

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم



كلية العلوم التجارية والإقتصادية وعلوم التسيير  
قسم : علوم اقتصادية  
تخصص : اقتصاد وتسيير المؤسسات

العنوان :

# اقتصاد السياحة و سبل ترقيتها في الجزائر (مديرية السياحة و الصناعات التقليدية بولاية مستغانم)

مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي  
تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات

الأستاذ المؤطر :  
\* موزاوي عبد القادر

إعداد الطالبة :  
• عابر خديجة

السنة الدراسية 2017-2018

# شكر و تقدير

في نهاية هذا الجهد و بداية هذه الصفحات أشكر صاحب الفضل الأول و الأخير الهادي إلى سواء السبيل

....الله عز و جل

و أتوجه بأرقى عبارات الإمتنان و التقدير للفاضل الأستاذ موزاوي عبد القادر على توجيهاته و نصائحه القيمة التي رافقت كل مراحل انجاز البحث كما أتقدم بالشكر الجزيل و العرفان الجميل السادة أعضاء اللجنة أساتذتي الكرام رموز البحث و منارات العلم أدامهم الله ذخرا و نفعا للجزائر و الجامعة الجزائرية دون أن أنسى ذكر الفضل لعمال السياحة و الصناعات التقليدية لمستغانم و لا أنسى أن أشكر أهلي و أهلي و أصدقائي و زملائي و كل من ساعدني على انجاز هذا العمل .

# الإهداء

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على من بلغ الرسالة و أدى الأمانة و نصح الأمة إلى نبي الرحمة و نور العالمين سيدنا " سيدنا محمد صلى اللع عليه و سلم " .  
إلى من كلله اللع بالهيبية و إلى من علمني العطاء دون انتظار ، إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار ، أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمار قد حان قطافها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوى أهتدي بها اليوم و في الغد و إلى الأبد .... " أبي الغالي العزيز " .  
إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب و الحنان و التفاني إلى بسمة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي ..... " أمي الغالية الحبيبة " .

إلى إخوتي حمزة ، سهام ، عبد الله ، و بالخصوص و التي ساعدتني و لو لاها ما إكتمل هذا العمل حفيظة و إلى الكتكوت " يحي ريان " .  
و إلى أختي و حبيبي " نسرين " التي تعبت معي في إتمام المذكرة و إلى حبيبي " خديجة " ، و إلى رفيقات دربي و بالخصوص حبيبي و أختي " حفصة " .  
و إلى من كانوا معي على طريق النجاح و الخير و إلى كل طلبة إقتصاد و تسيير المؤسسات .

عابر خديجة

الصفحة	المحتوى
I	شكر و تقدير
II	إهداء
III	فهرس
IV	قائمة الجداول
أ - د	مقدمة عامة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للنشاط السياحي</b>	
2	تمهيد
2	<b>المبحث الأول : ما هية السياحة</b>
2	المطلب الأول : التطور التاريخي للنشاط السياحي
3	المطلب الثاني : تعريف السياحة
4	المطلب الثالث : تعريف السائح
4	<b>المبحث الثاني : خصائص و أركان و أنواع النشاط السياحي</b>
5	المطلب الأول : خصائص النشاط السياحي
5	المطلب الثاني : أركان النشاط السياحي
6	المطلب الثالث : أنواع النشاط السياحي

8	<b>المبحث الثالث : العرض و الطلب السياحي</b>
67 8	قائمة المراجع المطلب الاول : تعريف الطلب السياحي
10	المطلب الثاني : تعريف العرض السياحي
12	المطلب الثالث : العوامل المحددة للعرض و الطلب السياحي
15	خلاصة
<b>الفصل الثاني : السياحة كبديل فعال للاقتصاد الجزائري</b>	
17	تمهيد
17	<b>المبحث الأول : واقع السياحة في الجزائر</b>
18	المطلب الأول : المؤهلات السياحية للجزائر
22	المطلب الثاني : معوقات القطاع السياحي في الجزائر
24	المطلب الثالث : الاثار الاقتصادية و الاجتماعية للنشاط السياحي في الجزائر
<b>المبحث الثاني : استراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر</b>	
28	المطلب الأول : تفعيل الاستثمار في القطاع السياحي
30	المطلب الثاني : استراتيجية الخوصصة في القطاع السياحي
34	المطلب الثالث : اليات انعاش السوق السياحية في الجزائر
<b>المبحث الثالث : تنمية الوعي السياحي في الجزائر</b>	
40	المطلب الأول : تعريف الإعلام السياحي

40	المطلب الثاني : وظائف الإعلام السياحي
42	المطلب الثالث : دور الإعلام السياحي
44	خلاصة
<b>الفصل الثالث : الاطار التطبيقي لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية في ولاية مستغانم</b>	
74	تمهيد
<b>المبحث الأول : السياحة في ولاية مستغانم</b>	
74	المطلب الأول : تعريف ولاية مستغانم
84	المطلب الثاني : لمحة تاريخية عن مديرية السياحة و الصناعات التقليدية
94	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية
<b>المبحث الثاني : القطاع السياحي لولاية مستغانم</b>	
15	المطلب الأول : العرض و الطلب السياحي لولاية مستغانم
45	المطلب الثاني : السياح الوافدين لولاية مستغانم
65	المطلب الثالث : الصناعة التقليدية و أثرها على التنمية المحلية
<b>المبحث الثالث : تطور السياحة بولاية مستغانم</b>	

58	المطلب الأول : تسهيلات الاستثمار السياحي بولاية مستغانم
95	المطلب الثاني : استراتيجية تنمية السياحة بولاية مستغانم
60	المطلب الثالث : التوسع السياحي و افاقه المستقبلية بولاية مستغانم
63	خلاصة
65	خاتمة عامة

# قائمة الجداول و الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
10	إحصائيات السياحة الدولية بين الوجهات السياحية العالمية الأولى حسب القارات	1-1
21	تطور عدد المنشآت السياحية في الجزائر خلال الفترة 2007-2011	1 - 2
25	تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة 2000 - 2010	1- 2
25	نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2000-2011	3 - 2
27	تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري	4 - 2
28	امتيازات الإستثمار الممنوحة حسب قانون 1993	5 - 2
30	الفنادق التي عرضت للخصوصية	6 - 2
31	الفنادق المعروضة للخصوصية في المرحلة الأولى	7 - 2
23	تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخصوصية خلال المرحلة التالية	8 - 2
49	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعات التقليدية	1 - 3
52	يبين أهم المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم لسنة 2015	2 - 3
53	هياكل إستقبال لولاية مستغانم لسنة 2015	3 - 3
53	عدد السياح حسب الوكالات لسنة 2015	4 - 3
54	عدد السياح الوافدين إلى الولاية	4 - 3
55	الشواطئ المسموحة للسياحة على مستوى ولاية مستغانم	6 - 3
56	عدد الحرفيين بالولاية للفترة 2013-2016	7 -3
57	تطور عدد مناصب الشغل بالقطاع خلال سنة 2016	8 -3
60	مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم	9 -3
62	المشاريع الاستثمارية السياحية بالولاية	10 - 3

قائمة الأشكال : II -

الصفحة	العنوان	الرقم
11	مجموع السلع و الخدمات المعروضة لتوفير المنتج السياحي	1 - 1
51	وكالات السياحة و الأسعار لولاية مستغانم لسنة 2015	1 - 3

# مقدمة عامة

تمهيد :

تحظى السياحة في الكثير من دول العالم ، خاصة المتقدمة منها بإهتمام كبير من قبل الحكومات ، الباحثين وكذا العاملين والمستثمرين فيها ولا تقتصر أهميتها على كونها مصدرا أساسيا من مصادر الدخل الوطني ، بل إن مقدار المداخيل المالية التي تحققها غالبا ما تستخدم كمؤشر لقياس مدى تقدم الدول ، فهي تكاد تقتصر على الدول الأكثر تصنيعا في العالم وذلك لأن أكبر الإيرادات المالية السياحية تحصل من قبل هذه الأخيرة ، هذا من جهة ومن جهة ثانية ، يعتبر القطاع السياحي من أكثر القطاعات الاقتصادية نموا و تطورا حيث شهد ازدهارا مذهلا بعد الحرب العالمية الثانية ، مما جعل بعض المفكرين يعتبرونه كقطاع صناعات ثقيلة متأثرا بالتطور الصناعي والتكنولوجي ، لا سيما في مجال النقل بمختلف أنواعه ( خاصة النقل الجوي ) .

حيث تعتبر السياحة ضرورية لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، بالإضافة إلى فتح مناصب شغل للأفراد البطالين وكذلك الرفع من الناتج الوطني الداخلي عن طريق الرفع من مختلف المنتوجات والخدمات. وعليه يمكننا طرح الإشكالية التالية :

- ما هو دور السياحة في ترقية الاقتصاد الجزائري ؟

- للإجابة على هذه الإشكالية يمكننا طرح الأسئلة الفرعية التالية :

1- ما هو مفهوم السياحة والنشاط السياحي ؟

2- ما هو العرض والطلب السياحي ؟

3- ما هي الآثار الاقتصادية للسياحة ؟

4- هل هناك ترقية للسياحة في ولاية مستغانم ؟

- ونظرا لأهمية هذا الموضوع ورغم الصعوبات التي تكتنفه ، فإننا حاولنا في هذه الدراسة الإجابة على هذه التساؤلات مع إعطاء اقتراحات وتوصيات بسيطة في النهاية .

وتوجها لهذا البحث ، حاولنا صياغة الفرضيات التالية :

الفرضيات :

للإجابة على الأسئلة الفرعية السابقة يمكننا صياغة الفرضيات التالية :

1- الموارد السياحية كافية لأن تجعل البلد قطبا سياحيا هاما .

2- السياحة نشاط إقتصادي ( العرض والطلب ) خاصة في الدول المتطورة .

3- الآثار الناتجة من قطاع السياحة تتمثل في جودة و رداءة الخدمات .

4- الاهتمام الأكثر بالقطاع السياحي خاصة لما تتميز به ولاية مستغانم.

دوافع إختيارالموضوع :

هناك عدة أسباب دفعتنا لإختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي ، ويمكن ذكر أهمها في النقاط التالية :

1-قلة الدراسات الأكاديمية في هذا الموضوع .

2- الأهمية الاقتصادية التي يكتسبها هذا القطاع .

3- اهتمامنا الشخصي بالبحث في مثل هذه الدراسات .

4- محاولة إثراء المكتبة الجامعية بمعلومات و مراجع جديدة في هذا المجال .

#### أهمية البحث :

تكمن أهمية هذا البحث في جملة من العناصر تدور حول :

- 1-دراسة السياحة من منظور إقتصادي لإيضاح مختلف عناصر النشاط السياحي من طلب و عرض أهم العوامل المؤثرة فيهما و كذلك كيفية تسويق المنتوجات السياحية .
- 2- إبراز الآثار الإيجابية لهذا القطاع على الاقتصاد سواء من ناحية تدفق رؤوس الأموال أو التخفيف من معدلات البطالة و رفع معدلات الإستثمار و تحقيق التوازنات .
- 3- محاولة معرفة و تحليل واقع السياحة في الجزائر و بالخصوص ولاية مستغانم و بالتالي الكشف عن المشاكل و محاولة إعطاء بعض الحلول و الإقتراحات المتواضعة التي من شأنها دفع هذا القطاع الهام و لو بشكل بسيط .
- 4- بما أن تطوير القطاع غاية تصبوا إليها أغلبية الدول لاسيما النامية بالنظر لأهميته فإن الجزائر و في ظل تحسين ظروفها الأمنية و الاقتصادية أصبح بإمكانها تسطير برنامج يضمن جذب عدد هائل من السواح الأجانب من خلال إنجاز إستثمارات ترقى إلى مستوى المنافسة المحلية و العالمية ، و بالتالي توفير مداخل بالعملة الصعبة من قطاع خارج قطاع المحروقات .

#### أهمية الدراسة :

كما سبقت الإشارة إليه فإن الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو إيضاح الأهمية الاقتصادية للسياحة بالنسبة للدول السياحية و ما تحققه لها من إيجابيات على عدة أصعدة ، و كما نعلم جميعا فإن الجزائر تزخر بثروات سياحية هائلة ما تزال غير مستغلة استغلالا كاملا ، كما أنه في ظل سياسة البحث على صادرات خارج قطاع المحروقات ، بات من الضروري تطوير قطاع السياحة في بلادنا من أجل إحتلال المكانة التي تليق بالموارد المتوفرة و أخذ حصة من السوق السياحية الدولية لا سيما و أن القطاع السياحي من أكثر القطاعات تطورا في العالم .

#### الدراسات السابقة :

لم تكن دراستنا هذه الأولى من نوعها و لن تكون الأخيرة بطبيعة الحال على الرغم من حداثة التخصص و قلة الدراسات الميدانية و التطبيقية فيه ، إلا أننا نعتبرها و بكل تواضع حلقة في سلسلة البحوث التي سبقتنا لذلك فإنه للأمانة العلمية و جب علينا ذكر هذه الدراسات التي تطرقت لموضوع السياحة من وجهة نظر إقتصادية ، كما أننا لا ندعي أننا عرضنا كل الدراسات بل جزءا بسيطا منها و هي :

- رسالة الماجستير " الإستثمار الأجنبي المباشر و تنمية قطاع السياحة المصري " ، رسالة الماجستير غير منشورة مقدمة من طرف الباحث باهر سامي نخلة حنين ، جامعة حلوان حاول الباحث من خلال دراسته إظهار الأهمية الاقتصادية للسياحة لاسيما من ناحية تدفق رؤوس الأموال بالعملة الصعبة و التي تساهم بشكل كبير في تغطية العجز في موازين مدفوعات الدول النامية خاصة و بشكل أخص بالنسبة للإقتصاد المصري مما يستوجب تطوير القطاع من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منه و ذلك بالإستعانة بالدول الأجنبية لتحقيق الإستثمارات اللازمة .

## المنهج المستخدم :

على ضوء المعطيات النظرية و المفاهيم التي عالجت مشكلة تطوير السياحة ، و انطلاقا من تصورنا النظري و المنهجي لهذه القضية ، فقد حاولنا مناقشة إشكالية المذكرة و الإجابة على التسؤلات المطروحة سابقا وفق المنهج الإستقرائي ( التحليل الكمي و النوعي ) و التطبيقي كان دراسة حالة .

- و مما سبق يمكن تقسيم المذكرة إلى ثلاث فصول ، الفصل الأول يتمثل في الإطار النظري للنشاط السياحي و الذي يحتوي على ثلاث مباحث ، المبحث الأول يخص ماهية السياحة و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول التطور التاريخي للنشاط السياحي ، المطلب الثاني تعريف السياحة ، المطلب الثالث تعريف السائح ، المبحث الثاني يخص خصائص و أركان و أنواع النشاط السياحي و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول خصائص النشاط السياحي ، المطلب الثاني أركان النشاط السياحي ، المطلب الثالث أنواع النشاط السياحي ، المبحث الثالث يخص العرض و الطلب السياحي و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول مفهوم الطلب السياحي ، المطلب الثاني مفهوم العرض السياحي ، المطلب الثالث العوامل المحددة للعرض و الطلب السياحي ، أما الفصل الثاني يتمثل في السياحة كبدل للاقتصاد الجزائري و الذي يحتوي على ثلاث مباحث ، المبحث الأول واقع السياحة في الجزائر و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول المؤهلات السياحية للجزائر ، المطلب الثاني معوقات القطاع السياحي في الجزائر ، المطلب الثالث الاثار الاقتصادية و الاجتماعية للنشاط السياحي في الجزائر أما المبحث الثاني استراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول اليات تفعيل الاستثمار في القطاع السياحي ، المطلب الثاني استراتيجية الخوصصة في القطاع السياحي ، المطلب الثالث اليات انعاش السوق السياحية في الجزائر ، المبحث الثالث يخص تنمية الوعي السياحي في الجزائر ، و يتضمن ثلاث مطالب ، المطلب الأول تعريف الإعلام السياحي ، المطلب الثاني وظائف الإعلام السياحي ، المطلب الثالث دور الإعلام السياحي ، أما الفصل الثالث فيتمثل في الإطار التطبيقي كمديرية السياحة و الصناعة التقليدية في ولاية مستغانم و يتضمن ثلاث بحوث و ثلاث مطالب ، المبحث الأول يخص السياحة في ولاية مستغانم ، المطلب الأول تعريف ولاية مستغانم ، المطلب الثاني لمحة تاريخية عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم ، المطلب الثالث الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم ، أما المبحث الثاني يتمثل في القطاع السياحي لولاية مستغانم ، المطلب الأول العرض و الطلب السياحي لولاية مستغانم ، المطلب الثاني السياح الوافدين لولاية مستغانم ، المطلب الثالث الصناعة التقليدية و أثرها على التنمية المحلية ، أما المبحث الثالث يتمثل في تطور السياحة بولاية مستغانم المطلب الأول تسهيلات الإستثمار السياحي بولاية مستغانم ، المطلب الثاني استراتيجية تنمية السياحة بولاية مستغانم ، المطلب الثالث التوسع السياحي و افاقه المستقبلية بولاية مستغانم ، بالإضافة إلى مقدمة منهجية و خاتمة عامة تحتوي على مجموعة من الإستنتاجات و الإقتراحات التي تساهم و لو بقدر ضئيل في حل المشاكل المرتبطة بالقطاع في الجزائر .

# الفصل الأول: الإطار النظري للنشاط السياحي

تمهيد :

تعتبر السياحة في الإقتصاديات المعاصرة من بين الإقتصاديات الهامة ومحركا رئيسيا من محركات التنمية ، من خلال اثارها المترتبة على كل القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل القطاع الصناعي ، النقل و البناء و الأشغال العمومية . حيث تعتبر السياحة مصدر من مصادر خلق الثروة ، لذلك فإن الكثير من الدول بما فيها الدول النامية ، تسعى جاهدة لتنميتها و تطويرها و تحقيق ما يعرف بصناعة حقيقية للسياحة ، من أجل الإستفادة من تدفقات رؤوس الأموال التي يحققها هذا القطاع أو تحقيق التوازنات الاقتصادية و الاجتماعية بين مختلف الأقاليم .

حيث لا يمكن لأي دولة أن تحقق إمتيازات إن لم تكن تتمتع بموارد سياحية من شأنها جذب السائح سواء كانت هذه الموارد طبيعية ، تاريخية و دينية ، ثقافية مع الإشارة إلى توفير كل التسهيلات و الخدمات التي تضمن راحة و سلامة السائح و تضمن تميز و تطور القطاع السياحي .

### المبحث الأول : ماهية السياحة

نشأة حاجة الإنسان للتنقل منذ القدم و إن إختلفت أسبابها و تطورت مع تطور الحاجات الإنسانية ، ففي بداية الأمر كانت أسباب التنقل تجارية و إلى أن تطورت مع تطور أعداد السواح سنة بعد سنة ، و تطور المداخل الناتجة عن القطاع . و بذلك تطور أهمية السياحة<sup>1</sup> و ارتفاع أهمية الاثار الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية ، مما استدعى اهتمام الباحثين و الدارسين بهذه الظاهرة و تصنيفها كصناعة قائمة بذاتها ، شأنها شأن الصناعات الأخرى أو صناعة ثقيلة للخدمات تفوق أهميتها في كبرى الدول السياحية .

### المطلب الأول : التطور التاريخي للنشاط السياحي

تعتبر السياحة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض و ما عليه ، فمنذ القديم و الإنسان في حركة و تنقل دائمين ، و إن إختلفت أسباب التنقل حسب الأزمنة و العصور ففي بادئ الأمر كان الهدف من التنقل هو توفير مختلف الحاجات و المتطلبات من الأماكن و المناطق التي تختلف عن البيئة المعتادة ،

و ذلك عبر النشاط التجاري لتختلف بعدها أسباب التنقل و الترحال و يصبح الغرض من التنقل علميا ، صحيا ، تجاريا ، أو ترفيهيا ، و بذلك يمكن تقسيم تطور السياحة إلى ثلاث مراحل أساسية هي :

1- السياحة في العصور القديمة<sup>2</sup> : وهي السياحة التي كانت في الفترة الممتدة من ظهور الإنسان على وجه الأرض سنة 1840 م و التي تميزت بجملة من الخصائص أهمها وسائل النقل البري و البحري (الدواب ، القوارب و السفن الشراعية ) كما أهداف التنقل آنذاك كانت تجارية أو دينية أو صحية و بذلك كان عدد السياح قليل جدا .

<sup>1</sup>صلاح الدين عبد الوهاب ، نظرية السياحة الدولية ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 ، ص15.

<sup>2</sup>صلاح الدين عبد الوهاب ، نظرية السياحة الدولية ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 ، ص15 ص 17 .

2- الحقبة الثانية ( 1840-1914 ) : و تطور فيها انتقال البشر نتيجة لإختراع القطار والسيارة وتحسينها بالإضافة إلى تطوير وسائل النقل البحري بظهور السفن العملاقة ، كما ظهرت السياحة الجماعية والتي كان يتحمل فيها المنظم أعباء توفير وسائل النقل سواء البرية أو البحرية إلى دول أخرى ، و امتازت هذه الحقبة بتطور وسائل النقل البرية والبحرية وازدياد أعداد السائحين ، و دخول الطبقة الوسطى ضمن المسافرين ، و دخول الوسطاء لتنظيم الرحلات و ظهور الشركات السياحية ، و بعد انتهاء الحرب العالمية الأولى بدأ سفر الأفواج البشرية بأعداد كبيرة .

3- الحقبة الثالثة من سنة 1914 إلى يومنا هذا : يأتي تحديد هذه الحقبة بسبب اختراع الطائرة التي استعملت في الحرب العالمية الأولى حيث تم استعمالها فيما بعد لأغراض مدنية بعد تطوير سرعتها ووسائل الأمان بها ، و بذلك أصبح لها الدور الأول في السياحة إلى جانب تطوير السياحة البحرية ، و ظهور سياحة السفر الطويل بالبحر<sup>3</sup> . و اتصفت هذه الحقبة بتطوير وسائل النقل بمختلف أنواعها لخدمة نشاط السياحة ، و انتقال أعداد هائلة من البشر إلى دول أجنبية تختلف عن دولهم الأصلية ، كما أنها لم تصبح مقتصرة على الأغنياء فقط بل أصبح أغلبية السواح من الطبقة الوسطى ، فالسياحة علم و صناعة عملاقة

#### المطلب الثاني : تعريف السياحة

بذلت الكثير من الجهود لتعريف السياحة تعريفا منضبطا و ذلك بسبب تشابك و تعقد الأنشطة المكونة للنشاط السياحي ، كما أن مفهوم السياحة تطور مع تطور الأنشطة السياحية و كيفية تطبيقها و بذلك تطورت تعاريفها حسب وجهات نظر مختلفة إقتصادية ، إجتماعية ، ببيكولوجية ، فبعض الباحثين ركزوا على السياحة كظاهرة إقتصادية و إجتماعية و ثقافية .

لفظ السياحة لغة يعني التجوال و عبارة ساح في الأرض تعني ذهب و سار على وجه الأرض ، أما في اللغة الإنجليزية نجد أن كلمة **Tour** تعني يجول أو يدور ، أما كلمة **Tourism** أي السياحة فمعناها الإنتقال و الدوران و أصلها كلمة **Tour** التي تعني رحلة و أطلقت على طلاب العلم الإنجليزي في أوروبا كلمة **Tourist** في القرن الثامن عشر و انتشرت هذه الكلمة الفرنسية إلى اللغات الأخرى و أستعملت للسياحة و السائح أي التحرك في رحلة لغرض المنفعة أو الترفيه أو الصحة و ليس لإكتساب الأموال أو الإقامة الدائمة في الدول المضيفة<sup>4</sup> .

و سنحاول إعطاء تعاريف للسياحة حسب التسلسل الزمني ، حيث كانت أولى هذه المحاولات تعريف العالم **EGUYE FREULER** الذي يقول " السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث و الأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول على عمليات الإستجمام و تغير الجو و الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية<sup>5</sup> .

كما قدم سنة 1910 العالم النمساوي و الخبير في الاقتصاد السياسي **Hermann von SHullerd** كتابا عن وصف السياحة قال فيه " السياحة هي اصطلاح الذي يطلق على كل العمليات التالية و خصوصا

<sup>3</sup> صلاح الدين عبد الوهاب ، نظرية السياحة الدولية ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 ، ص 18

<sup>4</sup> صلاح الدين عبد الوهاب ، ن،م ، ص 23

<sup>5</sup> صلاح الدين عبد الوهاب ، ن،م ، ص 23

العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول وإقامة و إنتشار الأجنب داخل و خارج منظمة معينة أو أية دولة و ترتبط بهم ارتباطا مباشرا " . حيث يعتبر تعريفا مضبوطا .

### المطلب الثالث : تعريف السائح

كما سبقت الإشارة إليه فإن لجنة خبراء السياحة بعصبة الأمم سنة 1937 قد أعطت تعريفا للسائح ضمن عدة تصنيفات كما يلي :

- الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب صحية أو خاصة .<sup>6</sup>

- الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور إجتماعات سواء كانت علمية أو إدارية سياسية دينية ، رياضية ..

- الأشخاص الذين يسافرون للأعمال أو التجارة .

- الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية حتى وإن كانت مدة الإقامة أقل من ساعة ، وقد استئننت اللجنة من تعريف السائح قائمة الأشخاص التالية :

الأشخاص الذين يريدون الحصول على إقامة دائمة ، الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد أجنبي يقصد الحصول على عمل ، الطلبة و الدارسون في المعاهد العلمية و الأقسام الداخلية ، سكان الحدود و الأفراد الذين يقيمون في الدولة و لكنهم يؤدون أعمالهم في دول أخرى ، المسافرون العابرون و الأفراد الذين يقيمون في الدولة و لكنهم يؤدون أعمالهم في دول أخرى ، المسافرون العابرون للبلدان الأجنبية حتى وإن دامت مدة العبور أكثر من 24 ساعة<sup>7</sup>

- وقد قدمت عدة انتقادات لهذا التعريف لذلك تم إعادة التعريف سنة 1963 في مؤتمر السياحة في روما ، وقد تم تبني تعريفا يعتبر الان واسع الإستعمال من طرف المنظمات الدولية يخص الزيارة و مدة الزيارة كما يلي ( السائح الدولي هو كل شخص يقضي على الأقل ليلة في بلد محل الزيارة لأغراض تختلف عن ممارسة نشاط مأجور أي عمل هؤلاء السواح يمكن أن يكونوا أجنب غير مقيمين أو أشخاصا وطنيين مقيمين بالخارج .).

كما عرف أيضا السائح حسب قاموس أكسفورد أنه ( الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات بغرض الترويج و الثقيف ، أو من أجل الإهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الإستقبال المفضلة لديه )

### المبحث الثاني : خصائص و أركان و أنواع النشاط السياحي

يعد النشاط السياحي اليوم من أبرز إهتمامات الدول ، و ذلك لكثافة الأعداد البشرية التي تطمح لقضاء إجازتها السياحية القصيرة منها و الطويلة ، و هذا الإتساع الهائل لمجالات النشاط السياحي

<sup>6</sup>صلاح الدين عبد الوهاب ، نظرية السياحة الدولية ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 ، ص14

<sup>7</sup>صلاح الدين عبد الوهاب ، نظرية السياحة الدولية ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 ، ص25

لم يكن معهودا من قبل وذلك للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية من جهة وكثافة الإعلام السياحي من جهة أخرى ، كل ذلك ساهم في وجود هذه القفزة السياحية العالمية . نشأة السياحة كظاهرة منذ أن شعر الإنسان بالحاجة إلى الراحة والترفيه وبرغبته في اكتشاف مناطق مجاورة أو بعيدة عن محيطه الطبيعي والتعرف على جمالها ومناخها والعادات والتقاليد وحضارات الشعوب التي يحتك بها إرضاء لغريزة الفضول والإطلاع . وبذلك فالسياحة ظاهرة لنشاط إقتصادي تساهم في الرفع من الكفاءة الإنتاجية لدولة ما .

#### المطلب الأول : خصائص النشاط السياحي

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية أو الغطاءات الجليدية أو الأماكن الدينية والتاريخية والأثرية وهي بذلك لا تختلف على الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى إستغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات ، ويمكن حصر أهم الخصائص فيما يلي :<sup>8</sup>

- تعد السياحة نشاطا إقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة وخاصة فيما يتعلق بالدخل والإستخدام السياحيين ، حيث تنتقل النقود من السياح إلى عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة وذلك من أجل توفير مواد ومتطلبات صناعة السياحة ، فيما يتعلق بالإستخدام والعمالة السياحية المتزايدة ، فهي من خصائص صناعة السياحة التي تتصف بها نظرا لإحتياجها إلى عدد من العاملين أي أنها توفر فرص عمل لأعداد كبيرة من المستخدمين ، قصد تشجيع النشاط السياحي .

#### المطلب الثاني : أركان النشاط السياحي

تعتبر أركان النشاط السياحي من أهم النشاطات التي تساهم في قطاع السياحة وتمثل هذه الأركان فيما يلي :

- النقل : حيث له إرتباط وثيق بالسياحة كما يعتبر أحد أهم الأركان الأساسية للنشاط السياحي ، فبدون النقل والمواصلات لا وجود للنشاط السياحي .
- الإيواء : لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة .
- البرنامج : لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله البلد ، وهذا البرنامج يشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية...بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات ، الأسواق ، المنتزهات ، المنتجعات ...

<sup>8</sup> منظمة السياحة العالمية و الأمم المتحدة . المدونة العالمية لاداب السياحة ( من أجل سياحة مسؤولة ووثائق ذات صلة ) ، المادة الثامنة ، ص 16 ، ص 17 ،

- البنية التحتية السياحية :<sup>9</sup> وتتمثل في الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي وذلك من خلال شبكات المياه وشبكات الصرف الصحي ، الكهرباء ، الغاز ، الطرق والمواصلات ، الخدمات الصحية ، الخدمات الخاصة بالبنك و الصرف ...

- البنية الفوقية السياحية : وتتمثل في منشآت الإقامة والإيواء و مشاريع الإستقبال السياحي و مكاتب المعلومات السياحية وكالات السياحة و السفر ، الشركات السياحية مكاتب ايجار السيارات ، المترجمين ، المنظمات السياحية و المسارح ، الملاعب و السينما ...

### المطلب الثالث : أنواع النشاط السياحي

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع و الرغبات و الإحتياجات المختلفة حيث هناك السياحة الثقافية و الترفيهية و العلاجية و الدينية و الرياضية بالإضافة إلى أنواع أخرى جديدة ، ساعد على ظهورها و انتشارها التقدم و التطور العلمي و السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي ، و ما صاحبهم من تطلعات و متطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل كسياحة المؤتمرات و سياحة المعارض و سياحة الحوافز...، و هو ما نتج عنه الاتجاه إلى توفير خدمات و تسهيلات و تجهيزات و عناصر جذب مختلفة ، و قد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفق لعدة عناصر هي :<sup>10</sup>

#### 1- طبقا لعدد الأشخاص المسافرين ( حسب هذا المعيار) نجد :

- سياحة فردية : هي سياحة غير منظمة و لا تعتمد على برنامج منظم حيث يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم ، كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه و رغباته الخاصة التي جاء بها من أجل تحقيقها و التي تتوقف على مقدرته المادية .

- سياحة جماعية : وهي عبارة عن سياحة منظمة و يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم و ترتيب مثل هذا النوع من السياحة ، و كل سفر أو رحلة لها برنامج خاص و محدد و سعر محدد و تعتمد على تحقيق رغبات المجموعة .

#### 2- طبقا لنوع وسيلة النقل المستعملة ( حسب هذا المعيار) نجد :

- سياحة برية : السيارات ، السكك الحديدية ، الحافلات العامة و الخاصة

- سياحة بحرية أو نهريّة .

<sup>9</sup>كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، ص27

<sup>10</sup>كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ص28.

- سياحة جوية على الطائرات المختلفة .

3- طبقا للسن : ( حسب هذا المعيار) نجد :<sup>11</sup>

- سياحة الطلائع .

- سياحة الشباب

- سياحة كبار السن

-سياحة الفئات الخاصة.

4- طبقا لمعيار مستوى الإنفاق و نجد :

- السياحة الاجتماعية أو سياحة محدوددي الدخل .

- سياحة الطبقات المتميزة .

- سياحة الأغنياء .

5- طبقا للمناطق الجغرافية و نجد :<sup>12</sup>

- سياحة داخلية : و معناها انتقال الأفراد داخل البلاد نفسه و هذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة وأسعار متنوعة و تشجيعية لمواطني البلد و يعتبر من أهم أنواع السياحة .

- سياحة إقليمية : هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية ، الدول الإفريقية ، دول المغرب العربي ، دول جنوب شرق اسيا ، و تتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح .

- سياحة خارجية : و معناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما و هذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم و تعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة ، و يتطلب هذا النوع من السياحة خدمات مختلفة و بنية تحتية كبيرة كتوفر الخدمات السياحية ، توفر الأمن و الاستقرار ، ثبات القوانين ، احترام السياح و توفر الحماية لهم .

---

<sup>11</sup>كواش خالد ، ن،م ، ص42.41

<sup>12</sup> كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، ص41- ص 42

### المبحث الثالث : العرض و الطلب السياحي

يعتبر الطلب في ميدان السياحة عاملا رئيسيا لتنمية و تطوير هذا القطاع ، فكلما زاد الطلب كلما إرتفعت العائدات الناشئة عنه ، كما يمكن الجزم أن هذا القطاع يحظى بفرص كبيرة لتطويره لاسيما أنه قطاع سريع التطور. حيث عرفت صناعة السياحة سواء على المستوى العالمي أو حتى على المستوى الإقليمي أو الجهوي تطورا كبيرا بعد الحرب العالمية الثانية خاصة في السنوات الأخيرة ، و تظهر أرقام التجارة الدولية أن السياحة تحتل الصدارة بالنسبة للعديد من المنتوجات التي يتم تبادلها و تسبق صادرات البترول و السيارات ، و تمثل السياحة مكانة هامة في اقتصاديات الدول كإستراتيجية لتحقيق النمو و التطور .

كما تعتبر المقومات و الموارد السياحية من موارد ثقافية ، دينية و طبيعية إحدى الركائز الأساسية للجذب السياحي ، و عنصرها ما من عناصر العرض في أي دولة ، كما يعتبر التمييز المطلق أو النسبي بين الدول في الموارد محدد رئيسيا للعرض السياحي خاصة إذا تعلق الأمر بالسياحة التاريخية أو الدينية ، و بالتالي فإن هذا التميز للعرض هو الذي ينشئ الطلب السياحي . كما تعتبر الخدمات السياحية كشرط كفاية لتحقيق الجذب السياحي المطلوب دون أن ننسى التطور الاقتصادي و التكنولوجي و تأثير البيئة السياحية بمختلف عناصرها في تحقيق هذا الجذب<sup>13</sup> .

#### المطلب الأول : تعريف الطلب السياحي

يعتبر الطلب محدد رئيسيا لتحقيق إيرادات سياحية هامة مما يؤدي إلى تحقيق جملة من المزايا الاقتصادية لقطاع السياحة و كل القطاعات التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة به ، فكلما زاد الطلب إرتفعت معه الإيرادات المالية ، و بالتالي تصبح فرص نمو و تطور القطاع كبيرة . إن الحديث عن الطلب السياحي يعني التطرق لمفهومين و هما الطلب و الإستهلاك و بالتالي فإن الطلب السياحي هو الطلب المتوقع ( المستقبلي ) و المتمثل في " الأشخاص الذين يتنقلون دوريا و يبتعدون عن أماكن إقامتهم الشخصية لمدة مؤقتة من أجل الترفيه فقط " . كما يمكن التعريف أيضا على أنه " مختلف الكميات من المنتوجات و الخدمات التي يريد المستهلكون شراءها بسعر معين "<sup>14</sup> .

- حيث يعرف الإستهلاك السياحي بأنه مجموع السلع و الخدمات المستهلكة من طرف السائح أثناء فترة تنقله ، إضافة إلى الخدمات المقدمة من طرف المنظمات التي تساعد مباشرة في التنشيط السياحي ( الإستهلال ، الترفيه ، الإدارات ) و التي تشمل :

<sup>13</sup> Bénigno caceres، ( loisiret travail du moyen age à nos jours ) ، Edition peuples et cultures seuil ، France ، p 24

<sup>14</sup> I bid ، p 24

الإستهلاك التجاري والإستهلاك غير التجاري .

- يتميز الطلب السياحي بسمتين رئيسيتين وهما التركيز المكاني و التركيز الزمني و يوجد لهذا

التركيز عدة أسباب سنحاول مناقشتها فيما يلي :

1- التركيز المكاني : يمكن أن يكون هذا التركيز على مستوى الدول أو حتى في نفس الدولة و يرجع

سبب ذلك إلى :

- على المستوى الجهوي : تتعدد أسباب كثافة الطلب في بعض المناطق نذك منها :

السبب الأول يتمثل في الاهتمام بالقطاع السياحي و إعتباره كقطاع إقتصادي هام كما تحض به إسبانيا و فرنسا اللتان تستقبلان جل الوفود السياحية المتوجهة للمنطقة ، من حسن الضيافة ، و تميزها بثقافة سياحية حققت لهم طلب سياحي مهم . أما السبب الثاني للإرادة السياحية لبعض الدول التي استوعبت باكرا أهمية القطاع السياحي و إعتبارها كصناعة مميزة للثروة مما دفعها إلى إقامة و إنجاز المنشآت السياحية الكبرى و البنية التحتية المكملة للقطاع السياحي . و يعود السبب الثالث إلى إهتمام بعض الدول بقطاع الخدمات بسبب إفتقارها إلى الثروات المعدنية و الطبيعية مما دفعها إلى تطوير صناعة الخدمات .

- على المستوى الوطني : تتمثل في أهمية الأقطاب السياحية الطبيعية مثل : الشواطئ

، الجبال ، الغابات يحفز توجه السياح بكثافة لهذه المناطق . و أيضا توفر المنشآت القاعدية مثل :

الطائرات ، الموانئ ، الفنادق ، المستشفيات ... إلخ و التي تعتبر كمحفز للسياح لزيارة هذه المناطق .

2- التركيز الزمني : يتصف النشاط السياحي بتركيز زمني كبير حيث يعرف القطاع رواجاً و انتعاشاً

كبيرا في بعض الأشهر دون الأشهر الأخرى ، و قد إعتبرها Bénigno Cacers كظاهرة هجرية

جماعية<sup>15</sup> ، حيث تعرف فترات الرواج السياحي أكثر من 50 % من العدد السنوي للسواح و ترجع

أسباب هذا التركيز الزمني إلى :

- أسباب مناخية : مثلا سكان المنطقة الباردة يفضلون التوجه إلى المناطق الإستوائية

لقضاء فصل الشتاء .

- العادة : بالنسبة لبعض الأفراد فإن زيارة المناطق التي اعتادوا عليها و في نفس الفترة

تصبح عادة لديهم أو نمط إستهلاكي .

- أسباب إقتصادية : العطل و الإجازات السنوية التي تمنح من طرف المؤسسات

الاقتصادية و الإدارات .

- أسباب إجتماعية : حب التقليد خاصة .

- أسباب مدرسية : العطل المدرسية تتحكم في تنظيم حياة الكثير من الأسر .

- أسباب مالية : يحاول بعض المسافرين الإستفادة من الفرق في العملات من أجل الرفع

من إستهلاكها السياحي .

و يقدر أو يحسب الطلب السياحي بإحصاء عدد السواح الدوليين حيث الجدول الموالي يوضح و يبين عدد السياح الدوليين لسنتي 2003-2004 حسب القارات<sup>16</sup> .

جدول رقم (1-1) : إحصائيات السياحة الدولية بين الوجهات السياحية العالمية الأولى حسب

القارات :

عدد السياح لسنة 2004 (مليون سائح)	عدد السياح لسنة 2003 (مليون سائح)	القارات
415.2	395.9	أوروبا
152.9	119.6	اسيا و دول الباسنيك
125.7	113.1	أمريكا
33.2	30.6	إفريقيا
35.6	29.6	الشرق الأوسط
762.5	688.8	المجموع

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة (omt)2005

المطلب الثاني : تعريف العرض السياحي

كما يعرف العرض السياحي على أنه على أنه " مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع ، مقابل ثمن معين و في وقت معين " . و يعرف أيضا على أنه " كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين و الخدمات و البضائع ، و كل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين " .

- و يتم تقييمه بواسطة التجهيزات ( قدرات التجهيز ) كعدد الغرف أو الأسرة في الفنادق أو عدد الأماكن الممنوحة من طرف وكالات النقل السياحي البرية و البحرية<sup>17</sup> .

<sup>16</sup> I bid ;p85

<sup>17</sup>Pierre PY, "Le tourisme un phynomene économique",op.cit, p49.

وقد عرف كل من الكاتيبين الفرنسيين **A.Ramy و H.Grolleau** المنتج السياحي على أنه " مجموع الخدمات التي من شأنها أن تشكل للسائح إشباع كلي و متماسك لمجمل رغباته . " و بالتالي فإن المنتج السياحي عبارة عن مجموعة المنتوجات الفرعية التي تتكامل و تتحدد فيما بينها لتعطينا منتوجا سياحيا ، كما أن هذه المركبات هي بنفس درجة الأهمية مما يقودنا إلى إعتبار أن العرض السياحي هو مجموع السلع و الخدمات المعروضة للسائح<sup>18</sup> .  
حيث تتطافر جهود عدة أطراف لتوفير المنتج بمختلف مركباته كسلسلة مترابطة و متتالية كما يلي :

### الشكل رقم (1) : مجموع السلع و الخدمات المعروضة لتوفير المنتج السياحي .



المصدر **Henri Aime Pastel ;La Question Du Tourisme En Martinique**

و مثلما سبقت الإشارة إليه فإن العرض له عدة مكونات و عناصر و قد حاول العديد من الكتاب تصنيفها إلى مجموعات حسب طبيعتها أو نوعها و منهم **P.Defert** كما يلي :

- الموارد المائية : مثل البحار ، الأنهار ، المحيطات و كل ماله علاقة بالماء ( Le Hydrome ) .
- الموارد النباتية : ( Le phytome ) كل العوامل<sup>19</sup> النباتية من غابات ، أشجار ، حدائق .

<sup>18</sup>Henri AIME Pastel , " La question du tourisme en martinique", édition Desormeaux, 1986, p55.

<sup>19</sup>P DEFERT, "Les ressources et les activités touristiques", les cahiers du Tourisme CHET, Aix en Eu Provence, 1972, P27.

- قشرة الأرض و الغطاء الحجري : ( le Lithome ) مثل : الصخور ، المغارات ، الكهوف .....  
- الذاكرة البشرية أو التاريخية : كل ما هو أثري أو تاريخي.

### المطلب الثالث : العوامل المحددة للعرض و الطلب السياحي

العوامل المحددة للعرض و الطلب السياحي حيث توجد العديد من العوامل المفسرة لظاهرة السياحة ،  
فهي تلعب دورا كبيرا في توضيح التركيز و التدفقات السياحية الكبيرة .

- العوامل الاجتماعية و النفسية المفسرة للطلب و العرض : حيث لا يمكن الإعتماد فقط على نظريات  
كمفسر للطلب السياحي ، و إنما يوجد تأثير كبير للعوامل الاجتماعية و النفسية التي تساعدنا في فهم هذه  
الظاهرة ، فإبعادها يؤدي بنا إلى تحليل ناقص .

### - العوامل الديمغرافية :

1- إن التحليل الرقمي للمجتمع السياحي يظهر أن الطبقة الأكثر قياما بالنشاط السياحي ( الفئة المتوسطة ) هي  
الفئة التي يتراوح أعمار أفرادها بين 25 و 35 سنة ، ولكن لا يمكن إعتبار هذه الفئة هي الفئة الوحيدة و  
إنما أعمار السواح أصبحت مختلفة و متغيرة ، و بالتالي يعد من الضرورة بمكان دراسة فئات السواح و  
أعمارهم من أجل تكييف المنتج السياحي حسب كل فئة و الذي يتصف بالإختلاف حيث أن المنتوجات  
المعرضة للشباب تختلف بطبيعة الحال عن المنتوجات المقدمة لكبار السن ، كما أن التطور العلمي و الطبي  
قد غير من هيكل المجتمع السياحي<sup>20</sup> ، حيث أصبحنا نسمع عن السياحة خاصة بكبار السن و سياحة  
الراحة و السياحة الإستشفائية حيث تمثل هذه الأنواع حوالي 7% من مجموع السائحين .

أ- التمدن : إن ظاهرة السياحة نشأت كحاجة عند المجتمعات المتحضرة المدنية و الصناعية ،<sup>21</sup> حيث أن  
الصناعة أدت إلى تطور عمراني و ظهور تجمعات عمرانية و بالتالي وجود حالة من التركيز الديمغرافي  
الاقتصادي ، و كان لهذه الظاهرة عدة نتائج نذكر منها :

- مداخيل الأفراد الساكنين في المناطق الصناعية تكون كبيرة و بالتالي تكون فرصة السياحة و السفر  
أكبر .

- وجود المنشآت اللازمة المناسبة المحفزة على التنقل .

- و عليه يمكن القول أنه توجد علاقة ترابط واضحة بين معدلات الذهاب في سفر و درجة التمدن ،  
فالمقولة الشائعة " الذهاب في عطلة هو الهروب من المدينة " .

<sup>20</sup>Joël Raboteur, " Introduction à l'économie du Tourisme ", op.cit, p23.

<sup>21</sup>A LAURENT, " Libérer les vacances ", seuil, France, 1973, p15

ب- زيادة وقت الفراغ : إن زيادة وقت الفراغ لدى الأفراد مرتبط بالمجتمعات الصناعية المتقدمة والتي يتم فيها تعويض العامل بالالة مما يؤدي إلى تخفيض وتقليص الوقت المخصص للعمل ، وبالتالي زيادة وقت الفراغ لدى الأفراد وبالتالي استفادة العمال من شهر العطلة مدفوعة الثمن ، بالإضافة إلى أسبوع إضافي مدفوع الأجر بالنسبة للدول الأوروبية مع زيادة المداخيل كل هذه العوامل تعتبر كمحفزات للتنقل والسياحة و بالتالي زيادة التدفقات السياحية .

ج- العمر : يلعب العمر دور محدد في السياحة<sup>22</sup> حيث أن معدل الذهاب في العطل يختلف عند الشباب عنه عند المسنين ، فطبقة الشباب تمتاز وتوفر لديهم بالحيوية وتوفر لديهم الشروط الصحية بالإضافة إلى حب الإكتشاف والإطلاع بينما يفضل المسنين الراحة ، حيث العمر بشكل محدد رئيسيا في إختيار نوع السياحة ، وسيلة النقل ، وسيلة الإقامة .

د- هيكل الأسرة : تأثير الأفراد على الأسرة تأثيرا كبيرا على الذهاب في عطلة ، حيث توفير وقت الفراغ في التمتع والسياحة .

هـ- الدخل : يعتبر الدخل من الأسباب الرئيسية التي سمحت بتحقيق معدلات نمو كبيرة جدا في تدفقات السواح ، فحسب قانون ENGEL فإن الطلب يعتبر دالة متزايدة بدلالة الدخل أي أنه في حالة ارتفاع الدخل فإن الطلب يرتفع كذلك .

و- الطبقة المهنية الاجتماعية : إن الدخل يكون حسب المهنة التي يقوم بها الفرد ، فكل الدراسات تشير إلى أن بعض الطبقات المهنية الاجتماعية يمكن أن تتوجه في رحلة سياحية بصورة أسهل .

## 2- العوامل الاجتماعية :

إن السياحة هي قبل كل شيء هروب بمعنى أن السائح يهرب من شيء معين قبل أن يعبر عن الحاجة إلى مكان معين . حيث تعتبر السياحة<sup>23</sup> كنوع من أنواع العلاج النفسي ، كما أن هذا الهروب حسب الدراسات النفسية يمثل الملجأ أو المخرج الوحيد الذي يمكن الفرد من كسر الروتين الذي يعيشه ، فحياة المدينة المنصفة بالعديد من الأمور التي ترهق الأفراد مثل : ( الضجيج ، التلوث ، البنائيات ، كثرة الناس ، ضغوطات العمل ..إلخ ) . تدفع بالأفراد إلى الخروج في سفر حيث توجد أسباب أخرى لهذا الهروب تتمثل في الحاجة إلى كسر روتين العمل الممل الذي أصبح مع مرور الوقت و الذي ينتج عنه تعب جسدي وإرهاق نفسي .

<sup>22</sup>Joel RABOTEUR, "Introduction à l'Économie du tourisme ",op.cit, p26..

<sup>23</sup>Joel RABOTEUR, "Introduction à l'Économie du tourisme ", op.cit, p33.

3- العوامل الذاتية : وتتعلق هذه العوامل بعدة أسباب منها :

- حب الطبيعة : الهروب من المناطق الحضرية المكتظة ، حيث نجد أكثر المناطق السياحية المطلوبة هي البحار ، الجبال ، الغابات حيث يجدد جوفردومازدي Joffre Dumazedier في كتابه " نحو حضارة ترفيه" ثلاث وظائف للسياحة وهي ( الإستراحة و التغيير و التطوير).

- الحاجة إلى الإتصال و الإحتفال : الإتصال مع الأفراد و التعرف على المجتمعات جديدة و بالتالي الخروج الخروج من الواقع المعيشي المعتمد عليه سابقا .

- التطور: تسمح السياحة للإنسان من توسيع معارفه و مساعدته على تطوير دائرة معلوماتية فكرية خاصة إذا تعلق الأمر بالسياحة الثقافية و التاريخية و زيارة الاثارو المتاحف و التي تمكن من التعرف على تاريخ الأمم .

- الحاجة إلى التمييز و المفاضلة : تعتبر السياحة كرمز من رموز التميز و الإنتماء إلى طبقة إجتماعية معينة .

4- العوامل السياسية : يفهم من العوامل السياسية بعض التصرفات الإدارية للحكومات أو لمختلف الإدارات ، أو بعض الأحداث التي من شأنها تهديد أمن و سلامة السواح .<sup>24</sup>

## خلاصة

تعرفنا في هذا الفصل على السياحة و تطورها التاريخي للنشاط السياحي و مختلف التعريفات ،

التي أعطيت لها و ذلك حسب وجهات نظر الباحثين كما تعرفنا على خصائصها و أركان و أنواع النشاط

السياحي و مدي أهمية هذا القطاع من الناحية الاقتصادية بالخصوص ، مما أهلها لأن تصبح صناعة قائمة

---

<sup>24</sup> Joel RABOTEUR, "Introduction à l' Économie du tourisme ", op.cit, p33.

بذاتها وشأنها شأن الصناعات الأخرى ، كما تعرفنا على العرض و الطلب السياحي و العوامل المؤثرة فيه كالدخل و الأسعار و الحاجة إلى الترفيه و الراحة .

حيث تعتبر السياحة قطاع مهم و حافز لإقتصاد الدول و يتوقف نجاح هذا القطاع على مدى نجاح الأجهزة المكلفة للسياحة لجذب السواح و إحتلال مراتب متقدمة في قطاع السياحة .

**الفصل الثاني :  
السياحة كبديل فعال  
للاقتصاد الجزائري**

تمهيد :

إن الإعتماد المفرط للاقتصاد الجزائري على البترول قد تسبب في تكوين اقتصاد وطني أحادي الجانب و المورد ، مما يجعله عرضة للصدمات الخارجية وهو ما يحدث في كل مرة نتيجة إنخفاض أسعار النفط إلى أدنى مستوياتها فيخلق بذلك إختلالات هيكلية بارزة و عجز في موازين الدولة فأصبح الاقتصاد الجزائري يتصف بالاقتصاد البترولي أو الريعي .

ومن خلال دراستنا هذه ارتأينا إلى أن الحل يكمن في إعطاء الأولوية لقطاعات أخرى تكون كخيارات استراتيجية بديلة ، تخرج الجزائر من التبعية المطلقة لقطاع المحروقات كالصناعة و الفلاحة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تساهم بشكل فعال في دفع عجلة التنمية بالإضافة إلى السياحة التي تعتبر من أهم الخيارات الإستراتيجية و التي يمكن أن تكون كبديل لقطاع المحروقات ، حيث ركزنا في دراستنا في هذا الفصل بشكل خاص على القطاع السياحي كبديل إستراتيجي للنفط وهو ما يتجلى من خلال الإهتمام المتزايد للدراسات العلمية الأكاديمية حول أهمية مجال السياحة .

فتفعيل دور النشاط السياحي في الجزائر للمساهمة في النمو الاقتصادي ، حيث أصبح يحتل مكانة لدى المهتمين بشؤون الاقتصاد في هذا الوقت بالذات بحثا عن مصادر أخرى للدخل غير النفط ، كما لهذا القطاع من مساهمات فاعلة في اقتصاديات العديد من الدول بعد أن أصبحت السياحة تشكل جزءا مهما من التجارة الدولية فهي تأتي بالمرتبة الخامسة من صادرات أكثر من 80% من دول العالم ، و بهذا تتمتع الجزائر من إمكانات مادية و بشرية و بيئية تؤهلها لأن تكون بلدا سياحيا من الدرجة الأولى .

#### المبحث الأول : واقع السياحة في الجزائر

إن القطاع السياحي يمكن أن يصبح بديلا تنمويا فعال في الجزائر ، إذ تساهم السياحة في تنوع مصادر الدخل و تنشيط باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى كالصناعة ، الزراعة الاتصالات و المواصلات .

و من بين أهم الحلول المتاحة أمام الجزائر لمواجهة الأزمة الاقتصادية التي قد تنجز عن انهيار أسعار البترول و تراجع مداخيل البلاد من العملة الصعبة الإستثمار في قطاع السياحة للنهوض بإقتصادها و هو الحل الذي يجمع عليه الكثير من الإقتصاديين فالجزائر تملك من المؤهلات بما يجعلها تحتل الريادة في هذا المجال إذا ما توفرت الإدارة الناجحة<sup>25</sup> .

فالسياحة واحدة من أهم القطاعات بإعتبارها قطاعا إنتاجيا يكتسي أهمية كبيرة في زيادة الدخل الوطني بما يحققه من تدفقات مالية و تحسين ميزان المدفوعات و تحقيق التنمية الاقتصادية .

#### المطلب الأول : المؤهلات السياحية للجزائر

تملك الجزائر إمكانات ضخمة في المجال السياحي فالجزائر بلد كقارة حيث تربع على مساحة إجمالية تقدر ب 2381471 كلم مربع ، الأمر الذي يجعلها بلد أكبر عربيا و إفريقيا و هي من البلدان التي تطل على حوض البحر الأبيض المتوسط و الذي يتميز مناخه بالإعتدال إذ يمكن القول أن الجزائر تتمتع بالكثير من العوامل و

<sup>25</sup> بوبكريداش ، صناعة السياحة في الجزائر ، بين المؤهلات و السياسات رؤية استكشافية و إحصائية ، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية ، القاهرة ، العدد ، 22 ، 2014 ، ص09 .

المقومات التي تمكنها من منافسة العديد من البلدان في جذب السياح وخاصة إذا أدركنا أن للجزائر موقع إستراتيجي مهم كما أن لديها تنوع طبيعي واسع من سواحل و جبال و صحراء شاسعة مترامية الأطراف دون أن ننسى المناخ الجميل الذي تتميز به عن باقي البلدان . و حتى تتكون لدينا صورة واضحة عن الجزائر كروية سياحية شاملة قمنا بالتركيز على النقاط التالية:<sup>26</sup>

### 1- المناطق السياحية :

تتميز المناطق الساحلية في الجزائر بنوع ثري ثراء الإرث الثقافي و الحضاري ، حيث يمكن توزيعها على النحو التالي :

- المنطقة الساحلية للقالا و هي تحتوي على نظام بيئي غابي و بحري و بحيرات و ثروات حيوانية و غابية و ثروة مائية .

- حاضرة " قورايا " ( بجاية ) تمتد على مسافة 10 كلم على الساحل .

- حاضرة " تازة " معقد القبائل – المساحة البحرية لتقزيرت .

- الحاضرة الوطنية للشناوة و تمتد على 500 هكتار و الجبل الساحلي للشناوة مجموعة الجزر الصغيرة .. الخ و كل هذه المساحات عبارة عن مواقع بحرية من الضروري الإعتراف بها و حمايتها لأنها تعتبر مادة خام لأي بلد يسعى إلى صناعة سياحية حقيقية و استثمار سياحي مجد .

### 2- المناطق الصحراوية :

و تمتد على مساحة تفوق المليون كلم مربع يمكن تقسيمها إلى 5 مناطق :

- غرداية ( ميزاب ) : حيث تصنف المعالم المعمارية و الثقافية و التاريخية لهذه المنطقة ضمن التراث العالمي.

- أدرار: تعرف هذه المنطقة بتاريخ مختلف الثقافات و وجود القلاع القديمة .

- إليزي: الطاسيلي الواقع في أقصى الجنوب الشرقي و تعرف هذه المنطقة بالحاضرة الوطنية للطاسيلي التي صنفت منذ عام 1982 من طرف اليونسكو كتراث عالمي و فيها كل العناصر الطبيعية و التاريخية و الثقافية التي تجعلها منطقة سياحية بامتياز فهي بمثابة متحف طبيعي مفتوح يتضمن أكثر من 1500 رسم و نقش حجري.

- تندوف: تمتد على مساحة 168.000 كلم مربع بكثافة سكانية تقدر ب 23.000 نسمة موزعين على القصور القديمة ، في شبه متحف في الهواء الطلق .

- تمنراست ( الهقار ) : تتميز الحاضرة الوطنية للهقار التي تم انشاؤها سنة 1987 بتضاريسها و ثروتها الحيوانية و النباتية و النقوش التي تشكل امتيازات حقيقية للسياحة تشهد على الأزمنة الغابرة .

### 3- المقومات الحموية ( الحمامات المعدنية ) :

ساهم المخطط الرئيسي الذي أعده القطاع تحت إشراف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية ( ENET . ) على المستوى القانوني في تمكين المستثمرين الخواص و الأجانب من استغلال 202 منبع للمياه المعدنية يوجد معظمها في شمال البلاد و هي موزعة كما يلي :

<sup>26</sup> بوبكر بداش ، صناعة السياحة في الجزائر ، بين المؤهلات و السياسات رؤية استكشافية و إحصائية ، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية ، القاهرة ، العدد ، 22 ، 2014 ، ص 09 .

- 136 منبعاً ذا أهمية محلية .
- 55 منبعاً ذا أهمية جهوية .
- 11 منبعاً ذا أهمية وطنية .

#### 4- المعالم الأثرية والتاريخية للجزائر:

- تميز وتوفر الجزائر على مناطق أثرية تظهر في تصنيف اليونسكو ضمن التراث العالمي هي :<sup>27</sup>
- موقع الطاسيلي: يعتبر من أهم المواقع العالمية ويعود تاريخه إلى 6000 سنة ق م يضم حفريات نادرة تم تسجيله ارثا عالميا من طرف منظمة اليونسكو للتراث العالمي سنة 1982.
- حي القصبة: شيد من طرف العثمانيين في القرن 16 م ، تمثل أجمل المعالم السياحية في المنطقة حيث كانت موقعا للقرطاجيين خلال القرن 4 ق م ، تم تسجيله ارثا عالميا سنة 1992.
- واد ميزاب: بغرداية يعود تاريخ بنائه إلى القرن 10 م ، تحيط به 5 قصور ذات طابع صحراوي ، تم تسجيله ارثا عالميا سنة 1982.
- موقع جميلة : ( سطيف ) كان يعرف قديما باسم " كويكل " وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية تم تصنيفها ارثا عالميا سنة 1982.
- قلعة بني حماد : ( بجاية ) تحتوي على اثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة وأخرى إسلامية و اثار للدولة الحمادية و دولة الموحدين خلال تواجدهم بالمنطقة تم تسجيلها ارثا عالميا سنة 1982.
- موقع تيمقاد: يوجد على بعد 37 كلم من مدينة باتنة على طريق روماني يصل بين مدينتي " لامباز " و " تبسة " التي كانت تعرف باسم ( Tifast ) يعود بناء المدينة إلى 1000 سنة ميلادية تم تسجيله ارثا عالميا سنة 1982 .

#### 5 – المنشآت القاعدية للنقل :

- تتوفر الجزائر على مجموعة من المنشآت التي يمكن استغلالها لتطوير النشاط السياحي بداية من الشبكة الوطنية للنقل<sup>28</sup> التي تبلغ 118306 كلم تتوزع كمايلي :
- 2230000 طرق وطنية .
- 26626 كلم طرق ولائية .
- 62100 كلم طرق بلدية<sup>29</sup>

بالنسبة ل

- السكك الحديدية :تتوفر الجزائر على 4200 كلم مزودة بحوالي 200 محطة موجودة خصوصا في الشمال الجزائري ( الهضاب العليا ) .
- المطارات و الموانئ :تمتلك الجزائر 53 مطار منها 13 مطارا دوليا ، 8 مطارات وطنية 14 مطارا جهويا و 19 مطارا للاستعمال المحدود و 04 مطارات خاصة بالنشاط الطاقوي . أما الموانئ فتبلغ 13 ميناء متعدد

<sup>27</sup>عشبي صليحة الاثار التنموية لسياحة ، دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس المغرب ، ماجستير علوم اقتصادية ، تخصص اقتصاد و تنمية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير ، جامعة باتنة ، الجزائر 2004-2005 ، ص 42 ص 44 .

<sup>28</sup>بويكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر ، بين المؤهلات و السياسات رؤية استكشافية و إحصائية ، مرجع سابق ، ص 12 ص 10 .

<sup>29</sup>موسوعة ويكيبيديا ( 2017/ 02/ 21 ) <http://ar.wikipedia.org/wiki/>

الخدمات و 17 ميناء للصيد البحري و موانئ صغيرة للترفيه السياحي و 02 للمحروقات ( سكيكدة و أرزيو ) .

30

- النقل الجوي : نظرا لشاسعة المساحة بين الجهات في الجزائر و اتساع مساحة الصحراء أصبح للنقل الجوي أهمية خاصة حيث يتكون الاسطول الجوي من 63 طائرة و تضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 مليون مسافر و نحو 30 ألف طن من البضائع كما يوجد 55 مطارا منها 12 مطار دولي و الباقي داخلي و جهوي و خاص أهمها مطار هواري بومدين و مطار وهران .

#### 6- الأقطاب السياحية في الجزائر :

- القطب السياحي : وهران ، تلمسان ، و يشمل مناطق أثرية تاريخية ك "مدينة منصوره"

- القطب السياحي : شرشال ، تيبازة ، الجزائر ، بومرداس ، منطقة القبائل ، و يشمل قرى و مناطق طبيعية و شواطئ<sup>31</sup> .

- القطب السياحي : بجاية ، جميلة ، سطيف ، و يشمل اثار رومانية و متاحف و شواطئ ، و حضيرة قوريا .

- القطب السياحي : عنابة ، قالمة ، سوق أهراس .

- القطب السياحي : غرداية ، تي ميمون ، و واحات النخيل و وادي ميزاب ، و القصور المعلقة .

- القطب السياحي : الطاسيلي ، الهقار ، و هو عبارة عن متحف طبيعي و ارث تاريخي عريق

#### 7- الإمكانيات المادية ( الفندقية ) :

و التي يمكن حصرها في المنشآت و المؤسسات الفندقية<sup>32</sup> و التي تبقى ضعيفة و لا ترقى للمستوى المطلوب

خاصة إذا ما قرناها بالإمكانيات الموجودة و هذا ما يجعل القدرة الاستيعابية للجزائر في مجال الجذب

السياحي و توفير الخدمات للسياح منخفضة و الجدول التالي يوضح تطور عدد المنشآت السياحية في الجزائر .

الجدول رقم (1-2) : تطور عدد المنشآت السياحية في الجزائر خلال الفترة 2007 – 2011

2011	2010	2009	2008	2007	
13	13	13	13	13	فنادق درجة أولى 5 نجوم
69	39	57	53	54	فنادق درجة ثانية 4 نجوم
60	70	152	142	145	فنادق درجة ثالثة 3 نجوم

<sup>30</sup> مسكين عبد الحفيظ ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر ، حالة الديوان الوطني للسياحة ، رسالة ماجستير ، جامعة منتوري ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، 2010/ 2009 ، ص121 .

<sup>31</sup> حميد بوعمسة ، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر ، جامعة فرحات عباس ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، 2011/ 2012 ، ص 110 .

<sup>32</sup> وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

74	72	148	160	157	فنادق درجة ثانية نجمتين
58	58	101	99	97	فنادق درجة خامسة نجمة واحدة
915	893	680	680	674	فنادق درجة سادسة بدون تصنيف
1184	1152	1151	1147	1140	المجموع

#### IONS المصدر: الديوان الوطني للإحصاء

يلاحظ من خلال الجدول ان تطور المنشآت الفندقية كان بطيئا خلال الفترة (2007-2011) كما غلبت الفنادق غير المصنفة نظرا لانخفاض تكلفتها والتي تمتاز تدني جودة خدماتها مما يؤثر على صورة العرض السياحي الجزائري .

#### المطلب الثاني : معوقات القطاع السياحي في الجزائر

يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد عليها اقتصاديات الدول فقد أصبحت أهم القطاعات إنتاجية من خلال مساهمتها في العديد من المتغيرات الاقتصادية من حيث كونها مصدرا مهما للدخل وتوفير لمناصب الشغل هذا إلى جانب جلب الإستثمارات وإقامة المزيد من البنى والهيكل القاعدية ، وتحصيل وتحويل كميات هائلة من العملة الصعبة نحو الداخل وبالتالي دعم ميزان المدفوعات وتشير التقارير والإحصائيات الدولية الصادرة عن منظمة السياحة العالمية (wco) إلى أن حجم الدخل المتأتي من السياحة الدولية بلغ 852 مليار دولار لسنة 2010 بما يتجاوز العوائد المتحصل عليها من المصادر الأخرى كالمنتجات البترولية وبعض الصناعات وغيرها من السلع والخدمات .

وأشار تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء تحت إشراف " فابريس هاتم " و مشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية بأن الجزائر تصنف في الرتبة 147 من 174 دولة من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام<sup>33</sup> وهي مرتبة جد متأخرة والتي يرجع سببها إلى تدهور القطاع السياحي الوطني إلى جملة من العوائق والمشاكل التي تقف أمام تطور هذا القطاع الاستراتيجي رغم توفر الجزائر على إمكانيات سياحية ضخمة وتمثل أهم مشاكل القطاع فيما يلي :

#### - المشكل الأمني :

يعتبر العامل الأمني من العوامل شديدة التأثير على الطلب السياحي فتدهور العامل الأمني في الجزائر خلال فترة التسعينات خصوصا ساهم وبدرجة كبيرة في تدهور وضعية القطاع السياحي وتأخره حيث وعلى سبيل

<sup>33</sup> صالح مفتاح ، عتيقة وصاف ، متطلبات صناعة السياحة في ظل تحرير التجارة والخدمات السياحية ، الملتقى الدولي حول : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، أيام 09 10 مارس 2010 ، ص10 ص 09 .

المثال " انخفضت مداخيل القطاع من 105 مليون دولار أمريكي سنة 1990 إلى 20 مليون دولار أمريكي سنة 1998 أي ما يمثل نسبة انخفاض تقدر ب 81%<sup>34</sup> ولا زالت اثار العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر

ظاهرة و مؤثرة على وضعية القطاع إلى يومنا هذا .

- الأوضاع والمتغيرات السياسية في المنطقة إلى جانب الأزمة الاقتصادية العالمية<sup>35</sup> .

- اعتماد الجزائر على القطاع العام في الهياكل السياحية ذات تكاليف باهظة والإدارة البيروقراطية وإهمال دور القطاع الخاص مما ساهم في تدهور القطاع السياحي بشكل ملحوظ بحرمانه من الإستثمار الخاص

الوطني والأجنبي<sup>36</sup> وهو ما أدى إلى نقص الإستثمار في الهياكل السياحية القاعدية .

- تدني طاقات الإيواء للمؤسسات الفندقية وكذلك تدني مستوى الخدمات بها .

- اهمال مختلف البرامج التنموية الاقتصادية لقطاع السياحة و اعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات

الأخرى في الاقتصاد الوطني والإعتماد الكلي على قطاع<sup>37</sup> .

- صعوبة الحصول على العقارات اللازمة لإقامة المشاريع السياحية .

- تعدد وتضارب الإختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع

السياحية مما يؤدي إلى عرقلة المستثمرين .

- تحديد خريطة دقيقة لمناطق التوسع السياحي للمناطق ذات الأولوية في الإستثمار السياحي

- صعوبة وتعدد الإجراءات المرافقة لطلبات المستثمر السياحي مما يؤدي إلى تعطيل الاستثمار السياحي في

العديد من المناطق السياحية .

- ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الفنادق والخدمات السياحية . والأنشطة السياحية الأخرى

كالضرائب على الأرباح مما يؤدي إلى رفع سعر الخدمات السياحية ومن ثم التأثير على القدرة التنافسية

للمنتج السياحي المحلي ، والتأثير على ربحية المشاريع السياحية مما ينتج عنه التأثير على الاستثمار السياحي

في المستقبل .

- عدم مواكبة العديد من القوانين خاصة المنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع الذي شهده القطاع

السياحي على المستوى الدولي ، مما يتطلب تعديل هذه القوانين وإعادة صياغتها بشكل يسمح بتطبيقها و

تفعيلها لأجل تنمية القطاع السياحي<sup>38</sup>

- سوء تسيير الذي تعاني منه أغلب المؤسسات العاملة في قطاع السياحة الوطنية .

- التأخر الاقتصادي والتكنولوجي أثر سلبا على قطاع السياحة ، لأن السائح يختار الوجهة السياحية التي

توفر له كل أسباب الراحة والترفيه فالسياح دائما بحاجة إلى شبكة منظمة من المواصلات والاتصالات .

<sup>34</sup>حكيم شبوطي ، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية ، المركز الجامعي الدكتور يحي فارس المدية العدد: 5 ن 2011 ، ص90 .

<sup>35</sup>علي فلاح الزعبي التسويق السياحي و الفندقي ، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان ، ط 2013 ، ص 327 .

<sup>36</sup>صالح مفتاح ، عتيقة واصف صالح مفتاح ، عتيقة وصاف ، متطلبات صناعة السياحة في ظل تحرير التجارة و الخدمات السياحية ، الملتقى الدولي حول : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، أيام 09 10 مارس 2010 ، ص 11 .

<sup>37</sup>صالح مفتاح ، عتيقة واصف صالح مفتاح ، عتيقة وصاف ، متطلبات صناعة السياحة في ظل تحرير التجارة و الخدمات السياحية ، الملتقى الدولي حول : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، أيام 09 10 مارس 2010، ص 11 .

<sup>38</sup>خالد كواش ، مرجع سابق ، ص 185 .

- غلاء أسعار النقل في الجزائر وخصوصا النقل الجوي فالأسعار المعروضة مثلا من شركة الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر جد مرتفعة مقارنة بالأسعار المعروضة من طرف شركة أجنبية في دول أخرى<sup>39</sup>.

- ضعف التسويق السياحي للمنتوج السياحي الجزائري .

- تدهور مستوى الخدمات السياحية بصفة عامة و الخدمات الفندقية بصفة خاصة في الجزائر ، فمستوى الخدمات المقدمة عموما لا ترقى إلى أدنى مستوى .

- غياب تأطير الكوادر في المجال السياحي في المعاهد المتخصصة و الجامعات و ضعف الثقافة السياحية للمجتمع .

- تعقد الإجراءات الجمركية و الإدارية و البيروقراطية التي تواجه السائح بدءا من عملية الحصول على التأشيرة إلى إجراءات المرور في نقاط العبور المختلفة سواء في الموانئ و المطارات أو حتى الحدود البرية ناهيك عن التعامل و بسلبية كبيرة من طرف الأعوان القائمين بذلك .

- ضعف الجهاز المصرفي الوطني و انتشار السوق السوداء في التعامل مع العملة و غياب كلي لمكاتب الصرف .

**المطلب الثالث : الاثار الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي في الجزائر**

تعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات نموا في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية باعتبارها قطاعا إنتاجيا و إستراتيجيا يكتسي أهمية كبيرة من خلال مساهمتها في العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية من حيث كونها مصدرا مهما للدخل بصفة عامة و موردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة إذ بلغت عائداتها مئات المليارات من الدولارات كنتيجة لزيادة في عدد السياح الذي وصل إلى مئات الملايين .

كما تعد السياحة عنصرا مؤثرا في تنشيط الإستثمار المحلي و الأجنبي و خلق فرص عمل جديدة كما تساهم في الناتج المحلي و في تحسين ميزان المدفوعات و هدفا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة اثار إيجابية تعود بالفائدة على الاقتصاد الوطني و يمكن إدراج هذه الاثار فيما يلي :

**أولا : نصيب السياحة الجزائرية من إيرادات السياحة الدولية .**

المؤشر الذي يؤكد على التطور في القطاع السياحي هو حجم الإيرادات السياحية السنوية التي تقدمها السياحة إلى الاقتصاد الوطني فحجم الإنفاق للفرد على السياحة تطور بشكل كبير حيث أصبح الفرد ينفق الان حوالي 928 دولار في الرحلة السياحية ، أي أن المبلغ تضاعف ب 11 مرة خلال نصف قرن من الزمن . حيث أن المتتبع لوضعية الإيرادات السياحية للجزائر يلاحظ بأنها في تطور مستمر حيث أنها سجلت عام 2000 إيرادات قدر ب 102 مليون دولار و اعتبارا من سنة 2002 سجلت إيرادات السياحة في الجزائر نموا مطردا فانتقل حجم الإيرادات من 111 مليون دولار عام 2002 إلى 330 مليون دولار عام 2010<sup>40</sup> و الجدول التالي يوضح نصيب الجزائر من إيرادات السياحة الدولية .

<sup>39</sup> حكيم شيوطي ، مرجع سابق ، ص 90 .

<sup>40</sup> رزراز العياشي ، مداحي محمد ، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة ، الواقع و الافاق ، مجلة المستقبل العربي ، 433 مارس 2015 ، ص 43 .

الجدول رقم (2-2) : تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر للفترة (2000 – 2010)

الوحدة : مليون دولار أمريكي

2010	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2001	2000	
330	300	219	215	178	112	111	100	102	الإيراد السياحي

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية .

ثانيا : المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي .

تتبع الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تحقيقها بعض المنافع للدول ويمكن ذكر بعض منها في مايلي :

- السياحة تعد أحد مصادر الدخل القومي وتساهم بدرجة ملموسة في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الإستثمارات الخاصة بقطاع السياحة ( بناء الفنادق ) والمدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلد وفروق تحويل العملة والإنفاق اليومي للسائحين على السلع والخدمات السياحية .
- للسياحة دور في تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة ، كما أنها تعتبر من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للإستثمار مع تكلفة أقل .
- للسياحة دور فعال في زيادة الدخل الوطني من خلال مساهمته بصورة مباشرة في الناتج الوطني الخام ( واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة سجلت الجزائر نسبة 2.3% من حصة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام لعام 2011 و الجدول التالي يوضح تطور حصة الناتج الوطني الخام خلال الفترة ( 2000 – 2011 )<sup>41</sup> .

الجدول رقم ( 2-3) : نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة ( 2000 – 2011 )

2011	2010	2009	2008	2007	2005	2004	2003	2002	2000	السنة
2.3	2.05	1.7	1.02	1.7	1.8	1.7	1.6	1.6	1.4	المساهمة %

المصدر: مصلحة الإحصائيات بوزارة السياحة والصناعات التقليدية . أبريل 2011

يوضح الجدول بأن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متدنية جدا ولم تتجاوز 2.3 % كحد أقصى خلال الفترة وقد كانت هذه المساهمة في أدنى مستوياتها حيث أن ضعف مساهمة القطاع السياحي و محدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي يعود أساسا إلى عدم تنمية هذا القطاع اقتصاديا منذ الإستقلال و مرد ذلك يعود إلى عدم اهتمام الدولة بالسياحة لاعتمادها الكلي على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع وذلك عكس كثير من الدول التي وجدت في السياحة بديلا استراتيجيا و متنفسا لإقتصادها .

ثالثا : الأثر على تحسين ميزان المدفوعات

<sup>41</sup>رزراز العياشي ، مداحي محمد ،السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة ، الواقع و الافاق ، مرجع سابق ، ص 45 ص 44 .

على الرغم من صعوبة قياس أثر المنافع على ميزان المدفوعات بصورة مباشرة فإن السياحة يمكن أن تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة وتحقيق هذه النتيجة لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في مشروعات سياحية والإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية و المنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة و القطاعات الأخرى<sup>42</sup>.

كما تساهم السياحة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال تقديمها منتجا سياحيا تصديريا جديدا منافسا حيث إنه نتيجة لتحفيز الطلب على السلع والخدمات الترفيهية فإن الإنتاج المحلي من هذه السلع والخدمات قد يزداد ويتطور وبهذا يمكن تصدير بعض هذه السلع والخدمات.

#### رابعاً: الأثر على العمالة ( التشغيل )

مما لا شك فيه أن الإستثمارات السياحية تؤدي إلى تحقيق العديد من الفوائد للإقتصاد الوطني خاصة في مجال خلق مناصب شغل عمل جديد .

باعتبار السياحة<sup>43</sup> قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع ولها علاقات عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية الأخرى فهي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من المناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية (الفنادق مثلا) المرافق المكمل لها لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي يسع ل 200 سرير و مطعم و مقهى ب 300 مكان أو مقصد يتم بدورها خلق 60 منصب عمل دائم .

وحسب التقرير العالمي للسياحة والسفر فإن صناعة السياحة ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم و حسب خبراء السياحة فإن كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة .

من جهة أخرى تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية توفيراً لفرص العمل حيث تستوعب نحو 11 % من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم وذلك لكونها تعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري كما أنه من المتوقع طبقاً لإحصائيات مجلس السفر والسياحة العالمي أن تستوعب السياحة 11.8% تقريبا من التوظيف الكلي في عام 2014 . كما تساهم السياحة في تنمية عدد ضخم من الخدمات المتكاملة والمركبة كثيفة العمالة بمختلف مستوياتها فهي تعمل على توليد عمالة مباشرة وغير مباشرة دائمة ومؤقتة و عمالة محفزة ناتجة من الإنفاق السياحي وتمتد إلى عدة أنشطة كالفنادق والمطاعم السياحية ووكالات السفر و القطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي كالصناعات التقليدية وغيرها .

وفي الجزائر و حسب إحصائيات سنة 2011 حيث وفر قطاع السياحة حوالي 344 ألف منصب شغل في الوقت الذي كان يوفر 82 ألف منصب شغل في سنة 2000 و الجدول التالي يوضح ذلك .

#### الجدول رقم (2-4): تطور عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري

الوحدة: ألف عامل

السنة	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2011

<sup>42</sup> خالد مقابلة ، فن الدلالة السياحية ، دار وائل للنشر ، عمان 1999 .ص16

<sup>43</sup> خالد مقابلة ، ن،م،ص19.

344	320	204.4	193.9	172	165	103	95	82	عدد العمال
-----	-----	-------	-------	-----	-----	-----	----	----	---------------

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة. البيئة والإقليم

هذا وبالإضافة إلى عدة اثار اقتصادية واجتماعية أخرى نذكر منها<sup>44</sup> ما يلي :

- تعمل السياحة على نقل التقنيات التكنولوجية الحديثة حيث تساهم وخاصة في حالة السماح للشركات الأجنبية بالإستثمار في المشاريع السياحية . في نقل التقنية سواء كانت بصورة معارف ومهارات أم بصورة آلات ومعدات كما تساهم في تطوير طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية وتحسينها وإيجاد نوع جديد من طرق تقديم السلع والخدمات السياحية وبيعها .
- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية الإقليمية عن طريق تنمية وتطوير المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظا في التنمية ما يحقق قدرا من التوازن الإقليمي في التنمية وهذا يترتب عليه إعادة توزيع الدخول بين المدن السياحية الجديدة والتقليدية ولا شك أن تحقيق درجة معينة من التنمية الاقتصادية للأقاليم قد يساهم مساهمة بناءة في تحقيق التوازن الاقتصادي بين مناطق الوطن وحل الكثير من المشكلات الاجتماعية فيها كما أن القطاع السياحي يساعد الدولة على تنمية المناطق النائية والمعزولة والتي تحتوي على مناطق سياحية .
- العمل على تفادي الاثار الاقتصادية السلبية كزيادة حدة التضخم عن طريق تطبيق سياسات اقتصادية مدروسة .

- تحقيق عملية التكامل الثقافي والاجتماعي والحضاري داخل المجتمع الواحد ، لأنها عن طريق الخدمات التي تؤدي تلعب دورا هاما في التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للسكان .

- ترقية الصناعات التقليدية والتراث الثقافي .

- الحفاظ على الاثار التاريخية وترقيتها عن طريق التبادلات والرحلات .

- تساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب في العالم مما يؤدي إلى تكوين رأي عام دولي للسلام والأمن الدوليين كما تساهم في التقارب الحضاري والثقافي والرياضي بين شعوب العالم .

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ترجع إلى مساهمته في العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية من خلال " زيادة الدخل القومي " وتحسين مركز ميزان المدفوعات وتشغيل عدد كبير من اليد العاملة إضافة إلى أن القطاع السياحي يولد صادرات غير منظورة والتي تعتبر جزءا هاما من الدخل القومي .

#### المبحث الثاني: استراتيجيات تنمية القطاع السياحي في الجزائر

إن السياحة أصبحت أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في العالم، فبعد أن كان النشاط السياحي يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء أصبحت ظاهرة جماهيرية. وبذلك تعمل الجزائر كدولة أكبر مساحة عربيا وإفريقيا ولها مقومات سياحية قيمة ومميزة على إعداد استراتيجيات تنمية للقطاع السياحي تكون بديلة ومدعمة للاقتصاد الجزائري .

<sup>44</sup> خالد مقابلة ، فن الدلالة السياحية ، دار وائل للنشر ، عمان 1999، ص22.

وذلك من خلال ما تملكه الجزائر من مقومات ومؤهلات سياحية كبرى تجعلها تقوم باستراتيجية تنموية تساهم في تفعيل الاستثمار في القطاع السياحي . وللعمل عليها حتى تكون هناك البيات انعاش السوق السياحية في الجزائر ، و بالتالي دعم الاقتصاد الجزائري .

#### المطلب الأول : البيات تفعيل الاستثمار في القطاع السياحي

في ظل التغيرات التي عرفتها الجزائر اتبعت سياسة جديدة وهي فتح المجال امام الاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي في القطاع السياحي ، وكذا الشروع في خوصصة قطاع السياحة . و بالتالي قامت الجزائر بوضع عدة قوانين لتشجيع الاستثمار ، كالتسهيلات المالية و الإعفاءات الجمركية و الجبائية . و ذلك حسب قانون الاستثمار الصادر في 5 أكتوبر 1993<sup>45</sup> و أهم هذه الامتيازات هي كما يلي :

1- الامتيازات الممنوحة ضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 و الجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (2-5) : امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993

الجنوب الكبير	الطوق الثاني للجنوب	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات	المساعدات على الإنجاز
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل
0.5 %	0.5 %	0.5 %	0.5 %	التسجيل تأسيس حقوق بعقود الشركات ورفع رؤوس أموالها
إعفاء 10 سنوات	إعفاء من 07 س على الأقل	إعفاء من 5 س إلى 10 سنوات	إعفاء من 02 س إلى 5 سنوات	الرسم العقاري
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA
0.3	0.3 %	0.3 %	0.3 %	الحقوق الجمركية
تكفل جزئي أو كلي	5 %	تكفل جزئي أو كلي	لا شيء	أشغال المنشآت
امتيازات يمكن ان تصل الى الدينار الرمزي	تخفيض 5 %	امتيازات يمكن ان تصل الى الدينار الرمزي	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية	التنازل على الأراضي العمومية
لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء	التخصيص على نسبة الفوائد

المصدر : مجلة الاستثمار والشراكة في السياحة . وزارة السياحة و الصناعات التقليدية . 1994

وقد تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 عدة ضمانات داخلية و دولية ، كمبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين المحليين و الأجانب فيما بينهم ، وعدم إمكانية اللجوء إلى تسخير من طرف العدالة إلا في الحالات

<sup>45</sup>الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في : 22 / 08 / 2002 .

التي ينص عليها التشريع المعمول به ، وكذا ضمانات التحويل أو التنازل مرسوم تشريعي 23 / 12 الذي نص على إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناجم عنه .

2- قانون الاستثمار لسنة 2001<sup>46</sup> حيث استمرت الحكومة الجزائرية جهودها الترويجية لجلب الاستثمارات الأجنبية وذلك من خلال إصدار قوانين جديدة من شأنها أن تعطي دفعا قويا للقطاع السياحي ، فتم بموجب القانون إنشاء صندوق لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل و التكفل بمساهمة الدولة في كافة المزايا الممنوحة للاستثمار ، لا سيما المنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمار كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار ، ولقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين والأجانب ، وهي كالتالي<sup>47</sup> :

أ- النظام العام وتمثل هذه المزايا فيما يلي :

- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل

مباشرة في إنجاز الاستثمارات .

- الاعفاء من الضريبة على القيمة المضافة .

- الاعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية .

ب- النظام الاستثنائي عند إنجاز الاستثمار ، يستفيد الاستثمار من المزايا التالية :

- الاعفاء من دفع حقوق نقل الملكية .

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 02 %

أما فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال ، تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد

تقييمها من طرف الوكالة ، كما يلي :

- عند انطلاق الأشغال :

- الاعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على الأرباح الشركات ، و ممن الضريبة على الدخل

الإجمالي على الأرباح الموزعة ، ومن الدفع الجزائي و من الرسم على النشاط المهني .

- الاعفاء لمدة 10 سنوات ابتداء من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل

في إطار الاستثمار.

**المطلب الثاني : استراتيجية الخوصصة في القطاع السياحي**

تميزت مرحلة خوصصة المؤسسات السياحية الجزائرية<sup>48</sup> بتحديد الإطار القانوني الضروري لتطوير

الاستثمارات وكذلك تدهور الأوضاع الأمنية ، هذا انعكس سلبا على القطاع السياحي ، إذ تراجع عدد

السياح الوافدين إلى الجزائر من سنة 1990 إلى غاية 1996 ، بحوالي 359895 سائح إلى 18000 سائح ولكن

مع رجوع الاستقرار والأمن للوطن عاد الانتعاش إلى القطاع إذ بلغ رقم الأعمال لفرع السياحة 3.622 مليون

دج ، أي ما يعادل 26 % مقارنة بنفس الفترة لسنة 1999 و الجدول التالي يوضح الفنادق التي عرضت

للخوصصة .

<sup>46</sup>الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة 22 / 08 / 2002 .

<sup>47</sup>لخساف منى ، دراسة مقارنة للتجربة السياحية للجزائر مع بعض الدول المتوسطة رسالة ماجستير كلية الاقتصاد و التسيير جامعة الجزائر 2003 ص70 .

<sup>48</sup>حميدة بوعموشة دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر ، مرجع سابق ص 127 ص128 .

الجدول رقم (2-6) : الفنادق التي عرضت لخصوصية

المدينة	الفندق	المساحة	عدد الغرف	الغرف الفاخرة	قدرة الإطعام
غرداية	ميزاب	26827	141	9	400
تيزي وزو	عمراوة	35155	152	4	300
بومرداس	رايس	1003	61	7	300
ورقلة	مهري	5234	48	4	200
بوسعادة	القائد	/	45	/	200
قسنطينة	بانورميك	4734	66	1	240
تلمسان	الزيانيين	30000	135	7	200
تلمسان	المغرب	4000	107	/	145
عنابة	اشرق	2939	49	/	1145
الجزائر	السفير+السوفيتال	/	/	/	/
الجزائر	البيراول	3695	/	40	160
سطيف	الهضاب	1105	308	26	334
باتنة	شيلية	143645	68	3	186
عنابة	سيبوس	9996	71	3	200
الطارف	المرجان	23000	288	/	200
وهران	الكبير	/	103	2	180
وهران	الشاطوناف	2344	81	4	160

المصدر: وزارة السياحة. بتصريف

كما تمت عملية الخصخصة للقطاع السياحي على<sup>49</sup> مرحلتين :

<sup>49</sup>حميدة بوعموشة دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر ، مرجع سابق ص 127 ص

المرحلة الأولى: تمثلت في العرض الفوري للمشاريع الفندقية التي هي في طور الإنجاز أو في طريق الإنتهاء حيث تم في 1995 معرض مزايدة وطنية و دولية لبيع 5 فنادق وهي :

الجدول رقم (2-7) : الفنادق المعروضة للخصخصة في المرحلة الأولى

المشروع	الترتيب	طاقة الايواء (سرير)	نوع المنتج	نسبة الانجاز%
الفندق الدولي لمطار الجزائر	04	660	حضري	90
فندق لوس الواد	03	300	صحراوي	98
فندق بجاية	03	300	حضري	50
فندق المسيلة	02	300	حضري	85
فندق شاطوناف بوهران	04	600	حضري	60

المصدر: وزارة السياحة

المرحلة الثانية: تم خلال هذه المرحلة عرض إضافي يشمل المؤسسات الفندقية قيد الإستغلال وبما انها لا تتمتع بنفس الصحة التجارية المالية و المادية كما انها لا تتوفر على نفس التجهيزات فقد اعتمد المبدأ المطبق في خصوصتها على تصنيفها إلى ثلاث أصناف :

الصنف "أ": وهي الفنادق الحسنة ، الصنف "ب" وهي الفنادق المتوسطة

الصنف "ج": وهي الفنادق الأقل حسنة ، ويتم ترتيبها وفق خمس معايير تبعا للموقع السوق المستقبلية ، حالة تجهيزات المؤسسات ، الإنجازات السابقة و المردودية التقديرية و تعرض هذه الفنادق في شكل مزايدة وطنية و دولية و لم يتم أي عرض لشرائها بسبب :

- تأخر عملية تقديم المؤسسات المراد خصصتها

- مشكل ملكية الأراضي التي تقام عليها المؤسسات .

و قد تم في هذه الفترة تصنيف<sup>50</sup> 60 مؤسسة فندقية قيد الإستغلال و التي تشملها عملية الخصخصة وهي موضحة في الجدول التالي :

الجدول رقم (2-8): تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخصخصة خلال المرحلة الثانية

المجموع	الصنف ج	الصنف ب	الصنف أ	المؤسسات
03	/	/	03	فنادق حضرية صنف عالي
18	01	10	06	فنادق صنف متوسط
10	01	02	07	مركبات شاطئية
18	05	07	06	فنادق صحرواية

<sup>50</sup>حميدة بوعموشة دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر ، مرجع سابق ، ص127  
ص128 .

08	01	07	-	محطات مياه معدنية
02	-	02	-	محطات مناخية
01	-	-	01	مراكز التداوي بمياه البحر
60	09	28	23	المجموع

المصدر: <sup>51</sup>

وبناء على هذا التصنيف حددت الوزارة ترتيبا للمستثمرين الذين يقومون بخصوصية كل نوع من هذه الأصناف وهذا حسب الإمكانيات المالية لكل منهم كما يلي :

- المستثمرون المستهدفون للصف "أ": والأفضلية هنا تكون لأكبر البلدان الموفدة للسياح كأوروبا الغربية ، وأمريكا الشمالية و دول الخليج .

- الوطنيون المقيمون في الخارج و الذين لديهم تجربة في الفندق

- المستثمرون الوطنيون و المؤسسات ( بنوك ، مؤسسات خاصة )

- المستثمرون المستهدفون للصف "ب": وتشمل :

- المحترفون الأجانب غير المختارين ( مجموعات فندقية ، وكالات ...)

- مستثمرون مؤسساتيون جزائريون مقيمون و غير مقيمين

- المستثمرون المستهدفون للصف "ج": وتشمل مستثمرون وطنيون و أجانب غير مختارين <sup>52</sup>.

وقد أعطت الدولة خلال العشرية الأخيرة اهتماما كبيرا بقطاع السياحة نظرا لأهميته الاقتصادية و الاجتماعية على السواء ، فلجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كفاءات التنمية المستدامة لهذا القطاع و القوانين الخاصة باستغلال الشواطئ و كذا مناطق التوسع السياحية . و قد قررت الدولة تخصيص القطاع من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية المكلفة بتسيير 174 منطقة توسع سياحي .

وقد صادق المجلس الشعبي الوطني يوم 2003/01/06 على مشروع القانونين المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة و المواقع السياحية ، و قد أخذت التعديلات المقترحة على مشروع القانون بعين الإعتبار ضرورة الإرتقاء بهذا القطاع إلى مصاف القطاعات المساهمة في زيادة الثروة ، و تمحورت هذه التعديلات حول :

1 - ضرورة وضع حد لعدم الإنسجام السائد في التنمية السياحية التي تعرفها المؤسسات السياحية الوطنية و ذلك بتبني أسلوب جديد في التسيير يضمن الاستمرارية في العمل و يعتمد على تهمين الثروات الطبيعية و الثقافية و الحضارية المتاحة .

<sup>51</sup> حميدة بوعموشة ، مرجع سابق ، ص 127 ص 128 .

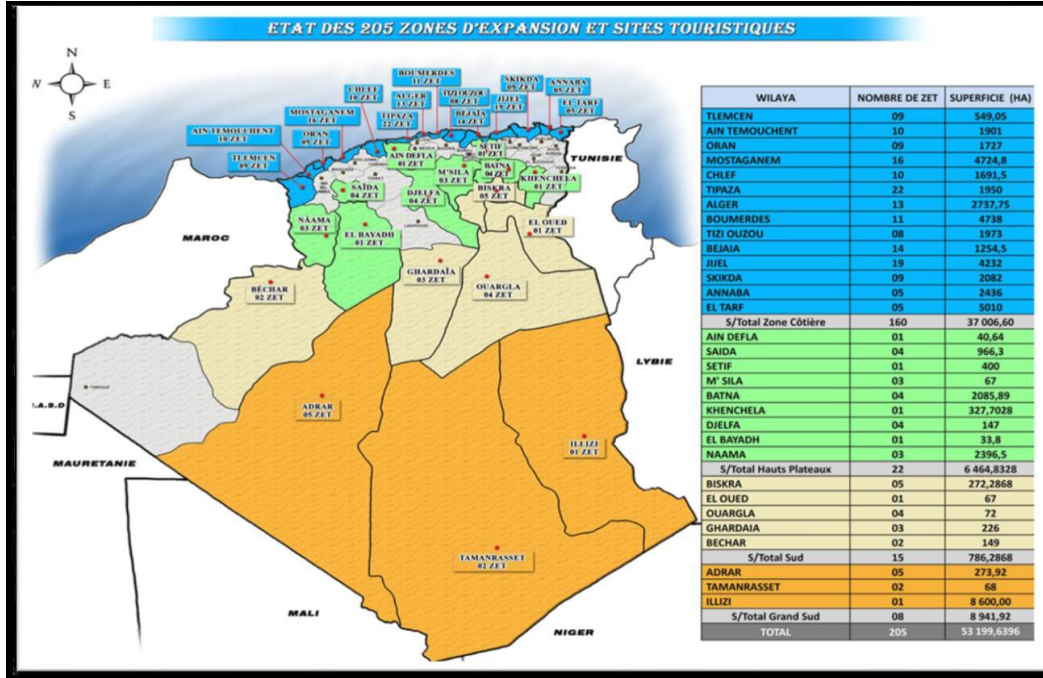
<sup>52</sup> حميدة بوعموشة ، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة ، دراسة حالة الجزائر ، مرجع سابق ، ص 127 ص 128 .

2 - توفير العرض السياحي و كذلك تطوير وبعث أشكال جديدة للأنشطة السياحية تلي حاجات السواح و قد تم التأكد على الأهمية القصوى لضبط إستراتيجية وطنية واضحة في ميدان السياحة و كذلك ترقية الاستثمار و الشراكة و الاستغلال الأمثل للعقار السياحي .

هذا و قد صادق المجلس الشعبي الوطني على مشروع التوسع و المواقع السياحية مع تسجيل 31 تعديلا على نص المشروع . حيث تركزت التعديلات حول العقار السياحي الذي يعرقل الاستثمار السياحي عبر مختلف مناطق الوطن كتلك المتعلقة بالعقوبات و مخطط التهيئة السياحية و اليات المراقبة لاسيما الخاصة بتحويل الأملاك العقارية و الاستثمار .

و قد أكد أعضاء المجلس أن مشروع القانون هذا من شأنه تحديد المواقع السياحية و حمايتها من الخطر العمراني و من المناطق الصناعية للقضاء على الفوضى و الحفاظ على الملكية الخاصة مع منح الأولوية في الاستثمار إلى صاحب الملكية .

الشكل رقم ( 9-2) : التوزيع المجالي لمناطق التوسع السياحي



المصدر: الوكالة الوطنية لتنمية السياحة

### المطلب الثالث : آليات انعاش السوق السياحية في الجزائر

تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة و جعلها واحدة من الأولويات الوطنية و تحويل الجزائر إلى أحد مراكز الجذب السياحي بالدرجة الأولى ، و ذلك من خلال تطبيق استراتيجية تنمية فعالة و طموحة إضافة إلى إنتهاج الخيار التنموي في هذا القطاع الصناعي البديل الذي في الكثير من الدول مصدرا أساسيا في تحقيق التنمية المستدامة و ذلك لما يساهم به هذا القطاع في تكوين الثروة و توليد الدخل المستدام و لكن هذا القطاع في الجزائر لم يلقى العناية الكافية و اللازمة و بالتالي مساهمته جد محدودة في التنمية الاقتصادية . كما تعرضنا لذلك سابقا .

إن الجزائر اليوم تعمل أكثر من أي وقت مضى من أجل تنمية السياحة الوطنية والعمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية في العالم وبالتالي العمل على جعل الجزائر مقصد سياحي عالمي خاصة وأن القطاع السياحي الوطني يملك من المؤهلات ما يجعله قادرا على تحقيق الأهداف المرجوة . ولتحقيق وتفعيل عملية تنمية هذا القطاع قامت الحكومة بإعداد مخطط توجيهي للهيئة السياحية لافاق عام 2025 (SDAT 2025 س.ت.ث.م) .

أولا : المخطط التوجيهي للهيئة السياحية: ( م.ت.ن.س SDAT 2025 )

يعتبر المخطط التوجيهي للهيئة السياحية 2025 S.D.A.T جزءا لا يتجزأ من المخطط الوطني للهيئة الإقليمية 2025 S.N.A.T وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر التي من خلالها تقوم الدولة ب :<sup>53</sup>

- 1- عرض رؤيتها حول تطور السياحة على مستوى افاق زمنية مختلفة سواء على المدى القصير أو على المدى الطويل 2025 في إطار التنمية المستدامة .
  - 2- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده .
  - 3- ضمان في إطار التنمية المستدامة توازن الإنصاف الاجتماعي والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة .
  - 4- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر قصد الارتقاء بها لدرجة الامتياز في المنطقة الأوروبية المتوسطية .
- إن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة 2025 SDAT هو عبارة عن تنويع ناضج لمسار طويل من الأبحاث والدراسات والتحقيقات والخبرات فهو نتيجة عمل فكري طويل تم باستشارة الفاعلين الوطنيين والمحليين العموميين والخواص على مدار الجلسات الجهوية .

وبالتالي هذا المخطط يحدد التوجهات الاستراتيجية للهيئة السياحية وفي إطار التنمية المستدامة لكامل التراب الوطني إذ يركز المخطط الوطني التوجيهي للهيئة السياحية ويعالج الديناميكيات او الحركات الخمس التالية<sup>54</sup>:

- الحركية الأولى : مخطط الجزائر كوجهة سياحية .
- الحركية الثانية : الأقطاب السياحية ذات الامتياز والتي تعتبر الواجهة للجزائر .
- الحركية الثالثة : مخطط الجودة السياحية .
- الحركية الرابعة : مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص .
- الحركية الخامسة : مخطط تمويل السياحة .

ثانيا: مخططات تطوير السياحة حسب المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لافاق 2025

لقد شرع في الجزائر العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية قصد تفعيل التحول السياحي للجزائر وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات الأولوية وكدافع للانطلاق السياحي مدعومة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص ،

<sup>53</sup>المخطط التوجيهي للتنمية السياحية ، الكتاب 1 تشخيص و السياحة الجزائرية ، وزارة تهيئة الأقاليم البيئية و السياحية ، جانفي 2008 ، ص 4 .

<sup>54</sup>عبد القادر حسين " استراتيجية التنمية المستدامة للقطاع السياحي في الجزائر " ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 02 ، 2013 ، ص

إضافة إلى مخطط التمويل السياحي . وفيما يلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة حسب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لافاق 2025<sup>55</sup> :

### 1- مخطط وجهة الجزائر :

تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية ، وأيضاً من غياب الصورة والاستثمار السياحي لذا عليها تحسين وتقوية صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة ، وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية .

وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة ، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق .

### 2- الأقطاب السياحية للامتياز :

القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة ، التسلية ، الأنشطة السياحية والدورات السياحية ، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ، ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية ، ومتعدد الأقطاب مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق وقد حدد المخطط التوجيهي<sup>56</sup> للتهيئة السياحية في هذا الإطار ، سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي :

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق : ويشمل كل من عنابة ، الطارف سكيكدة ، قالمة ، تبسة ، سوق الأهراس .

- القطب السياحي للامتياز شمال وسط : الجزائر ، تيبازة ، بومرداس ، البليدة الشلف ، عين الدفلة ، البويرة ، بجاية ، تيزي وزو .

- القطب السياحي للامتياز شمال غرب : مستغانم ، وهران ، عين تموشنت تلمسان ، معسكر ، سيدي بلعباس ، غليزان .

- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق : الواحات ، غرداية ، بسكرة ، الوادي المنيع .

- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب : توات ، القرارة ، طرق القصور أدرار ، تيميمون ، بشار .

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير : طاسيلي ، إليزي ، جانت .

- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير : أدرار ، تمنراست .

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقاً لقدراتها بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن ، وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ومتنوعة ( سياحة صحراوية ، سياحة لاستجمام ، سياحة علاجية وصحية ) وستسمح هذه الأقطاب السياحية للامتياز ب بروز تنوع سياحي على كافة الإقليم وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاطرة للتطور السياحي .

إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني ، عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع .

### 3 مخطط النوعية السياحية :

<sup>55</sup> عامر عياني " الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة ، حالة الجزائر " أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص تسيير المؤسسات كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2009 ، 2010 ، ص 110 ص 109 .

لقد أصبحت النوعية اليوم مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبيرة انما الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم ، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم .

فالمخطط النوعي للسياحة يشمل :

- تحسين نوعية و تطوير العرض السياحي .
- منح رؤية جديدة للمحترفين .
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية .
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية .

وقصد الاستجابة للهدف المادي و النقدي في مخطط الأعمال<sup>57</sup> 2025 أصبح العنصر البشري أمراً ضرورياً ، و على أساس حدد المخطط ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين قصد تحفيز الجزائر سياحياً في افاق 2025 .

- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية ، و تأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة .
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحي .
- الابتكار و استعمال تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في مخطط النوعية السياحية.

4- مخطط الشراكة العمومية – الخاصة :

لا يمكن تصور تنمية دائمة لسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي و الخاص و يمكن الحديث عن الشراكة العمومية – الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون و الخواص سوية للاستجابة لطلب الجماعي للمنتجات السياحية .

فإذا كانت الدولة تمارس دوراً ضرورياً في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة ، و وضع المنشآت القاعدية كالطرق لمطارات في خدمة السياحة كما أنها تسهر على النظام العام و حفظ الأمن و تدير المتاحف و الاثار التاريخية ، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار و الاستغلال السياحي ، يثمن و يسوق الأملاك و الخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه .

و على هذا الأساس يسعى مخطط الشركة العمومية – الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص و ذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية و تحقيق منتج سياحي نوعي ، و جعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية و تنافسية لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً .

#### 5- مخطط تمويل السياحة :

يهدف هذا المخطط إلى تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية و في هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات سوف تسمح بمرافقة المستثمرين و أصحاب المشاريع في اتخاذ القرار و تقليل المخاطر بالإضافة إلى تسهيل منح القروض و الحسومات و تمديد مدة القروض و الهدف من هذه الإجراءات يتمثل :

- حماية و مراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة .
- العمل على تجنب المشاريع السياحية التوقف .
- جذب و حماية كبار المستثمرين المحليين و الأجانب .

- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية والمالية.  
- تسهيل وتكثيف التمويل المصرفي للنشاطات السياحية وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي .

ثالثا : الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ( SDAT 2025 ) :

تتمثل أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في خمسة أهداف رئيسية وهي :

1- جعل السياحة احدى محركات النمو الاقتصادي :

وهذا من خلال تنمية القطاع السياحي ليكون كقطاع بديل للمحروقات عن طريق المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى كميزان المدفوعات والميزان التجاري ، الناتج المحلي الإجمالي ... الخ ، إضافة إلى إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة سياحية بامتياز و منارة في حوض البحر المتوسط ، وهذا قصد المساهمة في خلق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد .<sup>58</sup>

2- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى :

كالفلاحة ، الصناعة ، الأشغال العمومية ، الخدمات وغيرها و يأخذ بعين الاعتبار جميع المتعاملين العموميين والخواص ( الجزائريين والأجانب ) إضافة إلى الإنسجام مع استراتيجية القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار (م.ت.ن.س SDAT 2025 ) .

3- التوفيق بين ترقية السياحة و البيئة :

وهذا باعتبار أنه<sup>59</sup> هناك علاقة وأثر متبادل بين السياحة و البيئة التي تعتبر من أهم الأمور التي تساعد على تقدم السياحة وزيادة حركتها كما أن تدهور البيئة يؤدي إلى تدهور النشاط السياحي .

4- ترميم التراث التاريخي ، الثقافي ، والشعائري :

وهذا باعتبار أن استراتيجيات التنمية السياحية الدائمة ، هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث و تساهم في التنمية المحلية .

5- التحسين الدائم لصورة الجزائر :

وهذا من خلال احداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون عن الجزائر بصورة عامة و السوق الجزائرية بصفة خاصة ، ضمن افاق جعل منها سوق هامة وليست ثانوية تستجيب لحاجيات المستهلكين الدوليين .

المبحث الثالث :تنمية الوعي السياحي في الجزائر

السياحة كصناعة و خدمة ، أصبحت تعد من القطاعات التي تتطلب وضع خطط مناسبة للإعلام عنها عبر مختلف وسائل الإتصال وأشكاله ، فأضحت تساهم بدور فعال في مجال الإعلام في الصناعة السياحية . حيث أن وسائل الإعلام تلعب دورا حيويا في عالمنا المعاصر كما تساعد في تسهيل الاتصال بين مختلف قطاعات المجتمع الواحد من جهة و بين المجتمعات بعضها بعض من جهة أخرى ، لما تتداوله من أخبار و

<sup>58</sup>المرجع السابق 22.23

<sup>59</sup>المرجع السابق ، ص 22.23

معلومات و معارف تؤثر في الوعي و الرأي الجماهيري و هو أهم ما يحتاجه قطاع السياحة و لهذا سوف نقدم في هذا المبحث صورة مبسطة عن الإعلام السياحي و أهدافه و وسائله لما له من دور في زمننا هذا.

### المطلب الأول : تعريف الإعلام السياحي

بداية الحديث عن الإعلام السياحي يتمثل في مفهوم الإعلام أولا فهو كافة أوجه النشاط الإتصالي التي تمتد الجمهور بالمعلومات الثابتة ، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة و الوعي و الإدراك و يساهم في تنوير الرأي العام و تكوين الرأي الصائب لدى لجمهور المتلقي للمادة الإعلامية . فالإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير لروحها و ميولها و إتجاهاتها .

أما الإعلام السياحي فيعد أحد أشكال الإعلام إذ يعرف على أنه " كافة أوجه النشاط الإتصالي المخطط و المستمر التي يمارسها إعلاميون و متخصصون بهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق و الأخبار و المعلومات الصحيحة عن القضايا و الموضوعات و المشكلات و مجريات الأمور المتعلقة بالسياحة بطريقة موضوعية و بدون تحريف عن طريق وسائل<sup>60</sup> و أشكال الاتصال المختلفة و بكافة الأساليب الفنية للإقناع و التأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية و من أجل جذب أكبر عدد من الافراد للإقامة بعيدا عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها ."

من خلال هذا التعريف<sup>61</sup> يتضح لنا أن الإعلام السياحي ضروري لتقديم للجمهور صورة مبسطة و واضحة و صادقة عن مختلف المحفزات السياحية ، المنجزات ، الخدمات ، المواقع و الآثار السياحية المتواجدة بتلك المناطق . يعمل الإعلام السياحي على إيضاح الجوانب الإيجابية المفيدة و عناصر الجذب السياحي و زوايا الإثارة الطبيعية ، و إبراز النشاطات التي تمارس و الجوانب التطويرية و الإستثمارات التي تحصل في الإطار السياحي لتحفيز الفرد على الإتجاه نحو الحركة السياحية و إستقطاب السياح إلى مراكز الإثارة و الترفيه بغرض التوعية و ضرورة نمو الوعي السياحي لديه .

و بالتالي الإعلام السياحي عبارة عن توصيل المعلومات التي تخص السياسة الداخلية و الخارجية للقطاع السياحي و التعرف بالمناطق السياحية بإظهار حقائق إيجابية عنها تجلب أنظار السائح .

### المطلب الثاني : وظائف الإعلام السياحي

يعد الإعلام في المجال السياسي ناجحا إذ نجح في تعظيم الناتج الاقتصادي و الاجتماعي من كافة الأنشطة السياحية وهذا عن طريق العمل على مختلف المحاور في إطار من التخطيط الشامل و السليم ، و لعل هذا ما تصبو إليه مختلف وظائف الإعلام السياسي و التي تتمثل في<sup>62</sup> :

- الأخبار :

هو نشر المعلومات الخاصة بالوقائع و الأحداث التي تحصل داخل المجتمع و خارجه و تحديد اتجاهات القوى الفاعلة و العلاقات بينها و الإحاطة بمجمل التجارب و الخبرات الاجتماعية الاقتصادية ، السياسية و ظروف تشكلها .

<sup>60</sup>أ.د . محمد منير حجاب ، الإعلام السياحي ، ص 63

<sup>61</sup>المرجع السابق ص 63

<sup>62</sup>المرجع السابق ص 74

أما فيما يتعلق بوظيفة الإعلام السياحي فهي تزويد الجمهور بالبيانات والأحداث والوقائع الداخلية و الخارجية و مختلف الأنشطة التي تجعله يدرك قيمة ما يحيط به ، مما يؤدي إلى تبلور الوعي السياحي لديه و العمل على جذب السياح و المحافظة على المعالم الأثرية و على كل ما يتواجد بالبيئة المحيطة .

#### - التفسير :

نشأت هذه الوظيفة حديثا بعد أن تعقد المجتمع و ازدادت تخصصاته فتطلب على الإعلام السياحي أن يشرح للجمهور بطريقة مبسطة و بلغة سهلة سلسلة و بالإعتماد على الأرقام ، البراهين و الحقائق و تفاصيل القضايا و المشكلات السياحية الراهنة ، فيعتمد الإعلام السياحي من خلال مختلف وسائله على تفسير الأحداث السياحية و مدى تأثيرها على الجماهير عن طريق جمع المعارف أو تكوين صور حقيقية للعالم الذي حوله إذن تكمن هنا أهمية التفسير و التبسيط للسائح<sup>63</sup> .

#### - التثقيف و التعليم :

يقدم التعليم وجهات نظر ثابتة و يساعد على تنمية الفكر و تقوية النقد و تربيته الشخصية الإنسانية و الإعلام من أهم وسائل التثقيف و التعليم كما له القدرة على التأثير في حياة الناس و على طرق معيشتهم حيث يقوم ببث الأفكار و المعلومات و القيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع و تساعد على تطبيع أفرادهم و تنشئتهم على المبادئ الأساسية ( المثلى أو العليا ) . و بفضل هذه الوظيفة يمكن أن تتم عملية التوعية بقضايا التنمية و وضع الحلول لها من خلال أشكال الاتصال المختلفة مما يخلق حوار ملائم و يبرئ للفرد أساليب التعامل مع السائح و التكيف مع البيئة .

#### - الإقناع :

يعد تحقيق الإقناع من أهم الوظائف الإعلامية لدوره في تعميق مفهوم الوعي السياحي ، فهو يعتبر كجهد اتصالي إعلامي مدروس للتأثير في الجمهور و تحسيس ميولهم من مختلف وسائل الإعلام و ذلك لدفعهم نحو اتخاذ موقف إيجابي و فعال للسياحة و تعديل الصورة الذهنية لديهم و تدعيم الاعتقاد بأهميتها الاجتماعية ، الاقتصادية و الثقافية و مدى الاستفادة المحققة من ازدهار السياحة ،

#### - نشر الثقافة :

تعتبر السياحة<sup>64</sup> كظاهرة حضارية و وسيلة اتصال ثقافي بين الأمم و الشعوب إذ يتجسد ذلك عن طريق التقديم للجمهور مجموعة من القيم ، المفاهيم ، المعتقدات و مختلف أساليب الحياة سواء كانت محلية أو عالمية .

#### - الترفيه :

تعد الوظيفة الأكثر شيوعا و هدف أساسي من أهداف وسائل الإعلام لما يتوجب على القائمين بالإعلام إعداد و نشر المادة الإعلامية بمحتوى يحد من التوترو توفر للأفراد الراحة و الاسترخاء و تقوية الوعي السياحي لديهم و هذا وفق اليات تنشيطية .

#### - التسويق و الإعلان :

<sup>63</sup> م ، س ، ص ، 74 .

<sup>64</sup> م ، س ، ص ، 74 .

يعد الإعلان أحد أهم وسائل الاتصال بالسائح لتعريفه بالبرامج السياحية التي تقدمها الهيئات المعنية بالأمر للسائح ، فيعتبر الإعلان كوسيط ناجح بين المنتج وبين البائع والمشتري .

لدى تلجأ إليه المؤسسات والشركات السياحية للإعلان عن البرامج والسياحة الداخلية والخارجية حيث يأتي في مقدمة اهتمامها على الشركات فالإعلان يساعد عند القيام بالحملات الإعلامية إذ يركز على توصيل الرسالة إلى الجمهور وإقناعهم بها بما يتضمنه من عوامل التشويق والجاذبية واختيار التصميمات الملائمة لكل سوق سياحي . كما يشكل مصدرا أساسيا لتمويل وسائل الإعلام سواء كانت مكتوبة ، سمعية أو بصرية

**المطلب الثالث : دور الإعلام السياحي**

للدعاية دور كبير وبارز في نجاح السياحة من خلال التعريف بما تحتويه البلاد من معالم سياحية سواء طبيعية أو تاريخية أو أثرية أو فندقية أو غيرها من المميزات من مجالات الجذب السياحي وذلك<sup>65</sup> باستخدام جميع وسائل الإعلام المرئية والمقروءة والمسموعة وهو صفة لازمة ومحورية لصناعة السياحة . ويتجلى دور الإعلام السياحي كصناعة واستثمار واستقطاب لرؤوس الأموال الأجنبية وتوظيفها في المجال السياحي وانتعاش اقتصاديات البلدان الفقيرة وخصوصا التي تعتمد على السياحة بشكل أساس كمصدر للدخل القومي لأن الإعلام الناجح يصنع سياحة ناجحة. ومن أهم إيجابيات الإعلام السياحي هي تحرير القطاع السياحي من بعض القيود المفروضة عليه الأمر الذي سينعكس إيجابيا على كفاءته وتسهيل قيام المؤسسات السياحية بتقديم خدمات شاملة من خلال عرض معوقاتهما عبر وسائل الإعلام وتدعيم التواجد للتسويق السياحي خارجيا وخلق فرص عمل جديدة للمواطن والحد من البطالة من خلال تحسين الصورة الخارجية للبلاد عبر وسائل الإعلام وعدم المبالغة الزائدة في إظهار التسهيلات والأسعار المنخفضة وجودة الخدمات الفندقية والسياحية وكرم وضيافة المواطن مما يخلق صورة ذهنية إيجابية لفترة قصيرة ولكن غير صحيحة ، وبالتالي ستتحول إلى ردود فعل غير جيدة من قبل الزائر عندما يصطدم بالواقع ويرى العكس والمتمثلة بعدم تكرار زيارة تلك البلاد مستقبلا وتحذير الآخرين من المعارف والأصدقاء من السفر إليها . ومن أهم المشاكل التي يواجهها الإعلام السياحي عدة أمور ومنها قلة أو عدم وجود برامج سياحية تعرض الآثار والمناظر والمناطق المراد زيارتها والاستمتاع بها وضعف تقنيات وسائل الإعلام المطلوبة لمواكبة الأحداث وقلة الاهتمام بالإعلان والترويج السياحي وانعدام وجود دليل سياحي متكامل للتواصل مع السياح وتعريفهم بمعالم البلاد<sup>66</sup> .

كذلك عدم الاهتمام بالمهرجانات والمعارض السنوية والإعلان عنها بالإضافة إلى عدم دراسة طبيعة السائح ومعرفة متطلباته قبل بداية الحملة الإعلانية والفشل في اختيار التوقيت المناسب للإعلان السياحي والجهل في استخدام الوسائل الإعلامية المناسبة ، كما أن الحروب والكوارث الطبيعية التي تنشر عبر وسائل الإعلام الأخرى تعتبر عائقا أمام السياحة إذ لا غنى للسياحة عن الإعلام لكون الإعلام صفة محورية ولازمة لصناعة ونجاح السياحة .

<sup>65</sup> ناصر محمد الحميضي ، الإعلام و دوره في نجاح السياحة ، 03/ 03/ 2018 ، 14:05 ، <http://www.al-jazirah.com/2012/20121128/rj2.htm>

#### خلاصة :

قد إعتمد الاقتصاد الجزائري على المحروقات مما واجه بعض المشاكل الاقتصادية لإنخفاض سعر البترول مما ساهم في إيجاد بدائل متاحة لتنمية وترقية وتطوير الاقتصاد الجزائري.

حيث إعتدنا في هذا الفصل على ثلاث مباحث كل مبحث له ثلاث مطالب ، المبحث الأول يتمثل في واقع السياحة في الجزائر من خلال المطلب الأول بالمؤهلات السياحية للجزائر ، المطلب الثاني معوقات القطاع السياحي في الجزائر ، المطلب الثالث الانار الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي في الجزائر ، أما المبحث الثاني فيتمثل في استراتيجية تنمية القطاع السياحي في الجزائر من خلال المطلب الأول باليات تفعيل الاستثمار في القطاع السياحي ، المطلب الثاني استراتيجية الخوصصة في القطاع السياحي ، المطلب الثالث اليات إنعاش السوق السياحية في الجزائر أما المبحث الثالث يتمثل في تنمية الوعي السياحي في الجزائر من خلال المطلب الأول تعريف الإعلام السياحي ، المطلب الثاني أهداف الإعلام السياحي ، المطلب الثالث دور الإعلام السياحي .

فالجزائر تتمتع بموقع إستراتيجي هام و تتميز بمناظر خلابة و جذابة و غطاء نباتي كثيف و شواطئ على ساحلها ، مما يجعلها تركز على السياحة كبديل إقتصادي صناعي يساهم في زيادة الإنتاج و إحتلال مراتب متقدمة من حيث جذب السياح و أيضا في تطوير الاقتصاد الجزائري .

الفصل الثالث :  
الإطار التطبيقي لمديرية السياحة و  
الصناعات  
التقليدية بمستغانم

## تمهيد

تعتبر ولاية مستغانم من أهم الولايات الساحلية الجزائرية بالجهة الغربية وذلك لما تمتاز به من مؤهلات و موارد طبيعية و مناظر خلابة و جذابة قد تنفرد بها و تتميز بها ، ما يجعلها محل أنظار و اهتمام السياح و الزوار لا سيما خلال فصل الصيف أين تشهد هذه المدينة توافد كبير للسياح و الزوار المحليين من مختلف ربوع الوطن ، كما تعتبر هذه الولاية واحدة من المعالم التي يمر بها خط غرينيتش في الجزائر .

### المبحث الأول : السياحة في ولاية مستغانم

تتميز ولاية مستغانم بموقعها الاستراتيجي و مناخها المعتدل و مناظرها الخلابة و الجذابة ما جعلها من أبرز الولايات في الجزائر ، حتى تاريخها يشهد عليها من أزقة و شوارع قديمة تابعة للطراز التركي و الروماني و حتى الاحتلال الفرنسي فهي تكون مدينة ساحلية تاريخية و من خلال ذلك جذب الكثير من السياح خاصة المحليين للتمتع بالمناظر الطبيعية و الشواطئ الرائعة لولاية مستغانم ، رغم نقص بعض الخدمات و المرافق إلا أن ما تتمتع به ولاية مستغانم يغطي ولو القليل من هذا النقص . فهي تعتبر الجوهرة الغربية للجزائر .

### المطلب الأول : تعريف ولاية مستغانم

تزر ولاية " مستغانم " بالعديد من الأماكن الرائعة الجمال التي تجعلها قطبا سياحيا هاما سواء تعلق الأمر بمناطقها السياحية أو شواطئها الساحرة أو معالمها التاريخية التي عايشتها آنذاك قديما .<sup>67</sup> ولاية مستغانم إحدى ولايات الغرب الجزائري تقع في الجهة الجنوبية من البحر الأبيض المتوسط و هي من أهم المدن الساحلية لتمتعها بجمالها الطبيعي الرائع ، و ثاني أهم مدينة بعد ولاية وهران حيث تتمركز هذه الأخيرة في الشمال الغربي للبلاد و تبعد عن العاصمة ب 350 كم . يحدها من الشرق ولايتي الشلف و غليزان و الجنوب معسكرو من الغرب ولاية وهران أما شمالا البحر الأبيض المتوسط .

تعتبر ولاية مستغانم من المدن الساحلية المعروفة و المقصودة لما تزر به من الشواطئ عذراء و مناظر طبيعية خلابة و فتانة ، فشريطها الساحلي الممتد من سيدي منصور غربا إلى شاطئ البحارة ببلدية أولاد بوغالم شرقا يفتح ذراعيه لاستقبال ضيوفه على مدار السنة ، فعشاق الطبيعة و زرقة البحر يجدون ضالهم في هذه الشواطئ الساحرة و رونق مياهها النقية و رمالها الذهبية و كثافة غاباتها المطلة على ضفاف المتوسط ، هذا بالإضافة إلى وديانها الجارية التي زادتها سحرا و جمالا ناهيك عن جبال الظهرة الممتدة على كامل هذه الشواطئ و التي هي قبلة ملايين المصطافين في موسم الصيف يأتونها من مختلف ربوع و أقطار الجزائر و خاصة الجالية الجزائرية و السياح الأجانب الذين جذبهم الشواطئ بجمالها الساحر و كرم و ضيافة أهلها و نذكر بالخصوص شواطئ " الصبلات ، سلامندر ، وريعة " بالإضافة أنها تتوفر على الأمن و نظام مما يجعل العائلات تشعر بالطمأنينة و الإرتياح .<sup>68</sup>

مستغانم مدينة غنية جدا بالمعالم الأثرية و التي هي رمز من رموز الحضارات التي مرت على المنطقة نذكر منها ضريح " سيدي لخضر بن مخلوف " و " سيدي بلقاسم " و ذلك لعادات و تقاليد مازال يمارسوها سكان مدينة مستغانم مما جعلها تتميز بذلك و جعلها تجذب السواح من داخل و خارج الجزائر .

<sup>67</sup>أسامة بن يخلف ، مستغانم عروس الغرب الجزائري ، 03/ 05 / 2018، 15.30 / 03/ 05 / 2018، Assayahi.com/ar/

<sup>68</sup> أسامة بن يخلف ، م، س، ذ .

## المطلب الثاني : لمحة تاريخية عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

بناء على تقرير وزير السياحة و الصناعة التقليدية و بناء على الدستور لاسيما المادتين 85 - 3 و 3 - 125 الفقرة 2 منه و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05 - 216 المؤرخ في جمادى الأولى 1426 هـ الموافق ل 11 يونيو 2005 و المتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية ، و بعد موافقة رئيس الجمهورية يحدد مهامها و تنظيمها فيما يلي<sup>69</sup> :

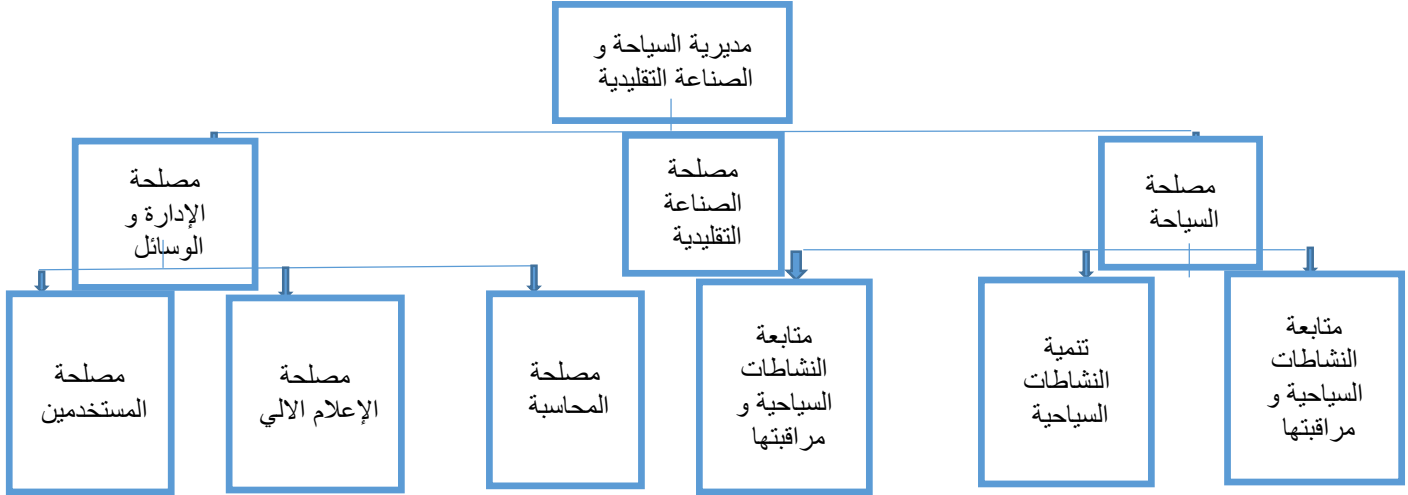
- في مجال السياحة نذكر منها :

- إعداد مخطط العمل السنوي يتعلق بالنشاطات السياحية .
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية السياحية المحلية .
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية .
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة و حماية الصحة و الأمن المرتبط بالنشاط السياحي .
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية في إعداد و تنفيذ أعمال التكوين و تحسين المستوى و تحديد المعارف و تثمين الموارد البشرية .
- في مجال الصناعة التقليدية :

- إعداد مخطط العمل السنوي و المتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية .
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه و رد الاعتبار له .
- المبادرة بكل أجزاء من شأنه خلق الجو الملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية .
- تدعيم أعمال المنظمات و التجمعات المهنية و الجمعيات و الفعاليات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية .

## المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

الشكل رقم (1-3) الهيكل التنظيمي للمديرية



المصدر: من وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية يبين الشكل التالي الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية<sup>70</sup>:

#### 1- مصلحة السياحة: و تنقسم إلى ثلاث مصالح:

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

- استقبال المستثمرين السياحيين و إرشادهم .
- دراسة ملفات طلب بناء المشاريع السياحية على المستوى الولاية .
- القيام بإنجاز دفاتر الشروط الخاصة بدراسات تهيئة مناطق التوسع السياحي و كذا تهيئة الشواطئ .
- دراسة ملفات طلبيات الاستثمار على المستوى الولاية بمناطق التوسع السياحي .
- متابعة مدى تقدم أشغال إنجاز المشاريع السياحية .

ب- مصلحة تنمية النشاطات السياحية و المراقبة: تتمثل مهامها فيما يلي<sup>71</sup>:

- مراقبة المؤسسات السياحية ( الفنادق ، وكالات السياحة و الأسفار )
  - السهر على تطبيق القوانين التي تنظم النشاط السياحي
  - تحضير الموسم الإصطيافي .
  - تحضير اليوم العالمي للسياحة ( 25 سبتمبر من كل سنة ) .
  - تحضير الصالون الدولي للسياحة و الأسفار .
- ج- مصلحة متابعة النشاطات السياحية و المراقبة: وهي تقوم بما يلي:
- متابعة و مراقبة المؤسسات<sup>72</sup> الفندقية: يعتمد مفتش هذه المصلحة على القانون 99 / 01 المحدد للقواعد المتعلقة بالفندقة كما يعتمد على المرسوم التنفيذي 2000 / 46 المعرف للمؤسسة الفندقية و المحدد للقواعد المتعلقة بالفندقة و تنظيمها و تسييرها و كذا كيفية استغلالها .
  - تصنيف المؤسسات الفندقية إلى الرتب من 1 إلى 5 نجوم .

#### 2- مصلحة الإدارة و الوسائل: و تنقسم إلى:

أ- مصلحة المستخدمين: و تتمثل فيما يلي:

- توفير الكفاءات أو العمالة للمديرية .
  - تسيير المسار المهني للموظفين و تكوينهم .
  - السهر على تحقيق الانضباط .
  - تقييم الموظفين كل سنة .
- ب- مصلحة الاعلام الالي: وهي تهتم بالاعلام الالي الداخلي للمديرية .
- ج- مصلحة المحاسبة: وهي تهتم بميزانية المديرية .
- 3- مصلحة الصناعة التقليدية: هذه المصلحة لم يتم ادراجها بعد في مديرية السياحة و الصناعة الإقليمية للولاية .

المبحث الثاني: القطاع السياحي لولاية مستغانم

<sup>70</sup> مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، مستغانم ، 05 / 03/ 2018 ، 10.00

<sup>71</sup> مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، مستغانم ، 05 / 03/ 2018 ، 10.00

<sup>72</sup> مديرية السياحة و الصناعات التقليدية

يتمثل القطاع السياحي لولاية مستغانم من العرض والطلب السياحي وذلك من خلال ما تتمتع به مدينة مستغانم من مناظر خلابة وجذابة جعلها من أبرز الولايات في الجزائر التي تتميز بشواطئها وهوائها النقي وهدوئها وغاباتها وتقاليدها.

هذا ما جعل السياح يتوافدون على شواطئها وعلى زيارتها واكتشاف ولاية مستغانم وأيضا أهم الصناعات التقليدية التي تتميز بها والتي من خلال ذلك تقوم بتنمية وترقية الصناعة المحلية وهذا دليل لما تزخر به ولاية مستغانم .

### المطلب الأول : العرض والطلب السياحي لولاية مستغانم

يتمثل العرض السياحي في مختلف عناصر الجذب السياحي الموجودة في المناطق السياحية الطبيعية و الصناعية منها إضافة إلى الخدمات السياحية المقدمة<sup>73</sup> من طرف الدولة إلى السياح وهذا ما سيظهر من خلال مختلف وكالات السياحة والأسفار والمؤسسات الفندقية لولاية مستغانم .

- وكالات السياحة والأسفار: يوجد حاليا على مستوى ولاية مستغانم 14 عاملا من مختلف المستويات ما بين دائمين ومؤقتين ويتمثل نشاطها في بيع الأسفار والتذاكر والبعض منها يقوم بعمليات تنظيم الرحلات وكذا الاستقبال ، وعلى مستوى ولاية مستغانم يوجد عدة طلبات رخصة استغلال وكالة و الجدول الموالي يوضح عدة الوكالات الموجودة على مستوى الولاية لسنة 2015 :

الجدول رقم (3-1) : وكالات السياحة والأسفار لولاية مستغانم لسنة 2015

إسم الوكالة	عدد العمال
إدرسية	03
إسبوار تور	03
أوديسي فواياج	06
سوفري كات	02
توراف أجنبي	06
بن زين تور	04
مجاهر	03
موستا تور	02
نجمة فواياج	03
موريستاقا تور	05
قسوس تور	04
ميموزا تور	03
صابلات تور	02

المصدر: من وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

<sup>73</sup>نورية يحي باي ، مذكرة ، أثر الاستثمار في رأس المال البشري على أداء المؤسسات ، دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، جامعة مستغانم ، ( 2015 ، 2016 ) ، ص19.

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد وكالات السياحة و الأسفار عرف تطور ملحوظا حيث أصبحت 14 وكالة بعدما كانت 06 وكالات سنة 2012 ، و ساهمت في خلق 48 منصب عمل بينما كان عدد المناصب لا يتعدى 25 منصب سنة 2010 .

- المؤسسات الفندقية : يوجد حاليا على مستوى <sup>74</sup> الولاية 23 مؤسسة فندقية منتهية بها الأشغال و هي كالتالي :

الجدول رقم (2-3) : يبين أهم المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم لسنة 2015

السعة		الملكية القانونية	المؤسسة الفندقية	
الأسرة	الغرف			
47	30	خاص	الساحل	الفنادق
19	18	خاص	بالأسيو	
72	47	خاص	النخيل	
94	54	خاص	سنويصة	
24	16	خاص	المنتزه	
19	14	خاص	الفتح	
47	26	خاص	موروستاقا	
40	24	خاص	كوت وامت	
36	19	خاص	الشمس	
41	28	خاص	روايل	مؤسسات معدة
72	36	خاص إجتماعيا للتربية	دار المعلم	
14	14	خاص	الجزائر	
14	14	خاص	الرياض	
55	17	خاص	البدر	
250	50	خاص	السفير	إقامات سياحية
50	10	خاص	أولابن زين	
94	60	خاص	المنتزه	
104	44	خاص	الأمراء	
84	14	خاص	ديار البحر	
62	31	خاص	رحيل	
60	20	خاص	الواحة	
36	19	خاص	الباهية	

19	12	خاص	الحوت جيلالي	
1417	627		23	المجموع

من خلال الجدول<sup>75</sup> نلاحظ أن عدد المؤسسات الفندقية تطور و أصبح 23 مؤسسة حيث ساهمت في إنشاء عدد مناصب العمل سواء دائمة أو مؤقتة ، و تلاحظ أن معظم المؤسسات الفندقية ذات ملكية خاصة وهي متنوعة بين الفنادق ، إقامات سياحية ، مؤسسات معدة للفندقة بالإضافة إلى الموتيلاات.

- المراكز العائلية و المخيمات الفندقية : يوجد على مستوى ولاية مستغانم عدة مخيمات صيفية و مراكز عائلية تقع معظمها في الشواطئ مثل شاطئ سيدي عبد القادر ، شاطئ وريعة ، شاطئ صابلات و غيرها و البعض من هذه المراكز تابع للخدمات الاجتماعية للمؤسسات العمومية و الجدول التالي يوضح أهم هذه الأماكن لسنة 2015 .

- غرف الصناعات التقليدية<sup>76</sup>: وهي تساهم في عرض منتجاتها السياحية إذ تنظم عدة مظاهرات وطنية ودولية بمشاركة العديد من الحرفيين في المعارض و الصالونات التي تؤدي إلى جذب السياح و تبادل الثقافات

الجدول(3-3) : هياكل إستقبال لولاية مستغانم لسنة 2015

السعة	العدد	إسم الهيكل
4020 سرير	14	مخيم صيفي
3986 سرير	17	مركز عائلي
137 سرير	02	بوت الشباب
730 سرير	02	مخيمات الشباب

المصدر: من وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

#### ثانيا : الطلب السياحي لولاية مستغانم

يقصد بالطلب السياحي إثارة و تنشيط السوق السياحي المرتقب و ذلك لتحقيق أكبر حركة سياحية و يعتبر الطلب السياحي من أهم عناصر السياحة التسويقية .

الجدول رقم (4-3): عدد السياح حسب الوكالات لسنة 2015

عدد السياح		إسم الوكالة
الأجانب	الجزائريون	
/	165	الإدرسية
/	100	إسبورتور
67	440	أوديسي فواياج
66	04	سوفري كات
/	540	توراف أجانسي

<sup>75</sup> نورية يحي باي م ، س،ذ ص 18

<sup>76</sup> نورية يحي باي ، ن،م ،ص 19

بن زين تور	425	/
مجاهر	131	32
موستا تور	50	01
نجمة فواياح	358	/
موريستاقا تور	/	/
ميموزاتور	45	45

نلاحظ<sup>77</sup> من خلال الجدول عدد السياح حسب الوكالات لسنة 2015 بحيث عرف عدد السياح

المحليين تطور ملحوظ مقارنة بعدد السياح الأجانب.

المطلب الثاني : السياح الوافدين لولاية مستغانم

نظرا لكون المنطقة ساحلية يتوافد على ولاية مستغانم عدد كبير من السياح خاصة في فصل الصيف حيث تعرف الولاية نشاطا سياحيا كبيرا<sup>78</sup>. وذلك لما تزخر به الولاية من عدة شواطئ ذات مناظر خلابة حيث يتوافد السياح من مختلف جهات الوطن وبأعداد متزايدة كل سنة الامر الذي جعل الولاية تحتل المراتب الأولى وطنيا في استقطاب السياح. و الجدول التالي يبين توافد عدد السياح على الولاية :

الجدول رقم (3-5) : عدد السياح الوافدين إلى الولاية

السنة	2011	2012	2013	2014
الثلاثي الأول	6789	8587	6083	2223
الثلاثي الثاني	7442	6352	3723	2370
الثلاثي الثالث	47187	575	6271	396
الثلاثي الرابع	4785	4000	3946	9881
مجموع الليالي	26434	19514	20023	14870
الثلاثي الأول	5337	4936	3258	6933
الثلاثي الثاني	3756	7225	4314	1760
الثلاثي الثالث	2920	1200	12763	396
الثلاثي الرابع	4057	4000	5502	10815
مجموع الوصول	16079	16173	25837	19904

المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

نلاحظ من خلال الجدول<sup>79</sup> التوافد و الاقبال الكبير للسياح على المنطقة من سنة لآخرى هو ما يعكس جاذبية المنطقة للسياح و هو مؤشر هام لمعرفة مدى اقبال السياح على المنطقة و الذي سيعود بالفائدة على المنطقة نظرا لتزايد الطلب على المنتجات و الخدمات السياحية .

<sup>77</sup> نورية يحي باي ، م،ذ، ص 19

<sup>78</sup> نورية يحي باي ، ن،م، ص 20

<sup>79</sup> نورية يحي باي ن م ص 19

وتعد السياحة الساحلية من اكثر الأنواع انتشارا في الولاية خاصة في فصل الصيف بحكم توفر الولاية على عدد معتبر من الشواطئ حيث تتوفر لدى الولاية 48 شاطئ بين مسموح و ممنوع للسباحة و الجدول التالي يوضح أهم الشواطئ المسموحة على مستوى الولاية .

**الولاية رقم (3-6) : الشواطئ المسموحة للسباحة على مستوى ولاية مستغانم**

اسم الشاطئ	المكان
شاطئ سيدي منصور	بلدية فرناكة
شاطئ استيديا	بلدية ستيديا
شاطئ استيديا شرق	بلدية استيديا
شاطئ اوريعة	بلدية مزهران
شاطئ صبلات 1	بلدية مزهران
شاطئ صبلات 2	بلدية مزهران
شاطئ خروبة (سيدي مجدوب)	بلدية مستغانم
شاطئ شلف (سناكتار)	بلدية مستغانم
شاطئ الصخرة	بلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ المرسي	بلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ كلوفيس	بلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ شعابية	بلدية بن عبد المالك رمضان
شاطئ حجاج 1	بلدية حجاج
شاطئ حجاج 2	بلدية حجاج
شاطئ عين إبراهيم 1	بلدية سيدي لخضر
شاطئ عين إبراهيم 2	بلدية سيدي لخضر
شاطئ الميناء الصغير	بلدية سيدي لخضر
شاطئ الميناء الصغير الجهة الشرقية	بلدية سيدي لخضر
شاطئ سيدي العجال	بلدية خضرة
شاطئ سيدي عبد القادر	بلدية عشعاشة
شاطئ البحارة	بلدية بوغالم

المصدر: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية مستغانم

**المطلب الثالث : الصناعة التقليدية و اثرها على التنمية المحلية**

يعد قطاع الصناعة التقليدية<sup>80</sup> و الحرف من احد روافد التنمية المحلية على مستوى الولاية كما تعد الصناعة التقليدية من اهم عناصر العرض السياحي و التي تشير لها النصوص القانونية المنظمة للقطاع و كافة مخططات التهيئة السياحية .

حيث تشكل مستغانم قطبا للصناعة التقليدية و التي تتشكل من منتجات حرفية متنوعة حيث تعد ولاية مستغانم من الولايات الرائدة في ميدان الصناعة و الحرق التقليدية. كما تبذل السلطات الولائية من أجل الحفاظ على الصناعات و ترقيتها و ذلك من خلال الاستراتيجية التي يعتمدها قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعة التقليدية و من بين أهم النشاطات للصناعة التقليدية بالولاية نذكر:

- صناعة الفخار
- صناعة الزرابي
- خياطة اللباس التقليدي
- صناعة الحلويات التقليدية
- الفتلة و المجبود

كما تشكل هذه الصناعات التقليدية<sup>81</sup> عاملا مهما في التنمية المحلية لما لها علاقة و دور كبير في تنشيط

السياحة و الجدول التالي يبين عدد حرفيي القطاع في الولاية للفترة 2013-2016

الجدول رقم (3-7) : عدد الحرفيين بالولاية للفترة 2013-2016

2016		2015		2014		2013		النشاط
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
18.22%	76	19.49%	146	38.09%	405	12.12%	116	الصناعة التقليدية الفنية
18.94%	79	14.28%	107	13.07%	139	16.50%	158	الصناعة التقليدية لإنتاج المواد
62.82%	262	66.22%	496	48.82%	519	71.36%	683	الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات
100	417	100	749	100	1063	100	957	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان عدد مستخدمي القطاع (الحرفيين) في تزايد من سنة لأخرى و هذا الارتفاع يعكس رغبة الدولة و السلطات المحلية على حد السواء في تكثيف الجهود الرامية الى تشجيع و تنمية هذا القطاع الاستراتيجي الذي يعتبر من اهم عناصر العرض السياحي و عامل هام في تنشيط السياحة . بالإضافة إلى مساهمته في توفير مناصب شغل لمختلف شرائح المجتمع و الجدول التالي يبين تطور مناصب الشغل بالقطاع .

الجدول رقم (3-8): تطور عدد مناصب الشغل بالقطاع خلال سنة 2016

المجموع		مؤسسة حرفية		تعاونية حرفية		حرفي فردي		النشاط
التشغيل	العدد	التشغيل	العدد	التشغيل	العدد	التشغيل	العدد	

<sup>81</sup> شداد أحمد ،التحديات التي تواجه الإقتصاد الجزائري و البدائل المتاحة في ظل المتغيرات الدولية الراهنة: دراسة حالة :واقع السياحة في مستغانم ،ماستر ،تسيير إستراتيجي دولي ،جامعة مستغانم ،2016.2017.

3040	1520	-	-	-	-	3040	1520	الصناعة التقليدية الفنية
4320	2160	2	1	22	11	4296	2148	الصناعة التقليدية لإنتاج المواد
11620	5808	2	1	22	11	11592	5796	الصناعة التقليدية لإنتاج الخدمات
18980	9488	4	1	44	22	13832	9464	المجموع

المصدر: إحصائيات مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

من خلال الجدول<sup>82</sup> يتضح لنا ان قطاع الصناعة التقليدية بالولاية يساهم في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية خاصة وذلك من خلال توفير عدد لا بأس به من مناصب الشغل اذ يساهم القطاع في تشغيل عدد من فئات المجتمع في مختلف الحرف و الصناعات التقليدية حيث يشغل القطاع ما يزيد عن 13832 عامل و الرقم مرشح للارتفاع وذلك نتيجة زيادة في الحرفيين و الذين بدورهم يشغلون عددا من العمال على مستوى ورشاتهم أو محلاتهم المهنية و الذي يلعب دورا مهما في تنشيط هذه الحروف و الصناعات التقليدية التي تعتبر من أهم عناصر العرض السياحي و عامل هام في تنشيط السياحة بالولاية .

### المبحث الثالث : تطور السياحة بولاية مستغانم

تعرف ولاية مستغانم تطورا في قطاع السياحة وذلك من خلال ما تتمتع به من مناظر و مكانة إستراتيجية جعلتها تعمل جاهدة على تحسين الخدمات و تنمية القطاع لما عليه من فائدة و إضافة للولاية . حيث أصبحت ولاية مستغانم تستقبل الكثير من الزوار المحليين و من خارج الوطن لجمال شواطئها و مناخها المعتدل و غطاءها النباتي و تقاليدها و عاداتها و تاريخها العريق .

المطلب الأول : تسهيلات الاستثمار السياحي بولاية مستغانم

لقد أولت الجزائر في الآونة الأخيرة اهتماما بالنسبة للاستثمار السياحي حيث ادرجته ضمن الأولويات الوطنية من خلال المخصصات المالية و المخططات المالية من جهة<sup>83</sup> ، و كذلك من خلال منح التسهيلات المالية عن طرق منح القروض او التسهيلات القانونية في اطار تشجيع الاستثمار السياحي و ذلك لجذب و تحفيز المستثمرين المحليين و الأجانب على وجه الخصوص .

<sup>82</sup> شداد أحمد ، م ، س.ص

<sup>83</sup> HTTP: //WWW.andi.dz/index/php/ar/secteur-du-tourisme

- فقد منحت الدولة العديد من التسهيلات من أجل تشجيع الاستثمار السياحي وطنيا و محليا خاصة بصدر القانون 03-03 المؤرخ في 2003/02/17 المتعلق بمناطق التوسع السياحية حيث تم الاتفاق مع الوكالة الوطنية لدعم الاستثمار على مايلي :
- يتكفل صندوق دعم الاستثمارات و الترقية و نوعية النشاطات السياحية بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية و كل النفقات الأخرى الخاصة بدعم المشاريع الاستثمارية السياحية .
  - تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على ولايات الشمال من تخفيض ب 0.3 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية .
  - اما عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تنجز على ولايات الشمال و ولايات الجنوب في اطار " مخطط نوعية السياحة " فيستفيد على التوالي و ذلك من تخفيض ب 0.3 % و 4.5 % من نسبة القروض المطبقة على القروض البنكية .
  - الاعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون و الأجانب باستثناء وكالات السياحة و الاسفار و كذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في القطاع السياحي .
  - تخضع النشاطات السياحية للضريبة<sup>84</sup> على أرباح الشركات بنسبة 19 % في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة .
  - تطبق النسبة المخفضة ب 07 % من الرسم على القيمة المضافة الى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية و العمومية و كذا نشاطات المطاعم السياحية و غيرها .
- المطلب الثاني : استراتيجية تنمية السياحة بولاية مستغانم**
- يعتبر الاستثمار السياحي ذو أهمية كبيرة سواء بالنسبة للتنمية الوطنية أو التنمية المحلية خاصة و هذا للدور الكبير و الفعال الذي يلعبه في تحقيق التنمية<sup>85</sup> و كذلك توفير مناصب الشغل و المساهمة في توفير التمويل للعديد من المشاريع المتعلقة بالبنية التحتية بالإضافة إلى تشجيع الطلب على السلع و الخدمات الوطنية و المحلية .
- وضعت مديرية السياحة بولاية مستغانم استراتيجية في المدى القصير و المتوسط للرفع من جودة خدماتها السياحية و أيضا زيادة الطلب السياحي حيث تم وضع مجموعة من الأهداف النوعية و أخرى كمية بالإضافة إلى تحديد الطرق و الأساليب التي من خلالها يكمن تحقيق هذه الأهداف .
- 1- الأهداف النوعية :**
- مضاعفة جاذبية وجهة السياحة للولاية
  - تحسين الجهود الترويجية و التحسيسية
  - نشر مخطط الجودة من أجل تطوير الخدمات السياحية
  - القيام بتشجيع النشاط السياحي و منح رخص استغلال سياحية لتنمية القطاع
- 2- الأهداف الكمية :**

<sup>84</sup> BID.

<sup>85</sup> مديرية السياحة و الصناعة التقليدية .

- سد العجز في المؤسسات السياحية و تطوير قدرة الاستقبال كما و نوعا للاستجابة للتدفق السياحي مستقبلا
- تشجيع و تطوير الاستثمار السياحي للفترة القادمة بزيادة و رفع عدد المشاريع السياحية
- رفع عدد المؤسسات الفندقية
- رفع طاقة الايواء
- انجاز مركبات سياحية مثل كاب ايفي

### المطلب الثالث : التوسع السياحي و افاقه المستقبلية بولاية مستغانم

#### أولا : مناطق التوسع السياحي

في اطار تشجيع السياحة بالمنطقة حددت الدولة مناطق التوسع السياحي<sup>86</sup> حيث يضم ساحل الولاية 16 منطقة توسع سياحي حيث تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4339.1 هكتار منها 1797.1 هكتار مساحة قابلة للبناء بسعة 42734 سرير. حيث أن أول قطب نموذجي للاستثمار السياحي بالولاية كان بمنطقة صبلات الذي يتربع على مساحة اجمالية تقدر ب 42 هكتار و الذي يمثل الان القطب السياحي الوحيد الذي تتركز فيه المشاريع السياحية منها 10 مشاريع منجزة و التي طاقة إيواء يقدر ب 884 بالإضافة إلى المشاريع التي هي في طور الإنجاز.

كما قامت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية ( ) بدراسة تهيئة منطقتي التوسع السياحي ببلدية بن عبد المالك رمضان و " راس ايفي " حيث تم المصادفة على انشاء منطقة توسع سياحي بالمنطقة و تم الشروع في الأشغال و عملية التهيئة التي لا تزال متواصلة و فيما يلي مناطق التوسع السياحي بالولاية .

الجدول رقم (3-9) : مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم

البلدية	منطقة التوسع السياحي	
البلدية	المقطع	1
فرنائة	ستيديا	2
ستيديا	اوريعة – صابلات	3
مزگران	خروبة	4
مستغانم	شلف شاطئ	5
مستغانم	حجاج	6
حجاج	رايس ايفي	7
بن عبد المالك رمضان	بن عبد المالك رمضان	8
بن عبد المالك رمضان	الصخرة	9

<sup>86</sup> مديرية السياحة و الصناعات التقليدية .

10	كاف الأصفر	سيدي لخضر
11	الميناء الأصفر	سيدي لخضر
12	عين إبراهيم	سيدي لخضر
13	زريفة	خضرة
14	كاف قادوس	خضرة
15	سيدي عبد القادر	عشعاشة
16	بحارة	أولاد بوغانم

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية مستغانم

### ثانيا : افاق المستقبلية للاستثمار السياحي بالولاية

إن ولاية مستغانم لا تملك فقط مناطق التوسع السياحي التي تعتبر وعاءا للاستثمار السياحي و الفندقي وإنما تملك الكثير من المناطق و المواقع السياحية<sup>87</sup> التي يمكن أن تكون مساحات استثمارية إضافية في الولاية بحكم تمتعها بمؤهلات سياحية تتجاوز السياحة الشاطئية التي اعتمد عليها في رسم مناطق التوسع السياحي .

وإدراكا منها لأهمية القطاع السياحي وأهميته الكبيرة في التنمية المحلية تسعى الولاية إلى تنمية هذا القطاع و ذلك بإنشاء مشاريع استثمارية سياحية هامة حيث تندرج هذه المشاريع ضمن مخطط التهيئة السياحية. إذ يقدر عدد المشاريع على مستوى الولاية ب 20 مشروع حسب قسم الإحصائيات لمديرية السياحة والصناعة التقليدية بطاقة إيواء اجمالية تقدر ب 3665 سرير الأمر الذي سيكمن من خلق 862 منصب شغل . كما اسند لمديرية السياحة انجاز 4 مشاريع تتمثل في :

- دراسة و تهيئة منطقة التوسع السياحي كاب " ايفي بين " عبد المالك رمضان
- دراسة و تهيئة منطقة التوسع السياحي ب " خروبة "
- دراسة و تهيئة منطقة التوسع السياحي ب " استيديا "
- دراسة انجاز مشروع مركز للتوجيه و الإعلام السياحي بالولاية
- كما اقترح تهيئة 5 شواطئ كلوفيس بين عبد المالك رمضان ، شاطئ الصخرة ، الميناء الصغير ، شاطئ سيدي منصور 1 و 2 ، شاطئ خروبة

هذا بالإضافة إلى استثمارات سياحية أخرى في طور الإنجاز. فقد دخلت العديد من المشاريع السياحية لولاية مستغانم طور الإنجاز و بلغ البعض الآخر منها مرحلة متقدمة من الأشغال كما تعددت هذه المشاريع من حيث الموقع و الغرض و الهدف ، كما أنها لم تقتصر على الجانب السياحي فقط بل حتى تلك المتعلقة بالمرافق الملحقة للخدمات السياحية أو التهيئة السياحية و الجدول التالي يوضح الاستثمارات السياحية المستقبلية بالولاية .

حيث يبين الجدول التالي المشاريع الاستثمارية السياحية بالولاية :

<sup>87</sup> مديرية السياحة و الصناعات التقليدية .

الجدول رقم (3-10): المشاريع الاستثمارية السياحية بالولاية<sup>88</sup>

الرقم	المشروع	الموقع	قدرة الإستيعاب (سرير)	مناصب الشغل مباشر و غير مباشر	نسبة تقدم الأشغال	تاريخ التسليم
1	إقامة سياحية + فندق	Zet ouréah-sablottes	300	40	%55	2019
2	إقامة سياحية + فندق		190	30	%80	2017
3	إقامة سياحية		182	80	%50	2018
4	إقامة سياحية		444	200	%75	2019
5	إقامة سياحية		115	15	%62	2018
6	فندق + إقامة سياحية		116	20	%70	2018
7	إقامة سياحية		256	15	%95	2017
8	إقامة سياحية		92	16	%17	2019
9	إقامة سياحية + فندق		82	31	%33	2018
10	فندق		30	12	%06	2019
11	إقامة سياحية		325	40	%11	2019
12	فندق		48	17	%02	2019
13	مرقد		18	15	%98	2017
14	فندق		40	15	%82	2017
15	إقامة سياحية		200	/	%20	2017
16	فندق		76	20	%95	2017
17	إقامة سياحية + فندق		122	30	%06	2019
18	إقامة سياحية	Zet cap ivi ب ع رمضان	600	170	%50	2018
19	فندق	Parc kharouba	65	21	%10	2019
20	فندق		364	75	%60	2019

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية

نلاحظ من خلال الجدول ان قطاع السياحة في ولاية مستغانم يحظى بأهمية بالغة و هذا بالنظر إلى حجم المشاريع الاستثمارية المخصصة في مجال الاستثمار السياحي حيث نلاحظ من خلال الجدول ان حجم المشاريع

ما يقارب 20 مشروع سياحي موزعة بين فندق و اقامة سياحية وذلك لتغطية العجزو النقص الذي تعاني منه الولاية وانما موزعة على مختلف مناطق الولاية وذلك لإعطاء نوع من التوازن بين مناطق الولاية .  
و من خلال ذلك تساهم وتعمل في دفعة ايجابية مهمة للتنمية السياحية بالولاية من الجانب الاقتصادي و الاجتماعي .

#### خلاصة :

ولاية مستغانم بموقعها المتميز والاسراتيجي وما تمتلكه من العديد من المؤهلات يمكنها من القيام بتنمية فعالة ، وذلك باستغلال الموارد والثروات التي تتميز بهم الولاية بشكل عقلاني بالإضافة إلى عدة هياكل قاعدية مهمة التي تعتبر أساس التنمية .  
حيث يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات في التنمية الوطنية و المحلية و الإقتصادية وذلك أن هذا القطاع قادر على أن يلعب دور مهم في التنمية أكثر من غيره من القطاعات الاقتصادية الأخرى . فولاية مستغانم تعمل على تطوير وتنمية وتحسين كفاءتها اقتصاديا وثقافيا ومهنيا وسياحيا ، من خلال استغلال الفرص والامكانيات المتاحة أمامها ، وذلك عبر تطوير العرض السياحي والعمل على اخضاع القطاع للمواصفات العالمية المتعلقة بالجودة وتنوع المنتجات السياحية أمام السياح المحليين والأجانب .  
وذلك بوضع استراتيجية لتطوير السياحة بالولاية مع احترام المعايير العالمية للسياحة والتي من شأنها زيادة و دعم تدفق السياح إلى الولاية و بالتالي الاستفادة من ذلك محليا و وطنيا .

خاتمة عامة

تعمل الجزائر على تبني استراتيجية شاملة من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني فهي استراتيجية تهدف إلى تحقيق تنمية شاملة، بهدف الوصول إلى الاستقلال الاقتصادي وبالتالي الانخراط في الاقتصاد العالمي ومسايرته وذلك لما يشهده العالم من تحولات اقتصادية.

مما يفرض على الجزائر تبني استراتيجية تعمل على استغلال احتياطاتها ومواردها المادية والطبيعية المتاحة، ضمن سياسة رشيدة وفي إطار تنظيم وتشريع يتكفل بحماية هذه الثروات وعدم هدرها. حيث أن التنمية لا يمكن استدامتها إلا من خلال وضع استراتيجية ورؤية مستقبلية لمواجهة التحديات الحالية والمستقبلية التي تستدعي معرفة وفهم لمؤشرات التنمية. حيث أصبح لقطاع السياحة في العالم أهمية كبيرة جدا من خلال تنمية الاقتصاد والرفع من الدخل مما جعل الجزائر تعمل على تطوير وتنمية قطاع السياحة من خلال ما تتمتع به الجزائر من مساحة شاسعة ومناظر مميزة ومناخ معتدل وغطاء نباتي وساحل ساحر، كل هذه الثروات تساهم في جعل الجزائر وجهة سياحية تجذب من خلل ذلك الكثير من الزوار والسياح.

ومن خلال دراستنا الجزائر في طريق الوصول إلى مراتب الأولى من حيث الدول الأكثر جذب للسياح فهي تعتبر دولة محظوظة لما تملكه من ثروات تجعلها تنافس في مجال قطاع السياحة من خلال تنمية وتطوير هذا القطاع، وبالتالي تساهم وتعمل على دعم وترقية الاقتصاد الوطني.

و عليه فقد توصلنا إلى عدة نتائج حول هذا الموضوع ، يمكن أن نصيغ هذه النتائج الآتية :

- الجزائر معنية بالتحديات الإقليمية و الدولية التي تواجهها خصوصا بالميزة التي يتميز بها الاقتصاد العالمي من تغيرات و تحولات اقتصادية عميقة و سريعة .
- على الجزائر تبني استراتيجيات تنموية بديلة لقطاع المحروقات لتحقيق تنمية اقتصادية شاملة عن طريق الاهتمام بمختلف القطاعات الأخرى دون التركيز على قطاع واحد .
- يتوفر لدى الجزائر جملة من البدائل أهمها القطاع السياحي الذي يعتبر بديلا استراتيجيا و قطاعا خصبا فالجزائر تملك في هذا المجال كل مقومات النجاح نظرا للمؤهلات السياحية الهامة مما يجعلها تتميز على كل أنواع السياحة .

### **التوصيات و الاقتراحات :**

من بين هذه التوصيات التي يمكن الخروج بها من هذه الدراسة ما يلي :

- اعتماد سياسة مالية و اقتصادية مواتية تكفل المحافظة على الاستقرار الاقتصادي و تحقيق معدلات نمو قابلة للاستمرار .

- ضرورة وجود مشاركة في تخطيط و تنفيذ البرامج بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة .
  - تحديد استراتيجية بعيدة المدى من أجل تنمية الاقتصاد الوطني بديلا لقطاع المحروقات .
  - تشجيع الاستثمار الأجنبي و توفير كل التسهيلات اللازمة لجلبه .
  - مكافحة الفساد و تعزيز دور القضاء .
  - تشجيع الشراكة و الاستثمار في قطاع السياحة كمصدر هام لتمويل الاقتصاد الجزائري .
  - إعادة الإعتبار للقطاع السياحي للجزائر .
- و عليه فإن السياحة أصبحت بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية كدور أساسي و هام في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية .

### **المخلص :**

لقد تميزت صناعة السياحة خلال الفترة الأخيرة بحركية سريعة على المستوى الوطني و العالمي ، حتى أصبحت من بين أهم الاستثمارات دعما لاقتصاديات العديد من بلدان العالم ، و ذلك بسبب

إسهاماتها المختلفة في نموها الاقتصادي و هذا ما جعل مختلف الدول تستهدف رفع حصتها في السوق السياحي العالمي و ذلك من خلال تركيز الجهود لترقية أهم العناصر الداعمة للطلب السياحي . أما بالنسبة للجزائر ، فإن الإحصائيات و الظروف الحالية لقطاعها السياحي تشير بوضوح إلى بعدها عن المستوى العالي لمؤهلاتها السياحية الكامنة الأمر الذي يجعلها تسعى جاهدة للاستفادة من الحركية النشطة التي تعرفها السوق السياحية العالمية بغية رفع درجة تنافسيتها السياحية ، و ذلك عبر تبني إستراتيجية تنموية شاملة لقطاعها السياحي بافاق تمتد حتى سنة 2025 م ، تطمح من خلالها إلى تسويق وجهة الجزائر كقطب سياحي عالمي بجاذبية تنافسية عالية.

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

### **Abstract :**

The tourism industry has known a fast and substantial growth at the national and international levels till it became one of the most important investments supporting the economies of many countries in the world, and this is because of its several contributions to their economic growth. Therefore, different countries aimed to rise their share in the international tourism market , Through focusing their efforts to upgrade the supporting elements of the tourist demand. For Algeria, tourism' current conditions and all the statistics clearly indicate that Algeria is so far from a high level with regard to its touristic potential . And this is what makes it strives to take advantage of the active growth of the international tourism market in order to improve its tourist competitiveness, through the adoption of and 25a total development strategy which would likely last until 20 aims through it to market the Algerian destination as an international tourist pole with a high competitive attractiveness

**Key words:** Tourism; Algeria; The National Tourism Development .); tourism investment025Plan (SDAT2

# قائمة المراجع

## أ- الكتب :

### أ – باللغة العربية :

- بوبكر بداش ، " صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات و السياسات رؤية استكشافية و إحصائية " ، ب.د.س.و بلد النشر .
- حميد بوعموشة ، " دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة " ، دراسة حالة الجزائر .
- خالد مقابلة ، " فن الدلالة السياحية " ، دار وائل للنشر ، عمان 1999 .
- صلاح الدين عبد الوهاب " نظرية السياحة الدولية " ، دار الهناء للطباعة و النشر ، مصر ، سنة 1992 .
- علي فلاح الزعبي ، التسويق السياحي و الفندقية ، دار الميسرة للنشر و التوزيع ، عمان ، سنة 2013 .
- المخطط التوجيهي للتنمية السياحية ، الكتاب " تشخيص و السياحة الجزائرية " ، وزارة تهيئة الأقاليم البيئية و السياحية ، جانفي 2008 .
- منظمة السياحة العالمية و الأمم المتحدة المدونة العالمية " من أجل سياحة مسؤولة و تائق ذات صلة " .

### ب- باللغة الأجنبية :

- A Laurent . « Libérer Les vacances » Seuil . France . 1973.
- Bénigno caceres « Loisiret Travail Du Moyen Age a Nos Jour »
- Edition peuples et cultures seuil . France .
- Henri Aime Pastel « La Question Du Tourisme En Martinique »
- Edition Desormeaux . 1986.
- J'oil Raboteur . « Introduction à Léconomie Du Tourisme » .
- P Defert « Les Ressources Et Les activités Touristiques » Les Cahier Du
- Tourisme CHET . Aix . en En Provence . 1972 .
- Pierre Py . « Le Tourisme Un Phynomene économie » .

- حميد بوعموشة ، " دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة " ، دراسة حالة الجزائر ، جامعة فرحات عباس ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم تسيير ( 2011-2012) .

- شداد أحمد ، " التحديات التي تواجه الاقتصاد الجزائري و البدائل المتاحة في ظل المتغيرات الدولية الراهنة " دراسة حالة ، واقع السياحة في مستغانم ماستير ، تسيير استراتيجي دولي ، جامعة مستغانم 2016-2017 .

- عامر عياني " الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة حالة الجزائر " ، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص تسيير المؤسسات ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2010 .

- عيشي صليحة " الاثار التنموية للسياحة " ، دراسة مقارنة بين الجزائر ، تونس ، المغرب ، ماجستير علوم إقتصادية ، تخصص إقتصاد و تنمية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير ، جامعة باتنة ، الجزائر ، (2004-2005) .

- مسكين عبد الحفيظ ، " دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر " ، حالة الديوان الوطني للسياحة رسالة الماجستير ، جامعة منتوري ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم تسيير ، (2009 - 2010) .

- نورية يحي باي ، " مذكرة أثر الاستثمار في رأس المال البشري على أداء المؤسسات " ، دراسة حالة مديرية السياحة و الصناعات التقليدية ، مستغانم .

باهر سامي حنين " الإستثمار الأجنبي المباشر و تنمية قطاع السياحة المصري " . مصر جامعة حلوان صالح مفتاح ، عتيقة وصاف ، " متطلبات صناعة السياحة في ظل تحرير التجارة و الخدمات السياحية " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، سنة 2010 .

لخساف مني ، " دراسة مقارنة للتجربة السياحية للجزائر مع بعض الدول المتوسطة " ، رسالة الماجستير كلية الاقتصاد و التسيير ، جامعة الجزائر ، سنة 2003 .

### III- مقالات مجلات و جرائد :

- حكيم شبوطي ، " الدور الاقتصادي للسياحة مع الاشارة لحالة الجزائر " ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية المركز الجامعي ، الدكتور يحي فارس ، المدية ، سنة 2011 .

- هوارى معراج ، محمد سليمان ، " إجراءات السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية ، حالة الإقتصاد الجزائري ، مجلة الباحث ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، سنة 2014 .

- زرزاز العياشي ، مداحي محمد ، " السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة " ، الواقع و الافاق مجلة المستقبل العربي ، مارس سنة 2015 .

- عبد القادر حسين " استراتيجية التنمية المستدامة للقطاع السياحي في الجزائر " ، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، 2013 .

- الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 2002/08/22

### IV - مواقع الأنترنت :

\_\_ [www.wikipedia.org/wiki\(2017/02/21\)](http://www.wikipedia.org/wiki/2017/02/21) موسوعة ويكيبيديا

\_\_ [www.wikipedia.org/wiki/ willaya de mostaganem](http://www.wikipedia.org/wiki/willaya_de_mostaganem)

\_\_ [www.elmouradia.dz/arabe/info/actualité](http://www.elmouradia.dz/arabe/info/actualité)

مخطط دعم الانعاش الاقتصادي المقرر من طرف رئيس الجمهورية

\_\_ [www.premire\\_ministre.you.dz/avab/meda/pdf/textreessentiel/progcrioss](http://www.premire_ministre.you.dz/avab/meda/pdf/textreessentiel/progcrioss)

[ance.](#)

البرنامج التكميلي لدعم النمو بوابة الوزير الأول

\_\_ [www.fastat.fao.org/site/339/default.aspx](http://www.fastat.fao.org/site/339/default.aspx)

\_\_ [www.andi.dz/index/php/ar/secteur-du-tourisme](http://www.andi.dz/index/php/ar/secteur-du-tourisme)