة عالمية أدت إلى تغيير كبير في العالم أجمع من حيث العلاقات بين الدول والتدخل في شؤون الدول بحجة مكافحة الإرهاب والإجراءات الأمنية غير العادية في العالم وهذا كله يؤثر بشكل سلبي على حركة السياحة العالمية (انخفاض الطلب، انخفاض الأسعار، انخفاض معدل إنفاق السائح وبالتالي انخفاض العائد الاقتصادي عن النشاط السياحي؛

● **التجارة الالكترونية:** الاقتصاد الرقمي، تقنية المعلومات في عصر الحاسب الآلي ووسائل الاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي للتجارة الالكترونية التي تعتمد على وسائل التقنية، تحويل المعطيات والبيانات عبر شبكة الانترنت. ومثال على ذلك إقدام شركات الطيران على إصدار تذاكر الكترونية لعملائها والتي يحصلون عليها من خلال الحجز الالكتروني عبر شبكة الانترنت، يمكن الدخول إلى موقع شركة الطيران وحجز الأماكن ودفع الثمن وطبع التذكرة دون الذهاب إلى شركة الطيران أو الوكيل السياحي كذلك بالنسبة للفنادق ووسائل النقل.<sup>20</sup>

#### المطلب الرابع: التنمية السياحية

تلعب السياحة دورا هاما في تنشيط وتمويل اقتصاديات كثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية وتختلف درجة مساهمتها في تمويل التنمية الاقتصادية من دولة إلى أخرى تبعا لمدى التطور الحضاري والسياحي من عدمه ولا شك أن التنمية السياحية هي أحد أساليب التنمية الاقتصادية في الدولة.

#### ❖ مفهومها:

يذهب Douglas Bears إلى أنه يمكن تعريف التنمية السياحية بأنها مد أو توسيع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تلي احتياجات السائح وهذا التعريف يقتصر على تنمية العرض السياحي ولكن لا بد أن تشمل التنمية كل من الطلب والعرض لتحقيق التلاقي بينهما لإشباع رغبات السائح والتنمية السياحية أحد أساليب التنمية

<sup>19</sup>حمزة دراركة، مرجع سابق، ص31

<sup>20</sup>د. سعيد البطوطي، مرجع سابق، ص: 292- 294

الاقتصادية عن طريق التنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التقدم وتحقيق الرخاء للمواطنين وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة.<sup>21</sup>

التنمية السياحية هي إحداث التغيير الاجتماعي لكي يتحقق نمو حياة الأفراد والجماعات والمنظمات مما يستوجب العمل على تأهيل هذا المفهوم فكريا تمهيدا لوضع ضوابط تنظيمية وتشريعية تضمن تحقيق هذا التأهيل، تمر عملية التنمية السياحية بعدة مراحل: تبدأ المرحلة الأولى باكتشاف السائحين للمنطقة ومع تزايد إقبال السياح تبدأ مرحلة استخدام المنطقة (ظهور الخدمات والتسهيلات)، تعد من أخطر المراحل من حيث تأثير السياحة على المنطقة (التأثير البيئي) وتلي هذه المرحلة مرحلة التجمد حيث يقل عدد السياح نظرا لتوجههم إلى مناطق سياحية أخرى أي تدخل مرحلة التدهور وقد تلي هذه المرحلة مرحلة التجديد أي القيام بتنمية سياحية جديدة بالاعتماد على مقومات جذب سياحية جديدة أو التحول إلى خط إنتاجي آخر يشبع رغبات السياح، تنمية أي منطقة ينبغي أن يسبقها إقامة بنية المرافق الأساسية، من بين الانتقادات للتنمية السياحية أنه قد تعمل على تدهور البنية الأساسية للمنطقة إذا ما زاد التدفق السياحي عن الحد المسموح به.<sup>22</sup>

تواجه الدول النامية مشاكل عديدة في مقدمتها انخفاض مستوى الدخل الفردي والتخصص في إنتاج وتصدير المواد الأولية والتبعية الاقتصادية للخارج وضعف التصنيع فضلا عن انخفاض المستوى التنظيمي والتكنولوجي. كل هذا أدى إلى تشجيع كثير من الدول النامية على اتخاذ السياحة أداة لتحويل المجتمعات النامية إلى مجتمعات حضرية ذات اقتصاد مختلط يدعم التصنيع، لقد لقي النشاط السياحي باعتباره من عناصر النمو الاقتصادي اهتماما كبيرا في الوقت الحاضر نظرا لتأثيراته على ميزان المدفوعات وتوليد العمالة وتحسين المرافق الأساسية.<sup>23</sup>

#### ❖ أهداف التنمية السياحية:

- تحقيق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية للدولة، ويتحقق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة وذلك برفع إنتاجية الموارد البشرية التابعة لقطاع السياحة؛
- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى؛
- تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة مع محاولة التخلص من الآثار السلبية لها قدر الإمكان؛

<sup>21</sup> وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص 340

<sup>22</sup> د. عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 40

<sup>23</sup> نفس المرجع، ص 42

- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليه؛<sup>24</sup>

### ❖ عوائق التنمية السياحية

- عدم مواكبة العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع للعصر الحديث، مما يتطلب تعديل هذه القوانين ووضع الصياغة التشريعية المناسبة التي تسمح بتطبيق هذه القوانين في القطاع السياحي؛

- تعدد وتضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع السياحية مما يؤدي إلى عرقلة المستثمرين؛

- صعوبة الحصول على العقارات اللازمة لإقامة المشاريع السياحية؛

- صعوبة وتعدد الإجراءات للموافقة على طلبات المستثمر السياحي مما يؤدي إلى تعطل وإقامة الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية؛

- ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الخدمات السياحية، يؤدي إلى رفع سعر الخدمات السياحية ومن ثمة التأثير على الاستثمار السياحي في المستقبل؛

- افتقاد العديد من المناطق السياحية إلى مطارات دولية؛<sup>25</sup>

- انخفاض درجة التدعيم السياحي والخوف من الجديد وعدم إدراك الجدوى الاقتصادية للنشاط السياحي؛

- ضعف مستوى المرافق الأساسية (طرق، اتصالات، صرف صحي)؛

- ضعف الإعتمادات المتخصصة لوزارة السياحة والجهات التابعة لها للقيام بما يلزم نحو التدريب السياحي إلى جانب تجديد للفنادق القائمة وتعميق مجهودات التسويق السياحي الخارجي؛

- نقص الوعي السياحي بين الجماهير، وبين الجهات التي تتعامل مع السائح (الجوازات، الجمارك، البنوك، الموانئ الإعلام، الشركات السياحية)؛

- غياب نظم المعلومات والإحصاء السياحي الجديد وبالتالي لا يمكن تخطيط وتوجيه جهود التنمية وندرة البحوث والدراسات بالجامعات والمعاهد وهذا راجع إلى قلة أعضاء التدريب المتخصصين في مجالات التنمية السياحية؛

---

<sup>24</sup>أحلام خان وصورية زاوي "السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية"، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السابع، جوان، 2010،

- التلوث وذلك لنقص المناطق الخضراء وانتشار المصانع؛
  - عدم وجود سياسة تسويقية بالإضافة إلى تقليدية البرامج السياحية التي تقدم للسائح الغربي؛
  - نقص عدد المكاتب السياحية الجزائرية في الخارج وعجز ميزانيتها عن أداء دورها في تنشيط التسويق السياحي؛
  - غياب الوعي السياحي وانتشار ظاهرة التسول مما تسببه من مضايقات للسائح وتشويه للوجه الحضاري؛
  - نقص الاستثمارات التي توجه للقطاع السياحي مع ارتفاع تكلفتها؛
- ومما سبق نجد أن الجزائر بحاجة ماسة للقضاء على هذه العوائق من أجل تنشيط السياحة؛<sup>26</sup>

### ❖ السياسة المقترحة للتنمية السياحية

- 1- في مجال المؤسسات السياحية: تحديد الهيئات الحكومية التي تتعامل مع النشاط السياحي حتى لا يحدث تضارب في الاختصاصات ولسرعة إنجاز الأعمال؛
- 2- في مجال التشريعات: ضرورة مراجعة كافة التشريعات السياحية المتعلقة بالتنمية السياحية والمجتمعات العمرانية الجديدة، تطوير التشريعات السياحية بما يضمن عدم التضارب بين مختلف الجهات؛
- 3- في مجال العلاقات السياحية الدولية: توفير الاستقرار السياسي والسلام الاجتماعي داخل الأراضي لأن هذا يضمن ويكفل جذب السياحة العالمية، وضع إستراتيجية مستقرة وعلاقات ودية مع القاعدة العريضة للدول المتقدمة (السوق الرئيسي للسياح مثل: أمريكا، اليابان، والدول الغربية)؛
- 4- في المجال الاقتصادي: الاعتماد على الاقتصاد الإنتاجي عن طريق التوسع في مجال الزراعة والصناعة وتشجيع الصناعات الصغيرة والأساسية وإعفاؤها من الضرائب والجمارك، التوسع في إنشاء المشاريع (الفنادق)، استخدام المواد المحلية في البناء بقدر الإمكان بغرض تخفيض التكاليف المستثمرة، دراسة المشروعات السياحية من خلال طرح المشروع السياحي في مسابقات مفتوحة؛<sup>27</sup>

يجب أن توجه أهداف الخطة التطويرية للنشاط السياحي في الدول النامية على زيادة أعداد السياح وعدد الليالي السياحية والعوائد الصافية التي يحققها قطاع السياحة ويتم ذلك من خلال:

<sup>26</sup>د.عبد السلام أبو قحف، مرجع، ص.49-50

<sup>27</sup>نفس المرجع، ص.65

- التركيز على سياحة المتاحف الأثرية والتاريخية والدينية والعلاجية والصحراوية وصناعات البيئة الحرفية أو اليدوية؛
- إنشاء أماكن لإقامة السياح غير وسائل الإيواء الكلاسيكية (الفنادق) المرتفعة التكاليف وذلك من خلال تشجيع إقامة المخيمات، البيوت السياحية التي تكون أقل كلفة من تلك الفنادق؛
- الاهتمام بالسياحة من ناحية تنظيم شروط تعامل الشركات السياحية مع السياح بحيث تتلاءم قدرة هذه الشركات على تقديم خدمات ممتازة للسياح بأسعار معقولة دون الإساءة لسمعة أي دولة سياحيا؛
- أن تتم كافة تحويلات النقد الأجنبي للسياح عن طريق الجهاز المصرفي؛
- عدم تشجيع شركات الفنادق السياحية العامة والخاصة استيراد السلع الاستهلاكية أو لوازم الفنادق من الخارج إذا كان لها مثيل ينتج محليا وفرض عقوبات في حالة المخالفة أو عدم إعطاء تراخيص استيراد لهذه الشركات أو الفنادق، إذ يمكن أن يترتب على تطبيق هذا المبدأ انخفاض أسعار السلع أو المأكولات وغيرها أو استقرارها على نحو يشجع على زيادة تدفق أعداد السياح؛
- عدم التوسع في إنشاء المزيد من الفنادق 5 نجوم وتوجيه الاهتمام إلى الفنادق والمنشآت التي تناسب السياح ذوي الدخل المحدودة مثل بيوت الشباب، البيوت السياحية.<sup>28</sup>

### المبحث الثالث: واقع الاقتصاد السياحي في الجزائر وآفاقه

#### المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر

##### ❖ الجزائر موقع وانتماء

تقع الجزائر وسط شمال القارة السمراء "قارة إفريقيا" وتطل على البحر الأبيض المتوسط، يغلب عليها طابع المناخ المتوسطي من جهة والصحراوي من جهة أخرى (صيف حار جاف وشتاء ممطر معتدل)، تتميز باتساع المساحة التي تقدر بـ 2381741 كيلومتر مربع، تحتل المرتبة 10 عالميا، تمثل قلب المغرب العربي الكبير، ومحور الانتماء

<sup>28</sup>د. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، "أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة"، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص.29-

للحضارة العربية الاسلامية، فهي جسر اتصال ومحور التقاء أوروبا، إفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط. تنقسم الجزائر حسب التباين الطبيعي والبشري إلى 3 أقاليم كبرى متباينة:

➤ **1- إقليم التل:** هو إقليم يضم كل من السهول (كسهل وهران، متيجة، تلمسان) والسلاسل الجبلية (جبال سوق اهراس، جبال الونشريس، جبال جرجرة)؛

➤ **2- إقليم الهضاب العليا (إقليم السهوب):** يضم الأطلس التلي (الشمال) والأطلس الصحراوي الذي يتكون بدوره من (جبال القصور، أولاد نايل والزيبان) والجهة الغربية أكثر ارتفاعا واتساعا من الجهة الشرقية؛

➤ **3- إقليم الصحراء:** مساحته 1987600 كلم<sup>2</sup> أي نسبة 90% من المساحة الإجمالية، أهم الهضاب: هضبة تادميت، بجبال المقار، أعلى قمة جبلية قمة تاهات 2918 م؛<sup>29</sup>

#### ❖ عناصر الجذب السياحي في الجزائر

تزخر الجزائر بمقومات متنوعة ترشحها لكي تكون من الدول السياحية الكبرى في العالم في مقدمتها:

➤ **مقومات طبيعية:** تتمثل في:

- 1- الموقع الإستراتيجي إطلالها على البحر الأبيض المتوسط، وساحل طوله 1622 كلم وليس 1200 كلم (حسب تقرير محافظة السواحل الجزائرية)؛
- 2- مساحة تعادل مساحة أوروبا الغربية بأكملها، صحراء شاسعة وكذا واحات وغابات، بحر بحيرات وأنهار؛
- 3- كثرة المياه الجوفية في إقليم الجنوب الشرقي للصحراء وهذه المياه قد تحول الصحراء القاحلة إلى جنة خضراء عن طريق الاهتمام بالإقليم وحسن التسيير إضافة إلى التمور الجزائرية التي تعتبر من أجود تمور العالم؛
- 4- الثروات الباطنية؛
- 5- الحمامات المعدنية حيث تعتبر الجزائر من البلدان التي تحتوي على عدد كبير من المنابع الحرارية على المستوى العالمي، تتوفر على ما يفوق الـ 200 منبع للمياه الحموية الجوفية من بينها: حمام بوغرة بولاية

<sup>29</sup>عبد الله راببي، الجزائر في عين الرحالة الانجليزي-الجزء الأول- دار الحكمة، الجزائر، 2000، ص 1

تلمسان، حمام بوحجر بولاية عين تيموشنت ، حمام بوحنيفة معسكر، حمام ريغة بعين الدفلى، حمام قرقور سطيف ،حمام الصالحين بسكرة،حمام ربي بسعيدة،حمام مسخوطين بقالة. بالإضافة إلى مركز للعلاج بمياه البحر، و هو عبارة منشأة كبيرة تقع بمدينة (سيدي فرج ) 30 كلمغرب العاصمة.)<sup>30</sup>

### ➤ مقومات تاريخية وثقافية

تعتبر الجزائر الأرض التي احتضنت الإنسان ما قبل التاريخ في مناطق الطاسيلي و الأهقار وعين الحنش تشهد عليها الرسوم الصخرية وبقايا الكائنات البشرية والحيوانية التي تم اكتشافها، تعد كذلك مهد الحضارات التي ما تزال بصمة كل واحدة منها خالدة من الحضارة النوميديّة إلى الفينيقية والقرطاجية والرومانية والإسلامية، إنَّها مدن عريقة بقصور قديمة تبين نمطا معماريا فريدا.

كما تزخر الجزائر بمعالم تاريخية ذات سمعة عالمية تم تصنيفها تراثا للإنسانية مثل:

-**حظيرتي الطاسيلي والأهقار (ولاية إليزي وتمناست):** يعتبران من أهم وأروع الأماكن العالمية منحيت الطبيعة الجيولوجية؛

-**قصر ميزاب:** بغرداية يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية، إذ تحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عنقرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في المنطقة؛

-**تبيازة:** وهي من المدن الرومانية العتيقة.

-**القصبية:** تقع بالجزائر العاصمة، شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى أجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية، وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد؛ كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصييدا هاما من المتاحف، نذكر منها:

-**المتحف الوطني سيرتا:** بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، أنشأ لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بالمدينة خاصة، وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل؛

-متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة، تعرض به حفريات عن أصل الشعوب، وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ، إضافة إلى قطع أثرية إفريقية؛

-المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ وعن علوم الطبيعة وعن أصل الشعوب؛

-المتحف الوطني للمجاهد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية؛

-المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة "الجزائر العاصمة" تعرض به ألوانا منالفن العصري، كالرسم، التصوير، النحت والنقش؛

-المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة "الجزائر العاصمة" يضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية؛

-متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد "باتنة" يضم قطعاً من الفسيفساء وآثار قديمة منها نقود وأسلحة وتمائيل؛

-متحف هيون: يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميديّة الرومانية.<sup>31</sup>

كما تعتبر الصناعة التقليدية والحرف جزءاً هاماً من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري لتكون همزة وصل حضارية تنقل من خلالها المعالم الثقافية للجزائر بالإضافة إلى دورها المهم في تحسين الصورة السياحية للبلد وترقية السياحة، فالصناعات التقليدية تتنوع من منطقة لأخرى في الجزائر لاعتمادها على المواد، الإبداعات، والابتكارات المحلية كصناعة الفخار، صناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز على القماش. وتشير الإحصائيات أن قطاع الصناعة التقليدية حقق قفزة نوعية سنة 2011 نتج عنها خلق ما يقارب 32717 نشاط جديد في نفس السنة، بنسبة زيادة تجاوزت 57% مقارنة بسنة 2010 التي سجلت إنشاء 20822 نشاط. حيث ساهمت هذه الأنشطة الجديدة بخلق 83440 منصب عمل سنة 2011 بنسبة زيادة بلغت 64.58% مقارنة بسنة 2010 (50986)

➤ مقومات مكاملة ومساعدة:

---

<sup>31</sup> مروان صحراوي، "التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي- حالة الجزائر-"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير تخصص: تسويق الخدمات، جامعة تلمسان 2011-2012. ص 111

**أ- البنية التحتية:** امتداد التراب الوطني الجزائري على رقعة جغرافية شاسعة مساحتها 2381741 كم<sup>2</sup>، عائق دفع البلاد إلى مواجهة عجز واضح في شبكة وخدمات المنشآت القاعدية، ولأن عملية تنمية وإنعاش هذه البنية تعتبر أكثر من واجب لدعم الإقتصاد الوطني، عملت السلطات الجزائرية في السنوات الأخيرة جاهدة على النهوض لترقية وتطوير شبكة البنى التحتية، ففي سبتمبر 2000، قدمت الحكومة الجزائرية برنامج عملها الخماسي المعروف "برنامج الإنعاش الإقتصادي 2001-2004" ركزت الحكومة من خلاله على تطوير البنية التحتية خاصة في المناطق الريفية، حيث قامت برصد مبلغ مالي معتبر قدر بـ 142.9 مليار دج أي ما يعادل 1.91 مليار دولار لتحسين البنى التحتية المائية، البنى التحتية الحديدية، الأشغال العمومية، ضمان الأمن في الموانئ، المطارات وفي الطرقات. وتقرر اعتماد برنامج خماسي تكميلي لدعم النمو رصد له غلاف مالي قدر بـ 60 مليار دولار، ويشمل هذا المخطط الجديد خمسة محاور أساسية تمثلت في تحسين ظروف المعيشة، تطوير المنشآت القاعدية، دعم النمو الاقتصادي، تحديث الخدمة العمومية، ترقية تكنولوجيات الاتصال والإعلام الحديثة وواصلت مسيرتها التنموية ببرنامج خماسي للفترة الممتدة من 2010 إلى 2014 قطاع الإستثمارات العمومية نفقات قدرها 21214 مليار دج أي ما يعادل 286 مليار دولار، حيث شمل شقين رئيسيين هما:

- إستكمال المشاريع الكبرى الجاري إنجازها على الخصوص في قطاعات السكك الحديدية والطرق والمياه بمبلغ 9700 مليار دج ما يعادل 130 مليار دولار؛

- إطلاق مشاريع جديدة بمبلغ 11534 مليار دج أي ما يعادل حوالي 156 مليار دولار ب-شبكات

## النقل

**-الطرقات:** سمحت عمليات التطوير التي مست الطرقات للجزائر بجيازة شبكة يقارب طولها 180039 كلم في إحصائيات نشرت سنة 2009 موزعة كما يلي:

الطرق الوطنية 29107 كلم؛ الطرق الولائية 23888 كلم؛ الطرق البلدية 59044 كلم؛ الطرق الحضرية 68000 كلم.

**-السكك الحديدية:** كان للجزائر حتى سنة 2008 شبكة مواصلات حديدية طولها 3766 كم و كتجربة لوسيلة جديدة للنقل، دشن ترامواي الجزائر في شطره الأول على مسافة 7.2 كلم في 08-05-2011 بـ 13 محطة و طريق مزدوج يحوي على 12 مركبة تنقل يوميا 10000 و 15000 شخص وانتقلت نفس العملية إلى مناطق أخرى من الوطن مثل: وهران، قسنطينة، عنابة، سطيف، باتنة، ورقلة، سيدي بلعباس ومستغانم. تضاف لها بعد ذلك 08 مدن أخرى لتصبح 17 منطقة بها الترامواي ، كما لا يستبعد إضافة مناطق أخرى مستقبلا إضافة إلى مشروع ميτρο الجزائر الذي يمتد على مسافة 9.5 كلم

-النقل الجوي: تتوفر الجزائر على 36 مطارا منها 13 مطارا بمقاييس عالمية للرحلات الدولية، تنطلق من 28 ولاية جزائرية ، بإتجاه 47 مدينة في 28 دولة أجنبية، يتكون الأسطول الجوي الجزائري من 24 طائرة لمختلف الإستعمالات الخارجية والمحلية، وانضمت مؤخرا بعض الخطوط الجوية العالمية للسوق الجزائرية على غرار خطوط برلين، الخطوط الجوية الفرنسية، الخطوط الجوية البريطانية الخطوط الجوية التركية،

-الموانئ والنقل البحري و يبلغ عددها حاليا 12ميناء متعدد الخدمات، وتضمن 98 % من مبادلات الجزائر التجارية أربعة منها متخصصة في تصدير المحروقات ويتكون الأسطول البحري من 74 وحدة منها 5لنقل المسافرين، و 5 ناقلاتبتروولية و 9 ناقلات للغاز المميع و7بواخر صهريج لنقل المواد الكيماوية.<sup>32</sup>

المطلب الثاني: التحليل الاستراتيجي لقطاع السياحة في الجزائر بتطبيق نموذج SWOT

#### ❖ نقاط القوة:

-مساحة تقدر ب 2381741 كلم<sup>2</sup>، أكبر منطقة في إفريقيا والعالم العربي؛

-موقع استراتيجي وتنوع طبيعي " بحر، جبال، صحاري"؛

-ساحل طوله 1622 كلم، والذي يعزز تنمية السياحة الشاطئية؛

-وجود أكثر من 200 من الينابيع التي تعزز تنمية السياحة الحموية؛

-ثرات تاريخي وثقافي هام؛

-صحراء تمثل ما يقرب 5/6 من الإقليم وهذا ما يسمح بتطوير السياحة الصحراوية؛

-القرب من أوروبا؛

-الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج تقدر حوالي 3 مليون؛

-خطة إستراتيجية طموحة للمستقبل "SDAT"؛

## ❖ نقاط الضعف:

- نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام PIB ضعيفة جدا 2,5%؛
- يصنف النشاط السياحي في الجزائر من الأنشطة الأكثر ضعفا بين 12 بلد من بلدان البحر الأبيض المتوسط؛
- عجز من حيث القدرة الاستيعابية "ضعف هياكل الاستقبال والترفيه" كما ونوعا؛
- عجز من حيث نوعية المطاعم؛
- عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي؛
- عدم كفاية المصارف والخدمات المالية وعدم تأقلمها وفق السياحة الحديثة؛
- نقص في اليد العاملة المؤهلة نظرا لضعف المستوى التعليمي، غياب المعاهد والكليات ومراكز التدريب في المجال السياحي؛
- غياب ثقافة السياحة؛
- إعلانات غير كافية، وشلل المواقع الإلكترونية؛
- رداءة الخدمات الفندقية؛
- برامج عطل بدائية "غياب الحس السياحي"؛
- صعوبة إجراءات الدخول إلى الأراضي الجزائرية "البيروقراطية"؛
- ضعف البنية التحتية والفوقية وافتقارها للمواصفات العالمية؛
- غياب دراسات التسويق المناسبة؛
- إهمار قيمة الدينار الجزائري وضعف القدرة الشرائية؛

## ❖ الفرص

- سوق قابل للتوسع؛

-احتواء الجزائر على إمكانيات كبيرة ومتنوعة للاستغلال "صحراء، شواطئ، جبال، تراث ثقافي وتاريخي

متنوع

-الجزائر وجهة جديدة للاستكشاف؛

-تمثل الجزائر بلد التاريخ بالنسبة للعشرية السوداء وبالتالي عينة دولية تؤخذ بعين الاعتبار؛

-السياحة الخضراء عن طريق الاهتمام وحسن استغلال الطبيعة "إجازات في الريف"

-تنمية التجارة الالكترونية؛

-المجتمع العالمي في السنوات المقبلة سيتألف من كبار السن وبالتالي تطوير العروض وفقا لاحتياجات هذه الفئة

من الأعمار؛

#### ❖ التهديدات

-منافسة قوية من طرف المغرب وتونس؛

-الإرهاب والهجمات وانعدام الأمن؛

-التعرض للمخاطر الجيوسياسية؛

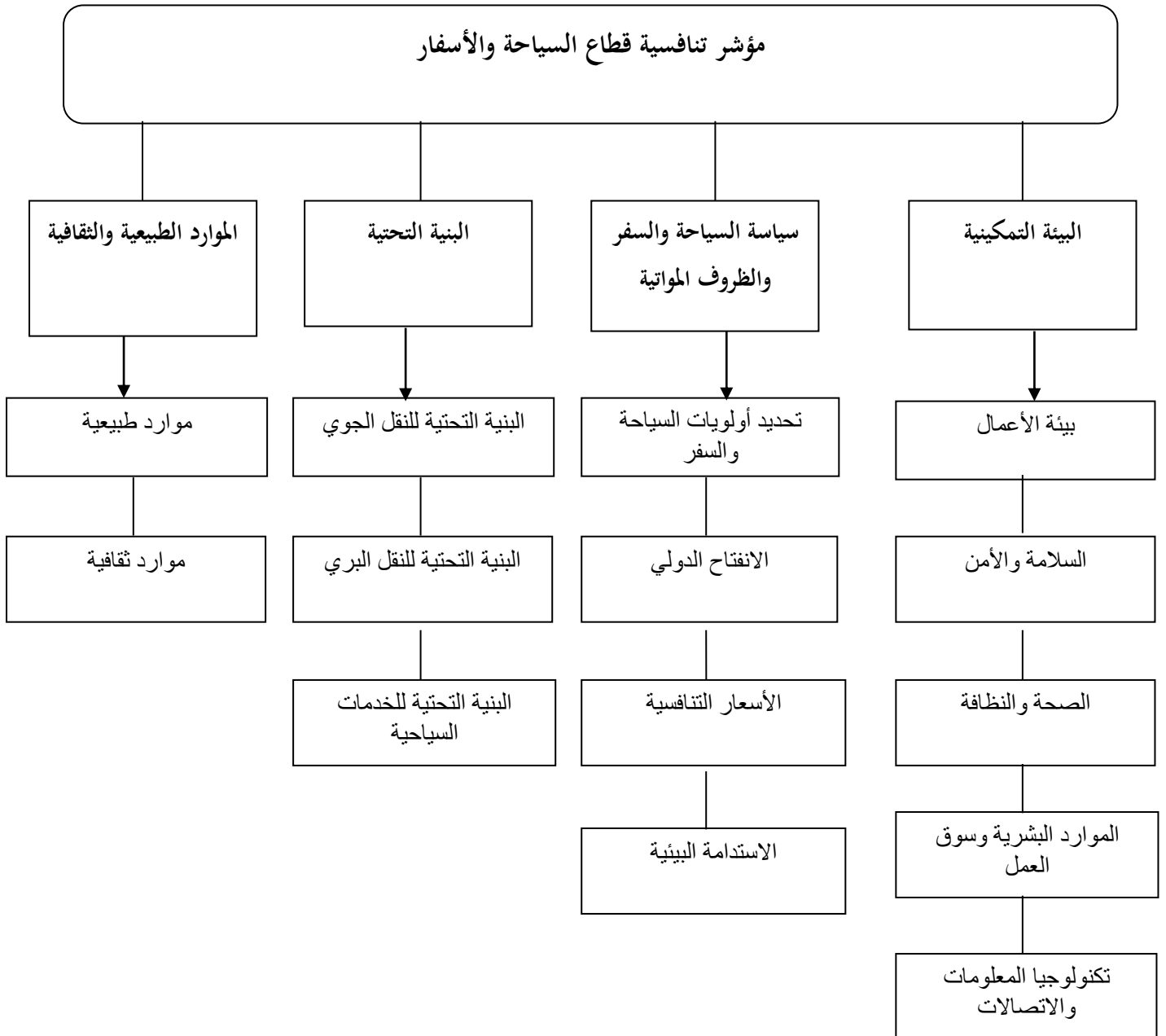
-تباطؤ النشاط السياحي العالمي؛

-جهل المنتج السياحي الجزائري.<sup>33</sup>

### المطلب الثالث: المؤشرات الحالية لقطاع السياحة في الجزائر (واقع وآفاق)

❖ مؤشر القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار

الشكل رقم 3: مكونات مؤشر القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار



**Source: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015**

صدر تقرير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار و السياحة لسنة 2015، عن المنتدى الإقتصادي العالمي بالتعاون مع العديد من المنظمات الدولية في مجال البيانات والإحصاءات المتعلقة بقطاع السفر والسياحة بهدف التعرف على القضايا المتعلقة بالقدرة التنافسية لدول العالم في هذا القطاع وكيفية التصدي لها وقد اعتمد هذا التقرير في تحليله لتنافسية قطاع السياحة و الأسفار في الدول المشاركة، و البالغ عددها 141 دولة على 14 مؤشرا. ومن الجزائر شارك في التقرير مركز البحث في الإقتصاد التطبيقي للتنمية (CREAD) من خلال كل من محمد ياسين فرقة خالد منة. وكشف التقرير أن الجزائر تعتبر من بين أسوأ الوجهات السياحية في العالم رغم المؤهلات الطبيعية والثقافية التي يقر بها نفس التقرير. حيث جاءت في المرتبة 123 من أصل 141 دولة شملها التصنيف. وسنرى ذلك من خلال الجدول التالي:

**الجدول رقم 1: ترتيب دول شمال إفريقيا وفق مؤشر القدرة التنافسية، تقرير 2015**

الترتيب العالمي	الترتيب المحلي	
62	1	المغرب
79	2	تونس
83	3	مصر
123	4	الجزائر
137	5	موريطانيا

**Source: World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015**

وأرجع ذات التقرير احتلال الجزائر لهذه المرتبة المتدنية والكارثية، سواء مقارنة بالدول العربية أو على المستوى العالمي إلى المخاوف المتعلقة بالوصول إلى الأسواق إلى جانب ضعف الترويج للمنتج السياحي المحلي رغم الثروات الطبيعية التي تزخر بها البلاد، والتراث الثقافي والتاريخي. بينما كان الفضل لمستوى الأداء الذي حققته المغرب في دفعها نحو المرتبة الأولى في شمال إفريقيا بترتيب عالمي جعلها تتربع في المركز 62 عالميا متبوعة بكل من تونس ومصر في المرتبة 79 و 83 عالميا، لتكون موريطانيا الدولة الوحيدة بعد الجزائر بمركزها الـ 137 عالميا. وأشارت الدراسة إلى أن

الاضطرابات السياسية الحالية في العديد من دول شمال أفريقيا والدول العربية قد يكون لها تأثير سلبي على الوضع العام. على الأقل في المدى القصير.

الجدول رقم 2: ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الجزئية المكونة لمؤشر القدرة التنافسية لقطاع الأسفار

ترتيب الجزائر عالميا	الجزائر	تونس	المغرب	المحاور	
121	3,78	4,42	4,73	بيئة الأعمال	البيئة التمكينية
95	4,90	4,86	5,83	السلامة والأمن	
84	4,97	5,16	4,54	الصحة والنظافة	
109	4,04	4,31	4,05	الموارد البشرية وسوق العمل	
105	3,09	3,94	4,03	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	
139	2,74	4,91	5,27	أولويات الأسفار والسياحة	سياسة الأسفار والسياحة والظروف المواتية
137	1,51	2,38	2,56	الانفتاح الدولي	
10	5,50	5,61	4,94	الأسعار التنافسية	
113	3,51	4,22	4,09	الاستدامة البيئية	
113	1,98	2,53	2,86	البنية التحتية للنقل الجوي	البنية التحتية
121	2,56	3,02	3,48	البنية التحتية للنقل البحري	
138	2,03	4,54	4,44	البنية التحتية للخدمات السياحية	
127	2,04	2,36	3,11	الموارد الطبيعية	الموارد الطبيعية والثقافية
50	2,05	1,58	2,51	الموارد الثقافية	

والسياحة مقارنة مع المغرب وتونس حسب تقرير 2015

Source: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

ملاحظة:

أخضر داكن: أداء قوي جدا

أحمر داكن: أداء ضعيف جدا

الأصفر: أداء متوسط

تبين تقديرات المنتدى الاقتصادي العالمي أن الجزائر لا تزال متأخرة في أغلب المجالات الداعمة للقطاع السياحي مما يجعلها وجهة غير سياحية مما يستوجب عليها إعادة النظر في تلك السياسات والأطر التشريعية بغية تحسين الأداء التنافسي كما لم يخفي التقرير ضعف بيئة الأعمال والبنى التحتية الجزائرية والتي تعتبر عصب القطاع و العملية السياحية، وما مركزها الـ 113 إلا خير دليل على ذلك، ولم تشفع المراتب المتقدمة للموارد الطبيعية والثقافية الجزائرية ذات الطابع العالمي للجزائر أنتنجو من المراتب المتأخرة ضمن مؤشر الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية حيث احتلت المركز 127 في ظل النظرة الحالية للسياحة في الجزائر وعدم تميمها لمؤهلاتها السياحية لتصبح نقاط جذب عالمية، فهي تبقى بعيدة كل البعد عن الدول والوجهات السياحية، لذا يجب عليها الأخذ بأخلاقيات المهنة واعتماد فلسفتها والإفتتاح عليها، شرط أن يكون من خلال إستراتيجيات منظمة ومنضبطة، وعموما يبقى الوضع العام للسياحة في الجزائر وفقا لتقرير التنافسية لسنة 2015، سيئا للغاية ما يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع، وذلك من خلال تحرك متكامل ومشارك من كافة الهيئات الحكومية والخاصة، والأفراد العاملين في القطاع والسكان باعتبارهم جزء مهم من المحيط الذي تقوم فيه الأنشطة السياحية.

#### ❖ واقع مساهمة قطاع السياحة في النمو الاقتصادي

الجدول رقم 3: ترتيب الدول حسب مساهمة قطاع السياحة في النمو الاقتصادي مقارنة مع المغرب وتونس

إحصائيات 2014

الترتيب	الدول	المساهمة النسبية % 2014
28	المغرب	8,1
33	تونس	7,4
91	الجزائر	3,5

Source: World Travel & Tourism concil

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في PIB ضعيفة مقارنة بدول الجوار المغرب وتونس ومن المتوقع أن ترتفع إلى 6,0 % سنة 2015.

#### المطلب الرابع: استراتيجيات التنمية السياحية في الجزائر

من الصعب أن تجد الجزائر مكانها في سوق سياحية تنافسية، لهذا تسعى الدولة إلى اعتماد إستراتيجية موثوقة مقارنة بالإمكانيات القائمة، من حيث الأهداف، التشريع الجزائري يؤكد إرادة الدولة في الحفاظ على البيئة وتحسين نوعية الحياة وتعزيز وإدامة عاصمتنا الطبيعية والثقافية،

السياسة الجديدة للسياحة تعتمد أساسا على تنمية المناطق والأقاليم على أساس قوتها وجاذبيتها، فهي تهدف إلى تحقيق أهداف رئيسية:

✓ تحسين توازن الاقتصاد الكلي: فرص العمل، النمو، التوازن المالي والتجاري والاستثمار

✓ الاهتمام بالقطاعات الأخرى والتأثير عليها: الزراعة، الحرف اليدوية، النقل، الخدمات، الصناعة...

✓ مساعدة التنشئة الاجتماعية للتبادلات والانفتاح: على الصعيدين الوطني والدولي.

الدولة الجزائرية اعتمدت عدة سياسات لتعزيز قطاع السياحة سنة 2011 ووجهت رؤيتها نحو السياسة العامة التي تشمل جميع القطاعات النشطة في الاقتصاد الوطني، وهذه السياسة الجديدة تلخص في:

#### ❖ المخطط الوطني لهيئة الإقليم Schéma directeur d'aménagement du territoire

SNAT وضعت وحددت بواسطة قانون 01-2012 ديسمبر 2001، تتعلق بتنمية الإقليم والتنمية المستدامة تكفل تنفيذ مخططات إدارة البنية التحتية والخدمات المتعلقة بالمصلحة الوطنية "SDGISCIN"، وسائل التنمية المتناسقة للإقليم الوطني ومناطقه.

SNAT هو فعل من خلاله تعرض الدولة مشروعها الإقليمي وتظهر كيفية ضمان-في إطار التنمية المستدامة- التوازن الثلاثي: العدالة الاجتماعية، الكفاءة الاقتصادية، والاستدامة البيئية في جميع أنحاء البلاد للسنوات 20 القادمة 2030.

عبرت الدولة عن رغبتها الشديدة في تنظيم الأراضي في إطار التنمية المستدامة، وللقيام بذلك قامت بإعداد جهاز تشريعي وتنظيمي والذي يحدد: أدوات تنمية الأراضي (الإقليم)، برامج عمل، الموارد الاقتصادية والمالية لتنفيذها.<sup>34</sup>

والآن ننتقل إلى الإستراتيجية الحالية للدولة الجزائرية بخصوص السياحة والتي هي جزء من مكونات **SNAT** المسماة **SDAT** المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الذي يترجم فكر الدولة التي ترى قطاع السياحة كطرف فاعل في الاقتصاد الوطني.

## ❖ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية Schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2030

سياسة التنمية السياحية بحلول 2030، اعتمدها الحكومة في فيفري 2007 استنادا إلى تشخيص يسمح بتحديد أشكال السياحة للتطوير كالسياحة الشاطئية، الصحراوية، الثقافية، الرياضية، الاسترخاء والاستجمام الرعاية الصحية... والإستراتيجية المرجوة تتجه نحو:

- تحسين نوعية عرض المنتج السياحي؛
  - الحفاظ على الثروات والأماكن؛
  - الحوار والتعاون مع جميع الشركاء وأصحاب المصلحة في السياحة؛
- تتمثل أهدافها في:

### ● جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي:

- تعزيز بديل لقطاع المحروقات وتنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية،
- إعطاء الجزائر مستوى سياحي عالمي وجعلها مقصد التميز الرائد في منطقة البحر الأبيض المتوسط معتمدة على إمكانياتها المتنوعة.<sup>35</sup>

### ● دفع القطاعات الأخرى:

- التأثير على القطاعات الأخرى: الفلاحة، **BTP**، الصناعة، الحرف، الخدمات...؛

- النظر إلى السياحة على أنها تضم مختلف العوامل (النقل، البيئة، تخطيط المدن، التنظيم المحلي، التدريب)؛

- يجب أن تكون منسقة مع السياسات في القطاعات الأخرى.

● **الجمع بين تعزيز السياحة والبيئة:**

إدماج مفهوم الاستدامة في جميع أنحاء سلسلة التنمية السياحية (التعاون الاقتصادي والاجتماعي والبيئي).

● **تعزيز التراث التاريخي والثقافي والديني:**

لأنها تمثل العناصر المكونة لتراث الإقليم، والتي تمثل صورته وجاذبيته.

● **تحسين صورة الجزائر:**

يهدف برنامج بناء صورة الجزائر إلى إجراء تغيير في النظرة لجعل السوق الجزائرية سوقا هامة تتوافق مع احتياجات المستهلكين الدوليين.

وتشمل الإستراتيجية هيكلية الوجهة السياحية أي:

- منافسة دوليا؛

- قدرة على تلبية الاحتياجات؛

- منتجة اقتصاديا واجتماعيا؛

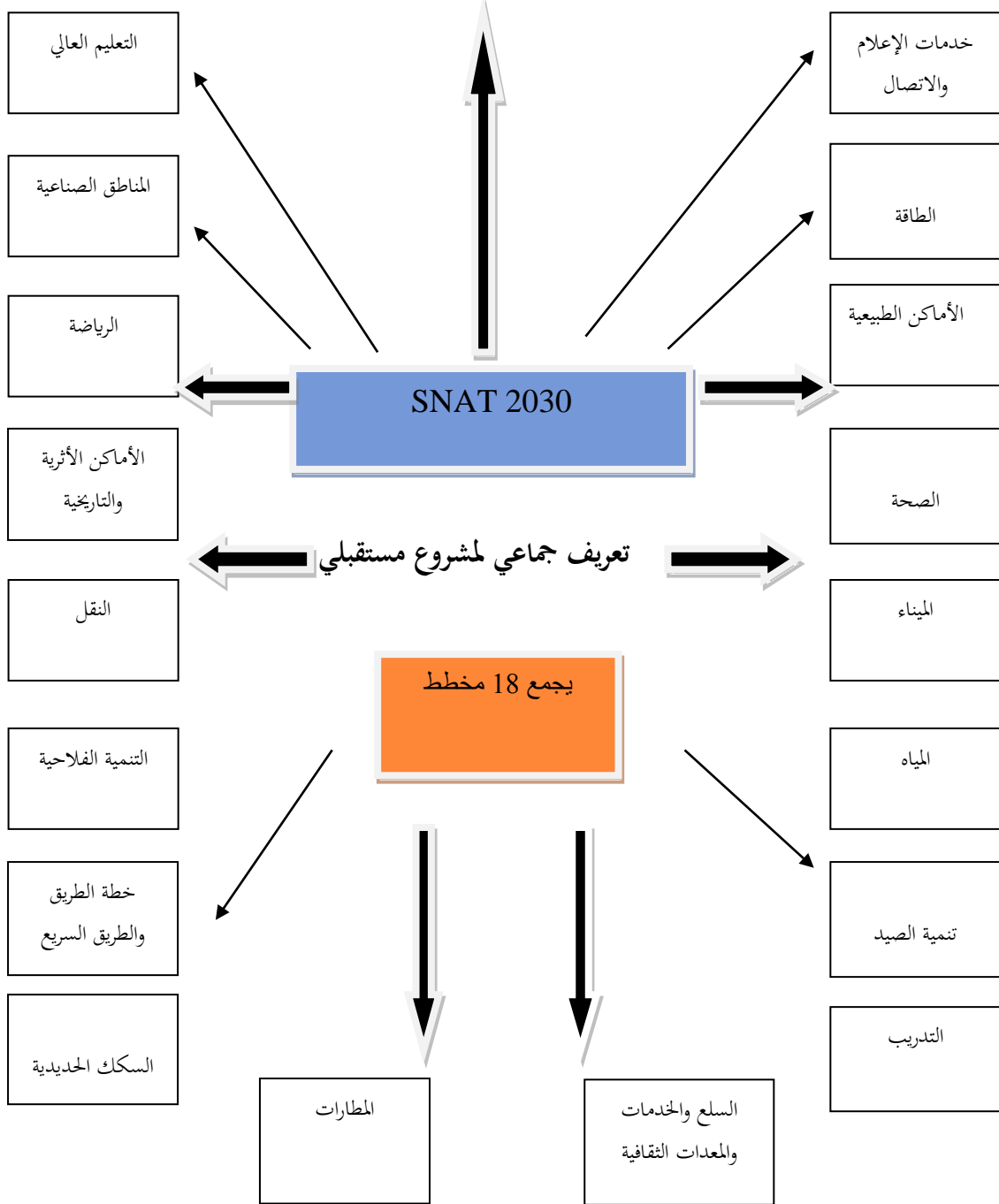
وهذا يعني:

- وجود عرض سياحي متنوع ومبتكر؛

- ظهور مراكز سياحية قوية معترف بها دوليا كنماذج مرجعية؛

الشكل رقم 4: موقع SDAT في هندسة SNAT "2030"

المخطط الوطني لهيئة الإقليم SNAT 2030



Source: Ammi Moussa Linda: "présentation SDAT 2030". Formation des inspecteurs de tourisme session septembre 2013.

## خلاصة الفصل:

يتضح مما سبق بأن السياحة أصبحت أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في العالم المعاصر، فبعد أن كان النشاط السياحي يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء، أصبحت ظاهرة جماهيرية خاصة في البلدان الأكثر نمواً وغدت في متناول مختلف فئات الناس نظراً لتحسن المستوى المعيشي وظروف العمل وتطور المواصلات والاتصالات وظهور الحاجة إلى التغيير والترفيه أثناء العطل والإجازات، الأمر الذي أسهم في تنوع أنماط السياحة تبعاً لتعدد رغبات السياح وأيضاً بحسب المستويات الاقتصادية والتكنولوجية التي وصلت إليها المناطق السياحية

والسياحة صناعة لها أهمية خاصة، حيث يمتد تأثيرها على أداء الاقتصاد القومي باعتبارها نشاطاً حركياً وفعالاً يشمل جميع الأنشطة في الدولة، وتبرز أهمية السياحة بالنسبة للدول التي تهدف إلى تحقيق التنمية وتحتاج إلى فائض من العملات الأجنبية تستعين به في تمويل مشروعاتها، لذلك تعتبر عملية التنمية السياحية عند كثير من الدول من القضايا المعاصرة كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي وكذلك بما تضمنه من تنمية حضارية شاملة كافة المقومات ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة التنمية الاقتصادية

من خلال ما تعرض له المبحث الثالث، الذي تناول محاولة لتشخيص واقع القطاع السياحي الجزائري، وآفاقه المستقبلية نلاحظ أنه على الرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية طبيعية هائلة، وتراث حضاري وثقافي ثمين، إلا النشاط السياحي فيها لا يزال بعيداً عن تحقيق الأهداف المرجوة منه كصناعة قائمة بحد ذاتها، حيث يتواجد القطاع ضمن رتب متأخرة جداً عالمياً من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي للبلاد راجع ذلك إلى ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري، والذي تشير آخر التصنيفات العالمية أن الجزائر تعرف وضعاً كارثياً في هذا المجال، نتيجة الضعف الكمي والنوعي للخدمات السياحية بها، إضافة إلى الطرق التي تبنتها الدولة منذ الاستقلال والتي أبانت عن الفشل الذريع للسلطات الجزائرية في الرقي بالقطاع السياحي على غرار دول الجوار الرائدة، لهذا أطلقت الجزائر خطة تنمية شاملة للقطاع السياحي ممثلة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لتطوير السياحة الوطنية وترقيتها.

ولا بد من أن نعترف بأن هذا النشاط السياحي مسؤولية وطنية وقومية شاملة تتطلب تعاون كل الجهات الرسمية وغير الرسمية للارتقاء بها إلى مستوى العالم وينبغي لجميع أصحاب المصلحة في التنمية السياحية حماية البيئة

## الفصل الثاني

آليات تنمية وتطوير قطاع السياحة في الجزائر

تمهيد:

حظيت السياحة بأهمية متميزة لدى الباحثين وصانعي القرار في معظم دول العالم نظرا لما لهذا النشاط من آثار على التنمية الاقتصادية والاجتماعية مما يستوجب التفكير والعمل على كيفية استغلال الإمكانيات السياحية على أكمل وجه، حيث سعت العديد من دول العالم النامية إلى النهوض بهذا القطاع وجعلت منه إحدى الخيارات الرئيسية لإخراج شعوبها من التخلف

إن وجود المقومات السياحية دون المقدرة على استغلالها في جذب السياح لا يسهم في دعم الاقتصاد المحلي وإنما يجب مواجهة مشاكل القطاع السياحي وإعطائه دفعا جديدا.

وتعتبر التنمية السياحية في الجزائر ضرورة ملحة لمواجهة مرحلة ما بعد البترول والعمل على إيجاد الظروف الملائمة لقيام صناعة سياحية جزائرية وتطويرها بما يخدم التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، ولتحقيق هذه الغاية لابد الاهتمام بالإمكانيات الطبيعية والبشرية من خلال تفعيل دور الإعلام وتطوير التعليم والتدريب في المجال السياحي، وتوفير الأمن والاستقرار، ودعم الاستثمارات و تشجيع تطبيق السياحة الإلكترونية ورسم إستراتيجية تسويقية فعالة لترقية المنتج السياحي الجزائري إلى المستوى الذي يجعله قادرا على المنافسة في السوق الدولية

وفي هذا الفصل سيتم التطرق إلى آليات تنمية وتطوير قطاع السياحة، حيث تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث: الأول، تنمية الوعي السياحي وتكوين كوادر بشرية مؤهلة، ويتناول المبحث الثاني الاستثمار السياحي كأحد متطلبات النمو الاقتصادي، أما المبحث الثالث حول السياحة الإلكترونية.

## المبحث الأول: تنمية الوعي السياحي وتكوين كوادر بشرية مؤهلة

إن البلدان النامية بالرغم من تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب عدد السياح لاسيما من حيث المواقع السياحية الثقافية وأسعارها المنخفضة إلا نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها لأن القطاع السياحي مازال يواجه قيود كبيرة من بينها قلة الوعي السياحي وضعف اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة ولتجاوز ذلك لابد من الاهتمام بالإعلام والتعليم والتدريب وتوفير الأمن والأمان

## المطلب الأول: دور الإعلام في نشر ثقافة السياحة

تشكل وسائل الإعلام بأدواتها المختلفة واحدة من أهم المؤثرات على الرأي العام المحلي والدولي إذ أن قدرتها على الوصول إلى الجمهور بأطيافه المتعددة وبسرعة فائقة جعل منها مطلبا ملحا لجميع الأنشطة ومن هذا المنطلق تعد حاجة السياحة للنشاط الإعلامي جزء لا يتجزأ من صناعة السياحة وتظهر حقيقة ذلك في دوره الحيوي في تحقيق الوعي بأهمية السياحة في المجتمع وتشكيل الثقافة السياحية لدى أفرادها بما في ذلك التعريف بطرق التعامل مع السائح والبيئة إضافة إلى المساهمة في تسويق السياحة

أصبحت هناك حاجة ماسة لأن يسهم المتخصصون من الأكاديميين والمهنيين في التعريف بمنهجية علمية لتدريس وممارسة الإعلام السياحي، هذه الأهمية تتضاعف عندما تكون الجهات المعنية بالسياحة تملك رؤية ورسالة واضحة وواعدة، فالإعلام والسياحة اليوم يرتبطان بعلاقة وثيقة لأن الإعلام أحد وظائفه تقديم الترفيه للجمهور وذلك من خلال بث المواد المتعلقة بالأنشطة السياحية، كما أن السياحة لا يمكن أن تتطور بمعزل عن الاتصال مع العالم كما أن الإعلام هو الوسيلة الأسرع والأنجع تأثيرا في مجال نشر التوعية والتثقيف السياحي لدى المجتمعات المستضيفة<sup>36</sup>

## ❖ الفرع الأول: تعريف الإعلام السياحي

هو كافة الجهود الإعلامية الموضوعية والمبدولة من الجهات الرسمية أو غير الرسمية لتحسين صورة السياحة أو تنمية الصورة السياحية لدولة ما أو منطقة ما لدى أسواق أو جماهير معينة باستخدام الوسائل الإعلامية بغرض جذب انتباه واهتمام السياح المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها

ويعرف كذلك بأنه مجموعة أوجه النشاط التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية لتكوين قاعدة معرفية سياحية لدى الجمهور للتأثير في اتجاهاته وأفكاره ومن ثم التأثير في سلوكياته نحو السياحة لاجتذاب أكبر عدد ممكن من السياح من داخل وخارج البلاد عن طريق وسائل الإعلام المختلفة بهدف:

د.عباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، "الإعلام السياحي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011، 36 ص.11-12

-تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية

-للإقناع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل جذب أكبر عدد من السياح<sup>37</sup>

### ❖ الفرع الثاني: أهداف الإعلام السياحي

1-أهداف داخل الدولة: مثل إبراز الآثار الاقتصادية والاجتماعية الإيجابية للسياحة ورفع مستوى الوعي بين أفراد المجتمع ومواجهة المنافسة

2-أهداف خارج الدولة: مثل إبراز عناصر الجذب السياحي ومناقشة طبيعة الواقع السياسي للمجتمع واستقراره وإبراز الجهود المبذولة في الحد من تأثير بعض القضايا كالعنف والإرهاب على النشاط السياحي وجذب الاستثمارات الأجنبية وتوعية المستثمرين بفوائد الاستثمار في المقومات السياحية للبلد، لهذا يجب:

-وضع خطة إعلامية تهدف إلى الاتصال بكافة فئات الجمهور والتأثير عليهم لصالح السياحة

-مراقبة الاتجاهات السائدة في السياحة العالمية ومحاوله مواكبتها ومسايرة المواد الإعلامية لها ومنافستها

-توعية وإرشاد السائح بأساليب التعامل الأنسب مع البيئة وثقافة المجتمع

-النهوض بالوعي الاجتماعي بصناعة السياحة وتطوير قابلية المجتمعات المضيفة، تعد الانترنت أقوى وسيط اتصالي يمكن استخدامه للوصول إلى جماهير كبيرة ومتنوعة، وتعد المواقع السياحية على الشبكة من أبرز الطرق للاستفادة منها في المجال السياحي<sup>38</sup>

### المطلب الثاني: التعليم كاستثمار في المورد البشري

ويقصد بالتعليم توفير المناهج الدراسية المتخصصة في مجال السياحة بشكل عام في المدارس والمعاهد والكليات الجامعية والتي من شأنها تعزيز قدرة الطلبة على تقييم أهمية القطاع السياحي ومدى التفاعل معه بحيث تمكن هذه المناهج من خلق الوعي لدى الطلبة بقيم السياحة والإحساس بها لإيجاد حالة من التعود والانسجام.

-المرجع نفسه، ص.3750

-المرجع نفسه، ص.54-3855

لهذا تخصص الدولة سنويا مخصصات مالية ضخمة لقطاع التعليم وذلك لرفع معدلات النمو الاقتصادي، تحقيق العدالة في توزيع الثروة، تقليص مستويات الفقر البشري، الحفاظ على البيئة وتقليص معدلات الجريمة. حيث شبه آدم سميث العامل المتعلم بالآلة المتطورة التي تسهل العمل وتختزل الجهد والوقت ورأى أن التعليم أداة فاعلة للقضاء على الفساد لذلك طالب الحكومة بالعناية بالتعليم.

وأكدت العديد من الدراسات وجود علاقة إيجابية ما بين مستوى تعلم الأفراد وأجورهم، استنتاج دراسة Alia Ahmed في واحدة من أفقر بلدان العالم "بنغلادش" أن التفاوت في الالتحاق بالتعليم الثانوي يعد السبب الرئيسي لتفشي ظاهرة الفقر في "بنغلادش" ذلك أن ارتفاع تكلفة التعليم الثانوي، يضطر الأسر الفقيرة لسحب أبنائهم من المدارس.<sup>39</sup>

كلما كان التعليم مرتفع كلما كانت فرص العمل أكبر وهذا يساهم في ارتفاع الدخل وهذا الأخير يحفز الأفراد للقيام بنشاطات صحية واستهلاك جيد من الأغذية، أما تدني مستوى التعليم يترتب عنه تفاقم ظاهرة البطالة وهو ما قد يؤدي إلى حالات الإدمان وظاهرة الجريمة والفساد(وهذا يؤثر سلبا على السياحة)، فإن إصلاح التعليم قصد غرس المثل الأخلاقية والحد من التسرب المدرسي يعد مطلبا ملحا في سبيل تقليص الجريمة لأن النتيجة هي تكبد خسائر فادحة تهدد الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي.

وينظر للتعليم أهم وسيلة لنقل ثقافة المجتمع بين الأجيال المتعاقبة أي الانفتاح على ثقافات الغير من أجل غرس فكرة التعايش بين الثقافات (هدف السياحة)<sup>40</sup> المنطقة العربية رغم أنها تضم 22 اقتصاد متنوع إلا أن اقتصادها لا يعبر حقيقة عن كل ذلك وإذا ما قورنت المنطقة بدولة واحدة من النمر الآسيوية فقط مثل كوريا الجنوبية التي لا تزيد مساحتها عن 99 ألف كلم<sup>2</sup> فإنه يتضح مدى تواضع حجم اقتصاد المنطقة حيث بلغ متوسط الدخل الفردي في المنطقة 2845 دولار مقابل 14181 دولار في كوريا الجنوبية سنة 2004، مع العلم أن الناتج المحلي لهذه الأخيرة كان 621 مليار\$ و820 مليار\$ للمنطقة العربية، لعل أهم عامل من عوامل نجاح التعليم الكوري هو العامل الثقافي والنظر إلى التعليم على أنه مفتاح النجاح في الحاضر والمستقبل وأن التنمية من خلال التعليم وغرس الأخلاق في الإنسان تمثل السبيل إلى بناء المجتمع المثالي بالرغم أن معتقداتهم مستمدة من إنسان هو الحكيم "كونفوشيوس" وليس دين سماوي وغابت لدى الشعوب العربية التي يدين أغلب سكانها بالدين الإسلامي الذي يحث على العلم والأخلاق وكانت النتيجة تخلف أنظمتهم التعليمية وبالتالي فشل جهودهم التنموية المتعاقبة. خلافا للتعليم العربي الذي لا يزال يركز على الحفظ والتلقين فإن التعليم الكوري يجعل من الإبداع والمبادرة الفردية أولوية العملية التعليمية، إضافة إلى الإصلاحات العميقة في مستوى تكنولوجيا الاتصال والمعلومات حيث قررت الاندماج فعليا

<sup>39</sup> فيصل أحمد بوطيبة، "العائد من الاستثمار في التعليم"، اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص.13

<sup>40</sup>-المرجع نفسه، ص37

في اقتصاد المعرفة وذلك بوصول المدارس بالانترنت وتم إنشاء 9 جامعات افتراضية كما أن تمويل التعليم في كوريا يتميز بالتنوع بينما لا تزال الدول العربية تكتفي بتعليم مبادئ الحاسوب والانترنت لكن لا يجب إغفال مجانية التعليم فيها.<sup>41</sup>

يعد التعليم مجالاً مهماً من مجالات التنمية الاجتماعية حيث يكون له دور فعال على العمل والحياة في المجتمع، وبالنسبة للسياحة نجد أن هناك طلباً على الكوادر السياحية المتعلمة ولا بد من التوسع في التعليم السياحي خاصة الجامعي ويتطلب ذلك وضع سياسة تعليمية بالمعاهد بمستوياتها المختلفة تكون في خدمة التنمية السياحية بالإضافة إلى وجوب انتهاج سياسة من شأنها نشر المفاهيم السياحية في المستويات التعليمية. وانتشار السياحة يؤدي إلى ضرورة الإلمام بالكثير من المعارف واللغات المختلفة وقد يتطلب ذلك أن توضع في مناهج التدريس في المدارس بجميع مستوياتها مما يؤدي إلى نشر الوعي السياحي.<sup>42</sup>

لذلك يعتبر قطاع التعليم جوهر الصراع العلمي ومن هنا لا بد من إصلاح التعليم ووضع على رأس الأولويات لإعداد الكادر البشري القادر على إنجاز التحول نحو مجتمع المعرفة، عملية تعليمية أكثر حداثة تشمل المدرس العصري، الطالب الإيجابي، المدرسة العصرية، تكنولوجيا التعليم المتقدمة والمناهج المتطورة التي تساهم في تطوير خبرات المتعلم وتخطي الحدود الجغرافية والطبيعية.<sup>43</sup>

### المطلب الثالث: التدريب في مجال السياحة

#### أهمية التدريب في مجال السياحة

إن نجاح العمل السياحي بوجه عام يتوقف على مدى خبرة القائمين عليه ومدى إتقانهم للعمل الذين يقومون به وإلمامهم بتفاصيله، فالعنصر البشري المدرب عامل رئيسي في نجاح الشركات السياحية وتحقيق ربحية مناسبة علاوة على المحافظة على سمعة الشركة في الأسواق العالمية ولذلك فتدريب العاملين يعد من الأمور الضرورية حتى قدامى العاملين منهم، فحصولهم على التدريب الدوري يكسبهم تحديث معلوماتهم المهنية وإلمامهم بكل جديد في اختصاصاتهم.

غالباً ما يبدأ العضو الجديد بالقيام ببعض الأعمال البسيطة مثل حجز التذاكر الخاصة برحلات الطيران الداخلي أو تنفيذ البرامج المعدة مسبقاً وتفضل معظم الشركات السياحية تعيين موظفين بها ذوي الخبرة المسبقة تاركة

<sup>41</sup>- نفس المرجع، ص. 51-53

<sup>42</sup>- د. عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص. 405-406

<sup>43</sup> هند علوي، "مجمع المعلومات بالجزائر"، دار الأكاديمية للطبع والنشر والتوزيع، الدار البيضاء، الجزائر، ط1، 2009، ص 148

مسؤولية تدريب الجدد على الشركات التي تسبقها كما تلجأ شركات السياحة الكبرى إلى تدريب العاملين بها ليصبحوا متخصصين في بعض الأعمال التي تمارسها الشركات مثل بيع وتسويق البرامج السياحية أو بيع البرامج السياحية ومثل تلك الشركات يكون بها مسؤولين عن التدريب الدوري للعاملين سواء القدامى أو الجدد وغالبا ما تحرص الشركات السياحية على تدريب القائمين على حجز وإصدار تذاكر السفر بشركات الطيران وعمل دورات تدريبية

من الضروري وضع منهاج تدريبي والذي يشمل المواضيع السياحية المتخصصة: الآثار، اللغات، عرض الأفلام السياحية، الزيارات إلى المواقع السياحية والأثرية، مهارات الاتصال والتعامل مع السياح، أخلاقيات المهنة والحقوق والواجبات وغيرها من المواضيع التي تهم المتدربين.<sup>44</sup>

على اعتبار أن النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري ، فهو يستدعى تأهيل وتكوين مستمر للموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، لذلك يجب الإهتمام بالمدارس والمعاهد والكلية السياحية.

#### مؤسسات التدريب في الجزائر

السياحة نشاط يعتمد على جميع القطاعات، ولكن هناك عنصرين مهمين وهما الموارد البشرية واستخدام التكنولوجيا لهذا المهمة الرئيسية للسياحة في المدارس والمعاهد هي تطوير التدريب لتحقيق تجانس الطلب حسب نوع المنتج.

وفقا ل **Hachemi Madouche** والمعلومات التي جمعها الباحث لدينا الجدول التالي:

#### الجدول رقم 4: مدارس ومعاهد التدريب في الجزائر

المدارس-المعاهد	القدرات	مستويات وتخصصات التدريب
معهد بوسعادة	300	تقنيو خدمات المطاعم، الاستقبال والمطبخ
معهد تيزي وزو	300	تقني سامي في الاستقبال، المطاعم، الطبخ، الحلويات، الإدارة الفندقية والسياحية.

<sup>44</sup> د. سعيد البطوطي، مرجع سابق، ص 66

معهد تلمسان	80	تقني سامي في الفنادق، السياحة الحرف اليدوية
المدرسة الوطنية العليا للسياحة	200	شهادة تعادل شهادة التسيير الفندقي والسياحي

Source : Hachemi MADOUCHE : « Le tourisme en Algérie jeu et enjeux » Edition HOUMA, Alger 2003.P16

يبين الجدول النقص الكبير في مؤسسات التدريب في الجزائر وهذا من بين أسباب نقص وضعف اليد العاملة المؤهلة في المجال السياحي، غالبا ما يكون مستخدمي المؤسسات والخدمات السياحية ذوي مهارات مهنية متدنية، نظرا للنقص في التأهيل المتخصص، حيث تشير دراسات المنظمة العالمية للسياحة أن نسبة العمالة غير المؤهلة في القطاع السياحي الجزائري تقدر بـ 66% من مجموع المشغلين. حيث أن نوعية التكوين غير ملائمة لطبيعة العرض السياحي المتاح، إضافة إلى ضعف مستوى الأجور والعلوات لدى هذه الفئة. وصعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال في قطاع السياحة. ولدعم قطاع السياحة لا بد من وضع برنامج تدريبي يشمل مختلف مواضيع السياحة والأهم من ذلك تلقي المسؤولين والقائمين على القطاع لحصص تدريبية، إضافة إلى إنشاء المزيد من المعاهد والكليات ومراكز التدريب في مجال السياحة.

#### المطلب الرابع: تعزيز الأمن والاستقرار السياحي

إن التطور الذي يشهده العالم في مجال صناعة السياحة باعتبارها أهم دعائم الاقتصاد العالمي، فضلا عن دورها المتنامي في نشر السلام وتوطيد علاقات الصداقة بين الشعوب أظهر الحاجة إلى الأمن السياحي وتطبيق إجراءاته

#### ➤ الفرع الأول: مفهوم الأمن السياحي

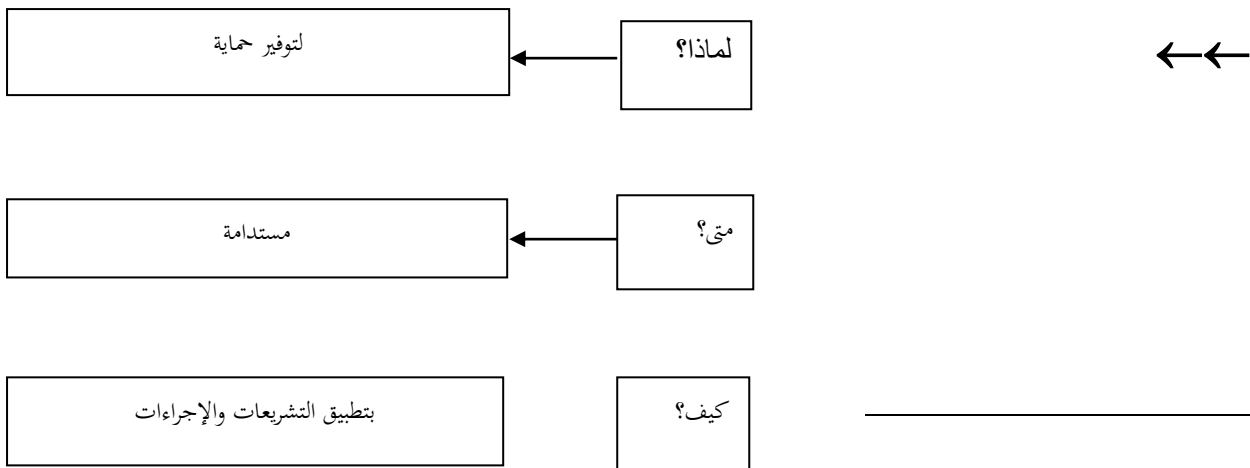
يعد مفهوم الأمن السياحي أحد المفاهيم الأمنية الحديثة ونعني به توفير الظروف الملائمة للسائح خلال زيارته أو إقامته بالبلد، أي توفير بيئة أمنية مستقرة منذ وصول السائح وحتى مغادرته، بحيث تتوفر لهم جميع الخدمات السياحية التي تحقق تطلعاتهم للاستمتاع بفائض وقتهم في أمن واطمئنان، ويشمل أمن السائح كإنسان، أمنه في نفسه وماله وعرضه وحمايته من الجرائم والمضايقات التي يمكن أن تقع عليه، كما أن أمن موضوع السياحة يعني أمن المنشآت السياحية والمواقع الأثرية والطبيعية والدينية والتاريخية... إلخ.<sup>45</sup>

من أهم الأسس الواجب مراعاتها من قبل إدارات المؤسسات المختصة بالعمل السياحي والعاملين بها هي إعطاء الأولوية القصوى لمسألة الأمن السياحي على مستوى التخطيط والوسائل والإجراءات وذلك من خلال كافة الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات لضمان توفير الحماية لها وللعاملين فيها وللسياح. ويساهم في تحقيق الأمن:

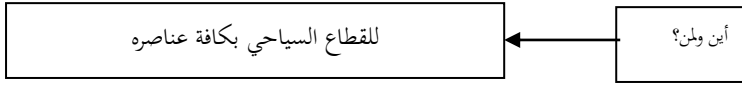
<sup>45</sup> محمد أحمد العمري، "الأمن السياحي"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص.51

- 1- مؤسسات الإيواء الفندقي (أجهزة الإنذار الآلي، الرقابة الإلكترونية الدائمة، الربط بالأجهزة الأمنية كالشرطة).
- 2- وكلاء السياحة والسفر (الالتزام بممارسة المهنة بما يوفر أمن وسلامة السياحة والسياح).
- 3- العاملين في قطاع السياحي (التقيد بالأنظمة والتشريعات، احترام الغير والعمل بموضوعية).
- 4- السياح (احترام عادات وتقاليد شعوب الدول المضييفة والتقيد بالقوانين).
- 5- أفراد المجتمع في الدول المضييفة (الوعي الكافي بأهمية السياحة واحترام السائح).
- 6- الدور الإعلامي (تقديم الإرشادات حول المواقع السياحية والطرق العامة والمستشفيات ومكاتب السياحة بالإضافة إلى عناوينها وأرقام الهواتف ووضعها في مراكز الحدود ووسائل النقل والفنادق)<sup>46</sup>

الشكل (5): نموذج الأمن السياحي



<sup>46</sup>المرجع نفسه، ص 250-264



المصدر: محمد أحمد العمري، الأمن السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص53

يتميز العالم اليوم بالكثير من الأحداث التي اثرت سلبا على النشاط السياحي، فالسائح أصبح يتجنب الدول التي لا تتوفر فيها شروط السلامة والأمن لذلك يجب على الدولة السياحية العمل على توفير شروط السلامة والأمن للسياح، والتقليل من الجرائم وتوفير الأمن الداخلي.

### المبحث الثاني: الاستثمار السياحي كأحد متطلبات النمو الاقتصادي

يمثل الاستثمار في صناعة السياحة عنصرا حيويا وفاعلا في تحقيق عملية التنمية المتوازنة والمستدامة لأي بلد حيث أن الزيادة في حجم الاستثمار سوف تؤثر على حجم وتوزيع المشاريع السياحية المختلفة ومن ثم تدفق المجاميع السياحية إلى الأقاليم، وبالتالي زيادة في حجم العوائد السياحية التي بدورها تؤدي إلى تطوير القطاع ومن هنا تأتي ضرورة تشجيع الاستثمارات في صناعة السياحة كأحد متطلبات التنمية الاقتصادية لأي بلد

#### المطلب الأول: مفهوم الاستثمار السياحي

##### ➤ الفرع الأول: التنمية الاستثمارية للسياحة

عرفت المنظمة العالمية للسياحة (WTO) التنمية الاستثمارية للسياحة كما يأتي:

التنمية الاستثمارية للسياحة هي التنمية التي تلبي جميع احتياجات السياح والمحافظة على بيئة المواقع السياحية وحمايتها من التدهور إلى جانب حماية وتوفير الفرص التطويرية للمستقبل

وفي هذا إطار هذا التعريف يمكن القول بأن الاستثمار في قطاع السياحة يهدف إلى تحقيق الأمور التالية:

- المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية بهدف ضمان الاستمرار بصلاحيته استخدامها في المستقبل
- التحديث الدوري للأنشطة والفعاليات السياحية والترويجية لتبقى مستمرة في مواكبة حاجات ومتطلبات السائح وتحقيق أهدافها التسويقية
- توفير فرص عمل للمجتمع المحلي

\*يمكن تحديد محاور التنمية الاستثمارية للسياحة بثلاثة ميادين:

- مراعاة قواعد البيئة ونظمها
- احترام الثقافة المحلية وطابعها
- ترشيد استخدام الموارد السياحية لتبقى صالحة للأجيال<sup>47</sup>

### ➤ الفرع الثاني: البيئة الاستثمارية

الاستثمار يحتاج إلى بيئة استثمارية تتوفر فيها مقومات نجاح المستثمر في حسن الاختيار للفرص<sup>9</sup> الاستثمارية المتاحة ومن أبرز هذه المقومات:

- استقرار سياسي واقتصادي وأمني
- تشريعات مالية وقانونية مشجعة تسهل عملية الاستثمار، حيث يعتبر التشريع الإطار العام المنظم لأي نشاط، وعلى غرار باقي الأنشطة، يحتاج النشاط السياحي إلى قانون واضح ومنظم، يحمي السائح والمواطن من الغش والخداع والاستغلال
- سياسات ضريبية مشجعة، تعتبر التسهيلات والاعفاءات الضريبية لمدة معينة من المحفزات التي تشجع الاستثمار السياحي، لذلك يجب على الدولة العمل في هذا الاتجاه لجلب الاستثمار وجذب الحركة السياحية
- وجود ادخارات ووعي ادخاري واستثماري باعتبار الادخار مصدر التمويل للاستثمار<sup>48</sup>

### المطلب الثاني: محددات الاستثمار السياحي

يمكن إجمال محددات الاستثمار في القطاع السياحي بالآتي:

- 1- انخفاض مستوى الوعي والثقافة السياحية لدى الأجهزة الحكومية ولدى المواطن؛
- 2- عدم توفر الاستقرار الاقتصادي والسياسي والمناخ الاستثماري؛
- 3- الإستراتيجية الترويجية والإعلامية المتبعة ومدى توفر إستراتيجية تسويقية ملائمة لنهوض بقطاع السياحة ؛
- 4- ارتفاع درجة المخاطرة؛

إن العملية الاستثمارية تعاني من هذه العلة:

<sup>47</sup>.د.موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سابق، ص.122.

<sup>48</sup>المرجع نفسه، ص:306-307

- **افتقاد الاستقرار التشريعي:** عدم ثبات القوانين الحاكمة للعملية الاستثمارية مما يجعل رأس المال غير آمن مثلا يوجد في العالم العربي دول من حرية نقل أرباح المستثمر وتطالبه بتدويرها داخل البلد الذي يستثمر فيه إضافة إلى البيروقراطية والروتين الإداري الذي يعاني منه المستثمر والذي يتطلب منه التعامل مع عشرات الجهات واستخراج عشرات التصاريح وفي كل خطوة عليه الانتظار أو الدفع وإلا تعطلت أموره وهي على كل حال تعطل وتتأخر مما يؤثر على العائد الاقتصادي للمشروع، وإذا منحت إحدى الدول العربية إعفاءا ضريبيا لمدة 5 سنوات فإن المستثمر يقضي من هذه المدة 3 سنوات على الأقل لاستخراج التصاريح المطلوبة.
- **افتقاد البنية التحتية:** تفتقد العديد من الدول العربية البنية التحتية اللازمة للاستثمار السياحي مثل النقص الحاد في توليد الطاقة الكهربائية
- **افتقاد السياسات النقدية:** ضعف السياسات النقدية التي تحتاج إلى إعادة النظر خاصة فيما يتعلق بارتفاع الأسعار، الفائدة التي تسبب في ارتفاع تكلفة التشغيل والحد من التوسعات المستقبلية<sup>49</sup>

الجدول رقم 5: ترتيب الجزائر بخصوص البنية التحتية وفقا لمؤشر تنافسية قطاع الأسفار والسياحة، تقرير 2015

القيمة	الترتيب	
1.98	113	البنية التحتية للنقل الجوي
2.56	121	البنية التحتية للموانئ
2.03	138	البنية الأساسية للخدمات السياحية

Source: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

<sup>49</sup>المرجع نفسه، ص.122-123

كشف التقرير عن ضعف البنية التحتية والتي تعتبر عصب القطاع والعملية السياحية، حيث احتلت المراتب الأخيرة 113، 121، 138 من أصل 141 فيما يخص البنية التحتية للنقل الجوي البحري والهياكل الأساسية للخدمات السياحية على التوالي. وهذا ما يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع، والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الذي يمكن أن يكون مصدر دخل إضافي للدولة الجزائرية. وذلك من خلال الاستثمار في البنية التحتية والفوقية باللجوء إلى الحوافز الضريبية<sup>50</sup> والمالية؛ تسهيل وتكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية...

### المطلب الثالث: العوامل المشجعة لزيادة الاستثمار السياحي

هناك جملة من العوامل المؤثرة في تشجيع الأفراد أو الشركات للاستثمار في صناعة السياحة، من أهم هذه العوامل الآتي:

- مدى توفر الخدمات العامة والبنية التحتية
- توفر الأيدي العاملة الكفوءة وانخفاض معدلات الأجور والرواتب
- سياسات تشجيع الدولة للمستثمرين عن طريق المنح والقروض
- نوعية القروض البنكية والتمويل المتوفر
- التحرير من تعدد الإجراءات للموافقة على طلبات المستثمر السياحي مما يؤدي إلى تعطل وإعاقة الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية
- معدل التضخم السنوي لأسعار السلع والخدمات
- المساواة في المعاملة مع الشركات الوطنية فيما يخص بالأجور والضرائب
- معدل الفائدة، فارتفاعها على القروض الخاصة بالتنمية السياحية يسبب عبئا على المستثمر السياحي

-معدلات الضريبة المفروضة على الخدمات السياحية، فارتفاعها يؤدي إلى رفع سعر الخدمات السياحية ومن ثمة التأثير على القدرة التنافسية للمنتج السياحي المحلي، والتأثير على ربحية المشاريع السياحية مما ينتج عنه التأثير على الاستثمار السياحي في المستقبل

-معدل تصريف العملات<sup>51</sup>

### المطلب الرابع: دور الدولة في تشجيع الاستثمار السياحي

#### ❖ الفرع الأول: الاستثمار الحكومي في القطاع السياحي

غالبًا ما يكون العائد السنوي من الاستثمار في المشاريع السياحية منخفضًا لذلك فقد أصبحت إمكانيات التنمية السياحية في كثير من البلدان ضعيفة ولا تعتمد على مشاركة القطاع الخاص الأمر الذي يستدعي بحث إمكانيات التمويل من المصادر الحكومية إلا أن مقدار المساعدات الحكومية الممنوحة للاستثمارات السياحية غير كافية حيث يحتاج الاستثمار في مجال السياحة إلى حجم ضخم من رؤوس الأموال وذلك بسبب ارتفاع تكاليف البنية التحتية وتجهيزاتها.

هناك ثلاثة مداخل رئيسية يمكن للدولة من خلالها تسهيل وتشجيع التنمية السياحية وبصورة عامة يقسم الاستثمار الحكومي في القطاع السياحي إلى:

- أ- الاستثمار في البنية التحتية: هذا النوع من الاستثمار ذو تأثير كبير في تنمية وتطوير القطاع السياحي حيث أن هناك العديد من الخدمات المتعلقة بالبنية التحتية العامة مثل الكهرباء، المياه، الصرف الصحي، المطارات، المنتزهات والحدائق العامة والتي لا تقتصر فائدتها على السائح نفسه بل يتم استخدامها من قبل مواطني البلد أيضا
- ب- الاستثمار في البنية الفوقية: مثل الاستثمارات في المنشآت الفندقية بأنواعها والقرى السياحية والمرافئ السياحية والبواخر السياحية والمطاعم وهذه المشاريع هي الأخرى بحاجة إلى رؤوس أموال كبيرة
- ت- الاستثمار في الأنشطة الاقتصادية التي تكمل قطاع السياحة أو ترتبط معه: (بشكل مباشر/غير مباشر): مثل قطاع الخدمات وقطاع الزراعة، الصناعة كالصناعات الغذائية وصناعة الأثاث والورق ووسائل النقل... ومع كل زيادة في الطلب السياحي تزداد الرغبة في الاستثمار في هذه القطاعات الإنتاجية التي يعتمد عليها القطاع السياحي، في المراحل الأولى من عملية التنمية السياحية لابد للدولة من الاستثمار في مجال المشاريع السياحية وتنميتها مما يساعد على تشجيع القطاع الخاص للاستثمار والمساهمة في التنمية السياحية، في بعض الحالات لا تحبذ الدولة الاستثمار المباشر في مجال صناعة السياحة لكنها تقدم بعض الحوافز التي من شأنها تشجيع الاستثمار للراغبين من القطاع الخاص مثل: الإعفاءات الضريبية، الإعفاءات الجمركية على المستوردات، وتقديم القروض

<sup>51</sup>المرجع نفسه، ص 125-126

المالية بأسعار فائدة مناسبة للراغبين في الاستثمار في المناطق البعيدة عن المدن الرئيسية، كما يتم السماح للمستثمرين الأجانب تحويل الأرباح كاملة أو جزء كبير منها للخارج ويتمثل دور الدولة في إعداد خطة السياحة المستدامة ضمن منظومة التخطيط الاقتصادي الوطني وكذلك توفير البنية التحتية اللازمة لتفعيل صناعة السياحة ومن ضمن مسؤولياتها:

- جمع المعلومات الصحيحة والدقيقة عن أهمية المقومات السياحية والمرافق المتاحة في الدولة وذلك من خلال التعاون مع الهيئة العليا للسياحة

- المحافظة على سعر تصريف العملة الوطنية ومحاربة التضخم في أسعار السلع والخدمات ومراقبة حركة الأسعار ولمختلف القطاعات المساندة للسياحة

- توفير ومعالجة النقص في خدمات المرافق الحيوية مثل المياه والكهرباء ووسائل الاتصال والمواصلات والتأكد من أنها تعمل بكفاءة عالية

- معالجة الاختناقات المرورية والازدحام المتولد من سير المركبات في الشوارع العامة خاصة في مواسم الذروة السياحية

- التحسب من انتشار بعض الأمراض والأوبئة والتأكد من أن السياح القادمين غير مصابين بأي من الأمراض المعدية

- توخي الحذر الشديد والتحسب من ارتفاع نسبة الغش والتلاعب بالأسعار والقضاء على ظاهرة السرقة والغش

- توفير كميات كافية من السلع والبضائع الاستهلاكية اليومية التي يحتاجها السياح<sup>52</sup>

#### • جهودات الدولة الجزائرية الاستثمارية:

##### - الأقطاب السياحية للإمتياز:

القطب السياحي هوتركيبة من القرى السياحية في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة كالتسليية، الأنشطة والدورات السياحية، في تعاون مع مشروع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية، يمكن وتحوز الجزائر حاليا على 205 منطقة توسع سياحيتمتد على مساحة 5313263 هكتار، وهي موزعة على كامل التراب الوطني، 155 منها شاطئية، 30 منطقة صحراوية، 11 منطقة مناخية، 109 الأخرى حموية، وقد حدد المخطط التوجيهي لهيئة السياحة سبعة أقطاب سياحية للإمتياز سوف تقام على مناطقالتوسع السياحي السابقة الذكر،

<sup>52</sup> المرجع نفسه، ص: 266-267

الجدول رقم(06): توزيع المشاريع السياحية في الأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية للإمتياز
23	شمال-شرق
32	شمال-وسط
18	شمال-غرب
04	جنوب-شرق
02	جنوب-غرب
01	الجنوب الكبير
80	المجموع

Source: SDAT 2025

-القطب السياحي للإمتياز شمال-شرق(POT N.E): (عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس - القطب السياحي للإمتياز شمال-وسط(POT N.C): (الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية)؛

-القطب السياحي للإمتياز شمال-غرب(POT N.O): (مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان)؛

-القطب السياحي للإمتياز جنوب-شرق (POT S.E): ( الواحات: غرداية، بسكرة، الواد،المنيعة)؛  
-القطب السياحي للإمتياز جنوب-غرب(POT S.O): (توات)القرارة، أدرار،تميمون، بشار)؛  
-القطب السياحي للإمتياز الجنوب الكبير(POT G.S): ( طاسيلي"إليزي"،الأهقار، "تمنراست").

أما في مجال الشراكة فقد اختصرت الجهود على إنشاء الفيدراليين الوطنيين لدواوين السياحة وأصحاب الفنادق إلى جانب الفيدرالية الوطنية لوكالات السياحة والأسفار و النقابة الوطنية لوكالات السفر والسياحة لتجسيد كل القرارات المتخذة إضافة إلى برنامج الشراكة بينوزارة السياحة والصناعة التقليدية ووزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال الرامي إلى توسيعاستعمال تقنيات الاتصال الحديثة لتعزيز القدرات التنافسية للمقصد السياحي الجزائر بهذا دون أن ننسى برنامج التعاون والشراكة بين الجزائر والمنظمة العالمية للسياحة وبرنامج التعاون معا لإتحاد الأوروبي في مجال تطوير الصناعة التقليدية والسياحة.

ولتحفيز الاستثمار السياحي قامت الحكومة بتخفيض نسبة الفوائد على القروض البنكية الموجهة للاستثمارات السياحية والفندقية إلى 3% في ولايات الجنوب، و4.5% في ولايات الشمال، كما أنها أقرت بعضا لتخفيضات الضريبية، وتوفير العقار بأسعار معقولة لتحقيق المشاريع السياحية في كل مناطق الوطن لاسيما في الهضاب العليا ومنطقة الجنوب.

### المبحث الثالث: السياحة الإلكترونية

كان لتطور تقنية الاتصالات والمعلومات تأثير على السياحة، أدى إلى نشوء آليات وأنظمة جديدة تسهل ربط العرض بالطلب في سوق السياحة العالمي وبالتالي حدوث تغيير ملحوظ في هيكل وطبيعة السياحة.

#### المطلب الأول: مفهوم السياحة الإلكترونية:

#### ❖ الفرع الأول: تعريف السياحة الإلكترونية

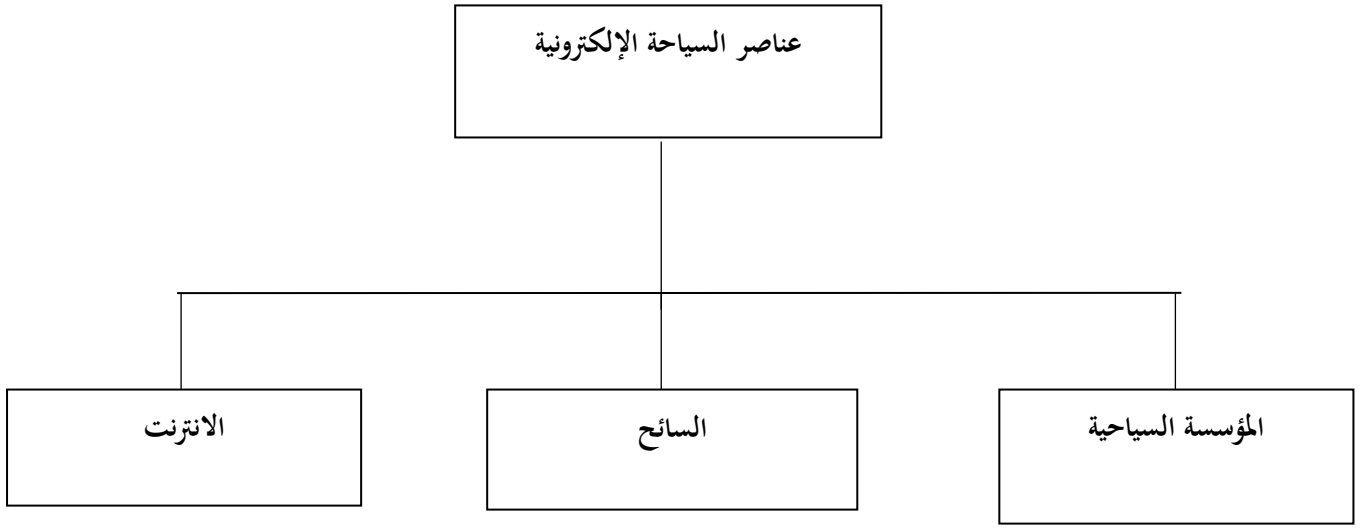
- السياحة الإلكترونية هي استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة واستخدام تقنيات الانترنت من أجل تفعيل عمل الموردین السياح للوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياح.<sup>53</sup>

- أصبح بالإمكان تسمية أي نمط سياحي بأنه إلكتروني إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة في عرض منتجاته وتقديمها للسياح على شبكة المعلومات ويشمل ذلك كافة العمليات السياحية من عروض البرامج السياحية، حجز التذاكر السياحية وتنظيمها من خلال الانترنت، وظهرت السياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية (word wide web) أي تزامنا مع استخدام الانترنت، وقد ظهر ديكريفتور (Degriffour) كأول موقع سياحي سنة 1990. لتجسيد السياحة الإلكترونية عمليا، هناك 4 مراحل لصناعة المحتوى الرقمي:

- 1- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير)؛
- 2- رقمنة المعطيات المجمعَة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية؛
- 3- نشر المعلومات المجمعَة إلكترونيا عبر الواب وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة وبأكثر من لغة؛
- 4- تزويد الهيئات، الوكالات، الدواوين، المؤسسات السياحية والفندقية بوصلة الانترنت موزعة شبكيا وبريد إلكتروني، فضلا عن الهاتف والفاكس، ويجب أن يتولى الإشراف على السياحة الإلكترونية هيئة؛ وطنية من خلال بوابة إلكترونية جامعة لمختلف المنتجات والخدمات السياحية (كالبنوك، النقل..).<sup>54</sup>

<sup>53</sup>Anis Khanchouch: E-tourism, an innovative approach for the small and medium-sized tourism enterprises (SMTE) in Tunisia, OECD, 2004, P:75

الشكل رقم 6: عناصر السياحة الإلكترونية



المصدر: فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، ص: 296

أصبح استخدام التكنولوجيا في المجال السياحي أحد العوامل التي تستند إليها المؤسسات السياحية في تدعيم المنافسة والتميز في السوق، وأصبح المستهلكون يسعون إلى البحث عن العروض السياحية الخاصة التي تشبع رغبتهم عن طريق زيارة البوابات الإلكترونية، محركات البحث، المنتديات السياحية، مواقع وكالات السفر لمقارنة الأسعار والحصول على فرص تمكنهم من التنقل إلى وجهاتهم المفضلة.

لذا أصبح من الضروري مباشرة المؤسسات السياحية التفكير في اقتحام إستراتيجية الانترنت في أنشطتها وأنه لا محالة ولا مجال للمنافسة بعيدا عن الشبكة، إذا أرادت أن ترفع من حصتها في السوق المحلي والسوق الدولي.

#### أهمية السياحة الإلكترونية:

أصبحت السياحة في بعض البلدان النامية مصدرا رئيسيا من مصادر الدخل يمكن تدعيمها بإنشاء شبكات انترنت تدار محليا، وتمكن الزبائن المحتملين من البحث والحجز والدفع للرحلات والفنادق بالطرق الإلكترونية.<sup>55</sup>

<sup>54</sup>بختي إبراهيم، شعوبي محمود، "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، عدد07، 2010، ص:276

<sup>55</sup> المنظمة الدولية لصناعة السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي، "السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي" المؤتمر الدولي الثاني، البحر الأحمر، الجونة، مصر(18-14 ديسمبر 2009)

لم تعد السياحة الإلكترونية خيارا بل وأصبحت ضرورة حتمية وهكذا فإن أهمية السياحة الإلكترونية تظهر من خلال ما تقدمه من منافع لمنتجي الخدمات السياحية ومستهلكيها على حد سواء، فحسب دراسة لمنظمة التعاون الاقتصادي OECD فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي أحد العوامل الهامة في دفع التنمية الاقتصادية ولذلك لبد من إقحامها في النسيج الاقتصادي والاجتماعي ومنها الخدمات السياحية التي أصبحت تحتل المرتبة الأولى في التجارة الإلكترونية.<sup>56</sup>

أصبحت صناعة السياحة تعتمد بصورة مكثفة على توافر المعلومات، لذا تعد شبكة الانترنت خدمة مكتملة لها وانتعاش السياحة الإلكترونية يعتمد على ثقة السائح بجودة الخدمات التي تقدمها مؤسسات السياحة.

من بين منافع السياحة الإلكترونية: تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها السياحة ومن هنا أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الانترنت، ويشمل ذلك معلومات عن الطيران والفنادق والبرامج السياحية وأماكن تأجير السيارات... إلخ. وأسهم ذلك في تحقيق رغبات السائح وإرضاء احتياجاته الأساسية، وذلك من خلال إمكانية قيام السائح بإجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة واختيار الأنسب منها دون أن يحتاج إلى الانتقال من مكان إلى آخر.

تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار أي التقليل من تكاليف التسويق السياحي وتكاليف التوزيع بالإضافة إلى خفض حجم العمالة فمثلا يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو قسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني<sup>57</sup>

### ❖ الفرع الثاني: عوائق السياحة الإلكترونية

تتمثل أهم العوائق التي تواجه الدول النامية عند محاولة تطبيق النظم الإلكترونية في قطاعها السياحية في:

- المعرفة المحدودة بالتقنيات المتاحة وقلة الوعي العام؛
  - تكلفة الاستثمارات الأولية، ومحدودية الثقة في فوائد التجارة الإلكترونية؛
  - تكلفة صيانة الأنظمة، ووجود نقص في العمالة الفنية المدربة في مجال تكنولوجيا المعلومات؛
  - مقاومة استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات السياحية.
- ومن ثم يعتمد مستقبل تطبيق السياحة الإلكترونية في الجزائر على:

<sup>56</sup> le code de tourisme sur legifrance, (23/02/2009)

www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/prospective/att00006267/2.pdf

- بختي إبراهيم، شعوبي محمد "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، ص 277<sup>57</sup>

- مدى إتاحة خدمات الانترنت وسهولة الوصول إليها من جانب أكبر عدد من السكان
  - تطوير البيئة العامة للسياحة والتي تشمل بنية المواصلات والأوضاع الاقتصادية العامة
  - الوعي بالخدمات السياحية المطبقة في الخارج، والاعتماد على تكنولوجيا
  - إزادة منظمي الأعمال على استثمار أموالهم في قطاع السياحة
- ينبغي على صانع القرار الجزائري الاستفادة من تجارب الدول لتنظيم السياحة الإلكترونية في الجزائر<sup>58</sup>

### المطلب الثاني: متطلبات تطبيق السياحة الإلكترونية

تحتاج السياحة الإلكترونية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها، يمكن تلخيصها فيما يلي:

**1-الإطار التنظيمي والمؤسسي:** من أجل زيادة الاهتمام بمجال السياحة الإلكترونية سواء الوزارات المعنية بالحركة السياحية، أو داخل الوزارة السياحية نفسها، يلزم تكوين إطار تنظيمي ومؤسسي تكون له صفة الدوام والاستمرارية على الأقل خلال المراحل الأولى من إدخال نظم التجارة الإلكترونية في عمل الهيئات السياحية والوسطاء السياحيين المختلفين وتتكون مجموعة العمل المقترحة مما يلي:

-ممثلو الوزارات والهيئات الخدمية المرتبط عملها بالسياحة الإلكترونية مثل وزارات النقل والطيران المدني والثقافة والتعليم العالي والتنمية الإدارية وهيئة الآثار وهيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات.

-ممثلون عن القطاعات والأجهزة الرئيسية بالوزارة المعنية بالموضوع مثل قطاعي الشركات والتخطيط والبحوث والتدريب ومركز المعلومات بالوزارة، هيئة تنشيط السياحة وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة.

**2-البنية التشريعية والقانونية:** أهمية قيام المشرع بإصدار قانون للتجارة الإلكترونية ينظم المعاملات الإلكترونية المتزايدة في الفترة الأخيرة، إصدار قوانين خاصة بالنشاط السياحي بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة، يجب دراسة التشريعات الخاصة بالسياحة في الجزائر ومدى توافقها مع المتطلبات الخاصة بتنظيم السياحة الإلكترونية وخاصة في مجال عمل الشركات السياحية.

### 3-الإجراءات المساندة:

- د.علي فلاح الزغبي، "التسويق السياحي والفندقي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2013، ص394<sup>58</sup>

- إتباع سياسات مشجعة لاستخدام تطبيقات الانترنت في المعاملات السياحية مثلا: إعطاء تخفيضات على أسعار التذاكر لخطوط السير المختلفة التي يتم شرائها عبر الانترنت أو منح العملاء الذين يقومون بإجراء الحجوزات الخاصة بهم مباشرة عن طريق الانترنت عدد إضافي من الأميال مجانا
- العمل على رفع كفاءة المواقع السياحية الموجودة بحيث يدخل معظمها ضمن أفضل مئة ألف موقع على مستوى العالم مع مراعاة المعايير المتفق عليها عالميا في تصميم المواقع الإلكترونية
- التركيز على الهدف الرئيسي للموقع الإلكتروني والتخصص في مجال تقديم الخدمات السياحية سواء لشرائح معينة من السياح أو في مجال نمط سياحة معين
- مراعاة تصميم الموقع بأكثر من لغة تضمن تحقيق أكبر قدر من الانتشار ويمكن التركيز على اللغات الأكثر استخداما.
- توفير البيانات السياحية الحقيقية بصورة مرتبة وواضحة للمتصفح عبر الانترنت وتأمينها بما يضمن سلامة المعاملات والبيانات التي قد يتم تداولها من خلال هذه المواقع.
- التنسيق مع المواقع الإلكترونية الخاصة بمختلف المشاركين في تلك الصناعة والربط الإلكتروني بين تلك المواقع -تبادل المعلومات السياحية على مستوى دولي.
- إقامة مجموعات إلكترونية باللغة الإنجليزية على شبكة facebook بهدف استهداف شرائح جديدة من الشباب العربي والأجنبي، وتعريفه بأهم أوجه التميز السياحي للجزائر وكيفية تنظيم الرحلات السياحية بأسعار مناسبة إلى الجزائر.
- إرسال نشرة شهرية بأهم التطورات في المجال السياحي(العروض السياحية، أسعار الفنادق، خدمات الطيران.
- بعض المقالات والحوارات مع المسؤولين وصناع القرار في المجال السياحي عبر البريد الإلكتروني إلى الجهات والشركات والأفراد المشتركين بالخدمة، ويستلزم ذلك تكليف سفاراتنا ومكاتبنا السياحية في الخارج بالحصول على أكبر عدد من قوائم البريد الإلكتروني التي توفرها الشركات المتخصصة في ذلك.
- التنسيق مع وزارة التعليم العالي حول إدخال منهج السياحة الإلكترونية وتطبيقاتها ضمن مناهج كليات السياحة والفنادق والتجارة في الجامعات الجزائرية.
- توفير الخدمات الإلكترونية المصرفية وتكاملها مع بيئة قانونية وبرمجة آمنة لهذه المصارف العاملة في مجال السياحة الإلكترونية.

- ضرورة الاهتمام بنشر الوعي القانوني أثناء تدريب اليد العاملة في المجال السياحي.<sup>59</sup>

### المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات في عولمة الهوية الثقافية

مع ثورة المعلومات والاتصالات، زاد التقارب بين الدول ولم تعد الحدود تقف حائلا أمام اختراق الثقافات والأفكار للشعوب، وعلى الرغم من أهمية هذا التواصل في انتقال المعلومات والثقافات المختلفة وتوسع آفاق التفكير إلا أنه لا يمكن إغفال خطر العولمة على الهوية الثقافية حيث تعتبر الثقافة أهم معبر عن الخصوصية التاريخية وكل مجتمع يسعى للحفاظ على تميزه الثقافي.

يمكن القول أن العولمة تعدت حركة رؤوس الأموال والسلع والأفراد وشملت أيضا القيم والفكر والثقافة وبالتالي إخضاع الثقافات لهيمنة الغربية التي يتزايد دورها عبر كل شبكات الاتصال الإلكترونية والتي تسعى من خلالها إدماج العالم ضمن قيم وسلوكيات واحدة ومنه فإن الهوية الثقافية في إطار بحثها عن التمايز تصطدم برغبة العولمة في القضاء عليها وتشكيلها حسب تصورها.

إن عولمة الثقافة تهدف بالدرجة الأولى إلى إقصاء الثقافات الأخرى عن العالمية بحجة تعارضها وعدم قدرتها على الانسجام مع توجهات الثقافة الغربية وفي نفس الوقت ذاته القيام بعملية خنق الثقافات غير المرغوب فيها لاسيما العربية الإسلامية. وهكذا تبقى تشكل العولمة قلقا إذ تحمل ثقافة غربية تغزو بها ثقافات مجتمعات أخرى، ولا يخلو ذلك من توجه استعماري جديد يتركز على احتلال العقل والتفكير وجعله يعمل وفق أهداف الطرف الأقوى ومصالحه.<sup>60</sup> تسهم العولمة في إلغاء الخصوصية الثقافية وطمس ميزاتهما لأنها تدعو إلى رفض الثقافات المحلية للشعوب واعتناق الثقافة الغربية لاسيما الأمريكية منها.<sup>61</sup>

أصبحت الدول في ظل هذه الظاهرة غير قادرة على التحكم بكل سيادة فيما تصنعه وما تشتريه، إذ أضحي كل شيء يمكن أن يصنع ويبيع في كل مكان ولم تعد الحكومات تتحكم في اقتصاداتها وعمدت في تنفيذ سياساتها الوطنية على التعاون مع الشركات الأجنبية والحكومات الأخرى كما أنه لا يمكن للدول أن تغلق حدودها أمام الأمراض المعدية أو المخدرات أو الإباحة الجنسية والإرهاب إضافة إلى أن القطاع الخاص والإعلام أصبحا

59-د.علي فلاح الزعبي، "التسويق السياحي والفندقي"، ص 395  
60- أحمد أبو وصال، "عولمة الهوية: الثقافة بين الوحدة والتمايز" أنفاس نت، الصويرة، المغرب

61 عبد الوهاب بوزحج "العولمة مفهوم قديم بلباس جديد"

<http://news.maktoub.com/article/2921349>

يتحكمان في نظم الدعاية بصورة أكبر من أي نظام شمولي عرف على مر التاريخ، ولهذا أصبح أخطر تحد بعد زوال الاستعمار الاستيطاني والحرب الباردة وهو عولمة هوية الشعوب وقيمها وثقافتها.<sup>62</sup>

وقد أخذ تأثير العولمة مسارا متسارعا من خلال انتشار الثقافة الوافدة مع السياح والتي تعد قلب العولمة ومحركها الدافع، حيث تمكنت تلك الثقافة من استقطاب الاهتمام نحو مفاهيمها وتوجهاتها، فالعولمة إذن ساهمت في تطور تكنولوجيا الاتصال وأدت دورا في توطيد العلاقات بين الدول والأفراد وساعدت على توسيع نطاق السياحة الدولية وتطوير أنشطتها

وهذه حقيقة لا يمكن تجاهلها وفي نفس الوقت كانت هذه العلاقات غير متكافئة أي أنها زادت من فرص الطرف الآخر وهو الأقوى في هذه العلاقة في السيطرة واحتكار تكنولوجيا المعلومات والدعوة من خلالها إلى تعميم ثقافة واحدة (الثقافة الغربية) وبالتالي التأثير على أحد مقومات الجذب السياحي ألا وهو التنوع الثقافي للمجتمعات والدول.

وهكذا يمكن القول أن الانعزال الثقافي لم يعد ممكنا أو خيارا حكيما مما يستوجب معه حتمية تواصل التبادل الممزوج بين مختلف الثقافات والاهتمام في نفس الوقت بإعادة بناء الموروث الأصيل وصونه ضد التيارات الخارجية السلبية بوضع إستراتيجية لحماية خصوصياتها الثقافية وكسر حدة الانبهار بما تحمله ثقافة الغرب<sup>63</sup>

#### المطلب الرابع: تجربة دولة عربية في مجال السياحة الإلكترونية وجهود التعاون الدولي

##### ❖ الفرع الأول: تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة

ينبع تميز تجربة السياحة الإلكترونية في دولة الإمارات، وتحديدًا في مدينة دبي من تقدم مجال عمل الحكومة فيها، ففي 2004، صنفت مدينة دبي ضمن أفضل عشر مدن رقمية في العالم، وكانت المدينة العربية الوحيدة التي تم تصنيفها وفقا لتقرير مركز دراسات الاقتصاد الرقمي "مدار" الذي يتخذ من دبي مقر له، وصنفت في المركز العاشر حيث أنها تتيح خدمات دفع رسوم الخدمات الحكومية إلكترونيا واحتلت 11 المرتبة عالميا في مجال توفير المعلومات الإلكترونية بمعدل 8,25 من 20.

<sup>62</sup>-جلال أمين، "العولمة والهوية الثقافية في المجتمع التكنولوجي الحديث"، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 234 (1998) ص58

<sup>63</sup>-صليحة عشي، "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب"، (أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، 2010-2011، ص268)

وتتميز بنية تكنولوجيا المعلومات في دبي بتقدم كبير، حيث اتخذت الحكومة الاتحادية في شهر فبراير 2002 قرار إنشاء منطقة تجارية حرة للتجارة الإلكترونية والتقنيات، وذلك إضافة إلى مدينة دبي للإنترنت والتي افتتحت في نوفمبر 2000 وهي أول مركز متكامل لتقنيات المعلومات والاتصالات يقع داخل منطقة التجارة الحرة، وتستضيف المدينة حالياً أكثر من 458 شركة باختصاصات مختلفة في صناعة المعلومات، فيها تعفى الشركات من ضرائب الأرباح كما تنعم الشركات في هذه المدينة بمعاملة خاصة لم تكن متاحة سابقاً لشركات المنطقة الحرة في الإمارات ومن المزايا الرئيسية السماح بالملكية الأجنبية 100% للشركات دون الحاجة لكفيل محلي، الإعفاء الضريبي 100%، كما يمكن للشركات الحصول على إيجار أراضي ل50 عام قابلة للتجديد.

وينبع الجانب الآخر من تميز التجربة الإماراتية في وجود بنية تشريعية وقانونية متطورة ومواكبة للتقدم التقني في مجال الحكومة الإلكترونية والذي ظهر بوضوح في القانون رقم 2 لسنة 2002 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية كما سبق لحكومة دبي في استحداث دبلوم للسياحة الإلكترونية مع التعاون مع دائرة السياحة والتسويق التجاري من خلال تعزيز مفهوم الإبداع والابتكار لدى موظفي الدائرة وتطوير مهاراتهم في مجال العلاقات<sup>64</sup>

#### ❖ الفرع الثاني: جهود التعاون الدولي

تحتاج صناعة السياحة إلى تعاون دولي فلا يكفي توافر المقومات الأساسية بدولة ما أو توافر المكونات التكنولوجية لها لتظهر السياحة الإلكترونية.

تتمثل أهم جهود التعاون الدولي في التعاون مع المنظمات الدولية المهنية بقطاع السياحة مثل منظمة التجارة العالمية، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، منظمة السياحة العالمية والإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية للاستفادة من الدعم المادي والتقني الذي تقدمه، ويمتد هذا التعاون ليشمل الاستفادة من الدراسات والجهود البينية العربية في مجال العمل ومحاولة التنسيق مع الدول العربية بشأن تنفيذ مقررات دراسة السياحة الإلكترونية في الدول العربية والتي اعتمدها المجلس الوزاري العربي السياحي في دورته السابعة يونيو 2004، وذلك من خلال تأسيس لجنة تنسيقية تضم كافة الأطراف العربية المعنية بالنشاط السياحي من القطاعين العام والخاص من أجل دراسة المشاكل الفنية والقانونية والمؤسسية التي تعترض تطوير السياحة في بلدان المنطقة العربية.

ولا يقتصر التعاون الدولي على مجالي الدعم المادي والتقني فقط، حيث يمكن استثمار اتفاقيات التعاون المبرمة مع الجهات الأكاديمية والمهنية الدولية في مجال تدريب العاملين في القطاع السياحي على التقنيات الخاصة بالسياحة الإلكترونية، مثال: اتفاقية التعاون العلمي الأكاديمي بين الإتحاد المصري للغرف السياحية المصرية وجامعة

<sup>64</sup> علي فلاح الزعبي، "التسويق السياحي والفندقي"، ص 293

كورني الدولية للتعليم السياحي والفندقي لنقل الخبرة العلمية والمناهج الدراسية لإعداد كوادر مدربة على أعلى مستوى منهجي وعلمي.<sup>65</sup>

### خلاصة الفصل:

رغم تمتع الجزائر بميزة نسبية منحيت جذب السياح من خلال الزخم الكبير للمواقع التاريخية والثقافية التراثية والدينية من ناحية وأسعارها المنخفضة من ناحية أخرى، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها وطاقاتها الكامنة، وما زال قطاع السياحة يواجه معوقات كبيرة تحد من نموه، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص في الكوادر البشرية المتخصصة بل أهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية قطاع السياحة وترويج وتسويق منتجاته.

<sup>65</sup>علي فلاح الزعي، مرجع سابق، ص 39

وباختصار يمكن القول أن القطاع السياحي يلقي الاهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع اقتصادي هام مدر للعملة الأجنبية وخالق لفرص العمل.

ويشكل النقص الواضح في الكوادر البشرية المؤهلة عائقاً خطيراً لنمو القطاع السياحي، حيث أن هذا القطاع معروف بكثافة استخدامه للأيدي العاملة ومع النمو والتوسع المتوقع لنشاط القطاع السياحي العربي فإن ذلك سوف يتطلب المزيد من الأيدي العاملة المدربة. ولا يخفى على أحد، أن قطاع السياحة كان وما زال عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في منطقة الدول العربية ولا سيما التطورات في عملية السلام بهذا، يصبح من الأهمية بمكان أن تبذل الجهود لتوفير وتعزيز الأمن والاستقرار الداخلي، إضافة إلى أن هناك حاجة أيضاً إلى خلق المناخ المناسب من أجل اجتذاب الاستثمار العربي والأجنبي المباشر في القطاع السياحي من ناحية وتحفيز القطاع الخاص لكي يكون له دور أكبر في تنمية وتطوير القطاع السياحي من ناحية أخرى.

بالإضافة إلى أن هناك أيضاً قصور النشاط التسويقي والترويجي الذي يضع الجزائر على خريطة العالم السياحية مثل تنظيم أحداث عالمية مثل مباريات الدورات الأولمبية والإقليمية والكؤوس العالمية للألعاب الرياضية المختلفة فضلا عن المهرجانات العالمية للأفلام والمسارح وغيرها من المهرجانات الثقافية. وهذه المناسبات من شأنها أن تدعم وتوفر الدعاية والإعلان اللازمين للترويج وتسويق المنطقة سواء للسائح العربي أو الأجنبي. إن السياحة الإلكترونية أصبحت نموذج أساسي ومهم في القطاع السياحي وهذا ما يجب أيضا على السياحة الجزائرية أن تقوم به كي ترتقي إلى مستوى قطاع خدمات متميز يملك مؤهلات تمكنه من التمتع في السوق السياحية العربية والعالمية لأنه الوسيلة المناسبة لإحداث التغيير في المجتمع وتحضيره لتقبل فكرة التنمية السياحية من جهة ومن جهة أخرى أداة فعالة ومعاصرة للتعريف بمختلف المنتجات السياحية التي تفتريها الدولة على الساحة المحلية والدولية.

## الفصل الثالث

تشخيص واقع قطاع السياحة في مستغانم وآفاقه

## تمهيد:

تتوفر مستغانم على طاقات سياحية تتزاحم فيها المكونات الطبيعية، التاريخية، والثقافية لتشكيل مقصد جذاب غير أن القطاع السياحي في الولاية لا يزال من المكونات الاقتصادية التي تستدعي إعادة النظر منقبل السلطات سنحاول من خلال هذا الفصل تشخيص القطاع السياحي في مستغانم من خلال التعرض لأهم مكونات العرض السياحي، كما سنحاول معرفة الأسباب التي تحد من تنافسية هذا القطاع الذي لا يزال إلى يومنا هذا بعيدا عن جذب عدد مرضي من السياح الدوليين.

لنختتم الفصل بالتصور الجديد للسلطات المحلية للاستراتيجية التي من شأنها النهوض بهذا القطاع.

يتناول هذا الفصل النقاط التالية:

- المقومات السياحية لولاية مستغانم.
- تحليل قطاع السياحة في مستغانم بتطبيق نموذج SWOT.
- تحليل وتقييم نتائج الدراسة الميدانية (استبيان) وآفاق التنمية المستدامة.

المبحث الأول: المقومات السياحية لولاية مستغانم

المطلب الأول: أنواع السياحة في مستغانم

يعود تاريخ إنشاء ولاية مستغانم إلى العهد الروماني، وكانت تسمى «كارتينا»، وفي القرن الحادي عشر غير اسمها إلى موروستاغ. وفي 1516 أصبحت المدينة تحت سيطرة القائد البحري التركي الشهير خير الدين بربروس، وبحلول 1700 أصبحت المدينة تحت سيطرة العثمانيين، قبل أن تسقط عام 1832 في يد الاحتلال الفرنسي حتى استقلال الجزائر عام 1962. تعتبر مستغانم واحدا من المعالم، التي يمر بها خط غرينتش في الجزائر، تقع غرب الجزائر، وتطل على البحر الأبيض المتوسط، ويقال إنها أقرب مدينة جغرافيا من أوروبا، حيث لا تبعد إلا بنحو 150 كم عن الشواطئ الإسبانية، وبحسب آخر الإحصائيات، يتجاوز سكان مدينة مستغانم 200 ألف نسمة، وتتوفر على معالم سياحية مغرية، ولعبت مستغانم دورا لافتا في التاريخ الإسلامي، وتعتبر مهد الدعوة الحركة السنوسية، وفيها ولد جد ملك ليبيا محمد إدريس السنوسي.

ومن بين أنواع السياحة التي تتميز بها مستغانم نجد:

❖ **السياحة الشاطئية:** توجد بمستغانم مجموعة من أجمل الشواطئ المتوسطية يمتد شريطها الساحلي منشاطئ سيدي منصور غربا إلى شاطئ البحارة ببلدية أولاد بوغالم شرقا، يفتح ذراعيه في كل صائفة لاستقبال ضيوفه على مدار فصل كامل، ناهيك عن جبال الظهرة الممتدة على كامل هذه الشواطئ، حيث تشهد هذه الأخيرة إقبالا كبيرا من المصطافين، تأتي هذه الوفود من مختلف بلديات الولاية إضافة إلى المدن الداخلية المجاورة مثل غليزان، معسكر، تيارت وتسمسيلت، باعتبار هذه الشواطئ هي الأقرب إليهم من جهة ونظرا لجمالها ورمالها الذهبية من جهة أخرى، منها 23 شاطئ مفتوح ونذكر الأهم منها وهو شاطئ الرمال صابلات سابقا والمعروف وطنيا وجهويا، والشاطئان الأخريان هما عين ابراهيم والميناء الصغير الواقعان ببلدية سيدي لخضر في منطقة الظهرة.

الجدول رقم 7: عدد الشواطئ المسموحة والممنوعة للسباحة سنة 2015

2015	2014	
49	48	العدد الإجمالي للشواطئ
21	19	عدد الشواطئ المسموحة للسباحة
28	29	الشواطئ الممنوعة

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

-قامت اللجنة الولائية المكلفة باقتراح فتح و منع الشواطئ للسباحة لسنة 2015 بعدة خرجات ميدانية استهدفت كل الشواطئ تقرر على إثرها: فتح شاطئ الشعابية 2 و كاف وعير.

-توافد المصطافين:

الجدول رقم 8: عدد المصطافين

المجموع	سبتمبر	أوت	جويلية	جوان	
11 613 260	533870	7724400	3189360	165630	عدد المصطافين
1006	30	634	312	30	عدد الجرحى
765	38	508	214	05	عدد الغرقى
19	01	11	06	01	عدد المتوفين

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع عدد المصطافين والذي وصل إلى 7724400 مصطاف شهر أوت 2015 حسب إحصائيات مصالح الحماية المدنية، أما بالنسبة لارتفاع عدد الجرحى والغرقى والوفيات سببه الإقبال على الشواطئ الممنوعة للسباحة.

– **مخطط النقل:** من أجل ضمان نقل المصطافين إلى كافة الشواطئ المسموحة للسباحة عملت مديرية النقل على وضع برنامج خاص يغطي كامل الشواطئ كالتالي:

الجدول رقم 9: برنامج تغطية الشواطئ

موسم الاصطياف	
58	عدد الخطوط
186	عدد الحافلات
5722	عدد المقاعد

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

وفي الجزء القديم من المدينة هناك الكثير من المواقع الأثرية الإسلامية، والتي برزت بمرور عدة حضارات في أبعادها الزمنية من بينها:

- قصر الباي محمد الكبير (مستغانم-طبانة).

- أسوار المدينة القديمة (بلدية الصور).

- مجموعة متاحف الشرق موقع كيزا (كيزا-بلدية بلعطار).

- المنارة التركية "كاب ليفي" التي تبعد ب 25 كيلومترا شمال شرق مقر الولاية حيث يبلغ علوها 18 مترا، وتصل الإشارات الضوئية التي ترسلها كل 5 دقائق إلى بعد 22 ميلا بحريا، كانت تستغل خلال الحقبة العثمانية في توجيه البواخر نحو ميناء الغزوات ولا تزال لغاية اليوم تقوم بنفس المهمة، في الوقت الذي يشهد فيه الموقع زيارة العديد من السياح للاطلاع على طابعها العثماني القديم والاستمتاع بالإشارات الضوئية التي ترسلها في الليل.

في حين يفضل آخرون التنقل إلى أضرحة الأولياء الصالحين وهي التي تضم 300 ضريح لأعلام ضاع صيت العديد منهم في أرجاء العالم الإسلامي، وهو ما جعل ولاية مستغانم تشتهر بتنظيم العديد من الوندات والمهرجانات منها وعدة سيدي لخضر بن خلوف التي تمتد خلال ثلاثة أيام خلال شهر أوت من كل سنة، تتسم بتنظيم تظاهرات لركوب الخيل وجلسات لقراءة بعض القصائد الشعرية، في الوقت الذي لا يزال ركوب الخيل وإطلاق البارود رمزا للإعلان عن قدوم موسم الأفراح بالولاية.

المطلب الثاني: هياكل الاستقبال والتدفقات السياحية

الوكالة	العنوان	الصف	عدد العمال
01	الإدريسية	ب	03
02	بوقيرات فواياج	ب	03
03	ميموزة تور	ب	03
04	أوديبي سفر	ب	06
05	سيدي لخضر بن خلوف	ب	03
06	سابلات تور	ب	02
07	بن زين تور	أ	05
08	مجاهر	أ	03
09	موسنا تور	أ	03
10	مريستاقا تور	أ	05
11	نحمة مستغانم أسفار تور	أ	07
12	توراف أجنسي	أ	04
13	قسوس تور	أ	05
14	مقرار تور	أ	02
			54
<b>المجموع</b>			

### الجدول رقم 10: وكالات السياحة والأسفار

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

ملاحظة: يوجد على مستوى ولاية مستغانم 14 وكالة للسياحة والأسفار منها:

- 06 وكالات في الصف "ب" تنشط بصفة رئيسية في السياحة الموفدة.
- 08 وكالات في الصف "أ" تنشط بصفة رئيسية في السياحة الداخلية والسياحة الاستقبالية.

جدول رقم 11: هياكل الإيواء

سنة 2015		هياكل الإيواء
الأسرة	العدد	
1832	25	المؤسسات الفندقية
7916	30	المراكز الصيفية
175	02	بيوت الشباب
730	02	مخيمات الشباب
200	01	الإقامات التضامنية
/	50	المدارس
10853		المجموع

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

—المؤسسات الفندقية:

جدول رقم 12: المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم

المؤسسة الفندقية	درجة التصنيف	عدد العمال	سعة الاستقبال		
			الغرف	الأسرة	
الساحل	غير مصنف	05	30	47	الفنادق
بلاسيو	غير مصنف	06	18	19	
النخيل	بدون نجمة	05	47	72	
الساتوسية	غير مصنف	15	54	94	
المنتزه	*1	17	16	24	
موريستاغا	الموافقة على تصنيفه في الرتبة *2	32	26	47	
الساحل الغربي	غير مصنف	08	24	40	
كيزا	غير مصنف	05	14	19	
فينيسيا	غير مصنف	05	24	30	
الشمس	غير مصنف	03	19	36	
الروايل	مؤسسة معدة للفندقة	08	28	41	المؤسسات المعدة للفندقة
دار المعلم	مؤسسة معدة للفندقة	14	36	72	
الجزائر	مؤسسة معدة للفندقة	05	14	14	
الرياض	مؤسسة معدة للفندقة	05	24	48	
البدر	مؤسسة معدة للفندقة	04	17	55	
السفير	غير مصنفة	15	50 وحدة سكنية	250	الإقامات السياحية
أولاد بن الزين	غير مصنفة	05	10 وحدة سكنية	50	
المنتزه	غير مصنفة	06	وحدة سكنية 61	299	
الأمراء	غير مصنفة	14	44 وحدة سكنية	104	
الوكالة العقارية	غير مصنفة		42 وحدة سكنية	210	
رحيل	غير مصنفة	05	31 وحدة سكنية	62	
الواحة	غير مصنفة	06	20 وحدة سكنية	60	
ديار البحر	غير مصنفة	04	14 وحدة سكنية	84	
الباهية	غير مصنف	04	19	36	
الدوفان	غير مصنف	04	12	19	
المجموع		200	422 غرفة 272 وحدة سكنية	1832	

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

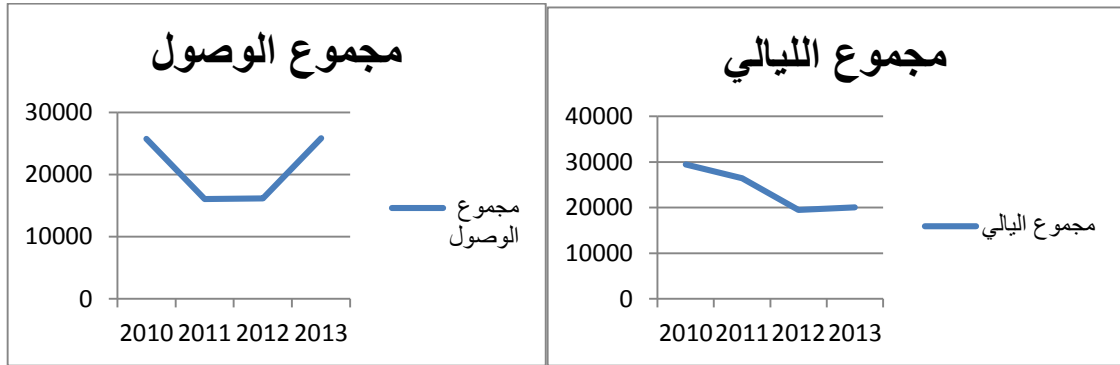
سعة الاستقبال لهذه المؤسسات: 1832 سرير، 422 غرفة و 272 وحدة: (bungalows)، يعتبر الإيواء من أهم مكونات المنتج السياحي و إن كانت ولاية مستغانم تعرف نقص في هذه التجهيزات إلا أن هذا ليس عائقا في وجه قدوم السياح كون سكان الولاية تأقلموا مع الطلب بكراء المنازل وتنمية ما يعرف بالإيواء عند القاطنين. كما تم تفعيل عملية التخييم في المدارس التربوية حيث استفادت 61 جمعية صحراوية وداخلية.

الجدول رقم 13: عدد الليالي والوصول خلال 4 السنوات الأخيرة (2010-2013)

السنة	2010	2011	2012	2013
الثلاثي 1	6965	6789	8587	6083
الثلاثي 2	7330	7442	6352	3723
الثلاثي 3	9629	4718	575	6271
الثلاثي 4	5521	7486	4000	3946
مجموع الليالي	29445	26434	19514	20023
الثلاثي 1	7573	5337	4936	3258
الثلاثي 2	8150	3765	7225	4314
الثلاثي 3	5386	2920	12	12763
الثلاثي 4	4630	4057	4000	5502
مجموع الوافدين	25739	16079	16173	25837

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

الشكل رقم 7: تطور عدد الليالي والوصول

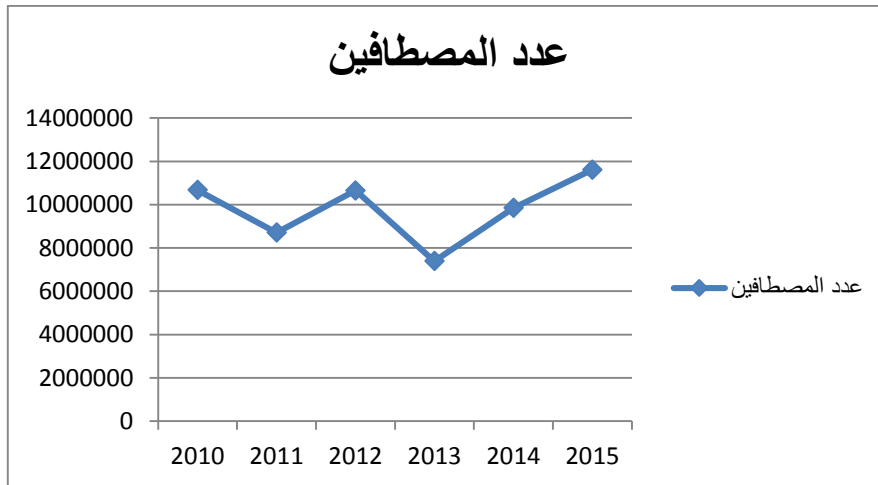


نلاحظ من خلال منحني "مجموع الليالي" و "مجموع الوافدين" انخفاض عدد الليالي وذلك نظرا لشهر رمضان الذي يجل موسم الاصطياف أما بالنسبة لعدد الوافدين حتى ولو ارتفع فهو يمثل السياح المغتربين أو السياح من داخل الوطن "السياحة الداخلية" خاصة المدن الداخلية القريبة من الولاية وذلك للتمتع فقط بالشواطئ وبالتالي هذا الوضع يعكس ضعف القطاع السياحي على مستوى الولاية أي عدم وجود سياحة متطورة تستهوي الأجانب وتجلب العملة الأجنبية.

الجدول	رقم	السنة	عدد الوافدين
:14	عدد	2010	10674600
		2011	8708840
		2012	10650000
		2013	7394120
		2014	9845055
		2015	11613260

المصطافين "موسم الاصطياف".

الشكل رقم 8: تطور عدد المصطافين



من خلال الشكل أعلاه نلاحظ ارتفاع عدد المصطافين من 2013 إلى 2015 حيث بلغ عام 2015 "11613260" مصطافكون سكان الولاية تأقلموا مع الطلب بكراء المنازل وتنمية ما يعرف بالإيواء عند القاطنين. كما تم تفعيل عملية التخيم في المدارس التربوية حيث استفادت 61 جمعية صحراوية وداخلية.

المطلب الثالث: مناطق التوسع السياحي

جدول رقم 15: مناطق التوسع السياحي لولاية مستغانم

مناطق التوسع السياحي	البلدية	الدائرة	المسافة من مستغانم كلم	إجمالي المساحة (هكتار)
المكتنا	فرناكة	عين النويصي	25	75,5
شاطئ ستيديا	ستيديا	حاسي ماماش	13	48
أوربعة-صابلات	مزعران-ستيديا	حاسي ماماش	07	240
خروبة	مستغانم	مستغانم	03	41,3
شاطئ Cheliff	مستغانم وابن عبد المالك رمضان	مستغانم	13	525
كاب IVI	ابن عبد المالك رمضان	سيدي لخضر	21	383
شاطئ رمضان	ابن عبد المالك رمضان	سيدي لخضر	38	306
شاطئ حجاج	حجاج	سيدي لخضر	43	450
الأسفر	سيدي لخضر	سيدي لخضر	47	579
الميناء الصغير	سيدي لخضر	سيدي لخضر	55	327
شاطئ ابراهيم واد الرمان	سيدي لخضر	سيدي لخضر	60	325
زريفة	خضرة	عشعاشة	70	220
كاف قدوس	خضرة-عشعاشة	عشعاشة	86	68
سيدي عبد القادر	عشعاشة	عشعاشة	90	300
بحارة	ولاد بوغالم	عشعاشة	96	360
صخرة	ابن عبد المالك رمضان	سيدي لخضر	15	101
				4348.8

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

تم التركيز من خلال مناطق التوسع السياحي على السياحة الشاطئية باعتبارها أهم وأشهر نوع تتميز به ولاية مستغانم.

المطلب الرابع: مشاريع القطاع السياحي على مستوى ولاية مستغانم

الجدول رقم 16: وضعية مشاريع الاستثمار السياحي الخاص على مستوى ولاية مستغانم إلى غاية ديسمبر 2015

المشاريع المنجزة	العدد	02
	سعة الاستقبال	416
	مناصب الشغل	75
المشاريع في طور الانجاز	العدد	32
	سعة الاستقبال	5158
	مناصب الشغل	1021
المشاريع المتوقفة	العدد	06
	سعة الاستقبال	1082
	مناصب الشغل	209
المشاريع المستقلة	العدد	25
	سعة الاستقبال	1832
	مناصب الشغل	200
المشاريع التي لم تنطلق	العدد	13
	سعة الاستقبال	1504
	مناصب الشغل	479
عدد طلبات الاستثمار السياحي		66

**ملاحظة:** بالنسبة لمكان المشاريع المنجزة والمشاريع في طور الإنجاز: صابلات

● نلاحظ أن عدد المشاريع قليل مقارنة مع إمكانيات الولاية السياحية إضافة إلى ذلك تركزها في منطقة واحدة وهذا ما سيولد ضغط على هذه المنطقة، في حين كان من المستحسن الاهتمام بمختلف مناطق الولاية.

المشاريع المستقبلية:

- المشروع السياحي في منطقة CAP IVI:

الذي يتكون من فندقين، فيلات فاخرة، مركزين تجاريين، مركز اللياقة البدنية ومنطقة ترفيه

- المشروع السياحي في منطقة التوسع " شاطئ رمضان":

منتجع بقدرة 4020 سرير مع إنشاء حوالي 3260 فرص عمل مباشرة و5420 فرص عمل غير مباشرة فنادق 4 نجوم، 3 نجوم، نجمتين، مجموعتين من مساكن فخمة، 3 مجموعات منازل دائمة، مركز للرياضة والترفيه، وحدتين تجاريتين، مركز إداري للاستقبال، جهاز أمن. كل هذه المجموعات ستتواجد بالقرب من الشاطئ وهذا ما سيمنح المنطقة قيمة.

المبحث الثاني: تحليل قطاع السياحة لولاية مستغانم، "نموذج SWOT"

لضمان نمو الاقتصاد السياحي لولاية مستغانم، ينبغي لها تهيئة كل من الإقليم (الاستثمار)، والمواطن (وعي) مع الحفاظ على البيئة والتراث، شرط أن يكون ضمن تعاليم ديننا الإسلامي.

#### المطلب الأول: نقاط القوة

- تواجد الولاية في قطب التميز السياحي شمال غرب.
- إمكانيات طبيعية كبيرة، تنوع المناظر والمواقع الطبيعية (جبال الظهرة، غابات...).
- واجهة بحرية 124 كلم.
- مناخ ملائم للسياح.
- تنوع ثقافي، تراث تاريخي.
- شبكة من الطرق والسكك الحديدية والهياكل الأساسية للميناء.
- وجود الينابيع الساخنة.
- إدراج تخصصات السياحة والفندقة في برامج التدريب.
- إنجاز دراسة التنمية لمناطق التوسع السياحي في كل من شاطئ رمضان وCAP IVI لتحقيق فرص الاستثمار في السياحة.
- وجود تغطية في وسائل النقل مع المشاريع الواعدة في المستقبل.

#### المطلب الثاني: نقاط الضعف

- التركيز على سياحة الشواطئ التي لا تتعدى مدتها 3 أشهر (هيمنة الإقامة القصيرة).
- الافتقار إلى الكفاءة المهنية المتخصصة في المجال السياحي.
- عدم كفاية الأمن الغذائي والصحي.
- الإيواء غير كاف كما ونوعا بالإضافة إلى التوزيع الجغرافي السيئ لأماكن الإقامة.
- أسعار غير معقولة للاستضافة.

- معاناة التراث من عجز الحماية.

- تطور ضعيف جدا للسياحة الطبيعية والافتقار إلى المنتجات القابلة للتسويق.

- مشكل الأراضي على مستوى مناطق التوسع السياحي (خاصة، زراعية، غابية).

- التأخير في معالجة ملفات الاستثمار.

- مشكل اللافئات، صعوبة الوصول إلى الجبال العالية.

- مشكل نظافة أماكن الزيارة وتدهور البيئة.

- الاستخدام المحدود لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- الافتقار للتنسيق بين الجهات الفاعلة في قطاع السياحة.

### المطلب الثالث: الفرص

- إمكانية تطوير المنتجات السياحية في إطار تنوع العرض السياحي عدا السياحة الشاطئية (الجولات الثقافية، السياحة الدينية، الصيد، صيد الأسماك).

- إمكانية إنعاش الاستثمار في الفنادق وتنوع عرض الإقامة (دور الضيافة، أكواخ جبلية، نزل).

- تعتبر ولاية مستغانم ولاية زراعية، وبالتالي لها فرصة تطوير السياحة الريفية والسياحة الزراعية والترويج لمنتجات المنطقة.

- تنوع المنتجات السياحية لاسيما التي هي لفترة قصيرة (الغابات الترفيهية).

- تنفيذ السلطات لنهج الجودة، مع دعم الجمهور النشط من حيث التدريب والدراسات.

- برمجة مراكز عليا للتدريب في مجال السياحة.

- قد تكون الجامعات مخزنا للفئات الفنية (محيي الجولات الاستكشافية، منظمي الرحلات السياحية، أدلة).

- تطوير المهن المتصلة بحفظ وتنظيم التراث.

### المطلب الرابع: التهديدات

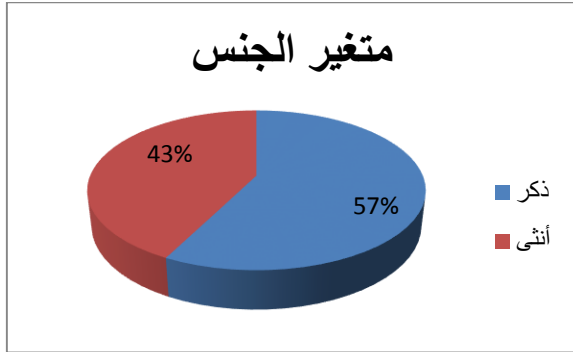
- الضغط على الشريط الساحلي.
- المنافسة من طرف جهات أخرى للولاية، نظرا لغياب منتجات قادرة على جعل الفرق خاصة بالنسبة للسياحة الشاطئية (عين تموشنت).
- عدم وجود حماية معدة من قبل السلطات المحلية للحفاظ علة التراث التاريخي للولاية.
- تزايد عدد السكان نتيجة الهجرة المحلية.
- التحضر غير المنضبط وخطر تبيد الموارد (اختفاء الشواطئ).
- الأخطار التي تهدد التراث العمراني(تدهور واختفاء).
- استنزاف الموارد(أراضي، ...).
- تهديد البيئة.

المبحث الثالث: تحليل وتقييم نتائج الدراسة الميدانية (استبيان) وآفاق التنمية المستدامة

المطلب الأول: تحليل وتقييم نتائج الدراسة

❖ مشاكل القطاع السياحي

جدول رقم 17: توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا لمتغير الجنس الشكل رقم 9: (متغير الجنس)



النسبة المئوية	التكرار	
57%	23	ذكر
43%	17	أنثى
100%	40	المجموع

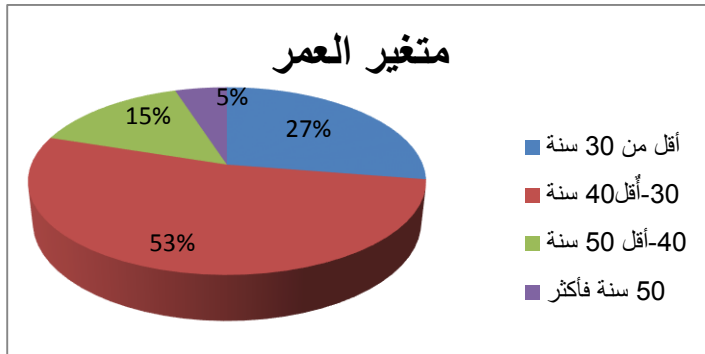
المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على أرقام الجدول

المصدر: من إعداد الطلبة

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن النسبة الأعلى للذكور ب: 57% وذلك لأن أغلب عمال قطاع السياحة ذكور.

الشكل رقم 10: (العمر)

جدول رقم 18: توزيع مفردات عينة الدراسة وفقا لمتغير العمر



النسبة المئوية	التكرار	العمر
27%	11	أقل من 30
53%	21	30- أقل من 40
15%	6	40- أقل من 50
5%	2	من 50 فأكثر
100%	40	المجموع

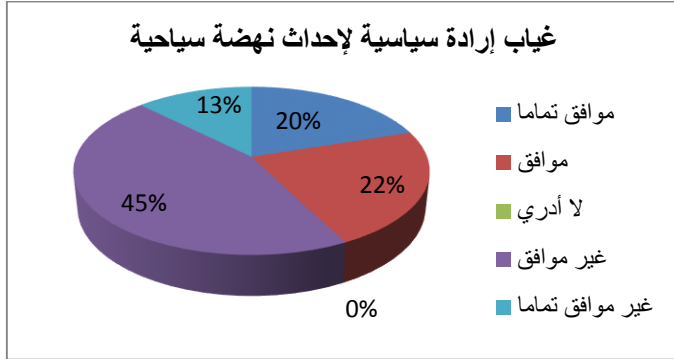
المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على أرقام الجدول

المصدر: من إعداد الطلبة

من الجدول نلاحظ أن الفئة العمرية من 30-أقل من 40 سنة هي صاحبة النصيب الأكبر حيث كان التوزيع بشكل عشوائي إضافة إلى أن معظم العاملين في قطاع السياحة أغلبهم من هذه الفئة.

الشكل رقم: 11

الجدول رقم 19: غياب إرادة سياسية لإحداث نهضة سياحية



النسبة المئوية	التكرار	
20%	8	موافق تماما
22%	18	موافق
0%	0	لا أدري
45%	9	غير موافق
13%	5	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

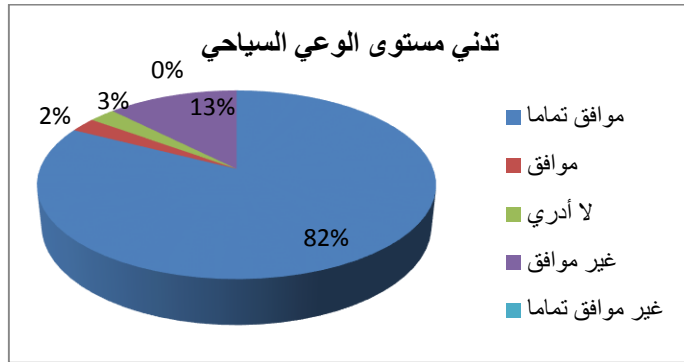
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نلاحظ أن 45% من مجموع الأجوبة غير موافقين، وبالتالي نستنتج أن هناك إرادة حتى ولو جاءت متأخرة وذلك نتيجة أزمة النفط التي أيقظت الجزائر من غفلتها وهذا ما دفعها للبحث عن بديل للتخفيف من التبعية المطلقة لقطاع المحروقات ومحاولة تنويع الاقتصاد الوطني.

الشكل رقم 12

الجدول رقم 20: تدني مستوى الوعي السياحي



النسبة المئوية	التكرار	
82%	33	موافق تماما
2%	5	موافق
3%	1	لا أدري
13%	1	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من

المصدر: من إعداد الطالبة

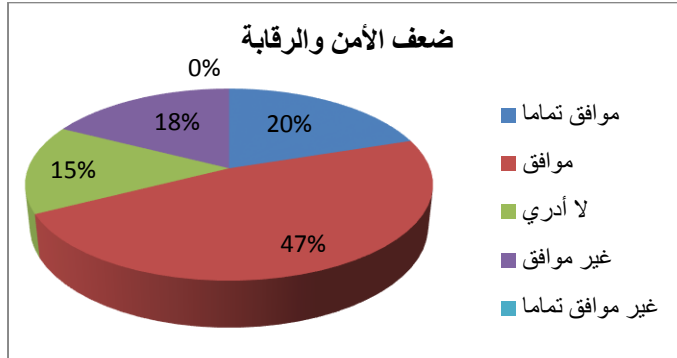
إعداد الطالبة اعتمادا على أرقام الجدول

من خلال نتائج الجدول نستنتج أنه من بين أهم المشاكل التي تقف كعائق أمام انتعاش قطاع السياحة هو تدني مستوى الوعي السياحي وغياب ثقافة قبول الآخر وذلك نتيجة عدم إدراك أهمية السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وذلك ضعف لدور الإعلام في التوعية المواطن وحتى المسؤول بضرورة تضافر الجهود لتطوير القطاع باعتباره أحد البدائل الهامة.

الجدول رقم 21: ضعف الأمن والرقابة

النسبة المئوية	التكرار	
20%	8	غير موافق تماما
47%	7	موافق
15%	6	لا أدري
18%	19	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

الشكل رقم: 13



المصدر: من إعداد الطلبة

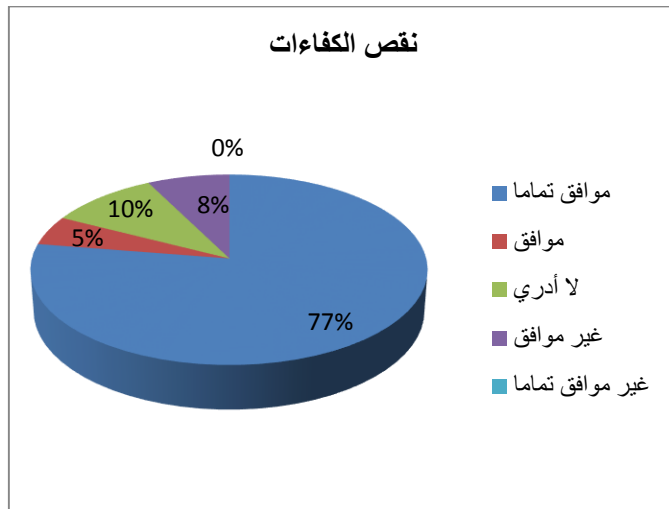
المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على معطيات الجدول

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن 47% كانت إجاباتهم بالموافقة، حيث لم تستطع منظومة السياحة نحو الصورة الدموية الراسخة في ذهن السائح الأجنبي، إضافة إلى توتر الوضع الأمني للدول المجاورة كتونس مثلا ولا ننسى ظاهرة السرقة واستغلال السياح داخل الوطن.

الجدول رقم 22: نقص الكفاءات والعمالة المدربة

النسبة المئوية	التكرار	
77%	31	غير موافق تماما
5%	3	موافق
10%	4	لا أدري
8%	2	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

الشكل رقم: 14

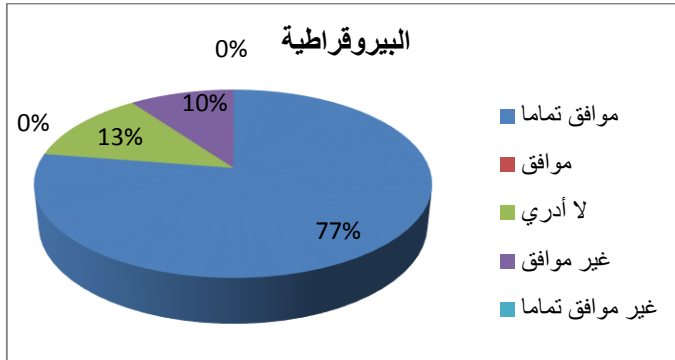


المصدر: من إعداد الطلبة

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على الجدول

تبين نتائج الجدول موافقة 77% موافقة تامة على نقص اليد العاملة المؤهلة والمتخصصة، وهذا سببه نقص في المعاهد والكليات ومراكز التدريب في مجال السياحة، وهذا ما يؤثر سلبا على مردودية القطاع.

الجدول رقم 23: الإدارة الجزائرية جزء من فشل القطاع السياحي الشكل رقم 15



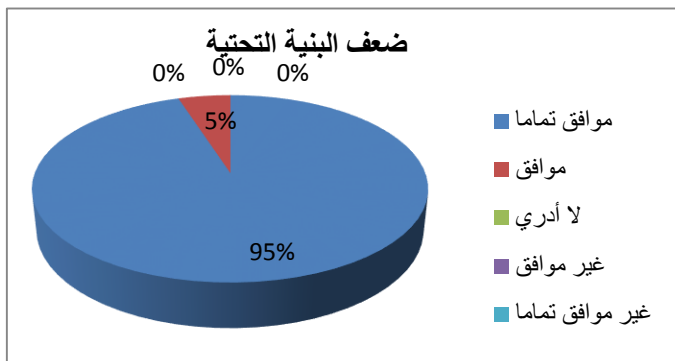
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
77%	31	موافق تماما
0%	4	موافق
13%	5	لا أدري
10%	0	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة المصدر: من إعداد الطالبة

تبين نتائج الجدول أن نسبة كبيرة تقدر بـ 77% موافقة علناً الإدارة الجزائرية تعاني من البيروقراطية أي بطء المعاملات، صعوبة استخراج الوثائق وشروط الحصول على اعتماد فتح وكالة سياحية، وخاصة فيما يتعلق بالاستثمارات وهذا يقف عقبة أمام تطور القطاع السياحي.

الجدول رقم 24: ضعف البنية التحتية

الشكل رقم 16



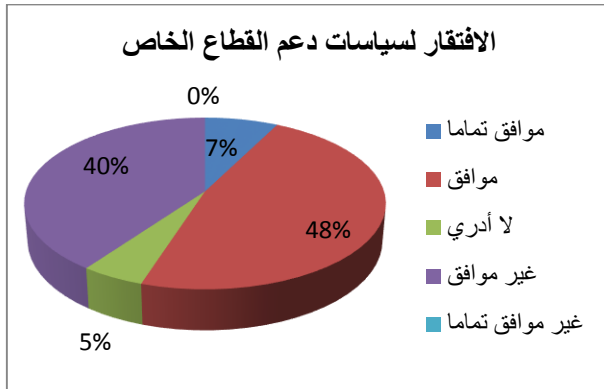
النسبة المئوية	التكرار	الفئة
95%	38	موافق تماما
5%	0	موافق
0%	0	لا أدري
0%	2	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 95% موافقة تماما على ضعف البنية التحتية بالرغم من أهميتها ودورها في تطوير القطاع. إضافة إلى مشكل نقص الخدمات في المواقع السياحية وعلى خطوط النقل من بينها: استراحات، حمامات، محلات تجارية، اللافتات، مراكز إرشاد، الدليل السياحي وغيرها من الخدمات التي يحتاجها السياح.

الجدول رقم 25: الافتقار لسياسات تشجيع القطاع الخاص

الشكل رقم: 17



النسبة المئوية	التكرار	
7%	3	موافق تماما
40%	16	موافق
5%	2	لا أدري
48%	19	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على أرقام الجدول

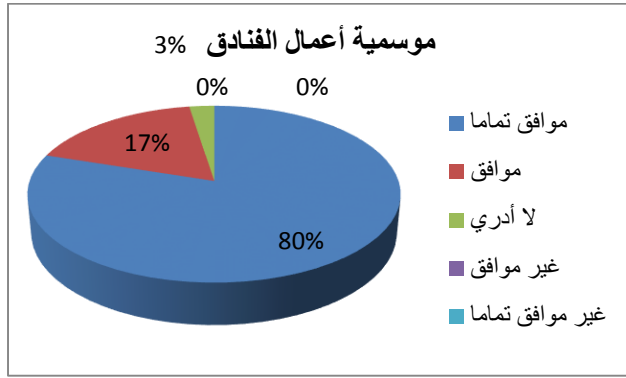
المصدر: من إعداد الطالبة

حسب نتائج الجدول، كانت إجابة نسبة 48% بالموافقة على الافتقار لسياسات تشجيع ودعم القطاع الخاص بنسبة 48%، حيث يرون أن هناك نقص في المساعدات الضريبية والقروض الممنوحة من طرف الدولة لتشجيع الاستثمار في هذا القطاع السياحي. إضافة إلى سوء توجيه الاستثمارات، فبعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو لا يرغب فيها كالتنزهات السياحية ومحلات الترفيه الليلية، إضافة إلى عدم اهتمامها بالبيئة.

الجدول رقم 26: موسمية أعمال الفنادق

الشكل رقم: 18

النسبة المئوية	التكرار	
80%	32	موافق تماما
17%	0	موافق
3%	1	لا أدري
0%	7	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما



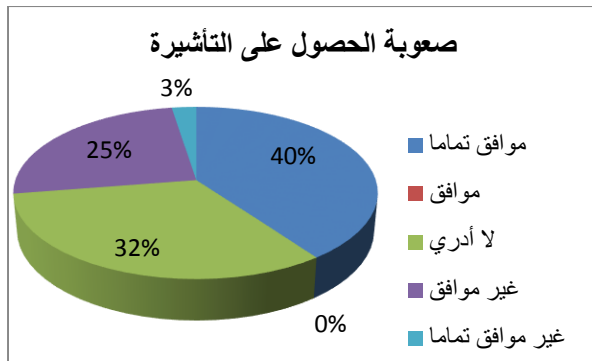
المجموع	40	%100
---------	----	------

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نستنتج أن القطاع السياحي مازال يعاني من موسمية أعمال الفنادق التي تنشط فقط خلال موسم الاصطياف (السياحة الشاطئية) لفترة قصيرة لا تتعدى ثلاثة أشهر، وهذا ما ينجر عنه بطالة موسمية، إضافة إلى ارتفاع أسعار الفنادق وهذا لا يتناسب مع القدرة الشرائية للمواطن الجزائري (السياحة الداخلية)، يرى البعض بنسبة 55% أن الخدمات الفندقية لم ترقى إلى المستوى المطلوب، مازالت تعاني من انخفاض النظافة، شروط السلامة، المعاملة، المظهر، ضعف إتقان اللغات خاصة الإنجليزية، ويفضل بعض الأفراد كراء المنازل لقضاء العطل بسبب نقص في المؤسسات الفندقية.

الجدول رقم 27: صعوبة الحصول على التأشيرة لدخول التراب الوطني الشكل رقم 19



النسبة المئوية	التكرار	
40%	16	موافق تماما
0%	10	موافق
32%	13	لا أدري
25%	0	غير موافق
3%	1	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

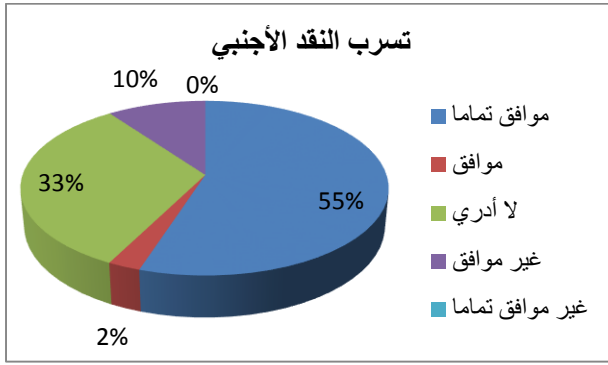
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

تبين نتائج الجدول موافقة تامة بنسبة 40% على صعوبة الحصول على التأشيرة لدخول التراب الوطني، وهذا في غير صالح قطاع السياحة، حيث يعتبر تسهيل إجراءات السفر من عوامل تطوير صناعة السياحة.

الشكل رقم 20

الجدول رقم 28: تسرب العملة الأجنبية



النسبة المئوية	التكرار	
55%	22	موافق تماما
2%	4	موافق
33%	13	لا أدري
10%	1	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

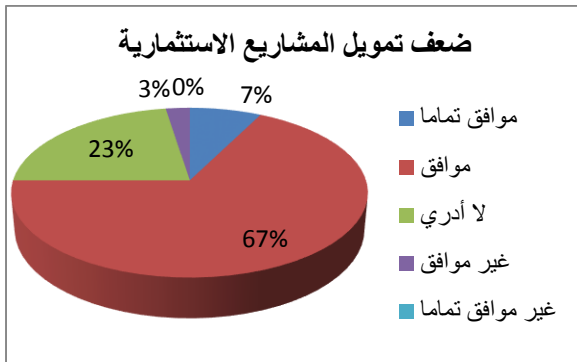
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على أرقام الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

نلاحظ من خلال أرقام الجدول أن أغلب تحويلات النقد الأجنبي لا تتم عن طريق الجهاز المصرفي وبالتالي تسرب العملة الأجنبية، وهذا سببه غياب مكاتب الصرف بالقرب من المطارات والموانئ.

الشكل رقم: 21

الجدول رقم 29: عدم وجود تمويل كاف للمشاريع الاستثمارية



النسبة المئوية	التكرار	
7%	3	موافق تماما
67%	1	موافق
23%	9	لا أدري
3%	27	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول

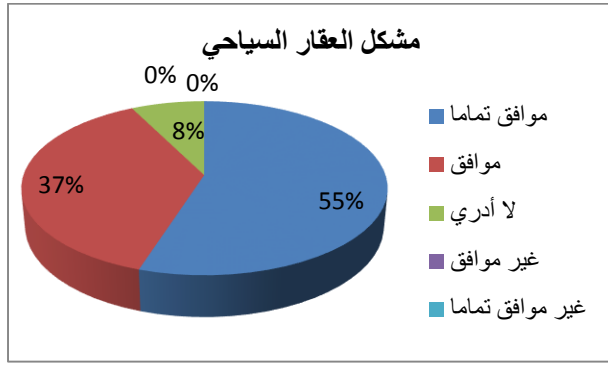
المصدر: من إعداد الطالبة

الأغلبية يرون أن هناك عجز في تمويل المشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي حيث أنها تحتاج لرؤوس أموال كبيرة إضافة إلى عزوف بعض الخواص عن الاستثمار في القطاع لأنه موسمي وعرضة للتقلبات الخارجية. إضافة إلى ارتفاع العبء الضريبي للأنشطة السياحية من ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الفنادق، ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الخدمات السياحية وارتفاع معدلات الفائدة على القروض الخاصة بالتنمية السياحية.

الشكل رقم: 22

الجدول رقم 30: مشكل العقار السياحي

النسبة المئوية	التكرار	
55%	22	موافق تماما



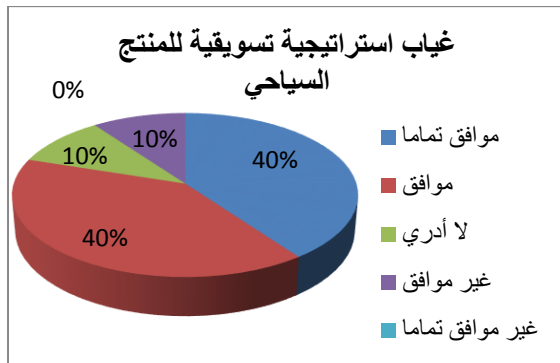
موافق	0	37%
لا أدري	3	8%
غير موافق	15	10%
غير موافق تماما	0	0%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج الجدول

بالرجوع إلى نتائج الجدول أعلاه، نلاحظ أن نسبة 55% من مجموع الأجوبة موافقين موافقة تامة على وجود مشكل العقار السياحي أي صعوبة منح عقارات لإقامة المشاريع السياحية، وهذا من شأنه عرقلة تطور القطاع، غياب التشريعات والقوانين لحل هذا المشكل، وإن وجدت فهي غير مطبقة.

الشكل رقم: 23

الجدول رقم 31: غياب إستراتيجية تسويقية للمنتج السياحي



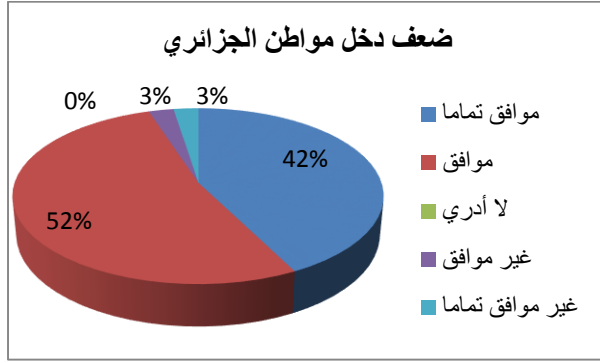
النسبة المئوية	التكرار	
40%	16	موافق تماما
40%	4	موافق
10%	4	لا أدري
10%	16	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الجدول

تبين النتائج بنسبة 40% العجز الكبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية وعدم كفاية وسائل الترويج والاتصال على المستوى الداخلي والخارجي، وهي غالبا ما تكون قديمة وغير مؤهلة لا تتماشى معالتقنيات الحديثة المستعملة صعوبة الإعلام والاتصال الإيجابي الذي يكون في حد ذاته مشكل حقيقي في تسويق الوجهة الجزائرية.

الشكل رقم 24

الجدول رقم 32: ضعف دخل المواطن الجزائري



النسبة المئوية	التكرار	
42%	17	موافق تماما
52%	1	موافق
0%	0	لا أدري
3%	21	غير موافق
3%	1	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

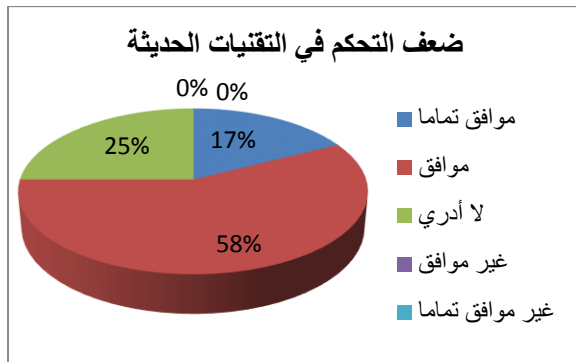
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال الجدول نلاحظ موافقة نسبة 52% على ضعف الدخل وبالتالي ضعف القدرة الشرائية أمام أسعار الفنادق المرتفعة ومتطلبات السياحة من أكل وشرب وشراء الهدايا... وهذا ما يؤثر ما يؤثر سلبا على تطور السياحة الداخلية.

الشكل رقم 25

الجدول رقم 33: نقص التحكم في التقنيات الحديثة



النسبة المئوية	التكرار	
17%	7	موافق تماما
58%	0	موافق
25%	10	لا أدري
0%	23	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	المجموع

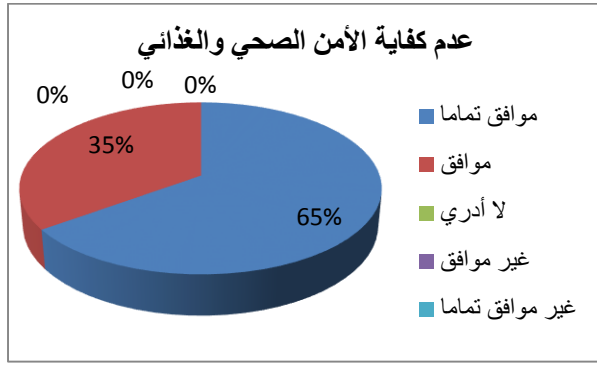
المصدر: من إعداد الطالبة

يرى الأغلبية بنسبة 58% معاناة القطاع السياحي من نقص التحكم في التقنيات الحديثة وذلك نظرا للمعرفة المحدودة بالتقنيات المتاحة، نقص في العمالة الفنية المدربة في مجال تكنولوجيا المعلومات إضافة إلى تكلفة صيانة الأنظمة.

الشكل رقم 26:

الجدول رقم 34: عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي

النسبة المئوية	التكرار	
65%	26	موافق تماما
35%	0	موافق
0%	0	لا أدري
0%	14	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما



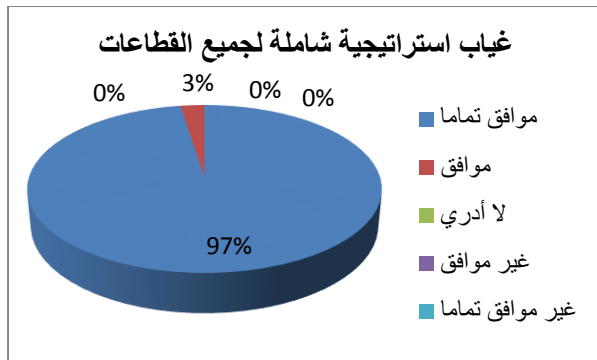
المجموع	40	%100
---------	----	------

المصدر: من إعدادات الطالبة المصدر: من إعدادات الطالبة اعتمادا على أرقام الجدول

نستنتج من خلال الجدول أن عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي يؤثر على قرارات الفرد بشأن السياحة حيث توافق الأغلبية بنسبة 65% على هذا المشكل الذي تعاني منه الدول النامية.

الشكل رقم 27

الجدول رقم 35: غياب إستراتيجية شاملة لجميع القطاعات



النسبة المئوية	التكرار	
97%	39	موافق تماما
3%	0	موافق
0%	0	لا أدري
0%	1	غير موافق
0%	0	غير موافق تماما
100%	40	

المصدر: من إعدادات الطالبة اعتمادا على نتائج الجدول

المصدر: من إعدادات الطالبة

نلاحظ من خلال الجدول موافقة الأغلبية موافقة تامة بنسبة 97% على غياب إستراتيجية موحدة لجميع القطاعات، خصوصا وأن قطاع السياحة مرتبط بمدى تطور باقي القطاعات " النقل، الصحة، التكوين المهني، التعليم العالي، أشغال عمومية، الموارد المائية، السكن... إلخ، مع التأكيد على تفعيلها ميدانيا.

#### ❖ أهم أسباب ضعف أداء القطاع السياحي

##### ● انهيار الدينار جرح السياحة:

تستغرب وكالات الأسفار من ثبوت أسعار الفنادق العالمية التي لديها فروع بالجزائر، وقالوا إنها تعتمد نفس الأسعار بالفرع الأم أو الفروع الأخرى ولا تأبه بالقدرة الشرائية للمواطن الجزائري، خاصة وأن قيمة الدينار تجاوزت مؤخرا أمام العملات الأجنبية الأخرى، وهو ما يجعل أسعار هذه الفنادق باهظة

الثلث. بالرغم مما لدى الجزائر من تنوع جغرافي وتاريخي ومناخي وتراثي وثقافي، إلا أن هناك غياب هندسة واضحة المضاعفات تؤسس لثقافة السياحة في المجتمع عمليا على المدى الطويل.

#### • الربيع قتلها

اعتمدت الجزائر على الموارد البترولية منذ فجر استقلالها، عندما نرى النموذج التونسي ندرك أننا بعيدين بسنوات ضوئية عنهم، فموقع القطاع في ذهنية السلطين مختلف، فالجزائري يلجأ كليا إلى الربيع والثروات الطبيعية، بينما يستثمر التونسي كل طاقاته في السياحة.

#### • البيروقراطية دفتها

إن الإدارة الجزائرية جزء من تقهقر القطاع بوضع صعوبات جمة في استخراج الوثائق، وشروط الحصول على اعتماد فتح وكالة سياحية، إضافة إلى أن التأشيرة لدخول التراب الجزائري صعبة المنال نوعا ما، وما يصرح به القائمين على السياحة في المنابر الإعلامية لا وجود له في الواقع، حيث يتحمل المسؤولية في ضعف أداء القطاع إلى الجميع، مواطنين وجمارك عبر الحدود والتجار ومستثمرين...

#### • المعوقات ذات البعد المعنوي

- غياب ثقافة قبول الآخر: ناهيك عن التعامل معه، حيث يرى أن خدمة السائح أو الضيف على الطريقة التونسية أو المغربية انتقاصا من قيمته وفق نظرية "النيف الجزائري"، والافتقار إلى إرادة سياسية يمكن أن تحدث نهضة سياحية، لها انعكاسات على ذهنية الجزائري من خلال احتكاكه بثقافات أخرى ليصبح سلوك متأصل فيه، حيث أن أبسط الأمور تكمن في شراء الخبز، بحيث يتوجب على المصطاف اقتناء هذه المادة صباحا ليتناول بها وجبة العشاء مساء، ناهيك عن ارتفاع الأسعار واستفحال النصب والاحتيال على السائحين على خلفية أنهم يتوقفون على أموال وتجهيزات.

- العشرية السوداء: مازالت صورة الجزائر ملطخة بالدماء لدى السائح الأجنبي، رغم سحر الجغرافيا واعتدال المناخ واتساع الصحراء، عجزت عن محو الصورة الدموية الراسخة في ذهن السائح الأجنبي رغم مظاهر الاستقرار والترف البارزة على المجتمع الجزائري.

#### • فقر الهياكل وضعف الاستثمارات

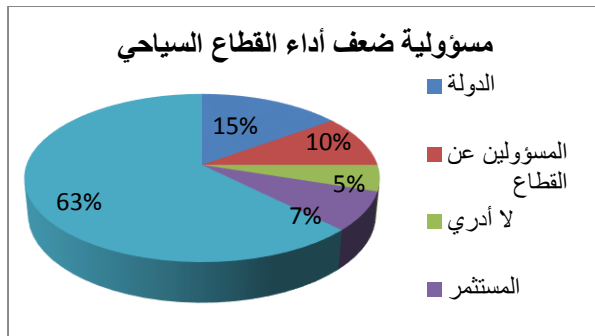
مازال مفهوم السياحة لدى المسؤول الجزائري، يقتصر على تنظيم رحلات العمرة والحج دون التفكير في استحداث فضاءات جديدة، وإبداع أنشطة ترفيهية تواكب العصر، بالإضافة إلى التسويق لها داخليا وخارجيا، إضافة إلى الخدمات والمعاملات الرديئة وفقر الهياكل، أدى إلى انهيار منظومة السياحة، رغم ما منحه الطبيعة للجزائر من مناظر ساحرة ومناطق آسرة، دوخت كل من زارها غير أنه كتب ملاحظته المعروفة عن انعدام الحس السياحي بما بحيث لا وجود لفنادق متميزة وفاخرة ترقى

وتتماشى مع الطبيعة الساحرة. إضافة إلى عدم القدرة على استيعاب جموع السياح خاصة أوقات الذروة، الأمر الذي وسّع من دائرة ظاهرة كراء البيوت. كما لا ننسى سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة، وقد يلاحظ أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية.

❖ مسؤولية ضعف أداء القطاع السياحي

الشكل رقم 28

الجدول رقم 36: مسؤولية ضعف أداء القطاع السياحي



النسبة المئوية	التكرار	الدولة
15%	6	الدولة
10%	4	المسؤولين على القطاع
5%	2	المستثمر
7.5%	3	المواطن
62.5%	25	الجميع
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج الجدول

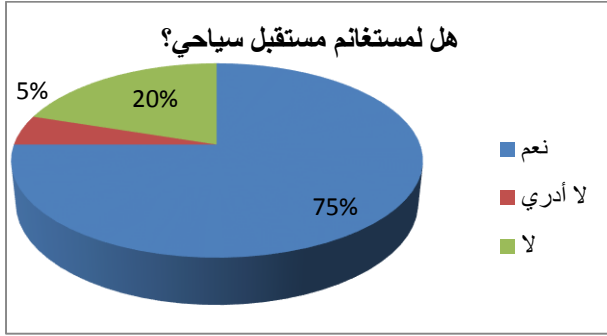
المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال نتائج الجدول أعلاه، نستنتج أن المسؤول عن ضعف أداء القطاع هو "الجميع" حسب إجابات عينة الدراسة بنسبة 63%، وذلك نتيجة غياب إرادة حقيقية للنهوض بالقطاع، حيث لم يلقى هذا الأخير الاهتمام اللازم إلا بعد التقلبات أسعار النفط مؤخرا وتأثيرها السلبي على الاقتصاد الوطني، وأصبح ينظر للقطاع السياحي بأنه أحد البدائل الهامة الذي يساهم في تنويع هيكل الاقتصاد الوطني وتخفيف العبء على قطاع المحروقات.

الشكل رقم 29

الجدول رقم 37: هل لمستغانم مستقبل سياحي؟

النسبة المئوية	التكرار	نعم
75%	30	نعم



لا أدري	2	5%
لا	8	20%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على أرقام الجدول

المصدر: من إعداد الطالبة

يرى الأغلبية بنسبة 75% أن للولاية مستقبل سياحي لأنها تتمتع بتنوع طبيعي، ثقافي وتاريخي، إضافة إلى المشاريع الواعدة في المستقبل، بينما أجاب البعض بنسبة 5% بـ "لا أدري" حيث أنه بالرغم من امتلاك الولاية لإمكانات سياحية متنوعة لكن بالمقابل هنالك سوء تسيير للمؤسسات والمشاريع لهذا يبقى المستقبل السياحي لمستغانم أو بالأحرى الجزائر مجهول، وأجاب الباقي بنسبة 20% بـ "لا" نظرا للمشاكل التي يعاني منها القطاع.

#### ❖ اقتراحات النهوض بقطاع السياحة في ولاية مستغانم

- **ضرورة وضع إستراتيجية شاملة وموحدة لجميع القطاعات:** إن تطور قطاع السياحة مرتبط بمدى تطور باقي القطاعات من النقل، الأشغال العمومية، الصحة، التعليم، التكوين المهني، السكن، الموارد المائية... إلخ، مع التأكيد على تفعيلها ميدانيا.
- **زرع ثقافة التحضر:** أي زرع ثقافة الضيافة عند المواطن من خلال إدماج الثقافة السياحية في البرامج الدراسية منذ الطور الأول وذلك لإعداد جيل يدرك دور السياحة في دعم الاقتصاد الوطني، إضافة إلى دور الإعلام والمدارس والجامعات في نشر التوعية السياحية.
- **تشجيع الاستثمارات:** تطوير البنية التحتية من كهرباء، مياه، صرف صحي، مطارات وحدائق، حيث أن هذا النوع من الاستثمار ذو تأثير كبير في تنمية وتطوير قطاع السياحة، إضافة إلى الاستثمار في المنشآت الفندقية بأنواعها مع تحسين في الخدمة الفندقية، والاستثمار في الأنشطة الاقتصادية التي تكمل قطاع السياحة مثل قطاع الخدمات، قطاع الزراعة الصناعات الغذائية، الأثاث، وسائل النقل... إلخ. لذلك لا بد من تقديم التسهيلات من الحوافز الضريبية والجمركية للقطاع الخاص مع إعادة النظر في قوانين الاستثمار وهذا ما يسهم في دعم القطاع.
- **محاولة القضاء على البيروقراطية:** وذلك عن طريق عصنة الإدارة، وتشجيع مع إحداث تغيير جذري على المستوى الإداري للقطاع السياحي وبالتالي وضع الرجل المناسب في المكان المناسب، وتشجيع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- تكوين يد عاملة مؤهلة ومتخصصة: من خلال إنشاء المعاهد والكليات ومراكز التدريب في المجال السياحي والفندقي وإدراج تخصصات في: "اللغات العالمية، الاستقبال، الآثار والتاريخ، الطبخ التقليدي والعالمية، الصناعة الحرفية..." وذلك لتكوين إطارات ذو كفاءة في المجال السياحي.
- الحفاظ على الصورة العربية الإسلامية: لا ينبغي أن تكون إستراتيجية النهوض بقطاع السياحة في إطار تعاليم الدين الإسلامي، لذا من الواجب التمسك بالأخلاق، فلماذا لا نكون القدوة في احترام الغير، إتقان العمل، الأمن، النظافة، العلم، والحياء وهذا ما جاء به الإسلام، لماذا لا نكون القدوة الحسنة للسائح الأجنبي ونثير فضوله لاكتشاف الحضارة العربية الإسلامية، ولما لا، قد نكون سببا في هدايته واعتناقه الدين الإسلامي.

#### المطلب الثاني: تحديات الرئيسية لقطاع السياحة في ولاية مستغانم

انطلاقا من تقييم أراضي الولاية، ومع مراعاة الموارد المحددة، نستنتج أهم الرهانات التي تواجه قطاع السياحة على مستوى ولاية مستغانم:

- مسألة التنمية السياحية، حماية والحفاظ على التراث والبيئة: تتمتع الولاية بتراث كبير، ومازال من الضروري حماية وإنشاء إدارة للمواقع السياحية، الأماكن الطبيعية والمناطق الريفية التي تشكل عناصر الجذب السياحي.
- مسألة التنمية المحلية: يعتمد تطور قطاع السياحة على تحريك وتطوير القطاعات الأخرى للنشاط الاقتصادي والاجتماعي.
- تحدي الحكم، التنظيم المؤسسي والربط الشبكي بين الجهات الفاعلة: مازال القطاع السياحي يعاني من الافتقار إلى التنسيق بين الجهات الفاعلة في القطاع، لذا أصبح من الضروري توضيح المهام، تحديد ميادين العمل لتعزيز التنسيق بين الجهات الفاعلة من أجل تحقيق تنسيق أفضل للإجراءات.
- تتمحور إستراتيجية الولاية لتكون وجهة سياحية جذابة محليا وعلى الصعيد الوطني:
- تعزيز التماسك الإقليمي بين المناطق الحضرية والريفية(تنمية اقتصادية متوازنة)، والتقليص من الفوارق الإقليمية فيما يتعلق بالبنية التحتية والانفتاح للعالم الريفي.
- الحفاظ على التوازن (زراعة، سياحة) وبيئة(الطبيعة والساحل).
- جعل قطاع السياحة يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للولاية.
- تطوير العرض السياحي وتنويعه.

المطلب الثالث: آفاق التنمية

**\*بيئة مادية وطبيعية (واجهة بحرية 124 كلم، ميناء تجاري رئيسي، صيد، مارينا)**

-مزايا هامة من حيث معدات البنية التحتية التي تشكل الأساس لتطوير السياحة، خاصة مع المشاريع التي تبشر بالخير.

-موقع إستراتيجي في المنطقة الإقليمية شمال غرب مما يهيئ لتحقيق نجاحات إقليمية ثم وطنية.

**\*إمكانيات متعددة:**

-في المجال الزراعي: يمكن استغلال الإمكانيات الهائلة وتكثيف الإنتاج وإدخال التقنيات الزراعية الحديثة لتحسين مستوى الكفاءة التقنية للمزارعين.

-في المناطق الجبلية: من المستحسن التحرك نحو نهج الحماية وتعزيز الإنتاج المحلي.

-في مجال السياحة وصيد الأسماك: يمكن أن يضيف استغلال الإمكانيات الموجودة نمو في الاقتصاد المحلي.

**\* تعديل الخلل في سياق التنمية وتوزيع السكان بأكثر حكمة:**

تعرف الولاية تنمية اقتصادية واجتماعية ركزت بشدة على المنطقة الساحلية التي تشهد حيوية اقتصادية معينة، وهذا ما ولد اختلال التوازن في توزيع السكان والأنشطة الاقتصادية، لذلك أصبح من الضروري الحد من عملية الهجرة من الريف بتوفير توزيع متوازن للأنشطة من خلال إعادة توزيع الجهود في مجالات أخرى مهمشة من الولاية.

**\*إتباع نهج شامل للتنمية في الأقاليم الحساسة:**

تتمتع مستغانم بالعديد من المناظر الطبيعية، الزراعية-الإيكولوجية، يمكن وصفها بأنها مناطق حساسة بشكل خاص (الجبال والساحل) والتي تعاني من مشكل التخطيط لذا ينبغي أن تركز مساحة التخطيط على تطوير الزراعة وتنويع الأنشطة والحفاظ على التراث والغابات.

### أشكال السياحة للتطوير

من بين أشكال السياحة التي هي بحاجة إلى الاهتمام والتطوير:

-السياحة الشاطئية: خط ساحلي 124كلم، عمق 2كلم، 48 شاطئ، 20 شاطئ مفتوح، والباقي غير مفتوح لأسباب تتعلق بإمكانية الوصول إليها، تركيز الولاية على هذا النوع من السياحة ينعكس في مناطق التوسع السياحي ZET (16)، والإجراءات الحالية سجلت تطور 06 شواطئ.

-الزراعة والسياحة الريفية: مهنة الزراعة في الولاية تسمح لها بالنظر في تطوير السياحة على نطاق واسع، وذلك بإعادة التوازن الإقليمي الموجود داخل بعض البلديات (نكماريا، سيدي لخضر، أولاد بوغانم، عشعاشة، ولاد معلقة، تازغايت)، لا يزال ممكنا إنعاش السياحة في هذه الأقاليم عن طريق تطوير بيوت المزارعين، ونقاط المشي، التضاريس (الجبال والغابات).

-السياحة الإيكولوجية والسياحة الجبلية والغابات الترفيهية: إمكانات الغابات والجبال، مياه واد شلف، مستنقعات ماكتا يفسح المجال لتنمية السياحة، تنمية الغابات الترفيهية، توجد أكبر المناطق بالقرب من الشريط الساحلي الشمالي (سيدي لخضر، حجاج، بن عبد المالك رمضان)، استيديا الساحلية الجنوبية، الجبال العالية "الظهرة" (تازغايت، نكماريا)، والمتوسطة (صفصاف).

-المشي في الجبال: هذا النوع قد يشكل عنصرا هاما في النشاط السياحي.

-السياحة الحموية (الحرارية): تتواجد الينابيع الساخنة الثلاثة في (عين النويصي، مكابيرتا الموجودة ببلدية سيرات وسيدي بن شاعة ببلدية سيدي علي المشهورة بالشفاء لذا يمكن تطوير هذا النشاط.

-السياحة الثقافية والدينية والتاريخية: الإمكانيات غنية ومتنوعة لتنمية هذا النوع من السياحة.

-السياحة التجارية والحضرية: فضلا عن الميناء التجاري وأفاق تطوير المنتجات الزراعية-الغذائية وجعل الولاية قطب جذاب.

المطلب الرابع: الاتجاهات الإستراتيجية

أفاق تنمية وتطوير السياحة في الولاية تدور حول 05 مبادئ:

1- المحور الأول: بناء وجهة مرئية عبر المدينة بأسرها ومركز التميز السياحي (POT) شمال غرب: من خلال عملية إعادة هيكلة أراضي الولاية بالاعتماد على المواقع الأكثر جاذبية بما في ذلك المناطق الساحلية (ZET 16) من أجل الحفاظ على وتعزيز الإمكانيات المتاحة للولاية وتصميم المرافق السياحية.

2- المحور الثاني: تطوير وتنظيم العرض السياحي المستدام والمنافس: تطوير وتنظيم السياحة الطبيعية والشاطئية وهي أنواع ذات أولوية، الدينية، الثقافية والتاريخية كدورتمكاملة.

3- المحور الثالث: دعم الابتكار والتدريب: بالإضافة إلى الأزمات (الاقتصادية، الطاقة، البيئية)، التغير الديمغرافي والتكنولوجيات الجديدة، وقطاع السياحة يشهد منافسة قوية جدا وهو يواجه تحدي التنمية المستدامة والسياحة الإلكترونية، لهذا ينبغي تشجيع المشاريع الابتكارية في المجال السياحي في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وزيادة الوعي للجهات العامة والخاصة بأهمية الانترنت في تطوير نشاطاتها.

3- المحور الرابع: وضع خطة تسويقية تماشيا مع مختلف القطاعات لزيادة جاذبية مقصد الولاية: الترويج للتراث الطبيعي والثقافي والتاريخي والديني للبلد وتحسين صورة الجزائر، على مستوى مستغانم، خطة التسويق لتعزيز وجهة الولاية وإبراز هويتها.

5- المحور الخامس: تعزيز الحكم المحلي الرشيد: في هذا السياق يوصى بالتخطيط الجيد للإجراءات، وضع إطار للشفافية لتنفيذ أي مشروع، ويجب أن تكون الولاية قادرة على التنظيم والإشراف على النشاط السياحي.

**\*خطة التنمية السياحية لولاية مستغانم (SDAT 2030): Schéma directeur "Aménagement touristique"** d'فعل طوعي للسلطات المحلية لتطوير القدرات السياحية وتنظيم وهيكلية العرض المقدم من إقليم الولاية في إطار حوار مع القطاعات الأخرى بالتركيز على الأقطاب السياحية، لهذا تشهد ولاية مستغانم سياسات جديدة لإعادة الهيكلة الإقليمية وضعتها السلطات العامة وذلك لترسيخ التنمية المستدامة" تنمية اقتصادية، اجتماعية وبيئية".

خلاصة الفصل:

من خلال ما تعرض له الفصل الثالث، والذي تناول محاولة لتشخيص واقع القطاع السياحي في ولاية مستغانم، وآفاقه المستقبلية نلاحظ أنه على الرغم من امتلاك الولاية لمؤهلات سياحية طبيعية هائلة، وتراث حضاري وثقافي ثمين، إلا النشاط السياحي فيها لا يزال بعيدا عن تحقيق الأهداف المرجوة منه كصناعة قائمة بحد ذاتها، وهو ما يفسر التدفقات البشرية الضئيلة من السياح، والذينهم في الغالب من أبناء الوطن المغتربين، الذين لهم دوافع وروابط اجتماعية أكبر من مجرد السياحة في مستغانم بصفة خاصة والجزائر بصفة عامة.

من خلال دراستنا استنتجنا أن الجهود المبذولة لغاية يومنا هذا لا يمكنها الرقي بالولاية كوجهة سياحية بامتياز خاصة على المدنا القريب ذلك لكون أغلب المشاريع السياحية، والمخططات التي سطرتها السلطات المحلية تعرفت أخيرا متفاوتة في التطبيق، ولا تزال بعض من شواطئها العذراء والشاسعة غير مستغلة وسط مناظر طبيعية جميلة من ناحية أخرى أن المنطقة لديها العديد من الينابيع المعدنية الجوفية، بحيث يمكن استغلال هذا الجانب من أجل ضمان وتدعيم التطور السياحي، ومن بين هذه الأماكن نذكر منتجع عين النويصي، مكابرتة المتواجدة ببلدية سيرات وسيدي بن شاعة (سيدي علي) التي لا تزال غير مستغلة.

ولتنمية وتطوير السياحة في ولاية مستغانم قامت هذه الأخيرة بعملية إعادة هيكلة أراضي الولاية بالاعتماد على المواقع الأكثر جاذبية بما في ذلك المناطق الساحلية (ZET 16) من أجل الحفاظ على وتعزيز الإمكانيات المتاحة للولاية وتصميم المرافق السياحية، إضافة إلى تطوير وتنظيم السياحة الطبيعية والشاطئية وهي أنواع ذات أولوية، الدينية، الثقافية والتاريخية كدور اتمكاملة؛ وذلك لترسيخ التنمية المستدامة "تنمية اقتصادية، اجتماعية وبيئية".

خاتمة عامة

## خاتمة

من خلال مناقشة وعرض إستراتيجية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر، تبين أن للسياحة دور كبير في إنعاش الاقتصاد باعتبارها محرك ديناميكي وقطاع كثيف التشابكات مع القطاعات الأخرى ومما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل كبير على القطاعات المنتجة "كالزراعة والصناعة"، البنية التحتية والفوقية واليد العاملة المؤهلة والمتخصصة. ونظرا للظروف الصعبة التي تمر بها الجزائر نتيجة تقلبات أسعار النفط، اتضحت القناعة لضرورة خلق البديل عن مصدر الدخل الوحيد للبلاد ووضع قطاع السياحة من بين الأولويات وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

نلاحظ أنه على الرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات سياحية طبيعية هائلة، وتراث حضاري وثقافي ثمين يمكنهما من تحقيق مكانة سياحية عالمية، إلا أن السياسات المتبعة من قبل الدولة الجزائرية لتطوير هذا القطاع، وإن حققت بعض النجاحات حسب المسؤولين الرسميين، لا تزال غير مجدية لحيازة جزء مقبول من الطلب السياحي العالمي الحالي، حيث أن النشاط السياحي فيها لا يزال بعيدا عن تحقيق الأهداف المرجوة منه كصناعة قائمة بحد ذاتها، حيث يتواجد القطاع ضمن مراتب متأخرة جدا عالميا من حيث مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي للبلاد، وكذا قدرته على خلق فرص عمل جديدة وذلك راجع لعدة أسباب منها: ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري، نتيجة الضعف الكمي و النوعي للخدمات السياحية بها، إضافة إلى الطرق التي تبنتها الدولة منذ الاستقلال والتي أبانت عن الفشل الذريع للسلطات الجزائرية في الرقي بالقطاع السياحي على غرار دول الجوار الرائدة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية، ولتدارك تلك النقائص أطلقت الجزائر خطة تنموية شاملة للقطاع السياحي ممثلة في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 والذي يلخص الجهود التي تتوعد السلطات ببذلها لتحفيز الطلب على المضمون السياحي الجزائري عالميا، ومحليا. وتسويق الجزائر كوجهة ومقصد سياحي رائد مستقبلا. وهذا من خلال برنامج شامل لتطوير السياحة الوطنية وترقيتها وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة، ومن خلال دراستنا للموضوع استنتجنا أنه رغم الخطاب الرسمي القوينظريا، فإن الجهود المبذولة لغاية يومنا هذا لا يمكنها الرقي بالوجهة الجزائرية خاصة على المدنا لقريب ذلك لكون أغلب المشاريع السياحية، والمخططات التي سطرتها السلطات المحلية تعرفت

أخيرات متفاوتة في التطبيق. غير أن الإسراع لإتمام تلك الورشات التنموية لاحقا يمكن له أن يشكل دفعا قويا لتنافسية وجاذبية القطاع السياحي الجزائري في المستقبل

الاستنتاجات: من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- السياحة لم تعد مجرد نشاط ترفيهي للإنسان بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها تلعب دورا مهما في عملية التنمية الاقتصادية.

- تعتبر الجزائر من بين أوائل الوجهات العالمية التي تزخر برصيد سياحي طبيعي، تاريخي وثقافي هائل.

- الجزائر مطالبة من أي وقت مضى أن تتوجه إلى قطاع تحكمه الطبيعة وهبة من الله والذي يمكن أن يكون بديلا اقتصاديا مهما لمواجهة مرحلة ما بعد البترول.

- بالرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم إلا أننا نجد في الجزائر لم يرتقي بعد إلى المستوى المطلوب الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه وبقيت إنجازاته محدودة إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة؛ حيث تشير الإحصائيات أن إسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الداخلي للجزائر لا يزال ضعيفا.

- تطوير السياحة وتنميتها يجب أن يكون ضمن إستراتيجية التنمية المستدامة الشاملة لكافة القطاعات الاقتصادية وذلك حفاظا على الموارد البيئية وضمان حق الاستفادة منها للأجيال الحاضرة والمستقبلية.

- الوعود التي أبدتها السلطات المعنية في الجزائر لإعطاء هذا القطاع المنوط به فإنه من الناحية العملية لم يتحقق الكثير ومن ثم فإن بلوغ الأهداف المرجوة لإحداث نقلة نوعية في هذا القطاع لا تعدو أن تكون مجرد آمال أكثر من كونها واقعا ملموسا.

- الإستراتيجية التنموية الجديدة لقطاع السياحة في الجزائر، وإن كانت تعد إطارا مرجعيا هاما يعكس الرغبة السياسية في النهوض بالقطاع، من خلال صياغة و رسم الخطوط العريضة لتطوير السياحة في البلاد خلال السنوات المقبلة، ورغم ما تزخر به من مناطق سياحية نادرة في العالم، إلى أن النتائج المحققة على أرض الواقع تبقى جد محتشمة ولا تسموا إلى مستوى التطلعات التي تصبوا إليها الإستراتيجية نظريا، حيث بقيت معظم معالمها مجهولة لحد الآن، وتعكس في غالب الأحيان حالة الفوضى التي يعيشها القطاع ومشاريع التيلا زالت تراوح مكانها، هذا وتبقى أغلب الورشات التي تعهدت بها الحكومة الجزائرية معطلة إلى يومنا هذا، رغم أنال مخطط

التوجيهي للتهيئة السياحية عرف بدايته سنة 2008م، وتدعم بالغلاف المالي المخصص لذلك في إطار البرنامج الخماسي 2010م-2014م.

وفي ضوء هذه الدراسة وما تم التطرق إليه من خلالها، يمكننا الخروج بالاقتراحات التالية والتي يمكن أن تكون دعامة إضافية لخدمة تلك الجهود.

### الاقتراحات:

1-زيادة وتطوير وسائل الإيواء المختلفة مع وضع مواصفات محددة ومدروسة لها تتوافق مع المواصفات العالمية ومع البيئة المحلية لكي تناسب السياح وتنال رضاهم.

2-للتغلب على مشكلة نقص الكفاءات والعمالة المدربة لسوق العمل السياحي لا بد من: تشجيع فتح أقسام السياحة والفندقة في الجامعات الجزائرية، إنشاء معاهد التدريب السياحي والفندقي في المدن الرئيسية.

3-ينبغي توفير وتطوير التسهيلات السياحية المختلفة من خلال ما يلي:

-تبسيط الإجراءات في منافذ الدخول وتحسين الخدمات المختلفة في المطارات والموانئ.

-تقديم خدمات الاستعلامات للسياح في منافذ الدخول وإرشادهم إلى المناطق والمواقع السياحية.

-توفير الخرائط والأدلة السياحية عن المدن والمواقع السياحية وكيفية الوصول إليها.

-إيجاد الخدمات والتسهيلات على الطرق الطويلة مثل الاستراحات والمطاعم، المحلات ودورات المياه ...

-العمل على توسيع مداخل المدن للحد من الازدحام وبطء السير.

4-العمل على رفع مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين ولدى العاملين في المجال السياحي لتعزيز حسن التعامل مع السائح وذلك من خلال:

-إعداد مواد إعلامية تتناول السياحة وأهمية الحفاظ على الموارد السياحية المختلفة.

-قيام وسائل الإعلام المختلفة بإعطاء مساحة إعلامية كافية تهتم بقضايا السياحة.

-التنسيق مع وزارتي التربية والتعليم، والتعليم العالي على تضمين المناهج بموضوعات عن السياحة وأهميتها وكذا إدراج مادة السياحة ضمن المقررات السياحية.

5-زيادة المطبوعات والنشرات السياحية وتوزيعها في المعارض ومنافذ الدخول والسفارات ومكاتب الطيران.

6- دعم الطاقة الكهربائية وتوسيع شبكتها لتشمل جميع مناطق الوطن لكي تنتهي ظاهرة انقطاع التيار الكهربائي الأمر الذي يساعد على إقامة العديد من المشاريع والتسهيلات السياحية.

7- توفير مراكز الاستعلام السياحي في منافذ الدخول وفي المدن الرئيسية والمناطق السياحية لتقديم الخدمات الإرشادية للسياح.

8- تعزيز دور السفارات والقنصليات الجزائرية بالخارج في تشجيع الاتصال بوسطاء السياحة في مقر عملها وتيسير منح التأشيرات للراغبين في زيارة الجزائر.

9- ضرورة تطوير مقومات الضيافة في الجزائر ورفع مستواها من خلال:

- مكافحة التلوث البيئي في المدن وتوفير النظافة العامة فيها.
  - الحد من ظاهرة التسول في الأسواق والشوارع العامة وأمام المطاعم والفنادق ومواقف السيارات.
  - رفع مستوى المرشدين السياحيين من خلال التدريب وإتقان اللغات الأجنبية ومعرفة المعلومات التاريخية والسياحية وزيادة عددهم.
  - المحافظة على تقديم أصناف وأنواع الأطعمة المحلية المتميزة إلى جانب غيرها بأسلوب متطور.
  - العمل على انتشار المساحات الخضراء والمنتزهات العامة في المدن المختلفة وانتشار دورات المياه النظيفة.
- 10- لكي تكون الجزائر ملائمة لانتعاش السياحة وزيادة القدوم السياحي إليها ينبغي:

- العمل على تحسين وتصحيح الصورة العامة عن الأمن وتوضيح وضع البلاد الحقيقي.
  - العمل على زيادة الوعي العام بضرورة احترام القانون والنظام العام وانعكاس ذلك في السلوك الأفراد.
  - تنوع المنتج السياحي عن طريق تنوع الخدمات والتسهيلات والاهتمام بمناطق جديدة بناء على نتائج دراسات جادة للأسواق المصدرة للسياح ورغبات واحتياجات السياح والحرص على جودة الخدمات السياحية وتطبيق معايير الجودة السياحية الدولية مع توفير رقابة فاعلة لضمان توفر هذه الجودة.
- 11- والأهم من ذلك أن الخروج بالجزائر من وضعية "أجمل بلدان العالم" إلى وضعية "من بين البلدان الأكثر زيارة في العالم" لا يكون إلا بتضافر الجهود الفردية والجماعية مع الكثير من الإخلاص والإصرار في العمل.

12- ضرورة الإسراع لإنهاء الدراسات المتعلقة بمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المحلي على مستوى كل ولاية من أجل إحصاء كل المناطق السياحية المحلية والعمل على تهيئتها لتصبح منتجا سياحيا يعكس أصالة تلك المناطق.

13- العمل على إحداث العلاقات المستديمة وبناء قنوات الاتصال والتشاور الدائمة مع القطاعات ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بقطاع السياحة.

14- تحفيز الصناعات التقليدية لتساهم في بروز نشاط سياحي فعال مولد للثروة على المستويات المحلية، منافسة على الصعيد الدولي في إطار تشاوري جماعي بين المتعاملين والفاعلين المحليين.

15- الإهتمام بالاستثمار السياحي وإزالة كافة العراقيل والمشاكل التي يمكن أن يصادفها المرقي السياحي، إضافة إلى مرافقته ودعمه، بغية الحفاظ عليه وجذب مستثمرين جدد في المستقبل.

وفي الأخير نقول إنحن الخطأ الاعتقاد بأن السياحة قطاع ذو استقلالية تامة تشرف عليه وزارة معنية فقط من خلال هياكلها الموزعة في البلاد والأقاليم السياحية، وإنما هي مسؤولية مشتركة بين عدة أطراف ومصالح مختلفة لا بد من التنسيق فيه بين كافة القطاعات التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة لكي تعطي المثال الحسن عن "السلوك السياحي" دون أن ننسى الدور الكبير لأفراد المجتمع بأكمله الذين سيمثلون الطرف الذي سيُشغل تلك الجهود المبذولة وعملية التعامل مع التدفقات البشرية السياحية خاصة الأجانب منهم.

# قائمة المراجع

مراجع باللغة العربية:

الكتب:

- 1- د. عبد السلام أبو قحف، "محاضرات في صناعة السياحة"، المكتب العربي الحديث للنشر، الإسكندرية، 1999.
- 2- عبد الله رايب، الجزائر في عين الرحالة الانجليزي-الجزء الأول- دار الحكمة، الجزائر، 2000، ص 1
- 3- وفاء زكي إبراهيم، "دور السياحة في التنمية الاجتماعية"، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2006.
- 4- خالد كواش، "السياحة مفهومها أركانها وأنواعها"، دار التنوير للنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2007.
- 5- محي محمد مسعد، "الاتجاهات الحديثة في السياحة"، المكتب الجامعي الحديث للنشر، الإسكندرية، 2009.
- 6- هند علوي، "مجتمع المعلومات بالجزائر"، دار الأكاديمية للطبع والنشر والتوزيع، الدار البيضاء، الجزائر، ط 1، 2009.
- 7- فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2009
- 8- طه أحمد عبيد، "مشكلات التسويق السياحي"، المكتب الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2010.
- 9- د. مرزوق عابد القعيد وآخرون، "مبادئ السياحة"، إثراء للنشر والتوزيع، عمان 2010.
- 10- د. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، "أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة"، الوراق للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2010.
- 11- د. سعيد البطوطي "شركات السياحة ووكالات السفر، مكتبة أنجلو المصرية للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، مصر، 2010.
- 12- د. عباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، "الإعلام السياحي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011.
- 13- فيصل أحمد بوطيبة، "العائد من الاستثمار في التعليم"، اليازوري للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2013.
- 14- د. علي فلاح الزغبي، "التسويق السياحي والفندقي"، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2013.

15- حمزة دراركة وآخرون، "السياحة البيئية"، دار الإعصار العلمي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.

16- محمد أحمد العمري، "الأمن السياحي"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.

#### أطروحات دكتوراه:

1- صليحة عشي، "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب"، (أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة 2010-2011).

2- عوينان عبد القادر، "السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية تخصص: نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2012-2013.

#### مذكرات الماجستير:

مروان صحراوي، "التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي - حالة الجزائر -"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير تخصص: تسويق الخدمات، جامعة تلمسان 2011-2012.

#### تقارير ودراسات:

1- المنظمة الدولية لصناعة السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي، "السياحة الإلكترونية والتسويق السياحي" المؤتمر الدولي الثاني، البحر الأحمر، الجونة، مصر (18-14 ديسمبر 2009).

[www.ioeti.org/ioeticconference/arabic/our\\_conf.php](http://www.ioeti.org/ioeticconference/arabic/our_conf.php)

2- أحلام خان وصورية زاوي، "السياحة البيئية وأثرها على التنمية في المناطق الريفية"، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد السابع، جوان، 2010.

#### المجلات:

1- جلال أمين، "العولمة والهوية الثقافية في المجتمع التكنولوجي الحديث"، مجلة المستقبل العربي، بيروت، العدد 234 (1998) ص 58.

2- كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا، العدد الأول.

3-بختي إبراهيم، شعوي محمود، "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، عدد07، 201.

4-حجاج سلامة، "مصر الغربية قبله سياحة السفاري في إفريقيا"، صحيفة الحوار المتمدن، العدد1454، بغداد، 2006.

[www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=56692](http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=56692)

### مقالات ومواقع على الأنترنت:

1-أحمد أبو وصال، "عولمة الهوية: الثقافة بين الوحدة والتمايز" أنفاس نت، الصورة، المغرب  
[www.anfasse.org/portail/index.php? Option=com\\_content&task=view&id=3470&Itemid=340](http://www.anfasse.org/portail/index.php? Option=com_content&task=view&id=3470&Itemid=340)

2-عبد الوهاب بوزحزح "العولمة مفهوم قديم بلباس جديد"

<http://news.maktoub.com/article/2921349>

3-محمد الفاتح عثمانى "الجزائر نموذج الفشل السياحي"

<http://www.elkhabar.com/press/8027/%D8%A7%D9%84>

### مراجع باللغة الأجنبية:

### الكتب:

1-Hachemi MADOUICHE:«Le tourisme en Algérie jeu et enjeux» Edition HOUMA, Alger 2003.

2-Pierre Py. Tourisme un phénomène économique.(paris: la documentation française. 2007 3-Terfaya Nassima: "Aport de la culture marketing dans le développement touristique". Edition Houma Alger. 2008.

4-Graham dann.the sociology of tourism: european origins and development,(london:Emerald group publishing, 2009

### الدراسات والتقارير وقوانين:

1- Le journal officiel de la république algérienne N°77 section 1. Du 30 ramadhan 1422, 15 décembre 2001, p16

- 2- Anis Khanchouch: E-tourism, an innovative approach for the small and medium-sized tourism enterprises (SMTE) in Tunisia, OECD, 2004
- 3- THE TRAVEL AND TOURISM COMPETITIVENESS, REPORT 2015, WORLD ECONOMIC FORUM, GENEVA, SUITZERLAND 20
- 4- World Travel and Tourism Council, " economic impact 2015, Algeria"
- 3- Office national des Statistiques (Algérie)  
[www.ons.dz/IMG/pdf/file\\_Tourisme.pdf](http://www.ons.dz/IMG/pdf/file_Tourisme.pdf)

مواقع على الانترنت:

-le code de tourisme sur legifrance  
[www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/prospective/att00006267/2.pdf](http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/publication/prospective/att00006267/2.pdf)  
[www.wttc.org](http://www.wttc.org)

-  
[www.weforum.org](http://www.weforum.org)

الملاحق

الملحق رقم 1: نموذج استبيان

# استبيان

## واقع السياحة مستغانم

تهدف دراستنا إلى معرفة واقع السياحة في الجزائر بصفة عامة ومستغانم بصفة خاصة والوقوف على أهم المشاكل التي تقف كعائق أمام تطور قطاع بالرغم من امتلاك الجزائر لمؤهلات تمكنها من تحقيق مكانة سياحية معترف بها عالميا، وذلك لاستنتاج الحلول، ولتحقيق ذلك نطلب مساعدتكم عبر الإجابة عن الأسئلة المطروحة في هذا الاستبيان.

❖ ضع العلامة ( X ) أمام الإجابة التي تراها مناسبة.

➤ الجنس:  ذكر  أنثى

➤ العمر:  أقل من 30 سنة

من 30 إلى أقل من 40

من 40 إلى أقل من 50

من 50 فأكثر

➤ مشاكل القطاع السياحي

العبارة	موافق تماما	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق تماما
غياب إرادة سياسية لإحداث نهضة سياحية					
غياب إستراتيجية شاملة لجميع القطاعات					
التبعية لقطاع المحروقات					
عدم كفاية الأمن الصحي والغذائي					
تدني مستوى الوعي السياحي "غياب ثقافة التحضر وقبول الآخر"					
ضعف دور الإعلام في التوعية السياحية					
ضعف الأمن والرقابة "العنف، السرقة، التلاعب بالأسعار...."					
نقص الكفاءات والعمالة المدربة لسوق العمل السياحي والفندقي					
الإدارة الجزائرية جزء من فشل القطاع السياحي "البيروقراطية"					
ضعف البنية التحتية والفوقية "تدهور الطرقات، مشاكل الصرف الصحي...."					
غياب سياسات تشجيع القطاع الخاص "حوافز للإستثمار"					
سوء توجيه الاستثمارات					
موسمية أعمال الفنادق					
رداءة الخدمات الفندقية					
نقص الخدمات المساعدة في المواقع السياحية وعلى خطوط النقل (استراحات، حمامات، مراكز					

## قائمة الملاحق

					استعلام...).
					صعوبة الحصول على التأشيرة لدخول التراب الوطني.
					ضعف إتقان اللغات الأجنبية خاصة الإنجليزية من طرف القائمين على القطاع؛
					أغلب تحويلات النقد الأجنبي لا تتم عن طريق الجهاز المصرفي "تسرب العملة الأجنبية".
					عدم وجود تمويل كاف للمشاريع السياحية بالرغم من تقديم الدولة تحفيزات للمستثمرين،
					مشكل العقار السياحي وغياب تشريعات وقوانين لحل هذا المشكل، وإن وجدت فهي غير مطبقة.
					غياب إستراتيجية تسويقية للمنتج السياحي.
					ضعف دخل المواطن الجزائري
					نقص التحكم في التقنيات الجديدة من طرف القائمين على القطاع .
					ارتفاع العبء الضريبي على الأنشطة السياحية

➤ حسب رأيك ما هو أهم سبب لضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر (مستغانم) ؟

.....

.....

➤ من المسؤول عن ضعف أداء القطاع؟

- الدولة

- المسؤولين عن القطاع (شركات سياحية، وزارة السياحة، وكالات سياحية، مديريات...)

- المستثمرين

- المواطنين

- الجميع

➤ هل ترى أن للجزائر "مستغانم" مستقبل سياحي؟ علل إجابتك

نعم

.....  
.....

➤ ما هو إقتراحك للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر (مستغانم)؟

..... -  
..... -  
..... -

وشكرا

Carte administrative de la wilaya de Mostaganem



**découpage administratif de la wilaya :**

<b>D A I R A</b>	<b>Communes</b>
<b>Mostaganem</b>	Mostaganem
<b>Hassi Mameche</b>	Hassi Mameche - Stidia – Mazagran
<b>Ain Tedeles</b>	A/Tedeles - Sour - S/Belatar - O/El Kheir
<b>Bougirrat</b>	Bougirrat - Sirat - Saf Saf – Souaflias
<b>Sidi Ali</b>	Sidi Ali - Tazgait - Ouled Maalah
<b>Achaacha</b>	Achaacha - Nekmaria - Khadra - O/Boughalem
<b>Ain Nouissy</b>	Ain Nouissy - Fornaka - El Hacıane
<b>Mesra</b>	Mesra -Mansourah-Touahria-Ain Sidi Cherif
<b>Sidi Lakhdar</b>	Sidi Lakhdar - Hadjadj - Ben A/Ramdane
<b>Kheir Eddine</b>	Kheir Eddine - Sayada - Ain Boudinar

**Source: Direction du tourisme et de l'artisanat de Mostaganem.**

répartition et densité de la population estimée au 31/12/2013

Commune	Superficie	Population au 31/12/2013				Densité (Hab/Km <sup>2</sup> )
		Total	ACL	AS	ZE	
Mostaganem	50	<u>155.019</u>	<u>153.358</u>	<u>0</u>	<u>1661</u>	<u>3100</u>
<b>S/ total daïra</b>	<b>50</b>	<b><u>155.019</u></b>	<b><u>153.358</u></b>	<b><u>0</u></b>	<b><u>1661</u></b>	<b><u>3100</u></b>
Hassi mameche	63	<u>33857</u>	<u>13031</u>	<u>7370</u>	<u>13456</u>	<u>537</u>
Mazagran	20	<u>27353</u>	<u>19333</u>	<u>6900</u>	<u>1120</u>	<u>1368</u>
Stidia	55	<u>12803</u>	<u>7368</u>	<u>1415</u>	<u>4020</u>	<u>233</u>
<b>S/ total daïra</b>	<b>138</b>	<b><u>74013</u></b>	<b><u>39732</u></b>	<b><u>15685</u></b>	<b><u>18596</u></b>	<b><u>536</u></b>
Ain tedeles	86	<u>43677</u>	<u>24056</u>	<u>2858</u>	<u>16763</u>	<u>508</u>
Sour	72	<u>23986</u>	<u>4504</u>	<u>2626</u>	<u>16856</u>	<u>333</u>
Oued el kheir	70	<u>19098</u>	<u>3874</u>	<u>0</u>	<u>15224</u>	<u>273</u>
Sidi bellatar	88	<u>6870</u>	<u>2666</u>	<u>0</u>	<u>4204</u>	<u>78</u>
<b>S/ total daïra</b>	<b>316</b>	<b><u>93631</u></b>	<b><u>35100</u></b>	<b><u>5484</u></b>	<b><u>53047</u></b>	<b><u>296</u></b>
Bouguirat	97	<u>34434</u>	<u>10298</u>	<u>3162</u>	<u>20974</u>	<u>355</u>
Sirat	71	<u>24119</u>	<u>5799</u>	<u>0</u>	<u>18320</u>	<u>340</u>
Souaffias	78	<u>19161</u>	<u>1490</u>	<u>1657</u>	<u>16014</u>	<u>246</u>
Saf saf	90	<u>14957</u>	<u>1344</u>	<u>2134</u>	<u>11479</u>	<u>166</u>
<b>S/ total daïra</b>	<b>336</b>	<b><u>92671</u></b>	<b><u>18931</u></b>	<b><u>6953</u></b>	<b><u>66787</u></b>	<b><u>276</u></b>
Sidi ali	217	<u>40736</u>	<u>23772</u>	<u>2745</u>	<u>14219</u>	<u>188</u>
Tazgait	93	<u>9789</u>	<u>1175</u>	<u>807</u>	<u>7807</u>	<u>105</u>
Ouled maallah	78	<u>9962</u>	<u>3022</u>	<u>1222</u>	<u>5718</u>	<u>128</u>
<b>S/ total daïra</b>	<b>388</b>	<b><u>60487</u></b>	<b><u>27969</u></b>	<b><u>4774</u></b>	<b><u>27744</u></b>	<b><u>156</u></b>
Achaacha	62	<u>37017</u>	<u>3309</u>	<u>1070</u>	<u>32638</u>	<u>597</u>

Nekmaria	47	<u>11302</u>	<u>1194</u>	<u>0</u>	<u>10108</u>	<u>240</u>
Khadra	80	<u>15197</u>	<u>3441</u>	<u>1102</u>	<u>10654</u>	<u>190</u>
O/ boughalem	44	<u>14973</u>	<u>3070</u>	<u>0</u>	<u>11903</u>	<u>340</u>
<b>S/ total daira</b>	<b>233</b>	<b><u>78489</u></b>	<b><u>11014</u></b>	<b><u>2172</u></b>	<b><u>65303</u></b>	<b><u>337</u></b>
Ain nouissy	53	<u>16713</u>	<u>11210</u>	<u>0</u>	<u>5503</u>	<u>315</u>
El haciane	47	<u>10183</u>	<u>4278</u>	<u>3491</u>	<u>2414</u>	<u>217</u>
Fornaka	70	<u>17898</u>	<u>4490</u>	<u>11171</u>	<u>2237</u>	<u>256</u>
<b>S/ total daira</b>	<b>170</b>	<b><u>44794</u></b>	<b><u>19978</u></b>	<b><u>14662</u></b>	<b><u>10154</u></b>	<b><u>263</u></b>
Mesra	45	<u>28821</u>	<u>12938</u>	<u>3553</u>	<u>12330</u>	<u>640</u>
Mansourah	48	<u>19933</u>	<u>2689</u>	<u>0</u>	<u>17244</u>	<u>415</u>
Touahria	56	<u>8170</u>	<u>3229</u>	<u>1061</u>	<u>3880</u>	<u>146</u>
Ain sidi cherif	54	<u>11088</u>	<u>4199</u>	<u>922</u>	<u>5967</u>	<u>205</u>
<b>S/ total daira</b>	<b>203</b>	<b><u>68012</u></b>	<b><u>23055</u></b>	<b><u>5536</u></b>	<b><u>39421</u></b>	<b><u>335</u></b>
Sidi lakhdar	140	<u>36827</u>	<u>10895</u>	<u>11432</u>	<u>14500</u>	<u>263</u>
Hadjadj	92	<u>18230</u>	<u>10475</u>	<u>2604</u>	<u>5151</u>	<u>198</u>
B.a.ramdane	75	<u>14231</u>	<u>5715</u>	<u>3807</u>	<u>4709</u>	<u>190</u>
<b>S/ total daira</b>	<b>307</b>	<b><u>69288</u></b>	<b><u>27085</u></b>	<b><u>17843</u></b>	<b><u>24360</u></b>	<b><u>226</u></b>
Kheir eddine	45	<u>31228</u>	<u>7146</u>	<u>12565</u>	<u>11517</u>	<u>694</u>
Ain boudinar	38	<u>6594</u>	<u>2069</u>	<u>0</u>	<u>4525</u>	<u>174</u>
Sayada	45	<u>33536</u>	<u>3725</u>	<u>24392</u>	<u>5419</u>	<u>745</u>
<b>S/ total daira</b>	<b>128</b>	<b><u>71358</u></b>	<b><u>12940</u></b>	<b><u>36957</u></b>	<b><u>21461</u></b>	<b><u>557</u></b>
<b>Total wilaya</b>	<b>2269</b>	<b><u>807.762</u></b>	<b><u>369.162</u></b>	<b><u>110.066</u></b>	<b><u>328.534</u></b>	<b><u>356</u></b>

Source : Direction de la programmation et suivi budgétaire

**Les sites forestiers de la wilaya**

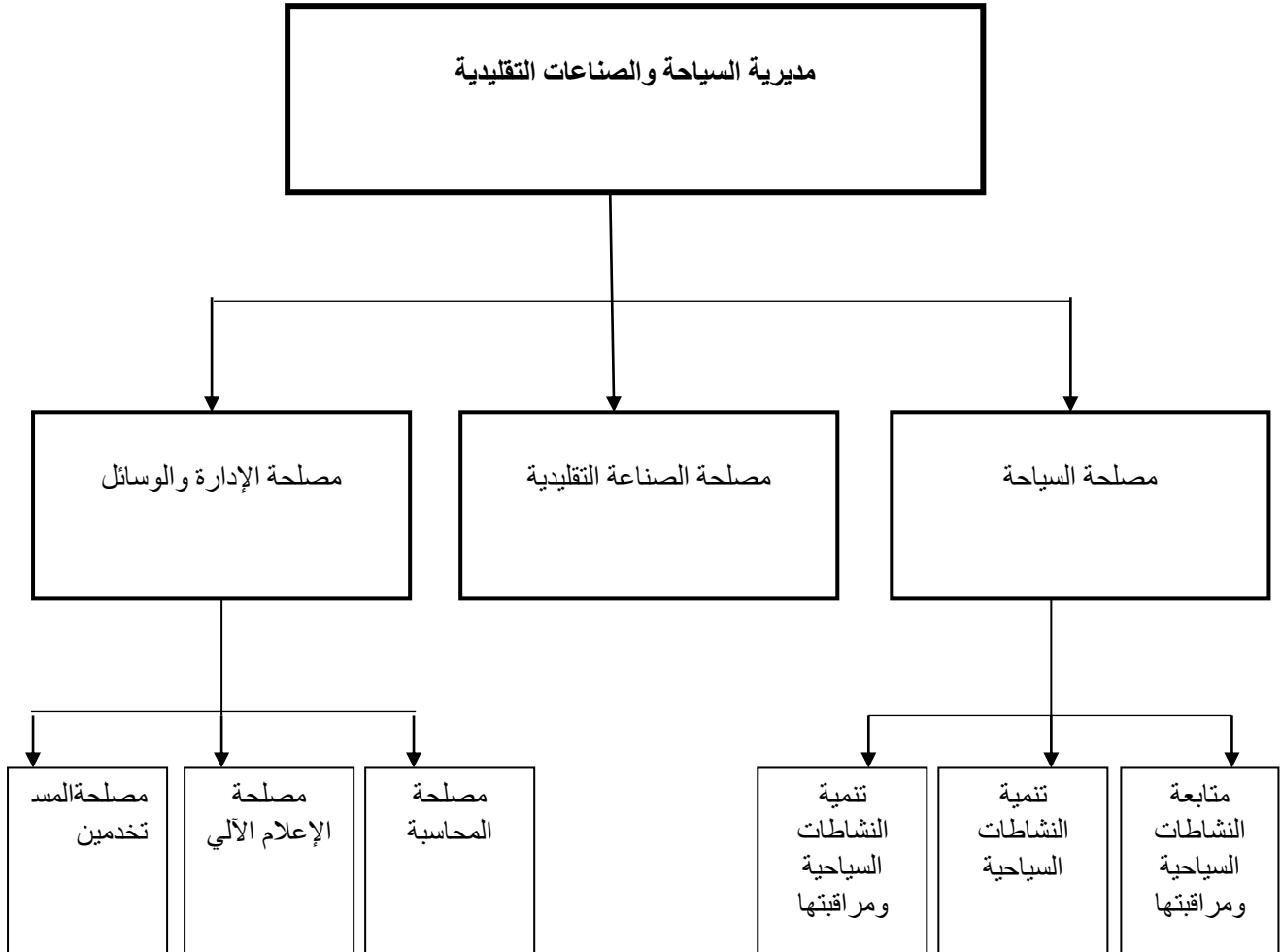
Nom du Site	Localisation (Commune)	caractéristiques et produit
-Vallée Zerrifa	-khadra	-Une forêt récréative
-Vallée Seddaoua (Ain Brahim)	-sidi lakhdar	-Une forêt récréative (3463 Ha)
-Vallée B.A.RAMDANE	-b.a.ramdane	-Une forêt récréative (150 Ha)
-Foret CAP IVI	-b.a.ramdane	-Une forêt récréative (147 Ha)
-Foret Ain Brahim	-sidi lakhdar	-Une forêt récréative
-Forêt Chouachi Sidi Larbi	-sidi ali	(1216Ha)
-Forêt Bourahma	-hadjadj (sidi lakhdar)	-Une forêt récréative
-Forêt de Stidia	-stidia	-Une forêt récréative
-Forêt de S/Belattar	-sidi belattar	-Une forêt récréative (892 Ha)
-Forêt de Kharrouba	-sortie est de mostaganem	-Une forêt récréative
-Foret Saf Saf	-saf saf	-Une forêt récréative
		-Une forêt récréative
		-Une forêt récréative

Source : conservation des forêts.

الملحق رقم 6: صور لولاية مستغانم

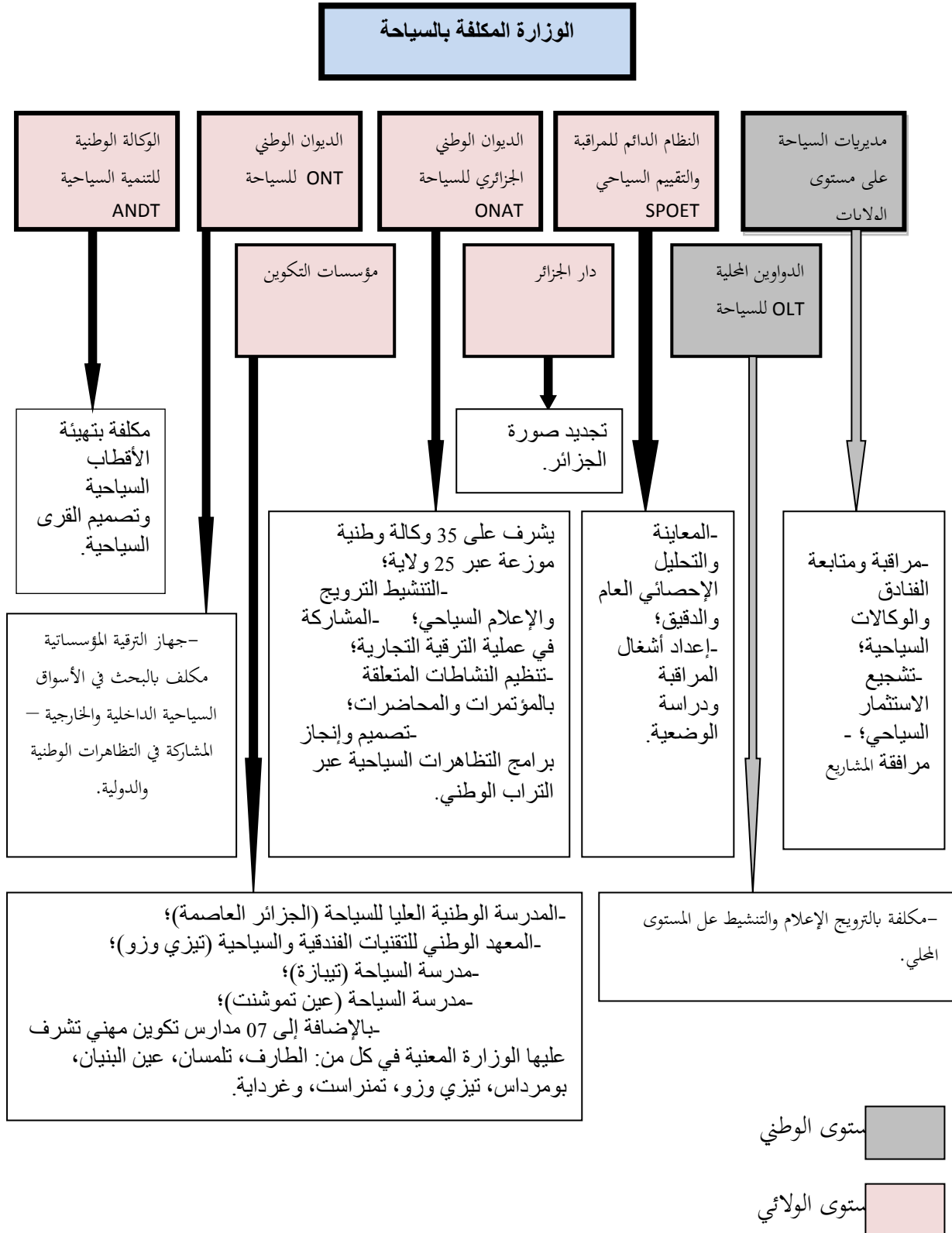


الملحق رقم 7: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية



المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية مستغانم

الملحق رقم 8: الهيكل الجديد لإدارة القطاع السياحي



الملحق رقم 9: ترتيب الدول الخمسة الأوائل وفق مؤشر القدرة التنافسية للأسفار والسياحة، تقرير 2015

الترتيب	الدولة/الاقتصاد	القيمة
1	إسبانيا	5.31
2	فرنسا	5.24
3	ألمانيا	5.22
4	الولايات المتحدة	5.12
5	المملكة المتحدة	5.12

Source: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

الملحق رقم 10: ترتيب دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وفق مؤشر التنافسية لقطاع الأسفار والسياحة

الترتيب المحلي	الترتيب العالمي	بيئة الأعمال	السلامة والأمن	الصحة النظافة	الموارد البشرية	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	
1	24	5.90	6.60	5.28	5.15	5.76	الإمارات العربية المتحدة
2	43	6.05	6.61	5.57	5.23	5.44	قطر
3	60	5.53	5.33	5.17	4.71	5.76	بحرين
4	62	4.73	5.83	4.54	4.05	4.03	المغرب
5	64	5.21	5.99	5.10	4.46	5.29	السعودية العربية
6	65	5.29	6.38	5.37	4.27	4.83	عمان
7	72	4.61	4.85	6.06	4.82	5.25	إسرائيل
8	77	4.86	5.79	5.53	4.56	4.17	الأردن
9	79	4.42	4.86	5.16	4.31	3.94	تونس
10	83	4.11	3.40	5.40	4.12	3.80	مصر
11	94	3.76	3.81	6.04	3.99	3.62	لبنان
12	97	3.85	4.89	4.71	3.95	3.36	العراق
13	103	4.69	5.76	5.43	4.26	5.01	الكويت
14	123	3.78	4.90	4.97	4.04	3.09	الجزائر
15	137	3.46	5.06	3.03	2.30	2.18	موريطانيا
16	138	3.58	2.86	3.84	3.31	2.29	اليمن
		4.69	5.19	5.24	4.35	4.38	معدل الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

Source: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

## الملخص:

لقد تميزت صناعة السياحة خلال الفترة الأخيرة بحركية سريعة على المستوى الوطني والعالمي، حتى أصبحت من بين أهم الاستثمارات دعماً لاقتصاديات العديد من بلدان العالم، وذلك بسبب إسهاماتها المختلفة في نموها الاقتصادي وهذا ما جعل مختلف الدول تستهدف رفع حصتها في السوق السياحي العالمي وذلك من خلال تركيز الجهود لترقية أهم العناصر الداعمة للطلب السياحي. أما بالنسبة للجزائر، فإن الإحصائيات والظروف الحالية لقطاعها السياحي تشير بوضوح إلى بعدها عن المستوى العالي لمؤهلاتها السياحية الكامنة الأمر الذي يجعلها تسعى جاهدة للاستفادة من الحركية النشطة التي تعرفها السوق السياحية العالمية بغية رفع درجة تنافسيتها السياحية، وذلك عبر تبني إستراتيجية تنمية شاملة لقطاعها السياحي بأفاق تمتد حتى سنة 2030م، تطمح من خلالها إلى التسويق وجهة الجزائر كقطب سياحي عالمي بجاذبية تنافسية عالية

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، الجزائر، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT، الاستثمار السياحي

## Abstract :

The tourism industry has known a fast and substantial growth at the national and international levels till it became one of the most important investments supporting the economies of many countries in the world, and this is because of its several contributions to their economic growth. Therefore, different countries aimed to rise their share in the international tourism market , Through focusing their efforts to upgrade the supporting elements of the tourist demand.

For Algeria, tourism' current conditions and all the statistics clearly indicate that Algeria is so far from a high level with regard to its touristic potential . And this is what makes it strives to take advantage of the active growth of the international tourism market in order to improve its tourist competitiveness, through the adoption of a total development strategy which would likely last until 2030 and aims through it to market the Algerian destination as an international tourist pole with a high competitive attractiveness

**Key words:** Tourism; Algeria; The National Tourism Development Plan (SDAT2030); tourism investment

