



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: إتصال سياحي

دور السياحة في الإقتصاد المحلي

- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران نموذجاً -

تحت إشراف الدكتور :

نفوسي لمياء

من إعداد الطالبين :

❖ قارة خانية

❖ تومي جمعية

أعضاء اللجنة المناقشة:

رئيساً

مؤطراً مشرفاً

مناقشاً

- بن عيشة عبد الكريم

- نفوسي لمياء

- مجاهد حنان

السنة الجامعية: 2015/2016

الإهداء

إلى أسمى نعمة منحني الخالق وأعلى ما أملك إلى من علماني
حقيقة الحياة ورسم لي هدفا فيها، فكانا الجناحين اللذين بهما
طرت طول المسير

إلى الحبيبة التي على أساط الأوجاع ولدتي ... وبأيدي الألام
ربتني وبعيون الاتعاب رعتني ... وبصدر المشقات حمتني إلى
أعلى انسانية في الكون وأعذب صوت في الدنيا لم أسمع بعده
صوت إلى روح أمي الطاهرة رحمة الله وأسكنها فسيح جناته
الفردوس.

إلى أكرم مخلوق على وجه الأرض إلى من تشرفت وسعدت بحمل
إسمه والدي العزيز

إلى أخي وابنك الكتكوت يوسف
إلى اخواتي الثلاث والكتكوتة بمينة
إلى كل عائلتي وصدقاتي
أهدي ثمرة جهدي.

جمعية

الإهداء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا لم نكن لنصل إليه لولا فضل الله علينا،
إلى روح أبي رحمة الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى الشمعة التي أحرقت نفسها لتنير لي دربي، وعلمتني معنى
الصبر والتحدي، إلى من قرن الله طاعتها بطاعته وجعل الجنة
تحت أقدامها، إلى بلسم الروح والقلب السموح والنسمة الساكنة
في قلبي، إلى منبع الحنان والعجب أجمل ما في الكون أمي العجيبة
أطال الله في عمرها.

إلى أختي العزيزة وزوجها وأبنائها الثلاثة الكناحيات شمس الدين،
محمد ياسين ونريمان، إلى شقيقتي الكريمان وبالخصوص أخي
بديار الغربية، وإلى كامل الأهل والأقارب والأصدقاء بدون
إستثناء، وإلى الأستاذة الفاضلة العزيزة نفوسي لمياء التي
ساندتني بنصحها وإرشادها لي فهي إتمام هذا البحث إلى جميع
أساتذة جامعة عبد الحميد بن باديس وعمالها.

غانية

شكر وتقدير

إذا كان لا بد من الشكر فهو لله وحده الذي وهبنا عقولا مدبرة
وانار لنا السبيل الذي بنعمه وفضله وفقنا إلى إختيار هذا الموضوع،
وأعاننا على إتمامه فنحمده ونشكره على ما هدانا إليه.
ثم الشكر إلى الأستاذة الفاضلة المشرفة "نفوسى لمياء" التي أعانتنا
على تذليل صعوبات هذا البحث بما قدمته لنا من نصائح وتوجيهات.
كما نشكر جميع عمال مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران
وخاصة رئيس مصلحة السياحة الذين لم يبخلوا علينا بالمعلومات والتوجيهات.
ولا يفوتنا أن نشكر جميع الأساتذة الذين وافقونا في مساراتنا الدراسية
الأولى إلى الجامعة.

ونتقدم بالشكر الجزيل للجنة المناقشة التي سيكون لها الفضل في تقييم وتثمين هذا
العمل المتواضع، كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من مد لنا يد العون
من أساتذة وأصدقاء.

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد إتمام هذا العمل.

الفهرس

تشكرات

الاهداء 1

الإهداء 2

أ المقدمة

الإطار المنهجي

..... الدراسة الإستطلاعية ونتائجها

..... الدراسات السابقة والمشابهة

..... اسباب إختيار الموضوع

..... اهمية الموضوع والهدف منه

..... الاشكالية

..... التساؤلات والفرضيات

..... تحديد المفاهيم الاجرائية والنسقية

..... طبيعة الدراسة

..... اداة الدراسة

..... مجتمع البحث

.....	المعاينة والعينة
.....	مجالاتا
.....	صعوبات البحث
.....	الخلفية النظرية
.....	بناء النظرية

الإطار النظري

الفصل الأول: السياحة ومفاهيمها

.....	المبحث الأول: نشأة وتطور السياحة
.....	المبحث الثاني: مفهوم السياحة والسائح
.....	المبحث الثالث: أنواع السياحة
.....	المبحث الرابع: مقومات السياحة
.....	المبحث الخامس: فوائد وعيوب السياحة
.....	الفصل الثاني: صناعة السياحة والإقتصاد المحلي
.....	المبحث الأول: تعريف صناعة السياحة
.....	المبحث الثاني: تعريف الإقتصاد والإقتصاد المحلي
.....	المبحث الثالث: أهداف الإقتصاد المحلي في السياحة

المبحث الرابع: تعريف التسويق السياحي.....

المبحث الخامس: أهداف التسويق السياحي.....

الفصل الثالث: دور السياحة في الإقتصاد في المحلي

المبحث الأول: السياحة كنشاط إقتصادي في التنمية.....

المبحث الثاني: تعريف التنمية السياحية.....

المبحث الثالث: أهداف التنمية السياحية.....

المبحث الرابع: واقع مساهمة قطاع السياحة في قضايا التنمية الإقتصادية.....

المطلب الاول: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي Pib.....

المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل.....

المطلب الثالث: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات.....

المطلب الرابع: مساهمة الإستثمار في السياحة.....

الاطار التطبيقي.....

الفصل الاول :بطاقة تقنية عن ولاية وهران ومديرية السياحة والصناعة التقليدية

تمهيد.....

المبحث الاول:واقع السياحة في ولاية وهران.....

اولا:تاريخ مدينة وهران.....

ثانيا:انواع السياحة في ولاية وهران.....

1-السياحة التاريخية والحضارية.....

2-السياحة الشاطئية.....

3-السياحة الحموية والعلاجية.....

4-السياحة الثقافية والدينية.....

ثالثا:المؤسسات الفندقية بالمنطقة.....

رابعا:وكالات السياحة والاسفار.....

خامسا:المطاعم.....

سادسا:الاستثمار السياحي في الولاية

1-المشاريع السياحية المنجزة.....

2-المشاريع السياحية المحصاة في طور الانجاز.....

3-المشاريع المتوقفة.....

المبحث الثاني:التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية.....

1-مهامها.ا)في مجال السياحة.....

ب)في مجال الصناعة التقليدية.....

2-مصالحها.....

3-وظيفة كل مصلحة.....

لقد عرفت السياحة منذ القدم تطورا عبر العصور في العديد من الدول، حيث أصبح القطاع السياحي في هذا العصر يشكل نشاطا له أسس ومبادئ، كما أن التوسع في النشاطات السياحية صاحبه تغيرات ثقافية وإجتماعية وبيئية.

السياحة هي من احد الأنشطة الإقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم وفي إقتصاديات كثير من الدول، فأصبحت تعتبر أهم مصدر للدخل الوطني للعديد من الدول المتطورة منها والنامية كذلك كفرنسا وانجلترا وتونس والمغرب ومصر... إلخ، تعتبر السياحة في الوقت الحالي صناعة متكاملة تساهم في تحقيق التنمية الإجتماعية والإقتصادية للكثير من الدول المهتم بها، حيث أدت إلى تغيير في أنماط العمل ومستويات المعيشة وتوزيع المداخل.

وفي الوقت الحاضر تلعب دورا مهما في الاقتصاد المحلي نظرا لما تحققه المبادلات السياحية من نتائج معتبرة مقارنة للمبادلات الزراعية والغذائية، وكذلك تفوق أحيانا ما تحققه المبادلات الزراعية والغذائية، وكذلك في بعض الأحيان بالنسبة لبعض البلدان ما تحققه المبادلات النفطية، فالسياحة تعتبر صناعة تصديرية وتتقارب أحيانا أخرى مع ما تحققه المبادلات النفطية، فتعتبر السياحة حاليا صناعة تصديرية فهي بالتالي قطاعا اقتصاديا هاما في عملية التنمية الإقتصادية، وتختلف نظرة كل من الدول النامية والدول المتقدمة إلى السياحة كتطور المناطق المعزولة، تحقيق التكامل الإقتصادي، تحقيق الرفاهية لمجتمعاتنا...

بينما تعتبر السياحة الثانية في أحد قواعد إرساء التنمية الإقتصادية وهذا بتشجيع السياحة الخارجية التي تحقق فائقا من العملة الصعبة الضروري لتمويل عملية التنمية، فالقطاع السياحي خصوصيته سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي عمليات رأسمالية وعمليات إنتاجية وعمليات استهلاكية تقوم بها عدة قطاعات الدولة المؤسسات المالية، المؤسسات الانتاجية، العائلات في محيط زاخر بالأحداث السياسية والاجتماعية والثقافية والبيئية... فمؤسسات القطاع السياحي وجدت لغرض استغلال هذه الإمكانيات والتوفيق بينها لغرض جلب السياح إليها رغبتهم في الترفيه والتسلية، وإن دول العلم مهما كان مستواها التنموي تعتمد في بناء اقتصادياتها أساسا على الزراعة والصناعة وإلى جانب هذين القطاعين الهامين تأتي السياحة في المرتبة الثالثة كونها تصنف ضمن قطاع الخدمات، وهي لا تقل أهمية عن سابقتها نظرا للدور الهام الذي تلعبه في التنمية الإقتصادية حيث ظلت فكرة السياحة مرتبطة بفكرة التجارة وعمليات شديد وموازنة أو تغطية العجز فيه، كما تعتبر السياحة وسيلة فعالة لجلب العملة الصعبة وامتصاص البطالة لأنها نشاط يعتمد بالدرجة الأولى على اليد العاملة، مما جعل الكثير من الدول تولي إهتماما خاصا لهذا الميدان، حيث عمدت إلى تخصيص رؤوس أموال هائلة للإستثمار فيه، فأصبحت السياحة في الآونة الأخيرة مجال التنافس الشديد بين الدول.

وفي الوقت الذي يحتل فيه قطاع السياحة في بعض البلدان مكانة هامة نجده في الجزائر رغم إمكانياتها السياحية الهائلة لم تصل بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة والمساهمة

الفعالة لهذا القطاع إذا ما قورنت بمثيلاتها في البلدان المجاورة، فهي تزخر بمناطق ساحلية كثيرة، وذلك من خلال الشريط الساحلي طوله 1200 كلم، وثروات سياحية فريدة من نوعها في القارة الإفريقية وصحراء واسعة صنفت من أجمل الصحاري في العالم ، بالإضافة إلى الآثار التاريخية وعلى مستوى التراب الوطني ومناخ ومناظر يجعلون منها موطنًا لائق بالسياحة بدأ الإهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي حتى سنة 2008، فالجزائر تحاول وضع استراتيجية وطنية من أجل تنمية سياحية فعالة وجعلها مصدر من المصادر الهامة لتمويل الخزينة الوطنية خاصة أنها تعتمد بشكل أساسي على المحروقات كإيرادات للخزينة، فالجزائر تحاول التحول من بلد مصدر للسياح إلى بلد مستقبل للسياح.

وتعتبر ولاية وهران من بين الولايات الساحلية على المستوى الوطني التي تتوفر على عدة مؤهلات وإمكانيات سياحية رائعة طبيعية وبشرية هامة تجسد الوضع القائم، فهي تعتبر وتعد من بين أهم المناطق السياحية الساحلية التي عملت الجزائر على تنميتها عبر مخططاتها التنموية، حيث حظيت بالأولوية في إنجاز المشاريع والإستثمارات السياحية بموقعها الإستراتيجي المطل على حوض البحر المتوسط وبشريط ساحلي والمستقطب لملايين الزوار والمصطافين سنويا (موسم الإصطياف) وذلك ينعكس إيجابا في تحريك عجلة الإستثمار المحلي بالإضافة إلى المعارض والصالونات والمهرجانات ... إلخ التي تقام بها، ومن بين المؤسسات التي تروج لهذا النوع من السياحة مديرية السياحة والصناعة، التقليدية بولاية وهران من خلال تشجيع المستثمرين على إنشاء مشاريع سياحية إقتصادية، فندقية،

وكالات السياحة والسفر، مركبات سياحية، منتزهات وغيرها وفي هذا السياق سنحاول معرفة الجهود المبذولة من طرف مديرية السياحة لتطوير السياحة في وهران، وما هو الدور الذي تلعبه السياحة كقطاع ناشط وفعال في الإقتصاد المحلي.

لذا لقد قسمنا هذه الدراسة إلى جانب منهجي، وجانب نظري وتطبيقي، في الجانب المنهجي قمنا بطرح الإشكالية وصياغة الفرضيات، بالإضافة إلى إظهار أسباب إختيار الموضوع وتحديد أهمية الدراسة بالإضافة إلى أهدافها ، كما قمنا بتحديد المصطلحات، ثم قمنا بتحديد طبيعة الدراسة وأداة تجميع المعطيات وأبرزنا صعوبات البحث.

أما الجانب النظري قد قسمناه إلى ثلاثة فصول، الأول كان تحت عنوان السياحة ومفاهيمها، أما عنوان الفصل الثاني فهو صناعة السياحة والإقتصاد المحلي ، وفي الأخير عالج الفصل الثالث دور السياحة في الإقتصاد المحلي ويحتوي كل من الفصول على خمسة مباحث.

أما الجانب الميداني الذي قمنا فيه بدراسة ميدانية في مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران فقد يعرض بطاقة تقنية عن هذه المديرية كما قمنا بتحليل المقابلات ومحاولة الإجابة على تساؤلاتنا لننهى المذكرة بالخاتمة ثم تليها قائمة المراجع والملاحق.

الدراسة الإستطلاعية ونتائجها:

من خلال زيارتنا لمديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية وهران لاحظنا أن هناك مجموعة من الخدمات تقوم بتقديمها مع مراعاة والأخذ ببعض الشروط من قبل المتعاملين معها ومن بينها:

1. قبل الشروع في المشروع السياحي يتم الحضور إلى المديرية لأخذ رخصة العمل والتسيير.

2. تقوم المديرية بمراقبة حول تطبيق شروط السياحي وفي حين الإخلال بأحد الشروط يتم العقوبة.

3. لديها مشاريع الفنادق، ترتيب الإطعام وكالات السفر والسياحة، إستغلال الشواطئ.

4. عقد الملكية والمخططات من قبل المهندس ليتم التأكد من الأرض (سياحية ، فلاحية) مع إحترام المقاييس.

5. تقوم بجمع الإحصائيات الشهرية لعدد الزبائن ومداخيل المؤسسات الفندقية.

6. الوكالات السياحية هي الوحيدة التي تقوم بعرض مداخيلها ويتم جمعها من قبل مكتب

الإحصائيات في المديرية، اما المؤسسات الفندقية تطرح فقط عدد الزبائن ورأس المال الذي تعمل به دون ذكر المداخيل المالية.

7. تتكون مديرية السياحة والصناعة التقليدية من ثلاثة أقسام (مصلحة السياحة، مصلحة

التقنية، مصلحة الصناعة التقليدية).

ومن خلال هذه المعلومات توصلنا إلى أن مديرية السياحة لولاية وهران تقوم بإعداد تقارير ترسل إلى الولاية أو إلى الوزارة ويتجلى دورها في تجميع الإحصائيات وذلك كل ثلاثة أشهر عبر تقارير وإرسالها إلى العاصمة والمدير هو الذي يقوم بالإتصال وهو المسؤول على أعمالها ومهامها، كما مكنتنا هذه المرحلة من ضبط الغشكالية وتجميع البيانات التي نص بحاجة إليها.

الدراسات السابقة أو المشابهة:

عثرنا على بعض الدراسات التي ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بدراستنا.

أ-المذكرات:

1. الطالبة حميدة بوعموشة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: إقتصاد دولي وتنمية مستدامة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية
2. المستدامة، دراسة حالة الجزائر، تناولت فيها الباحثة السياحة، أنواعها وآثارها ومقومات السياحة في الجزائر ودور السياحة في الإقتصاد وخرجت بالنتائج التالية: مساهمة السياحة في توفير فرص العمل بالإضافة إلى مساهمتها في الناتج المحلي .Pib

3. الطالبة شافعي فاطمة، دراسة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل إقتصادي (2010-2011)، تطوير المنتج

السياحي الجزائري في ظل تحقيق تنمية سياحية، تناولت فيها الباحثة الجانب النظري للمفاهيم المرتبطة بالسياحة كما تطرقت إلى الأهمية الاقتصادية للسياحة وآثارها (المباشرة وغير المباشرة).

ب- الملتقيات:

1. د.فراح رشيد، المركز الجامعي بالبويرة، أستاذ بودلة يوسف، أبحاث إقتصادية وإدارية، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي، جامعة بومرداس، العدد 12، 2012، ص 99-100، تناول فيها الباحثان الأهمية الإقتصادية للسياحة ومساهمتها في الدخل الوطني وتوفير فرص العمل وتحسين ميزان المدفوعات.

2. الدكتور محمد سليمان جردان، هواري معراج، السياحة وأثرها في التنمية الإقتصادية العالمية، (حالة الإقتصاد الجزائري)، جامعة الأغواط، العدد 1، 2004، ص 21-22، حيث تناولوا فيها الباحثان تعاريف حول السياحة ومقومات الجذب السياحي وحالة الإقتصاد الجزائري.

أسباب إختيار الموضوع:

من اجل البحث في أي دراسة هناك أسباب معينة تدفع الباحث للتقضي والاستفسار والتعمق قصد الوصول إلى نتائج موضوعية وعلمية مع العلم أن الموضوعية في العلوم الإجتماعية والإنسانية تكون نسبية ومن بين هذه الأسباب:

الأسباب الذاتية:

1-التطرق لأهمية السياحة التي تعتبر قطاعا حيويا ومصدرا هاما لتحقيق إيرادات مالية خارج قطاع المحروقات.

2-ملاحظة الإهتمام المتزايد بالصناعة السياحية على المستوى المحلي، وذلك باعتبارها أحد مصادر الدخل نظرا لما تدره من عائدات بالعملة الصعبة خاصة للدول والمناطق التي تملك المقومات السياحية.

3-الإهتمام المتزايد وخاصة في الآونة الاخيرة من قبل السلطات الإقتصادية والقطاع السياحي بقطاع السياحة.

أهمية الموضوع والهدف منه:

تتمثل أهمية دراسة القطاع السياحي في التنمية الإقتصادية المحلية في كونه موردا هاما للخبزينة وله دور فعال في رفع أو النهوض بالإقتصاد المحلي من خلال المساهمة في تحقيق فائض في العملة وخلق فرص التشغيل (اليد العاملة) بالإضافة إلى ذلك تكمن أهمية الدراسة في إظهار القدرات السياحية التي تتمتع بها مدينة وهران ومدى إهتمام مديرية السياحة بهذا القطاع.

استهدف إختبارنا لموضوع أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد المحلي تبين مدى مساهمة القطاع السياحي في النهوض بالإقتصاد المحلي، كما أردنا إبراز القطاع السياحي كقطاع مساهم في تمويل الإقتصاد المحلي بالعملة الاجنبية، وإبراز جهود مديرية السياحة

والصناعة التقليدية لولاية وهران من خلال إتباع مجموعة من البرامج والسياسات وهل هناك للنهوض بهذا القطاع من خلال الإستثمار المحلي والاجنبي.

الإشكالية:

ونظرا إلى دور التنمية السياحية وهو موضوع دراستنا المتواضعة نجد أن القطاع السياحي لازال يعاني من النظرة الضيقة للمجتمع له، وكذلك السياسة المتبعة في هذا القطاع، فالسياحة حاليا هي صناعة تجارية وقطاع إقتصادي هام في عملية التنمية، فقد اظهرت تجربة العديد من البلدان الأهمية التي يكتسبها هذا القطاع من النشاط إذ يحقق اموالا كبيرة ويجلب عدد كبيرا من السواح إن ضرورة صياغة التراث الثقافي وحماية الموارد المائية وتوزيعها توزيعا منصفا والتمال التي يعلنها السكان المحليون على مداخيل السياحة قصد تحسين ظروفهم المعيشية كلها عناصر تشكل الوجه الآخر للتنمية السياحية والتي تفرض علينا تحديد سياسة سياحية، من خلال بحثنا هذا أرتأينا أن نطرح الإشكالية العامة وهي بما أن القطاع السياحي هو قطاع هام واستراتيجي بالجزائر وبالخصوص مدينة وهران، وبالرغم من المؤهلات الكبيرة التي يتمتع بها لم يدق كغيره من القطاعات الاخرى كقاعدة إقتصادية. ماهو دور السياحة في الاقتصاد المحلي؟و كيف تدمج مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران هذا القطاع في الاقتصاد؟

التساؤلات:

بناء على ما تم عرضه ونظرا لأهمية الموضوع من الناحية الإقتصادية وتعدد جوانبه من ناحية الموارد السياحية التي تتوفر عليها الجزائر أو من ناحية اليد العاملة فإنه ما يبرز أمامنا التساؤل التالي:

1. هل بنية قطاع السياحة يسمح له بأن يكون مساهما مع القطاعات الأخرى المنتجة؟
2. ما هي الفاعلية الإقتصادية للسياحة؟
3. أين تكمن قوة السياحة بمدينة وهران؟
4. كيف تدمج مديرية السياحة بالصناعة التقليدية القطاع السياحي في الإقتصاد المحلي؟
5. ما هي الأهمية الإقتصادية للسياحة في الإقتصاد المحلي؟

الفرضيات:

لمعالجة موضوعنا قمنا بصياغة الفرضيات التي نعتبرها أكثر الإجابات إحتمالا عن الأسئلة المطروحة والتي تبقى دائما قابلة للإختيار والمناقشة.

- 1-ضعف القطاع السياحي يعود إلى طبيعة السياسة المتبعة في المخططات التنموية.
- 2-تسهم السياحة في الإقتصاد المحلي.
- 3-لمديرية السياحة والصناعة التقليدية دور معقم في الإقتصاد المحلي.
- 4-تطور القطاع السياحي يتعلق بتطور الذهنيات والثقافة السياحية.

تحديد المفاهيم:

السياحة

يعرفها العالم السويسري "هونزيمير" رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين سنة 1959، بأنها مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بنشاط يحقق ربحاً للشخص الأجنبي⁽¹⁾.

وعرفت المنظمة العالمية للسياحة « W.T.O » على أنها مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى⁽²⁾.

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المتعقد في روما 1963 أقر أن السياحة: "ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة، ولا تزيد عن 12 شهراً بهدف السياحة الترفيهية العلاجية أو التاريخية، والسياحة كالتأثير لها جناحان هما السياحة الداخلية والخارجية⁽³⁾".

التعريف الإجرائي:

(1) - د. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 21.

(2) - د. يحيى سعيد وأ. سليم العمرابي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، الجامعية، 2013، العدد 36، ص 97.

(3) - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 2007، ص 15-16.

السياحة تعرف بالنشاط الذي يهدف إلى الترفيه وتوفير الخدمات وهي عبارة عن تجوال الإنسان من مكان إلى آخر، ومن زمن إلى آخر خارج البلاد أو داخلها، وتكون لعدة أغراض منها ثقافية أو دينية أو رياضية أو إجتماعية أو أعمال أو غيرها.

كما تمثل السياحة عملية إنتقال زمنية يقوم بها عدد هائل من سكان العالم حيث يتركون محل إقامتهم الدائمة متجهين نحو أماكن أخرى داخل حدود بلادهم أو خارجهم وتكون هذه الإقامة مختلفة من شخص لآخر.

الدور: لقد تعددت محاولات تعريف الدور في الدراسات الغربية ومن بين هذه التعريفات:

- تعريف ليفي: "يرى أن الدور هو بمثابة مركز متميز في نطاق بيان إجتماعي معين"⁽¹⁾.

- تعريف بارسونز: "يرى أن الدور هو ما يقوم بفعله الفاعل الإجتماعي في علاقته مع الآخرين"⁽²⁾.

- تعريف ميديل: "يشير أن الدور يعتبر نموذجا من السلوك المتوقع والمرتبط بموقع معين في مجتمع معين"⁽³⁾.

- تعريف بيدل: "يرى أن مفهوم الدور يمثل تلك الممارسات السلوكية المميزة لواحد أو أكثر من الأشخاص في إطار معين"⁽¹⁾.

⁽¹⁾ www.elsyasi.com. 11/30, 07/02/2016

⁽²⁾ www.elsyasi.com. 11/30, 07/02/2016

⁽³⁾ www.elsyasi.com. 11/30, 07/02/2016

التعريف الإجرائي:

الدور هو سلوك إنساني إتجاه مواقف معينة في الحياة اليومية، حيث يرتبط بموقع معين في مجتمع معين أو بمعنى آخر هو سلوك يتميز به الأشخاص في علاقاته مع أفراد المجتمع.

الإقتصاد:

هو النشاط البشري الذي يشمل إنتاج وتوزيع وتبادل واستهلاك السلع والخدمات لغويا يعني مصطلح الإقتصاد التوسط بين الإسراف والتقتير (جاء في كتاب مختار الصحاح) القصد بين الإسراف والتقتير يقال فلان مقتصد في النفقة أي وسط في الإتفاق بين البقل والتبذير.

الإقتصاد المحلي:

هو نشاط إنتاجي لجميع المقيمين في بلد معين بما في ذلك الشركات الأجنبية العاملة في هذا البلد، ويشمل المواقع السياحية والموارد المالية وترويج المنتج المحلي بمختلف طرق التسويق لبلوغ التنمية المحلية للوطن.

طبيعة الدراسة:

دراستنا تتناول موضوع البحث في ميدان "دور السياحة في الإقتصاد المحلي مديرية السياحة والصناعة التقليدية بوهران نموذجا"، لذا طبيعة الدراسة لموضوعنا وصفية تحليلية وذلك بشرح ووصف المديرية باعتبارها قطاع مساهم في الإقتصاد المحلي وأيضا إختارنا هذه الدراسة لجمع أكبر عدد من البيانات والمعلومات والتعمق في لب الوحدة المدروسة.

أداة الدراسة:

المقابلة: آلة تستخدم في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات الغير موثقة في غالب الأحيان في إطار إنجاز البحث⁽¹⁾.

المقابلة: إن المقابلة من الأدوات الرئيسية في جمع المعلومات والبيانات حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات، والمقابلة مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجهن وهي بذلك المواجهة او مقابل الأشخاص وجها لوجهن من اجل التحدث إليهم في شكل حوار يأخذ شكل أسئلة من طرف الباحث وتقديم الأجوبة عن طرق المبحوث حول الموضوع المدروس.

مجتمع البحث:

(1) - أحمد مرسللي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص375.

مجموعة الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة والتي يهتم بها الباحث، ويتمثل مجتمع البحث في عمال مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران وسنجري المقابلة مع رئيس قسم السياحة ومع مدير المديرية.

المعينة:

إن نجاح الدراسة لأي بحث يتوقف على مدى إختيار الباحث للعينة التي تمثل مجتمع الدراسة فبقدر ما تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي بقدر ما تكون النتائج صادقة. ونظرا لصعوبة الاتصال مع موظفي المديرية ارتئينا الى المعينة الاعتراضية. العينة هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة، تمثله من حيث الخصائص والصفات يتم إختيارها بطريقة معينة⁽¹⁾.

هنا اخذنا 25 موظفا.

مجالات الدراسة:

يتمثل مجال الدراسة في تحديد الإطار الزماني والمكاني:

المجال الزماني:

(1) - نفس المرجع السابق، ص 333.

لإجراء هذه الدراسة التي تدور حول موضوع دور السياحة في الإقتصاد المحلي قمنا بمجموعة من الخطوات تمثلت في القيام بمجموعة من الزيارات الإستطلاعية للمديرية موضع الدراسة إبتداء من 2015/12/29 إلى 2016/01/05.

وذلك كمحاولة منا تشكيل تصور عام حولها من خلال الملاحظة ومراقبة ظروف العمل، حيث تحدثنا مع مسؤول قسم السياحة، ومن تم تمكنا من جمع المعلومات والبيانات كنا بحاجة إليها، والتي من خلالها قمنا بتحديد عينة البحث، كما قمنا بالمقابلات مع العاملين فيها في الفترة الممتدة من 2016/03/15 إلى 05 افريل 2016.

المجال المكاني:

ويقصد به المكان الذي أجريت فيه الدراسة ونظرا لطبيعة الموضوع فقد وقع إختيارنا على إحدى مديريات السياحة تمثل المجال الجغرافي للبحث وهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران

صعوبات البحث:

من خلال بحثنا في هذا الموضوع واجهتنا صعوبات منها:

1- قلة المراجع الخاصة بموضوع إتصال سياحي.

2- قلة الدراسات المشابهة لهذه الدراسة.

3- تضارب الإحصاءات أحيانا باختلاف مصادرها مما دفعنا للدقة والإحتراز في إنتقاد

ما هو قريب من الصحة.

4- عدم وجود تقارير والإفصاح عن الإحصائيات والمؤشرات السياحية للولاية.

الخلفية النظرية:

النظرية:

لابد لكل بحث علمي أن يتضمن إطارا نظريا يقوم بتدعيم وتعزيز الإشكالية إذا
تعتبر النظرية بمثابة النقطة الإستدلالية التي يستمد منها الباحث براهينة وأفكار أثناء دراسته
للظواهر والأحداث، وتقوم النظرية بتبرير علمية

بكسر العين، البحث وتغطية الشرعية في نموذج معترف به حسب عمل العلم الطبيعي
يعرف ويلى « Ouilit » على أنها إفتراض أو مجموعة إفتراضات مطروحة بقصد تغيير
القوانين المعروفة وإقتراح تجارب جديدة وهي بذلك بقاء للتغيرات والتنبؤات للعلاقة بين
الظواهر⁽¹⁾، فتفسير أي ظاهرة يعتمد على نظريات الأفكار حول الملاحظات التي تقيمها،
ويزخر التراث السوسولوجي بالعديد من النظريات السوسولوجية متباينة المنطلقات
والايدولوجيات الفكرية إلا اننا في هذا الصدد قادتنا أهداف الدراسة إلى نظرية السياحة.

النظرية المتبناة:

تتمثل في أي نظرية في تبسيط الواقع وتجديده وذلك من خلال الفروض التفسيرية
للحقائق الواقعية.

وهذه الفروض هي نتائج وملاحظات مستمدة من التاريخ أو الواقع الحالي، على أنه
يجب أن تكون معلومات النظرية ليست فروضا مطلقة، وإنما هي فروض تقبل المراجعة
وتستند إلى التحليل، أو النقد، أو التجربة، وتؤدي النظرية في مختلف فروع العلوم إلى تبسيط

(1) - إيلين لاماري، برنارد فالي، البحث في الإتصال، ترجمة فوضيل ولليلو وآخرون، مخبر علم الإجتماع للبحث
والترجمة، سلسلة الإتصال التنظيمي، الجزائر، 2001، ص160.

الواقع وتجريده، وبذلك تصبح النظرية أداة للفكر والمعرفة، وإستخلاص النتائج الصحيحة من خلال طرق البحث وأدواته، فالأمر الجوهري في أي نظرية يتمثل في فحص وتحليل الظواهر وأبعادها وإخضاعها للتجربة الإجتماعية أو العلمية ثم تكوين نماذج بسيطة تتفق إلى حد ما مع عناصر الظاهرة ونتائج ملاحظتها.

بناء النظرية:

ويتطلب بناء النظرية في أي مجال من مجالات الحث العلمي إتباع عدة خطوات هي⁽¹⁾:

1. جمع المعلومات العلمية من خلال المشاهدة والملاحظة الدقيقة للواقع والظواهر المختلفة.

2. التعرف على أسباب الظواهر والوقائع والتي تمت ملاحظتها، وإكتشاف العلاقة التي تربط بين هذه الوقائع بعضها البعض، وبعد ذلك يتم تحديد المشكلة وتشخيصها على أساس قانوني (السبب والنتيجة).

3. يتم تجميع المعلومات والحقائق المتعلقة بالظواهر أو الظاهرة محل الدراسة، وترتيبها وتصنيفها حتى يسهل إستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها.

4. تأتي خطوة الربط بين الحقائق المختلفة وإكتشاف السمات المتكررة والعلاقات المتطابقة لها والتي قد توضع في صورة قوانين.

(1) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2006، ص 60.

5. الفرض وهو قابل لاثبات صحة أو خطأ القوانين والقواعد العلمية التي تم التوصل إليها.

6. التحقق من الفروض واختبارها لتبيين مدى ملائمتها في تفسير الحقائق والظواهر محل الدراسة حتى يمكن التوصل لنظرية علمية واضحة ومقبولة.

والنظرية بحسب طبيعتها بناء أو هيكل يصف ويحلل الميكانيزم والوظائف والعلاقات بين مختلف أبعاد الظاهرة وعناصرها ليتسنى معرفة الظاهرة من حيث طبيعتها ومحتواها والقواعد التي تحكمها والهدف الذي تسعى إليه.

وفي المجال العلوم الإنسانية والاجتماعية كما هو في علم السياحة يلاحظ أننا عندما نتكلم عن الحوادث المؤكدة يجب أن لا نغفل عن الحوادث الاجتماعية وعندما نقيس المظاهر الكمية يجب أن ندرك أن الخصائص الكيفية قد تكون أكثر تأثيرا على هذا الأساس، فإن القواعد والنماذج المستخلصة من الحقائق الواقعية السياحية ليس مجرد نماذج تطبيق بطريقة آلية مع إختلاف الزمان والمكان، كما هو معروف في العلوم الطبيعية كقوانين القوة على سبيل المثال، وإنما هي تعتبر قواعد نسبية القاعدة شرط أساسي في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية ومنها علم السياحة ونظرا لأن نظرية السياحة لا بد أن تستند أساسا على دراسة الظواهر السياحية يقصد وضعها وتحليل أبعادها، ووضع الحلول الكيفية لمواجهة مشاكلها من أجل الوصول إلى نتائج محدودة التفسير وتوضيح لنا تلك الظاهرة فإنه من الضروري تحليل هذه الظاهرة المهمة.

الظاهرة السياحية:

ولكي تبني نظرية السياحة على أساس علمي سليم فلا بد من تحليل وتنوع الظاهرة السياحية، إبراز عناصرها الاولية والأساسية فمن الناحية العضوية يمكن تقسيم الظاهرة السياحية إلى العناصر التالية:

- عنصر حركي: فهو الغنتقال من مكان لأخر (الرحلة).
 - عنصر ثابت: وهو الإقامة في الدولة أو المنطقة المسافر إليها وثبات هذا العنصر ثبات نسبي فمن الممكن أن يتضمن إنتقالات أو زيارات داخلية.
 - عنصر الإنسان وهو الذي يقوم بعناصر الحركة والثبات.
 - مجموعة العناصر الظرفية.
 - عناصر تاريخية وحضارية وعناصر طبيعية وجغرافية وبيئية.
- وعلى الرغم من اهمية الظاهرة السياحية إلا أن هناك العديد من العقبات التي تكشف هذا الهدف سواء تعلق الامر بطبيعة هذه الظاهرة والتي تجعل من التحليل العلمي لها عملية معقدة للغاية أم بسبب عدم كفاية الإحصاءات الخاصة بالنشاط السياحي بصفة عامة، والظاهرة السياحية ترتبط أساسا بمحددتين رئيسيين هما:

- الموضوع النشاط السياحي.
- المحرك لهذا الموضوع (القوى العاملة-إعداد السائحين).

وبالنسبة للنشاط السياحي فهو النشاط الذي يتخصص في انتاج المنتجات السياحية التي توجد لخدمة القطاع السياحي، وهذا الأمر يحدد لها عنصر الغرض السياحي (الطاقة الايوائية- المنتجات السياحية الأخرى).

أما المحرك فهو القوى البشرية سواء كانت في صورة قوى عامة في القطاع السياحي أو الصناعات المكملة لهذا القطاع (وهي المحددات الأساسية للعرض الأساسي) ونظرا لأن القوى البشرية تضم محركا أساسيا للجميع الأنشطة ليس في صورة قوى عاملة فقط ولكن في صورة طلب على منتجات القطاع السياحي فإن اعداد السائحين وتوافدهم يشكل لنا جانب الطلب على القطاع السياحي⁽¹⁾.

ومن ثم نجد أن الظاهرة السياحية تشد على محورين متوازيين:

أولها: جانب العرض وهو الذي يتمثل في الطاقة الإستيعابية للأنشطة السياحية وقدرة السياح على تنشيط الطلب.

ثانيا: جانب الطلب والمتمثل في الطاقة التي توزع بعملية زيادة الإستثمارات في هذا القطاع.

(1) - نفس المرجع السابق، ص73.

تمهيد:

لقد تطور مفهوم السياحة كظاهرة إرتبطت بتقدم الإنسان وإزدهار حضارته كما أن السائح بالمفهوم الحديث وما سبق رحلاته من إستعداد وتخطيط، وما يتمتع به من خصائص الامن، الراحة والإستماع في تنقلاته، يشكل نتاج تراكمات حضارية، وتفاعل أجيال متعاقبة من الرحالة والسياح التي اتصف بالشجاعة والإقدام على كشف المجهول والإستماع بخصائصه الإيجابية المتميزة، ولذلك وجب علينا أن نستعرض فيما يلي مراحل تطور السياحة التاريخية من خلال أربع فترات متعاقبة لنتطرق فيما بعد لمفهوم السياحة والسائح مبرزين فيما بعد أنواع السياحة وأهم مقومات السياحة عيوبها ومزاياها.



المبحث الأول: المراحل التاريخية لتطور مفهوم السياحة

أولاً: فترة عصر الحضارات القديمة

تتميز هذه الفترة بعدة خصائص لعل أبرزها تعدد الطرق بدرجات مختلفة حسب طبيعة التوزيع الجغرافي مما شجع الإنسان على سهولة التنقل والترحال لأهداف مختلفة ومحددة وكان الانتقال في هذه المرحلة جزء لا يتجزأ من حياته وضرورة ملحة تحتمها طبيعة المجتمع، والدليل على ذلك عرف المصريون الكثير من جغرافية بلادهم، سجلت على جدران معابدهم وكتبت على أوراق البردي⁽¹⁾ مثل: بردية الرامسيوم التي يرجع تاريخها إلى القرنين الثاني والثالث قبل الميلاد، ذكرت فيها حقائق تاريخية وجغرافية ودينية حيث احتوت على معلومات تتعلق بنحو 29 مدينة مصرية وحوالي 17 حصناً عسكرياً تتمركز في جنوب نهر النيل ومن هذا نستنتج أن المصريون هو مولعون بالسفر والترحال بين أقاليم مصر المختلفة لتشكل بذلك أول أشكال الترويج والسياحة في المجتمعات البشرية المتحضرة⁽²⁾.

ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب التي اتسمت بحب الترحال البحري بحثاً عن المعرفة والكسب المادي وكانت تسكن عند سواحل الشام وفلسطين، "فأهل فينيقيا هم من

(1) - فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، قسم الدراسات السياحية، معهد السياحة كنج مريوط، مكتبة المعرفة طباعة ونشر وتوزيع، الاسكندرية، 2006، ص10.

(2) - ماهر العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران الأردن، 2008، ص14.



التجار جابوا بسفنهم في كافة الإتجاهات ما بعد القرنين الثالث عشر والثامن عشر قبل الميلاد وقد بلغت ذروة نشاطهم حينما⁽¹⁾.

بلغت رحلاتهم شواطئ شبه جزيرة إيبيريا (إسبانيا والبرتغال) وبلاد الغال (فرنسا) وأيضاً شواطئ جنوب غرب الجزيرة البريطانية وذلك خلال الفترة القرن الثامن من ق.م. أما بلاد الإغريق (اليونان) تميزت رحلاتهم بأنها:

كانت رحلات جماعية وكانت تفد الجماعات اليونانية وأيضاً من سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة إلى منطقة جبل أولمبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي بدأ في تنفيذها منذ عام 776 ق.م مع كثرة التردد على المسارح التي أقيمت من اجل الصنعة ، الترويج عن النفس وهما شجع على إقامة الكثير من الفنادق في أثينا خلال القرن الرابع ق.م⁽²⁾.

تعددت رحلات الإغريق خارج أوطانهم في جنوب شبه جزيرة البلقان وإلى أقاليم العالم القديم (أوروبا، إفريقيا، آسيا) وعرفوا الكثير من المعلومات الجغرافية والحقائق التاريخية لهذه الأقاليم، ومن أشهر الرحالة الإغريق (هيرودوت 485هـ-425 ق.م) الذي سجل رحلاته في تسع مجلدات وأشهرها مجلد (وصف مصر)⁽³⁾ حيث زار مصر والإنتصار الاسكندر الا كبر (356-323 ق.م) على فارس إمتدت الامبراطورية الإغريقية حتى الهند وانتشرت إلى

(1) - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط2، دار مسيرة للنشر والتوزيع الأردن، ص13.

(2) - د.فتحي محمد الشرقوي، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص11-12.

(3) - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص17-18.



بعض نطاقات وسط آسيا وهي رحلات اتسمت بالجرأة والشجاعة لأنها كانت غير معروفة للأوروبيين.

ويرجع نشاط السياحة في الامبراطورية الرومانية في ذلك الوقت إلى عدة عوامل أهمها:

1. ضخامة شبكة الطرق البرية التي غطت الامبراطورية حتى قبل بأن كل الطرق تؤدي إلى روما حيث أنها كانت مركز لهذه الشبكة الضخمة الجيدة للتجهيز.
2. التخطيط الجيد لشبكة الطرق شجع على التوسع في استخدامها في أغراض السفر وقد تميزت بأنها على شكل خطوط مستقيمة في مسافات متعددة وضخمة الاتساع واستخدام الأحجار الصلبة السمكية في رصفها مما امن الحركة عليها.
3. توافر عاملي الأمن والأمان والسرعة وكثرة إقامة استراحات على طول إمتداد شبكة الطرق.

4. إنتعاش أحوال الاقتصادية وما تبع ذلك من ارتفاع مستوى المعيشة.

والخلاصة نرى في هذه الفترة من الحضارات القديمة التي بدأت من حضارة القدماء المصريين إزدهار حركة السفر والسياحة من القرن 20 ق.م تقريبا تدهورت تدهورا حادا مع إنهيار الامبراطورية الرومانية خلال ق. الخامس ميلادي بعد أن سجل التاريخ ظهور الأشكال الأولى لظاهرة السياحة بمعظم أنماطها المعروفة في عالمنا المعاصر خلال هذه المرحلة من تاريخ البشرية.



ثانياً: فترة العصور الوسطى

إمتدت هذه الفترة ما بين القرن الخامس ونهاية القرن⁽¹⁾، الخامس عشر الميلادي وفيها إزدهرت الحضارة العربية التي إنتشرت في شرق وجنوب آسيا حتى الصين وإلى بلاد الأندلس غرباً، تعددت نشاطا رحلاتهم.

واتسعت دائرة معارفهم بكثرة الترحال خاصة منذ القرن الثامن ميلادي بعد ظهور الاسلام وانتشاره ، وقد تجاوزت الرحلات البحرية والقارية للعرب حدود الدولة الاسلامية حيث بلغت جنوبي الصين وجزر اليابان وفي الشرق وغربي وشرقي إفريقيا في الغرب والجنوب وكانت بغداد في عهد الخلافة العباسية وقرطاجة في الأندلس من أهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية، وتعتبر قصورها وحدائقها من أهم المزارات الإسلامية التي جذبت أعداد كبيرة سواء في الداخل أو الخارج مما أدى إلى الرواج الإقتصادي واستقرار الحياة الإجتماعية والأمن والرغبة في المعرفة والاستطلاع كل هذا أدى إلى إنتعاش السياحة و رواجها وتعددتها داخل وخارج الدولة العربية ويرجع مدى مساهمة العرب في مجال السياحة إلى العوامل الآتية:

(1) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص13.



إتساع المعرفة العربية في كثير من العلوم البحثية وخاصة الفلكية وذلك بتحديد الإتجاهات الأصلية ورصد مواقع النجوم ومواقيت الصلاة والصوم ومعرفة إتجاه القبلة بفضل استخدامهم الأجهزة الحديثة بدقة¹⁾

1- إنشاء شبكة من الطرق التي تربط بين أقاليم الدولة الإسلامية المترامية الأطراف ولذى ظهرت الكثير من المؤلفات التي تعالج موضوع المسالك والممالك على أساسها يتحدد مسارات الطرق حسب طبيعة الملامح الجغرافية الطبيعية، مثل: الجبال والهضاب، السهول ومن أشهر الطرق التي تخترق الدولة الإسلامية وخاصة في آسيا طريق الحريرالموصل للصين⁽²⁾.

2- تتبع مواقع التي جاء ذكرها في القرآن الكريم مثل: البحث عن سد يأجوج ومأجوج ومرقد أهل الكهف،

- ومن المؤلفات العربية الإسلامية التي أثارت المعرفة الجغرافية وأظهرت القواعد الأساسية لمفهوم السياحة خلال العصور الوسطى ومن أبرزها:

- كتب الأقاليم، البلدان الكبيرة، الصغيرة، الأنهار التي ألفها هشام بن محمد الكلبي عام

720م.

(1)- حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مرجع سابق، ص15.

(2)- د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص15.



- كتاب صور الأرض ألفه محمد بن موسى خوارزمي في النصف الأول من القرن التاسع ميلادي ويضم وصفا كاملا للعامل المعروف في ذلك الوقت مع أربع مصورات جغرافية لعل أهمها المصور الخاص بنهر النيل.
- وقد ذكر الكثير من الرحالة العرب في كتاباتهم عن الكثير من المبادئ والتجهيزات الخاصة بإقامة الزائرين في المدن الإسلامية مما أضاف آفاق جديدة بمجال النشاط السياحي الذي ازدهر في هذه المرحلة بعد ذلك تجاوزت رحلاتهم خارج حدود أوربا⁽¹⁾.

ثالثا: فترة عصر النهضة الأوربية الحديثة

(1) - محمد خميس الروبة، 2002، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، دور المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص21.



شهدت هذه الفترة التي امتدت من القرن السادس عشر حتى نهاية القرن التاسع عشر ميلادي إزدهار في مجال الرحلات والسياحة مع بداية حركة الكشوف الجغرافية التي أدت إلى إكتشاف العالم الجديد الأمريكيتين وأستراليا نيوزيلندا حيث غطت رحلات الإسبان معظم الهند الغربية وخليج المكسيك في حين تركزت الرحلات الكشفية البرتغالية في نطاق البرازيل (شمال شرق أمريكا الجنوبية) أما رحلات الكشوف الجغرافية الفرنسية تركزت في شمال أمريكا الشمالية وخاصة كندا وسواحل نيوزلندا وجزر نيوفونلاد بينما شارك الانجليز في النقاط الكشفي منذ عام 1575 إلى 1707 ميلادي لسواحل مريالند والسواحل العربية لكندا⁽¹⁾.

كما شهدت هذه الفترة تكثيف الرحلات الكشفية الأوروبية اتجاه أجزاء الداخلية من القارة الإفريقية عن طريق مراكز الساحلية التي شيدها كل من البريطانيون والفرنسيون والهولنديون والألمان والبرتغاليين والإسبان.

ومن العرض السابق يتضح لنا أن المعرفة الجغرافية التي أتت⁽²⁾ عن طريق الكشوف الجغرافية بعثت روح المغامرة والاستطلاع وشكلت إضافات جديدة لعلم السياحة وآفاق لمجال النشاط السياحي، وكانت في مقدمة هذا المجال اسبانيا وفرنسا وانجليترا وإيطاليا، من شجع أحد الفرنسيين من إصدار أول دليل سياحي في العالم عنوانه: "الدليل الاجنبي للجانبا في

(1) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص 16-17.

(2) - نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، مرجع سابق، ص 15.



رحلة بفرنسا" وذلك عام 1672م ونتيجة للتوسع الإستعماري الأوربي للمناطق الجديدة الإكتشاف وتطور وسائل السفر والتنقل وقد ظهرت بعض السمات الرئيسية المتعلقة بالسياحة والسائح خلال هذه الفترة يمكن أن نجملها فيما يأتي:

1. عرفت السياحة بمفهومها الحديث وهو السفر من أجل المتعة والاستجمام والترفيه لأسباب دينية أو صحية ، وهناك في أوربا مستويين من الرحلات هما ذات مسافات الطويلة تتجاوز الحدود السياسية بين دول والرحلة الصغرى التي تقطع المسافات قصيرة داخل الدول أو الإقليم⁽¹⁾.

2. كل النشاط السياحي في بادئ الأمر مقصورا على طبقة الأغنياء والإقطاعيين وكبار رجال الدين، معظمهم رحلاتهم ذات مسافات الطويلة التي تتجه إلى بيت المقدس، أو تتجه إلى عيون المياه المعدنية أو الكبريتية للعلاج من بعض الامراض⁽²⁾.

3. كثرت وتعددت الإنجازات الرسمية والاعياد الدينية وظهرت عطلة نهاية الأسبوع نتيجة للثورة الصناعة وتطور النظام الإقتصادي مما أدى إلى تشجيع وتزايد حركة السياحة.

4. مع ظهور صناعة السيارات وتحسن الطرقات واتساع شبكاتها انخفضت تكاليف النقل خاصة باستخدام السكك والرحلات مما أدى إلى مشاركة متوسطي الدخل في النشاط السياحي والرحلات الخاصة إلا المنتجات القريبة من التجمعات السكنية.

(1) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص18.

(2) - محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة في المنظر الجغرافي، مرجع سابق، ص37.



5. ظهور الكثير من الفنادق الفخمة والمتوسطة التي تتوفر فيها كل وسائل الراحة

والترفيه والمتعة والترويح عن النفس

6. . الفترة المعاصرة:

بدأت هذه الفترة في النصف الثاني من القرن 20 أي بعد الحرب العالمية الثانية التي إنتهت عام 1945، فمنذ ذلك الوقت استقرت الأوضاع السياسية وانتعشت الأحوال الإقتصادية، وظهرت طبقة العمال الكادحين وزاد الإهتمام بالجوانب الإجتماعية والنفسية للإنسان في العديد من أقاليم العالم⁽¹⁾ التي سنت فيها التشريعات والقوانين التي تعين الإنسان الاستمرار في حياة اتسمت بالسرعة والتغيير المستمر وكثرة الأعمال، وتطبيق الأساليب الآلية في مختلف القطاعات ومناقستها للإنسان، مما أدى إلى تعرض الإنسان إلى ضغوط نفسية وعصبية وتعرضه لامراض العصر، كل هذا جعل الإنسان يبعد ولو لفترة زمنية عن المشاكل الحياة ومحاولة تغيير الحياة لبعض الوقت، لدى تغير مفهوم السياحة وأهدافها التي تحولت من مجرد قضاء اوقات سعيدة وحب استطلاع إلى البحث عن الإستجمام والإسترخاء والمتعة بكافة الوسائل وباستغلال لكل ما من عليه من الظروف الطبيعية سواء أكانت أقاليم ذات فوائد صحية او أقاليم تتوفر فيها تنوع النبات⁽²⁾ الطبيعي والحياة الفطرية كالسياحة والغطس والصيد والتزلق... وقد إتصفت هذه الفترة بخصائص سياحية مميزة أهمها:

(1) - منى طه الحوري، إسماعيل محمد باغ، مبادئ السفر والسياحة، مرجع سابق، ص 29.

(2) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص 19.



1. نشاط الرحلات السياحية الجماعية للطبقات الكادحة المتوسطة الحال لقضاء إجازاتهم أو جزء منها حسب إمكاناتهم خارج أوطانهم بعدما كانت السياحة سابقا قاصرة على طبقة الأغنياء القادرين على الإنفاق.
 2. تطور وسائل النقل السريع وإنخفاض تكلفتها وخاصة بالسكك الحديدية والطيران الذي يتميز بخصائص السرعة العالية والراحة التامة⁽¹⁾.
 3. ظهور المخيمات السياحية المنخفضة التكاليف التي أدت إلى تكاليف التي أدت إلى قطاعات كبيرة من الشباب وصغار الموظفين الإقبال عليها مثل: شبه جزيرة سيناء، (قرية الصيادين، نوبيع، ذهب)، بالإضافة إلى إنشاء القرى السياحية.
 4. تزايد الامواج السياحية التي تقبل المزارات الثقافية والمبادئ التاريخية والمتاحف والأثار، ويتضح لنا من هذه الأثار الفرعونية في مصر ومتاحفها ومتحف "اللوفر" في فرنسا وقصر الحمراء في إسبانيا.
- ومن هذا يتضح أن السياحة أخذت مسارا كبيرا⁽²⁾ واصبحت من أكبر عناصر التجارة الدولية وأهم الصناعات العالمية التي تتألف من عنصر واحد غير مركب، وأسرع الصناعات نموا وحركة.

المبحث الثاني: مفهوم السياحة والسائح

(1) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص13.

(2) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص13.



أولاً: مفهوم السياحة في الإسلام

عرف عدد كبير من الخبراء والباحثين والمهتمين بالسياحة فتعددت التعاريف دون أن ننسى وننوه الى الإسلام والذي لم ينسى هذا الجانب أو شار إليه في عدة آيات قرآنية وتناولت مفهوم السياحة تبعا لإختلاف أغراضها.

السياحة في الإسلام:

إن المفهوم اللغوي للفظ السياحة نجد أنه يعني التجوال وعبارة "ساح الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض، ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع ففي "سورة التوبة ورد قوله تعالى: " بَرَاءَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُم مِّنَ الْمُشْرِكِينَ فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ"⁽¹⁾.

ومعنى سيروا أيها المشركين سير السائحين أمين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها لكم أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت من استطاع إليه سبيلا وهذا ما يدخل الآن ضمن السياحة الدينية وفي نفس الصورة الآية (111-112)⁽²⁾.

"إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِيَعِّكُمْ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ، التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ

(1) - سورة التوبة، رقمها 09، مدنية، الآية رقم 1-2.

(2) - سورة التوبة، الآية رقم 111-112.



الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ
الْمُؤْمِنِينَ".

ومعنى السائحون هنا الصائمون لقول رسول الله عليه الصلاة والسلام : "سياحة أمتي

الصوم" ويقول المفسرون أن السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم وفي سورة

التحريم ورد قوله تعالى: " عَسَىٰ رَبُّهُ إِن طَلَّقَنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِّنْكَنَّ مُسْلِمَاتٍ مُّؤْمِنَاتٍ
قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا"⁽¹⁾.

ومعنى السائحات هنا صائمات سمي الصائم سائحا لأنه يسيح من النهار بلا زاد

وقال بعض المفسرين مهاجرين أو صائمات.

ثانيا: مفهوم السياحة عند بعض الباحثين

لقد تعددت تعاريف واختلفت بين الباحثين منها:

1-تعريف السويسري أكلور: أن السياحة السويسرية تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون

مؤقتا بسويسرا بعيدا عن مقر إقامتهم للأسباب التالية:

- الأسباب الصحية أو الترويج أو إرضاء احتياجات ثقافية.

- الأسباب المهنية (رحلات رجال الأعمال، مؤتمرات).

- الأسباب التعليمية (الطلبة).

(1)- سورة التحريم، الآية رقم 04.



نلمس من خلال هذا التعريف أن AKOLLER قد حدد أنواع السائحين المترددين على سويسرا كمجتمع مضيف دون الإشارة إلى المدة التي يجب أن يقضيها السائح كحد أدنى أو أقصى لكي نعتبره سائحا⁽¹⁾.

تعريف الإقتصاد النمساوي Van Schuller فونش ويلر

إن السياحة هي كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة.

نجد أنه من خلال التعريف قد ركز على النواحي الإقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية⁽²⁾.

تعريف ماكنتوش وزملائه Maclontach :

إنها مجموعة من الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال والدول والمجتمعات المضييفة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين.

نلاحظ أن هذا التعريف يركز على أربعة عناصر للسياحة وهي:

(1) - حميدة بوعموسة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني، لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، شهادة ماستر في العلوم الإقتصادية 2011-2012، ص18.

(2) - يسري دعبسة، السلوك الإستهلاكي للسائح، في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية سياسيا، ص22.



السائح، مؤسسات الضيافة، الحكومات التي تمارس نوعا من الضيافة، الناس الذين يقطنون في المناطق التي يزورها السائح⁽¹⁾.

تعريف العالمين السويسريين سنة 1924 : Hunziker et Kraft :

مجموعة النشاطات الناتجة عن السفر أو إنتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي، طالما أن هذا الإنتقال لا يدخل في إطار النشاط المريح.

ثالثا: مفهوم السياحة لبعض المنظمات والمؤتمرات الدولية العالمية للسياحة

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي روما 1963:

ان السياحة هي ظاهرة إجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرين ساعة ولا تزيد عن إثني عشر

(1) - د. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع.



شعرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية والسياحية كالتأثير لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية⁽¹⁾.

تعريف مؤتمر (أوتاوا) بكندا 1921:

عرفها بأنها الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن وأن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه⁽²⁾.

تعريف المنظمة العالمية للسياحة:

قامت المنظمة العالمية للسياحة بإعطاء تعريف للسياحة على أنها: "مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة والأغراض الأخرى"⁽³⁾.

ثانيا: مفهوم السائح

لقد تعددت تعاريف السائح منها:

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدولية روما 1963:

(1) - محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي المكتتب العربي الحديث، مصر ، ص 61.

(2) - نفس المرجع، ص 62.

(3) - د. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، النزاهة الجديدة، مرجع سابق، ص 22.



حيث عرف السائح على أنه: "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي إعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يحزي منه في الدولة التي يزورها"⁽¹⁾.

وبناء عليه نجد أن هذا التعريف قد شمل فئتين من الزائرين هما:

أ-السائحون : Touriste

وهم الزائرون المؤقتون الذين يقومون على الأقل أربعة وعشرون ساعة في الدولة المستقبلة.

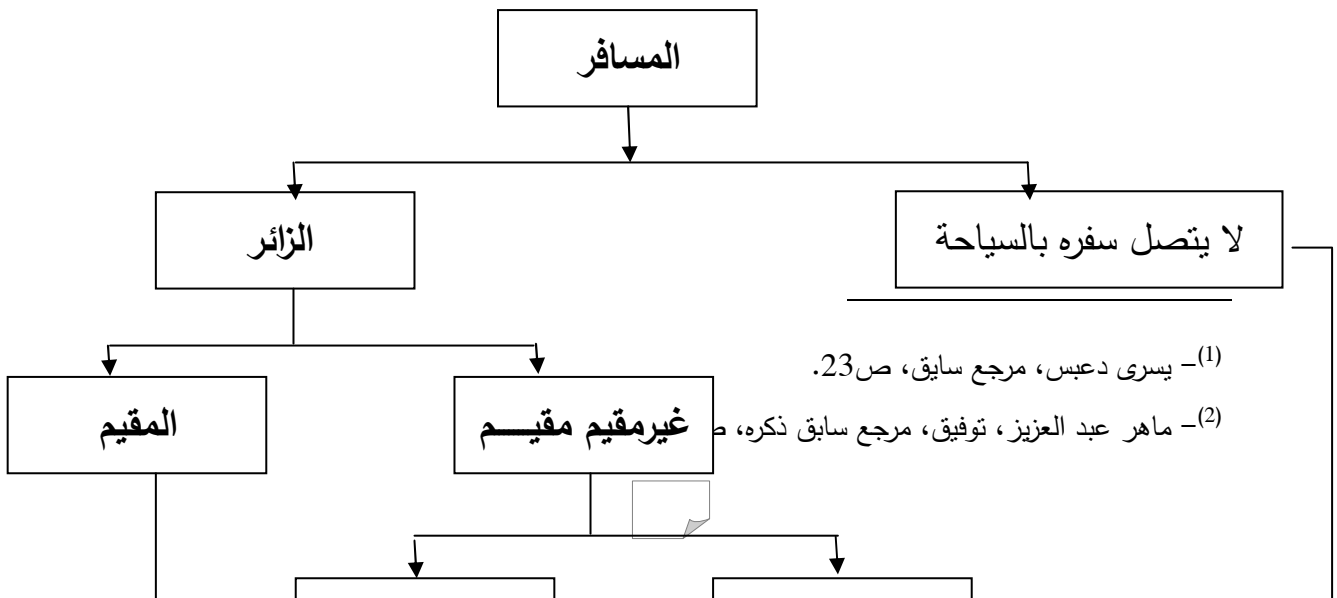
ب-المتنزهون : Excursionniste

وهم الزائرون المؤقتون لمدة لا تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.

ويمكن توضيح التطور من المسافر إلى السائح بالمخطط في الصفحة الموالية الشكل

(01)⁽²⁾.

الشكل رقم 01: مفهوم السائح



- 1- أعضاء الهيئات الدبلوماسية
- 2- أفراد القوات المسلحة الاجنبية
- 3- العاملون المؤقتون ممن يرتبطون بعقود في دولة أجنبية كأن يكونوا خبراء أو موظفون أو عمال أو أي عمل آخر بشكل مؤقت.
- 4- الأشخاص المقيمين عند الحدود ويعملوا في أراضي دولة أخرى⁽¹⁾.

المبحث الثالث: أنواع السياحة

للسياحة أنواع مختلفة، حيث يمكن تصنيف أنواع عديدة منها وفقا لعدة أسس ومعايير ولقد اجتهد الباحثون في إطلاق الأسماء لأنواع السياحة وابتكروا العديد منها، لذلك اختلف أشكال

(1) - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، ص21.



وأنماط وصور النشاط السياحي تبعا للهدف أو الدافع للرحلة السياحية واختلاف المقاصد السياحية وتوزيعها محليا ودوليا ووفقا للجهة المنظمة للرحلة.

1- السياحة الترفيهية:

يوجد هذا النوع من السياحة عندما تتوفر في بعض البلدان المساحات الشاسعة من الخضرة والمنتزهات الطبيعية والمناظر الخلابة والحدائق العامة، وتتميز السياحة الترفيهية بأنها تجذب أكبر عدد ممكن من أبناء المجتمع المحلي حيث أنهم يفضلون الذهاب إلى الحدائق والاماكن الترفيهية أو القرى السياحية والشواطئ وقد تتمثل هذه السياحة في نمط سياحة اليوم الواحد⁽¹⁾.

2- السياحة الإيكولوجية:

هي اصطلاح يجمع بين اكتشاف وفهم الإطار النباتي والحيواني في مناطق التنمية السياحية مع اتخاذ ما يلزم لحمايتها وذلك بتنشيط الساحة الإيكولوجية مع عدم تدمير الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها، تعرف السياحة الإيكولوجية بأنها السفر إلى المناطق الطبيعية البكر بغرض مراقبة ودراسة الطيور والحيوانات في بيئتها الطبيعية والتمتع بالجمال الطبيعي ومنه فإن السياحة البيئية تعني السفر إلى مناطق طبيعية للإستمتاع بالموارد الطبيعية المختلفة بها

(1) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، مرجع سابق، ص 99.



(بحار، جبال، صحراء، بحيرات...) (1) مع مزاولة بعض النشاطات الخاصة (الغوص، مراقبة الطيور، تصوير الطبيعة والحيوانات والنباتات)

1-3- السياحة الثقافية:

عرف سميث السياحة الثقافية بأنها إمتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات قديمة كما يندرج تحت السياحة الثقافية السياحة التاريخية التي تتمثل في وجود المناطق ذات الطابع التاريخي وكذلك المناطق الأثرية.

تعتبر السياحة الثقافية من أهم السياحة التقليدية التي يسعى فيها السائح إلى التعرف على كل ما هو جديد وغير جديد مألوف بالنسبة له، وإثراء معلوماته ومعارفه عن بلدان جديدة وحياة شعوب لم يباشرها من قبل وكذلك الاماكن التاريخية والأثرية والمتاحف (2).

1-4- السياحة العلاجية:

تعد السياحة العلاجية أحد أهم انواع النشاط السياحي في كثير من دول العالم المتقدمة سياحيا ومصدرا مهما من مصادر الدخل السياحي خاصة إذا توافرت بها مقومات السياحة العلاجية والتي يمكن تحديدها فيما يلي:

- توافر المياه المعدنية ذات التركيبة الصحية.
- توافر كفاءات إدارية قادرة على إدارة المصحات والتجمعات الصحية.

(1) - يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 247.

(2) - مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 2003، ص 53.



- توافر مجالات للسياحة العلاجية: السياحة الإستشفائية والسياحة الوقائية⁽¹⁾.
- توافر اطارات بشرية مؤهلة ولها خبرة في وصف العلاج الصحي والطبيعي.
- توافر إمكانيات مادية لإقامة الصحية

1-5- السياحة الدينية:

هي أحد أنواع السياحة التقليدية التي تمثل مصدرا هاما ومتجددا من مصادر السياحة ويقصد بها زيارة بعض الأماكن المقدسة الدينية للتبرك أو الحج، أو لأداء واجب ديني أو للتعرف على التراث الديني لدولة ما⁽²⁾.

1-6- السياحة الرياضية:

تعني السياحة الرياضية إشباع السائحين في ممارسة رياضتهم سواء عن طريق إستغلال عناصر الطبيعة مثل الإنزلاق على الماء والتجديف أو تلك التي تتطلب إمكانيات خاصة لممارستها مثل: الجولف، الفروسية.

ولا تقتصر السياحة الرياضية على مساهمة السائح في النشاط الرياضي بنفسه بل تمتد إلى المشاهدة والإستمتاع بحضور بعض المناسبات الرياضية العالمية أو المهرجانات العالمية مثل: مباريات كأس العالم لكرة القدم، الألعاب الأولمبية.

(1) - بحوث وأوراق عمل الملتقى العربي الثاني، الإتجاهات الحديثة في السياحة نحو سياحة عربية غير نمطية، مصر 2007، ص63.

(2) - يسرى عبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص177.



1-7- سياحة المؤتمرات ورجال الأعمال:

وتتمثل تلك السياحة في إنتقال رجال الأعمال أو من يمثلهم لحضور المؤتمرات أو المعارض الدولية وما سيتبع ذلك من استخدام وسائل النقل المختلفة والإقامة عدد من الليالي السياحية سواء بالفنادق أو القرى السياحية، يتطلب هذا النوع من السياحة وجود تسهيلات وخدمات سياحية لقاءات المؤتمرات بالإضافة إلى توفير مستوى مرتفع من الخبراء ومتقفي المؤتمرات، وإلى أساليب الترجمة الفورية والسكرتارية المدربة، توفير أماكن الإيواء من الطراز العالي⁽¹⁾.

1-8- سياحة الحوافز:

يتمثل هذا النوع من السياحة في محاولة جادة من بعض الشركات الكبرى والمؤسسات الحكومية وغير حكومية بتنظيم العديد من الرحلات للعاملين بها كنظام لرفع مستوى التدريب والأداء وكمكافأة من تلك الأجهزة والهيئات للعاملين بقصد التحفيز والترجيع⁽²⁾.

1-9- سياحة التسويق:

ويقصد بها الفترة التي تنظم فيها المنشآت التجارية والصناعية بهدف تنشيط حركة البيع والدعاية لمنتجاتها بإعلان فترة زمنية معينة تسمح فيها بعمل تخفيضات وتسهيلات

(1)- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، مرجع سابق، ص 56-58.

(2)- وفاء زكي إبراهيم، مرجع سابق، ص 147.



غير مسبقة في حركة البيع، وكذا القيام بمهرجانات ومعارف للتسويق وذلك بالتنسيق مع وزارة السياحة هذا النوع من السياحة يجذب السائح الدولي والمحلي⁽¹⁾.

1-10-1- سياحة الإهتمامات الخاصة:

تتمثل في إنتقال مجموعة من الأفراد من مكان إلى اخر سعياً وراء إهتمام خاص لا يمكن تحقيقه إلا في منطقة معينة أو في مكان محدد وقد تكون هذه الإهتمامات علمية، ثقافية، إجتماعية أو دينية⁽²⁾.

1-2-1- أنماط السياحة وفقاً للموقع أو الحدود:

1-2-1-1- السياحة الداخلية:

وهي تمثل حركة إنتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم والسائح في السياحة الداخلية هو أي شخص من مواصلي الدولة ينتقل من مكان إقامته المعتاد ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يعيش ويقوم فيها بحيث يقطع مسافة معينة وأن يقضي ليلة على الأقل في المكان المزار.

1-2-2- السياحة الإقليمية:

تتمثل في حركة الإنتقال والسفر والإقامة بين عدد من الدول المتجاورة والتي تشكل منطقة سياحية واحدة كما هو الحال في الدول العربية، ودول شمال إفريقيا ودول حوض

(1) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 154.

(2) - محمد الصيفيري، التخطيط السياحي، دور الفكر الجامعي، مصر 2007، ص 48.



البحر المتوسط ودول غرب أوروبا وتنشط هذه السياحة بين تلك الدول تبعا لعدة عوامل مثل⁽¹⁾: تقارب العادات والتقاليد إلى حد كبير، طبيعة السمات السكنية، عوامل اللغة، تسهيلات الحصول على تأشيرة وسهولة الانتقال .

2-3- سياحة دولية:

تعبر عن تلك السياحة المرتبطة بعملية الانتقال أو السفر والإقامة المؤقتة عبر الدول المختلفة في العالم دون وضع الإعتبار تقارب الحدود أو المسافات⁽²⁾.

3-1- السياحة الفصلية:

يقصد بها السياحة التي يتجه السائح فيها صوب مكان محدد تبعا لتسهيلات الإقامة والخدمات وأسعارها المرتبطة بموسم بطلق عليه موسم الذروة ومدته لا تتجاوز شهرا.

3-2- سياحة الإقامة:

ويتم هذا النوع بالإقامة في مكان معين فترة تزيد عن الشهر، وينتشر هذا النوع من السياحة بين كبار السن أو المرضى الذين يقيمون أو يتردد على المنتجات الصحية.

3-3- سياحة التنقل:

(1) - يسرى جعبس، مرجع سابق، ص154.

(2) - ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، الأردن، 2008، ص14.



يتمثل هذا النوع من السياحة في عدم تجاوز الفترة التي يقضيها السائح في مكان معين أكثر من خمسة ليالي⁽¹⁾.

1-4- أنماط السياحة وفقا لطريقة التنظيم:

1-4-1- السياحة الفردية:

ويتمثل هذا النوع من السياحة في سفر شخص أو شخصين أو شخص أو أسرته على أن يقوم فيها السائح بتنظيم الرحلة بنفسه وأن يختار فيها الأماكن التي يرغب في زيارتها والوقت الذي يناسبه.

1-4-2- السياحة المنظمة:

ويتمثل هذا النوع من السياحة في الرحلات التي تنظمها الهيئات والشركات الكبرى والمصالح الحكومية والنوادي الإجتماعية نظير دفع اشتراك رمزي في مقابل الخدمات السياحية⁽²⁾.

1-5- أنماط السياحة طبقا للأعداد

(1) - يسرى دعيس،، مرجع سابق، ص234.

(2) - فؤاد رشيد، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص107-108.



5-1- سياحة الأفراد

وتتمثل في السياحة التي يقوم بها بعض الأفراد حيث تتم الرحلة وفقا لإحتياجات هذا الفرد ورغباته وخصائصه وقدراته ودوافعه.

5-2- سياحة المجموعات الصغيرة:

وتعني سفر مجموعة من الأشخاص يربطهم رابط معين مثل: نادي، مدرسة، جامعة، أو شركة من خلال رحلة منظمة بواسطة شركة سياحية أو وكالة سياحية، ويتراوح عدد المشتركين بين 10 إلى 15 شخص⁽¹⁾.

5-3- سياحة المجموعات الكبيرة:

وينقسم هذا النوع من السياحة إلى:

أ- سياحة الافواج الكبيرة عن طريق البحر:

نوع من السياحة تقوم بتنظيمها شركات الملاحة مع مكاتب السياحة المحلية والأجنبية كذلك بأن تنشأ جو باخرة لحسابها وتنتظر بها رحلة سياحية كبيرة لعدد من الشائحين⁽²⁾.

ب- الرحلات السريعة:

التي تتمثل بزيارة مدينة ساحلية ثم يلتحقون السياح ببخرة في نفس اليوم.

(1)- ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص147.

(2)- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، مرجع سابق، ص147.



ج-رحلات الطائرات الخاصة:

يتم استئجار طائرات خاصة لنقل الأفواج السياحية الكبيرة وبذلك تستقيم شركة السياحة الأجنبية بتحقيق أجزأ النقل الجوي⁽¹⁾.

د-الرحلات الشاملة:

وتتمثل في الرحلات التي تشمل تذاكر السفر والإقامة والزيارات الداخلية للأماكن السياحية ووسائل النقل الداخلي.

1-6-أنماط السياحة طبقا للسن:

يعد السن عاملا هاما يجب مراعاته عند القيام بأي أنشطة سياحية مختلفة فيجدر تقديم برامج تتفق وطبيعة كل مرحلة عمرية، فما يتطلع إليه الشباب من أنشطة يختلف إختلافا كبيرا عما يسعى إليه الناضجون أو كبار السن، ينقسم هذا النوع من السياحة إلى:

1-6-1-سياحة الأشبال (أقل من 16 سنة):

تتمثل في الأنشطة التي يقوم بها الأشبال في الكشافة والمعسكرات والرحلات العلمية لطلبة المدارس.

2-6-2-سياحة الشباب:

(1)- محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2005، ص141.



وتتمثل في الرحلة التي يقوم بها الشباب من بين 16 إلى 30 سنة ولها خصائص ومميزات إذ أن الشباب في هذا السن يميلون إلى الإنطلاق وإلى المغامرة والقيام بكل ما هو جديد ومثير وجذاب وغير مألوف⁽¹⁾.

6-3- سياحة متوسطي الأعمار أو الناضجين:

وتتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى 60 سنة وهو غالبيتهم من العاملين الذين يهدفون بصورة رئيسية إلى التمتع والإسترخاء والراحة وغالبا ما يفضلون سياحة الشواطئ والاماكن التي تتميز بالهدوء ميلا الجبال، الريف، وكذلك يهتمون بالسياحة الترفيهية والثقافية⁽²⁾.

6-4- سياحة كبار السن:

هي من اهم أنواع السياحة التقليدية وتتطلب هذه المرحلة الرحلات الهادئة حيث أن السائح في هذا العمر يريد مشاهدة ما كان يحلم بمشاهدته من قبل ولم يكن لديه الوقت الكافي للقيام بالرحلة⁽³⁾.

1-7- أنماط السياحة حسب طبيعة الموسم السياحي:

(1)- محمد الصغيري، التخطيط السياحي، مرجع سابق، ص62.

(2)- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الورق للنشر والتوزيع الأردن، 2005، ص141.

(3)- عبد الإله أبو العباس، حميد عبد النبي الغالي، جمال الحرامي، مدخل إلى السياحة في الأردن، النظرية وتطبيق،

الورق للنشر والتوزيع، 2007، ص23.



أو ما يعرف بالسياحة الموسمية التي يقصد بها إتجاه الزائرين، أو السائحين في مواسم معينة تجاه مناطق معينة دون أخرى كما هو الحال في إتجاه السائحين الشواطئ والجزر البحرية في فصل الصيف وعالق عليها سياحة موسمية لارتباطها بأوقات محبة من السنة وتنقسم وفقا لهذا المعيار إلى:

7-1- سياحة المناسبات:

تتمثل سياحة المناسبات في السياحة التي تهدف إلى مشاهدة مناسبات محددة أو المشاركة فيها فقد تكون فنية تكون فنية أو ثقافية ترويجية رياضية، دينية، أو سياسية مثل: الحج، مشاهدة مباريات كأس العالم حضور المهرجانات.... (1).

7-2- سياحة الشتاء:

يقصد بها النشاط السياحي كنتيجة لاستقبال منشآتها لأفواج السائحين خلال فصل الشتاء الذي يمثل بين أواخر نوفمبر وأوائل مارس في دول وأقاليم نصف الكرة الشمالي وبين أواخر جوان وأوائل سبتمبر في دول وأقاليم نصف الكرة الجنوبية وهو نمط من السياحة ترتبط بخصائص عناصر المناخ وتباينها خاصة درجة الحرارة خلال فصول السنة، لذلك فهي تتراوح بين سياحة الشمس حين المناخ الدافئ وسياحة الثلوج (حيث المنتجات الجبلية) (2).

7-3- سياحة الصيف:

(1) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، مرجع سابق، ص139.
 (2) - عبد الإله أو العياش، حميد عبد النبي العلائي، جمال الحرامي، مرجع سابق، ص25.



إن صناعة السياحة تنشط في أماكن متعددة من العالم خلال فصل الصيف وترتبط

هذه السياحة بالشمس والمسطحات المائية البحرية⁽¹⁾.

المبحث الرابع: مقومات السياحة

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها:

أ- المقومات الطبيعية:

وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصد السياح من جمال الطبيعة والإبتعاد عن

كل التأثيرات الحياتية الحضرية ونجد⁽²⁾.

1- المناخ: وهو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف،

حيث ينتقل السياح إلا المناطق السياحية الواقعة في فصل الشتاء، والمناطق الجميلة

والساحلية في فصل الصيف، وبالتالي يمكن تقسيم المناخ في العالم إلى نمطين هما:

- **مناخات هادئة:** تتميز بقلة تقلب خصائص عناصرها كمناخ، البحر المتوسط،

والمناخات السائدة في المناطق الغابية، والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

(1) - يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، ص174.

(2) - عبد الإله أبو العباس، حميد عبد النبي الغالي، جمال الحرامي، مدخل إلى السياحة في الأردن، النظرية وتطبيق،

الورق للنشر والتوزيع، 2007، ص23.



- مناخات تتسم بالإثارة: نظرا الكثرة تقلب خصائصها، كهبوب الرياح وسقوط الأمطار العزيزة، وكثرة تساقط الثلوج وهذا النوع من المناخ يؤثر سلبا على السياحة، كتدمير بعض المنشآت السياحية، وغلق الطرق والإتصالات.

2-الموقع للجغرافي: يلعب الموقع الجغرافي دورا مهما في السياحة، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق ساهم ذلك في زيادة الطالب السياحي.

3- أشكال سطح الأرض: ويبرز من خلال التضاريس والسلاسل الجبلية والمسطحات المائية هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الإمكانيات الطبيعية وإقامة عليها منتجات سياحية مما يحضر على جذب السياح لهذه المناطق.

4-الحمامات المعدنية: ويمكن إستغلال الحمامات المعدنية الطبيعية إما من اجل العلاج للمرضى، او اللجوء إليها للحصول على الراحة والمتعة.

5-المناطق الصحراوية: تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى، كتوفرها على كثبان الرملية.

-الإمكانيات التاريخية والأثرية:



تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الإمكانيات السياحية الهامة⁽¹⁾، وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر حيث يكتسب السائح متعة ذهنية من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات.

ت-المقومات الدينية:

تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والأثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم وهذا لأجل أداء مناسك الحج والعمرة.

ث-المقومات الثقافية:

وتلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب، والتظاهرات الثقافية والفني

ج-المقومات المادية:

تعتبر الإمكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد وتتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (المطارات والطرق والسكك الحديدية)، والبنى الفوقية كالفنادق والاتصالات والنقل... إلخ⁽²⁾.

ح-المقومات المؤسسية:

(1)- نعيم الطاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، ط2، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص147.

(2)- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر، الإمكانيات والمقومات (2000-2025)، مرجع سابق ذكره، ص31.



وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، ولعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة من خلال سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة، ووضع الخطوط التسويق وبرامج الترويج للسياحة⁽¹⁾.

المبحث الخامس: فوائد وعيوب السياحة

(1) - د. فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، مرجع سابق، ص 24-25.



إن السياحة كصناعة لها أهمية خاصة حيث يمتد تأثيرها على البنيان وأداء الإقتصاد والمجتمع ككل، فهي نشاط ديناميكي حركي ذو تأثير متبادل وفعال يشمل جميع الأنشطة داخل وخارج الدولة، فالسياحة تتأثر وتتوثر بالإيجاب أو بالسلب على قطاعات ومجالات مختلفة منها الإقتصادية.

1- الآثار الإيجابية للسياحة:

تتفرد الآثار أو التأثيرات الإيجابية المختلفة للسياحة على كثير من الجوانب البيئية، الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية والسياسية والنفسية⁽¹⁾، وسنعرض ذلك على النحو التالي:

1-1- الآثار البيئية الإيجابية للسياحة:

العلاقة بين السياحة والبيئة علاقة وثيقة ومتداخلة فهناك علاقة تبادلية بين الأنشطة السياحية والبيئية لذي فإن هناك آثار مباشرة للسياحة على البيئة وذلك باعتبار هذه الاخيرة تشكل عنصر جذب سياحي هام للعديد من أنواع السياحة الحديث مثل السياحة البيئية، السياحة الجيولوجية، سياحة السفاري، سياحة المشاهدة، سياحة مراقبة الطيور وسياحة الرياضة المائية⁽²⁾.

(1) - يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر 2003، ص 496-498.

(2) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية المكتب الجامعي الحديث، مصر ص 182.



إن أحدهم التأثيرات الهامة للسياحة على البيئة هي المحافظة على الموارد المائية كالأنهار والبحار والبحيرات المائية والعمل على عدم تلويثها نتيجة الإستخدامات السياحية وعدم الإعتداء على الشعاب المرجانية والمحافظة على السواحل التي تعتبر من بين أحد عناصر الجذب السياحي⁽¹⁾.

إقامة المجتمعات ومختلف الخدمات ومد الطرق إلى المناطق الجبلية يؤثر تأثيرا مباشرا على طبيعة هذه المناطق، ويزيد من إقبال السكان على الإقامة فيها بعد خلق موارد جديدة وتسهيلات الحياة في تلك المناطق⁽²⁾.

كما تساهم السياحة في إقامة المنتزهات للمحافظة على الموارد السياحية الطبيعية مثل النباتات الطبيعية والحياة الطبيعية، وخصوصا أن التوسع في إقامة المحميات الطبيعية يحقق الإستخدام الأمثل للموارد الطبيعية وتفعيل أسس السياحة الإيكولوجية وزيادتها خصوصا سياحة المشاهدة والمراقبة للحيوانات البرية والتمتع بسياحة الحياة التقليدية في ظل منظومة المحميات.

(1) - نفس المرجع، ص 551.

(2) - يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، المتلقي المصري للإيداع والتنمية مصر، مرجع سبق ذكره،



1-2- الآثار الاجتماعية الإيجابية للسياحة:

إن التأثيرات الاجتماعية للسياحة تتمثل في الأساليب التي تساهم بها السياحة في إحداث تغيرات في القيم والسلوك الفردي وعلاقات الأسرة وأساليب الحياة الجماعية ومستويات الأمان والسلوك الأخلاقي.

وتعد السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول المضيفة حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع المحلي للتعرف على الأفكار والإهتمامات والثقافات الأجنبية المغايرة، وذلك يكون من خلال تعاملهم ومشاهدتهم وإتصالهم المباشر مع السائحين وذلك يؤدي إلى مساعدتهم على إكتساب الكثير من الخبرات والقيم السليمة والبناءة والموضوعية في الحياة بالإضافة إلى تكيف تلك الخبرات مع قيمهم وعاداتهم مما يساعدهم على الإنفتاح على العالم الخارجي⁽¹⁾.

يساهم النشاط السياحي فالبلدان المضيفة أو المقصودة في تطوير وزيادة درجة الوعي السياحي لدى السكان والإحساس بأهمية بلدهم التي أصبحت مقصدا للسائحين من مختلف أنحاء العالم⁽²⁾.

(1) - سلام فاطمة، تطوير المنتج السياحي الجزائري في ظل تحقيق تنمية سياحية، شهادة ماجستير في العلوم الإقتصادية 2010/2011، ص25-26.

(2) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر 2006، ص92.



1-3- الآثار الثقافية الإيجابية للسياحة:

يعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب وبين الثقافات المختلفة، والآن أصبحت الفرصة متاحة لتبادل المعرفة، والأفكار، والعادات أكثر من أي وقت مضى، ولم تصبح السياحة إشباعاً للفضول وحسب بل تفصل أيضاً على إكتساب الإحترام والتعاون المتبادل بين السياح والمواطنين المحليين وتبادل المعارف والقيم الثقافية⁽¹⁾.

ومن ناحية أخرى نجد أن السياح يتأثرون بالثقافات المختلفة للبلدان التي يزورونها ونلمس ذلك من خلال شغف السياح في التعرف على الأنماط الغربية عليه والمتمثلة في عادات وطقوس الإحتفالات الشعبية والمناسبات المختلفة في البلدان المختلفة، لذي يحرص على إرتدائه للملابس الشعبية وتناوله للوجبات التقليدية في المطاعم الشعبية، كما نجد بعض السياح يحاولون تعلم بعض كلمات وعبارات معينة في لغة البلدان المقصودة، كما هو الحال في تعلم كلمة "السلام عليكم" ، "شكرا"، "الحمد لله..." وهذا يدل على إهتمام السياح بالتواصل والتفاهم مع ثقافة الآخر في بيئته.

(1) - يسرى دعيبس، نفس المرجع ، ص 162.



2- الآثار السلبية للسياحة:

2-1- الآثار الإقتصادية السلبية للسياح:

قد يؤدي تدفق السائحين في مناطق سياحية معينة وفي مواسم معينة إلى زيادة الطلب السياحي على أنواع جديدة من السلع والخدمات، وزيادة النفقات السياحية مما يؤدي إلى إرتفاع الأسعار وهذا من شأنه أن يخلق نوع من التضخم الذي يعني أن السكان الأصليين يدفعون أكثر من أجل السلع والخدمات.

نظرا لأن النشاط السياحي يعتبر نشاطا موسميا في حالات كثيرة فإن المنشآت السياحية تظل فترة من الوقت دون تشغيل مما يؤثر على الإقتصاد ويؤدي إلى تعطل الطاقات فترة من الوقت لذا يجب على الدول عند إهتمامها بقطاع السياحة، أن تربط الخطة السياحية بالخطة القومية حتى يمكنها تجنب الكثير من المشكلات التي قد تواجهه التنمية السياحية وحتى يمكن تجنب الكثير من العوائق الإقتصادية⁽¹⁾.

2-2- الآثار الإجتماعية السلبية للسياحة:

قد يؤدي تواجد السياح غب المناطق المضيفة إلى تولد الشعور بالضيق لدى السكان المحليين بالإضافة إلى شعورهم بأن الخدمات الحكومية المتوفرة ليست لهم وإنما فقط للأجانب أو السياح وينشأ لديهم الإعتقاد بأن السياحة لا تعود عليهم بأي نفع بل هي مصدر قلق ومشكلات مما يؤدي إلى معاملة السياح بشكل غير لائق أو قد يعيد إلى العنف.

(1) - يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، مرجع سبق ذكره، ص562.



تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات الدخول للأفراد ونقص إمكانياتهم المتاحة في الوقت التي تزداد فيها أنماط مختلفة من السائحين⁽¹⁾، بعاداتهم الإستهلاكية، وقدراتهم المادية وتتجه فئة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة باستغلال السياح في مختلف المجالات السائح فريسة سهلة للإيقاع به من جانب المستغلين، فالسياح لا يعرفون شيئاً عن المناطق الخطيرة، أو تلك التي يوجد بها المجرمون⁽²⁾.

2-3- الآثار البيئية السلبية للسياحة:

تتمثل أهم الآثار البيئية السلبية للسياحة في طمس المعالم التضاريسية والنباتية والحيوانية أو تلوث البيئة السياحي، ولقد كانت للمشروعات السياحية غير المدروسة وغير المخططة علمياً أحداث تدهور كبير في الغطاء النباتي بسلوك السائح وأنشطة التي يمارسها في تلك المناطق ذات المصطلحات الخضراء وأنشطة الرعي الجائر أو جمع الأزهار والنبات الطبيعي، ويمكن تصور الحرائق الهائلة التي تسبب دوماً في غابة استراليا والأمازون نتيجة الاستخدام غير الجيد للمنتزهات، وما تؤدي إليه هذه الحرائق إلى تدهور هذه الغابات

(1) - وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، مرجع سابق ، ص 201.

(2) - نفس المرجع، ص 203.



ومواردها الطبيعية، كما أن عمليات التخطيط في مناطق المخيمات بغرض التدفئة أو الطهي وهذا يؤثر على التركيب العمري للمجموعات النباتية ويعمل على هشاشة التربة⁽¹⁾.

(1) - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 96.



خاتمة الفصل:

كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أنه لقد تطور مفهوم السياحة على مر العصور من العصر القديم مرورا بالعصور الوسطى وعصر النهضة وصولا إلى العصر الحديث الذي تجاوز فيه مفهوم السياحة الترفيهية عن النفس والإكتشاف ليمنع لنفسه معنى ومصطلحا حديثا سمي بصناعة السياحة توصل إليه مختلف العلماء والدكاترة الذين إهتموا الذي ركز Roilern بهذا المجال ومعظمهم علماء إقتصاديين أمثال الإقتصادي السويسري على عنصر الصناعة السياحية كما تطور مفهوم السائح من المسافر إلى مقيم ثم إلى السائح ثم أنواع السياحة وأنماطها أهم مقومات السياحة في مختلف أنحاء العالم من مؤشرات طبيعية موجودة في الطبيعة من مناخ وتضاريس وأخرى تاريخية وأثرية تروي مخلفات الحضارات القديمة (اليونان، الرومانية، الفرعونية، ... إلخ) ومقومات دينية وثقافية وحتى مادية ركزت عليها الدول المصدرة للسياحة من أجل تحويل السياحة إلى قطاع إقتصادي ومورد هام لها، وبالرغم من هذا إلا أن تبقى السياحة قطاع له عيوب وأثار سلبية على مختلف جوانب الحياة البيئية والإجتماعية وفضلا عن إيجابياتها الاقتصادية.



تمهيد:

تعتبر المقومات والمواد السياحية إحدى الركائز الأساسية لأي دولة سياحية أو ما يعرف بصناعة السياحة التي تقوم على تقديم خدمات سياحية متكاملة ومتطورة إلى جانب الإقتصاد المحلي الذي هو عبارة عن نشاط يشمل إستهلاك السلع والخدمات، فنجد أن أي منطقة تسعى للنهوض بقطاعات خصوصا القطاع السياحي لما يدره من عائدات إيجابية لفائدة الدولة، فوضعت الدولة تخطيط وتنفيذ منظم للسياسات السياحية يتم تاديتها بتناغم مدروس، وعيه تناولنا في هذا الفصل صناعة السياحة، ثم الإقتصاد المحلي وأهدافه لنتطرق فيما بعد إلى التسويق السياحي وأهدافه.

المبحث الأول: تعريف صناعة السياحة

أصبحت السياحة تقدم خدمات متنوعة وفريدة من نوعها إلى السواح وأصبحت صناعة مركبة ومتداخلة العناصر والنشاطات، وتعتبر في كثير من دول العالم من دعائم الإقتصاد القومي ومصدرا رئيسيا من مصادر الدخل وعنصر هاما من عناصر دعم موازنة الدولة وأصبح النقد الأجنبي الذي تدره السياحة على الدول أهم ما يشغل فكر رجال الإقتصاد والذين اعتبروا السائح بمثابة سلعة منتجة تسعى كل الدول للحصول عليها وجذبها بكافة الوسائل، فعملية نقل الأموال بواسطة السياح من بلد لآخر يسمى بالصادرات الغير متطورة فكلما زادت موارد دولة ما في السياحة كلما زادت قدرة هذه الدولة على سداد ديونها وترفيه شعبها وتقديم خدمات سياحية متكاملة وتطوير البنية التحتية، فالمواد السياحية تنعش التجارة الدولية وتوسع قاعدة الإلتزامات المالية نحو الخارج، ولذلك اعتبرت السياحة صناعة متكاملة وصناعة مركبة تدخل فيها عدة نشاطات وفعاليات.

تقوم صناعة السياحة على عناصر هامة منها: المادة الأولية، رأس المال العمل، الدعاية والإعلان والترويج، النقل، البنية التحتية المصدر الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

-المادة الأولية:

تعتبر المادة الأولية أو المادة الخام من مقومات السياحة الأساسية وتتضمن المغريات والأماكن الأثرية و الحضارية التي تفرّد بها منطقة معينة عن أخرى، وتمثل القيمة الأصلية للمنتوج السياحي وتتكون من قسمين:

أ-الجوانب الطبيعية: من صنع الخالق "عز وجل": (المناظر الطبيعية، الجبال، البحار، مياه معدنية... إلخ).

ب-الجوانب الغير الطبيعية: من صنع الإنسان: (المدن الحضارية، الآثار، المسارح، الأضرحة، الاماكن الدينية... إلخ).

2-رأس المال:

إنشاء أي مشروع سياحي يحتاج إلى رأس مال عالي، وتطوير أي جوانب تحتاج أيضا إلى رأسمال لتستكمل شكلها وخدماتها في جذب الناس، إنشاء التسهيلات والخدمات السياحية في المناطق الأثرية والطبيعية يحتاج إلى جهود ورأس المال لكي تصبح في قائمة المنافسة مع المناطق المشابهة، وحتى تسهل عملية جذب السواح إليها، مثلا: إنشاء فنادق ، مطاعم، مدن، ملاهي، بنوك، مكاتب سياحية، ... إلخ، كلها تحتاج إلى رأس مال.

3-العمل:

يعتبر حقل السياحة والسفر ومخزوننا هائلا للطاقة في مجال استخدام اليد العاملة وتهيئة العمل، بمستوى محلي وعالمي والعمل في مجال صناعة السياحة يحتاج إلى أيادي عاملة مدربة ومؤهلة حتى تستطيع أن تؤدي دورها بنجاح لأن السياحة عبارة عن تقديم خدمات إلى السياح، ويحتاج العمل في مجال السياحة إلى دراسة وإعداد مسبق وتخطيط علمي ثم التنفيذ⁽¹⁾.

4-الدعاية والإعلان والترويج:

إن توجه الشخص إلى منطقة ما تعتمد بالدرجة الأولى على الإعلان والترويج والدعاية لأنه لم يسبق أن شاهد هذه المنطقة من قبل ويجب أن يدفع مبلغا مقدما مثل: الإيواء، النقل، ...إلخ، ما عدا في حالات الزيارة المتكررة فإن الإعلان الجيد والصادق والواضح يلعب دورا في توجيه السياح إلى منطقة ما وطبعا تعتمد على مدى توفر الأمن والإستقرار والحرية والأسعار ... إلخ.

5-النقل:

إن قطاع أو صناعة النقل لاشك تلعب دورا مهما في تطوير ونجاح السياحة في أي مكان معين من العالم فإن توفر وسائل المواصلات السريعة والمريحة وتوفر طرق المواصلات يساعد على نجاح أي منطقة سياحية وخاصة إذا توفرت لها كافة وسائل النقل

(1)- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1998، ص76.

البرية والبحرية، والجوية فإن السائح عندما يفكر في زيارة منطقة ما فأول ما يفكر به هو طريقة وسهولة سرعة الوصول، ولهذا السبب فإن نجاح السياحة في أي منطقة كانت يجب أن يصاحبه تطور وتقدم في كافة مجالات النقل الممكنة.

6- البنية التحتية:

كما ذكرنا سابقا فإنه لا يمكن أن تتجح سياحة أو تطور بدون تطور وتوفر البنية التحتية⁽¹⁾.

المبحث الثاني: تعريف الإقتصاد والإقتصاد المحلي:

هو النشاط البشري الذي يشمل إنتاج وتوزيع وتبادل واستهلاك السلع والخدمات، ولغويا يعني مصطلح الإقتصاد والتوسط بين الإسراف والتقتير. جاء في كتاب مختار الصحاح: "القصد بين الإسراف والتقتير يقال فلان مقتصد في النفقة، أي وسط في الإنفاق بين البخل والتبذير.

بمفهوم آخر:

(1) - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 81.

الاقتصاد هو مصطلح يشمل مفاهيم كثيرة منها أن الاقتصاد هو مفهوم الذي تدرسه العلوم الاقتصادية (الاقتصاد) وهذا الأخير يرتكز على النظريات الاقتصادية والإدارية لتنفيذها، وأحيانا يمكن اعتبار مصطلح اقتصاد بديلا عن الاقتصاد السياسي:

كما يشير المصطلح عن الاقتصاد بالمعنى الواسع أو الحالة الاقتصادية لبلد أو منطقة ما، وهذا يعني وصفها الاقتصادي (فيما يتعلق بالذروة الاقتصادية) أو وضعها الهيكلي ضمن هذا المعنى إن مصطلح الاقتصاد هو مرادف مع كل من الأسلوب (النهج، أو النظام الاقتصادي).

وأخيرا بصفة عامة في اللغة العربية نستخدم مصطلح الاقتصاد كمرادف للإدخار لخفض الإنفاق وقد يكون الاقتصاد في الواقع نتيجة لزيادة كفاءة التنظيم الداخلي لشركة ما أو على المستوى الفردي⁽¹⁾.

تعريف عام:

بشكل عام الاقتصاد يشمل كل من النظام الاقتصادي للبلد أو لأي منطقة أخرى، والعمالة ورأسمال والموارد الطبيعية والصناعة والتجارة والتوزيع، واستهلاك السلم والخدمات في تلك المنطقة ويمكن أيضا وصف الاقتصاد بأنه شبكة إجتماعية محدودة مكانيا يتعرف

(1) - محمد إبراهيم غزلان، موجز في العلاقات الاقتصادية الدولية وتاريخ الفكر الاقتصادي، دار الجامعات المصرية،

فيها تبادل السلع والخدمات وفقا للعرض والطلب بين المشاركين عن طريق المشاركة أو عن طريق وسيط للتبادل وباستخدام قيم مقبولة للديون والإئتمانات داخل تلك الشبكة الإجتماعية.

ويمكن قيام الأداء أو النشاط الإقتصادي وفقا للأساليب التالية:

- الإنفاق الإستهلاكي⁽¹⁾
- سعر الصرف.
- الناتج الاجمالي المحلي.
- الناتج المحلي الاجمالي للفرد.
- الناتج القومي الاجمالي.
- سوق الأوراق المالية أو البورصة.
- سعر الفائدة.
- الدين الوطن.

2- الإقتصاد المحلي:

هو مجموعة السلع والخدمات السوقية الموجهة للبيع بالإضافة إلى بعض المنتجات الخدمية غير السوقية التي توفرها الحكومات مجانا مثل التعليم والصحة والأمن والدفاع، والتي أنتجت داخل حدود منطقة جغرافية معينة خلال مدة زمنية محدودة.

(1)- محمد إبراهيم غزلان، مرجع سبق ذكره، ص 27.

يقوم الإقتصاد المحلي على أساس النشاط الإنتاجي لجميع المقيمين في بلد بعينه بما في ذلك الشركات الأجنبية العاملة في هذا البلد بخلاف الإقتصاد الوطني الذي يقيس النشاط الإنتاجي لجميع الحاملين لجنسية معينة بغض النظر عن مكان إقامتهم، فمثلا النشاط الإنتاجي لشركة أمريكية تحصل في العين سيدرج ضمن الناتج المحلي الإجمالي للعين ولكن ضمن الناتج القومي الإجمالي للولايات المتحدة الأمريكية.

يمكن قياس الإقتصاد المحلي إنطلاقا من ثلاث مقاربات مختلفة:

1- من خلال الانتاج: ويكون بجمع القيم المضافة لكل الأنشطة الإنتاجية التي يراد إدراجها وتعرف القيمة المضافة على أنها الفرق بين إجمالي المبيعات وقيمة المدخلات الوسيطة في عملية الإنتاج⁽¹⁾.

2- من خلال الإنفاق: ويكون بجمع نفقات الإستهلاك النهائي للشركات والقطاع الحكومي بالإضافة إلى نفقات الإستثمار ورصيد المبادلات مع الخارج.

3- من خلال الدخل: ويكون بجمع كل المداخل المتولدة عن الإنتاج من أجور الموظفين وأرباح الشركات والضرائب.

(1) - طاهر حيدر حودان، مبادئ الإستثمار، دور المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص28.

المبحث الثالث: أهداف الإقتصاد المحلي في السياحة:

يمكن تحديد أهداف الإقتصاد المحلي إنطلاقاً من الإجراءات التالية:

- تحديد إحتياجات الأفراد المجتمع من السلع والخدمات الضرورية.
- تحديد كمية الإنتاج وتوعيته.
- تنظيم العملية الإنتاجية.

يمكن تصنيف أهداف الإقتصاد إلى مجموعتين رئيسيتين: (1):

أ- أهداف إقتصادية **Objetves**

- استخدام القوانين الإقتصادية من قبل أصحاب القرار للتنبأ بالمستقبل ورسم السياسات.
- تحقيق الاستقرار الإقتصادي والنقدي.
- زيادة الناتج القومي وتحقيق معدل مرتفع للنمو الإقتصادي.
- الكفاءة وتعني الإستغلال الأمثل للموارد الإقتصادية، ويميز الإقتصاديون عادة بين نوعين من الكفاءة هما: (2)

الكفاءة الفنية والكفاءة الإقتصادية

إنتاج أكبر كمية من إنتاج السلع والخدمات

(1)- أحمد ماهر، عبد السلام، أبو قحف، المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999، ص22.

(2)- عبد السلام، أساسيات التسويق، ج2، الاسكندرية 1996، ص33.

السلع والخدمات بأقل تكلفة بكميات التي يريدها

- البحث عن الطريقة المثلى التي يتفق فيها الفرد.
- إيجاد التوافق بين أهداف المستهلكين والمنتجين.
- القضاء على الفقر والمرض والجهل.
- الحد من البطالة ورفع المستوى المعيشي وتحقيق الرفاهية الاقتصادية للأفراد.
- الحفاظ على بيئة سليمة.

المبحث الرابع: التسويق السياحي:

يعتبر التسويق السياحي جزء من التسويق العادي وفي هذا المبحث سوف نتطرق إلى مفهوم التسويق السياحي وأهدافه.

أولاً: مفهوم التسويق السياحي:

إن المفهوم التقليدي للتسويق أصبح عديم الجدوى مع التغيرات الديناميكية والتطور سريع، لذا لابد من دراسة وتحليل العوامل المختلفة ذات التأثير على القرار السياحي وتوجيه الموارد السياحية المتاحة لاشباع حاجات ورغبات العملاء بها بتلاءم مع توقعاتهم وهذا يعني موازنة بين العرض والطلب على المنتجات السياحية، هنا نشير إلى أن التسويق السياحي لا يعني دائماً محاولة مضاعفة الطلب، فهناك مفهوم التسويق السياحي الذي يتضمن الحد من أعداد السياح القادمين لمنطقة جذب سياحي معينة وتوزيع السياح على مناطق أخرى للحفاظ على الإرث الحضاري والأثار الوطنية⁽¹⁾.

ويعرف التسويق السياحي على أنه: "التنفيذ المنظم والمنسق للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي الوطني، الإقليمي أو

(1) - السياسي نعيمة، دور التسويق السياحي في جلب الإستثمارات السياحية في الجزائر، دراسة حالة مديرية السياحة لولاية مستغانم، مذكرة شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، ص33.

الدولي، لتحقيق الإشباع الأسواق السياحية المستهدفة والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة، نمو سياحي، دخل سياحي... إلخ⁽¹⁾.

ويمكن تعريف التسويق السياحي على أنه: "كافة الجهود والانشطة المنظمة التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها وأجزائها المختلفة التي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين والراغبين في السياحة بشتى صورها.

كما يمكن تعريفه أنه: " فن يستعمل من الجانب التقني للبحث وتحليل الأسواق وتكنولوجيا المعلومات والإتصال لمعرفة الأسواق المستهدفة وإشباعها في أحسن الاحوال البيسكو إجتماعية للزوار السياح، وأيضا للجمهور المستقبل".

ويعرف التسويق السياحي بأنه "العملية الإدارية والفنية التي يمكن لمنظمة السياحة الرسمية أو المنشأة السياحية أن تحدد الأسواق المختارة الحالية والمحتملة، وأن يبني نظام إتصال مع هذه الأسواق بقصد التأكد من التأثير في رغبات واحتياجات ودوافع السائحين محليا وعالميا، وأن يلاءم المنتج السياحي ويبين هذه الرغبات والدوافع بقصد الوصول إلى أقصى مستويات الإشباع لهذه الرغبات والدوافع وبالتالي تحقيق أهدافها".

ولقد عرفه أيضا « Kotler anstrong 1999 » بأنه: " العملية التي يمكن من

خلالها التوازن بين احتياجات السائحين وأهداف المؤسسة أو المنطقة السياحية"⁽¹⁾.

(1) - خالد مقابلة، علاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل، الأردن، 2000، ص15.

فالتسويق السياحي إذن يهدف إلى توصيل الصورة السياحية لبلد ما باستخدام كل ما هو متاح لديها من وسائل وحسب منظمة السياحة العالمية فإن هذه العملية تتضمن ثلاثة وظائف هي:

1. التنمية: التسويق السياحي عملية إدارية وفنية في أن واحد من حيث المنهج والأسلوب المستخدم تقوم على أساس التخطيط ووضع سياسات تسويقية.

2. المراقبة: التسويق السياحي نشاط مشترك بين مجموعة من الهيئات المختلفة والمؤسسات السياحية المتعددة كشركات النقل، الفنادق، البنوك...

3. الإتصال: التسويق السياحي متعدد الجوانب ينبع من داخل الدولة العارضة للمنتج السياحي والتي تقوم بتوفير كل عوامل النجاح لاستمالة السياح.

إذن فالتسويق السياحي عامل أساسي في صناعة السياحة له دور كبير ومهم في تقديم المنتج السياحي للسياح وتعريفهم وبالتالي حثهم على زيادة طلبهم عليه⁽²⁾.

العناصر التي يجب أن يتضمنها التسويق السياحي:

(1) - السياسي نعيمة، دور التسويق السياحي في جلب الإستثمارات السياحية في الجزائر، دراسة حالة مديرية السياحة لولاية مستغانم، مذكرة شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، ص34.

(2) - السياسي نعيمة، دور التسويق السياحي في جلب الإستثمارات السياحية في الجزائر، دراسة حالة مديرية السياحة لولاية مستغانم، مذكرة شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، ص35

1. تحديد المجموعات السياحية المتوقع الإتصال بهم عن طريق المكاتب السياحية المتواجدة في المناطق المنوي التسويق إليها وتقدير مختلف الطلب لدى أفراد هذه المجموعات.
2. خلق تصور مفصل وواضح لدى هذه المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها.
3. تحديد مكاتب السياحة والسفر بشكل محلي أو إقليمي أو عالمي والتنسيق مع تلك المكاتب بهدف استقبال تلك المجموعات السياحية.
4. تحديد المنشآت السياحية القادرة على استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع المكاتب السياحية.
5. توفير البنية المناسبة من شبكات المواصلات والإتصالات.
6. عمل كافة الأنشطة المؤدية إلى إشباع حاجات هذه المجموعات ورغباتها مثل: سهولة الانتقال وذلك خلال التنوع في وسائل المواصلات.

المبحث الخامس: أهداف التسويق السياحي:

بين باركر Barkar وأنش Anchen أن الهدف النهائي لعملية التسويق هو تلبية الحاجات البشرية وهذه يوضح أن الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح، وإذ نجحنا في إرضاء السياح فإن توسع وامتداد السوق يصبح أمراً طبيعياً.

ويمكن حصر أهداف التسويق في النقاط التالية:

1-إرضاء السياح: إننا نعتبر التسويق هو عملية إرضاء للسائح وفي ضوء هذا الوضع فإن الهدف الأساسي من تطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هو إرضاء المستهلكين ومؤخرا لا نجد مؤسسات سياحية يمكن أن تفكر في حماية وجودها دون إرضاء العملاء ومن خلال عملية التسويق المنظم فإن السياح يحصلون على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة في أوقات مناسبة ، وبطريقة مرضية والخدمات تكون ملائمة بشكل جيد مع توقعات وأذواق السياح⁽¹⁾.

2-جعل الإقتصاد التشغيلي ممكنا:

وهذا يستلزم الاستغلال الأمثل للموارد إن التقدير لمتوقعات المستهلكين يجعل من الممكن للمؤسسة إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطالب وهذا يقلل من الإستغلال غير الأمثل للموارد المتاحة، إضافة إلى ذلك فإن المؤسسة تظهر إهتماما بأن تتفوق على المنافسة وتسيطر على المركز القيادي في السوق ومن الطبيعي أن هذا الأمر يتطلب السيطرة على المخلفات والتلف، لذا فإن التسويق المبني على أساس التقدير السليم لمحاجات وتوقعات السياح يجعل من السهل تنظيم أعمال ونشاطات المؤسسات السياحية بما يتناسب مع ذلك⁽²⁾.

3-تحقيق الأرباح:

(1)- السياسي نعيمة، دور التسويق السياحي في جلب الإستثمارات السياحية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص36.

(2)- د.فراج رشيد وأ.بودلة يوسف، جامعة الجزائر، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات

القطاع السياحي، أبحاث إقتصادية وإدارية العدد الثاني عشر 2012، ص105-106.

من الأهداف التسويق السياحي مساعدة الأمد في حين تحقيق الأرباح وبدون شك فإن هذا هدف كويل السوق وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية، كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح ومن هنا فإن المؤسسات السياحية يجب أن تعمل وفق طريقة مخططة والمنظمة حتى يستمر السياح في استخدام خدماتها من غير إنقطاع وهذا الاستمرار بلا شك يساعد في تحقيق الأرباح.

4- إبراز صورة واضحة:

إن هدف التسويق السياحي هو مساعدة المؤسسة في إبراز صورة واضحة عن المنظمة السياحية وإن مبادئ التسويق السياحي الحقيقي تعتبر مؤثرة في خلق أو التخلص من الإنطباعات لدى السياح في الأسواق المستهدفة.

إننا نجد عددا من الحالات التي تكون إستراتيجياتها التسويقية فيها ناجحة في إزالة مشكلة الإنطباع وإن ذلك يوصل إلى حقيقة هي أن وسائل الإتصال الفعالة تبسط عملية تعزيز الجوانب الإيجابية والتخلص من أو تخفيف حدة الجوانب السلبية حول المنطقة السياحية⁽¹⁾.

5- التفوق على المنافسة:

(1) - د.فراج رشيد، أبودلة يوسف، جامعة الجزائر، دور التسويق السياسي في دعم التنمية السياحية والعد من أزمات القطاع السياحي، مرجع سابق ذكره، ص 107.

يعتبر التنافس أكثر حدة وتأثيرا مما سبق إن الممارسات التسويقية تسهل إتباع إستراتيجية مناسبة حيث إنجاز أهداف المؤسسات بمساعدة القرارات التسويقية ومن خلال ذلك فإنه غالبا ما تنتج المؤسسة السياحية في جعل منتجاتها في المركز الرائد مما يجعل من الصعب على المنافسين دخول أو المنافسة في الأسواق.

خاتمة الفصل:

كخلاصة لهذا الفصل يمكن القول أن السياحة تعتبر مصدر رئيسي من مصادر الدخل لما تدره من عائدات، والتي تعتبر السائح بمثابة سلعة منتجة تسعى كل منطقة وكل دولة للحصول عليها وجذبها بمختلف الوسائل وهذا من خلال تطوير عناصر صناعة السياحة، وأيضاً آليات وطرق التسويق الحديثة التي تسعى لتحقيق الإثبات لدى الأسواق السياحية من خلال إرضاء السياح وتحقيق الأرباح وإبراز صورة واضحة حول المنطقة السياحية لجلب التفوق والمنافسة في الأسواق.

تمهيد:

تلعب السياحة دورا هاما في تنشيط إقتصاديات كثير من الدول حيث أصبحت تمثل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني نتيجة إنفاق السائحين والذي يأخذ صورا متعددة منها الإقامة والاستخدام وسائل النقل والغذاء والترفيه، بالإضافة للأثر المضاف للدخل الذي يولده هذا الإنفاق الناشئ من دوران الإيرادات السياحية في دورات إقتصادية متنوعة، تولد روجا وانتعاشا في مختلف المجالات، وعليه تناولنا في هذا الفصل السياحة كنشاط إقتصادي في التنمية، فيما يليها التنمية السياحية، ثم أهدافها ودور السياحة في قضايا التنمية، لنتطرق فيما بعد إلى واقع مساهمة قطاع السياحة في قضايا التنمية الإقتصادية.



المبحث الأول: السياحة كنشاط إقتصادي في التنمية

لقد أصبحت المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية تنظر إلى السياحة كقطاع إقتصادي له دوره في التنمية الإقتصادية إلى جانب قطاعات النشاط الإقتصادي الأخرى لذلك فإن أغلبية الدول الصناعية والسائرة في طريق النمو تعتبرها قطاع إنتاجي له أهميته التجارية والإقتصادية والسياسية فهو بذلك لم يعد حاجة إجتماعية أو مجالا للترفيه والراحة فقط، بل أصبحت تشكل موردا أساسيا تعتمد عليه الدول في تنمية إقتصادياتها⁽¹⁾.

وإذا كانت السياحة صناعة فما هي طبيعة ونوعية هذه الصناعة وما هي أهميتها الإقتصادية إذا كانت تعبر عن نشاط إقتصادي.

وفقا للتعريف التي قدمت حول الظاهرة السياحية لمجموع الأنشطة الإقتصادية، الصناعية والتجارية المنتجة للخدمات والسلع الإستهلاكية المطلوبة من طرف السواح الاجانب والمحليين، ووفقا للاستعلامات المختلفة لها في الحياة الإجتماعية والثقافية، فهي كقطاع إقتصادي منتج للسلع والخدمات تتركب من ثلاثة عناصر أساسية هي:

1. التنقل من مكان لآخر أو السفر خارج مقر الإقامة المعتاد.
2. إقامة لمدة 24 ساعة غلى الأقل خارج مقر الإقامة الجديدة.
3. إنفاق النقود في الأماكن المقصودة.

¹– EMANUEL DE KADI TOURISME PAS PORT DEVELOPPEMENT.UNISCO.1976.P10.



وبناء على العناصر الثلاثة السابقة الذكر يمكن تحديد طبيعة هذه الصناعة غير أنه لا يمكن الوصول إلى تحديد هذه الصناعة دون دراسة المنتج الذي تقدمه للمستهلك.

المبحث الثاني: تعريف التنمية السياحية

التنمية السياحية هي "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي"⁽¹⁾ وتعرف التنمية السياحية المستدامة بأنها هي التي تلبي إحتياجات السياح والمواقع المضييفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، وأنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية، التنوع الحيوي ودعم نظم الحياة⁽²⁾.

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كل الجهود في الحقل السياحي وذلك لأن السياحة قطاع إقتصادي يضم نشاطات إقتصادية مختلفة ويهدف إلى تطوير التنمية لذلك يجب إهتمام بعدة إعتبرات والتي لا بد من مراعاتها نذكر منها:

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.

(1)- أحمد الجلا، السياحة المتواصلة البيئة، عالم الكتاب، مصر، 2002، ص43.

(2)- صلاح الدين جزبوطي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، سوريا، 2004، ص23.



- المحافظة على المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى المنطقة قد تعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- الإستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها تتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي.
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الإقتصادية للاستثمارات السياحية المفتوحة وفيما إذا كان الإستثمار سيرد أرباحاً أو لا.
- دعم الدولة للقطاع السياحي عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ السياحة ويكون عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.
- ربط خطة التنمية السياحة مع خطط التنمية الإقتصادية الأخرى، لمختلف القطاعات الإقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الإهتمام بالسياحة فقط.
- دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شخص من اشكال الدخل ولكل نماذج الرغبات خاصة منها لذوي الدخل المحدد فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء فقط.
- رفع مستوى النظافة والخدمات لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية حيث نظافة الشواطئ والشوارع تجعل السائح يرغب في العودة إلى المنطقة.
- تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات.



- تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية واعدة لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة للنشاط السياحي.
- تحفيز وزيادة الإستثمارات بما يتوافق مع السياح الوافدين.
- الإرتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في المواقع السياحية والمحيط السياحي.
- زيادة عدد الموارد البشرية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق والزيادة في حركة الإستثمارات السياحية.
- تعزيز الأمن والإستقرار السياحي ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلبات الأسواق المصدرة للسياحة والترويج لها.

المبحث الثالث: أهداف التنمية السياحية:

التنمية السياحية هي جسر لتحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية للدولة والتنمية المحلية بصفة عامة وتختلف أهداف التنمية السياحية من دولة إلى أخرى وذلك حسب إختلاف المناطق والمواقع السياحية بإضافة للظروف الإقتصادية والثقافية والإجتماعية ومن هذا نذكر بعض ما تسعى إليه التنمية السياحية: (1)

(1) - بن كحلة نبيلة، تقييم القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، لنيل شهادة ليسانس أكاديمي، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، 2014، ص19.



- تحقيق نمو سياحي متوازن وتقادي التذبذبات السياحية بسبب أسباب إقتصادية أو إجتماعية أو بيئية.
- زيادة من فرص العمل وامتصاص معدلات البطالة.
- الزيادة من النشاط السياحي جعل الدولة من المناطق السياحية الكبرى.
- ارتفاع معدل pib.
- المساهمة الفعالة في حل المشاكل الإقتصادية والإجتماعية حتى تكون سياحة ناجحة في أي دولة تكون قادرة على التعامل مع مشاكل المجتمع، ومساهمتهما في حل مختلف المشاكل الإقتصادية والإجتماعية كخلق فرص عمل وتحسين المستوى المعيشي ودعم ميزان المدفوعات وكذلك خلق العملات الصعبة.
- استخدام المنتج المحلي سواء من سلع وخدمات أو إدارات وهيكل قاعدية فكل الدول السياحية تعتمد على مواردها المحلية في التنمية السياحية.
- زيادة عدد السائحين، فالدولة تعتمد على سياسات التنمية السياحية من أجل زيادة عدد السائحين للمنطقة، وبهذا يكون توسيع حجم الطلب وخلق عرض منتجات سياحية جديدة وكذلك فتح مناطق وأسواق سياحية جديدة.
- زيادة نصيب الدولة من النشاط السياحي لتنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للسائحين والمقيمين بالدولة.



- الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني من السلع والخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي، فجل الدول السياحية تفرض على استخدام مواردها المحلية عند إقامة وتشبيد وصيانة مكونات العرض السياحي لها.
- تمديد متوسط مدة الإقامة، حيث يعد متوسط الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في أي بلد.
- زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح، حيث المتوسط الإنفاق اليومي للسائح دورا هاما في تعظيم وتقليل الناتج الإقتصادي من السياحة.

المبحث الرابع: دور السياحة في قضايا التنمية الإقتصادية

أصبحت السياحة تعتبر جسر هام نحو التنمية وتزايد دورها في قضايا التنمية في إقتصاديات الدول ويمكن تلخيص دور السياحة في قضايا التنمية في المحاور التالية:

أ- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:

للسياحة دور في جذب النقد الاجنبي (العملة الصعبة) وذلك بدخول سياح الاجانب للدولة لهدف معين سواء من مساهمة رؤوس الأموال الاجنبية في الإستثمارات الخاصة بقطاع السياحة كالإيرادات الخاصة بالفنادق للسياح المقيمين أو الإيرادات التي تحصل عليها



الدولة مقابل منح التأشيرة وكذلك الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية وشراء المنتجات الوطنية⁽¹⁾.

ب-نقل التقنيات التكنولوجية:

تعتبر عملية التكنولوجيا خاصة عن طرق الشركات الاجنبية من أحد الموضوعات المثيرة للجدل ويدور هذا الجدل حول عدد المحاور الرئيسية مثل⁽²⁾:

1-مدى ملائمة المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغييرات البيئية داخل الدولة مثل مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة المختلفة للإنتاج، طرق تقديم وتسويق المنتج ومدى تلاؤمها مع المعتقدات والقيم الثقافية والروحية، الخدمات المرفقية.

2-تكلفة التكنولوجيا الآثار المرتقبة على العمالة وميزان المدفوعات ... إلخ.

3-الآثار السلبية على المشروعات الوطنية.

ويمكن القول بصفة مبدئية أن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات الإستثمار السياحي، يمكن أن يحقق درجة التقدم التكنولوجي بالجزائر لأن إذا نظرنا إلى اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة وبالأخص الفنادق هي يد عاملة غير مكونة في أغلبيتها

(1)- محمد إبراهيم غزلان، موجز في العلاقات الإقتصادية الدولية وتاريخ الفكر الإقتصادي، دار الجامعات المصرية، مصر، 1975، ص22.

(2)- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999، ص20.



تكويننا عاليا في تقنيات السياحة، ويمكن أن تستفيد الجزائر من خلال الشركات الاجنبية المستثمرة من العديد من الطرق منها:

1. نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية.
 2. إدخال تجهيزات (الآلات، المعدات...) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة إلى الخدمات المرفقية المختلفة.
 3. تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الانشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة.
 4. القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.
- وهناك عدد آخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الاجنبية في طرق بيع الخدمات السياحية في تطبيق نظم الإدارة الحديثة، يضاف إلى هذا أن وجود الشركات الاجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية على تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمة.

ج-تشغيل الأيدي العاملة:

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الإقتصادية في توفير فرص العمل حيث تستوعب 11% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم وحسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية "فقد بلغ عدد العاملين في قطاع السياحة حوالي 202 مليون عامل نهاية 2010"



ولهذا فإن التوسع في انشاء المشروعات السياحية يساعد على خلق العديد من فرص العمل وهذا ما يؤدي إلى إمتصاص نسبة من البطالة وارتفاع مستوى الرفاهية الإقتصادية⁽¹⁾.

د-المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الإقتصادي بين المناطق:

عند قيام الدولة بمشروعات سياحية في كافة مناطق الوطن المختلفة هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير الأقاليم بشكل متوازن للبلاد، وهذا ما يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة واستغلال موارد الطبيعة لهذه الأقاليم وإعادة توزيع الدخل بين كافة أفراد المجتمع وكل هذا يعرف بتنمية التوازن الإقتصادي⁽²⁾.

هـ-تحسين ميزان المدفوعات:

يتحقق توازن في ميزان المدفوعات عن طريق السياحة نتيجة تدفق رؤوس الأموال الاجنبية المستمرة في المشروعات السياحية وزيادة موارد النقد الاجنبي والمنافع التي يمكن تحصيلها نتيجة لخلق علاقات إقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.

وللسياحة دور في عملية التنمية الإجماعية والثقافية والسياسية ونذكر بعض منها:

- تحسين المستوى المعيشي للمواطنين.
- تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.

(1)- الموقع الإلكتروني [www. Startiles.com/pt=27130154](http://www.Startiles.com/pt=27130154) بتصرف 49 أحمد ماهر، عبد السلام، المرجع

السابق، ص83

(2)- محمد إبراهيم غزلان، مرجع سبق ذكره، ص 25.



- تداول العلوم والمعارف.
- تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب.
- توطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية.

المبحث الخامس: واقع مساهمة قطاع السياحة في قضايا التنمية الإقتصادية:

المطلب الأول: مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي PiB

حسب إحصائيات المجلي العالمي للسياحة والسفر أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى 10\$ سنة 2012، أما بالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تعد ضعيفة جدا مقارنة بمساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وحسب إحصائيات موقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية في الجزائر فإن نسبة مساهمة قطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي PIB فرع (فنادق، مقاهي، مطاعم) ⁽¹⁾، Branches hotels cafes restaurants يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 01: قيمة مساهمة القطاع السياحي في PIB للجزائر (2000-2012).

(1) - بن كحلة نبيلة، تقييم القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، لنيل شهادة ليسانس أكاديمي، مرجع سبق ذكره،



السنة	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	201	2011	2012
نسبة	1.4	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7	2.05	2.3	2.3	2.4	2.4

المصدر: الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، www.mta.gov.dz وحسب الجدول نجد أن مساهمة قطاع السياحة في PIB شبه مستقرة في السنوات الأخيرة، ونلاحظ أيضا أنه في مدة أكثر من 10 سنوات لم يحدث تغيير كبير حيث الفرق بين السنة 2000 و 2012 هو 1\$ فقط وهذه قيمة ضعيفة جدا.

المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في توفير فرص العمل:

يعد القطاع السياحي من أكبر القطاعات التي تساهم في امتصاص البطالة داخل الدولة وتوفير فرص عمل سواء دائمة أو مؤقتة أو موسمية، وتساهم في خلق مناصب شغل بشكل مباشر أو غير مباشر وذلك من خلال القطاعات الدائمة للسياحة، الجدول التالي يمثل عدد العمال في قطاع السياحة للسنوات ما بين (200-2011) في فرع فنادق، مقاهي، مطاعم، حسب الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية: (1)

الجدول رقم 02: عدد العمال في قطاع السياحة للجزائر (200-2011)

(1) - أهداف مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025.



السنة	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
ع- عمال	82	95	103	165	172	193	204	320	370	396	420

المصدر: الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، www.mta.gov.dz

رغم حجم العمال في قطاع السياحي في الجزائر متزايد سنة بعد سنة، إلا أنه يبقى غير كافيا وضعيفا من حيث قدرته في توفير فرص العمل مقارنة ببعض الدول كالمغرب مثلا يقدر عدد العمال لسنة 2007 بـ 1658000 عملا.

ولهذا يجب رفع نسبة العمالة أكثر في قطاع السياحة في الجزائر من أجل الوصول إلى التنمية السياحية التي بدورها تؤدي إلى التنمية الإقتصادية التي هي هدف كل دولة

المطلب الثالث: مساهمة قطاع السياحة في ميزان المدفوعات:

تعتبر السياحة مصدر من مصادر الدخل الاجنبي لهذا تقاس أهميتها الإقتصادية أيضا بحجم تأثيرها على ميزان المدفوعات، ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو إيجابية والجدول التالي يمثل ميزان المدفوعات السياحي لسنوات (2000-2012) وذلك حسب إحصائيات موقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية:



الجدول رقم 03: ميزان المدفوعات السياحي للجزائر (2000-2012)

السنوات	ميزان المدفوعات السياحي
2000	-91
2001	-94
2002	-137
2003	-143
2004	-163
2005	-186
2006	-166
2007	-158
2008	-94
2009	-140
2010	-100
2011	-60
2012	-100

المصدر: الموقع الإلكتروني للسياحة والصناعة التقليدية، www.mta.gov.dz



فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكانت النتيجة الصافية للميزان السياحي إيجابية فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو على الأقل التحقيق من العجز، وإذا كانت النتيجة إيجابية للميزان السياحي فهذا قد يعزز من النتيجة الإيجابية للميزان التجاري وميزان المدفوعات.

من الجدول أعلاه يتضح لنا أن ميزان المدفوعات السياحي للجزائر متذبذب وسالب عبر السنوات (2000-2012) وهذا ما يؤثر على ميزان التجاري إلا أن الجزائر تغطي عجزها في ميزان التجاري بقطاع المحروقات، فمثلا نرى الفرق واضح في النسبتين 2011 و 2012 حيث كان الميزان السياحي -60 و -100 على التوالي وهذا يعني كان هناك تراجع، ولم نتطرق لاحصائيات 2013 و 2014 و 2015 لعدم توفر ذلك على الموقع الإلكتروني للوزارة.



المطلب الرابع: مساهمة الإستثمار في السياحة

للإستثمار والسياحة علاقة طردية أي أن الإستثمار يعزز السياحة وهذا بإنشاء الفنادق السياحية حتى تكون أكثر جذب للسياح الداخليين أو الأجانب وهذا يدعم القطاع السياحي، وعندما يكون عدد كبير من سياح وتعتبر الدولة قطب عالمي سياحي، وهذا يدفع بعجلة الإستثمار سواء في نفس القطاع أو في القطاعات التابعة تقدر عدد المشاريع المسجلة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار لفترة 2002-2012 في قطاع السياحة بـ 59 مشروع⁽¹⁾.

الجدول التالية تمثل مشاريع الإستثمار السياحي للدولة وذلك حسب إحصائيات الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2009:

مشاريع قيد التنفيذ

الجدول رقم 04: مشاريع الإستثمار السياحي في الجزائر لسنة 2009 (قيد التنفيذ):⁽²⁾

Nombre	Capacité (Lits)	Emploi	Volume d'investissement (en milliard de DA)	Taux estimé de réalisation (%)	Superficie
321	34931	13424	123.4	57	170

(1) - دليل الإستثمار في الجزائر، 2006.

(2) - دليل الإستثمار في الجزائر، 2006.



المصدر الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz
تطرقنا لإحصائيات 2009 وهذا لعدم توفر إحصائيات جديدة على الموقع الإلكتروني لوزارة
السياحة والصناعة التقليدية.

من الجدول أعلاه: عدد المشاريع قيد التنفيذ سنة 2009، تقدر بـ 321 مشروع في
القطاع السياحي، وهذا العدد لا بأس به مع الإهتمام المتأخر بهذا القطاع حيث يحتوي على
حوالي 35000 سرير، ويمتص حوالي 14000 عامل وهذا عدد مقبول مع معدل البطالة
المرتفع، رغم أنه عدد ضعيف بالنسبة للدول المهتمة بالسياحة وبالنسبة للمبالغ المستخدمة
في هذه المشاريع قدر بحوالي 124 مليار دينار جزائري.

الجدول رقم 05: مشاريع الإستثمار السياحي في الجزائر لسنة 2009 (مشاريع تنطلق
بعد)⁽¹⁾.

Nombre	Capacité (Lits)	Emploi	Volume d'investissement (en milliard de DA)	Taux estimé de realisation (%)	Superficie
133	12419	5785	25.7	0	73

المصدر الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والصناعة التقليدية www.mta.gov.dz

أما بالنسبة للمشاريع التي لم تنطلق بعد (سنة 2009) فقدت بحوالي 140 مشروع
ويحتوي على 12500 سرير، أما بالنسبة لمناصب العمل فقدت بحوالي 6000 عامل

(1) - دليل الإستثمار في الجزائر، 2006.



والمبلغ المالي حوالي 26 مليار دج، ولم يوجد أي معلومات ما إذا هذه المشاريع انطلقت أم
مازالت لم تتطلق بعد.



خاتمة الفصل:

في هذا الفصل تناولنا دور السياحة في الإقتصاد المحلي لما لها من أهمية إقتصادية كبيرة تعد على أنها نشاط إقتصادي له خصائصه وميزاته، وكقطاع منتج للسلع والخدمات يهدف إلى تطوير التنمية وتحقيقها وبلوغ أهدافها، وللسياحة الفضل في تدفق رؤوس الاموال ونقل التقنيات التكنولوجية وتشغيل الأيدي العاملة وذلك بخلق مناصب شغل وامتصاص نسبة البطالة وتنمية التوازن الإقتصادي بين المناطق وتحسين ميزان المدفوعات ومدى مساهمة الإستثمار في السياحة.



الفصل الأول

السياسة ومفاهيمها

الفصل الثاني

صناعة السياحة والاقتصاد المحلي

الخاتمة

الفتحة

الفتحة

قائمة المصادر والمراجع

الفصل الثالث
دور القيادة في الإقتصاد المحلي

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

الإطار النظري

المفصل الأول

بطاقة تقنية عن ولاية وهران

ومديرية السياحة والصناعة

بطاقة تقنية عن ولاية وهران

ومديرية السياحة والصناعة

التقليدية

الفصل الثاني

تحليل المقالات

الإطار التطبيقي

الملاحق

النتائج:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع خرجنا بمجموعة من النتائج هي:

1. تعدد مهام مصلحة السياحة من استقبال وتشجيع المستثمرين والإحصاء للنشاطات السياحية بالرغم من وجود مصالح أخرى قد تتولى بعض المهام الأخرى.
2. عدم وجود مختصين في التسويق السياحي على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران يضاعف نوعا ما نشاطها في الترويج للعرض السياحي المتوفر.
3. تمتع ولاية وهران بمواقع أثرية رائعة ومقومات طبيعية ومادية هائلة غنية عن التعريف من قبل المؤسسات الفاعلة في هذا القطاع.
4. لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران دور في تحريك عجلة الإقتصاد المحلي ورفعته إلى أعلى المستويات وذلك من خلال تهيئة الأرضية المناسبة للمواقع السياحية ودعم وترقية النشاطات السياحية ووضع استراتيجية التخطيط الناجح للنهوض بقطاع السياحة في الولاية.
5. جاء المخطط الوطني للتهيئة السياحية SDAT 2025 لترقية السياحة في ولاية وهران وجعلها قطب سياحي على غرار باقي ولايات الغرب الجزائري نظرا لما تحمله من مزايا مختلف وعن الباقيين.



6. للسياحة أهمية إقتصادية كبرى في تحسين الميزان التجاري المحلي وجلب الإستثمارات وتشجيع العلاقات الإقتصادية المربحة مع البلدان الأجنبية وبالتالي المساهمة في رفع وتحسين الإقتصاد المحلي لولاية وهران.



التوصيات:

- الإهتمام أكثر بقطاع السياحة كونه لديه القدرة على توليد مناصب العمل المباشرة وغير المباشرة أكثر من أغلب الأنشطة الإقتصادية الأخرى.
- وضع استراتيجية وطنية لتنمية سياحية منشطة تهدف إلى ترقية المنتج السياحي المحلي عبر اختيار انسب مزيج تسويقي، يأخذ بعين الإعتبار الخصائص والمقومات السياحية.
- ولاية وهران من بين أهم ولايات الوطن وكبرها واتساعها لدى الإنجاز وتجهيز هياكل الإستقبال المناسبة للسواح وتخفيض هذه الجوانب السلبية حول المنطقة السياحية.
- الإهتمام بالتسويق السياحي في المنطقة لمواجهة التحديات والأزمات التي تحدث في أي إطار، والتي يمكن أن تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على حركة كيان قطاع السياحة، والأنشطة المختلفة التي تقع تحت مظلة.
- تحسين جودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة والمواصلات من اجل تقييم خدمات سياحية على المستوى العالمي كما تشمل تلك الخدمات الاستعلامات وإجراءات الهجرة والخدمات الأمنية ويبقى في هذا السياق بين القوانين واللوائح الرامية إلى مراقبة الخاتمة:
- عرفت ظاهرة السياحة تطورا كبيرا عبر العصور حيث كانت في بدايتها بسيطة في أسبابها وأهدافها ووسائلها وكان الغرض منها هو ممارسة النشاطات الانسانية الضرورية



للحياة مثل البحث عن الطعام والشراب والمكان وغيرها، ثم تطورت وأصبحت نشاطا ترفيهيا يقتصر على الطبقة البرجوازية من المجتمع للمتعة والإستجمام، وفي الوقت الحاضر أصبحت صناعة لها أبعادها وأهدافها في المساهمة في تنمية الإقتصاد المحلي، وذلك عن طريق التسويق السياحي بأساليبه وطرقه المختلفة.

إن التطور الذي عرفته ظاهرة السياحة في ولاية وهران أدى إلى تنوع وإختلاف الغرض أو الهدف من الرحلة السياحية فهناك السياحة من اجل ممارسة الرياضة أو مشاهدتها، وسياحة الأعمال والمؤتمرات وغيرها فتعتبر ولاية وهران ولاية شاملة لمختلف أنواع السياحة فضلا عن ما تمتاز به من مناطق أثرية وساحل جذاب كونها مطلق على البحر الأبيض المتوسط.

ونظرا للتنوع الكبير في أنماط السياحة وأشكالها فهي ترتبط بعدة قطاعات أخرى تتأثر بها وتؤثر فيها، فالسياحة لها علاقة بالإقتصاد إذ لها دور مهم في توفير مناصب شغل وضمان دخول رؤوس اموال وبالتالي المساهمة في ميزان المدفوعات وأيضا في الناتج المحلي PIB، ويشهد ولاية وهران إرتفاع النمو الإقتصادي خاصة في فصل الصيف بتزايد إرتفاع عدد السياح والوافدين إلى المنطقة من مختلف الدول العالم ويزداد الطلب والعرض في الفنادق ووكالات السياحة والسفر والمطاعم وغيرها وبالتالي تحقق ربح ومداخيل تعود بالفائدة على الولاية من الجهة المحلية والوطنية وعلى الجزائر من الجهة الدولية، بالإضافة إلى الإستثمار ودوره في تحقيق التنمية الإقتصادية فولاية وهران شهدت عدة مشاريع منها ما



أنجزت ومنها ما زالت في قيد الدراسة وأخرى متوقفة كل هذا أدى إلى زيادة إرتفاع نسبة النمو الإقتصادي المحلي.



تمهيد:

إهتمت العديد من الدول بقطاع السياحة وذلك لمردودها الإيجابي على الإقتصاد والتنمية بمساهمة القطاعين الخاص والعام في إنشاء المشاريع الإستثمارية التي توفر مناصب شغل التي تقلص من أزمة البلاد.

أصبحت السياحة الأكسجين الذي يتنفس به والمرآة التي يرى من خلالها النمو والإزدهار، ففوة إقتصاد أي بلد أو ضعفه ترجع لها إذ تقوم بتحريك عجلة التقدم، كما هو متواجد في دول العالم والدول المجاورة كالمغرب وتونس اللتان تركزان عليها مستخدمتان الطرق والاساليب الإحترافية لجذب واستقطاب أكبر عدد ممكن من المستثمرين والسياح.

الجزائر شأنها شأن جميع الدول بدأت تنهض وتزيل الغبار لتلتحق بالركب التنموي حيث بدأت في إتخاذ عدة إجراءات وأعمال وتقديم مساعدات ومنح إمتيازات مالية وجبائية خاصة المتعلقة بالاستثمار السياحي لتشجيعه ومحاولة بذلك الإبتعاد عن التبعية النفطية المعتمدة عليها منذ سنين.

وعليه سيتم في هذا الإطار الميداني دراسة فصلين الأول تحت عنوان بطاقة تقنية عن ولاية وهران ومديرية السياحة والصناعة التقليدية وواقع السياحة في ولاية وهران والطلب والعرض السياحي فيها، أما الفصل الثاني فهو يشمل تحليل المقابلات للموظفين بمديرية السياحة والصناعة التقليدية بالولاية.



المبحث الأول: واقع السياحة في ولاية وهران:

تعتبر ولاية وهران من أهم المدن الساحلية بالجهة الغربية وذلك لما تمتاز به من مقومات ومؤهلات قد تنفرد بها مما يجعلها محل أنظار واهتمام المستثمرين والسياح.

تسير وهران بخطى ثابتة لتكون "ديلا" للمناطق السياحية التقليدية الموجودة في دوال الجوار تستحق الثناء احتضانها أكبر المظاهرات السياحية تنصدر القطاب السياحي الشمالي العربي.

أولا: تاريخ مدينة وهران

شهدت المدينة منذ القدم اهتمام الحضارات المختلفة واطماعها فتقلب حكمها بين سلالات حاكمة محلية من بربر وعرب وأتراك عثمانيين وبين محتلين اسبان وفرنسيين وضع كل منهم بصمته لتزيين به المدينة، فسيفساءها التراثي والثقافي بعد استقلال الجزائر شهدت المدينة تطورات مهمة جعلت منها ثاني مدن البلاد وقطبا اقتصاديا وعلميا مهما.

يعود أصل تسمية مدينة وهران وفقا للتفسير الأكثر شعوبا "وهر" ⁽¹⁾ تعني الأسد غير أن كلمة "وهر" لا تعني أسد حسب لسان العرب والصحاح في اللغة والقاموس المحيط وغيرها، لذي فإن من المرجح أن يكون الاسم من اصل بربري نسبة إلى واد "الهاران" أو إلى

(1) - www.direction-tourisme.oran.com



الأسود الأطلس التي كانت تعيش في المنطقة والذي رد اسم كل منهما في التاريخ بتهجئات مختلفة.

تتواجد ولاية وهران في الغرب الجزائري وعاصمتها هي مدينة وهران يحدها من الشرق ولاية مستغانم ومن الجنوب الشرقي ولاية معسكر ومن الجنوب الغربي ولاية سيدي بلعباس ومن الغرب ولاية عين تموشنت، وتبلغ مساحتها 2114 كلم مربع يتواجد بها 09 دوائر و 26 بلدية.

تقع الولاية في غرب الجزائر وتتحصر بين خطي طول: 2 إلى غربه وخطي عرض 35 و 36 شمال خط الإستواء وكانت تتربع في مطلع العصر الحديث على مساحة واسعة. تتمتع وهران بمناخ متوسطي يتميز بصيف جاف وحر وشتاء معتدل وسماء صافية ومشرفة، يصبح هطول الأمطار خلال أشهر الصيف نادرا أو منعدما مع شمس مشرقة يشهد الإقليم الوهراني ضغطا جويا مرتفعا شبه استوائي لما يقارب أربعة أشهر في السنة كان أدنى مستوى لهطول الأمطار حوالي 294 مم بتردد 72.9 يوما في السنة وتذبذب الأمطار هو احدى سمات هذا المناخ المتوسطي.

نظرا للمساحة التي تغطيها مدينة وهران تحوي أكثر من 40 منطقة توسع سياحي أنجزت فيها عدة مشاريع سياحية مما زاد من إقبال المتعاملين السياحيين والمستثمرين من



اجل تنمية المقصد الوهراني إضافة إلى 34 شاطئ مسموح أكثر من 24529620 مصطاف حسب تقرير لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران.

بالإضافة إلى العديد من المعالم السياحية ومسرح عبد القادر علولة وتراث مادي وتاريخ يدل على عراقتها.

في حصيلة لموسم الإصطياف 2010 إلى 2015 قد سجلت إقبال ما بين 4241253 سنة 2010 إلى نحو 24529620 مليون مصطاف⁽¹⁾ سنة 2015 خلال الفترة الممتدة من جويلية إلى نهاية أوت الماضي.

-انظر الملحق رقم 01-

ثانيا: أنواع السياحة في ولاية وهران:

1-السياحة التاريخية والحضارية

(1)- مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران.



نال التراث التاريخي والحضاري في منطقة وهران اهتماما بالغاً من طرف الدولة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا إذ يعتبر عنصراً هاماً من عناصر التراث الإجتماعي، يرجع فضله فيما وصل إليه الفرد من مستوى اجتماعي وحضاري كما يشمل عدة أمور كالعادات والتقاليد وغيرها من العرق والاخلاق والعقائد التي تمثل إرثاً لا يستغنى عنه ومن بين المعالم الأثرية المتواجدة بالمنطقة ما يلي:

أ- كنيسة سانتاكروز:

هي من أهم وأشهر الوجهات السياحية في وهران نظراً لأهميتها الدينية واطلاقتها الساحرة على المدينة وخليجها تصلون إليها عبر مسار تسلق أمن للوصول إلى القمة ولما تبلغوها ستكتشفون سر تسمية وهران بجوهرة البحر الأبيض المتوسط⁽¹⁾.

ب- قصر الباي:

مقر إقامة الباي "محمد الكبير" الذي أنشأ المنطقة الجديدة وأسماها "الدرب"⁽²⁾ في أواخر القرن السابع عشر، يمكنك أن تذهب في رحلة جماعية باستخدام الحافلة الصغيرة وصولاً إلى مدخل المنتزه حيث يجب على الزوار أن يترجلوا من مركباتهم ويكملوا الطريق

(1) - www.direction_tourisme.oran.com

(2) - Guide touristique p17.



إلا أن القصر وحدك دون مساعدة الأدلاء السياحيين وفي هذه الحالة يجب الاستئذان من حارس الموقع للدخول.

ج-ساحة أول نوفمبر:

بنيت هذه الساحة والنصب التذكاري لتخليد ذكرى الثورة الجزائرية ومع السنين أصبحت الساحة مركز ثقافيا واجتماعيا حيث يحيطها مسرح وهران ومبنى البلدية تعتبر ساحة أول نوفمبر قلب وهران النابض⁽¹⁾.

د-محطة قطار وهران:

يضم هيكل محطة وهران التي بنيت خلال فترة الاستعمار الفرنسي رموز الديانات الكتابية الثلاثة يوحي مظهرها الخارجي بشكل مسجد حيث تأخذ الساعة شكل مئذنة وتحمل شبابيك الأبواب النوافذ وسقف القبة نجمة داوود، في حين أن اللوحات الداخلية تحمل الصلبان الكاتوليكية.



ه- قلعة سانتاكروز:

تقع هذه القلعة على قمة جبل المرجاجو الواسع⁽¹⁾، وقد ساعد موقعها الاستراتيجي في الحفاظ على شكلها سليما رغم السنين تستطيع أن تراه مدينة وخليج وهران والبحر الأبيض المتوسط من القلعة لتتعم بها وهبها الله من سحر وجمالا.

و- معبد وهران العظيم:

المعبد اليهودي في وهران بني سنة 1918 وكان أكبر المعابد وأجملها في شمال إفريقيا وقد بني بحجارة مستوردة من القدس بعد استقلال الجزائر عام 1962 تحول الكنيسة إلى مسجد رسمي سمي مسجد عبد الله بن سلام⁽²⁾.

ي- XC كتدرائية وهران:

ذات الطراز الروماني البيزنطي التي تبرز معالمها بالهندسة المعمارية للمبنى والزخرفة الشرقية بنيت بين أعوام 1904-1913 وافتتحت عام 1917 ولكن بعد الاستقلال أهملت حتى عام 1974 لتحولها السلطات إلى مكتبة اقليمية ثم مكتبة عامة عام 1992⁽³⁾.

(1) - Guide touristique p6.

(2) - Guide touristique p7.

(3) - www.direction_tourisme.oran.com



1- المسرح الجهوي عبد القادر علولة:

مبنى رائع صمم وفق الطراز الأوربي موقعه مثالي لأنه موجود في المركز الثقافي في مدينة وهران وتعتبر من اكبر المراكز الثقافية جودة في الجزائر يحتوي المسرح على قاعة عروض ضخمة فيها 200 كرسي ويعرض مسرحيات متنوعة وحفلات موسيقية⁽¹⁾.

2- السياحة الشاطئية:

لإطلالها على البحر الأبيض المتوسط يتواجد بها 34 شاطئا مسموحة للسباحة وتم إطلاق مؤخرا مخططات لتهيئة 16 شاطئا بولاية وهران في سياق تنمية السياحة الشاطئية، وتخص هذه المخططات شواطئ الصنف الغربي منها "رأس فلكون" و " فرنوفيل" و"المرجان" و " بوموا" وكذا بالساحل الشرقي على غرار "رأس كربون" التابع لبلدية أرزيو ومارينا بمرسى الحجاج والمقطع وفقا لما صرح وفقا لما صرح به مدير القطاع بالنيابة السيد "بلعباس قايم ابن عمر" الذي اشار إلى تخصيص للعملية غلاف مالي قدره 16مليون دج.

وفي نفس السياق استفاد 18 شاطئا من مخطط للتهيئة من بين 19 المسموح بها للسياحة وفق نفس المصدر مذكر ا بأنه تم منح في موسم الإصطياف الماضي تسعة فضاءات للاستغلال عن طريق الامتياز لمدة خمس سنوات والبقية لمدة عام واحد، وهي حصيلة

(1) - www.direction_tourisme.oran.com



لموسم الاصطياف 2015 أفاد مدير السياحة والصناعة التقليدية أن هناك 34 شاطئاً مسموح بها للسباحة وفيها يخص تجهيز هذه الشواطئ لعام 2015 تقرر إقتناء حصة 350 عوامة و 120 وحدة من بينها مرشات ودورات للمياه وغرف لتغيير الملابس.

أنظر ملحق رقم 02



اما فيما يخص الشواطئ الغير المسموحة للسباحة فهناك 18 شاطئ ممنوع بطبيعته للسباحة.

أنظر ملحق رقم 03



3- السياحة الحموية والعلاجية:

يرتكز هذا النوع على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية إذ لا يوجد بالولاية سوى منبع عين فرانين المتواجد ببلدية بيئر الجير، حيث تقوم حاليا الوكالة الولائية للتسيير والتنظيم العقاريين الحضاريين لوهران بإعادة تهيئة ونشاطه⁽¹⁾.

4- السياحة الثقافية والدينية:

تشتهر هذه المدينة بوجود عدة زوايا من بينها زاوية "البلقايدين" وهي ملتقى كل الأئمة العرب في شهر رمضان وتعتبر الطريقة البلقايدية في قراءة القرآن طريقة شاهدة على تدين أباء هذه المدينة⁽²⁾، كما اشتهرت المنطقة بشعراء ما يسمى بالشعر الملحون الذي شكل المعين الذي عرفت منه الأغنية الوهرانية عبر شيوخ الوهراني وأغنية الرأي.

كما أيضا للمسرح نصيب تشهد عليه مسرحيات عبد القادر علولة وغيره بالإضافة إلى الألبسة التقليدية ما تعرف بالتنفية أو كما يقال الحايك وهو رداء أبيض ترتديه نساء هذه المدينة بالإضافة إلى الجلابة المغربية أما عند الرجل فهو يرتدي البرنوس والعباءة البيضاء وغيرها.

¹ - (Oran guide touristique-edition 2015 18-19-20.

² - (Oran guide touristique-edition.



ثالثا: المؤسسات الفندقية بالمنطقة:

العرض السياحي بالمنطقة: يشمل العرض السياحي في أي منطقة على امتلاكها لمختلف عناصر الجذب السياحي، كالعناصر الطبيعية والتي تسبب الإنسان في صنعها إضافة إلى الخدمات التي تقدمها الدولة للسياح.

1- هياكل الإستقبال: تتمثل في مختلف المؤسسات الفندقية التي بلغت حوالي 114 فندقا ساحليا موضح في الجدول رقم 04.

أنظر الملحق 04



بالإضافة إلى عدد الفنادق المصنفة في الملحق هناك أيضا إحصائيات بعدد الأسرة الإجمالي 9963 بالإضافة إلى عدد الغرف الإجمالي 5097 غرفة وإجمالي المتوافدين من السياح 2029 وهذه إحصائيات الأخيرة لسنة 2010 إلى غاية 2015 كما هو موضح في الملحق أعلاه.

الفنادق غير المصنفة 114 موفقة بعدد الغرف وعدد الأسرة في الجدول الموالي لولاية وهران

(أنظر الملحق رقم 05)



رابعاً: وكالات السياحة والأسعار: يوجد حالياً على مستوى ولاية وهران 110 وكالة سياحية سنة 2015 يقتصر منتج الوكالات على بيع التذاكر للسياح والبعض منها يقوم بعمليات تنظيم الرحلات والإستقبال.

أنظر الملحق رقم 06



خامسا: تتواجد بولاية وهران حوالي 33 مطعم معشق حسب النجوم من 4 نجوم وإلى 2 حيث نميز اثنان ذات أربع نجوم وثمانية نجمتان والباقي مطاعم ذات 3 نجوم وفي الجدول أيضا مناطق تواجد بها هذه المطاعم.

أنظر الملحق رقم 07.



سادسا: الإستثمار السياحي في الولاية:

في مجال الاستثمار السياحي في الولاية تلجا مديرية السياحة إلى القيام بجملته من المشاريع التي من شأنها أن تساهم في تطوير القطاع والنهوض به وسنتطرق إليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: الاستثمار السياحي:

هناك عدة مشاريع سياحية تمت دراستها في المنطقة منها ما يلي:

-المشاريع السياحية المنجزة:

توجد إقامة سياحية بسعة (136) سرير بمنطقة صديقية نسبة تقدم الشغل 100 % ، فندق ساحلي يحوي (38) سرير يوفر مناصب شغل 12 عامل بالطريق الوطني رقم 19 تروفيل عين الترك، ومنزل سياحي مفروش بسعة (20) سرير بنفس المنطقة، بالإضافة إلى فندق حضري يسع (108) سرير بمنطقة فرانس فانو بأرزيو وآخر ساحلي يسع 72 سرير بشارع الجمهورية رقم 12 عين الترك وهذا حسب بيان السداسي الأخير 2015.



الجدول رقم (06): المشاريع السياحية المنجزة بولاية وهران

رقم	طبيعة المشروع	موقع المشروع		طاقة الإيواء	مناصب الشغل المحتملة	العنوان	تاريخ الموافقة المبدئية	نسبة تقدم الأشغال	الملاحظة
		داخل م.ت.س	خارج م.ت.س						
01	إقامة سياحية (حضرية)		X	136	192	صديقية وهران	26-03-2008	%100	سلمت له رخصة إستغلال
02	فندق ساحلي		X	48	12	الطريق الوطني رقم 19 تروفيل عين الترك	15-01-2008	%100	سلمت له رخصة إستغلال
03	منزل سياحي مفروش (ساحلي)		X	20	15	تعاونية نجمة رقم 48 عين الترك	10-03-2015	%100	في إنتظار الرخصة
04	فندق (حضري)		X	108	29	شارع فرانسفانو رقم 25 أرزيو	11-05-2014	%100	سلمت له رخصة إستغلال
05	فندق (ساحلي)		X	72	49	شارع الجمهورية رقم 12 عين الترك	02-11-2011	%100	سلمت له رخصة إستغلال



2- المشاريع السياحية المحصاة في طور الإنجاز:

تقدر بـ 25 مشروع سعة الإستقبال فيها 2089 سرير، مقابل خلق حوالي 478 منصب شغل تتراوح نسبة تقدم الشغل فيها من 60% إلى 95% ، تتمثل في 21 فندق منه ما هو حضري وآخر ساحلي وإقامة سياحية بمنطقة 199 نهج سيدي الشحمي، حي فواوسن بلدية وهران ومنزليين سياحيين مفروشين ببلدية عين الترك وهو ما مبين في أسفل الجداول:

الجدول رقم 07 : المشاريع السياحية المحصاة في طور الإنجاز⁽¹⁾

رقم	طبيعة المشروع	موقع المشروع		طاقة الإيواء	مناصب الشغل المحتملة	العنوان	تاريخ الموافقة المبدئية	نسبة تقدم الأشغال	الملاحظة
		داخل م.ت.س	خارج م.ت.س						
01	فندق (حضري)		X	60	15	رقم 06 شارع فونوفيل بلدية وهران	09-11-2004	70%	في طور الإنجاز
02	منزل عائلي ساحلي	رأس الفالكون	X	10	12	قطعة رقم 37 إيلو A تجزئة رقم 06 بلدية عين الترك	02-16-2003	85%	في طور الإنجاز
03	منزل سياحي		X	20	05	بلدية عين الترك	02-21-2006	70%	في إنتظار الرخصة
04	فندق (حضري)		X	19	05	رقم 23 شارع زيدان بلدية	03-09-2006	85%	في طور الإنجاز

(1) - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران.



			وهران						
05	فندق (حضري)	X	رقم 102 شارع بوفري بلدية وهران	35	170			80%	في طور الإنجاز
06	فندق (حضري)	X	زاوية شارع كيفرو وشارع بوقادة عبد القادر	15	48			70%	في طور الإنجاز
07	فندق ساحلي	X	تعاونية بوزرفة هواري عين الترك	10	74			60%	في طور الإنجاز
08	فندق (حضري)	X	رقم 09 نهج معطى محمد الحبيب	25	168			80%	في طور الإنجاز
09	منزل سياحي مفروش	X	خير السكر بلدية عين الترك	09	18			60%	في طور الإنجاز
10	فندق (حضري)	X	رقم 04 شارع السلاح حسين بلدية وهران	20	102			80%	في طور الإنجاز
11	فندق (حضري)	X	رقم 6 شارع تروفيل نهد القدس رقم 168 بلجية 85% أرزيو	12	54			65%	في طور الإنجاز
12	فندق (حضري)	X	رقم 2 شارع بن عربية وهواري بلدية وهران	15	44			95%	في طور الإنجاز
13		X	قطعة رقم 38 شارع باريس سان جارمان بلدية عين	29	34			90%	في طور الإنجاز



			الترك						
في طور الإنجاز	80%	19-04-2009	زاوية شارع علي محي الدين رقم 18 وسارع حواس الوافي رقم 07 بلدية وهران	10	40	X			14
في طور الإنجاز	70%	11-06-2010	4 حي يغمو راس سارع عربي بن طيب بلدية وهران	12	116	X			15
في طور الإنجاز	60%	18-07-2010	تعاونية سعدي العثمانية بلدية وهران	40	216	X			16
في طور الإنجاز	60%	14-07-2009	199 نهج سيدي الشحمي حي فلاوس بلدية وهران	40	240	X			17
في طور الإنجاز	95%	29-11-2004	50 نهج ماكس مارتن بلدية وهران	25	126	X			18
في طور الإنجاز	50%	22-04-2009	منطقة التوسع السباحي راس الفلكون رقم 03 بلدية عين الترك	30	116	X			19
في طور الإنجاز	70%	20-07-2011	زاوية نهج النخيل وشارع كيفر لحروف قمبيطة	18	60	X			20
في طور الإنجاز	70%	18-12-2013	رقم 4 طريق الوطني حي عقيد عباس	15	42	X			21



			عين الترك					
في طور الإنجاز	65%	15-05-2014	حي الشهداء تعاونية العقارية سان جورج وهران	16	62	X		22
في طور الإنجاز	60%	14-12-2014	رقم 33 نهج دكتور بن زرجب وهران	25	69			23
في طور الإنجاز	70%	09-03-2013	قطعة رقم 12 منطقة المقرات ايسطو وهران	40	108			24

مشاريع الأخرى المتوقفة⁽¹⁾:

يوجد 14 فندق 6 ساحلين و 8 حضريين، توقفت أغلبهم بسبب مشكل التمويل أو وفات المستثمرين وفي بعض الحالات غياب دائم لأصحاب المشاريع وهناك منزل سياحي مفروش ببلدية بوصفر لم يحترم المخططات المصادق عليها منذ السنوات 2000 إلى غاية 2014، اما نسبة التقدم فيها حدها الأدنى 2%.

جدول رقم 08 المشاريع المتوقفة لولاية وهران:

(1) - مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران.



رقم	طبيعة المشروع	موقع المشروع		طاقة الإيواء	مناصب الشغل المحتملة	العنوان	تاريخ الموافقة المبدئية	نسبة تقدم الأشغال	الملاحظة
		داخل م.ت.س.	خارج م.ت.س.						
01	فندق (ساحلي)		X	78	24	تجزئة رأس الفلكون بلدية عين الترك	17-07-2002	5%	مشكل التمويل
02	فندق حضري		X	60	11	18 نهج زيغود يوسف بلدية وهران	21-04-2004	40%	مشكل التمويل
03	فندق ساحلي		X	72	25	قطعة رقم 73 خير السكر لماطريق بلدية عين الترك	04-06-2007	90%	غياب دائم لأصحاب المشروع
04	فندق (حضري)		X	304	50	نهج العقيد لطفي وهران	10-04-2000	60%	وفاة المستثمر
05	فندق (حضري)		X	58	15	حي العثمانية وهران	26-04-2009	50%	وفاة المستثمر
06	فندق ساحلي		X	100	14	قطعة رقم 7، 494 شارع جمهورية سان جامان عين الترك	15-01-2008	70%	متوقف
07	فندق حضري		X	60	15	رقم 10 شارع مصري هواري حي غمواراس وهران	15-04-2009	80%	مشكل التمويل
08	فندق (حضري)		X	70	30	رقم 260 تجزئة باهي عمار بلدية سينيا	26-12-2010	60%	متوقف
09	فندق الروابال	X		72	90	أنهج	19-10-	50%	متوقف



		2008	الصومال بلدية وهران						
وفاء المستثمر	%95		قطعة 16 راس الفلكون	25	72	X		فندق ساحلي	10
متوقف	%60	-03-31 2001	بلدية عين الترك	160	210	X		فندق ساحلي	11
متوقف	%40	-12-15 -02/2005 2011-11	شارع بنات بلدية عين الترك	20	92	X		فندق ساحلي	12
متوقف	%2	-01-06 2014	قطعة رقم 490 و سينيا وهران	25	84	X		فندق حضري	13
متوقف	%60	-10-27 2013	تعاونية عزوز عبد القادر سينيا	12	26	X		فندق حضري	14
لم يحترم المخططات المصادق عليها	%98	-01-15 2008	قطعة رقم 55 بوصفر شاطئ بلدية بوصفر	08	24	X		منزل سياحي مفروش	15

المبحث الثاني:



التعريف بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران

تقع بالحي "أبو بكر بقليد"، بمنطقة بئر الجير بولاية وهران هي مؤسسة خدماتية عمومية تأسست سنة 1998م، تعمل بمرسوم تنفيذي وليس لديها رأس مال لأنها مؤسسة غير منتجة ولا يوجد لها رصيد في البنك.

آليات الإتصال بالمؤسسة: (الهاتف، الفاكس، إيميل):

- الموقع الإلكتروني : tourisme oran@yahoo.fr
- الهاتف: 041-27-78-60.
- الفاكس: 041-27-78-61.
- العنوان العادي: الحي الإداري "أبو بكر بقليد" بئر الجير، وهران.
- يتواجد بها 49 عامل موزعين كمايلي:
- عدد الموظفين الدائمين: 27.
- عدد الموظفين المتقاعدين: 05.
- عقود ما قبل التشغيل: 09.
- الاستقبال: 05.
- عمال التنظيف: 03.



- يوجد بها الإتصال الأفقي ويكون بين نفس المصالح، والإتصال العمودي يكون من الإدارة والوسائل إلى المدير.
- الممولين لمديرية السياحة والصناعة التقليدية هو الإدارة المركزية المتمثلة في وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية، بحكم أن الإدارة هي فرع من فروع الإدارة المركزية وتمويلها يتمثل في ميزانية الوظيف العمومي.

2- مهامها:

- مرسوم تنفيذي رقم 10-257 مؤرخ في 12 ذي القعدة عام 1431هـ الموافق لـ 20 أكتوبر سنة 2010م، يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها، يرسم ما يأتي:
- **المادة الأولى:** يهدف هذا المرسوم إلى إنشاء مديرية السياحة والصناعة التقليدية على المستوى كل ولاية ويحدد مهامها وتنظيمها.
- **المادة الثانية:** تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية المذكورة في المادة الأولى أعلاه بما يأتي:

1. في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.



- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للسياحة المحلية.

- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية.

- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.

- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.

- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.

- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لا سيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.

- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الاقليم والعمران وتثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي.

- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالإتصال مع الهيئات المعنية.

- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقاييس الجودة المقررة في هذا المجال.



- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية، لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والامن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفيه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبه السياحي.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجموعية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالإتصال مع القطاعات المعنية، في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2- في مجال الصناعة التقليدية:



- إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والمناهج المتعلقة بالجودة في ميدان الانتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الإقتصادية المحلية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.



- جمع المعلومات والمعطيات الاحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.

- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.

- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.

- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1433 هـ ، الموافق لـ

20 ماي 2012 يحدد تنظيم مديرية السياحة والصناعة التقليدية للولاية في مكاتب تتكون

مديرية السياحة والصناعة التقليدية من ثلاث مصالح وهي:

1. مصلحة السياحة : تضم ما يأتي:

- مكتب السياحة الإستثمارية والتنمية السياحية.

- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.

- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

2. مصلحة الصناعة التقليدية: تضم ما يأتي:

- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف.

- مكتب الدراسات والاحصاء.



- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

3. مصلحة الإدارة والوسائل: تضم ما يأتي:

- مكتب المستخدمين والتكوين.

- مكتب الميزانية والمحاسبة.

- مكتب الوسائل العامة.

▪ وظيفة كل مصلحة من مصالح الهيكل التنظيمي.

1. المدير: يصدر ويعين القرارات ويصادق عليها.

2. مصلحة السياحة: تتمثل وظيفتها في:

- المصادقة على المخططات بناء المؤسسات الفندقية.

- منح رخص إستغلال بناء المؤسسات الفندقية.

- تصنيف المؤسسات الفندقية.

- منع إعتقاد وكالات السياحة والأسفار.

- تطبيق المؤسسات المطعمية.

- الإشراف على موسم الإصطياف.

- تشكيل جانب سياعي وذلك بالتعريف بالمنتج السياحي للولاية.



- إعطاء مشاريع.
- تقوم مصلحة السياحة بمهمة التسويق والإشهار « Les guides ».
- إعداد دليل سياحي خاص بالمنطقة.
- الممرات والمسالك معناه زيادة مناطق في منطقة واحدة.
- تهيئة الشواطئ.
- تقوم المديرية بتقديم عروض لجمع أكبر عدد من الكفاءات المهنية، ثم الإشراف عليهم.
- المخططات السياحية تتشأها الولاية ومديرية السياحة تتدخل وتعديل الدراسات.

3- مصلحة الصناعة التقليدية: تتمثل وظيفتها في:

أ- هياكل الدعم تتكون من: دار الصناعة التقليدية، مراكز الصناعة التقليدية، متاحف الصناعة التقليدية، الفرق الدركية.

- دار الصناعة التقليدية ومراكز الصناعة التقليدية متواجدان بحي الصباح بوهران.
- ب- صندوق الدعم للصناعة التقليدية: يتكفل بالحرفيين ويقدم الدعم لهم في المشاريع.
- ج- النشاطات الترقية: الصالون الوطني للصناعة التقليدية يكون في بداية ونهاية السنة.
- د- توفير مناصب شغل محدثة للحرفيين المستفيدين.



هـ- أهم النشاطات المتواجدة بها: الألبسة ، الحلويات، الطرز، التقليدي، صناعة الجلود الفتية، صناعة الخزف الفني، الحلي التقليدي، الجبس.

4-مصلحة الإدارة والوسائل : تتمثل وظيفتها في

- الميزانية والمحاسبة.
- الإدارة والوسائل العامة.
- المستخدمين والموظفين وكل ما يخص ويتعلق بهم.
- تنظيم المصالح.
- إعداد الميزانية.
- تقديم الوسائل اللازمة لكل مصلحة.

أنظر الملحق رقم 09



-برامج المديرية لتحفيز الموسم:

- برمجة لقاء ويوم دراسي لأصحاب الامتياز ، مكاتب الدراسات، مصالح البلدية ومصالح الامن للحرص على مجانية الشاطئ وضمان الفضاءات الحرة.
- إعادة تفعيل مهام اللجنة المكلفة بتنظيم عملية الإقامة لدى السكن "كصيغة للإيواء السياحي"، بغية الرفع من طاقة الإيواء حيث سيتم عند جلسات عمل وتنظيم حملات تحسيسية باشتراك لجان الأحياء.
- خرجات ميدانية لمراقبة مراكز العطل.
- تفعيل اللجنة المشتركة تجارة، سياحة، والشروع في خرجاتها الميدانية للفنادق الساحلية في شهر ماي.
- المشاركة في الحملات التحسيسية لفائدة المستهلك من خطر التسممات.
- تحديد الفضاءات المخصصة للإمتياز من طرف مكاتب الدراسات.
- تنظيم عمليات تنظيف الشواطئ بالإشتراك الجمعيات الناشطة في مجال السياحة والبيئة.
- الإفتتاح الرسمي لموسم الإصطياف في شهر جوان.
- محاولة تنصيب أعوان حراس السواحل ميدانيا على مستوى الرواقات الخاصة بدخول وخروج الآليات العائمة المحددة، بالتنسيق مع مجموعة حراس السواحل.
- الإحتفال باليوم الوطني للسياحة 2016/06/25.



- تنشيط حصص مع إذاعة الباهية تنحصر حول موسم الإصطياف.
 - الخرجات الميدانية لمراقبة وكالات السياحة والسفر والحث على الرفع مستوى الخدمات وتشجيع السياحة المحلية لجلب السواح سواء المحليين منهم أو الأجانب.
 - مراقبة جميع المؤسسات المطعمية المصنفة على مستوى الولاية لتحسين الخدمات المقدمة.
 - مراقبة جميع المؤسسات الفندقية بالولاية للتأكد من مدى احترام شروط النظافة والأمن المنصوص عليها قانونيا، وكذا الحث على تحسين مستوى الخدمات المقدمة للزبون خلال موسم الإصطياف.
 - مراقبة المخيمات الصيفية على مستوى الولاية.
 - تحسين وتشجيع الشباب على إنشاء دواوين محلية للسياحة وجمعيات سياحية.
 - القيام بجلسات عمل على مستوى الدوائر مع مصالح غرفة الصناعة التقليدية لتحديد فضاءات ما يسمى بسوق الحرفي طيلة الموسم.
 - تنصيب خيم لعرض منتوجات الصناعة التقليدية على مستوى البلديات الساحلية.
- البرنامج التنموي للمديرية: بهدف ترقية قطاع السياحة على المستوى المحلي قامت المديرية بإعداد برامج تنموية نذكر منها:
- دراسة مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية « SDAT ».



- دراسة مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي عنن فرانيين، مرسى الحجاج، الأندلسيات، الرأس الأبيض، كاب كاربون، مداغ 1 و 2 ، كاب فالكون وكريستل.

- دراسة تهيئة المسالك خاصة بدورات « Coicuit » سياحية للمعالم الأثرية.
- إعداد مخطط تهيئة 16 شاطئ المتبقية.

5-القطب السياحي للإمتياز شمال غرب « Potno » :

تقديم القطب:

يتكون القطب السياحي للإمتياز شمال غرب من سبع ولايات، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غليزان، مستغانم.

يحدّه من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولاية شلف، ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب ولايات تيارت، سعيدة والنعامة.

ويقع من حيث موقعه الإستراتيجي الهام على بعد أقل من ساعتين من السوق الرئيسية الموفدة للسواح ، أوربا (إسبانيا).

وتبلغ مساحة هذا القطب 350000 كلم² لـ 6000.000 ساكن، قطب موجه

أساسا لكي يصبح وجهه مفضلة في الخريطة السياحية لبلدان وأداء دور كبير في ترقية وجهة (الجزائر).



ويتوفر قطب الغمناز السياحي شمال غرب على مؤهلات طبيعية وقدرات سياحية استثنائية ويتميز أكثر فأكثر بساحله الخلاب وبالجمال الباهر والإطار الساحر الذي تقدمه الطبيعة للزائر من خلال مناظر حيث تتعاقب التضاريس الجميلة والادوية والمسطحات المائية الكبيرة، السهول والغابات.

ومن جهة أخرى ومع مدينة وهران التي يرفعها المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية (SNAT2025) إلى مصاف عاصمة، تتوفر على خدمة القطب هياكل قاعدية متطورة وتضم تجهيزات جد ملحوظة ذات مستوى وطني ودولي، خدمات وصناعة مكيفة، وفترات غنية ومتنوعة شاسعة على جاذبية قوية واحتلال غير مدروس لبعض الفضاءات السياحية.

الهياكل السياحية للقطب⁽¹⁾:

يتوفر القطب السياحي للإمتياز غرب على حظيرة فندقية من جميع الفئات بـ 289 فندق بطاقة استيعاب في حدود 22000 سرير أي 26% من الحظيرة الفندقية الوطنية، من بينها 196 بطاقة إيواء في حدود 18000 سرير تقع في منطقة الساحل بينما يتواجد 5000 سرير من مجموع 220000 بإمكانها الإستجابة لحاجيات السياحة ذات نوعية مالية.

(1) - المخطط الوطني للتهيئة السياحية، مرجع سابق.



ومن جهة أخرى تكتفي الـ 112 وكالة للسياحة والأسفار « ATV » التي يتواجد 54 منها على مستوى عاصمة القطب "وهران" بإصدار التذاكر وتنظم العمرة ، كما يرجد 13 ديوانا محليا للسياحة وجمعية يمثلان جانب ترقية القطاع والمدعويين للبرهنة على المزيد من الاعترافية .

الأهداف

- تمكين الزبائن من الجوز الدولي والوطني من منتجات استحمامية ذات نوعية.
- الإستجابة لتطلعات زبائن الأعمال في نمو متزايد وخاصة عاصمة القطب "وهران" لاحتوائها على هياكل كفيلة للاستقبال رجال الأعمال.
- اقتراح ترفيه جوارى، منتجات علاج وراحة واغتراب وتسلية منطقة شمال غرب.

مبررات هذا الاختيار:

- وهران فضاء عاصمي ساحلي للجزائر مثلها جرى تعريفها في المخطط الوطني للتهيئة الاقتصادية 2005 « SNAT ».
- يمكن للقطب شمال غرب الإرتقاء إلى مصاف ثاني أكبر مدينة في البلاد تتوفر على جميع الهياكل الضرورية لتنمية سياحية أعمال من جهة وتركيز جزء هام من السكان الحضريين الذين يبحثون عن اقتناء منتجات (Funshopping) الترفيه في جوار المدن وعن الاغتراب.



الإستثمار السياحي:

يعرف القطب في ميدان الإستعمار السياحي إقبال كبيرا من طرف المستثمرين وخاصة على مستوى مناطق الاستحمام.

وهذا تمت الموافقة على 212 مشروع توفر 13500 سرير.

غير أنه من الضروري الإشارة أنه من بين 212 مشروع مشار إليه آنفا هناك 60 مشروعا لا تزال معلقة أو متنوعة أو لم تنطلق أي ما يعادل تقريبا الثلث لأسباب تتكرر عمليا وتتمثل في الجانب العقاري والتمويل واسباب أخرى ثانوية ناجمة عن غياب دراسات الجذور والضمانات المالية، ويتعلق الأمر في جميع الحالات قريبا بالمشاريع التي حازت على الموافقة قبل 1998.

ومن جهة أخرى سجل القطب 147 طلب الإستثمار القطبي يتوقع أن يتوفر 22000 سرير أي عدد أسرة الحظيرة الموجودة وهو ما من شأنه أن يدعم طاقة استقبال القطب.

6- مشاريع مخطط التوجيهي للسياحة « SDAT » شمال غرب:

يشكل إلترام الدولة فيتنفيذ السياسات السياحية المتكاملة والضبط وكذا بوضع شروط الترقية الأداة الرئيسية للتهيئة السياحية والعامل الأساسي لدعم النمو الإقتصادي.



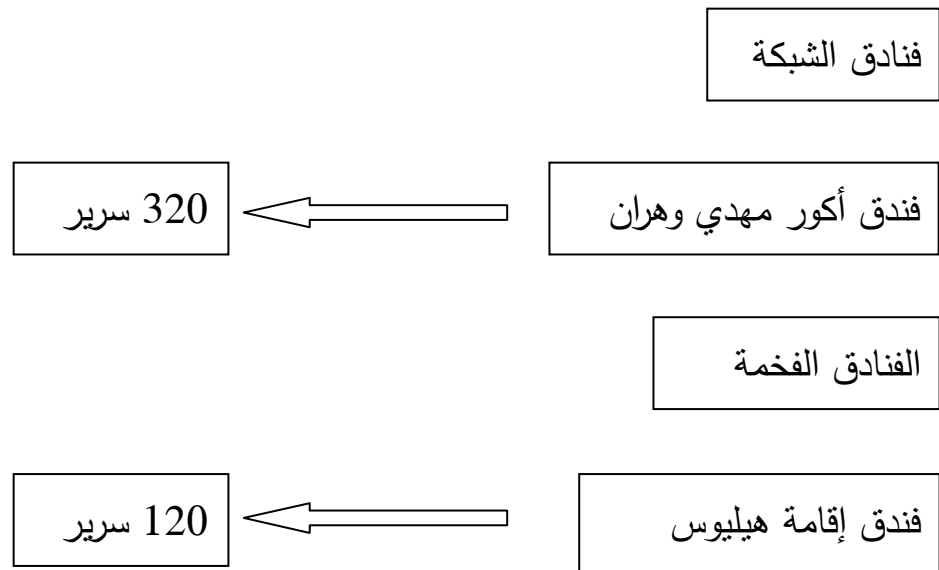
وتفترض هذه المقاربة المتجددة تنفيذ يعتمد على أعمال مؤكدة لمستوى التجذير السياحي في تنمية الإقليم وهكذا فالسياحة مدعوة إلى إعادة التنظيم والتحول و الانتشار قصد الارتقاء إلى المرتبة الثانية في الأنشطة الاقتصادية بعد المحروقات.

ولبلوغ ذلك تترجم الأهداف المحددة لتحول الجزائر إلى بلد سياحي .

إطلاق الأقطاب السياحية للإمتياز « POT » والقوى السياحية الأولى للإمتياز « VTE » المتكاملة بصفقتها مشاريع ذات أولوية وروافع للإنطلاقة السياحية تشكل إبتداءا من 2008 برامج الأعمال السياحية وأن الأولوية⁽¹⁾

القطب السياحي: شمال غرب

الفنادق التي شرع فيها أو بصدد الإنطلاق

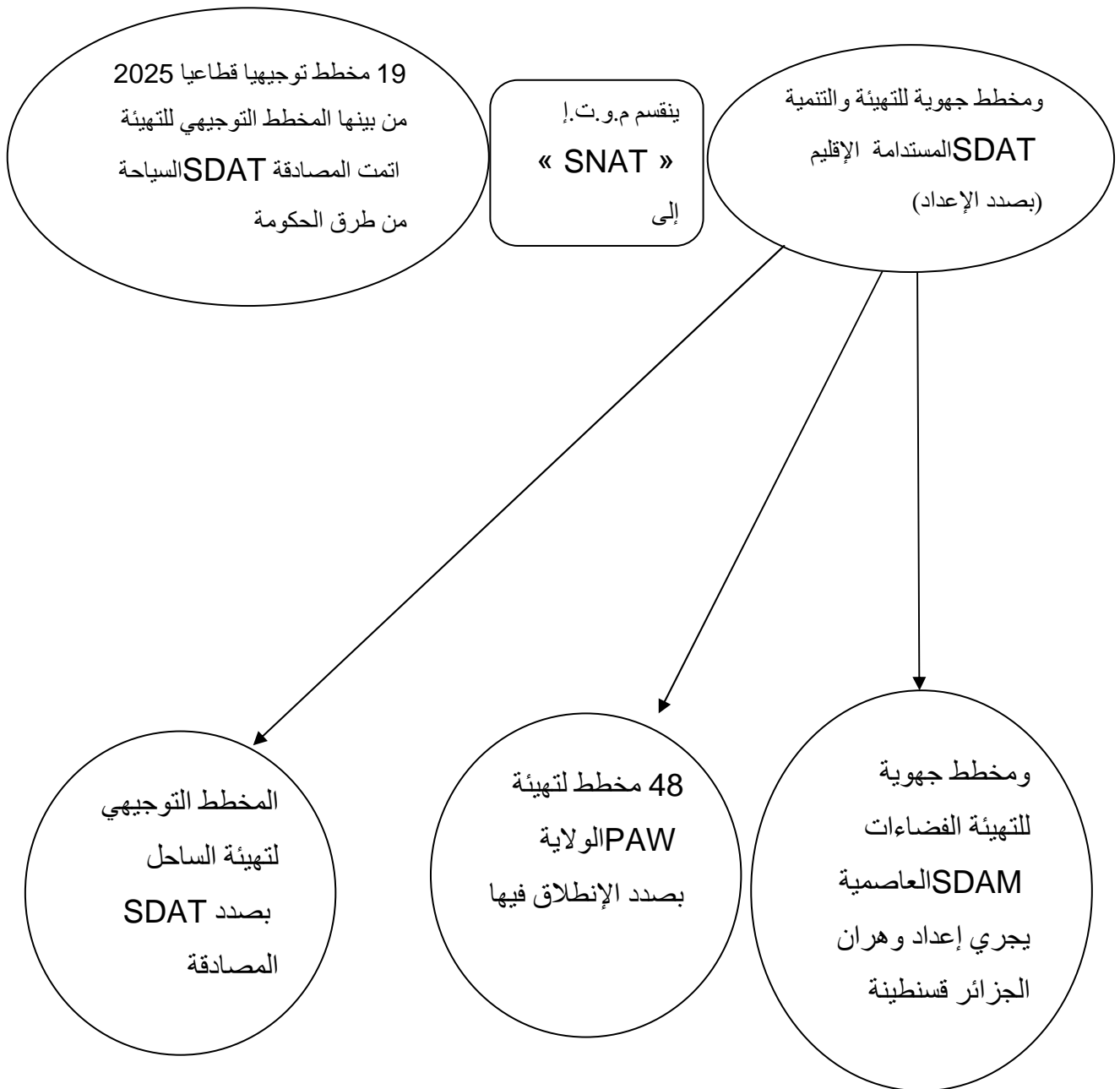


(1) - المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT.



المجموع 440 سرير في الولاية فقط تأهيل عن المدن الأخرى النابعة للقطب السياحي شمال غرب.

م.ت.ث.س. (SDAT 2005) جزء من م.و.ت. إ (SNAT 2025)



القرى السياحية للإمتياز « VTE » جيل جديد من الفنادق:

1. مشروع الحلم السياحي مداغ وهران، المجموع: 5900 سرير.
2. مشروع قرية هيليو كريستل وهران، المستثمر: الشركة ذات المسؤولية المحدودة، إقامة هيليو "فرنسا"، المجموع: 220 سرير.

كل هذه المشاريع موجودة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (م.ت.ث. من 2025،

.SDAT

الحظائر الإيكولوجية والسياحية، القطب السياحي، شمال غرب:

تميز حديقة دينا (مجموعة الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي ELLC).



❖ القرآن الكريم

- سورة التوبة، رقمها 09، مدنية، الآية رقم 1-2.
- سورة التوبة، الآية رقم 111-112.
- سورة التحريم، الآية رقم 04.

❖ المصادر المراجع

- أحمد الجلاّد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، مصر، 2002.
- أحمد مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- إيلين لاماري، برنارد فالي، البحث في الإتصال، ترجمة فوضيل ولليلو وآخرون، مخبر علم الإجتماع للبحث والترجمة، سلسلة الإتصال التنظيمي، الجزائر، 2001.
- بن كحلة نبيلة، تقييم القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، لنيل شهادة ليسانس أكاديمي، جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، 2014.
- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الورق للنشر والتوزيع الأردن، 2005.
- حميدة بوعموسة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني، لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، شهادة ماستر في العلوم الإقتصادية 2011-2012.
- خالد مقابلة، علاء السرابي، التسويق السياحي الحديث، دار وائل، الأردن، 2000.
- الدكتور فراج رشيد وأ.بودلة يوسف، جامعة الجزائر، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي، أبحاث إقتصادية وإدارية العدد الثاني عشر 2012.

- الدكتور يحي سعيدي وأ.سليم العمرابي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الإقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، الجامعية، 2013، العدد 36.
- سلام فاطمة، تطوير المنتج السياحي الجزائري في ظل تحقيق تنمية سياحية، شهادة ماجستير في العلوم الإقتصادية 2011/2010.
- السياسي نعيمة، دور التسويق السياحي في جلب الإستثمارات السياحية في الجزائر، دراسة حالة مديرية السياحة لولاية مستغانم، مذكرة شهادة ماستر في العلوم الإقتصادية.
- صلاح الدين جزبوطي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، سوريا، 2004.
- طاهر حيدر حودان، مبادئ الإستثمار، دور المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
- عبد الإله أبو العباس، حميد عبد النبي الغالي، جمال الحرامي، مدخل إلى السياحة في الأردن، النظرية وتطبيق، الورق للنشر والتوزيع، 2007.
- فتحي محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، قسم الدراسات السياحية، معهد السياحة كنج مريوط، مكتبة المعرفة طباعة ونشر وتوزيع، الاسكندرية، 2006.
- فؤاد رشيد، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- ماهر العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران الأردن، 2008.
- محمد إبراهيم غزلان، موجز في العلاقات الإقتصادية الدولية وتاريخ الفكر الإقتصادي، دار الجامعات المصرية، مصر، 1975.
- محمد إبراهيم غزلان، موجز في العلاقات الإقتصادية الدولية وتاريخ الفكر الإقتصادي، دار الجامعات المصرية، مصر، 1975.
- محمد الصيفيري، التخطيط السياحي، دور الفكر الجامعي، مصر 2007.

- محمد خميس الروية، 2002، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، دور المعرفة الجامعية، الإسكندرية،
- محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2005.
- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي المكتتب العربي الحديث، مصر.
- مصطفى عبد القادر، دور الإعلام في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات، لبنان، 2003.
- نعيم الطاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، ط2، دار مسيرة للنشر والتوزيع الأردن.
- يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر 2003.
- يسري دعبسة، السلوك الإستهلاكي للسائح، في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية سياسيا.

❖ الوثائق الإدارية:

- أهداف مخطط التهيئة السياحية في أفاق 2025.
- بحوث وأوراق عمل الملتقى العربي الثاني، الإتجاهات الحديثة في السياحة نحو سياحة عربية غير نمطية، مصر 2007.
- دليل الإستثمار في الجزائر، 2006.

❖ المراجع باللغة الأجنبية

-Alam Mespeler et pierre bloc luraffour,le toirisme dans 4eme edition, breal,France 2000.

- Emanuel De Kadi Tourisme Pas Port Développement Unisco.1976

❖ المواقع الإلكترونية

-www.elsyasi.com. 11/30, 07/02/2016